

2018年中国道路旅游客运行业分析报告- 市场运营态势与发展前景研究

报告大纲

观研报告网

www.chinabaogao.com

一、报告简介

观研报告网发布的《2018年中国道路旅游客运行业分析报告-市场运营态势与发展前景研究》涵盖行业最新数据，市场热点，政策规划，竞争情报，市场前景预测，投资策略等内容。更辅以大量直观的图表帮助本行业企业准确把握行业发展态势、市场商机动向、正确制定企业竞争战略和投资策略。本报告依据国家统计局、海关总署和国家信息中心等渠道发布的权威数据，以及我中心对本行业的实地调研，结合了行业所处的环境，从理论到实践、从宏观到微观等多个角度进行市场调研分析。

官网地址：<http://baogao.chinabaogao.com/lvyou/346591346591.html>

报告价格：电子版: 7200元 纸介版：7200元 电子和纸介版: 7500

订购电话: 400-007-6266 010-86223221

电子邮箱: sale@chinabaogao.com

联系人: 客服

特别说明：本PDF目录为计算机程序生成，格式美观性可能有欠缺；实际报告排版规则、美观。

二、报告目录及图表目录

道路旅游客运是指旅客以某种道路交通运输方式为媒介而进行的从出发地到旅游目的地的空间位移的转移过程。和平的世界大环境、丰富的旅游资源和社会经济的稳步增长，都促进了旅游业的繁荣发展。作为旅游业三大支柱之一的旅游客运对旅游业发展的重要影响不言而喻。而道路旅游客运作为交通运输服务项目中最具现代特色的项目之一，其发展前景十分广阔。在道路旅游客运的发展过程中，如何合理地配置道路旅游客运运力，对促进道路旅游客运市场的健康有序发展至关重要。而对道路旅游客运运力进行需求分析，是合理配置道路旅游客运运力的前提。通过对道路旅游客运运力的需求分析发现，只有明确道路旅游客运运力的主要影响因素，才能制定出更完善的适合道路旅游客运运力的发展规划。

一、道路旅游客运运力需求分析

1. 道路旅游客运运力发展的影响因素

道路旅游客运运力发展的影响因素包括宏观因素和微观因素。宏观因素主要包括旅游资源的利用及开发程度、预期的旅游人数与客运量。

(1) 道路旅游客运运力的发展与旅游资源的利用及开发程度之间的联系十分密切。一方面，不同的旅游资源利用率及开发程度需要相匹配的旅游运力投放作为支撑；另一方面，旅游资源利用较为成熟的地方，旅游运力的变化相对较小，处于旅游资源开发发展阶段的地方，旅游运力相应地也处于发展上升阶段。我国的旅游资源十分丰富，既存在大量发展成熟开发程度高的旅游资源，又存在大量处在初步开发阶段或者尚待开发的旅游资源。

(2) 预期的旅游人数和客运量也影响旅游客运运力的发展。预期的旅游人数与客运量呈正相关关系，而旅游客运运力又由客运量大小决定。影响道路旅游客运运力发展的微观因素包括旅游客车的平均座位数、里程利用率和实载率。平均座位数是衡量旅游客车承载能量的一个重要指标。当旅游客运量一定时，旅游客车平均座位数的增加则意味着对旅游客运运力的需求降低。旅游客车的里程利用率是指营业里程与行驶里程之比，这一指标反映的是旅游客车的载客效率。平均里程利用率越高，表明运行效率越高，相应地应该增加旅游客运运力，相反则应该减少运力。实载率是反映旅游客运车辆总行程载客量利用程度的一个综合性统计指标。实载率是车辆实际承载人数与额定座位数的比率，是车辆运行效率最直观的体现，也是判断承载容量是否合理的重要指标。实载率越高，说明车辆运行的效率越高，投入的运力也应相应增加。反之，实载率过低时，说明运力投放大于运输需求，已造成运力的闲置与浪费。

一般情况下，不同车型、不同座位数、不同经营模式的旅游客运车辆实载率大都不同，存在显著性差异。

2. 道路旅游客运运力发展的需求分析

(1) 需求特征分析。道路旅游客运运力的需求特征分析主要包括需求对象分析和需求时间分析。旅游活动通过旅客的旅游出行活动（即旅游客运）才能完成，因此，旅游活动的需求对象（即旅游者）是旅游客运运力需求分析的主体。需求对象分析主要包括需求对象的来源和人数，需求对象的来源指旅游者中分别来自境外和国内的游客，境外游客需要分析其主要来源国家，对于国内游客，分析其主要来源区域或省市。对境内外近10年左右的游客人数和增长率进行分析，对分析道路旅游客运运力的发展趋势十分重要。

旅游人数与旅游时节的变化有着很强的关联性，因而旅游时节与道路旅游客运运力的投放也有着很强的关联性。一般来说，旅游旺季对道路旅客客运运力的需求相对较大，旅游淡季对道路旅客客运运力的需求相对较小，因此，季节性波动对道路旅游客运运力的投放有重要影响。行业管理部门需要通过对历年淡旺季的旅游客运需求进行分析，预测未来的旅游客运运力需求。

(2) 需求总量分析。随着社会经济的发展和人民生活水平的提高，旅游已经成为一种普遍的休闲方式。

旅游人数的变化直接影响旅游客运运力的需求总量，因此，旅游客运行业管理部门要通过实际调查，了解往年的旅游人数、旅游客运量及旅游客运运力投放量，并分析其变化趋势，准确预测未来的旅游客运运力需求量。在旅游客运运力需求量预测的基础上，合理的配置未来旅游客运运力的分布。

(3) 需求结构分析。一个区域的道路旅游客运运力的需求结构主要是指运力的分配比例以及不同车型结构的旅游客运车辆的分配比例。由于不同区域旅游资源的开发利用程度不同，在运力投放时，要根据旅游景点实际需求，调整运力的供给量。旅游客运车辆包括大型、中型和小型3种车型。由于旅游目的地的距离、乘坐环境等因素的影响，旅游者会选择不同车型的旅游客车，因此，不同车型的旅游客车的的需求比例也是旅游客运运力需求结构分析的重要方面。需求结构的分析是旅游客运运力合理分配的重要前提。

二、我国道路旅游客运运力发展策略

随着我国经济的迅速发展，尤其是旅游经济的全面发展，道路旅游客运需求与供给的矛盾日渐突出。

一方面，境内外旅游人数越来越多，旅游运输需求量不断增加；另一方面，目前旅游客运市场供给相对不足，旅游客运运力的结构规划也不够合理。这些不合理的因素在一定程度上不能满足旅客的出行需求，也会导致旅游客运出现一些不规范的经营行为。因此，加快道路旅游客运健康合理的发展是我国社会经济发展的一项战略任务。

目前，关于我国道路旅游客运运力规划的文件很少，也就是说，道路旅游客运发展缺乏长远性的宏观指导与规划。为了合理的配置道路旅游客运运力，促进我国道路旅游客运市场的健康有序发展，需要编制适合我国旅游市场的道路旅游客运发展规划，借鉴国内外道路旅游客运发展的规划经验，结合我国道路旅游经济发展特征和发展现状。道路旅游客运运力发展规划的基本思路主要包括两个方面：一方面是测算我国道路旅游客运运力的需求总量，从而实现市场供给在供需总量上的平衡；另一方面是优化我国道路旅游客运运力的结构，从而实现市场供给在布局结构上的均衡。

1. 供需均衡发展战略

道路旅游客运运力的供需均衡发展策略，主要包括客运运力的数量规划和结构规划。

（1）运力数量规划。道路旅游客运运力数量规划的基本思路是测算道路旅游客运运力的需求总量，实现市场供给在供需总量上的平衡。道路旅游客运运力是保障运输市场客运需求得到满足的基本条件。供给量大于需求量，供给有所剩余，将导致客运市场车辆闲置或者转为从事其它业务，行业部门难以监管，市场效率低下并且可能存在安全隐患。供给与需求相对均衡，能够满足市场需求，又能保证道路旅游客运企业的合理利润空间，因此，应该根据市场需求合理规划市场供给的投入量和控制量。

（2）运力结构规划。道路旅游客运运力结构规划的基本思路是优化道路旅游客运运力的运力结构，实现市场供给在布局结构上的均衡。运力结构包括运力运营范围结构和车辆车型结构。道路旅游客运线路的许可按照不同的经营范围划分，应该根据不同经营范围的不同运输需求来划定。根据市场需求的特点来确定车辆的车型结构将有助于发展专业化、多样化的道路旅游客运市场。

2. 提升服务发展战略

我国道路旅游客运企业众多，企业的规模和服务质量各不相同。一般大型企业有完整的质量管理规定，从企业管理人员到车辆驾驶人员均有较为健全的服务质量监管制度，特别是在一些突发事件的应急管理方面具有较强的处理能力。但是一些规模小、缺乏管理经验的企业还未形成完善的企业管理制度，对于市场波动的应对能力也较差。为此，要提升道路旅游客运服务质量，制定道路旅游客运安全运营和服务质量评价标准，严把从业人员资质关，统一服务程序和要求，形成一整套旅游客运服务操作质量标准体系，加强旅游客运出行信息服务和运营监管，加快提升城市道路旅游客运服务水平。同时，增强从业人员的服务意识和责任意识，为游客提供一个舒适高品质的旅游服务。

3. 规范旅游客运市场发展战略

目前，我国的道路旅游客运市场还存在一些问题。

首先是“黑车”问题严重，影响旅游客运市场的秩序；其次是旅游客运企业的挂靠经营现象也较为严重；再次是由于旅游客运企业同时受到旅游管理部门和运输管理部门两个管理部门的共同监管，出现两部门协调力度不够而导致的监督机制不够完善等问题。因此，规范道路旅游客运市场是道路旅游客运运力发展战略的一项重要战略。

规范旅游客运市场要做到以下3点

规范旅游客运市场要做到以下3点

(1) 规范市场运营行为，保障市场安全稳定。旅游客运相关管理部门要对道路旅游客运市场进行全面调查，了解市场的发展现状，包括道路旅游客运市场运力的供求平衡状况、旅游客运企业的经营状况、行业的服务水平等各方面。在此基础上，进行道路旅游客运的法律法规和政策建设，制定道路旅游市场的运营准则。建立健全道路旅游客运市场的准入退出机制，坚决取缔不合规定的旅游客运企业；规范旅行社、旅游客运企业的派车行为，严禁超范围运营；交通执法部门要严查严惩各类违规行为。从而规范道路旅游客运市场，为旅游客运运力的投放营造一个公平、公正、健康的竞争环境。

(2) 强化监管，确保各项管理措施落实到位。旅游客运行业的管理部门除了制定道路旅游市场的运营准则外，还应当建立完善道路旅游客运管理的监督机制，加强对下属各级道路管理机构业务指导和监督检查，确保各项运力调控措施真正落实到位。对不遵守规定的旅游客运运力调控和盲目投放运力等行为依法进行惩罚，追究相关人员的责任。

(3) 管理部门之间要密切配合，协调发展。旅游管理部门和运输管理部门作为旅游客运行业的两个共同管理者，两者之间缺乏沟通，导致有些旅游客运企业重服务质量却不重视旅游客车的合法性，有些旅游客运企业虽然重视旅游客车的合法性，却忽略了旅游客运的服务质量。这些现象都会影响道路旅游客运行业的健康发展。行业管理部门之间要加强联系，密切

配合。只有管理部门之间形成完善的沟通协调机制，对旅游客运企业经营活动的行业管理才能顺利进行，才能更有效地控制旅游客运运力的规模和结构。

资料来源：公开资料整理（GYWWJP）

观研天下发布的《2018年中国道路旅游客运行业分析报告-市场运营态势与发展前景研究》内容严谨、数据翔实，更辅以大量直观的图表帮助本行业企业准确把握行业发展动向、市场前景、正确制定企业竞争战略和投资策略。本报告依据国家统计局、海关总署和国家信息中心等渠道发布的权威数据，以及我中心对本行业的实地调研，结合了行业所处的环境，从理论到实践、从宏观到微观等多个角度进行市场调研分析。它是业内企业、相关投资公司及政府部门准确把握行业发展趋势，洞悉行业竞争格局，规避经营和投资风险，制定正确竞争和投资战略决策的重要决策依据之一。本报告是全面了解行业以及对本行业进行投资不可或缺的重要工具。观研天下是国内知名的行业信息咨询机构，拥有资深的专家团队，多年来已经为上万家企业单位、咨询机构、金融机构、行业协会、个人投资者等提供了专业的行业分析报告，客户涵盖了华为、中国石油、中国电信、中国建筑、惠普、迪士尼等国内外行业领先企业，并得到了客户的广泛认可。

本研究报告数据主要采用国家统计数据，海关总署，问卷调查数据，商务部采集数据等数据库。其中宏观经济数据主要来自国家统计局，部分行业统计数据主要来自国家统计局及市场调研数据，企业数据主要来自于国统计局规模企业统计数据库及证券交易所等，价格数据主要来自于各类市场监测数据库。本研究报告采用的行业分析方法包括波特五力模型分析法、SWOT分析法、PEST分析法，对行业进行全面的内外部环境分析，同时通过资深分析师对目前国家经济形势的走势以及市场发展趋势和当前行业热点分析，预测行业未来的发展方向、新兴热点、市场空间、技术趋势以及未来发展战略等。

【报告大纲】

第一章 2016-2018年中国道路旅游客运行业发展概述

第一节 道路旅游客运行业发展情况概述

- 一、道路旅游客运行业相关定义
- 二、道路旅游客运行业基本情况介绍
- 三、道路旅游客运行业发展特点分析

第二节 中国道路旅游客运行业上下游产业链分析

- 一、产业链模型原理介绍
 - 二、道路旅游客运行业产业链条分析
 - 三、中国道路旅游客运行业产业链环节分析
- 1、上游产业

2、下游产业

第三节 中国道路旅游客运行业生命周期分析

- 一、道路旅游客运行业生命周期理论概述
- 二、道路旅游客运行业所属的生命周期分析

第四节 道路旅游客运行业经济指标分析

- 一、道路旅游客运行业的赢利性分析
- 二、道路旅游客运行业的经济周期分析
- 三、道路旅游客运行业附加值的提升空间分析

第五节 国内道路旅游客运行业进入壁垒分析

- 一、道路旅游客运行业资金壁垒分析
- 二、道路旅游客运行业技术壁垒分析
- 三、道路旅游客运行业人才壁垒分析
- 四、道路旅游客运行业品牌壁垒分析
- 五、道路旅游客运行业其他壁垒分析

第二章 2016-2018年全球道路旅游客运行业市场发展现状分析

第一节 全球道路旅游客运行业发展历程回顾

第二节 全球道路旅游客运行业市场区域分布情况

第三节 亚洲道路旅游客运行业地区市场分析

- 一、亚洲道路旅游客运行业市场现状分析
- 二、亚洲道路旅游客运行业市场规模与市场需求分析
- 三、亚洲道路旅游客运行业市场前景分析

第四节 北美道路旅游客运行业地区市场分析

- 一、北美道路旅游客运行业市场现状分析
- 二、北美道路旅游客运行业市场规模与市场需求分析
- 三、北美道路旅游客运行业市场前景分析

第五节 欧盟道路旅游客运行业地区市场分析

- 一、欧盟道路旅游客运行业市场现状分析
- 二、欧盟道路旅游客运行业市场规模与市场需求分析
- 三、欧盟道路旅游客运行业市场前景分析

第六节 2018-2024年世界道路旅游客运行业分布走势预测

第七节 2018-2024年全球道路旅游客运行业市场规模预测

第三章 中国道路旅游客运产业发展环境分析

第一节 我国宏观经济环境分析

- 一、中国GDP增长情况分析
 - 二、工业经济发展形势分析
 - 三、社会固定资产投资分析
 - 四、全社会消费品道路旅游客运总额
 - 五、城乡居民收入增长分析
 - 六、居民消费价格变化分析
 - 七、对外贸易发展形势分析
- 第二节 中国道路旅游客运行业政策环境分析

- 一、行业监管体制现状
 - 二、行业主要政策法规
- 第三节 中国道路旅游客运产业社会环境发展分析
- 一、人口环境分析
 - 二、教育环境分析
 - 三、文化环境分析
 - 四、生态环境分析
 - 五、消费观念分析

第四章 中国道路旅游客运行业运行情况

- 第一节 中国道路旅游客运行业发展状况情况介绍
- 一、行业发展历程回顾
 - 二、行业创新情况分析
 - 三、行业发展特点分析
- 第二节 中国道路旅游客运行业市场规模分析
- 第三节 中国道路旅游客运行业供应情况分析
- 第四节 中国道路旅游客运行业需求情况分析
- 第五节 中国道路旅游客运行业供需平衡分析
- 第六节 中国道路旅游客运行业发展趋势分析

第五章 中国道路旅游客运所属行业运行数据监测

- 第一节 中国道路旅游客运所属行业总体规模分析
- 一、企业数量结构分析
 - 二、行业资产规模分析
- 第二节 中国道路旅游客运所属行业产销与费用分析
- 一、流动资产
 - 二、销售收入分析

三、负债分析

四、利润规模分析

五、产值分析

第三节 中国道路旅游客运所属行业财务指标分析

一、行业盈利能力分析

二、行业偿债能力分析

三、行业营运能力分析

四、行业发展能力分析

第六章 2016-2018年中国道路旅游客运市场格局分析

第一节 中国道路旅游客运行业竞争现状分析

一、中国道路旅游客运行业竞争情况分析

二、中国道路旅游客运行业主要品牌分析

第二节 中国道路旅游客运行业集中度分析

一、中国道路旅游客运行业市场集中度分析

二、中国道路旅游客运行业企业集中度分析

第三节 中国道路旅游客运行业存在的问题

第四节 中国道路旅游客运行业解决问题的策略分析

第五节 中国道路旅游客运行业竞争力分析

一、生产要素

二、需求条件

三、支援与相关产业

四、企业战略、结构与竞争状态

五、政府的作用

第七章 2016-2018年中国道路旅游客运行业需求特点与价格走势分析

第一节 中国道路旅游客运行业消费特点

第二节 中国道路旅游客运行业消费偏好分析

一、需求偏好

二、价格偏好

三、品牌偏好

四、其他偏好

第三节 道路旅游客运行业成本分析

第四节 道路旅游客运行业价格影响因素分析

一、供需因素

二、成本因素

三、渠道因素

四、其他因素

第五节 中国道路旅游客运行业价格现状分析

第六节 中国道路旅游客运行业平均价格走势预测

一、中国道路旅游客运行业价格影响因素

二、中国道路旅游客运行业平均价格走势预测

三、中国道路旅游客运行业平均价格增速预测

第八章 2016-2018年中国道路旅游客运行业区域市场现状分析

第一节 中国道路旅游客运行业区域市场规模分布

第二节 中国华东地道路旅游客运市场分析

一、华东地区概述

二、华东地区经济环境分析

三、华东地区道路旅游客运市场规模分析

四、华东地区道路旅游客运市场规模预测

第三节 华中地区市场分析

一、华中地区概述

二、华中地区经济环境分析

三、华中地区道路旅游客运市场规模分析

四、华中地区道路旅游客运市场规模预测

第四节 华南地区市场分析

一、华南地区概述

二、华南地区经济环境分析

三、华南地区道路旅游客运市场规模分析

第九章 2016-2018年中国道路旅游客运行业竞争情况

第一节 中国道路旅游客运行业竞争结构分析（波特五力模型）

一、现有企业间竞争

二、潜在进入者分析

三、替代品威胁分析

四、供应商议价能力

五、客户议价能力

第二节 中国道路旅游客运行业SWOT分析

一、行业优势分析

二、行业劣势分析

三、行业机会分析

四、行业威胁分析

第三节 中国道路旅游客运行业竞争环境分析（PEST）

一、政策环境

二、经济环境

三、社会环境

四、技术环境

第十章 道路旅游客运行业企业分析（随数据更新有调整）

第一节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

1、主要经济指标情况

2、企业盈利能力分析

3、企业偿债能力分析

4、企业运营能力分析

5、企业成长能力分析

四、公司优劣势分析

第二节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

1、主要经济指标情况

2、企业盈利能力分析

3、企业偿债能力分析

4、企业运营能力分析

5、企业成长能力分析

四、公司优劣势分析

第三节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

1、主要经济指标情况

2、企业盈利能力分析

3、企业偿债能力分析

4、企业运营能力分析

5、企业成长能力分析

四、公司优劣势分析

第四节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

1、主要经济指标情况

2、企业盈利能力分析

3、企业偿债能力分析

4、企业运营能力分析

5、企业成长能力分析

四、公司优劣势分析

第五节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

1、主要经济指标情况

2、企业盈利能力分析

3、企业偿债能力分析

4、企业运营能力分析

5、企业成长能力分析

四、公司优劣势分析

第十一章 2018-2024年中国道路旅游客运行业发展前景分析与预测

第一节 中国道路旅游客运行业未来发展前景分析

一、道路旅游客运行业国内投资环境分析

二、中国道路旅游客运行业市场机会分析

三、中国道路旅游客运行业投资增速预测

第二节 中国道路旅游客运行业未来发展趋势预测

第三节 中国道路旅游客运行业市场发展预测

一、中国道路旅游客运行业市场规模预测

二、中国道路旅游客运行业市场规模增速预测

三、中国道路旅游客运行业产值规模预测

四、中国道路旅游客运行业产值增速预测

五、中国道路旅游客运行业供需情况预测

第四节中国道路旅游客运行业盈利走势预测

一、中国道路旅游客运行业毛利润同比增速预测

二、中国道路旅游客运行业利润总额同比增速预测

第十二章 2018-2024年中国道路旅游客运行业投资风险与营销分析

第一节 道路旅游客运行业投资风险分析

一、道路旅游客运行业政策风险分析

二、道路旅游客运行业技术风险分析

三、道路旅游客运行业竞争风险分析

四、道路旅游客运行业其他风险分析

第二节 道路旅游客运行业企业经营发展分析及建议

一、道路旅游客运行业经营模式

二、道路旅游客运行业销售模式

三、道路旅游客运行业创新方向

第三节 道路旅游客运行业应对策略

一、把握国家投资的契机

二、竞争性战略联盟的实施

三、企业自身应对策略

第十三章 2018-2024年中国道路旅游客运行业发展策略及投资建议

第一节 中国道路旅游客运行业品牌战略分析

一、道路旅游客运企业品牌的重要性

二、道路旅游客运企业实施品牌战略的意义

三、道路旅游客运企业品牌的现状分析

四、道路旅游客运企业的品牌战略

五、道路旅游客运品牌战略管理的策略

第二节 中国道路旅游客运行业市场重点客户战略实施

一、实施重点客户战略的必要性

二、合理确立重点客户

三、对重点客户的营销策略

四、强化重点客户的管理

五、实施重点客户战略要重点解决的问题

第三节 中国道路旅游客运行业战略综合规划分析

- 一、战略综合规划
- 二、技术开发战略
- 三、业务组合战略
- 四、区域战略规划
- 五、产业战略规划
- 六、营销品牌战略
- 七、竞争战略规划

第十四章 2018-2024年中国道路旅游客运行业发展策略及投资建议

第一节 中国道路旅游客运行业产品策略分析

- 一、服务产品开发策略
- 二、市场细分策略
- 三、目标市场的选择

第二节 中国道路旅游客运行业定价策略分析

第三节 中国道路旅游客运行业营销渠道策略

- 一、道路旅游客运行业渠道选择策略
- 二、道路旅游客运行业营销策略

第四节 中国道路旅游客运行业价格策略

第五节 观研天下行业分析师投资建议

- 一、中国道路旅游客运行业重点投资区域分析
- 二、中国道路旅游客运行业重点投资产品分析

图表详见正文

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/lyyou/346591346591.html>