

2018年中国中小旅行社市场分析报告- 行业深度分析与发展趋势研究

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年中国中小旅行社市场分析报告-行业深度分析与发展趋势研究》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/lyyou/339648339648.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

图表来源：公开资料整理

一、我国中小旅行社的发展现状

（一）旅行社数量不断增多

九十年代初，随着我国经济的快速增长、休假制度的逐步完善、国民消费水平的提高以及公共交通体的完善，中国的旅游业快速发展。据 2014 年中国旅游业分析报告显示，2014 年我国旅游行业一共收入约 3.25 万亿元，比上年增长了 14%；其中国内旅游人数约达 36 亿人次，同比增长 10.67%；国内旅游总收入约 3.03 万亿元，同比增长 15.4%；出境旅游约 1.18 亿万人次，比去年增长 20.30%；大陆游客出境旅游消费约 1500 亿美元，同比增长 18%；外国人入境旅游 2636 万人次，增长 0.27%。改革开放至今，我国旅行社的数量保持增长的趋势，到 2011 年末，全国纳入统计范围的旅行社共有 23690 家，比上年末增长 4.0%。而旅游市场规模的不断扩大，旅行社的利润率却在不断下降。90 年代初期，我国国际旅行社的平均营业利润率为 6.7%，九十年代末期，这一利润率降低为 3.5%，而国内旅行社的纯利润远远低于比国际旅行社，只有约 0.69%。

（二）网络市场的快速发展

中国互联网络信息中心（CNNIC）发布的《第 26 次中国互联网络发展状况统计报告》显示，截至 2010 年 6 月底，我国网民数量已经超过 4 亿，大约达到了 4.3 亿，比 2009 年增长了约 3600 万人次。互联网使用率提升至 32%，比 2009 年提升了 2.9%。截至 2010 年 6 月，旅游预订的使用率为 8.6%，用户规模达到 3612 万人，半年增长 19.4%。

二、我国中小旅行社发展中存在的问题与挑战

（一）品牌优势不足

特色产品的开发一直阻碍着我国旅行社业的飞速发展。我国的大多数旅行社，在市场中缺乏领导创新精神，旅游产品缺乏特色，模仿大型旅行社的旅游产品及旅游线路，一旦出现有特色的旅游线路，许多旅行社都会追随，不断地重复生产相同类型的旅游产品。造成旅游产品普通单一、规模资金有限，极大的限制了我国旅行社的可持续发展。我国旅行社的运作方式必需由普通化、普遍化转变为精品化、特色化和品牌化。在 21 世纪创新时代背景下，我国旅行社必须提升企业自身的精品意识及特色意识。精品品牌效应不仅能够提升旅行社的知名度，也可以消除旅游者在旅游消费过程中的风险。

（二）缺少有效的管理手段

我国大多数旅行社起步比较晚，基础设施薄弱，经营手段落后，经营成本较高，企业核心人员大都欠缺旅游管理学及旅游财务管理的相关知识，在旅行社的运营过程中容易产生违规的行为。首先，我国旅行社职工的文化水平相对偏低，缺乏核心管理人才和经验丰富的

业务经营人才。其次，国内缺乏完整的旅行社经营管理理论，开设旅行社经营管理理论的学校较少，导致大多数中小型旅行社的主管人员和业务精英，基本上都是根据自身带团经验，培训公司内部员工。导游从业者的综合水平素质和素质参差不齐，客观上造成了我国中小旅行社的无序性。第三，我国旅行社内部组织结构单一、高级管理人员较少，组织部门设置不规范，导致管理混乱。

（三）市场新格局的冲击

近年来，随着人民的生活水平的全面提高，户外旅游和自驾游强势进入旅游市场，打破了以往人们出游选择旅行社的常规做法，而景区也针对游客市场的现实情况，对这些新群体采取了旅行社团体票的做法，传统旅行社的发展模式受到了极大的挑战。

三、我国中小旅行社业发展策略

（一）提升品牌质量

我国中小旅行社应当根据企业自身发展需要，合理制定发展战略，科学设计企业的发展方向，采用规范的经营模式。应当依据企业内部的实际情况，结合我国旅游业的发展状况，制定出符合我国市场经济发展要求的经营模式。

1.实现产品精品化经营，提升旅游产品的研发品质，提升旅游产品的特色化与精品化。

我国中小旅行社要想改变产品种类单一无特色的现状，寻求更好的出路，就要不断看清企业自身的优势与劣势，针对旅游市场进一步细分，明确产品在市场中的定位，完善产品的种类和特色。同时，开发产品的衍生品，对衍生产品进行深入挖掘，优化服务，打造属于企业自身的特色产品。当今社会，我国旅游者的需求已经由原有的单一化逐步转变为多元化。传统的旅行社营销模式已经远远无法满足旅游者的需求，自驾游将会成为未来旅行社业发展的趋势。我国中小旅行社可以充分利用网络平台大力宣传旅行社的品牌产品，改变企业销售模式，提升企业销售水平。

2.与国内外知名旅行社联合，通过大品牌效应提升自身企业的知名度。随着我国经济的快速发展，目前水平管理的体制即被垂直分工体系所代替。知名旅行社具占据市场较大数额的市场份额、管理模式规范化、品牌影响较高的优势，中小型旅行社特别是小型旅行社可充分依靠知名品牌旅行社的品牌效应提升营业额。这样中小型旅行社可以有效地避免资金不足，产品研发层次低，技术水平不高，产品经营无知名度等劣势和收入低等经营风险，使其能共同发展。

（二）实施科学管理

一是加快推进旅行社体制改革，设立旅行社股份制和旅行社公司制。中小型旅行社可以采用不同的持股方式：如与大型旅行社的法人相互持股、优秀职工持股、高层管理人员持股等模式，实现产权主体的单一化到多元化的变革。

二是形成良好科学的旅行社运营体制，吸收企业员工和外部经验和资源，提升企业的管理水平。完善企业内部的组织结构，建立良好的决策和管理程序，建立提升全体员工工作效率的奖励机制等。三是注重内部企业文化建设。中小型旅行社要增强企业文化的推动力、

凝聚力和约束力作用，加强团队合作，爱岗奉献，听从员工的意见，营造和谐美好的经营环境，为消费者提供优质的服务，提升企业的知名度。

（三）实施旅行社网络创新发展模式

以旅游产品为主体的网络平台可快速推进全国各省市旅行社之间的合作频率，甚至可以联合同一省市、同一区域的旅行社共同创建城市旅游品牌，构建旅游城市的战略合作伙伴关系。这种变化不仅可以提高中小企业的发展速度，还可以增强企业之间的信任度与沟通。而通过网络化平台构建中小旅行社企业之间的旅游城市联盟可以提升旅游市场环境的健康度，改善旅行社之间彼此的信任缺失，形成良好的旅游城市利益共同体。

资料来源：公开资料，观研天下整理，转载请注明出处

观研天下发布的《2018年中国中小旅行社市场分析报告-行业深度分析与发展趋势研究》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局数据，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年中国中小旅行社行业发展概述

第一节 中小旅行社 行业发展情况概述

- 一、中小旅行社 行业相关定义
- 二、中小旅行社 行业基本情况介绍
- 三、中小旅行社 行业发展特点分析

第二节 中国中小旅行社 行业上下游产业链分析

- 一、产业链模型原理介绍

二、中小旅行社 行业产业链条分析

三、中国中小旅行社 行业产业链环节分析

1、上游产业

2、下游产业

第三节 中国中小旅行社 行业生命周期分析

一、中小旅行社 行业生命周期理论概述

二、中小旅行社 行业所属的生命周期分析

第四节 中小旅行社 行业经济指标分析

一、中小旅行社 行业的赢利性分析

二、中小旅行社 行业的经济周期分析

三、中小旅行社 行业附加值的提升空间分析

第五节 国内中小旅行社 行业进入壁垒分析

一、中小旅行社 行业资金壁垒分析

二、中小旅行社 行业技术壁垒分析

三、中小旅行社 行业人才壁垒分析

四、中小旅行社 行业品牌壁垒分析

五、中小旅行社 行业其他壁垒分析

第二章 2016-2018年全球中小旅行社 行业市场发展现状分析

第一节 全球中小旅行社 行业发展历程回顾

第二节 全球中小旅行社 行业市场区域分布情况

第三节 亚洲中小旅行社 行业地区市场分析

一、亚洲中小旅行社 行业市场现状分析

二、亚洲中小旅行社 行业市场规模与市场需求分析

三、亚洲中小旅行社 行业市场前景分析

第四节 北美中小旅行社 行业地区市场分析

一、北美中小旅行社 行业市场现状分析

二、北美中小旅行社 行业市场规模与市场需求分析

三、北美中小旅行社 行业市场前景分析

第五节 欧盟中小旅行社 行业地区市场分析

一、欧盟中小旅行社 行业市场现状分析

二、欧盟中小旅行社 行业市场规模与市场需求分析

三、欧盟中小旅行社 行业市场前景分析

第六节 2018-2024年世界中小旅行社 行业分布走势预测

第七节 2018-2024年全球中小旅行社 行业市场规模预测

第三章 中国中小旅行社 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、全社会消费品中小旅行社 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 中国中小旅行社 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 中国中小旅行社 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 中国中小旅行社 行业运行情况

第一节 中国中小旅行社 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 中国中小旅行社 行业市场规模分析

第三节 中国中小旅行社 行业供应情况分析

第四节 中国中小旅行社 行业需求情况分析

第五节 中国中小旅行社 行业供需平衡分析

第六节 中国中小旅行社 行业发展趋势分析

第五章 中国中小旅行社 所属行业运行数据监测

第一节 中国中小旅行社 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 中国中小旅行社 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 中国中小旅行社 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年中国中小旅行社 市场格局分析

第一节 中国中小旅行社 行业竞争现状分析

一、中国中小旅行社 行业竞争情况分析

二、中国中小旅行社 行业主要品牌分析

第二节 中国中小旅行社 行业集中度分析

一、中国中小旅行社 行业市场集中度分析

二、中国中小旅行社 行业企业集中度分析

第三节 中国中小旅行社 行业存在的问题

第四节 中国中小旅行社 行业解决问题的策略分析

第五节 中国中小旅行社 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年中国中小旅行社 行业需求特点与价格走势分析

第一节 中国中小旅行社 行业消费特点

第二节 中国中小旅行社 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 中小旅行社 行业成本分析

第四节 中小旅行社 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 中国中小旅行社 行业价格现状分析

第六节 中国中小旅行社 行业平均价格走势预测

一、中国中小旅行社 行业价格影响因素

二、中国中小旅行社 行业平均价格走势预测

三、中国中小旅行社 行业平均价格增速预测

第八章 2016-2018年中国中小旅行社 行业区域市场现状分析

第一节 中国中小旅行社 行业区域市场规模分布

第二节 中国华东地区中小旅行社 市场分析

一、华东地区概述

二、华东地区经济环境分析

三、华东地区中小旅行社 市场规模分析

四、华东地区中小旅行社 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、华中地区中小旅行社 市场规模分析

四、华中地区中小旅行社 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、华南地区中小旅行社 市场规模分析

第九章 2016-2018年中国中小旅行社 行业竞争情况

第一节 中国中小旅行社 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 中国中小旅行社 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 中国中小旅行社 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 中小旅行社 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年中国中小旅行社 行业发展前景分析与预测

第一节中国中小旅行社 行业未来发展前景分析

一、中小旅行社 行业国内投资环境分析

二、中国中小旅行社 行业市场机会分析

三、中国中小旅行社 行业投资增速预测

第二节中国中小旅行社 行业未来发展趋势预测

第三节中国中小旅行社 行业市场发展预测

一、中国中小旅行社 行业市场规模预测

二、中国中小旅行社 行业市场规模增速预测

三、中国中小旅行社 行业产值规模预测

四、中国中小旅行社 行业产值增速预测

五、中国中小旅行社 行业供需情况预测

第四节中国中小旅行社 行业盈利走势预测

一、中国中小旅行社 行业毛利润同比增速预测

二、中国中小旅行社 行业利润总额同比增速预测

第十二章 2018-2024年中国中小旅行社 行业投资风险与营销分析

第一节 中小旅行社 行业投资风险分析

- 一、中小旅行社 行业政策风险分析
- 二、中小旅行社 行业技术风险分析
- 三、中小旅行社 行业竞争风险分析
- 四、中小旅行社 行业其他风险分析

第二节 中小旅行社 行业企业经营发展分析及建议

- 一、中小旅行社 行业经营模式
- 二、中小旅行社 行业销售模式
- 三、中小旅行社 行业创新方向

第三节 中小旅行社 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年中国中小旅行社 行业发展策略及投资建议

第一节 中国中小旅行社 行业品牌战略分析

- 一、中小旅行社 企业品牌的重要性
- 二、中小旅行社 企业实施品牌战略的意义
- 三、中小旅行社 企业品牌的现状分析
- 四、中小旅行社 企业的品牌战略
- 五、中小旅行社 品牌战略管理的策略

第二节 中国中小旅行社 行业市场的关键客户战略实施

- 一、实施关键客户战略的必要性
- 二、合理确立关键客户
- 三、对关键客户的营销策略
- 四、强化关键客户的管理
- 五、实施关键客户战略要重点解决的问题

第三节 中国中小旅行社 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年中国中小旅行社 行业发展策略及投资建议

第一节中国中小旅行社 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 中国中小旅行社 行业定价策略分析

第三节中国中小旅行社 行业营销渠道策略

一、中小旅行社 行业渠道选择策略

二、中小旅行社 行业营销策略

第四节中国中小旅行社 行业价格策略

第五节 观研天下行业分析师投资建议

一、中国中小旅行社 行业重点投资区域分析

二、中国中小旅行社 行业重点投资产品分析

图表详见正文（GYJPZQ）

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/lyou/339648339648.html>