

# 2021年中国团队旅游市场分析报告- 行业竞争现状与前景评估预测

报告大纲

观研报告网

[www.chinabaogao.com](http://www.chinabaogao.com)

## 一、报告简介

观研报告网发布的《2021年中国团队旅游市场分析报告-行业竞争现状与前景评估预测》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/529763529763.html>

报告价格：电子版: 8200元 纸介版：8200元 电子和纸介版: 8500

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

团队旅游是以旅行社为主体的集体旅游方式，由旅行社或中介机构对旅行进行行程安排和计划，团队成员遵从旅行社安排统一进行旅行，采用包价方式一次性提前支付旅费并在某些项目上可享受团队折扣优惠的新型旅游方式。随着居民生活水平的提高以及旅游出行方式多元化，对旅游服务的需求和旅游体验感的要求也在不断增强，其中包括了对旅行社的服务满意度、旅游过程中的餐饮和住宿质量、交通工具的舒适程度以及景区的环境因素等，并且自驾游、自助游等新方式不断冲击着传统团队旅游市场。

### 一、供应商的议价能力

团队旅游的供应商是旅行社，其提供旅游产品的包括各大景区、合作酒店以及交通公司等。旅行社在组织旅游活动过程中最为重要的是解决景区门票以及酒店住宿等问题，这类旅游产品需要进行大规模团购，由于景区门票的供应商比较固定且拥有价格制定的主动权，所以旅行社在景区门票方面议价能力较差；而各景区酒店、餐馆以及交通公司较多，旅行社选择范围比较广，所以议价能力较强。总体来看，团队旅游供应商的议价能力处于中等，对团队旅游市场影响处于一般水平。

2015-2020年Q1我国旅行社数量统计情况 数据来源：文旅部

### 二、购买者的议价能力

团队旅游的购买者主要是指旅游者，而旅游产品并不是生活必需品，价格敏感度不高。因此作为买方，其议价能力主要在于购买的集中程度，若买方属于集体购买，购入旅游产品较多、数量较大，这类购买集中程度较高，则其议价能力较强；若买方属于个体购买，购入旅游产品不多、数量较少，此类购买集中程度较低，则其议价能力较弱。由此可以看出，服务购买者的议价能力取决于购买数量，议价能力的强弱与购买产品的数量呈正相关关系。

### 三、新进入者的威胁

近几年，旅游产业收入规模持续扩大带来社会综合效益不断提高，行业内也逐渐出现了市场份额的竞争者。目前，自驾游、自助游是团队旅游主要潜在竞争者，其进入壁垒较低，基本上只要拥有出游车辆就可进行旅游活动，并且已成为许多探险类游客、亲子类游客等旅游者的首选。但是，自驾游、自助游存在费用高、安全性不稳定等弊端，不适用于对旅游产品需求较多、数量较大的消费群体，所以潜在竞争者对团队旅游市场的影响较小。

2011-2019年我国旅游产业收入规模及增长情况 数据来源：文旅部

### 四、替代品的威胁

传统团队旅游最大的威胁则是“驴友组织”发展。“驴友组织”是由特定组织者根据自己的经验制定出旅游计划，并根据一定数量的游客来确定旅游活动，与团队旅游不同的是，“驴友组织”往往选择较为小众的旅行路线，安全性和观赏性有待考量，受到年轻人的追捧，但是在中老年市场中较为冷门，因此替代产品对团队旅游市场不会产生直接影响或间接影响较小。

## 五、同业竞争者的竞争程度

随着互联网产业迅速发展，我国旅游业逐渐从传统旅行业转型到电子商务旅行业，部分在线旅行社（OTA）网站迅速发展起来，如携程、去哪儿旅行、途牛等占据了大部分的旅游市场，线下旅行社也在寻求与线上旅行社的合作机会，但是这也没有阻碍团队旅游市场竞争的扩大。由于旅游者对于旅行产品的需求不断提升，个性化的旅游产品成为企业竞争强有力武器，但是由于个性化发展投入成本较高，这却与团队旅游“价廉”的初衷背道而驰。因此，目前各旅游企业都在尝试“物美价廉”旅游产品，团队旅游市场尚未形成垄断局面，整体行业竞争较为均衡，所以现存竞争者对团队旅游市场影响较大。

中国团队旅游行业相关企业 数据来源：公开资料整理（WYD）

中国报告网是观研天下集团旗下的业内资深行业分析报告、市场深度调研报告提供商与综合行业信息门户。《2021年中国团队旅游市场分析报告-行业竞争现状与前景评估预测》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。

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家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 2017-2020年中国团队旅游行业发展概述

## 第一节 团队旅游行业发展情况概述

- 一、团队旅游行业相关定义
- 二、团队旅游行业基本情况介绍
- 三、团队旅游行业发展特点分析

## 第二节 中国团队旅游行业上下游产业链分析

- 一、产业链模型原理介绍
- 二、团队旅游行业产业链条分析
- 三、中国团队旅游行业产业链环节分析
  - 1、上游产业
  - 2、下游产业

## 第三节 中国团队旅游行业生命周期分析

- 一、团队旅游行业生命周期理论概述
- 二、团队旅游行业所属的生命周期分析

## 第四节 团队旅游行业经济指标分析

- 一、团队旅游行业的赢利性分析
- 二、团队旅游行业的经济周期分析
- 三、团队旅游行业附加值的提升空间分析

## 第五节 中国团队旅游行业进入壁垒分析

- 一、团队旅游行业资金壁垒分析
- 二、团队旅游行业技术壁垒分析
- 三、团队旅游行业人才壁垒分析
- 四、团队旅游行业品牌壁垒分析
- 五、团队旅游行业其他壁垒分析

## 第二章 2017-2020年全球团队旅游行业市场发展现状分析

### 第一节 全球团队旅游行业发展历程回顾

### 第二节 全球团队旅游行业市场区域分布情况

### 第三节 亚洲团队旅游行业地区市场分析

- 一、亚洲团队旅游行业市场现状分析
- 二、亚洲团队旅游行业市场规模与市场需求分析
- 三、亚洲团队旅游行业市场前景分析

### 第四节 北美团队旅游行业地区市场分析

- 一、北美团队旅游行业市场现状分析
- 二、北美团队旅游行业市场规模与市场需求分析
- 三、北美团队旅游行业市场前景分析

## 第五节 欧盟团队旅游行业地区市场分析

- 一、欧盟团队旅游行业市场现状分析
- 二、欧盟团队旅游行业市场规模与市场需求分析
- 三、欧盟团队旅游行业市场前景分析

## 第六节 全球团队旅游行业重点企业分析

## 第七节 2021-2026年世界团队旅游行业分布走势预测

## 第八节 2021-2026年全球团队旅游行业市场规模预测

## 第三章 中国团队旅游产业发展环境分析

### 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、全社会消费品团队旅游总额
- 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 中国团队旅游行业政策环境分析

- 一、行业监管体制现状
- 二、行业主要政策法规

### 第三节 中国团队旅游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 中国团队旅游行业运行情况

### 第一节 中国团队旅游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 中国团队旅游行业市场规模分析

### 第三节 中国团队旅游行业供应情况分析

### 第四节 中国团队旅游行业需求情况分析

## 第五节 中国团队旅游行业供需平衡分析

## 第六节 中国团队旅游行业发展趋势分析

# 第五章 中国团队旅游所属行业运行数据监测

## 第一节 中国团队旅游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 中国团队旅游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 中国团队旅游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 2017-2020年中国团队旅游市场格局分析

## 第一节 中国团队旅游行业竞争现状分析

### 一、中国团队旅游行业竞争情况分析

### 二、中国团队旅游行业主要品牌分析

## 第二节 中国团队旅游行业集中度分析

### 一、中国团队旅游行业市场集中度分析

### 二、中国团队旅游行业企业集中度分析

## 第三节 中国团队旅游行业存在的问题

## 第四节 中国团队旅游行业解决问题的策略分析

## 第五节 中国团队旅游行业竞争力分析

### 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 2017-2020年中国团队旅游行业需求特点与动态分析

### 第一节 中国团队旅游行业消费市场动态情况

### 第二节 中国团队旅游行业消费市场特点分析

#### 一、需求偏好

#### 二、价格偏好

#### 三、品牌偏好

#### 四、其他偏好

### 第三节 团队旅游行业成本分析

### 第四节 团队旅游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 中国团队旅游行业价格现状分析

### 第六节 中国团队旅游行业平均价格走势预测

#### 一、中国团队旅游行业价格影响因素

#### 二、中国团队旅游行业平均价格走势预测

#### 三、中国团队旅游行业平均价格增速预测

## 第八章 2017-2020年中国团队旅游行业区域市场现状分析

### 第一节 中国团队旅游行业区域市场规模分布

### 第二节 中国华东地区团队旅游市场分析

#### 一、华东地区概述

#### 二、华东地区经济环境分析

#### 三、华东地区团队旅游市场规模分析

#### 四、华东地区团队旅游市场规模预测

### 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、华中地区团队旅游市场规模分析

#### 四、华中地区团队旅游市场规模预测

### 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、华南地区团队旅游市场规模分析



## 四、华南地区团队旅游市场规模预测

### 第九章 2017-2020年中国团队旅游行业竞争情况

#### 第一节 中国团队旅游行业竞争结构分析（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 中国团队旅游行业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 中国团队旅游行业竞争环境分析（PEST）

一、政策环境

二、经济环境

三、社会环境

四、技术环境

### 第十章 团队旅游行业企业分析（随数据更新有调整）

#### 第一节 企业

一、企业概况

二、主营业务

三、发展现状

四、优劣势分析

#### 第二节 企业

一、企业概况

二、主营业务

三、发展现状

四、优劣势分析

#### 第三节 企业

一、企业概况

二、主营业务

三、发展现状

#### 四、优劣势分析

##### 第四节 企业

###### 一、企业概况

###### 二、主营业务

###### 三、发展现状

###### 四、优劣势分析

##### 第五节 企业

###### 一、企业概况

###### 二、主营业务

###### 三、发展现状

###### 四、优劣势分析

### 第十一章 2021-2026年中国团队旅游行业发展前景分析与预测

#### 第一节 中国团队旅游行业未来发展前景分析

##### 一、团队旅游行业国内投资环境分析

##### 二、中国团队旅游行业市场机会分析

##### 三、中国团队旅游行业投资增速预测

#### 第二节 中国团队旅游行业未来发展趋势预测

#### 第三节 中国团队旅游行业市场发展预测

##### 一、中国团队旅游行业市场规模预测

##### 二、中国团队旅游行业市场规模增速预测

##### 三、中国团队旅游行业产值规模预测

##### 四、中国团队旅游行业产值增速预测

##### 五、中国团队旅游行业供需情况预测

#### 第四节 中国团队旅游行业盈利走势预测

##### 一、中国团队旅游行业毛利润同比增速预测

##### 二、中国团队旅游行业利润总额同比增速预测

### 第十二章 2021-2026年中国团队旅游行业投资风险与营销分析

#### 第一节 团队旅游行业投资风险分析

##### 一、团队旅游行业政策风险分析

##### 二、团队旅游行业技术风险分析

##### 三、团队旅游行业竞争风险分析

##### 四、团队旅游行业其他风险分析

#### 第二节 团队旅游行业企业经营发展分析及建议

一、团队旅游行业经营模式

二、团队旅游行业销售模式

三、团队旅游行业创新方向

第三节 团队旅游行业应对策略

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 2021-2026年中国团队旅游行业发展战略及规划建议

第一节 中国团队旅游行业品牌战略分析

一、团队旅游企业品牌的重要性

二、团队旅游企业实施品牌战略的意义

三、团队旅游企业品牌的现状分析

四、团队旅游企业的品牌战略

五、团队旅游品牌战略管理的策略

第二节 中国团队旅游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 中国团队旅游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 2021-2026年中国团队旅游行业发展策略及投资建议

第一节 中国团队旅游行业产品策略分析

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 中国团队旅游行业定价策略分析

第三节 中国团队旅游行业营销渠道策略

一、团队旅游行业渠道选择策略

二、团队旅游行业营销策略

第四节 中国团队旅游行业价格策略

第五节 观研天下行业分析师投资建议

一、中国团队旅游行业重点投资区域分析

二、中国团队旅游行业重点投资产品分析

图表详见正文 . . . . .

更多好文每日分享，欢迎关注公众号

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/lyyou/529763529763.html>