

# 2018年中国旅游服务市场分析报告- 行业运营态势与发展前景研究

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《2018年中国旅游服务市场分析报告-行业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/lyyou/342205342205.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

“营业税改增值税”改革（以下简称“营改增”）于2012年1月开始试点，并于2016年5月1日开始在全国范围内全面推行营改增，将建筑业、房地产业、金融业、生活服务业等全部营业税纳税人，改为缴纳增值税。它是我国财税制度改革的重要内容，能有效消除两税并行体制下经济发展壁垒、改善重复征税、改进税收征管体系、提高税收征管效率，逐步实际与国际税制接轨。旅游服务业属于生活服务业的范畴，随着国家经济的高速发展及人民生活水平的不断提高，旅游服务业在整个经济产业链中占据了越来越重要的地位。旅游服务业具有客户人群多样、业务链条长、跨地域性等特征。由于旅游服务业实际操作中的特殊性，在推行“营改增”的过程中遇到一些问题，本文针对这些问题提出了系列的改善措施供大家探讨。

### 一、“营改增”旅游服务业的相关政策

#### （一）旅游服务行业的特殊性

旅游服务业涵盖吃、住、行、游、娱、购等方面，以无形的服务类产品为主，且人力成本占比大、固定资产及存货占比少、供应商类型多样化，且直接面对最终消费者，却并不掌握资源，属于微利行业等独特性。因此，代收代付款项占比高，成本主要涉及餐饮、住宿、交通、景区门票、手续费、地接费等费用，从上游供应商处全额获得进项税抵扣的难度大。

如果不考虑其行业特点，按照一般增值税操作销进抵扣，势必导致企业税负增加，转嫁给最终消费者。为此，中国旅行社协会于2015年8月向财政部、国家税务总局发函，要求出于对旅行服务业独特性的考虑，提出对旅游服务业企业可延续营业税制下的差额征税政策，但不得开具增值税专用发票，营业额为直接扣除各项旅游类成本项目的差额、适用增值税率为6%等建议，该建议函的主要内容被采纳。

#### （二）“营改增”旅游服务业的相关政策

《财政部、国家税务总局关于全面推开营业税改征增值税试点的通知》（财税〔2016〕36号）（以下简称财税〔2016〕36号文）中对明确旅游服务定义，是指根据旅游者的要求，组织安排交通、游览、住宿、餐饮、购物、文娱、商务等服务的业务活动。并规定试点纳税人提供旅游服务，一般纳税人适用6%的税率，小规模纳税人采用3%的简易征收税率，并可以选择以取得的全部价款和价外费用，扣除向旅游服务购买方收取并支付给其他单位或者个人的住宿费、餐饮费、交通费、签证费、门票费和支付给其他接团旅游企业的旅游费用后的余额为销售额。借鉴了原营业税制度中的作法，还在原基础上补充了签证费。另外，也

明确了餐饮、交通、景区门票等行业都不能开具增值税专用发票。

## 二、“营改增”旅游服务业实际操作过程中遇到的问题

### （一）单项服务如何定义的问题

大部分旅游服务企业都会有单项服务提供，如提供酒店预订、安排交通或门票预订，是否也属于旅游服务，可否按差额缴纳增值税。各地区税务局给出了不同的解读，有的认为可以算旅游服务，适用差额征收；有的则认为单项服务应该认定为经纪代理服务。财税〔2016〕36号文中对经纪代理服务的定义，是指各类经纪、中介、代理服务。包括金融代理、知识产权代理、货物运输代理、代理报关、法律代理、房地产中介、职业中介、婚姻中介、代理记账、拍卖等。可见，单项服务内容与经纪代理业务亦不相同，或应称代销服务，目前在增值税中尚未明确立法。

### （二）发票管理问题

由于增值税的最大特点就是以发票来规范纳税管理，由于行业特殊性，发票管理上仍然遇到很多问题。

#### 发票管理问题

1. 成本发票的收集。虽然旅游服务业可以选择差额征收，但成本票据金额零散，数量较多，且部分均为游客个人抬头，在旅游活动中需个人持有操作，这就对收集票据增加了难度，遗失票据的情况屡有发生。如门票、机票、火车票等，尤其是门票，由于大部分印制了景点介绍等信息，很多游客希望能作为纪念保存而不愿交给旅游服务企业回收。

2. 机票退改签费用发票。旅游服务企业一般在机票退改签业务操作中仅是代收代付，并无增值收入，按相关规定发票应由航空公司来提供，但航空公司只有行程单一种票据类型提供，而退改签费用又无法进入行程单系统，导致客户只能向旅游服务企业索取发票，开票后由于无法获得增值税专用发票进行进项税抵扣，税负成本将从航空公司转嫁给旅游企业。

资料来源：公开资料整理

### （三）仍存在较多抵扣项目的限制

旅游服务企业大多为劳动密集型企业，人员成本及相关支出占比在70%以上。虽然财税〔2016〕36号文中列出了一部分可扣除的成本项目，其实还有占比较高的人力成本无法抵扣，还有与人员相关的差旅费、招待费中的餐饮部分均无法取得增值税专用发票，而不得抵扣进项税额，三、相关问题的应对措施

### （一）单项服务的处理还需完善相关规定

有些地区税务局为了明确界定旅游服务的内容，则根据《旅游法》包价旅游合同的定义中提到的提供交通、住宿、餐饮、游览、导游或者领队等两项以上旅游服务，来确认只有提供两项以上的以上服务才适用于旅游服务差额征税，单项服务则被归入经纪代理。以机票业务为例，如提供全额发票给客户，只能全额计销项，而财税〔2016〕36号文中明确规定“购进的旅客运输服务项目的进项税额不得从销项税额中抵扣”，导致即使旅游服务企业从航空公司取得进项专用发票也不能抵扣进项。为了不增加税负，只能提供行程单+手续费发票给客人，但机票行程单打印存在有效期，如遇客人超过有效期来索要，只能提供全额发票。即使将全部行程单先行打印，由于数量巨大，后期的管理查找也是有很大的困难，境外业务会更复杂。需要在实际操作中根据实际情况进一步探讨它的合理和合规性，也希望税务总局能更进一步完善相关规定，采取差额或电子行程单等方式，将营改增的优势更好地带给企业。

### （二）上下游供应商行业的配合

发票管理及收集上还需要各上游供应商行业操作规范的配合，对于统一结算的产品，不再单独为客人提供票据，而是统一开具发票给下游的旅游服务企业，景点门票可以提供纪念性的电子票券给客人（不具备发票功能）。

机票的退改签发票还需要中国航协及税务总局共同出台相关规定来规范航空公司的操作，过渡时期可否允许旅游服务企业代为开具零税率的普通发票给客人，以保证旅游服务企业的正常运营及利益。

### （三）旅游服务企业加强成本费用支出管理

针对人力支出无法抵扣的项目，可充分发挥劳务服务机构的作用，将一部分的人力支出成本请其代为服务，取得进项发票。差旅中的住宿服务可利用自己的酒店资源，选择有一般纳税资格的供应商合作。尽可能地优化供应商结构，更多的争取可抵扣项目，降低企业整体税赋。

## 四、结语

自改革开放以来，我国的经济发展成效显著，但是旅游服务业的起步时间相对较晚，面对经济全球化的大趋势，旅游服务业在交通越来越便利，人民生活水平飞速提高的大环境

下取得了高速发展，并成为了国民经济的重要增长点，“营改增”的实施是当代社会发展的必然结果，其能较好的降低旅游服务业的税负压力，但是从短期的实施效果来看，“营改增”政策的推广给旅游服务业带来了相对较大的压力和挑战，相关的业内人士必须充分掌握“营改增”的政策，意识到“营改增”对旅游服务业发展的重要影响与作用，发现其中存在的问题，并提出相应的对策和建议，保证我国旅游服务业的快速发展，本文从“营改增”中旅游服务业的相关政策切入，并对其存在的问题和对策进行分析探究，为进一步加强旅游服务企业增值税工作的开展做出努力。（GYWWJP）

观研天下发布的《2018年中国旅游服务市场分析报告-行业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年中国旅游服务行业发展概述

#### 第一节 旅游服务行业发展情况概述

- 一、旅游服务行业相关定义
- 二、旅游服务行业基本情况介绍
- 三、旅游服务行业发展特点分析

## 第二节 中国旅游服务行业上下游产业链分析

### 一、产业链模型原理介绍

### 二、旅游服务行业产业链条分析

### 三、中国旅游服务行业产业链环节分析

#### 1、上游产业

#### 2、下游产业

## 第三节 中国旅游服务行业生命周期分析

### 一、旅游服务行业生命周期理论概述

### 二、旅游服务行业所属的生命周期分析

## 第四节 旅游服务行业经济指标分析

### 一、旅游服务行业的赢利性分析

### 二、旅游服务行业的经济周期分析

### 三、旅游服务行业附加值的提升空间分析

## 第五节 中国旅游服务行业进入壁垒分析

### 一、旅游服务行业资金壁垒分析

### 二、旅游服务行业技术壁垒分析

### 三、旅游服务行业人才壁垒分析

### 四、旅游服务行业品牌壁垒分析

### 五、旅游服务行业其他壁垒分析

## 第二章 2016-2018年全球旅游服务行业市场发展现状分析

### 第一节 全球旅游服务行业发展历程回顾

### 第二节 全球旅游服务行业市场区域分布情况

### 第三节 亚洲旅游服务行业地区市场分析

#### 一、亚洲旅游服务行业市场现状分析

#### 二、亚洲旅游服务行业市场规模与市场需求分析

#### 三、亚洲旅游服务行业市场前景分析

### 第四节 北美旅游服务行业地区市场分析

#### 一、北美旅游服务行业市场现状分析

#### 二、北美旅游服务行业市场规模与市场需求分析

#### 三、北美旅游服务行业市场前景分析

### 第五节 欧盟旅游服务行业地区市场分析

#### 一、欧盟旅游服务行业市场现状分析

#### 二、欧盟旅游服务行业市场规模与市场需求分析

#### 三、欧盟旅游服务行业市场前景分析

第六节 2018-2024年世界旅游服务行业分布走势预测

第七节 2018-2024年全球旅游服务行业市场规模预测

### 第三章 中国旅游服务产业发展环境分析

#### 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、全社会消费品旅游服务总额

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 中国旅游服务行业政策环境分析

一、行业监管体制现状

二、行业主要政策法规

#### 第三节 中国旅游服务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 中国旅游服务行业运行情况

#### 第一节 中国旅游服务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 中国旅游服务行业市场规模分析

#### 第三节 中国旅游服务行业供应情况分析

#### 第四节 中国旅游服务行业需求情况分析

#### 第五节 中国旅游服务行业供需平衡分析

#### 第六节 中国旅游服务行业发展趋势分析

### 第五章 中国旅游服务所属行业运行数据监测

#### 第一节 中国旅游服务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 中国旅游服务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 中国旅游服务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年中国旅游服务市场格局分析

### 第一节 中国旅游服务行业竞争现状分析

#### 一、中国旅游服务行业竞争情况分析

#### 二、中国旅游服务行业主要品牌分析

### 第二节 中国旅游服务行业集中度分析

#### 一、中国旅游服务行业市场集中度分析

#### 二、中国旅游服务行业企业集中度分析

### 第三节 中国旅游服务行业存在的问题

### 第四节 中国旅游服务行业解决问题的策略分析

### 第五节 中国旅游服务行业竞争力分析

#### 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年中国旅游服务行业需求特点与价格走势分析

### 第一节 中国旅游服务行业消费特点

### 第二节 中国旅游服务行业消费偏好分析

#### 一、需求偏好

#### 二、价格偏好

三、品牌偏好

四、其他偏好

第三节 旅游服务行业成本分析

第四节 旅游服务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 中国旅游服务行业价格现状分析

第六节 中国旅游服务行业平均价格走势预测

一、中国旅游服务行业价格影响因素

二、中国旅游服务行业平均价格走势预测

三、中国旅游服务行业平均价格增速预测

第八章 2016-2018年中国旅游服务行业区域市场现状分析

第一节 中国旅游服务行业区域市场规模分布

第二节 中国华东地区旅游服务市场分析

一、华东地区概述

二、华东地区经济环境分析

三、华东地区旅游服务市场规模分析

四、华东地区旅游服务市场规模预测

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、华中地区旅游服务市场规模分析

四、华中地区旅游服务市场规模预测

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、华南地区旅游服务市场规模分析

第九章 2016-2018年中国旅游服务行业竞争情况

第一节 中国旅游服务行业竞争结构分析（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 中国旅游服务行业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 中国旅游服务行业竞争环境分析（PEST）

一、政策环境

二、经济环境

三、社会环境

四、技术环境

第十章 旅游服务行业企业分析（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年中国旅游服务行业发展前景分析与预测

### 第一节 中国旅游服务行业未来发展前景分析

#### 一、旅游服务行业国内投资环境分析

#### 二、中国旅游服务行业市场机会分析

### 三、中国旅游服务行业投资增速预测

#### 第二节中国旅游服务行业未来发展趋势预测

#### 第三节中国旅游服务行业市场发展预测

##### 一、中国旅游服务行业市场规模预测

##### 二、中国旅游服务行业市场规模增速预测

##### 三、中国旅游服务行业产值规模预测

##### 四、中国旅游服务行业产值增速预测

##### 五、中国旅游服务行业供需情况预测

#### 第四节中国旅游服务行业盈利走势预测

##### 一、中国旅游服务行业毛利润同比增速预测

##### 二、中国旅游服务行业利润总额同比增速预测

## 第十二章 2018-2024年中国旅游服务行业投资风险与营销分析

### 第一节 旅游服务行业投资风险分析

#### 一、旅游服务行业政策风险分析

#### 二、旅游服务行业技术风险分析

#### 三、旅游服务行业竞争风险分析

#### 四、旅游服务行业其他风险分析

### 第二节 旅游服务行业企业经营发展分析及建议

#### 一、旅游服务行业经营模式

#### 二、旅游服务行业销售模式

#### 三、旅游服务行业创新方向

### 第三节 旅游服务行业应对策略

#### 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年中国旅游服务行业发展策略及投资建议

### 第一节 中国旅游服务行业品牌战略分析

#### 一、旅游服务企业品牌的重要性

#### 二、旅游服务企业实施品牌战略的意义

#### 三、旅游服务企业品牌的现状分析

#### 四、旅游服务企业的品牌战略

#### 五、旅游服务品牌战略管理的策略

### 第二节中国旅游服务行业市场的关键客户战略实施

- 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 中国旅游服务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年中国旅游服务行业发展策略及投资建议

### 第一节 中国旅游服务行业产品策略分析

- 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 中国旅游服务行业定价策略分析

### 第三节 中国旅游服务行业营销渠道策略

- 一、旅游服务行业渠道选择策略
- 二、旅游服务行业营销策略

### 第四节 中国旅游服务行业价格策略

### 第五节 观研天下行业分析师投资建议

- 一、中国旅游服务行业重点投资区域分析
- 二、中国旅游服务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/lvyou/342205342205.html>