

中国会奖旅游行业市场调查与盈利空间研究报告 (2014-2019)

报告大纲

一、报告简介

观研报告网发布的《中国会奖旅游行业市场调查与盈利空间研究报告（2014-2019）》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/193821193821.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

第一章会奖旅游发展概述

1.1 会奖旅游概念界定

1.1.1 会奖旅游的形成

1.1.2 会展业与旅游业的关系

1.1.3 会奖旅游概念界定

1.1.4 会奖旅游的特点

1.2 会奖旅游市场开发特点及趋势

1.2.1 会奖旅游市场开发特点

1.2.2 会奖旅游市场开发的趋势

1.3 会奖旅游发展环境分析

1.3.1 会奖旅游行业政策环境分析

1.3.2 会奖旅游行业经济环境分析

1.3.3 会奖旅游行业消费环境分析

1.3.4 会奖旅游行业社会环境分析

第二章国外会奖旅游发展状况分析

2.1 国外会奖旅游发展状况概述

2.2 欧美国家会奖旅游发展状况分析

2.3 亚太地区会奖旅游发展状况分析

2.4 对中国会奖旅游发展的借鉴意义

第三章国内外旅游市场发展状况分析

3.1 全球旅游市场发展分析

3.1.1 全球旅游人数分析

3.1.2 全球国际旅游收入分析

3.2 中国国内旅游市场发展分析

3.2.1 旅游产品生命周期影响因素分析

3.2.2 国内旅游行业发展规模分析

(1) 国内旅游人数

(2) 国内旅游收入

(3) 国内旅游人均花费

3.2.3 国内旅游行业发展特征分析

3.2.4 中国国内旅游市场发展预测

3.3 中国入境游市场发展分析

3.3.1 中国入境旅游发展概况

3.3.2 中国入境游主要特点

3.3.3 入境旅游发展趋势预测

3.4 中国出境旅游发展概况

3.4.1 中国出境旅游发展概况分析

3.4.2 中国出境旅游目的地分析

第四章 中国会展旅游相关行业发展分析

4.1 酒店行业发展状况分析

4.2 餐饮行业发展状况分析

4.3 旅游景区建设情况分析

4.4 会展行业发展状况分析

第五章 奖励旅游市场发展状况分析

5.1 奖励旅游市场概述

5.1.1 奖励旅游发展进程分析

5.1.2 奖励旅游特征

5.1.3 奖励旅游组织市场的类型和特征

(1) 基于激励性的奖励旅游

(2) 基于奖励性质的商务差旅

(3) 基于福利性质的奖励旅游

5.2 奖励旅游市场调研分析

5.2.1 商务旅行者的年龄比例调研

5.2.2 商务旅行者最重视的因素调研

5.2.3 不同区域商务旅行者最重视的任务调研

5.2.4 推行奖励旅游的企业占比情况调研

5.3 中国奖励旅游市场现状分析

5.3.1 奖励旅游发展概况

5.3.2 奖励旅游市场规模分析

5.3.3 奖励旅游市场竞争格局分析

5.4 中国奖励旅游发展前景分析

第六章 会展旅游发展状况分析

6.1 会展旅游与会展业及旅游业的关系分析

6.1.1 会展业与旅游业的关系分析

6.1.2 会展旅游与会展业及旅游业的关系分析

6.2 会展旅游发展动力体系

6.2.1 支持型动力因素

6.2.2 推动型动力因素

6.2.3 重大赛事对会展旅游的推动作用影响分析

6.3 会展旅游发展现状分析

6.3.1 会展旅游发展状况概述

6.3.2 会展旅游市场规模分析

6.3.3 我国会展旅游存在的问题

6.4 我国会展旅游发展趋势分析

第七章 会展旅游市场营销策略分析

7.1 会展旅游营销主体分析

7.1.1 城市

- (1) 核心驱动力
- (2) 导向驱动因子
- (3) 外部限制因子
- (4) 内部限制因子

7.1.2 会展旅游业者

7.2 会展旅游城市营销策略

7.2.1 会展旅游城市形象策略

7.2.2 会展旅游城市节事营销策略

7.3 会展旅游企业营销策略

7.3.1 市场定位策略

- (1) 主办导向定位策略
- (2) 展商导向定位策略
- (3) 观众导向定位策略
- (4) 消费者导向定位策略

7.3.2 会展旅游产品营销策略

第八章 中国会展旅游行业重点区域发展分析

8.1 中国会展旅游行业区域发展概况

8.2 北京会展旅游行业发展分析

8.3 上海会展旅游行业发展分析

8.4 广州会展旅游行业发展分析

8.5 武汉会展旅游行业发展分析

8.6 成都会展旅游行业发展分析

8.7 昆明市旅游行业发展情况分析

第九章 会展旅游领先企业经营分析

9.1 会展旅游领先企业总体发展状况

9.2 旅行社开展会展旅游业务领先企业经营情况分析

9.2.1 北京凯撒国际旅行社有限责任公司经营情况分析

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业经营情况分析
- (3) 企业最新发展动向分析

9.2.2 中青旅控股股份有限公司

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业经营情况分析
- (3) 企业最新发展动向分析

9.2.3 中国国旅股份有限公司

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业经营情况分析
- (3) 企业最新发展动向分析

9.2.4 黄山旅游发展股份有限公司

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业经营情况分析
- (3) 企业最新发展动向分析

9.2.5 北京首都旅游股份有限公司

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业经营情况分析
- (3) 企业最新发展动向分析

9.2.6 西安旅游股份有限公司

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业经营情况分析
- (3) 企业最新发展动向分析

9.2.7 中国康辉旅行社集团有限责任公司

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业经营情况分析
- (3) 企业最新发展动向分析

第十章会奖旅游发展前景及投资建议

10.1 会奖旅游行业发展前景分析

10.2 会奖旅游行业投资建议

10.2.1 会奖旅游行业投资环境分析

10.2.2 会奖旅游行业投资机会分析

特别说明：报告书中的信息和数据部分会随时间变化补充更新，报告发行年份对报告质量不会有任何影响，并有助于降低企事业单位投资风险。

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/lvyou/193821193821.html>