

2016-2022年中国旅行社市场动向调研及投资规划 研究报告

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《2016-2022年中国旅行社市场动向调研及投资规划研究报告》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/239244239244.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

旅行社（Travel Agency），世界旅游组织给出的定义为“零售代理机构向公众提供关于可能的旅行、居住和相关服务，包括服务佣金和条件的信息。旅行组织者或制作批发商或批发商在旅游需求提出前，以组织交通运输，预订不同的住宿和提出所有其他服务为旅行和旅居做准备。”的行业机构。我国《旅行社管理条例》中指出：旅行社是指以营利为目的，从事旅游业务的企业。其中旅游业务是指为旅游者代办出境、入境和签证手续，招徕、接待旅游者，为旅游者安排食宿等有偿服务的经营活动。旅行社的营运项目通常包括了各种交通运输票券（例如机票、巴士票与船票），套装行程，旅行保险，旅行书籍等的销售，与国际旅行所需的证照（例如护照、签证）的咨询代办。最小的旅行社可能只有一人，最大的旅行社则全球都有分店。从旅行社衍生的职业有：领队、导游、票务员、签证专员、计调员（旅游操作）等。经营旅行社是必须要持有当局发出的有效牌照，并且必须是某指定旅行社商会的会员才能经营旅行团，进行带团旅行。

中国报告网发布的《2016-2022年中国旅行社市场动向调研及投资规划研究报告》首先介绍了旅行社行业市场相关概念、分类、应用、经营模式，行业全球及中国市场现状，产业政策生产工艺技术等，接着统计了行业部分企业盈利、负债、成长能力等详细数据，对行业现有竞争格局与态势做了深度剖析；结合产业上下游市场、营销渠道及中国政策环境，经济环境，对行业未来投资前景作出审慎分析与预测。

【报告大纲】

第一章 中国旅行社行业定义及外部影响因素分析 22

1.1 旅行社行业发展综述 22

1.1.1 旅行社定义 22

1.1.2 旅行社行业界定 22

1.1.3 旅行社行业属性 22

（1）行业所处的生命周期 22

（2）行业对经济周期的反应 24

1.1.4 旅行社行业特性 24

（1）季节性特点 24

（2）地域性特点 26

1.1.5 旅行社行业发展阶段 26

1.2 旅行社行业发展环境分析 28

1.2.1 旅行社行业政策环境分析 28

（1）旅行社行业管理体制 28

（2）旅行社行业发展政策及法律法规 28

（3）旅行社行业标准 30

1.2.2 国内外宏观经济走势分析	32
(1) 国际经济环境分析	32
(2) 国内经济环境分析	36
(3) 宏观经济对行业的影响	37
1.2.3 旅行社行业安全环境分析	37
(1) 旅游事故情况	37
(2) 旅游事故对潜在游客心理的影响	38
(3) 旅游事故对旅行社的影响	39
1.2.4 旅游业社会环境分析	39
(1) 法定节假日和带薪假期实施	39
(2) 人口年龄结构	40
(3) 社会结构	41
1.2.5 旅行社行业消费环境分析	43
(1) 商品零售分析	43
(2) 消费支出结构分析	43
(3) 消费结构升级	44
第二章 中国旅行社关联行业发展现状及前景预测	45
2.1 旅游业发展现状及前景预测	45
2.1.1 中国旅游景区发展分析	45
(1) 旅游景区资源基本情况	45
(2) 旅游景区经营业绩分析	46
(3) 旅游景区的群落共生效应	48
2.1.2 全球旅游市场发展分析	49
(1) 全球国际旅游人数分析	49
(2) 全球国际旅游收入分析	50
(3) 全球国际旅游支出分析	51
2.1.3 中国旅游市场发展分析	51
(1) 国内旅游市场发展分析	51
(2) 入境旅游市场发展分析	52
(3) 出境旅游市场发展分析	57
2.1.4 中国旅游市场发展预测	58
(1) 中国国内旅游市场发展预测	58
(2) 入境旅游市场发展预测	59
(3) 出境旅游市场发展预测	60
2.2 酒店业发展现状及前景预测	60

2.2.1 星级饭店发展分析 60

(1) 星级酒店市场总体经营情况 60

(2) 不同星级酒店经营指标分析 61

(3) 不同地区酒店经营情况分析 62

2.2.2 经济型连锁酒店发展分析 62

(1) 经济型酒店规模分析 62

(2) 经济型酒店区域分布情况 63

(3) 经济型酒店产品结构 64

(4) 经济型酒店竞争格局 65

(5) 内外资经济型酒店核心竞争力比较 65

(6) 经济型酒店发展模式分析 67

2.2.3 酒店业发展趋势和前景分析 69

(1) 中国酒店业发展趋势 69

(2) 酒店业发展前景分析 70

2.3 餐饮业发展现状及前景预测 72

2.3.1 我国餐饮业发展状况 72

2.3.2 餐饮业消费特征分析 73

2.3.3 餐饮业集中度分析 74

2.3.4 餐饮业经营现状及对策分析 75

(1) 现状：餐饮业在波动中缓慢回升 75

(2) 现象：大众化餐饮发展势头强劲推动部分省市回暖 76

(3) 现象：行业景气指数小幅上升，企业用工需求继续下降 76

(4) 问题：高端餐企政策限制，大众餐饮成本上升 76

(5) 对策：高端餐企改变战略 77

2.3.5 餐饮业发展趋势及前景预测 78

(1) 中国餐饮行业发展趋势 78

(2) 中国餐饮行业发展前景预测 79

2.4 会展业发展现状及前景预测 80

2.4.1 会展行业规模分析 80

(1) 展览场馆规模 80

1) 展览场馆总体规模 80

2) 展览场馆数量区域分布 81

3) 展览场馆面积区域分布 82

(2) 展会数量与面积 84

1) 整体情况 84

- 2) 区域情况 84
 - 2.4.2 展会分布情况 85
 - (1) 展会时间分布 85
 - (2) 展会类型分布 86
 - (3) 展会行业分布 87
 - (4) 展会展期分布 88
 - 2.4.3 中国会展行业竞争分析 89
 - (1) 会展行业竞争现状分析 89
 - (2) 会展行业优劣势分析 89
 - 2.4.4 会展业与旅游业的对接分析 90
 - (1) 会展业与旅游业对接基础 91
 - (2) 国内会展业与旅游业对接现状 91
 - (3) 会展业与旅游业对接策略 92
 - 2.4.5 会展业与旅游业融合发展前景展望 93
- 第三章 中国旅行社行业发展现状及前景预测 95
 - 3.1 旅行社行业发展现状分析 95
 - 3.1.1 旅行社资产及从业人员 95
 - 3.1.2 旅行社经营情况分析 96
 - (1) 总体经营情况 96
 - (2) 行业盈利结构 96
 - 3.1.3 旅行社行业发展规模 98
 - (1) 旅行社市场规模 98
 - (2) 旅行社数量规模 98
 - 3.1.4 旅行社行业区域发展情况 99
 - (1) 旅行社区域分布格局 99
 - (2) 旅行社各地区数量规模 100
 - (3) 旅行社行业区域集中度 102
 - (4) 旅行社行业区域国际化情况 103
 - 3.1.5 旅行社行业竞争格局分析 104
 - (1) 行业议价能力分析 104
 - (2) 行业竞争情况分析 104
 - (3) 行业潜在威胁分析 105
 - (4) 旅行社行业竞争建议 105
 - 3.2 旅行社行业转型分析 106
 - 3.2.1 旅行社行业发展阶段 106

- 3.2.2 旅行社行业分工体系 106
- 3.2.3 国际旅行社行业的发展借鉴 108
 - (1) “垂直分工”为主的分工体系 108
 - (2) 欧美旅行社的一体化进程 110
 - (3) 国际成功旅行社的基本模式 112
- 3.2.4 旅行社业务转型建议 114
 - (1) 增加新型服务项目 114
 - (2) 增强电子商务功能 115
 - (3) 走融合发展之路 115
- 3.3 旅行社行业热点问题讨论 116
 - 3.3.1 导游体制改革 116
 - (1) 导游方面存在的主要问题及其原因 116
 - (2) 遏制、扭转“零负团费”操作模式 118
 - (3) 加强对导游管理机构的监管 118
 - (4) 明确导游的职业定位 119
 - (5) 建立合理透明的薪酬制度 119
 - (6) 改革完善导游准入-退出机制 120
 - (7) 完善导游分类和等级制度 120
 - (8) 促进导游协会的建设和发展 121
 - 3.3.2 旅行社行业发展存在的问题及对策建议 121
 - (1) 旅行社行业发展存在的问题 121
 - (2) 旅行社行业发展对策建议 124
- 3.4 旅行社行业前景预测 125
 - 3.4.1 旅行社业发展影响因素 125
 - (1) 有利因素 125
 - (2) 不利因素 127
 - 3.4.2 旅行社业发展前景分析 128
 - 3.4.3 旅行社业发展规模预测 130
- 第四章 中国旅行社主营业务经营情况分析 132
 - 4.1 旅行社国内游业务结构分析 132
 - 4.2 旅行社国内游业务经营情况分析 134
 - 4.2.1 旅行社国内游业务特点分析 134
 - 4.2.2 旅行社国内游组织和接待情况 135
 - (1) 旅行社国内游组织情况 135
 - (2) 旅行社国内游接待情况 136

4.2.3 旅行社国内游业务营业收入和利润情况	138
4.3 旅行社入境游业务经营情况分析	138
4.3.1 旅行社入境游业务特点分析	138
4.3.2 旅行社入境游外联和接待情况	139
(1) 旅行社入境游外联情况	139
(2) 旅行社入境游接待情况	141
(3) 旅行社入境游客源地国家或地区情况	142
4.3.3 旅行社入境游业务营业收入和利润情况	143
4.4 旅行社出境游业务经营情况分析	144
4.4.1 旅行社出境游业务特点分析	144
4.4.2 旅行社出境游组织情况	145
(1) 旅行社出境游组织情况	145
(2) 旅行社出境游目的地国家或地区情况	147
4.4.3 旅行社出境游业务营业收入和利润情况	149
4.5 旅行社其他业务发展潜力分析	149
4.5.1 旅行社商务会奖旅游业务发展潜力分析	149
4.5.2 旅行社票务代理业务发展潜力分析	152
4.5.3 旅行社签证业务发展潜力分析	152
4.5.4 旅行社游轮旅游业务发展潜力分析	153
(1) 世界邮轮旅游业快速增长	153
(2) 中国邮轮旅游市场阶段	156
(3) 中国游轮市场政策分析	157
第五章 中国旅行社行业市场开发及营销策略研究	159
5.1 不同群体旅游市场开发分析	159
5.1.1 农民旅游市场开发分析	159
(1) 开发农民旅游市场的可行性	159
(2) 农民旅游心理研究	159
(3) 农民旅游活动中存在的问题分析	159
(4) 农民旅游市场开发对策研究	161
5.1.2 大学生旅游市场开发分析	163
(1) 开发大学生旅游市场的可行性	163
(2) 大学生旅游心理分析	165
(3) 大学生旅游市场的特征	166
(4) 大学生旅游市场的开发策略	167
5.1.3 老年旅游市场开发分析	170

- (1) 开发老年旅游市场的可行性 170
- (2) 老年旅游的现状和特点分析 171
- (3) 老年旅游市场的开发策略 172
- 5.1.4 女性旅游市场开发分析 174
 - (1) 女性旅游类型及心理分析 174
 - (2) 女性旅游营销策略及建议 176
 - (3) 女性消费者的旅游营销启示 177
- 5.2 不同形式旅游市场开发分析 179
 - 5.2.1 自助旅游市场开发分析 179
 - (1) 自助旅游的概念 179
 - (2) 自助旅游市场发展情况 179
 - (3) 自助旅游在发展中障碍 180
 - (4) 自助旅游的发展趋势 182
 - 5.2.2 散客旅游市场开发分析 183
 - (1) 散客旅游概念 183
 - (2) 散客旅游市场的营销策略 183
 - (3) 散客旅游市场的发展趋势 185
 - 5.2.3 组团旅游市场开发分析 185
 - (1) 组团与散客旅游差异化分析 186
 - (2) 组团旅游市场开发策略分析 186
 - (3) 组团旅游市场发展趋势分析 188
- 5.3 旅行社行业营销策略研究 189
 - 5.3.1 旅行社行业4P营销策略 189
 - (1) 产品策略 189
 - (2) 价格策略 191
 - (3) 分销策略 194
 - (4) 促销策略 198
 - 5.3.2 旅行社行业4C营销策略 202
 - 5.3.3 旅行社行业4R营销策略 203
 - (1) 关联 (Related) 203
 - (2) 反应速度 (Response speed) 204
 - (3) 关系营销 (Relation) 204
 - (4) 回报 (Return) 204
 - 5.3.4 旅行社品牌化经营策略 205
 - (1) 品牌化经营的意义 205

- (2) 旅行社品牌化经营的具体措施 206
- 5.3.5 旅行社绿色营销策略分析 209
 - (1) 绿色营销在旅行社中应用现状 209
 - (2) 旅行社绿色营销存在问题及原因 210
 - (3) 旅行社强化绿色营销的对策 211
- 5.4 旅行社连锁经营模式探析 213
 - 5.4.1 连锁经营模式形式比较 213
 - 5.4.2 连锁经营优劣势分析 214
 - 5.4.3 旅行社连锁经营现状分析 216
 - 5.4.4 旅行社连锁经营前景分析 217
- 第六章 中国旅行社电子化模式探析 218
 - 6.1 旅行社电子商务应用与发展模式分析 218
 - 6.1.1 电子商务在旅行社业务中的应用分析 218
 - (1) 旅行社应用电子商务的优势 218
 - (2) 旅行社电子商务发展的现状 219
 - 6.1.2 电子商务在中小旅行社中的应用分析 220
 - (1) 中小旅行社开展电子商务的现状 220
 - (2) 阻碍中小旅行社开展电子商务的原因 220
 - (3) 中小旅行社开展电子商务的对策建议 221
 - 6.1.3 旅行社行业电子商务发展模式探析 222
 - (1) 基于第三方旅游交易平台的合作模式 222
 - (2) 基于目的地公共旅游信息网的发展模式 224
 - (3) 基于加盟旅行社电子商务平台的联合体模式 224
 - (4) 基于大型旅行社自建电子商务平台的发展模式 225
 - 6.2 旅行社在线旅游业务探析 226
 - 6.2.1 旅行社在线旅游业务的新营销模式 226
 - 6.2.2 在线旅行预订市场发展现状及潜力预测 227
 - (1) 在线旅行预订市场规模 227
 - (2) 在线旅行预订市场结构 229
 - (3) 在线旅行预订市场竞争格局 230
 - (4) 在线旅行预订服务覆盖人数 231
 - 6.2.3 旅行社在线旅游应用情况 233
 - 6.2.4 旅行社在线旅游业务机遇与挑战 234
 - 6.2.5 在线旅行社发展展望 237
 - 6.3 传统旅行社与电子商务的融合分析 237

- 6.3.1 电子商务对传统旅行社的影响分析 237
 - (1) 旅游电子商务对传统旅行社的冲击 237
 - (2) 旅游电子商务与传统旅行社的比较 238
 - (3) 电子商务背景下传统旅行社的发展策略 240
- 6.3.2 传统旅行社行业网络化营销分析 241
 - (1) 旅行社网络化营销的优势分析 241
 - (2) 旅行社网络化营销存在的难题 241
 - (3) 旅行社网络化营销的策略分析 242
- 6.3.3 传统旅行社与电子商务的融合趋势 243
 - (1) 旅行社与网络平台加速融合 243
 - (2) “在线旅行社”模式有望成为主流 243
 - (3) “在线旅行社”模式有望脱颖而出 244
- 第七章 中国领先旅行社经营情况分析 245
 - 7.1 中国旅行社排行榜 245
 - 7.1.1 全国旅行社集团十强 246
 - 7.1.2 全国旅行社税收十强 246
 - 7.2 中国领先旅行社经营分析 247
 - 7.2.1 中国国旅股份有限公司经营情况分析 247
 - (1) 企业发展情况简介 247
 - (2) 企业主营业务分析 248
 - (3) 企业地位与资质分析 249
 - (4) 企业经营情况分析 250
 - 1) 企业营收情况分析 250
 - 2) 企业盈利能力分析 250
 - 3) 企业运营能力分析 251
 - 4) 企业偿债能力分析 251
 - 5) 企业发展能力分析 252
 - (5) 企业旅游产品分析 252
 - (6) 企业布局情况分析 253
 - (7) 企业投资整合分析 253
 - (8) 企业经营状况优劣势分析 253
 - (9) 企业最新发展动向分析 254
 - 7.2.2 中青旅控股股份有限公司经营情况分析 254
 - (1) 企业发展情况简介 254
 - (2) 企业主营业务分析 255

- (3) 企业地位与资质分析 256
- (4) 企业经营情况分析 256
- 1) 企业营收情况分析 256
- 2) 企业盈利能力分析 257
- 3) 企业运营能力分析 257
- 4) 企业偿债能力分析 258
- 5) 企业发展能力分析 258
- (5) 企业旅游产品分析 259
- (6) 企业布局情况分析 259
- (7) 企业投资整合分析 259
- (8) 企业经营状况优劣势分析 260
- (9) 企业最新发展动向分析 260
- 7.2.3 上海锦江国际旅游股份有限公司经营情况分析 261
- (1) 企业发展情况简介 261
- (2) 企业主营业务分析 262
- (3) 企业地位与资质分析 262
- (4) 企业经营情况分析 262
- 1) 企业营收情况分析 262
- 2) 企业盈利能力分析 263
- 3) 企业运营能力分析 263
- 4) 企业偿债能力分析 264
- 5) 企业发展能力分析 264
- (5) 企业旅游产品分析 265
- (6) 企业布局情况分析 265
- (7) 企业经营状况优劣势分析 265
- 7.2.4 中国康辉旅行社集团有限责任公司经营情况分析 266
- (1) 企业发展情况简介 266
- (2) 企业主营业务及经营情况分析 267
- (3) 企业地位与资质分析 267
- (4) 企业旅游产品分析 267
- (5) 企业布局情况分析 267
- (6) 企业经营状况优劣势分析 268
- 7.2.5 中国国际旅行社总社有限公司经营情况分析 268
- (1) 企业发展情况简介 268
- (2) 企业主营业务及经营情况分析 269

- (3) 企业地位与资质分析 270
- (4) 企业旅游产品分析 270
- (5) 企业布局情况分析 271
- (6) 企业经营状况优劣势分析 271
- (7) 企业最新发展动向分析 271
- 第八章中国旅行社行业投资分析及预测 333
- 8.1 旅行社行业及细分市场吸引力评价 333
- 8.1.1 旅行社行业吸引力评价 333
- (1) 旅行社行业竞争指标分析 333
- (2) 旅行社行业平均盈利水平指标分析 333
- (3) 旅行社行业发展潜力指标分析 334
- (4) 旅行社行业吸引力综合评价 335
- 8.1.2 旅行社行业细分市场吸引力评价 335
- 8.2 旅行社行业投资特性 336
- 8.2.1 旅行社行业进入壁垒 336
- 8.2.2 旅行社行业盈利模式 337
- 8.2.3 旅行社行业盈利来源构成 339
- (1) 美国旅行社营业收入构成 339
- (2) 新加坡旅行社盈利来源 340
- (3) 我国旅行社盈利来源分析 340
- 8.3 旅行社行业纵向整合投资分析 341
- 8.3.1 旅行社行业投资动向分析 341
- (1) 旅行社投资动向 341
- (2) “在线旅行社”投融资事件 342
- 8.3.2 旅行社行业纵向整合投资分析 344
- 8.4 旅行社行业投资建议 344
- 8.4.1 旅行社行业投资环境 344
- 8.4.2 旅行社行业投资机会 345
- 8.4.3 旅行社行业投资风险 345
- (1) 旅行社业政策风险 345
- (2) 旅行社业宏观经济波动风险 346
- (3) 旅行社业季节性风险 346
- (4) 旅行社业其他风险 346
- 8.4.4 旅行社行业投资建议 347
- (1) 对景区进行股权投资 347

(2) 投资重点细分市场 347

图表目录：

图表1：行业生命周期理论 23

图表2：近年中国旅行社行业增速与GDP增速对比图（单位：%） 24

图表3：1999-2015年中国黄金周旅游人数和旅游收入情况（单位：万人，亿元） 25

图表4：中国旅行社行业的历史发展阶段 27

图表5：旅行社行业发展政策及法律法规 28

图表6：旅行社行业相关标准 30

图表7：2008-2015年2季度美国实际GDP季环比折年率走势（单位：%） 33

图表8：2000-2015年2季度欧元区GDP季度同比增长变化（单位：%） 34

图表9：2007-2015年2季度（季调后）日本实际GDP环比变化（单位：%） 35

图表10：2015-2015年全球主要国家宏观经济指标及预测（单位：%） 35

特别说明：观研天下所出具的报告会随时间，市场变化调整更新，帮助用户掌握最新市场行情。

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/lvyou/239244239244.html>