2009-2012年中国旅行社行 业发展深度调研与投资前景分析报告

报告目录及图表目录

北京迪索共研咨询有限公司 www.cction.com

一、报告报价

《2009-2012年中国旅行社行业发展深度调研与投资前景分析报告》信息及时,资料详实,指导性强,具有独家,独到,独特的优势。旨在帮助客户掌握区域经济趋势,获得优质客户信息,准确、全面、迅速了解目前行业发展动向,从而提升工作效率和效果,是把握企业战略发展定位不可或缺的重要决策依据。

官方网站浏览地址:http://www.cction.com/report/200902/11558.html

报告价格:纸介版8000元 电子版8000元 纸介+电子8500元

北京迪索共研咨询有限公司

订购电话: 400-700-9228(免长话费) 010-69365838

海外报告销售: 010-69365838

Email: kefu@gonyn.com

联系人: 李经理

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、说明、目录、图表目录

- 第一章 2008年国际旅行社行业发展态势分析
- 第一节 2008年国际旅行社行业发展现状分析
- 一、行业特点分析
- 二、行业集中度分析
- 三、行业存在问题分析
- 第二节 2008年主要国家旅行社行业发展现状分析
- 一、英国
- 二、德国
- 三、日本
- 四、美国
- 第三节 2009-2012年国际旅行社行业发展趋势分析
- 第二章 2008年世界三大旅行社发展状况分析
- 第一节 英国托马斯公司
- 一、企业概况分析
- 二、企业主要业务分析
- 三、企业SWOT分析
- 四、企业未来动向分析
- 第二节 美国运通公司
- 一、企业概况分析
- 二、企业主要业务分析
- 三、企业SWOT分析
- 四、企业未来动向分析
- 第三节 日本JTB集团
- 一、企业概况分析
- 二、企业主要业务分析
- 三、企业SWOT分析
- 四、企业未来动向分析
- 第三章 2008年中国旅行社行业发展环境分析
- 第一节 2008年中国旅行社行业发展政治环境分析

- 一、中国旅行社行业进入政策分析
- 二、中国《旅行社管理条例》分析
- 三、中国旅行社改制状况分析
- 第二节 2008年中国旅行社行业发展经济环境分析
- 一、2008年中国GDP增长状况分析
- 二、2008年中国城镇居民家庭可支配收入及恩格尔系数分析
- 第三节 2008年中国旅行社行业发展社会环境分析
- 一、2008年中国人口规模分析
- 二、2008年中国居民生活水平分析

第四章 2008年中国旅行社行业发展局势分析

- 第一节 2008年中国旅行社行业发展概况分析
- 一、旅行社业的行业评价
- 二、旅行社行业亟待升级
- 三、旅行社行业的发展目标
- 四、旅行社业发展的工作配置
- 第二节 2008年中国旅行社运行状况分析
- 一、2008年中国旅行社的奥运旅游分析
- 二、2008年中国旅行社发展态势分析
- 三、2008年中国旅行社面临窘境探索新模式
- 四、2008年中国旅行社争抢邮轮游市场
- 第三节 2008年中国旅行社行业存在问题分析
- 一、产权不清晰
- 二、分工体系制约
- 三、市场集中度底
- 四、中、小型旅行社缺乏明确的市场定位
- 五、恶性价格竞争盛行,市场秩序混乱
- 六、业务范围狭窄,管理水平底下
- 七、规模经济低

第五章 2008年电子商务在中国旅行社中的运用状况分析

第一节 2008年中国旅游业与电子商务运用发展分析

- 一、中国旅游业与电子商务结合是必然的趋势
- 二、电子商务在中国旅游业的应用分析
- 三、中国旅游电子商务发展的障碍分析
- 四、中国旅游电子商务的发展途径分析
- 第二节 2008年电子商务对中国旅行社行业的冲击分析
- 一、网络化弱化旅行社的信息功能
- 二、电子商务将对旅行社的产品造成冲击
- 三、电子商务对旅行社传统销售渠道和手段将造成冲击
- 四、旅行社旅游产品推销模式和手段将被网上营销所代替
- 五、电子商务对旅行社成本价格的冲击
- 六、电子商务对旅行社存在价值的冲击
- 第三节 2008年中国旅行社在电子商务环境下的关系营销分析
- 一、旅行社电子商务的定义及其分析
- 二、在旅行社电子商务中开展关系营销的必要性
- 三、旅行社如何在电子商务中开展关系营销
- 第四节 2008年中国旅行社信息技术应用现状与前景分析
- 一、信息技术应用基础
- 二、中国旅行社信息技术应用现状
- 三、中国旅行社信息技术应用前景分析
- 第六章 2008年中国假期旅游市场运行态势分析
- 第一节 2008年中国假期旅游市场发展状况分析
- 一、2008年中国春节黄金周发展情况分析
- 二、2008年中国暑期旅游特点分析
- 第二节 2008年中国"十一"黄金周旅游市场运行状况分析
- 一、2008年中国"十一"黄金周旅游市场热点分析
- 二、2008年中国"十一"黄金周旅游市场运行态势分析
- 第三节 加快推动中国休闲度假旅游发展的思考
- 一、新的休假制度实行的预示
- 二、新的休假制度实施后出现的新情况
- 三、加快我国休闲度假旅游发展的重点

第七章 2008年中国特色旅游市场运行局势分析

- 第一节 商务旅游
- 一、商务旅游的定义及特征
- 二、商务旅游客人的消费特征
- 三、发展商务旅游的经济、社会意义
- 四、中国商务旅游市场可持续发展策略分析
- 五、2008年互联网带来商旅行业直销风暴
- 第二节 会展旅游
- 一、我国会展旅游业发展现状分析
- 二、我国会展旅游业的主要问题分析
- 三、我国会展旅游发展对策分析
- 四、我国会展旅游业的发展趋势
- 第三节 城市旅游
- 一、中国城市旅游整体发展情况
- 二、中国城市旅游发展中存在的误区与现象
- 三、城市旅游广阔的发展空间
- 四、我国城市旅游发展的势态
- 五、城市旅游竞争力分析

第四节 工业旅游

- 一、工业旅游的由来及特点
- 二、我国工业旅游的发展现状
- 三、推进我国工业旅游发展的意义和作用
- 四、发展工业旅游策略

第五节 生态旅游

- 一、生态旅游的定义
- 二、中国生态旅游实践中问题成因剖析
- 三、生态旅游的可持续发展分析
- 四、中国生态旅游发展的未来

第八章 2008年中国旅游市场消费者群体开发分析

- 第一节 2008年中国农民旅游市场开发分析
- 一、开发农民旅游市场的可行性分析

- 二、农民旅游心理研究
- 三、农民旅游活动中存在的问题分析
- 四、中国农民旅游市场开发对策研究
- 第二节 2008年中国大学生旅游市场开发分析
- 一、开发大学生旅游市场的可行性探讨
- 二、大学生旅游心理分析
- 三、大学生旅游市场的特征分析
- 四、大学生旅游市场的开发策略研究
- 第三节 2008年中国老年旅游市场开发分析
- 一、人口老龄化给中国旅游业带来的契机
- 二、我国老年旅游的现状及特点分析
- 三、我国老年旅游市场的开发策略分析

第四节 2008年中国女性旅游消费者旅游市场开发

- 一、女性消费旅游产品的内涵
- 二、女性旅游消费者类型及心理分析
- 三、女性旅游消费者营销策略的建议
- 四、女性消费者的旅游营销启示

第九章 2008年中国旅行社市场竞争策略分析

- 第一节 2008年中国新假日制度下旅游企业的营销对策分析
- 一、中国新假日制度对旅游业的影响分析
- 二、旧假日制度下旅游市场营销存在的问题分析
- 三、中国新假日制度下企业的营销对策分析
- 第二节 2008年中国可持续旅游消费及其实现对策分析
- 一、可持续旅游消费的内涵
- 二、我国可持续旅游消费发展的现实环境
- 三、我国可持续旅游消费的实现对策
- 第三节 2008年中国旅行社竞争环境下的应对策略分析
- 一、企业联盟是旅行社拓展功能的重要渠道
- 二、产品提升是旅行社保持竞争力的根本保障
- 三、市场渗透是旅行社保持客源的重要法宝
- 四、网络营销是旅行社产品宣传的重要手段

第四节 2008年中国旅行社应对网络旅游的挑战策略分析

- 一、网络旅游的竞争优势
- 二、旅行社的应对策略

第十章 2008年中国重点旅游企业经营状况与竞争力分析

- 第一节 桂林旅游股份有限公司
- 一、企业基本概况
- 二、2008-2009年企业经营与财务状况分析
- 三、2008-2009年企业竞争优势分析
- 四、企业未来发展战略与规划
- 第二节 黄山旅游发展股份有限公司
- 一、企业基本概况
- 二、2008-2009年企业经营与财务状况分析
- 三、2008-2009年企业竞争优势分析
- 四、企业未来发展战略与规划
- 第三节 中青旅控股股份有限公司
- 一、企业基本概况
- 二、2008-2009年企业经营与财务状况分析
- 三、2008-2009年企业竞争优势分析
- 四、企业未来发展战略与规划

第四节 峨眉山旅游股份有限公司

- 一、企业基本概况
- 二、2008-2009年企业经营与财务状况分析
- 三、2008-2009年企业竞争优势分析
- 四、企业未来发展战略与规划
- 第五节 北京首都旅游股份有限公司
- 一、企业基本概况
- 二、2008-2009年企业经营与财务状况分析
- 三、2008-2009年企业竞争优势分析
- 四、企业未来发展战略与规划
- 第六节 丽江玉龙旅游股份有限公司
- 一、企业基本概况

- 二、2008-2009年企业经营与财务状况分析
- 三、2008-2009年企业竞争优势分析
- 四、企业未来发展战略与规划

第十一章 2008年中国旅游业国际化战略分析

第一节 2008年中国旅行社国际化现状分析

- 一、旅游业国际化是经济竞争的必然趋势
- 二、中国旅游业正朝国际化迈进

第二节 2008年中国旅行社国际化存在的问题分析

- 一、中国旅行社三大特点分析
- 二、旅行社主业单一同质化严重
- 三、经营模式"粗放式"问题严重
- 四、旅游产品传统阻碍旅行社国际化发展

第三节 2008年培育具有国际竞争力旅游企业策略分析

- 一、旅游强国需具有国际竞争力的旅游企业集团
- 二、培育具有国际竞争力的旅游企业集团
- 三、对培育具有国际竞争力旅游集团的建议

第十二章 2009-2012年中国旅行社行业发展趋势预测分析

- 第一节 2009-2012年中国旅游市场发展趋势分析
- 一、中国露营旅游市场需求状况预测分析
- 二、中国星级旅游饭店发展态势预测分析
- 三、后奥运对旅游行业的拉动预测分析

第二节 2009-2012年中国旅行社行业发展趋势分析

- 一、品牌化
- 二、网络化
- 三、专业化

第三节 2009-2012年中国旅行社行业市场盈利预测分析

第十三章 2009-2012年中国旅行社行业投资前景分析

第一节 2009-2012年中国旅行社行业投资机会分析

第二节 2009-2012年中国旅行社行业投资风险分析

- 一、金融风险分析
- 二、政策风险分析
- 三、竞争风险分析
- 四、其他风险分析

第三节 权威专家建议建议

- 一、发挥资源优势,加强产业链整合
- 二、实现规模经济效应
- 三、扩大品牌与服务影响力
- 四、抢占市场先机,获取竞争优势

图表目录:

图表:英国托马斯公司主要业务

图表:英国托马斯公司SWOT

图表:美国运通公司主要业务

图表:美国运通公司SWOT

图表:日本JTB集团主要业务

图表:日本JTB集团SWOT

图表:2008年中国GDP增长状况

图表:2008年中国城镇居民家庭可支配收入及恩格尔系数

图表:2008年中国春节黄金周发展情况

图表:2008年中国暑期旅游特点

图表:2008年中国"十一"黄金周旅游市场运行态势

图表:女性旅游消费者类型

图表:桂林旅游股份有限公司收入及盈利指标

图表:桂林旅游股份有限公司资产状况

图表:桂林旅游股份有限公司成本费用构成情况

图表:桂林旅游股份有限公司竞争力

图表:黄山旅游发展股份有限公司收入及盈利指标

图表:黄山旅游发展股份有限公司资产状况

图表:黄山旅游发展股份有限公司成本费用构成情况

图表:黄山旅游发展股份有限公司竞争力

图表:峨眉山旅游股份有限公司收入及盈利指标

图表:峨眉山旅游股份有限公司资产状况

图表:峨眉山旅游股份有限公司成本费用构成情况

图表:峨眉山旅游股份有限公司竞争力

图表:北京首都旅游股份有限公司收入及盈利指标

图表:北京首都旅游股份有限公司资产状况

图表:北京首都旅游股份有限公司成本费用构成情况

图表:北京首都旅游股份有限公司竞争力

图表:丽江玉龙旅游股份有限公司收入及盈利指标

图表:丽江玉龙旅游股份有限公司资产状况

图表:丽江玉龙旅游股份有限公司成本费用构成情况

图表:丽江玉龙旅游股份有限公司竞争力

略……

详细请访问:http://www.cction.com/report/200902/11558.html