

# 2021-2027年中国旅行社市场深度评估与战略咨询报告

## 报告目录及图表目录

北京迪索共研咨询有限公司

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

## 一、报告报价

《2021-2027年中国旅行社市场深度评估与战略咨询报告》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/202109/237471.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

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，包括服务酬金和条件的信息。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。

中企顾问网发布的《2021-2027年中国旅行社市场深度评估与战略咨询报告》共十六章。首先介绍了旅行社行业市场发展环境、旅行社整体运行态势等，接着分析了旅行社所属行业市场运行的现状，然后介绍了旅行社市场竞争格局。随后，报告对旅行社做了重点企业经营状况分析，最后分析了旅行社行业发展趋势与投资预测。您若想对旅行社产业有个系统的了解或者想投资旅行社行业，本报告是您不可或缺的重要工具。

本研究报告数据主要采用国家统计局数据，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。

报告目录：

### 第一章 旅游行业发展分析

#### 第一节 2015-2019年旅游产业发展现状分析

- 一、2019年中国旅游发展总体情况
- 二、2019年旅游收入目标及国家旅游局确定工作重点
- 三、2019旅游经济运行情况分析
- 四、2019年中国旅游发展热点预测

#### 第二节 2021-2027年中国旅游业发展前景预测

- 一、中国旅游业发展前景乐观

## 二、我国旅游发展大趋势分析

### 第二章 旅行社所属行业发展分析

#### 第一节 2019年我国旅行社所属行业运行分析

#### 第二节 2019年我国旅行社所属行业运行分析

##### 一、填报情况

##### 二、国内、入境、出境旅游三大市场情况

##### 三、分地区三大市场总体情况

#### 第三节 中国旅行社业在竞争市场下的开放分析

##### 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

#### 第四节 中国旅行社业集中度变迁分析

##### 一、中国旅行社业集中度问题的由来

##### 二、中国旅行社行业集中度发展趋势

##### 三、中国旅行社业集中度变迁的影响因素

### 第三章 假期旅游市场分析

#### 第一节 2019年假期旅游市场分析

##### 一、2019年春节黄金周发展情况

##### 二、2019年春节旅游特点分析

#### 第二节 2019年春节黄金周旅游业市场发展情况分析

#### 第三节 加快推动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

##### 四、新常态下我国休闲度假旅游发展机遇

### 第四章 国内旅游及出入境旅游市场分析

#### 第一节 2015-2019年国内旅游市场分析

#### 第二节 2015-2019年入境旅游市场分析

- 一、2017年中国入境旅游市场运行分析
- 二、2019年中国入境旅游市场运行分析
- 三、2019年中国入境游游客满意度分析
- 四、2021-2027年我国入境游接待量年均增长情况预测

### 第三节 2019年出境旅游市场分析

- 一、2019年出境旅游市场分析
- 二、2019年出境旅游市场特征
- 三、2021-2027年中国出境游市场趋势看好
- 四、2021-2027年我国居民出境旅游花费预测

## 第五章 散客旅游与组团旅游的比较分析

### 第一节 旅游散客市场状况分析

- 一、散客旅游的定义
- 二、散客旅游兴起的原因
- 三、我国散客旅游市场的营销策略
- 四、中国散客旅游的发展趋势
- 五、我国旅行社在散客旅游市场开发中的角色转变

### 第二节 组团旅游

- 一、组团旅游与个人旅游的差异化分析
  - 二、组团旅游开发的意义分析
- ### 第三节 我国旅游业应对“散客时代”的策略
- 一、制约散客旅游市场发展的主要问题
  - 二、应对“散客时代”的策略

## 第六章 特色旅游市场分析

### 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、我国商务旅游市场可持续发展策略

### 第二节 会展旅游

- 一、我国会展旅游业发展现状

二、我国会展旅游业的主要问题

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

六、政策性建议与对策

### 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

### 第六节 我国红色旅游市场发展

一、红色旅游资源特点分析

二、开发红色旅游资源对发展红色旅游经济的重要意义

三、现阶段红色旅游资源开发中存在的问题

四、促进红色旅游资源深度开发的建议

五、红色旅游可持续发展的战略思考

六、2019年中国红色旅游综合收入预测

### 第七节 在线旅游市场发展分析

一、2019年在线旅游市场发展情况

二、2021-2027年中国在线旅游市场预测

三、2021-2027年中国在线旅游竞争趋势

## 第七章 自驾游市场分析

### 第一节 我国自驾游市场概况

- 一、我国自驾游兴起的原因
- 二、我国自驾游发展中存在的问题
- 三、我国自驾游健康发展的条件

### 第二节 自驾游市场发展现状分析

- 一、自驾游的发展前景分析
- 二、自驾游搅热旅游市场
- 三、自驾游产业化发展分析
- 四、自驾车旅游绿色营销策略
- 五、短途自驾游成出游新趋势

### 第三节 自驾游市场需求预测

- 一、游前咨询俱乐部
- 二、改装保养店
- 三、汽车旅馆等沿线服务
- 四、自驾游景区开发和景区服务
- 五、救援
- 六、异地租车

## 第八章 旅游资源开发分析

### 第一节 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、农民旅游活动中存在的问题分析
- 三、中国农民旅游市场开发对策研究

### 第二节 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
- 二、大学生旅游市场的特征
- 三、大学生旅游市场的开发策略

### 第三节 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和特点
- 三、我国老年旅游市场的开发策略

#### 第四节 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、女性旅游消费者的类型及营销策略的建议

### 第九章 旅游商品开发

#### 第一节 我国旅游商品开发现状分析

- 一、旅游商品开发生产的现状及其问题
- 二、发展旅游商品的潜力与趋势
- 三、努力为旅游商品发展营造良好的环境和条件

#### 第二节 我国旅游商品发展前景分析

- 一、设计要精美也要实用
- 二、制造要有名品还需名牌
- 三、市场要讲策略更讲秩序

#### 第三节 我国旅游工艺品的设计与市场开发

- 一、充分开发旅游工艺品的意义
- 二、我国旅游工艺品市场存在的问题
- 三、提高设计品位及促进市场开发
- 四、旅游商品供给围着需求转开发

### 第十章 中国旅游业的信息化发展分析

#### 第一节 电子信息技术在中国旅游业的发展探讨

- 一、旅游电子商务概述
- 二、行业“智慧旅游”转型
- 三、智慧旅游未来发展目标
- 四、电子信息技术在旅游业中的运用

#### 第二节 信息化对旅游产业发展的意义

- 一、旅游业是信息密集型产业
- 二、信息化保持旅游业可持续发展
- 三、实现管理现代化的重要途径
- 四、拓展旅游业的市场化国际化功能
- 五、信息化成为旅游转型升级的关键

#### 第三节 旅游业信息化发展分析



- 一、我国旅游信息化发展成就
- 二、旅游业与信息化融合发展
- 三、旅游信息化发展势头良好
- 四、我国旅游信息化面临的形势
- 五、旅游信息化发展的制约因素
- 六、我国旅游信息化的发展规划

#### 第四节 各地区旅游信息化建设情况

- 一、湖南省
- 二、海南省
- 三、贵州省
- 四、安徽省
- 五、重庆市

#### 第五节 解析国内旅游产业信息化的服务需求

- 一、个性化旅游需要信息咨询服务
- 二、旅游电子商务亟需综合服务平台
- 三、联盟化经营需要大网络支持

#### 第六节 旅游行业信息化发展对策

- 一、加快我国旅游业信息化发展的策略
- 二、旅游企业信息化的发展建议
- 三、旅游企业信息化服务模式探究
- 四、国家为发展旅游信息化的保障措施

### 第十一章 重点旅游企业分析

#### 第一节 中国旅游企业总体发展状况分析

- 一、旅游企业主要类型
- 二、旅游企业资本运作分析
- 三、旅游企业创新及品牌建设

#### 第二节 中国领先旅游企业经营形势分析

- 一、云南世博旅游控股集团有限公司
  - 1、企业发展概况
  - 2、企业经营情况
  - 3、企业资产规模

- 4、企业业务分布
- 5、企业核心竞争力
- 6、企业盈利能力

## 二、中国港中旅集团公司

- 1、企业发展概况
- 2、企业经营情况
- 3、企业资产规模
- 4、企业业务分布
- 5、企业发展热点
- 6、企业盈利能力

## 三、广东省旅游集团有限公司

- 1、企业发展概况
- 2、企业经营情况
- 3、企业资产规模
- 4、企业业务分布
- 5、企业发展热点
- 6、企业盈利能力

## 四、江西南昌旅游集团有限公司

- 1、企业发展概况
- 2、企业经营情况
- 3、企业资产规模
- 4、企业业务分布
- 5、企业发展热点
- 6、企业盈利能力

## 五、北京首都旅游集团有限责任公司

- 1、企业发展概况
- 2、企业财务状况
- 3、企业资产规模
- 4、旅游景区开发状况
- 5、企业组织架构
- 6、企业盈利能力

## 六、中国国旅集团有限公司

- 1、企业发展概况
- 2、企业经营情况
- 3、企业组织构架
- 4、企业投资状况
- 5、企业核心竞争力
- 6、企业盈利能力

#### 七、华天实业控股集团有限公司

- 1、企业发展概况
- 2、企业经营情况
- 3、企业资产规模
- 4、企业业务分布
- 5、企业发展热点
- 6、企业盈利能力

#### 八、海航旅业控股（集团）有限公司

- 1、企业发展概况
- 2、企业经营情况
- 3、企业资产规模
- 4、企业投资状况
- 5、企业发展热点
- 6、企业竞争优势

#### 九、锦江国际（集团）有限公司

- 1、企业发展概况
- 2、企业经营情况
- 4、企业业务分布
- 5、企业发展热点
- 6、企业盈利能力

#### 十、广州岭南国际企业集团有限公司

- 1、企业发展概况
- 2、企业经营情况
- 3、企业资产规模
- 4、企业业务分布
- 5、企业发展热点

## 6、企业盈利能力

### 第十二章 旅游业的产业政策分析

#### 第一节 行业管理体制分析

#### 第二节 行业主要法律法规

- 一、《旅行社条例》
- 二、《旅游景区质量等级管理办法》
- 三、《旅游行政处罚办法》
- 四、《中国公民出国旅游管理办法》
- 五、《导游人员管理条例》
- 六、《大陆居民赴台湾地区旅游管理办法》

#### 第三节 旅游行业标准

- 一、《旅行社服务质量赔偿标准》
- 二、《旅游景区质量等级评定与划分》
- 三、《旅游饭店星级的划分及评定》

#### 第四节 行业相关发展规划

- 一、国务院关于加快发展旅游业的意见
- 二、中国旅游业“十三五”发展规划纲要

#### 第五节 政策环境对行业的影响

### 第十三章 2021-2027年旅游行业前景及趋势预测

#### 第一节 旅游产业融合投资前景

- 一、旅游产业融合概述
- 二、文化旅游产业融合投资前景
  - 1、政策支持力度分析
  - 2、文化旅游投资项目成功案例调研
  - 3、文化旅游项目投资区域分析
- 三、购物休闲游产业融合投资前景
  - 1、我国居民旅游消费中购物消费倾向
  - 2、免税购物休闲游投资前景
- 四、其他旅游产业融合投资前景
  - 1、会展旅游投资前景

## 2、健康养生旅游投资前景

### 第二节 影响未来几年旅游市场发展的重要因素

- 一、低端劳动力收入水平快速上升
- 二、高铁网络逐步贯通
- 三、中西部景区旅游政策支持
- 四、人民币趋势性升值
- 五、旅游业景气度高增长
  - 1、旅游人数将加速增长
  - 2、人均旅游花费将持续增长
  - 3、居民旅游消费倾向将提升
- 六、二、三线景区及中档酒店发展前景更好
- 七、中西部旅游成长性优于东部
- 八、旅游业主题性投资机会
  - 1、2019年索契冬奥会
  - 2、2019年米兰世界博览会
  - 3、2019年里约热内卢奥运会
- 九、区域旅游投资机会分析
  - 1、红色旅游区
  - 2、“大香格里拉”旅游区
  - 3、关中-天水经济区
  - 4、海南国人离岛免税
- 十、旅游业子行业投资分析
  - 1、景区经营
  - 2、酒店经营
  - 3、旅行社

### 第三节 中国旅游业节能减排与低碳发展

- 一、低碳旅游概述
  - 1、低碳旅游产生的背景
  - 2、低碳旅游的概念及内涵
  - 3、旅游业在降低碳排放方面的优势
  - 4、发展低碳旅游的影响及意义
- 二、全球旅游业能耗排放现状及节能减排途径

- 1、旅游业能源消耗与二氧化碳排放概况
- 2、旅游业节能减排途径
- 三、中国旅游业能源消耗及排放现状
  - 1、旅游业能源消耗情况
  - 2、旅游业二氧化碳排放情况
- 四、中国发展低碳旅游的战略措施
  - 1、旅游主管部门
  - 2、旅游企业
  - 3、旅游者
- 五、旅游业低碳发展案例分析
  - 1、饭店节能减排案例
  - 2、低碳景区典型案例

## 第十四章 旅行社的竞争和发展策略分析

### 第一节 市场策略分析

- 一、旅行社价格策略分析
- 二、旅行社渠道策略分析

### 第二节 销售策略分析

- 一、媒介选择策略分析
- 二、产品定位策略分析
- 三、企业宣传策略分析

### 第三节 提高旅行社企业竞争力的策略

- 一、提高中国旅行社企业核心竞争力的对策
- 二、影响旅行社企业核心竞争力的因素及提升途径
- 三、提高旅行社企业竞争力的策略

### 第四节 对我国旅行社品牌的战略思考

- 一、旅行社实施品牌战略的意义
- 二、旅行社企业品牌的现状分析
- 三、我国旅行社企业的品牌战略
- 四、旅行社品牌战略管理的策略

### 第五节 旅行社应对市场竞争变革的策略

- 一、我国旅行社市场竞争正处在变革当中

## 二、旅行社应对竞争变革的策略

### 第六节 我国旅行社品牌战略的发展策略

#### 一、旅行社品牌发展存在的问题

#### 二、旅行社品牌现状的SWOT分析

## 第十五章 旅行社集团化及资本运作分析

### 第一节 我国旅行社经营体系调整的目标模式分析

#### 一、我国旅行社业经营体系分析

#### 二、我国旅行社经营体系调整的目标模式

### 第二节 当前旅行社并购热分析

#### 一、当前旅行社并购存在的弊端

#### 二、并购动机多元化使旅行社并购目标不统一

### 第三节 旅行社集团化现状

## 第十六章 旅游业国际化战略分析

### 第一节 我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 我国旅行社国际化存在的问题

#### 一、中国旅行社三大特点

#### 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、旅游产品传统阻碍发展

### 第三节 培育具有国际竞争力旅游企业

#### 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

### 第四节 跨文化意识对我国旅游国际化的推动作用

#### 一、旅游与文化的关系

#### 二、国际旅游的跨文化属性

#### 三、我国旅游业的跨文化战略

### 第五节 :旅游企业国际化进程及其对中国的启示

## 一、旅游企业的国际化进程

## 二、旅游企业国际化进程给我国的启示

### 图表目录：

图表：2019年度旅行社入境旅游外联人次排名前十位的客源地国家和地区

图表：2019年旅行社入境旅游接待人次排名前十位的客源地国家和地区

图表：2019年度旅行社国内旅游组织人次排名前十位的省份

图表：2019年旅行社国内旅游接待人次排名前十位的省份

图表：2019年旅行社出境旅游组织人次排名前十位的目的地国家和地区

图表：2019年三大旅游市场人次数比较

图表：2019年及“十三五”旅游业发展目标及完成情况

图表：2019年“十一”黄金周全国各省区市旅游收入情况

图表：2019年“十一”黄金周全国各省区市旅游收入排行榜

图表：2021-2027年我国入境游接待量年均增长情况预测

图表：2021-2027年我国居民出境旅游花费预测

图表：2019年城市旅游投资竞争力50强

图表：2015-2019年中国红色旅游发展简况

图表：2015-2019年中国在线旅游市场交易规模及增速

图表：2015-2019年中国机票预订市场规模情况

图表：2015-2019年中国酒店市场规模情况

图表：2019年云南旅游股份有限公司主营业务构成分析

图表：2019年云南旅游股份有限公司主营业务构成分析

图表：2015-2019年云南旅游股份有限公司资产负债表分析

图表：2015-2019年云南旅游股份有限公司现金流量表分析

图表：2015-2019年云南旅游股份有限公司成长能力分析

图表：2015-2019年云南旅游股份有限公司盈利质量分析

图表：2015-2019年云南旅游股份有限公司运营能力分析

图表：2015-2019年云南旅游股份有限公司财务风险分析

图表：2015-2019年云南旅游股份有限公司利润分析

图表：2015-2019年云南旅游股份有限公司盈利能力分析

更多图表见正文.....



详细请访问：<http://www.cction.com/report/202109/237471.html>