

2024-2030年中国旅行社服 务市场深度评估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

《2024-2030年中国旅行社服务市场深度评估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/202403/448591.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

从全国旅行社分布来看，东部地区、西部地区、中部地区及东北地区分别占全国旅行社总量的51%、23%、18%和8%。旅行社数量在2500家以上的有5个地区，分别为广东、北京、江苏、浙江和山东，数量最多的广东为3281家。海南、西藏、宁夏、新疆兵团4个地区旅行社数量少于500家，最少的新疆兵团为162家。旅行社数量在500-1000家的有12个地区，1000-1500家的有8个地区，1500-2000家的有3个地区。

中企顾问网发布的《2024-2030年中国旅行社服务市场深度评估与投资前景分析报告》共七章。首先介绍了中国旅行社服务行业市场发展环境、旅行社服务整体运行态势等，接着分析了中国旅行社服务行业市场运行的现状，然后介绍了旅行社服务市场竞争格局。随后，报告对旅行社服务做了重点企业经营状况分析，最后分析了中国旅行社服务行业发展趋势与投资预测。您若想对旅行社服务产业有个系统的了解或者想投资中国旅行社服务行业，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1章2022年中国旅行社服务行业品牌研究介绍

- 1. 研究背景
- 2. 研究意义
- 3. 调查设计

第2章 2022年中国旅行社服务行业品牌认知度分析

- 1. 旅行社服务行业品牌第一提及率
 - 1.1  旅行社服务行业品牌第一提及率
 - 1.2  不同年龄用户旅行社服务行业品牌第一提及率差异
 - 1.3  不同收入用户旅行社服务行业品牌第一提及率差异
 - 1.4  不同学历用户旅行社服务行业品牌第一提及率差异
- 2. 旅行社服务行业品牌记忆度
 - 2.1 . 旅行社服务行业品牌记忆度

- 2.2. 不同年龄用户旅行社服务行业品牌记忆度差异
- 2.3. 不同收入用户旅行社服务行业品牌记忆度差异
- 2.4. 不同学历用户旅行社服务行业品牌记忆度差异

第3章 旅行社服务行业品牌识别度

- 3.1. 旅行社服务行业品牌识别度
- 3.2. 不同年龄用户旅行社服务行业品牌识别度
- 3.3. 不同收入用户旅行社服务行业品牌识别度
- 3.4. 不同学历用户旅行社服务行业品牌识别度

第4章 旅行社服务行业品牌认知层面的竞争关系分析

- 4.1. 旅行社服务行业品牌认知度份额分析
- 4.2. 旅行社服务行业品牌认知度Graveyard分析

第5章2022年中国旅行社服务行业品牌购买分析

- 5.1. 旅行社服务的渗透率
 - 5.1.1. 旅行社服务品类的渗透率
 - 5.1.2. 不同年龄用户旅行社服务渗透率差异
 - 5.1.3. 不同收入用户旅行社服务渗透率差异
 - 5.1.4. 不同学历用户旅行社服务渗透率差异
- 5.2. 旅行社服务行业品牌市场占有率
 - 5.2.1. 目前各品牌的市场占有率
 - 5.2.2. 不同年龄用户品牌市场占有率的差异
 - 5.2.3. 不同收入用户品牌市场占有率的差异
 - 5.2.4. 不同学历用户品牌市场占有率的差异
- 5.3. 旅行社服务行业品牌偏好度
 - 5.3.1. 不同年龄用户旅行社服务偏好度差异
 - 5.3.2. 不同收入用户旅行社服务偏好度差异
 - 5.3.3. 不同学历用户旅行社服务偏好度差异
- 5.4. 旅行社服务行业品牌预购率
 - 5.4.1. 用户对旅行社服务品牌的预购率
 - 5.4.2. 不同年龄用户对旅行社服务品牌的预购率差异

- 5.4.3. 不同收入用户对旅行社服务品牌的预购率差异
- 5.4.4. 不同学历用户对旅行社服务品牌的预购率差异
- 5.5. 旅行社服务行业品牌的生命周期
- 5.6. 旅行社服务行业品牌转换

第6章 2022年中国旅行社服务行业品牌价值分析（ ）

- 6.1. 旅行社服务行业品牌形象
 - 6.1.1. 旅行社服务行业品牌形象特征对应分析
 - 6.1.2. 旅行社服务行业品牌形象多维尺度分析
- 6.2. 旅行社服务行业品牌美誉度
- 6.3. 旅行社服务行业品牌满意度
- 6.4. 旅行社服务行业品牌再次购买率
- 6.5. 旅行社服务行业品牌推荐率
- 6.6. 狭义推荐指数（ NSI ）
- 6.7. 广义推荐指数（ NSI ）

第7章2022年中国旅行社服务行业品牌竞争综合分析（ ）

- 7.1. 旅行社服务行业品牌力分析
- 7.2. 旅行社服务行业品牌地位分析：
 - 7.2.1. C-BPI & Brand Satisfaction象限分析
 - 7.2.2. Loyalty & TOM象限分析
 - 7.2.3. 广义NSI& Brand Satisfaction象限分析
- 7.3. 旅行社服务行业品牌健康度分析
- 7.4. 旅行社服务行业品牌提升和改善建议

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202403/448591.html>