

# 2024-2030年中国旅行社行业前景展望与投资前景评估报告

## 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

《2024-2030年中国旅行社行业前景展望与投资前景评估报告》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/202310/417718.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《2024-2030年中国旅行社行业前景展望与投资前景评估报告》共十五章。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2017-2022年中国旅游所属行业运行态势分析

第一节2017-2022年中国旅游产业所属行业运行总况

一、中国旅游业进入快速发展时期

二、2017-2022年中国旅游业经济运行同比分析

三、我国经济发展形势对旅游的影响

四、“国民休闲计划”提振旅游业信心

第二节2017-2022年中国旅游产业转型与旅游产业政策选择

- 一、中国旅游产业转型背景分析
- 二、旅游产业政策的特征
- 三、旅游产业转型时期中国旅游产业政策选择
- 四、2017-2022年内地港澳资旅行社设立和经营规定
- 五、我国加大对旅游业财税和金融政策支持

## 第二章2017-2022年中国旅行社运行新形势透析

### 第一节2017-2022年中国旅行社现状综述

- 一、全国旅行社服务质量情况
- 二、全国旅行社业务年检情况分析
- 三、旅行社新业务发展分析

### 第二节2017-2022年中国旅行社动态分析

- 一、旅行社的奥运旅游分析
- 二、2020年中国旅行社运行与管理分析
- 三、2017-2022年中国旅行社面临的问题
  - 1、旅行社服务网点稀少亟待开发
  - 2、长线与短线:旅行社应对小长假引发思考

### 第三节2017-2022年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

## 第三章2017-2022年中国电子商务在旅行社中的运用分析

### 第一节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
- 三、我国旅游电子商务发展的障碍
- 四、发展我国旅游电子商务的途径

### 第二节旅行社在电子商务环境下的关系营销

- 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

#### 第三节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

#### 第四章2017-2022年中国假期旅游所属行业市场分析

##### 第一节2017-2022年中国假期旅游市场概况

##### 一、中国假期旅游市场重要性分析

##### 二、中国节假日调整对旅游业的影响

##### 三、中国节假日旅游市场数据监测

##### 第二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

#### 第五章2017-2022年国内旅游及出入境旅游市场分析

##### 第一节2017-2022年国内旅游市场

##### 一、国内旅游步入调整期

##### 二、国内旅游市场萌生发展新模式

##### 三、国内旅游市场规模分析与预测

##### 第二节2017-2022年入境旅游市场运行分析

##### 一、2017-2022年中国入境旅游数据统计

##### 二、2017-2022年旅游经济运行分析

##### 三、大力发展入境旅游的指导意见

##### 第三节2017-2022年出境旅游市场分析

##### 一、出境旅游市场亮点聚焦

##### 二、中国出境旅游的“双面”效应分析

##### 三、中国出境旅游存在的问题

##### 四、中国出境旅游的发展对策

##### 五、2024-2030年我国居民出境旅游花费预测

## 第六章2017-2022年中国散客旅游与组团旅游的比较分析

### 第一节2017-2022年中国旅游散客市场状况分析

- 一、散客旅游意义涵盖
- 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

### 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

## 第七章中国特色旅游市场剖析

### 第一节商务旅游

- 一、商务旅游阐述
- 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2017-2022年中国自驾游市场分析

### 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主要瓶颈
- 三、我国自驾游健康发展的条件

### 第二节2017-2022年中国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

### 第三节2017-2022年中国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

## 第九章2017-2022年中国旅行社行业竞争新格局透析

### 第一节2017-2022年旅行社竞争分析

### 第二节2017-2022年中国旅行社竞争中存在的问题

### 第三节中国中小型旅行社竞争与合作机制的探讨

### 第四节2024-2030年中国旅行社竞争趋势探讨

## 第十章2017-2022年中国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

第三节我国旅行社集团化模式分析

一、我国旅行社集团化的必要性和紧迫性

二、旅行社集团化的模式

第四节旅行社集团化战略

一、旅行社集团化的特征分析

二、我国旅行社集团化的战略

第十一章中国旅行社典型企业竞争国力对比及关键性财务数据分析

第一节旅行社主要企业基本情况

一、桂林旅游股份有限公司

二、黄山旅游发展股份有限公司

三、中青旅控股股份有限公司

四、峨眉山旅游股份有限公司

五、北京首都旅游股份有限公司

六、丽江玉龙旅游股份有限公司

七、上海锦江国际旅游股份有限公司

八、其综企业运行分析

第二节旅行社主要企业经济指标对比分析

一、销售收入对比

二、利润总额对比

三、总资产对比

四、工业总产值对比

第三节旅行社主要企业盈利能力对比分析

一、销售利润率对比

二、销售毛利率对比

三、资产利润率对比

四、成本费用利润率对比



#### 第四节旅行社主要企业运营能力对比分析

- 一、总资产周转率对比
- 二、流动资产周转率对比
- 三、总资产产值率对比

#### 第五节旅行社主要企业偿债能力对比分析

- 一、资产负债率对比
- 二、流动比率对比
- 三、速动比率对比

### 第十二章2024-2030年中国旅行社行业发展趋势分析

#### 第一节2024-2030年中国旅行社前景展望

#### 第二节2024-2030年中国旅行社行业发展趋势分析

- 一、旅行社多元化发展趋势探析
  - 1、品牌化
  - 2、网络化
  - 3、专业化
- 二、网络预订成趋势旅行社网络新产品抢商机

#### 第三节2024-2030年中国旅行社行业市场盈利预测分析

### 第十三章2017-2022年中国旅行社产业投资环境解析

#### 第一节2017-2022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2017-2022年中国旅行社行业发展经济环境分析

- 一、中国GDP分析
- 二、消费价格指数分析
- 三、城乡居民收入分析
- 四、社会消费品零售总额
- 五、全社会固定资产投资分析
- 六、进出口总额及增长率分析

#### 第三节2017-2022年中国旅行社行业发展社会环境分析

- 一、中国人口规模分析
- 二、中国居民生活水平分析

## 第十四章2024-2030年中国旅行社行业投资战略分析

### 第一节2017-2022年中国旅行社投资概况

- 一、中国旅行社投资特性
- 二、中国旅行社投资潜力分析

### 第二节2024-2030年中国旅行社投资机会分析

- 一、旅行社投资热点分析
- 二、旅行社相关产业投资机会分析

### 第三节2024-2030年中国旅行社投资风险预警

- 一、宏观调控政策风险
- 二、市场竞争风险
- 三、金融风险
- 四、市场运营机制风险

### 第四节投资建议

- 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

## 第十五章2024-2030年中国旅行社国际化战略分析（）

### 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

图表目录：

图表：2017-2022年中国旅游产业发展规模

图表：2017-2022年中国入境旅游人数和旅游收入的世界排名

图表：人均GDP与旅游业态存在一定对应关系（旅游范围视角）

图表：2020年中国人均GDP预测

图表：中国旅行社规模与增长率变化表

图表：主要旅行社旅游接待情况

图表：旅行社规模、有组织接待人数及利润率

图表：旅行社市场份额变化表

图表：旅行社业收入与平均利润表

图表：旅行社规模、营业收入及利润率

图表：旅行社集中度与利润的相互作用

更多图表见正文&hellip;&hellip;

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202310/417718.html>