

2017-2022年中国商务旅游 市场深度调查与未来前景预测报告

报告目录及图表目录

智研数据研究中心 编制

www.abaogao.com

一、报告报价

《2017-2022年中国商务旅游市场深度调查与未来前景预测报告》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.abaogao.com/b/lvyou/C97161WJW8.html>

报告价格：印刷版：RMB 9800 电子版：RMB 9800 印刷版+电子版：RMB 10000

智研数据研究中心

订购电话：400-600-8596(免长话费) 010-80993963

海外报告销售：010-80993963

传真：010-60343813

Email：sales@abaogao.com

联系人：刘老师 谭老师 陈老师

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

商务旅行又称公干、出差等，是旅游行业中细分出来的一个概念。主要涉及到交通、迁移、住宿、体育赛事、文化或者饮食活动和饭店行业的宴会。工作期间的程序是很明确的和会议室、商务中心的安排联系在一起，比如一些必备设施：纸张、投影仪、屏幕、互联网接口、视频会议ppmeet等。由于食宿消费通常是由企业或者别的单位公费支付，那么，个人游客则可以在购物和消遣上花费更多的钱。近年来，商务旅游是发展最快的旅游项目之一，从其规模和发展看，已成为世界旅游市场的重要组成部分，而且仍有巨大的发展潜力。

商务旅游有以下几个特征： 第一，从出行的主要动机界定。商务旅游是从旅游者的主要出发动机是商务活动来界定的，旅游者以商务为主要目的就是商务旅游者，虽然在商务活动之外，部分商务客人会安排一些观光旅游活动，但我们仍将这种旅游视为商务旅游而非观光旅游和度假旅游。 第二，商务活动的复合性。展览、会议、谈判、考察和科技文化交流、政治访问等，均可列入商务活动或商务旅游范畴。随着区域间的合作增加，政治访问活动在商务旅游中比重有不断上升的趋势。 第三，商务客人的附带性。通常，商务客人会带着家人朋友及贴身工作人员（如司机、秘书、保镖等）结伴出行，商务客人进行商务活动的同时，随行人员一般会进行观光、度假旅游活动。 第四，出行目的的多重性。目前，国际上非常流行奖励旅游这种集团性的休闲、度假活动方式。虽然奖励旅游是以观光为主要目的，但同时也有加强公司凝聚力、展示公司形象的目的，所以国际上把奖励旅游也归为商务旅游范畴。 第五，旅游服务的综合性。随着社会经济的发展，现代商务旅游服务不仅仅是代买机票、预订酒店，更重要的是为商务游客提供一揽子全套旅游管理项目的解决方案，包括提供各种咨询服务、最大程度地降低旅行成本、提供最便捷合理的旅行方案和打理一切旅行接待服务等等。如美国运通（AMERICAN EXPREE）是一家主要从事商务旅行服务的公司，为全球最大的商务旅行服务公司。其业务已伸展到全球各地，全球企业500强中有400家以上的企业委托它做出差业务和公司人员私人出行业务，公务人员只要手持一张运通卡就能在全世界畅通无阻，每年的营业额在200多亿美元。

智研数据研究中心发布的《2017-2022年中国商务旅游市场深度调查与未来前景预测报告》共十八章。首先介绍了商务旅游行业市场发展环境、商务旅游整体运行态势等，接着分析了商务旅游行业市场运行的现状，然后介绍了商务旅游市场竞争格局。随后，报告对商务旅游做了重点企业经营状况分析，最后分析了商务旅游行业发展趋势与投资预测。您若想对商务旅游产业有个系统的了解或者想投资商务旅游行业，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：

第一部分 行业发展现状 43

第一章 商务旅游行业发展概述 43

第一节 行业相关概念 43

一、商务旅游产业定义 43

二、商务旅游产业产品范围 43

三、商务旅游产业的外延及其所隶属的大行 44

第二节 商务旅游产业产品与服务 44

一、商务旅游产业主要业态 44

二、商务旅游产业组织形式 44

三、商务旅游产品种类与生产数量 45

第三节 商务旅游产业投资特性分析 45

一、商务旅游产业赢利性 45

二、商务旅游产业成长性 45

三、商务旅游产业风险性 45

四、商务旅游业进入壁垒 46

第四节 商务旅游业现行管理体制分析 46

一、现行管理体制制约商务旅游业的发展 46

二、商务旅游协会在市场管理中的作用 46

三、对商务旅游行业行政管理体制改革的建议 47

第二章 旅游业市场发展分析 49

第一节 全球旅游市场发展分析 49

一、全球国际旅游人数分析 49

二、全球国际旅游收入分析 50

1、全球国际旅游收入排行 50

2、亚洲国际旅游收入排行 51

- 3、美洲国际旅游收入分析 51
- 三、全球领先旅游业企业发展分析 51
 - 1、美国胜腾旅游集团 51
 - 2、万豪国际集团 53
 - 3、喜达屋集团 56
 - 4、瑞士旅业集团 (Kuoni) 60
- 第二节 中国国内旅游市场发展分析 61
 - 一、2014-2016年中国国内旅游概况 61
 - 1、国内旅游人数 61
 - 2、国内旅游收入 62
 - 3、国内旅游人均花费 62
 - 二、2014-2016年国内旅游的发展特征 63
 - 1、节假日旅游进一步集中 63
 - 2、一日游占主导地位 65
 - 3、观光游仍是主体 66
 - 4、区域旅游热点更加凸显 67
 - 三、中国国内旅游市场“十三五”发展预测 68
- 第三节 中国入境旅游市场发展分析 69
 - 一、2014-2016年中国入境旅游概况 69
 - 1、入境旅游接待人数 69
 - 2、入境旅游外汇收入 69
 - 3、入境旅游客源情况 70
 - 二、2014-2016年入境旅游主要特点 70
 - 1、入境游客以港澳台同胞为主 70
 - 2、入境外国游客以亚欧人为主 70
 - 3、旅游目的以观光休闲和商务会议为主 71
 - 三、入境旅游市场“十三五”发展预测 71
- 第四节 中国出境旅游市场发展分析 72
 - 一、2014-2016年中国出境旅游概况 72
 - 二、2014-2016年出境旅游目的地概况 73
 - 1、已开放的出境旅游目的地 73
 - 2、出境旅游中的热门目的地 77

三、2016年网民出境旅游意向调查	79
四、出境旅游市场“十三五”发展预测	79
第五节 中国黄金周旅游市场发展分析	81
一、十一黄金周旅游市场发展分析	81
1、十一黄金周旅游人数	81
2、十一黄金周旅游收入	81
二、春节黄金周旅游市场发展分析	81
1、春节黄金周旅游人数	81
2、春节黄金周旅游收入	82
第六节 中国旅游业“走出去”机遇分析	82
一、旅游子行业海外市场扩张现状	82
1、旅游景区海外市场扩张现状	82
2、酒店业海外市场扩张现状	84
3、餐饮业海外市场扩张现状	86
二、旅游业海外扩张存在问题	90
三、未来海外市场前景展望	90
四、行业海外扩张对策建议	91
第三章 全球商务旅游市场发展分析	95
第一节 2016年全球商务旅游市场分析	95
一、2015年全球商务旅游市场回顾	95
二、2016年全球商务旅游市场环境	95
三、2016年全球商务旅游格局分析	96
四、2016年全球商务旅游行业发展分析	96
第二节 2016年全球商务旅游市场分析	97
一、2016年全球商务旅游需求分析	97
二、2016年全球商务旅游行业发展分析	98
三、2016年全球商务旅游市场环境	98
四、2016年中外商务旅游市场对比	98
第三节 主要国家地区商务旅游市场分析	99
一、2014-2016年美国商务旅游市场分析	99
二、2014-2016年欧洲商务旅游市场分析	99

- 三、2014-2016年日本商务旅游市场分析 99
- 四、2014-2016年韩国商务旅游市场分析 100
- 五、2014-2016年其他国家商务旅游市场 100

第四章 2014-2016年中国商务旅游业现状分析 101

第一节 2014-2016年中国商务旅游产业的发展分析 101

- 一、我国商务旅游业的兴起与开发情况 101
- 二、商务旅游业在中国渐趋升温 102
- 三、我国商务旅游联姻产生巨大经济效应 102
- 四、国内商务旅游热掀起基地建设高潮 103

第二节 2014-2016年中国商务旅游业存在的问题 103

- 一、商务旅游开发中存在的阻碍 103
- 二、我国商务旅游开发的错误观念 103
- 三、影视作品对旅游业发展的消极影响 104
- 四、商务旅游结合存在的缺陷 105

第三节 2014-2016年中国商务旅游业开发的对策分析 106

- 一、商务旅游结合发展需要关注的要点 106
- 二、加快我国商务旅游业发展的措施 106
- 三、中国商务旅游开发的路径探析 106
- 四、民族地区旅游业和影视文化的结合策略探讨 107
- 五、商务旅游的品牌塑造与推广策略透析 107
- 六、商务旅游业的市场经济路径探讨 108

第五章 中国商务旅游产业消费者行为调研 108

第一节 消费者旅游偏好调研 108

- 一、不同性别商务旅游偏好调研 108
- 二、不同年龄商务旅游偏好调研 109
 - 1、20岁以下商务旅游偏好调研 109
 - 2、20-40岁商务旅游偏好调研 110
 - 3、40岁以上商务旅游偏好调研 110

第二节 消费者行为习惯调研 110

- 一、不同性别消费者结构调研 110

- 1、男性消费者结构调研 110
- 2、女性消费者结构调研 110
- 二、不同年龄消费者结构调研 111
 - 1、消费者结构调研总体情况 111
 - 2、15-24岁消费者结构调研 112
 - 3、25-39岁消费者结构调研 112
 - 4、40-50岁消费者结构调研 112
- 三、消费者消费频次调研 113
 - 1、不同性别消费者旅游频次调研 113
 - 2、不同年龄消费者旅游频次调研 113
 - 1、消费者结构调研总体情况 114
 - 3、不同职业消费者旅游频次调研 114
- 四、消费者旅游时间选择调研 115
 - 1、节假日与非节假日选择调研 115
- 五、消费者商务旅游选择考虑因素调研 115
- 六、消费者选择商务旅游因由调研 116
- 七、消费者商务旅游的途径调研 117

第六章 我国商务旅游市场发展研究 119

第一节 2016年我国商务旅游市场发展研究 119

- 一、2014年我国商务旅游市场评估 119
- 二、2015年我国商务旅游市场评估 119
- 三、2015年我国商务旅游市场评估 119
- 四、2015年我国商务旅游市场评估 120

第二节 2016年我国商务旅游市场情况 120

- 一、2015年我国商务旅游市场评估 120
- 二、2016年我国商务旅游市场评估 120
- 三、2016年我国商务旅游市场评估 121
- 四、2016年我国商务旅游市场评估 121

第三节 2016年我国商务旅游市场结构和价格走势分析 121

- 一、2016年我国商务旅游市场结构和价格走势概述 121
- 二、2016年我国商务旅游市场结构分析 122

三、2016年我国商务旅游市场价格走势分析 122

第七章 我国商务旅游市场运营状况分析分析 123

第一节 2016年我国商务旅游市场运营状况分析分析 123

一、主要观点 123

二、市场结构分析 123

三、价格走势分析 124

四、经营商分析 124

第二节 2016年我国商务旅游市场运营状况分析分析 125

一、主要观点 125

二、市场结构分析 125

三、价格走势分析 126

四、经营商分析 126

第八章 商务旅游区域市场情况分析 126

第一节 华北地区商务旅游行业运行情况 126

一、2014-2016年华北地区商务旅游行业发展现状分析 126

二、2014-2016年华北地区商务旅游市场规模情况分析 127

三、2017-2022年华北地区商务旅游市场需求情况分析 127

四、2017-2022年华北地区商务旅游行业发展前景预测 128

五、2017-2022年华北地区商务旅游行业投资风险预测 128

第二节 2017-2022年华东地区商务旅游行业运行情况 128

一、2014-2016年华东地区商务旅游行业发展现状分析 128

二、2014-2016年华东地区商务旅游市场规模情况分析 129

三、2017-2022年华东地区商务旅游市场需求情况分析 129

四、2017-2022年华东地区商务旅游行业发展前景预测 130

五、2017-2022年华东地区商务旅游行业投资风险预测 130

第三节 2017-2022年华南地区商务旅游行业运行情况 131

一、2014-2016年华南地区商务旅游行业发展现状分析 131

二、2014-2016年华南地区商务旅游市场规模情况分析 131

三、2017-2022年华南地区商务旅游市场需求情况分析 131

四、2017-2022年华南地区商务旅游行业发展前景预测 132

五、2017-2022年华南地区商务旅游行业投资风险预测	132
第四节 2017-2022年华中地区商务旅游行业运行情况	133
一、2014-2016年华中地区商务旅游行业发展现状分析	133
二、2014-2016年华中地区商务旅游市场规模情况分析	133
三、2017-2022年华中地区商务旅游市场需求情况分析	134
四、2017-2022年华中地区商务旅游行业发展前景预测	134
五、2017-2022年华中地区商务旅游行业投资风险预测	134
第五节 2017-2022年西南地区商务旅游行业运行情况	135
一、2014-2016年西南地区商务旅游行业发展现状分析	135
二、2014-2016年西南地区商务旅游市场规模情况分析	135
三、2017-2022年西南地区商务旅游市场需求情况分析	136
四、2017-2022年西南地区商务旅游行业发展前景预测	136
五、2017-2022年西南地区商务旅游行业投资风险预测	137
第六节 2017-2022年西北地区商务旅游行业运行情况	137
一、2014-2016年西北地区商务旅游行业发展现状分析	137
二、2014-2016年西北地区商务旅游市场规模情况分析	138
三、2017-2022年西北地区商务旅游市场需求情况分析	138
四、2017-2022年西北地区商务旅游行业发展前景预测	138
五、2017-2022年西北地区商务旅游行业投资风险预测	139
第七节 2017-2022年东北地区商务旅游行业运行情况	139
一、2014-2016年东北地区商务旅游行业发展现状分析	139
二、2014-2016年东北地区商务旅游市场规模情况分析	140
三、2017-2022年东北地区商务旅游市场需求情况分析	140
四、2017-2022年东北地区商务旅游行业发展前景预测	141
五、2017-2022年东北地区商务旅游行业投资风险预测	141

第九章中国商务旅游业子行业发展分析 142

第一节旅游景区发展分析 142

- 一、旅游景区基本情况 142
- 二、旅游景区业绩增长分析 153
 - 1、旅游景区主体地位增强 153
 - 2、精品旅游景区业绩突出 153

- 3、新兴旅游景区成为热点 155
- 三、主题公园行业发展分析 156
 - 1、行业发展概况 156
 - 2、行业竞争现状 158
 - 3、行业进入壁垒 158
 - 4、行业特有经营模式及行业特征 159
- 四、旅游文化演艺行业发展分析 160
 - 1、行业发展概况 160
 - 2、行业竞争现状 161
 - 3、行业进入壁垒 162
 - 4、行业特有经营模式及行业特征 163
- 第二节 酒店业发展分析 165
 - 一、星级饭店发展分析 165
 - 1、星级饭店规模及构成情况 165
 - 2、星级饭店总体经营状况 165
 - 3、不同星级饭店经营状况 166
 - 4、不同地区星级饭店经营状况 167
 - 5、重点旅游城市酒店经营情况 168
 - 6、酒店市场运行特点总结 169
 - 二、经济型连锁酒店发展分析 170
 - 1、经济型酒店规模分析 170
 - 2、经济型酒店区域分布情况 170
 - 3、经济型酒店产品结构 171
 - 4、经济型酒店竞争格局 173
 - 三、中国酒店业发展趋势 175
- 第三节 餐饮业发展分析 175
 - 二、餐饮业集中度分析 175
 - 三、餐饮百强企业经营分析 177
 - 四、餐饮业发展趋势 179
- 第四节 旅行社发展分析 181
 - 一、旅游社行业发展概况 181
 - 1、行业发展规模 181

- 2、行业经营状况 181
- 二、旅行社业务分析 181
- 1、入境旅游业务分析 181
- 2、国内旅游业务分析 182
- 3、出境旅游业务分析 183
- 三、旅行社行业总体结构分析 184
- 1、旅行社区域分布 184
- 2、旅行社经营状况 184
- 3、旅行社类别分布 184
- 四、旅行社行业转型分析 185
- 1、旅行社行业发展阶段 185
- 2、旅行社行业分工体系 187
- 3、旅行社行业集中度 188
- 4、旅行社行业盈利能力 190
- 五、国际旅行社行业的发展借鉴 190
- 1、国际旅行社以“垂直分工”为主的多样化分工体系 190
- 2、欧美旅行社的一体化进程 191
- 3、国际成功旅行社“抓两头，带中间”的基本模式 192

第二部分 行业竞争格局 194

第十章 商务旅游行业竞争格局分析 194

第一节 行业竞争结构分析 194

- 一、现有企业间竞争 194
- 二、潜在进入者分析 194
- 三、替代品威胁分析 195
- 四、供应商议价能力 195
- 五、客户议价能力 196

第二节 行业集中度分析 196

- 一、市场集中度分析 196
- 二、企业集中度分析 197
- 三、区域集中度分析 197

第三节 中国商务旅游行业竞争格局综述 198

- 一、2016年商务旅游行业集中度 198
- 二、2016年商务旅游行业竞争程度 199
- 三、2016年商务旅游企业与品牌数量 199
- 四、2016年商务旅游行业竞争格局分析 199
- 第四节 2014-2016年商务旅游行业竞争格局分析 200
 - 一、2014-2016年国内外商务旅游竞争分析 200
 - 二、2014-2016年我国商务旅游市场竞争分析 200
 - 三、2014-2016年我国商务旅游市场集中度分析 200
 - 四、2014-2016年国内主要商务旅游企业动向 201
 - 五、2016年国内商务旅游拟在建项目分析 201

第十一章 商务旅游企业竞争策略分析 201

第一节 商务旅游市场竞争策略分析 201

- 一、2016年商务旅游市场增长潜力分析 201
- 二、2016年商务旅游主要潜力产品分析 202
- 三、现有商务旅游产品竞争策略分析 203
- 四、潜力商务旅游品种竞争策略选择 203
- 五、典型企业竞争策略分析 204

第二节 商务旅游企业竞争策略分析 205

- 一、欧债危机对商务旅游行业竞争格局的影响 205
- 二、欧债危机后商务旅游行业竞争格局的变化 205
- 三、2014-2016年我国商务旅游市场竞争趋势 205
- 四、2017-2022年商务旅游竞争格局展望 205
- 五、2014-2016年商务旅游竞争策略分析 206

第十二章 中国重点商务旅游公司竞争状况 207

第一节 中国国旅股份有限公司 207

- 一、公司概况 207
- 二、企业优势 207
- 三、企业经营和财务状况 207
 - (一) 企业偿债能力分析 207
 - (二) 企业运营能力分析 209

(三) 企业盈利能力分析	212
四、企业投资前景	213
第二节 中青旅控股股份有限公司	214
一、公司概况	214
二、企业优势	214
三、企业经营和财务状况	214
(一) 企业偿债能力分析	214
(二) 企业运营能力分析	216
(三) 企业盈利能力分析	219
四、企业投资前景	220
第三节 香港中旅国际投资有限公司	221
一、公司概况	221
二、企业优势	221
三、企业经营和财务状况	222
(一) 企业偿债能力分析	222
(二) 企业运营能力分析	223
(三) 企业盈利能力分析	226
四、企业投资前景	227
第四节 深圳华侨城股份有限公司	228
一、公司概况	228
二、企业优势	228
三、企业经营和财务状况	228
(一) 企业偿债能力分析	228
(二) 企业运营能力分析	230
(三) 企业盈利能力分析	233
四、企业投资前景	234
第五节 北京首都旅游股份有限公司	235
一、公司概况	235
二、企业优势	235
三、企业经营和财务状况	236
(一) 企业偿债能力分析	236
(二) 企业运营能力分析	237

(三) 企业盈利能力分析	240
四、企业投资前景	241
第六节 上海春秋国旅	242
一、公司概况	242
二、企业优势	243
三、企业经营和财务状况	243
(一) 企业偿债能力分析	243
(二) 企业运营能力分析	245
(三) 企业盈利能力分析	248
四、企业投资前景	249
第七节 中国旅行社总社	250
一、公司概况	250
二、企业优势	250
三、企业经营和财务状况	251
(一) 企业偿债能力分析	251
(二) 企业运营能力分析	252
(三) 企业盈利能力分析	255
四、企业投资前景	256
第八节 中国康辉旅行社有限责任公司	257
一、公司概况	257
二、企业优势	258
三、企业经营和财务状况	259
(一) 企业偿债能力分析	259
(二) 企业运营能力分析	261
(三) 企业盈利能力分析	264
四、企业投资前景	265
第九节 中信旅游总公司	266
一、公司概况	266
二、企业优势	266
三、企业经营和财务状况	267
(一) 企业偿债能力分析	267
(二) 企业运营能力分析	268

(三) 企业盈利能力分析	271
四、企业投资前景	272
第十节 北京神舟国际旅行社集团有限公司	273
一、公司概况	273
二、企业优势	273
三、企业经营和财务状况	273
(一) 企业偿债能力分析	273
(二) 企业运营能力分析	275
(三) 企业盈利能力分析	278
四、企业投资前景	279

第三部分 市场趋势调查 280

第十三章 商务旅游行业发展趋势分析 280

第一节 我国商务旅游行业前景与机遇分析 280

一、我国商务旅游行业趋势预测	280
二、我国商务旅游发展机遇分析	280
三、2016年商务旅游的发展机遇分析	280
四、欧债危机对商务旅游行业的影响分析	281

第二节 2014-2016年中国商务旅游市场趋势分析 281

一、2014-2016年商务旅游市场趋势总结	281
二、2014-2016年商务旅游发展趋势分析	281
三、2014-2016年商务旅游市场发展空间	282
四、2014-2016年商务旅游产业政策趋向	282
五、2014-2016年商务旅游技术革新趋势	282
六、2014-2016年商务旅游价格走势分析	283
七、2014-2016年国际环境对行业的影响	283

第十四章 未来商务旅游行业发展预测 284

第一节 未来商务旅游需求与消费预测 284

一、2017-2022年商务旅游消费预测	284
二、2017-2022年商务旅游市场规模预测	285
三、2017-2022年商务旅游行业总产值预测	285

- 四、2017-2022年商务旅游行业总资产预测 286
- 第二节 2017-2022年中国商务旅游行业供需预测 287
 - 一、2017-2022年中国商务旅游供给预测 287
 - 二、2017-2022年中国商务旅游需求预测 288
 - 三、2017-2022年中国商务旅游供需平衡预测 288
 - 四、2017-2022年中国商务旅游价格预测 289

第四部分 投资规划建议研究 290

第十五章 商务旅游行业投资现状分析 290

第一节 2015年商务旅游行业投资情况分析 290

- 一、2015年总体投资及结构 290
- 二、2015年投资规模情况 290
- 三、2015年投资增速情况 291
- 四、2015年分地区投资分析 291
- 五、2015年外商投资情况 292

第二节 2016年商务旅游行业投资情况分析 292

- 一、2016年总体投资及结构 292
- 二、2016年投资规模情况 293
- 三、2016年投资增速情况 294
- 四、2016年分地区投资分析 294
- 五、2016年外商投资情况 295

第十六章 商务旅游行业投资环境分析 296

第一节 经济发展环境分析 296

- 一、2014-2016年我国宏观经济运行情况 296
- 二、2014-2016年我国宏观经济形势分析 297
- 三、2017-2022年投资趋势及其影响预测 306

第二节 政策法规环境分析 309

- 一、2016年商务旅游行业政策环境分析 309
- 二、2016年国内宏观政策对其影响 311
- 三、2016年行业产业政策对其影响 314

第三节 技术发展环境分析 315

- 一、国内商务旅游技术现状 315
- 二、2016年商务旅游技术发展分析 316
- 三、2014-2016年商务旅游技术发展趋势分析 316

第四节 社会发展环境分析 316

- 一、国内社会环境发展现状 316
- 二、2016年社会环境发展分析 317
- 三、2014-2016年社会环境对行业的影响分析 319

第十七章 商务旅游行业投资机会与风险 319

第一节 行业活力系数比较及分析 319

- 一、2016年相关产业活力系数比较 319
- 二、2011-2016年行业活力系数分析 319

第二节 行业投资收益率比较及分析 320

- 一、2016年相关产业投资收益率比较 320
- 二、2011-2016年行业投资收益率分析 320

第三节 商务旅游行业投资效益分析 320

- 一、2014-2016年商务旅游行业投资状况分析 320
- 二、2014-2016年商务旅游行业投资效益分析 321
- 三、2017-2022年商务旅游行业投资趋势预测 322
- 四、2017-2022年商务旅游行业的投资方向 322
- 五、投资建议 323

六、新进入者应注意的障碍因素分析 323

第四节 影响商务旅游行业发展的主要因素 323

- 一、2017-2022年影响商务旅游行业运行的有利因素分析 323
- 二、2017-2022年影响商务旅游行业运行的稳定因素分析 324
- 三、2017-2022年影响商务旅游行业运行的不利因素分析 324
- 四、2017-2022年我国商务旅游行业发展面临的挑战分析 325
- 五、2017-2022年我国商务旅游行业发展面临的机遇分析 325

第五节 商务旅游行业投资前景及控制策略分析 326

- 一、2017-2022年商务旅游行业市场风险及控制策略 326
- 二、2017-2022年商务旅游行业政策风险及控制策略 327
- 三、2017-2022年商务旅游行业经营风险及控制策略 328

- 四、2017-2022年商务旅游行业技术风险及控制策略 328
- 五、2017-2022年商务旅游行业同业竞争风险及控制策略 329
- 六、2017-2022年商务旅游行业其他风险及控制策略 329

第十八章 商务旅游行业投资规划建议研究 330

第一节 商务旅游行业投资前景研究 330 (ZY LII)

- 一、战略综合规划 330
- 二、技术开发战略 330
- 三、业务组合战略 331
- 四、区域战略规划 331
- 五、产业战略规划 331
- 六、营销品牌战略 332
- 七、竞争战略规划 332

第二节 对我国商务旅游品牌的战略思考 333

- 一、企业品牌的重要性 333
- 二、商务旅游实施品牌战略的意义 333
- 三、商务旅游企业品牌的现状分析 333
- 四、我国商务旅游企业的品牌战略 334
- 五、商务旅游品牌战略管理的策略 334

第三节 商务旅游企业经营管理策略 334

- 一、成本控制策略 334
- 二、定价策略 334
- 三、竞争策略 335
- 四、并购重组策略 335
- 五、营销策略 335
- 六、人力资源 335
- 七、财务管理 336
- 八、国际化策略 336

第四节 我国商务旅游业发展的对策 336

- 一、中国商务旅游走出去的问题与对策 336
- 二、商务旅游出版社产业化发展意识定位分析 337
- 三、商务旅游市场“打建并举” 337

- 四、科技助力商务旅游数字化 337
- 五、强强联合专职管理 337
- 六、风险应降低政策待倾斜 338
- 七、参与体制改革进军网络领域 338
- 八、保护知识产权 339
- 九、多元化战略拓展生存空间 339
- 十、大力开发原创产品 339
- 第五节 商务旅游行业投资规划建议研究 340
 - 一、2016年文化产业投资规划建议 340 (ZY LII)
 - 二、2016年商务旅游行业投资规划建议 343
 - 三、2017-2022年商务旅游行业投资规划建议 343
 - 四、2017-2022年细分行业投资规划建议 344

图表目录：

- 图表 1 2016年1-9月来华旅游入境人数（按入境方式分） 61
- 图表 2 2016年1-9月来华旅游入境人数（按入境方式分） 69
- 图表 3 2016年1-9月入境外国游客人数（按目的分） 70
- 图表 4 2016年1-9月来华旅游入境外国人按地区及国家划分 70
- 图表 5 近年来各国签证便利情况一览 80
- 图表 6 商务旅游偏好构成 108
- 图表 7 不同性别旅游者对商务旅游环境偏好的差异 110
- 图表 8 不同年龄旅游者在商务旅游环境偏好上的方差齐次性检验表 111
- 图表 9 不同年龄旅游者对商务旅游景观偏好的方差齐次性检验表 112
- 图表 10 不同年龄旅游者在商务旅游环境偏好上的多重分析表 112
- 图表 11 不同性别旅游者对商务旅游环境偏好的差异 113
- 图表 12 不同年龄旅游者在商务旅游环境偏好上的方差齐次性检验表 114
- 图表 13 不同年龄旅游者对商务旅游景观偏好的方差齐次性检验表 114
- 图表 14 不同年龄旅游者在商务旅游景观偏好上的多重分析表 115
- 图表 15 2014年我国商务旅游市场销售利润率 119
- 图表 16 2015年我国商务旅游市场销售利润率 119
- 图表 17 2015年我国商务旅游市场销售利润率 119
- 图表 18 2015年我国商务旅游市场销售利润率 120

图表 19 2015年我国商务旅游市场销售利润率	120
图表 20 2016年我国商务旅游市场销售利润率	120
图表 21 2016年我国商务旅游市场销售利润率	121
图表 22 2016年我国商务旅游市场销售利润率	121
图表 23 2012-2016年华北地区商务旅游行业销售收入及增长情况	127
图表 24 2012-2016年华东地区商务旅游行业销售收入及增长情况	129
图表 25 2012-2016年华南地区商务旅游行业销售收入及增长情况	131
图表 26 2012-2016年华中地区商务旅游行业销售收入及增长情况	133
图表 27 2012-2016年西南地区商务旅游行业销售收入及增长情况	135
图表 28 2012-2016年西北地区商务旅游行业销售收入及增长情况	138
图表 29 2012-2016年东北地区商务旅游行业销售收入及增长情况	140
图表 30 2016年第三季度全国星级饭店数量	165

详细请访问：<http://www.abaogao.com/b/lvyou/C97161WJW8.html>