

2017-2022年中国旅行社产业深度调研与投资前景预测报告

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年中国旅行社产业深度调研与投资前景预测报告》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/M93271C6HW.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

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。

国家鼓励企业“走出去”的政策逐步完善。2016年3月，商务部出台了《境外投资管理办法》，大大简化了境外投资的审批过程，给予企业更多政策鼓励。针对中小企业，我国设立了“中小企业国际市场开拓资金”，搭建了中小企业境外经贸合作区平台，还出台了海外并购政策。此外，旅游主管部门还通过与商务部、财政部、外汇管理局及银监会等部门合作，引导和推动中国旅游企业进行海外投资。

目前，我国“走出去”的旅游企业业务不断拓展包括旅行社、饭店、餐饮及景区等且多元化经营趋势明显，经营地区不断扩大涵盖亚洲、非洲、欧洲、北美洲、南美洲和大洋洲的30多个国家和地区。

虽然我国部分旅游企业已有一定的规模和资本实力，但相对发达国家，甚至与印度等发展中国家相比，我国旅游企业的国际化程度还很低，核心竞争力不强。

我国旅游业国际化程度低，具体表现在国内不仅缺乏市场认可度高的企业品牌、国际领先的专有技术以及先进的管理能力，也没有形成自己的知识产权和构建自己的核心竞争优势，商业模式、产品开发等创新能力皆显不足；国际市场知识和国际化人才储备不足的瓶颈，尤其是旅游企业跨国并购方面的人才非常匮乏；对自己的市场定位和产品定位比较模糊，海外投资的需求往往并不明确；我国旅游企业在核心产品开发和分销系统建设方面也与国际旅游集团存在较大差距等方面。

智研数据研究中心发布的《2017-2022年中国旅行社产业深度调研与投资前景预测报告》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：

第一部分 旅行社行业运行现状

第一章 旅游行业发展分析

第一节 2014-2016年旅游产业发展现状分析

- 一、2016年中国旅游发展总体情况
- 二、2016年旅游收入目标及国家旅游局确定工作重点
- 三、2015旅游经济运行情况分析
- 四、2016年中国旅游发展热点预测

第二节 2017-2022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 旅行社行业发展分析

第一节 2016年我国旅行社运行分析

- 一、2016年全国旅行社统计调查情况
- 二、2016年全国旅行社统计调查情况

第二节 2016年我国旅行社运行分析

- 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 2016年假期旅游市场分析

- 一、2016年春节黄金周发展情况
- 二、2016年春节旅游特点分析

第二节 2016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 2014-2016年国内旅游市场分析

第二节 2014-2016年入境旅游市场分析

- 一、2016年中国入境旅游市场运行分析
- 二、2016年中国入境旅游市场运行分析
- 三、2016年中国入境游游客满意度分析
- 四、2017-2022年我国入境游接待量年均增长情况预测

第三节 2016年出境旅游市场分析

- 一、2016年出境旅游市场分析
- 二、2016年出境旅游市场特征
- 三、2017-2022年中国出境游市场趋势看好
- 四、2017-2022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、2016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、2016年在线旅游市场发展情况

二、2017-2022年中国在线旅游市场预测

三、2017-2022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和问题
- 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
- 7、企业投资业务
- 8、企业发展目标

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
- 7、企业投资业务

8、企业发展目标

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

7、企业投资业务

8、企业发展目标

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

7、企业投资业务

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、企业组织构架

6、企业盈利能力

7、企业投资业务

8、企业战略规划

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
- 7、企业投资业务
- 8、企业战略规划

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
- 7、企业投资业务
- 8、企业发展目标

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
- 7、企业盈利能力
- 8、企业发展前景

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
- 7、企业投资业务
- 8、企业发展目标

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
- 7、企业投资业务
- 8、企业发展目标

十一、深圳华侨城股份有限公司

- 1、企业发展概况
- 2、企业业务构成
- 3、企业资产规模
- 4、企业发展动态
- 5、企业竞争优势
- 6、企业盈利能力
- 7、企业资本运作
- 8、企业战略规划

十二、峨眉山旅游股份有限公司

- 1、企业发展概况
- 2、企业经营情况
- 3、企业资本运作
- 4、企业财务分析
- 5、企业核心竞争力
- 6、企业盈利能力
- 7、企业偿债能力
- 8、企业战略规划

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“十二五”发展规划纲要

第五节 政策环境对行业的影响

第十三章 2017-2022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、2016年索契冬奥会
- 2、2016年米兰世界博览会
- 3、2016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（ZYPX）

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：2016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：2016年度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：2016年度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：2016年三季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：2016年三季度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：2016年三季度旅行社国内旅游组织人次排名前十位的省份

图表：2016年三季度旅行社国内旅游接待人次排名前十位的省份

图表：2016年三季度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：2016年三季度三大旅游市场人次数比较

图表：2016年三季度三大旅游市场人天数比较

图表：2016年及“十二五”旅游业发展目标及完成情况

图表：2016年“十一”黄金周全国各省区市旅游收入情况

图表：2016年“十一”黄金周全国各省区市旅游收入排行榜

图表：2017-2022年我国入境游接待量年均增长情况预测

图表：2017-2022年我国居民出境旅游花费预测

图表：2016年城市旅游投资竞争力50强

图表：2014-2016年中国红色旅游发展简况

图表：2012-2018年中国在线旅游市场交易规模及增速

图表：2014-2016年中国机票预订市场规模情况

图表：2014-2016年中国酒店市场规模情况

图表：2016年云南旅游股份有限公司主营业务构成分析

详细请访问：<http://www.abaogao.com/b/lyyou/M93271C6HW.html>