

# 2021-2027年中国旅行社经 营业市场前景研究与市场需求预测报告

## 报告目录及图表目录

中国产业研究报告网 编制

[www.chinairr.org](http://www.chinairr.org)

## 一、报告报价

《2021-2027年中国旅行社经营业市场前景研究与市场需求预测报告》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.chinairr.org/report/R09/R0901/202108/18-423107.html>

产品价格：纸介版9800元 电子版9800元 纸介+电子10000元

订购电话: 400-600-8596 010-80993936

传真: 010-60343813

网址: <http://www.chinairr.org>

Email: [sales@chyxx.com](mailto:sales@chyxx.com)

联系人：刘老师 陈老师 谭老师

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

未来的旅行社会呈现何种状态，按照产业发展逻辑变化以及社会发展的影响，本文认为未来的旅行社会呈现以下几种趋势：

### 趋势一

大型的传统旅行社集团业务将会进一步萎缩，小而精的旅行社将会兴起

在传统旅行社中分管某些区域业务的主管们出来旅游创业，并且分润市场的行为还将继续，他们在一定程度上，会让现有的旅行社朝向小型化发展，扎根区域市场，然后做深市场。

### 趋势二

专业化、主题化、深度游、私人定制旅游将成为未来旅行社的选择

主题化旅行社是指深入小众化市场及主题型市场，为这些小众市场和主题市场服务，通过鲜明的主题和个性赢得市场，比如明星粉丝旅游，就需要切入到明星粉丝旅游群体，对明星粉丝的需求有足够的了解、认知，然后根据他们的需求，制定相应的包括明星演出门票、明星见面会安排、明星相关产品购买等方面的服务，从而深入发展。

### 趋势三

新媒体新手段促进旅行社分化，个人品牌型旅行社将会兴起

随着新技术的发展，各种新媒体及社群媒体对旅行社业务的影响巨大，旅行社又开始走向回归，基于对人的信任而参加旅行团。

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。随着经济的发展，我国旅游产业快速发展，产业规模持续扩大，市场秩序不断优化。

随着经济社会的发展，旅行者对旅游产品的质量要求越来越高，维权意识也日益增长，对于产品的识别能力增强。而与此同时，携程等网上OTA企业，美团、大众点评等平台在机票、酒店、门票等方面的价格优惠和折扣给旅行社带来很大压力。消费者对于“零团费”等旅行社产品识别提高了警惕，面对强制消费、天价产品等行为善于用法律手段和互联网传播保护自己，时加上法律政策的不断完善，旅游消费者的讨价议价能力不断提高。而不断增多的旅行社及新型旅行出游方式使得购买者有了更多的选择空间，在议价方面占据了更多优势。由于旅行社行业本身具有门槛低、规模小、固定成本少、退出壁垒低等特点，可进入性强，竞争激烈。每天随时随地都有很多新型旅行社进入旅游行业，所以潜在竞争者进入的能力相对还是较高，利润分割明显。 中国产业研究报告网发布的《2021-2027年中国

旅行社经营业市场前景研究与报告》共十五章。首先介绍了中国旅行社经营业行业市场发展环境、旅行社经营业整体运行态势等，接着分析了中国旅行社经营业行业市场运行的现状，然后介绍了旅行社经营业市场竞争格局。随后，报告对旅行社经营业做了重点企业经营状况分析，最后分析了中国旅行社经营业行业发展趋势与投资预测。您若想对旅行社经营业产业有个系统的了解或者想投资中国旅行社经营业行业，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 2015-2019年中国旅游行业运行态势分析

### 第一节 2015-2019年中国旅游产业运行总况

- 一、中国旅游业进入快速发展时期
- 二、2015-2019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 2015-2019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、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 2015-2019年中国旅行社运行新形势透析

### 第一节 2015-2019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 2015-2019年中国旅行社动态分析

- 一、旅行社的奥运旅游分析
- 二、中国旅行社运行与管理分析

### 三、2015-2019年中国旅行社面临问题

- 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 2015-2019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 2015-2019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 2015-2019年中国假期旅游市场分析

### 第一节 2015-2019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 2015-2019年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

- 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 2015-2019年入境旅游市场运行分析

2019年第四季度全国旅行社入境旅游外联339.61万人次、1486.96万人天，接待487.77万人次、1724.81万人天。

第四季度旅行社入境旅游外联人次排名前十位的客源地国家或地区由高到低依次为台湾地区、香港地区、澳门地区、韩国、日本、美国、马来西亚、新加坡、泰国、俄罗斯。2019年第四季度旅行社入境旅游外联人次排名前十位的客源地国家或地区

- 一、中国入境旅游数据统计
- 二、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 2015-2019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、2021-2027年我国居民出境旅游花费预测

## 第六章 2015-2019年中国散客旅游与组团旅游的比较分析

### 第一节 2015-2019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 2015-2019年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 2015-2019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 2015-2019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、自驾游揽热旅游市场

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 2021-2027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 2015-2019年中国旅行社行业竞争新格局透析

第一节 2015-2019年旅行社竞争分析

一、我市旅行社迎来连锁竞争时代

二、旅行社竞争激烈催生并购热潮

三、旅行社竞争弃“价”归“货”

四、移动营销改变旅行社竞争格局

第二节 2015-2019年中国旅行社竞争中存在的问题

一、旅行社缘何难走出低价竞争的怪圈

二、旅行社同质化竞争严重

第三节 中国中小型旅行社竞争与合作机制的探讨

第四节 2021-2027年中国旅行社竞争趋势探讨

第十章 2015-2019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 桂林旅游股份有限公司（000978）

- 一、企业概况
- 二、企业主要经济指标分析
- 三、企业盈利能力分析
- 四、企业偿债能力分析
- 五、企业运营能力分析
- 六、企业成长能力分析

### 第二节 黄山旅游发展股份有限公司（600054）

- 一、企业概况
- 二、企业主要经济指标分析
- 三、企业盈利能力分析
- 四、企业偿债能力分析
- 五、企业运营能力分析
- 六、企业成长能力分析

### 第三节 中青旅控股股份有限公司（600138）

- 一、企业概况
- 二、企业主要经济指标分析
- 三、企业盈利能力分析
- 四、企业偿债能力分析
- 五、企业运营能力分析
- 六、企业成长能力分析

### 第四节 峨眉山旅游股份有限公司（000888）

- 一、企业概况
- 二、企业主要经济指标分析
- 三、企业盈利能力分析
- 四、企业偿债能力分析
- 五、企业运营能力分析
- 六、企业成长能力分析

#### 第五节 北京首都旅游股份有限公司（600258）

- 一、企业概况
- 二、企业主要经济指标分析
- 三、企业盈利能力分析
- 四、企业偿债能力分析
- 五、企业运营能力分析
- 六、企业成长能力分析

#### 第六节 丽江玉龙旅游股份有限公司（002033）

- 一、企业概况
- 二、企业主要经济指标分析
- 三、企业盈利能力分析
- 四、企业偿债能力分析
- 五、企业运营能力分析
- 六、企业成长能力分析

#### 第七节 上海锦江国际旅游股份有限公司（600754）

- 一、企业概况
- 二、企业主要经济指标分析
- 三、企业盈利能力分析
- 四、企业偿债能力分析
- 五、企业运营能力分析
- 六、企业成长能力分析

## 第十二章 2021-2027年中国旅行社行业发展趋势分析

### 第一节 2021-2027年中国旅行社前景展望

- 一、网上旅行社前景预测分析
- 二、电子商务时代旅行社的发展前景与策略

三、旅行社热盼“政策利好”

四、外资旅社对国内中小旅行社冲击

第二节 2021-2027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 2021-2027年中国旅行社行业市场盈利预测分析

第十三章 2015-2019年中国旅行社产业投资环境解析

第一节 2015-2019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 2015-2019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 2015-2019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

三、H1N1流感使旅行社业务量降低 或调整收入预期

第十四章 2021-2027年中国旅行社行业投资战略分析

第一节 2015-2019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 2021-2027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 2021-2027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 2021-2027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：2015-2019年中国旅游产业发展规模

图表：2015-2019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：2019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  
图表：上市公司相关景区十一期间接待游客情况  
图表：2019年中国入境旅游地方接待情况(一)  
图表：2019年中国入境旅游主要城市接待情况(一)  
图表：2019年入境旅游外国人人数(目的累计)  
图表：2019年来华旅游入境人数(年龄性别累计)  
图表：加拿大生态旅游者旅游动机  
图表：北美生态旅游者旅游动机  
图表：生态旅游者团队构成  
图表：生态旅游者愿意支付的费用  
更多图表请见正文&hellip;&hellip;

详细请访问：<http://www.chinairr.org/report/R09/R0901/202108/18-423107.html>