

2023-2029年中国旅行社市 场前景研究与市场供需预测报告

报告目录及图表目录

中国产业研究报告网 编制

www.chinairr.org

一、报告报价

《2023-2029年中国旅行社市场前景研究与市场供需预测报告》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/R0901/202305/26-528940.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

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

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。

产业研究报告网发布的《2023-2029年中国旅行社市场前景研究与市场供需预测报告》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、2023-2029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2023-2029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2023-2029年中国旅行社行业发展趋势分析

第一节2023-2029年中国旅行社前景展望

第二节2023-2029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2023-2029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2023-2029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2023-2029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2023-2029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2023-2029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……

详细请访问：<http://www.chinairr.org/report/R09/R0901/202305/26-528940.html>