

2017-2022年中国公务旅游 市场监测及发展前景分析报告

报告目录及图表目录

北京迪索共研咨询有限公司

www.cction.com

一、报告报价

《2017-2022年中国公务旅游市场监测及发展前景分析报告》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/201705/140857.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

公务旅游是指以某种公务为主要目的的旅游，它是旅行过程中产生的旅游行为。这种以某些功利性目的和旅游相结合的旅游形式是旅游内涵的一种延伸，其表现形式主要有商务旅游、会议旅游、讲学旅游等。公务旅游的地点一般都选择在旅游胜地或风景文化历史名城。

报告目录：

第一章 公务旅游相关基础概述研究4

第一节 公务旅游的界定及分类4

一、公务旅游的界定分析4

二、公务旅游的分类分析4

三、公务旅游的特性分析5

第二节 公务旅游产业链研究分析6

第三节 公务旅游行业成熟度分析8

一、行业发展周期分析8

二、中外市场成熟度对比9

三、主要细分行业成熟度10

第四节 公务旅游产业地位研究分析11

第二章 世界公务旅游行业发展状况分析13

第一节 世界公务旅游行业发展环境分析13

一、全球经济发展环境分析13

二、全球消费环境分析研究16

第二节 世界公务旅游行业市场发展情况18

一、全球公务旅游行业发展概况18

二、全球公务旅游市场规模分析19

三、全球公务旅游市场分布分析20

四、全球公务旅游品牌发展分析21

五、中外公务旅游市场发展对比22

第三节 世界主要国家地区发展分析23

一、美国公务旅游行业市场发展分析23

二、欧洲公务旅游行业市场发展分析25

三、日本公务旅游行业市场发展分析27

四、韩国公务旅游行业市场发展分析29

五、其他国家行业市场发展分析	31
第四节 世界公务旅游行业发展趋势分析	33
第三章 中国公务旅游行业市场投资环境分析	35
第一节 公务旅游行业市场投资环境总况	35
一、政治法律环境	35
二、基础设施环境	37
三、金融环境	38
四、科技环境	39
五、经济环境	40
六、自然地理环境	41
七、社会文化环境	43
第二节 公务旅游行业市场投资环境特点	45
一、投资环境的综合性	46
二、投资环境的整体性	47
三、投资环境的差异性	48
四、投资环境的动态性	49
第三节 公务旅游行业市场投资环境评价原则标准	50
一、投资环境评价原则	50
（一）系统性原则	50
（二）客观性原则	51
（三）比较性原则	52
（四）时效性原则	53
（五）目的性原则	54
二、投资环境评价标准	55
（一）安全性	55
（二）盈利性	56
（三）服务的完善性	57
（四）优惠性	58
第四节 公务旅游行业市场投资环境评价	59
一、政治稳定性	59
二、市场机会	60
三、经济发展和成就	61

四、文化一元化62

五、法规阻碍63

六、实质阻碍64

七、地理和文化差距65

第五节 公务旅游行业市场投资壁垒分析66

一、投资准入壁垒66

二、投资经营壁垒67

三、投资退出壁垒68

四、贸易投资壁垒69

第四章 中国公务旅游行业运行态势剖析70

第一节 中国公务旅游行业发展现状70

一、公务旅游行业发展现状分析70

二、公务旅游行业发展特点分析72

三、公务旅游行业发展规模分析74

四、公务旅游行业品牌发展现状75

第二节 中国公务旅游市场发展分析76

一、公务旅游市场需求现状分析76

二、公务旅游市场发展规模分析78

三、公务旅游市场分布情况研究80

四、公务旅游市场发展特点分析82

第三节 中国公务旅游行业成本分析研究84

一、租金成本分析86

二、劳动成本分析87

三、管理成本分析88

四、销售成本分析89

第四节 公务旅游行业市场问题及策略分析90

第五章 公务旅游行业经济运行数据情况93

第一节 公务旅游行业运行规模情况93

一、企业数量增长情况93

二、从业人数增长情况94

三、资产规模增长情况95

第二节 公务旅游行业销售产值情况96

一、营业收入情况	96
二、销售增加值分情况	97
第三节 公务旅游行业成本费用情况	98
第四节 公务旅游行业盈利能力情况	99
第六章 公务旅游行业产业链分析研究	100
第一节 公务旅游产业链基本概况	100
一、行业经济特性	100
二、行业特性分析	101
三、产业链结构分析	103
第二节 公务旅游关联行业一发展分析	105
一、关联行业一发展规模	105
二、关联行业一发展格局	109
三、关联行业一发展态势	110
四、关联产业一发展前景	113
第三节 公务旅游关联行业二发展分析	115
一、关联行业二发展规模	115
二、关联行业二发展格局	119
三、关联行业二发展态势	120
四、关联产业二发展前景	122
第四节 公务旅游关联行业三发展分析	124
一、关联行业三需求规模	124
二、关联行业三发展格局	128
三、关联行业三发展态势	129
四、关联产业三发展前景	131
第五节 公务旅游关联行业四发展分析	133
一、关联行业四需求规模	133
二、关联行业四发展格局	137
三、关联行业四发展态势	138
四、关联产业四发展前景	140
第七章 中国公务旅游行业细分市场分析	142
第一节 细分一行业市场	142
一、细分行业运行环境分析	142

二、细分行业运行数据分析	144
三、细分行业市场发展趋势	145
四、细分行业市场发展机会	146
五、细分行业市场发展影响	148
第二节 细分二行业市场	150
一、细分行业运行环境分析	150
二、细分行业运行数据分析	152
三、细分行业市场发展趋势	153
四、细分行业市场发展机会	154
五、细分行业市场发展影响	156
第三节 细分三行业市场	158
一、细分行业运行环境分析	158
二、细分行业运行数据分析	160
三、细分行业市场发展趋势	161
四、细分行业市场发展机会	162
五、细分行业市场发展影响	164
第八章 公务旅游行业区域发展研究	166
第一节 东部地区	166
一、东部地区公务旅游行业发展水平	166
二、东部地区公务旅游行业发展规模	168
三、东部地区公务旅游行业发展因素	170
四、东部地区公务旅游行业发展态势	172
五、东部地区公务旅游行业发展前景	174
第二节 中部地区	176
一、中部地区公务旅游行业发展水平	176
二、中部地区公务旅游行业发展规模	178
三、中部地区公务旅游行业发展因素	180
四、中部地区公务旅游行业发展态势	182
五、中部地区公务旅游行业发展前景	184
第三节 西部地区	186
一、西部地区公务旅游行业发展水平	188
二、西部地区公务旅游行业发展规模	190

- 三、西部地区公务旅游行业发展因素192
- 四、西部地区公务旅游行业发展态势194
- 五、西部地区公务旅游行业发展前景196
- 第九章 公务旅游行业城市发展研究200
 - 第一节 一线城市200
 - 一、一线城市公务旅游行业发展水平200
 - 二、一线城市公务旅游行业发展规模202
 - 三、一线城市公务旅游行业发展因素204
 - 四、一线城市公务旅游行业发展态势206
 - 五、一线城市公务旅游行业发展前景208
 - 第二节 二线城市210
 - 一、二线城市公务旅游行业发展水平212
 - 二、二线城市公务旅游行业发展规模214
 - 三、二线城市公务旅游行业发展因素216
 - 四、二线城市公务旅游行业发展态势218
 - 五、二线城市公务旅游行业发展前景220
 - 第三节 三四线城市224
 - 一、三四线城市公务旅游行业发展水平224
 - 二、三四线城市公务旅游行业发展规模226
 - 三、三四线城市公务旅游行业发展因素228
 - 四、三四线城市公务旅游行业发展态势230
 - 五、三四线城市公务旅游行业发展前景232
- 第十章 公务旅游行业市场竞争状况分析234
 - 第一节 公务旅游行业市场竞争现状234
 - 一、公务旅游行业市场竞争激烈程度234
 - 二、公务旅游行业市场竞争阵营分析236
 - 三、公务旅游行业市场竞争关系研究238
 - 四、公务旅游行业市场竞争特点分析240
 - 第二节 公务旅游行业市场竞争格局242
 - 一、行业集中度242
 - 二、市场集中度242
 - 三、区域集中度243

四、企业集中度	243
第三节 影响行业竞争结构的因素	245
一、行业内部的竞争状况	245
二、用户顾客的议价能力	247
三、供货厂商的议价能力	249
四、潜在竞争对手的威胁	251
五、关联替代产品的压力	253
第四节 行业市场竞争战略研究	255
一、总成本领先战略	257
二、差别化战略研究	259
三、专一化战略研究	261
第五节 公务旅游行业市场竞争预测	263
一、公务旅游行业市场竞争趋势	265
二、公务旅游行业市场竞争机会	267
三、公务旅游行业市场竞争前景	269
四、公务旅游行业市场竞争展望	271
第十一章 公务旅游行业企业竞争策略分析	273
第一节 主要企业市场竞争力综合分析	273
一、重点企业资产总计对比分析	273
二、重点企业从业人员对比分析	274
三、重点企业全年营业收入对比	275
四、重点企业全年营业成本对比	276
五、重点企业利润总额对比分析	277
六、重点企业综合竞争力对比分析	278
第二节 公务旅游市场竞争策略分析	279
一、公务旅游市场增长潜力分析	279
二、公务旅游主要潜力品种分析	281
三、现有公务旅游产品竞争策略分析	283
四、潜力公务旅游品种竞争策略选择	285
五、典型企业产品竞争策略分析	287
第三节 公务旅游企业竞争策略分析	289
一、外部环境对公务旅游行业竞争的影响	289

二、中国公务旅游行业竞争策略分析	291
三、中国公务旅游企业竞争策略分析	293
(一) 原料供应策略	293
(二) 产品开发策略	295
(三) 价格调整策略	297
(四) 绿色营销策略	299
(五) 技术进步策略	301
(六) 促销策略运用	303
(七) 规模经营策略	305
第四节 行业市场竞争策略研究	307
一、市场领先者的竞争策略	307
二、市场挑战者的竞争策略	309
三、市场追随者的竞争策略	311
四、市场补缺者的竞争策略	313
第十二章 影响公务旅游市场营销策略因素	315
第一节 宏观因素	315
一、人文环境	315
二、社会因素	316
三、经济环境	317
(一) 国民生产总值	318
(二) 个人收入	319
(三) 外贸收支情况	320
四、自然环境	321
五、技术环境	322
六、政治-法律环境	323
七、社会-文化环境	324
第二节 微观因素	325
一、供应者	325
二、购买者	326
(一) 私人购买者	327
(二) 集团购买者	328
三、中间商	329

四、竞争者330

(一) 竞争者及其数量和规模331

(二) 消费者需求量与竞争供应量的关系332

五、公众333

六、企业内部各部门协作334

第三节 公务旅游市场营销要点分析335

一、市场环境分析335

二、消费心理分析336

三、产品优势分析337

四、营销方式和平台的选择338

第十三章 公务旅游市场营销策略研究339

第一节 网络营销341

一、搜索引擎营销341

二、电子邮件营销342

三、即时通讯营销343

四、病毒式营销344

五、博客营销345

六、创意广告营销346

七、口碑营销347

八、体验营销348

九、趣味营销349

十、知识营销350

十一、整合营销351

十二、事件营销352

第二节 连锁营销353

第三节 广告营销354

一、锁定目标客户354

二、减少价格竞争355

三、给目标受众定位356

第四节 营销竞争策略357

一、直接与竞争对手竞争357

二、使竞争对手难以反击358

三、不战而胜的竞争策略359

四、与竞争对手合作的策略360

第五节 典型营销策略分析361

一、整合营销361

二、系统营销362

三、事件营销363

四、体育营销364

五、文化营销365

六、危机营销366

第六节 营销方略分析367

一、知己知彼 百战不殆367

二、避实就虚 攻击软肋368

三、快速强攻 先发制人369

四、以强攻弱 集中攻击370

五、抢位营销 量力而行371

第十四章 公务旅游行业生命周期阶段营销策略372

第一节 介绍期的营销策略372

一、快速撇脂策略373

二、缓慢撇脂策略374

三、快速渗透策略375

四、缓慢渗透策略376

第二节 成长期市场营销策略377

一、改善产品品质377

二、寻找新的细分市场378

三、改变广告宣传的重点379

四、适时降价380

第三节 成熟期市场营销策略381

一、市场调整381

二、产品调整382

三、市场营销组合调整383

第四节 衰退期市场营销策略384

一、继续策略384

二、集中策略385

三、收缩策略386

四、放弃策略387

第十五章 公务旅游行业市场重点企业分析389

第一节 ***公司

一、企业发展简况分析

二、企业经营情况分析

三、企业经营优劣势分析

四、企业发展战略与规划

第二节 ***公司

一、企业发展简况分析

二、企业经营情况分析

三、企业经营优劣势分析

四、企业发展战略与规划

第三节 ***公司

一、企业发展简况分析

二、企业经营情况分析

三、企业经营优劣势分析

四、企业发展战略与规划

第四节 ***公司

一、企业发展简况分析

二、企业经营情况分析

三、企业经营优劣势分析

四、企业发展战略与规划

第五节 ***公司

一、企业发展简况分析

二、企业经营情况分析

三、企业经营优劣势分析

四、企业发展战略与规划

第六节 ***公司

一、企业发展简况分析

二、企业经营情况分析

三、企业经营优劣势分析

四、企业发展战略与规划

· · · · · ·

第十六章 2017-2022年公务旅游行业投资机会综合分析预测453

第一节 2017-2022年公务旅游行业投资PESTEL分析453

一、政治因素(Political)453

二、经济因素(Economic)455

三、社会因素(Social)457

四、技术因素(Technological)459

五、环境因素(Environmental)461

六、法律因素(Legal)463

第二节 2017-2022年公务旅游行业投资价值链分析465

一、内部价值链分析465

二、纵向价值链分析467

三、横向价值链分析467

第三节 2017-2022年公务旅游行业投资生命周期469

第四节 2017-2022年公务旅游行业投资SWOT分析471

一、竞争优势 (strength) 471

二、竞争劣势 (weakness) 473

三、机会(opportunity)475

四、威胁 (threat) 477

第十七章 2017-2022年公务旅游行业市场发展预测分析479

第一节 2017-2022年中国公务旅游行业发展前景分析479

一、有利因素479

二、不利因素481

三、稳定因素483

四、发展机遇485

五、挑战威胁487

第二节 2017-2022年公务旅游行业活力系数比较及分析489

一、相关产业景气指数比较489

二、公务旅游行业活力系数分析489

第三节 2017-2022年国内公务旅游行业发展趋势分析490

第四节 2017-2022年公务旅游行业投资效益分析预测	491
一、公务旅游行业资产总额分析预测	492
二、公务旅游行业利润总额分析预测	492
三、中国公务旅游行业市场规模预测	493
四、中国公务旅游市场盈利预测分析	493
第十八章 2017-2022年中国公务旅游行业投资前景及风险	495
第一节 2017-2022年公务旅游行业投资周期分析	495
一、经济周期性	495
二、增长与波动性	496
三、成熟度分析	497
第二节 2017-2022年公务旅游行业投资收益率分析	500
一、相关产业投资收益率比较	500
二、公务旅游行业投资收益率分析	500
第三节 2017-2022年公务旅游行业发展环境展望	501
一、宏观经济形势展望	501
二、相关政策走势展望	503
三、国际行业走势展望	505
第四节 2017-2022年公务旅游行业投资机会分析	507
一、行业投资吸引力分析	507
二、区域投资潜力分析	508
三、相关细分行业投资潜力分析	509
第五节 2017-2022年公务旅游行业投资风险分析	510
一、宏观经济风险	510
二、产业政策风险	511
三、市场竞争风险	512
四、市场运营风险	513
部分图表目录	
2008-2014年中国公务旅游市场需求规模图	
2013-2014年中国公务旅游市场份额格局图	
更多图表见正文。。。	

详细请访问：<http://www.cction.com/report/201705/140857.html>