

2022-2028年中国旅行社经 营业产业发展现状与投资前景评估报告

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

《2022-2028年中国旅行社经营业产业发展现状与投资前景评估报告》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/202201/263791.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

40年旅游业的发展明显是一条非均衡发展的轨迹，从无到有，从小到大；从单一市场发展，逐步到三大市场全面发展；从重点地区率先发展，到全域发展；从旅游行业发展到旅游产业发展，再到“旅游+”的产业集群发展；从单领域突进到全域发展，从单一功能到多功能的综合性，旅游产业的定位是不断提升，旅游产业的能量、规模、效能是不断增强的。

二、2019年中国旅游行业发展回顾 2019年前三季度，国内旅游人数达到45.97亿人次，同比增长8.8%，入境旅游人数10876万人次，同比增长4.7%，出境旅游人数11990万人次，同比增长8.5%。随着我国旅游业总规模实现稳步增长，旅游产业正在成为经济增长的重要引擎，旅行社数量也对应攀升。2016-2019年三季度末，我国旅行社数量快速增长，截至2019年三季度末，全国旅行社总数为38433家。

2019-2020年中国旅行社数量走势分析 中企顾问网发布的《2022-2028年中国旅行社经营业产业发展现状与投资前景评估报告》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2019年中国旅游经济继续保持高于GDP增速的较快增长。全年国内旅游人数60.06亿人次，比上年同期增长8.4%；入出境旅游总人数3.0亿人次，同比增长3.1%。其中：入境旅游人数1.45亿人次，比上年同期增长2.9%。公民出境旅游人数达到1.55亿人次，比上年同期增长3.3%。其中，城镇居民44.71亿人次，增长8.5%；农村居民15.35亿人次，增长8.1%。2016-2019年中国旅游总收入走势一、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 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、2022-2028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态势五、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 2022-2028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“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 2022-2028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 2022-2028年中国旅行社行业发展趋势分析第一节 2022-2028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 2022-2028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
2022-2028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
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 2022-2028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 2022-2028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 2022-2028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 2022-2028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……
35*2022-2028年中

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202201/263791.html>