

2015- 2020年中国旅行社行业市场前景及投资咨 询报告

ASKCI CONSULTING CO.,LTD

一、调研说明

中商产业研究院全新发布的《2015-2020年中国旅行社行业市场前景及投资咨询报告》主要依据国家统计局、国家发改委、商务部、中国海关、国务院发展研究中心、行业协会、工商、税务、海关、国内外相关刊物的基础信息以及行业研究单位等公布和提供的大量资料，结合深入的市场调研资料，由中商产业研究院的资深专家和研究人员的分析。首先，报告对本行业的特征及国内外市场环境进行描述，其次，对本行业的上下游产业链，市场供需状况及竞争格局等进行了细致的详尽剖析，接着报告中列出数家该行业的重点企业，并分析相关经营财务数据。最后，对该行业未来的发展前景，投资风险及投资策略给出科学的建议。本报告是行业生产、贸易、经销等企业在激烈的市场竞争中洞察市场先机，根据市场需求及时调整经营策略，为战略投资者选择恰当的投资时机和公司领导层做战略规划提供了准确的市场情报信息及科学的决策依据。

报告名称	2015-2020年中国旅行社行业市场前景及投资咨询报告
出版日期	2014年12月
报告格式	PDF电子版或纸介版
交付方式	Email发送或EMS快递
中文价格	印刷版9500元 电子版9500元 中文印刷版+电子版9800元
订购热线	400-666-1917 400-788-9700

【版权声明】

本报告由中商产业研究院出品，报告版权归中商产业研究院所有。本报告是中商产业研究院的研究与统计成果，报告为有偿提供给购买报告的客户使用。未获得中商产业研究院书面授权，任何网站或媒体不得转载或引用，否则中商产业研究院有权依法追究其法律责任。如需订阅研究报告，请直接联系本网站，以便获得全程优质完善服务。中商产业研究院是中国拥有研究人员数量最多，规模最大，综合实力最强的咨询研究机构，公司每天都会接受媒体采访及发布大量产业经济研究成果。在此，我们诚意向您推

□□□□□□□□□□

□□□□□ □□□□□ □□□□□ □□□□□ □□□□□

□□□□□□□□□□

IPO□□□□ □□□□□ □□□□□ □□□□ □□□□ □□□□ □□□□ □□□□ □□□□□



二、研究报告目录

第一章旅行社行业概述

第一节 旅行社相关概述

一、旅行社的定义

二、旅行社的分类

三、旅行社的作用

第二节 旅行社行业概况

一、旅行社的产生

二、旅行社的发展

三、行业发展特点

第二章世界旅行社行业发展情况

第一节 欧美旅行社行业发展进程状况

一、一体化进程简述

二、横向一体化进程

三、纵向一体化进程

四、国际一体化进程

第二节 欧美旅行社业的分工发展进程状况

一、分工发展进程概况

二、垂直分工体系进程

三、水平分工体系进程

第三节 中外国际旅行社成功要素对比分析

一、国际成功旅行社发展基本模式

二、中外旅行社成功要素对比分析

第三章2013-2014年中国旅行社行业发展环境分析

第一节 经济环境

- 一、中国GDP增长情况分析
- 二、中国工业经济发展形势分析
- 三、中国全社会固定资产投资分析
- 四、中国社会消费品零售总额分析
- 五、中国城乡居民收入与消费分析
- 六、中国对外贸易发展形势分析
- 七、一季度中国宏观经济运行情况分析

第二节 政策环境

- 一、中国旅行社行业政策法规的发展
- 二、中国旅行社管理法规的发展分析
- 三、中国旅游业行业标准化建设
- 四、《国务院关于加快发展旅游业的意见》
- 五、《旅行社责任保险管理办法》
- 六、《旅行社服务质量赔偿标准》

第三节 社会环境

- 一、庞大的人口孕育着潜力巨大的旅游市场
- 二、城市化进程推动中国旅游业发展
- 三、国民消费观念转变生活质量提升
- 四、规划扩大内需增加收入
- 五、中国成为第二大奢侈品消费国
- 六、二线地区经济振兴客源扩增
- 七、高铁等交通系统远距离输送游客能力提升
- 八、节假日及年休假制度推动国内旅游业发展

第四节 相关产业环境

- 一、中国网民总体情况
- 二、中国互联网应用情况
- 三、中国航空网络销售情况
- 四、中国酒店网络销售情况

第五节 住宿餐饮产业发展环境

- 一、中国住宿和餐饮业发展情况分析
- 二、中国餐饮行业百强经营情况分析
- 三、中国住宿和餐饮业发展特点分析
- 四、中国住宿和餐饮业发展趋势分析
- 五、中国餐饮业将保持高速增长势头

第四章2013-2014年中国旅游产业发展状况综述

第一节 中国旅游业发展成就

- 一、十年间中国旅游发展年均增长第九节%
- 二、旅游业扩大消费拉动内需的作用突出
- 三、旅游业在服务贸易和对外交往中的地位显著
- 四、产业功能进一步释放旅游业全面融入国家战略体系
- 五、体制机制创新成效显著形成旅游业发展合力
- 六、产业体系建设取得明显进展竞争力进一步提升

第二节 2013-2014年中国旅游业发展状况分析

- 一、中国旅游业发展现状
- 二、中国旅游总收入分析
- 三、国内游市场规模分析
- 四、入境游市场规模分析
- 五、国际旅游外汇收入分析
- 六、中国旅游业信息化现状
- 七、中国区域旅游市场发展情况
- 八、一季度中国旅游经济运行情况分析

第三节 2013-2014年中国出境旅游发展情况分析

- 一、中国出境游市场规模分析
- 二、中国出境游市场特征及趋势
- 三、中国出境游热潮向二线城市蔓延
- 四、内地游客赴港旅游市场预测

五、中国出境游市场预测分析

第四节 2013-2014年中国旅游业发展走势分析

- 一、旅游业的产业地位将会得到全面确立
- 二、旅游业的产业规模将会迅速扩大
- 三、旅游业的运行质量将会显著提高
- 四、旅游业的文化载体地位将会得到巩固
- 五、旅游业的生活功能将会显著体现
- 六、旅游业的发展格局将会显著变化

第五章 2013-2014年中国旅行社行业发展状况

第一节 2013-2014年中国旅行社行业发展情况概述

- 一、中国旅行社行业发展历程
- 二、中国旅行社行业发展现状
- 三、中国旅行社行业发展特征
- 四、中国旅行社行业势头迅猛

第二节、中国旅行社行业驱动因素分析

- 一、邮轮旅游
- 二、商务会展旅游
- 三、旅游电子商务
- 四、旅行社在线业务
- 五、连锁+纵向整合

第三节 中国旅行社行业发展面临的机遇与挑战

- 一、中国旅行社行业发展存在的难题
- 二、中国旅行社行业发展面临的挑战
- 三、国内中小旅行社发展面临的危机
- 四、中国旅行社行业品牌建设的问题
- 五、中国旅行社行业发展中迎来机遇

第四节 中国旅行社行业发展的策略分析

- 一、旅行社行业发展的改革措施

- 二、中国旅行社业品牌化建设
- 三、中国旅行社业集团化发展
- 四、细分市场培育主体产品
- 五、加深开发民俗旅游线路
- 六、低碳下旅行社发展措施
- 七、中小旅行社经营策略分析

第六章2013-2014年中国旅行社业市场规模运行情况

第一节 2013-2014年中国旅行社行业市场规模概况

- 一、中国旅行社行业运行整体概况
- 二、中国旅行社数量增长情况
- 三、旅行社资产增长与分布情况
- 四、中国旅行社业从业人员情况

第二节 2013-2014年中国旅行社行业营收规模分析

- 一、旅行社行业经营情况
- 二、旅行社行业利润情况
- 三、旅行社行业毛利率情况
- 四、旅行社行业税收情况

第三节 2013-2014年中国旅行社收入结构与集中度分析

- 一、中国旅行社入境游业务分析
- 二、中国旅行社国内游业务分析
- 三、中国旅行社出境游业务分析

第四节 2013-2014年中国旅行社竞争结构分析

- 一、中国旅行社区域分布情况
- 二、中国旅行社经营状况分布
- 三、中国旅行社类别分布情况
- 四、中国旅行社所有制结构分布

第五节 2013-2014年中国旅行社行业市场运行情况分析

- 一、一季度中国旅行社市场运行情况

二、 二季度中国旅行社市场运行情况

三、 三季度中国旅行社市场运行情况

四、 四季度中国旅行社市场运行情况

第七章2013-2014年中国旅行社行业市场发展分析

第一节 中国旅行社行业市场发展概况

一、 中国旅行社市场发展形势

二、 消费者需求的新特点分析

三、 旅行社品牌的SWOT分析

四、 旅游线路创新设计分析

第二节 中国旅行社行业集团化经营解析

一、 集团化经营的特征与环境

二、 集团化经营的模式类型

三、 集团化经营的主要障碍

四、 集团化可持续发展战略

第三节 2013-2014年中国传统旅行社市场发展状况

一、 大型旅行社的定位与优劣势

二、 大型旅行社信息化转型与策略

三、 中小型旅行社电子商务的发展

第四节 2013-2014年中国外资旅行社市场发展分析

一、 中国外资旅行社行业的市场现状

二、 中国外资旅行社获批经营出境游

三、 外商投资对中国旅行社产生的影响

四、 外商投资中国旅行社的对策分析

第八章2013-2014年中国旅行社[电子信息化](#)发展情况

第一节 中国旅行社电子商务市场发展与应用

一、 旅行社电子商务的定义与作用

二、 中国旅行社电子商务发展现状

三、 旅行社发展电子商务应用的优势

四、电子商务促进旅行社业务流程重组

五、旅行社电子商务发展存在的问题

六、传统旅行社的电子商务策略分析

第二节 2013-2014年中国旅行社行业网络营销分析

一、中国旅行社行业网络营销状况

二、旅行社网络营销的优势分析

三、旅行社网络营销存在的难题

四、中国旅行社网络营销的策略

五、旅行社开展电子商务关系营销

第三节 中小型旅行社电子商务模式策略分析

一、旅行社的 B2B2C 电子商务模式

二、旅行社的 C2C2B 电子商务模式

三、旅行社的 B2C2C 电子商务模式

四、中小型旅行社电子商务模式的选择方式

第四节 2013-2014年中国在线旅行预订市场发展概况

一、中国在线旅行预订市场发展现状

二、中国在线旅行预订市场结构分析

三、中国在线旅行预订市场竞争格局

四、中国在线旅行预订市场发展动态

五、电子商务推动中国在线旅行预订市场发展

六、欧洲游热潮加速中国在线旅行预订市场发展

七、移动互联成我国在线旅行预订市场主力

八、中国在线旅行预订市场加速布局

第九章 2013-2014年中国旅行社市场竞争格局分析

第一节 中国旅行社产业市场竞争状况分析

一、中国旅行社行业竞争现状

二、中国旅行社行业低价竞争

三、中国旅行社行业品牌竞争

四、中国旅行社行业竞争格局

五、中国旅行社行业竞争趋势

第二节 中国旅行社行业核心竞争力分析

一、旅行社核心竞争力的内涵和特征

二、中国旅行社行业五力竞争力分析

三、培育旅行社核心竞争力的必要性

四、培育旅行社核心竞争力的建议

第三节 中国旅行社行业市场竞争策略分析

一、旅行社在竞争中的应对策略

二、避免旅行社低价竞争的策略

三、中国旅行社市场营销对策分析

四、中国旅行社品牌营销策略分析

五、新形势下旅行社销售渠道策略

第四节 旅行社应对专业旅游网站竞争的策略

一、旅行社实施网络营销的环境分析

二、专业旅游网站对传统旅行社的威胁

三、传统旅行社网络营销策略分析

第十章 2013-2014年中国旅行社重点企业分析

第一节 [北京](#)首都旅游股份有限公司

一、企业基本情况

二、企业经营情况分析

三、企业经济指标分析

四、企业盈利能力分析

五、企业偿债能力分析

六、企业运营能力分析

七、企业成长能力分析

八、企业发展战略及未来展望

第二节 中青旅控股股份有限公司

- 一、企业基本情况
- 二、企业经营情况分析
- 三、企业经济指标分析
- 四、企业盈利能力分析
- 五、企业偿债能力分析
- 六、企业运营能力分析
- 七、企业成长能力分析
- 八、企业发展战略及未来展望

第三节 中国国旅股份有限公司

- 一、企业基本情况
- 二、企业经营情况分析
- 三、企业经济指标分析
- 四、企业盈利能力分析
- 五、企业偿债能力分析
- 六、企业运营能力分析
- 七、企业成长能力分析
- 八、企业成本费用分析
- 九、企业发展战略及未来展望

第四节 丽江玉龙旅游股份有限公司

- 一、企业基本情况
- 二、企业经营情况分析
- 三、企业经济指标分析
- 四、企业盈利能力分析
- 五、企业偿债能力分析
- 六、企业运营能力分析
- 七、企业成长能力分析
- 八、企业投资兼并与重组分析
- 九、企业发展战略及未来展望

第五节 [上海](#)锦江国际旅游股份有限公司

- 一、企业基本情况
- 二、企业经营情况分析
- 三、企业经济指标分析
- 四、企业盈利能力分析
- 五、企业偿债能力分析
- 六、企业运营能力分析
- 七、企业成长能力分析
- 八、企业发展战略及未来展望

第六节 中国旅行社总社有限公司

- 一、企业基本情况
- 二、主要旅游产品
- 三、企业发展战略

第七节 中国康辉旅行社集团有限责任公司

- 一、企业基本情况
- 二、主要旅游产品
- 三、企业发展动态

第八节 广东省中国旅行社股份有限公司

- 一、企业基本情况
- 二、主要旅游产品
- 三、企业发展动态

第九节 中信旅游总公司

- 一、企业基本情况
- 二、主要旅游产品
- 三、企业发展动态

第十节 上海春秋国际旅行社有限公司

- 一、企业基本情况
- 二、主要旅游产品

三、企业发展动态

第十一节 [江苏省中旅旅行社有限公司](#)

一、企业基本情况

二、主要旅游产品

三、企业发展战略

第十一章2015-2020年中国旅行社行业发展趋势分析

第一节 2015-2020年中国旅游行业发展走势分析

一、旅游市场维持高速发展局面

二、旅行的路线由短途向长途发展

三、旅游的方式由单一化向多样化发展

四、国内旅游业在国民经济中的地位和作用日益加强

第二节 2015-2020年中国旅游发展趋势

一、区域旅游热点将更加凸显

二、文化旅游创意再兴高潮

三、自由行更加普及并向境外延续

四、东北亚地区旅游将再度活跃

五、上海迪斯尼催生主题公园建设热

六、国际[会展](#)业市场将逆势增长

七、邮轮旅游国内外联手市场再度升温

八、影视旅游蕴藏巨大机遇

九、旅游[房地产](#)继续扩张

第三节 2015-2020年中国旅行社行业发展趋势分析

一、中国旅行社产业规模经营趋势分析

二、中国旅行社行业分工体系发展趋势

三、中国旅行社行业旅游产品发展趋势

四、中国旅行社行业管理模式趋势分析

第四节 2015-2020年中国旅行社行业发展走势

一、对旅行社产业分工体系进行有效调整

二、大型旅行社集团化

三、中型旅行社专业化

四、小型旅行社通过代理实现网络化

第十二章2015-2020年中国旅行社投资策略分析

第一节 2015-2020年中国旅行社行业市场前景分析

一、中国旅游业将成战略性支柱产业

二、中国旅游业迎来重要转型期

三、中国旅行社业务市场前景分析

四、中国旅行社行业投资前景良好

第二节、2015-2020年中国旅行社行业相关政策分析

一、中国旅游业规划

二、旅游业信息化发展目标

三、《国民休闲纲要》力推休假制度改革

四、中国旅游行业区域发展政策分析

五、海南离岛免税促消费增客流 旅游岛路线图再进一步

第三节 2015-2020年中国旅行社行业市场发展预测

一、2015-2020年中国旅行社行业市场总体规模预测

二、2015-2020年中国旅行社行业入境游市场规模预测

三、2015-2020年中国旅行社行业出境游市场规模预测

四、2015-2020年中国旅行社行业国内游市场规模预测

第四节 2015-2020年中国旅行社投资风险分析

一、政策风险

二、竞争风险

三、市场风险

四、经营风险

五、自然灾害不可抗因素风险

第五节 2015-2020年中国旅行社投资策略分析

一、打造旅游文化演艺产品

- 二、加强旅行社信息化建设
- 三、加强相关产业链整合
- 四、加强旅游新产品开发
- 五、借力高铁发展新式旅游方式
- 六、做好旅行社售后服务功能的延伸

访问中商产业研究院：<http://www.askci.com>

报告在线阅读：<http://www.askci.com/reports/2014/12/25/144422rcpx.shtml>

□□□□□□□□□□

□□□□□□ □□□□□□ □□□□□□ □□□□□□ □□□□□□

□□□□□□□□□□

IPO□□□□ □□□□□□ □□□□□□ □□□□ □□□□ □□□□ □□□□ □□□□ □□□□ □□□□ □□□□ □□□□ □□□□ □□□□ □□□□ □□□□

□□□□

三、研究机构

公司介绍



Placeholder text block with various symbols and the word IPO.

中商产业研究院产品与服务

Placeholder text block describing products and services.

Placeholder text block at the bottom of the page.

核心优势

专业

团队

请选择报告版本： _____

1 PDF电子版9000元/份 2 印刷版9000元/份 3 PDF电子版+印刷版9000元/份

总计金额： _____万 _____仟 _____佰 _____拾 _____元 （小写： _____元）

预计付款日期： _____年 _____月 _____日

指定账号：

开户行：中国工商银行深圳市分行

开户名：深圳中商产业研究院有限公司

帐 号：4000 0230 0920 1417 009

款到后，发票随后寄发。此账号为唯一指定账号。

联系方式：

研究报告：400-666-1917

IPO咨询专线：400-788-9689

产业园区咨询专线：400-788-9700

可研报告¥商业计划书：400-788-9700

市场调研：400-666-1917

政府投资规划咨询热线：400-788-9700

北京：北京市朝阳区东四环中路41号嘉泰国际大厦B座13层（中国纺织科学研究院）

深圳：深圳市福田区中心区红荔路1001号银盛大厦7层（团市委办公大楼）

香港：香港皇后大道中183号中远大厦19楼

传真：0755-25407715/010-83525881

网址：<http://www.askci.com>

电邮：service@askci.com

备注：请将订阅信息填好后，传真至我中心客服部，款到后发票随后寄发。