

# 2021-2027年中国旅行社行业市场竞争力分析及发展策略分析报告

报告大纲

## 一、报告简介

智研咨询发布的《2021-2027年中国旅行社行业市场竞争力分析及发展策略分析报告》涵盖行业最新数据，市场热点，政策规划，竞争情报，市场前景预测，投资策略等内容。更辅以大量直观的图表帮助本行业企业准确把握行业发展态势、市场商机动向、正确制定企业竞争战略和投资策略。本报告依据国家统计局、海关总署和国家信息中心等渠道发布的权威数据，以及我中心对本行业的实地调研，结合了行业所处的环境，从理论到实践、从宏观到微观等多个角度进行市场调研分析。

官网地址：<https://www.chyxx.com/research/202009/898416.html>

报告价格：电子版: 9800元 纸介版：9800元 电子和纸介版: 10000元

订购电话: 010-60343812、010-60343813、400-600-8596、400-700-9383

电子邮箱: sales@chyxx.com

联系人: 刘老师

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、报告目录及图表目录

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，包括服务佣金和条件的信息。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。

旅游业务类型

资料来源：智研咨询整理

智研咨询发布的《2021-2027年中国旅行社行业市场竞争力分析及发展策略分析报告》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2016-2020年中国旅游所属行业运行态势分析

第一节2016-2020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、2016-2020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2016-2020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、2016-2020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2016-2020年中国旅行社运行新形势透析

### 第一节2016-2020年中国旅行社现状综述

2015-2020年，我国旅行社数量呈现上升趋势，其中2018年涨幅最大，数量从29717家迅速增长至37309家。截止2020年12月31日，我国旅行社总数增长至40682家，与2019年相比，同比增长了4.47%。

### 2015-2020年全国旅行社数量统计

资料来源：文化和旅游部、智研咨询整理

- 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2016-2020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、2016-2020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2016-2020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2016-2020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2016-2020年中国假期旅游所属行业市场分析
- 第一节2016-2020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2016-2020年国内旅游及出入境旅游市场分析
- 第一节2016-2020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2016-2020年入境旅游市场运行分析
  - 一、2016-2020年中国入境旅游数据统计
  - 二、2016-2020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2016-2020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2016-2020年中国散客旅游与组团旅游的比较分析
- 第一节2016-2020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2016-2020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2016-2020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2016-2020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2016-2020年中国旅行社行业竞争新格局透析

#### 第一节2016-2020年旅行社竞争分析

#### 第二节2016-2020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2021-2027年中国旅行社竞争趋势探讨

### 第十章2016-2020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

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2016-2020年中国旅行社产业投资环境解析

第一节2016-2020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2016-2020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2016-2020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2021-2027年中国旅行社行业投资战略分析

### 第一节2016-2020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（ZYZS）

### 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：2016-2020年中国旅游产业发展规模

图表：2016-2020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：<https://www.chyxx.com/research/202009/898416.html>