

2015-2020年中国旅行社行业深度调研及市场前景 预测报告

报告大纲

一、报告简介

智研咨询发布的《2015-2020年中国旅行社行业深度调研及市场前景预测报告》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/201511/362107.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

前言

中国旅行社最初分为:一类社、二类社、三类社;分管于:国际旅游局和各地旅游局;

在2000年以后国家旅游局不再具体管理旅行社的事务,全交由当地的旅游局;旅行社又在2000年以后分为:国内社、国际社(国际社又分为有出境权和无出境权两种);

目前国内各地的旅行社从业务上又分为:组团社、办事处(也可以称为:批发商、分销商、代理商、同行)、地接社;

组团社:是指在出发地并与客人签订旅游合同的旅行社;

地接社:是指旅游目的地接待出发地组团社游客的旅行社;

办事处:是指地接社设在出发地城市的办事机构或者代理,此类办事机构并没有经营权不合法;

当然还有一些俱乐部及不合法的旅游机构,他们更没有相关的资质。

本旅行社行业研究报告共十六章是智研数据中心咨询公司的研究成果,通过文字、图表向您详尽描述您所处的行业形势,为您提供详尽的内容。智研咨询在其多年的行业研究经验基础上建立起了完善的产业研究体系,一整套的产业研究方法一直在业内处于领先地位。旅行社行业研究报告是2014-2015年度,目前国内最全面、研究最为深入、数据资源最为强大的研究报告产品,为您的投资带来极大的参考价值。

本研究咨询报告由智研咨询公司领衔撰写,在大量周密的市场调研基础上,主要依据了国家统计局、国家商务部、国家发改委、国家经济信息中心、国务院发展研究中心、国家海关总署、知识产权局、智研数据中心提供的最新行业运行数据为基础,验证于与我们建立联系的全国科研机构、行业协会组织的权威统计资料。

报告揭示了旅行社行业市场潜在需求与市场机会,报告对旅行社行业做了重点企业经营状况分析,并分析了旅行社行业发展前景预测。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准确的市场情报信息及科学的决策依据,同时对银行信贷部门也具有极大的参考价值。

报告目录:

第一部分 行业发展分析

第一章 旅游行业发展分析 1

第一节 2014-2015年旅游产业发展现状分析 1

一、2014年中国旅游发展总体情况 1

二、2015年旅游收入目标及国家旅游局确定工作重点 4

三、2015旅游经济运行情况分析 5

四、2015年中国旅游发展热点预测 7

第二节 2015-2020年中国旅游业发展前景预测 9

一、中国旅游业发展前景乐观	9
二、我国旅游发展大趋势分析	11
第二章 旅行社行业发展分析	14
第一节 2014年我国旅行社运行分析	14
一、2014年第一、二季度全国旅行社统计调查情况	14
二、2014年第三季度全国旅行社统计调查情况	33
三、2014年第四季度全国旅行社统计调查情况	42
第二节 2015年我国旅行社运行分析	51
一、填报情况	51
二、国内、入境、出境旅游三大市场情况	52
三、分地区三大市场总体情况	56
第三节 中国旅行社业在竞争市场下的开放分析	61
一、旅行社业的行业评价	61
二、旅行社行业亟待升级	62
三、旅行社行业的发展目标	62
四、旅行社业发展的工作配置	64
第四节 中国旅行社业集中度变迁分析	66
一、中国旅行社业集中度问题的由来	66
二、中国旅行社业集中度变迁的历史	66
三、中国旅行社业集中度变迁的影响因素	71
第二部分 主要市场分析	
第三章 假期旅游市场分析	75
第一节 2014年假期旅游市场分析	75
一、2014年春节黄金周发展情况	75
二、2014年暑期旅游特点分析	75
三、2014年“十一”黄金周旅游市场分析	76
第二节 2015年春节黄金周旅游业市场发展情况分析	77
一、2015年中国春节黄金周市场情况	77
二、2015年“五一”小长假旅游业市场情况	78
第三节 加快推动休闲度假旅游发展的思考	79
一、新的休假制度实行的预示	79
二、新的休假制度实施后出现的新情况	80
三、加快我国休闲度假旅游发展的重点	81
第四章 国内旅游及出入境旅游市场分析	83
第一节 2014-2015年国内旅游市场分析	83

- 一、2014年国内旅游市场分析 83
- 二、2015年国内旅游市场分析 83
- 三、2015年国内游前景预测 84
- 第二节 2014-2015年入境旅游市场分析 85
 - 一、2014年中国入境旅游市场运行分析 85
 - 二、2015年中国入境旅游市场运行分析 98
 - 三、2015年中国入境游游客满意度分析 99
 - 四、2015年我国入境游接待量年均增长情况预测 100
- 第三节 2014-2015年出境旅游市场分析 100
 - 一、2014年出境旅游市场分析 100
 - 二、2014年出境旅游市场六大特征 101
 - 三、2015年中国出境游市场趋势看好 102
 - 四、2015年合资旅行社带来的出境游市场变局 103
 - 五、2015年我国居民出境旅游花费预测 104
- 第五章 散客旅游与组团旅游的比较分析 106
 - 第一节 旅游散客市场状况分析 106
 - 一、散客旅游的定义 106
 - 二、散客旅游兴起的原因 106
 - 三、我国散客旅游市场的营销策略 107
 - 四、中国散客旅游的发展趋势 110
 - 五、我国旅行社在散客旅游市场开发中的角色转变 111
 - 第二节 组团旅游 113
 - 一、组团旅游与个人旅游的差异化分析 113
 - 二、组团旅游开发的意义分析 114
 - 第三节 我国旅游业应对“散客时代”的策略 114
 - 一、制约散客旅游市场发展的主要问题 114
 - 二、应对“散客时代”的策略 116
- 第六章 特色旅游市场分析 118
 - 第一节 商务旅游 118
 - 一、商务旅游的定义及特征 118
 - 二、商务旅游客人的消费特征 119
 - 三、发展商务旅游的经济、社会意义 120
 - 四、我国商务旅游市场可持续发展策略 121
 - 五、高端商务旅游是未来黄金产业 122
 - 第二节 会展旅游 123

- 一、我国会展旅游业发展现状 123
- 二、我国会展旅游业的主要问题 126
- 三、我国会展旅游发展对策分析 129
- 四、我国会展旅游业的发展趋势 130
- 五、旅行社如何开发会展旅游策略分析 132
- 第三节 城市旅游 137
 - 一、中国城市旅游整体发展情况 137
 - 二、中国城市旅游发展中存在的误区与现象 137
 - 三、城市旅游广阔的发展空间 138
 - 四、我国城市旅游发展的势态 140
 - 五、城市旅游竞争力分析 142
 - 六、2008中国最适合发展旅游业的城市 146
- 第四节 工业旅游 148
 - 一、工业旅游的由来及特点 148
 - 二、我国工业旅游的发展现状 154
 - 三、推进我国工业旅游发展的意义和作用 156
 - 四、发展工业旅游策略 157
- 第五节 生态旅游 161
 - 一、生态旅游的定义 161
 - 二、中国生态旅游实践中问题成因剖析 162
 - 三、中国生态旅游发展的未来 164
 - 四、生态旅游的兴起 165
 - 五、我国生态旅游的发展现状及发展前景 166
 - 六、中国特色的生态旅游之路的探索 168
 - 七、关于建立我国生态旅游认证制度的思考 171
 - 八、国家旅游局将09年定为中国生态旅游年 179
- 第六节 我国红色旅游市场发展 179
 - 一、红色旅游产品开发原则 179
 - 二、红色旅游资源开发 180
 - 三、2015年我国红色旅游的发展情况 182
 - 四、我国红色旅游经典景区的打造情况 184
 - 五、2015年中国红色旅游综合收入预测 185
- 第七节 在线旅游市场发展分析 186
 - 一、2015年在线旅游市场发展情况 186
 - 二、2015年中国在线旅游市场预测 187

- 三、2015年中国在线旅游竞争趋势 187
- 四、2015年融资潮下在线旅游商发展对策 188
- 第七章 自驾游市场分析 189
 - 第一节 我国自驾游市场概况 189
 - 一、我国自驾游兴起的原因 189
 - 二、我国自驾游发展中存在的主要瓶颈 192
 - 三、我国自驾游健康发展的条件 193
 - 四、旅行社瞄准自驾游市场 193
 - 第二节 自驾游市场发展现状分析 196
 - 一、自驾游的发展前景分析 196
 - 二、自驾游搅热旅游市场 197
 - 三、自驾游产业化发展分析 198
 - 四、自驾车旅游绿色营销策略 200
 - 第三节 自驾游市场需求预测 202
 - 一、游前咨询俱乐部 202
 - 二、改装保养店 202
 - 三、汽车旅馆等沿线服务 203
 - 四、自驾游景区开发和景区服务 203
 - 五、救援 203
 - 六、异地租车 204
- 第三部分 产品开发、运用及企业分析
- 第八章 旅游资源开发分析 205
 - 第一节 中国农民旅游市场开发分析 205
 - 一、开发农民旅游市场的可行性分析 205
 - 二、农民旅游活动中存在的问题分析 205
 - 三、中国农民旅游市场开发对策研究 206
 - 第二节 中国大学生旅游市场开发分析 208
 - 一、开发大学生旅游市场的可行性 208
 - 二、大学生旅游市场的特征 209
 - 三、大学生旅游市场的开发策略 210
 - 第三节 中国老年旅游市场开发分析 213
 - 一、人口老龄化给中国旅游业带来的契机 213
 - 二、我国老年旅游的现状和特点 217
 - 三、我国老年旅游市场的开发策略 219
 - 第四节 女性旅游消费者旅游市场开发 223

- 一、女性消费旅游产品的内涵 223
- 二、女性旅游消费者的类型及营销策略的建议 224
- 三、女性消费者的旅游营销启示 226
- 第九章 旅游商品开发 228
 - 第一节 我国旅游商品开发现状分析 228
 - 一、旅游商品开发生产的现状及其问题 228
 - 二、发展旅游商品的潜力与趋势 228
 - 三、努力为旅游商品发展营造良好的环境和条件 229
 - 四、旅游商品开发要依据消费者心理 229
 - 第二节 我国旅游商品发展前景分析 230
 - 一、设计要精美也要实用 230
 - 二、制造要有名品还需名牌 231
 - 三、市场要讲策略更讲秩序 231
 - 第三节 我国旅游工艺品的设计与市场开发 232
 - 一、充分开发旅游工艺品的意义 232
 - 二、我国旅游工艺品市场存在的问题 234
 - 三、提高设计品位及促进市场开发 235
- 第十章 电子商务在旅行社中的运用分析 238
 - 第一节 旅游业与电子商务运用发展分析 238
 - 一、中国旅游业与电子商务结合是必然的趋势 238
 - 二、电子商务在中国旅游业的应用 240
 - 三、我国旅游电子商务发展的障碍 244
 - 四、发展我国旅游电子商务的途径 245
 - 五、中国旅游电子商务发展状况 248
 - 第二节 旅行社在电子商务环境下的关系营销 252
 - 一、旅行社电子商务的定义及其分析 252
 - 二、在旅行社电子商务中开展关系营销的必要性 254
 - 三、旅行社如何在电子商务中开展关系营销 255
 - 第三节 旅行社信息技术应用现状与前景分析 257
 - 一、信息技术应用基础 257
 - 二、中国旅行社信息技术应用现状 258
 - 三、中国旅行社信息技术应用前景分析 259
- 第十一章 重点旅游企业分析 264
 - 第一节 中国港中旅集团公司 264
 - 一、企业介绍 264

- 二、2015年企业经营情况分析 264
- 三、2015公司最新发展动态及策略分析 264
- 四、企业具有的优劣势分析 266
- 五、“十二五”企业采取的应对措施及建议 266
- 第二节 中国国际旅行社总社有限公司 267
 - 一、企业介绍 267
 - 二、2015年企业经营情况分析 268
 - 三、公司最新发展动态及策略分析 269
 - 四、“十二五”企业采取的应对措施及建议 269
- 第三节 中青旅控股股份有限公司 269
 - 一、公司概况 269
 - 二、2014-2015年公司经营状况 270
 - 三、2014-2015年公司财务分析 274
 - 四、2015年公司发展展望及策略 280
- 第四节 深圳华侨城控股股份有限公司 282
 - 一、公司概况 282
 - 二、2014-2015年公司经营状况 283
 - 三、2014-2015年公司财务分析 285
 - 四、2015年公司发展展望及策略 290
- 第五节 云南旅游股份有限公司 294
 - 一、公司概况 294
 - 二、2014-2015年公司经营状况 295
 - 三、2014-2015年公司财务分析 296
 - 四、2015年公司发展展望及策略 301
- 第六节 北京首都旅游股份有限公司 304
 - 一、公司概况 304
 - 二、2014-2015年公司经营状况 304
 - 三、2014-2015年公司财务分析 307
 - 四、2015年公司发展展望及策略 312
- 第七节 桂林旅游股份有限公司 313
 - 一、公司概况 313
 - 二、2014-2015年公司经营状况 313
 - 三、2014-2015年公司财务分析 315
 - 四、2015年公司发展展望及策略 320
- 第八节 上海锦江国际酒店发展股份有限公司 326

- 一、公司概况 326
- 二、2014-2015年公司经营状况 327
- 三、2014-2015年公司财务分析 329
- 四、2015年公司发展展望及策略 335
- 第九节 峨眉山旅游股份有限公司 338
 - 一、公司概况 338
 - 二、2014-2015年公司经营状况 338
 - 三、2014-2015年公司财务分析 339
 - 四、2015年公司发展展望及策略 344
- 第十节 黄山旅游发展股份有限公司 348
 - 一、公司概况 348
 - 二、2014-2015年公司经营状况 348
 - 三、2014-2015年公司财务分析 349
 - 四、2015年公司发展展望及策略 355
- 第十一节 丽江玉龙旅游股份有限公司 357
 - 一、公司概况 357
 - 二、2014-2015年公司经营状况 358
 - 三、2014-2015年公司财务分析 359
 - 四、2015年公司发展展望及策略 364
- 第十二节 西安旅游股份有限公司 367
 - 一、公司概况 367
 - 二、2014-2015年公司经营状况 368
 - 三、2014-2015年公司财务分析 370
 - 四、2015年公司发展展望及策略 375
- 第四部分 产业政策及趋势预测
- 第十二章 旅游业的产业政策分析 379
 - 第一节 中国旅游产业转型与旅游产业政策选择 379
 - 一、中国旅游产业转型背景分析 379
 - 二、旅游产业政策的特征 380
 - 三、旅游产业转型时期中国旅游产业政策选择 382
 - 四、2008年内地港澳资旅行社设立和经营规定 384
 - 五、“十二五”我国加大对旅游业政策支持 384
 - 第二节 对我国促进旅游产业发展的政策建议 385
 - 一、旅游产业发展在国民经济发展中的国家战略地位 385
 - 二、旅游产业发展在国民经济发展中的产业定位 386

- 三、制定产业政策保障旅游产业实现可持续发展 386
- 第三节 我国旅游业的政策环境 387
 - 一、我国假日旅游市场监管情况 387
 - 二、我国国家、省、地市三级旅游质监体系情况 388
 - 三、我国高尔夫旅游服务法规情况 389
 - 四、云南面向全国发行旅游护照情况 389
 - 五、对旅游业发展政策取向的思考 389
- 第十三章 2015-2020年我国旅游业预测及投资分析 392
 - 第一节 “十二五”期间我国旅游业发展预测 392
 - 一、“十二五”期间我国旅游业面临的发展环境 392
 - 二、“十二五”期间我国旅游业发展面临的问题 393
 - 三、“十二五”期间我国旅游业主要任务和目标 394
 - 第二节 2015-2020年旅游市场发展趋势 395
 - 一、影响我国未来旅游的重大因素 395
 - 二、中国旅游业未来发展的猜想 396
 - 三、中国旅游市场发展总趋势 396
 - 四、2015年中国旅游市场发展预测 397
 - 五、2015年我国星级旅游饭店发展预测 398
 - 六、2020年中国旅游业发展趋势 398
 - 第三节 2015-2020年旅游行业投资策略 398
 - 一、2015-2020年旅游酒店投资前景 398
 - 二、2015-2020年旅游景区业投资机会 399
- 第五部分 行业发展战略
- 第十四章 旅行社的竞争和发展策略分析 401
 - 第一节 新假日制度下旅游企业的营销对策 401
 - 一、新假日制度对旅游业的影响 401
 - 二、旧假日制度下旅游市场营销存在的问题 401
 - 三、新假日制度下企业的营销对策 402
 - 第二节 可持续旅游消费及其实现对策 404
 - 一、可持续旅游消费的内涵 404
 - 二、我国可持续旅游消费发展的现实环境 404
 - 三、我国可持续旅游消费的实现对策 405
 - 第三节 竞争环境下的旅行社应对策略 406
 - 一、企业联盟是旅行社拓展功能的重要渠道 407
 - 二、产品提升是旅行社保持竞争力的根本保障 407

- 三、市场渗透是旅行社保持客源的重要法宝 407
- 四、网络营销是旅行社产品宣传的重要手段 408
- 第四节 旅行社应对网络旅游的挑战策略分析 408
 - 一、网络旅游的竞争优势 408
 - 二、旅行社的应对策略 409
- 第五节 旅行社应对市场竞争变革的策略 410
 - 一、我国旅行社市场竞争正处在变革当中 410
 - 二、旅行社应对竞争变革的策略 411
- 第六节 我国旅行社品牌战略的发展策略 413
 - 一、旅行社品牌发展存在的问题 413
 - 二、旅行社品牌现状的SWOT分析 414
 - 三、旅行社在竞争中的应对策略分析 415
- 第七节、我国旅行社信息化建设策略 417
 - 一、强化旅行社信息化建设意识 417
 - 二、加大旅行社信息化投资力度 417
 - 三、建设旅行社信息化部门 417
 - 四、旅行社业务流程重组与信息化同步 418
 - 五、旅行社信息化建设的工作原则 418
 - 六、立足长远,采用适度超前技术 419
- 第十五章 旅行社集团化及资本运作分析 420
 - 第一节 我国旅行社经营体系调整的目标模式分析 420
 - 一、我国旅行社业经营体系分析 420
 - 二、我国旅行社经营体系调整的目标模式 422
 - 第二节 当前旅行社并购热分析 424
 - 一、当前旅行社并购存在的弊端 424
 - 二、并购动机多元化使旅行社并购目标不统一 427
 - 第三节 我国旅行社集团化模式分析 428
 - 一、我国旅行社集团化的必要性和紧迫性 428
 - 二、旅行社集团化的模式 428
 - 第四节 旅行社集团化战略 431
 - 一、旅行社集团化的特征分析 431
 - 二、我国旅行社集团化的战略 432
- 第十六章 旅游业国际化战略分析 436
 - 第一节 我国旅行社国际化现状分析 436
 - 一、旅游业国际化是经济竞争的必然趋势 436

二、中国旅游业正朝国际化迈进 436

第二节 我国旅行社国际化存在的问题 437

一、中国旅行社三大特点 437

二、旅行社主业单一同质化严重 438

三、经营模式“粗放式”问题严重 439

四、旅游产品传统阻碍发展 439

第三节 培育具有国际竞争力旅游企业 440

一、旅游强国需具有国际竞争力的旅游企业集团 440

二、培育具有国际竞争力的旅游企业集团 441

三、对培育具有国际竞争力旅游集团的建议 444

第四节 跨文化意识对我国旅游国际化的推动作用 444

一、旅游与文化的关系 444

二、国际旅游的跨文化属性 445

三、我国旅游业的跨文化战略 446

第五节 旅游企业国际化进程及其对中国的启示 447

一、旅游企业的国际化进程 447

二、旅游企业国际化进程给我国的启示 448

图表目录：

图表：旅游消费者分类 12

图表：2015年第一季度入境旅游外联人次排名前十位的客源地国家或地区情况 15

图表：2015年第二季度入境旅游外联人次排名前十位的客源地国家或地区情况 15

图表：2015年第一季度入境旅游接待人次排名前十位的客源地国家或地区情况 15

图表：2015年第二季度入境旅游接待人次排名前十位的客源地国家或地区情况 16

图表：2015年第一季度出境旅游组织人次排名前十位的目的地国家或地区情况 16

图表：2015年第二季度出境旅游组织人次排名前十位的目的地国家或地区情况 17

图表：2015年第一季度国内旅游组织人次排名前十位的地区情况 17

图表：2015年第二季度国内旅游组织人次排名前十位的地区情况 18

图表：2015年第一季度国内旅游接待人次排名前十位的地区情况 18

图表：2015年第二季度国内旅游接待人次排名前十位的地区情况 19

图表：2015年第一季度三大旅游市场人次组接情况比较 19

图表：2015年第二季度三大旅游市场人次组接情况比较 20

图表：2015年第一季度三大旅游市场组接人天情况比较 20

图表：2015年第二季度三大旅游市场组接人天情况比较 21

图表：2015年第一季度全国旅行社统计系统填报情况表 21

图表：2015年第二季度全国旅行社统计系统填报情况表 22

图表：2015年第一季度全国旅行社外联接待入境旅游情况统计表 24

图表：2015年第二季度全国旅行社外联接待入境旅游情况统计表 25

图表：2015年第一季度全国旅行社组织出境旅游情况统计表 26

图表：2015年第二季度全国旅行社组织出境旅游情况统计表 27

图表：2015年第一季度全国旅行社组织接待国内旅游情况统计表 28

图表：2015年第二季度全国旅行社组织接待国内旅游情况统计表 29

图表：2015年第一季度各地旅行社组接指标排序表 31

图表：2015年第二季度各地旅行社组接指标排序表 32

详细请访问：<https://www.chyxx.com/research/201511/362107.html>