

2017-2022年中国商务旅游行业市场竞争态势与未来发展趋势报告

报告大纲

一、报告简介

智研咨询发布的《2017-2022年中国商务旅游行业市场竞争态势与未来发展趋势报告》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/201704/518206.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

商务旅行又称公干、出差等，是旅游行业中细分出来的一个概念。主要涉及到交通、迁移、住宿、体育赛事、文化或者饮食活动和饭店行业的宴会。工作期间的程序是很明确的和会议室、商务中心的安排联系在一起，比如一些必备设施：纸张、投影仪、屏幕、互联网接口、视频会议ppmeet等。由于食宿消费通常是由企业或者别的单位公费支付，那么，个人游客则可以在购物和消遣上花费更多的钱。近年来，商务旅游是发展最快的旅游项目之一，从其规模和发展看，已成为世界旅游市场的重要组成部分，而且仍有巨大的发展潜力。

商务旅游〔business travel〕是指商务旅游者以商务为主要目的，离开自己的常住地到外地或外国所进行的商务活动及其他活动。

商务旅游活动通常包括谈判、会议、展览、科技文化交流活动以及随之带来的住宿、餐饮、交通、游览、休闲、通讯等活动。总之，几乎与商务旅游者发生的所有活动相关的活动都可称之为商务旅游活动。

商务旅游有以下几个特征：

第一，从出行的主要动机界定。商务旅游是从旅游者的主要出发动机是商务活动来界定的，旅游者以商务为主要目的就是商务旅游者，虽然在商务活动之外，部分商务客人会安排一些观光旅游活动，但我们仍将这种旅游视为商务旅游而非观光旅游和度假旅游。

第二，商务活动的复合性。展览、会议、谈判、考察和科技文化交流、政治访问等，均可列入商务活动或商务旅游范畴。随着区域间的合作增加，政治访问活动在商务旅游中比重有不断上升的趋势。

第三，商务客人的附带性。通常，商务客人会带着家人朋友及贴身工作人员（如司机、秘书、保镖等）结伴出行，商务客人进行商务活动的同时，随行人员一般会进行观光、度假旅游活动。

第四，出行目的的多重性。目前，国际上非常流行奖励旅游这种集团性的休闲、度假活动方式。虽然奖励旅游是以观光为主要目的，但同时也有加强公司凝聚力、展示公司形象的目的，所以国际上把奖励旅游也归为商务旅游范畴。

第五，旅游服务的综合性。随着社会经济的发展，现代商务旅游服务不仅仅是代买机票、预订酒店，更重要的是为商务游客提供一揽子全套旅游管理项目的解决方案，包括提供各种咨询服务、最大程度地降低旅行成本、提供最便捷合理的旅行方案和打理一切旅行接待服务等等。如美国运通（AMERICAN EXPREE）是一家主要从事商务旅行服务的公司，为全球最大的商务旅行服务公司。其业务已伸展到全球各地，全球企业500强中有400家以上的企业委托它做出差业务和公司人员私人出行业务，公务人员只要手持一张运通卡就能在全世界畅通无阻，每年的营业额在200多亿美元。

智研咨询发布的《2017-2022年中国商务旅游行业市场竞争态势与未来发展趋势报告》共十三章。首先介绍了商务旅游行业市场发展环境、商务旅游整体运行态势等，接着分析了商

务旅游行业市场运行的现状，然后介绍了商务旅游市场竞争格局。随后，报告对商务旅游做了重点企业经营状况分析，最后分析了商务旅游行业发展趋势与投资预测。您若想对商务旅游产业有个系统的了解或者想投资商务旅游行业，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：

第一部分 商务旅游产业环境透视

第一章 商务旅游行业发展综述

第一节 行业相关概念

一、商务旅游产业定义

二、商务旅游产业产品范围

三、商务旅游产业链分析

第二节 商务旅游产业产品与服务

一、商务旅游产业主要业态

二、商务旅游产业组织形式

三、商务旅游产品种类与生产数量

第二章 商务旅游行业市场环境及影响分析（PEST）

第一节 商务旅游行业政治法律环境（P）

一、行业主要政策法规

二、政策环境对行业的影响

第二节 行业经济环境分析（E）

一、宏观经济形势分析

二、宏观经济环境对行业的影响分析

第三节 行业社会环境分析（S）

一、商务旅游产业社会环境

二、社会环境对行业的影响

第四节 行业技术环境分析（T）

一、行业主要技术发展趋势

二、技术环境对行业的影响

第三章 国际商务旅游行业发展分析及经验借鉴

第一节 旅游市场发展分析

一、国际旅游人数分析

二、国际旅游收入分析

第二节 国际商务旅游市场分析

- 一、国际商务旅游市场回顾
- 二、国际商务旅游市场环境
- 三、国际商务旅游格局分析
- 四、国际商务旅游行业发展分析
- 五、国际商务旅游需求分析

第三节 主要国家地区商务旅游市场分析

- 一、美国商务旅游市场分析
- 二、欧洲商务旅游市场分析
- 三、日本商务旅游市场分析
- 四、韩国商务旅游市场分析
- 五、其他国家商务旅游市场

第二部分 商务旅游行业深度分析

第四章 我国商务旅游行业运行现状分析

第一节 中国国内旅游市场发展分析

- 一、中国国内旅游概况
 - 1、国内旅游人数
 - 2、国内旅游收入
 - 3、国内旅游人均花费
- 二、国内旅游的发展特征
 - 1、节假日旅游进一步集中
 - 2、一日游占主导地位
 - 3、观光游仍是主体
 - 4、区域旅游热点更加凸显

第二节 中国入境旅游市场发展分析

- 一、中国入境旅游概况
 - 1、入境旅游接待人数
 - 2、入境旅游外汇收入
 - 3、入境旅游客源情况
 - 4、入境旅游过夜游客数
- 二、入境旅游主要特点
 - 1、入境游客以港澳台同胞为主
 - 2、入境外国游客以亚欧人为主
 - 3、旅游目的以观光休闲和商务会议为主

第三节 中国出境旅游市场发展分析

- 一、中国出境旅游概况
- 二、出境游目的地概况
 - 1、已开放的出境旅游目的地
 - 2、出境旅游中的热门目的地
- 第四节 中国黄金周旅游市场发展分析
 - 一、十一黄金周旅游市场发展分析
 - 1、十一黄金周旅游人数
 - 2、十一黄金周旅游收入
 - 二、春节黄金周旅游市场发展分析
 - 1、春节黄金周旅游人数
 - 2、春节黄金周旅游收入
- 第五节 中国旅游业“走出去”机遇分析
 - 一、旅游子行业海外市场扩张现状
 - 1、旅游景区海外市场扩张现状
 - 2、酒店业海外市场扩张现状
 - 3、餐饮业海外市场扩张现状
 - 二、旅游业海外扩张存在问题
 - 三、未来海外市场前景展望
 - 四、行业海外扩张对策建议
- 第六节 中国商务旅游产业的发展分析
 - 一、我国商务旅游业的兴起与开发情况
 - 二、商务旅游业在中国渐趋升温
 - 三、我国商务旅游联姻产生巨大经济效应
 - 四、国内商务旅游热掀起基地建设高潮
- 第七节 中国商务旅游业存在的问题
 - 一、商务旅游开发中存在的阻碍
 - 二、我国商务旅游开发的错误观念
 - 三、影视作品对旅游业发展的消极影响
 - 四、商务旅游结合存在的缺陷
- 第八节 中国商务旅游业开发的对策分析
 - 一、商务旅游结合发展需要关注的要点
 - 二、加快我国商务旅游业发展的措施
 - 三、中国商务旅游开发的路径探析
 - 四、民族地区旅游业和影视文化的结合策略探讨
 - 五、商务旅游的品牌塑造与推广策略透析

六、商务旅游业的市场经营路径探讨

第五章 中国商务旅游产业消费者行为调研

第一节 消费者旅游偏好调研

一、不同性别商务旅游偏好调研

二、不同年龄商务旅游偏好调研

1、20岁以下商务旅游偏好调研

2、20-40岁商务旅游偏好调研

3、40岁以上商务旅游偏好调研

第二节 消费者行为习惯调研

一、不同性别消费者结构调研

1、男性消费者结构调研

2、女性消费者结构调研

二、不同年龄消费者结构调研

1、消费者结构调研总体情况

2、15-24岁消费者结构调研

3、25-39岁消费者结构调研

4、40-50岁消费者结构调研

三、消费者消费频次调研

1、不同性别消费者旅游频次调研

2、不同年龄消费者旅游频次调研

3、不同职业消费者旅游频次调研

4、不同学历消费者旅游频次调研

四、消费者旅游时间选择调研

1、节假日与非节假日选择调研

2、一年时间内旅游时间选择调研

3、一个月时间内旅游时间选择调研

4、去影视城旅游的时机调研

5、随行人和人数调研

五、消费者商务旅游选择考虑因素调研

六、消费者选择商务旅游因由调研

七、消费者商务旅游的途径调研

八、消费者商务旅游地喜好调研

1、消费者商务旅游地地喜好调研总体情况

2、不同年龄消费者商务旅游地喜好调研

第三部分 商务旅游市场全景调研

第六章 中国商务旅游业子行业发展分析

第一节 旅游景区发展分析

- 一、旅游景区基本情况
- 二、旅游景区业绩增长分析
- 1、旅游景区主体地位增强
- 2、精品旅游景区业绩突出
- 3、新兴旅游景区成为热点
- 三、主题公园行业发展分析

- 1、行业发展概况
- 2、行业竞争现状
- 3、行业进入壁垒
- 4、行业特有经营模式及行业特征
- 四、旅游文化演艺行业发展分析

- 1、行业发展概况
- 2、行业竞争现状
- 3、行业进入壁垒
- 4、行业特有经营模式及行业特征

第二节 酒店业发展分析

- 一、星级饭店发展分析
- 1、星级饭店规模及构成情况
- 2、星级饭店总体经营状况
- 3、不同星级饭店经营状况
- 4、不同地区星级饭店经营状况
- 5、重点旅游城市酒店经营情况
- 6、酒店市场运行特点总结
- 二、经济型连锁酒店发展分析
- 1、经济型酒店规模分析
- 2、经济型酒店区域分布情况
- 3、经济型酒店产品结构
- 4、经济型酒店竞争格局
- 三、中国酒店业发展趋势

第三节 餐饮业发展分析

- 一、餐饮业发展概况
- 二、餐饮业集中度分析
- 三、餐饮百强企业经营分析

- 1、营业额稳步增长
- 2、分化与互渗趋势明显
- 3、占社会餐饮收入比重基本与上年持平
- 4、百强企业规模进一步扩大
- 5、综合业绩表现逊于往年

四、餐饮业发展趋势

第四节 旅行社发展分析

一、旅游社行业发展概况

- 1、行业发展规模
- 2、行业经营状况

二、旅行社业务分析

- 1、入境旅游业务分析
- 2、国内旅游业务分析
- 3、出境旅游业务分析

三、旅行社行业总体结构分析

- 1、旅行社区域分布
- 2、旅行社经营状况
- 3、旅行社类别分布

四、旅行社行业转型分析

- 1、旅行社行业发展阶段
- 2、旅行社行业分工体系
- 3、旅行社行业集中度
- 4、旅行社行业盈利能力

五、国际旅行社行业的发展借鉴

- 1、国际旅行社以“垂直分工”为主的多样化分工体系
- 2、欧美旅行社的一体化进程
- 3、国际成功旅行社“抓两头，带中间”的基本模式

第四部分 商务旅游行业竞争格局分析

第七章 商务旅游行业区域市场分析

第一节 行业总体区域结构特征及变化

- 一、行业区域结构总体特征
- 二、行业区域集中度分析
- 三、行业区域分布特点分析
- 四、行业规模指标区域分布分析
- 五、行业效益指标区域分布分析

六、行业企业数的区域分布分析

第二节 商务旅游区域市场分析

一、东北地区商务旅游市场分析

- 1、黑龙江省商务旅游市场分析
- 2、吉林省商务旅游市场分析
- 3、辽宁省商务旅游市场分析

二、华北地区商务旅游市场分析

- 1、北京市商务旅游市场分析
- 2、天津市商务旅游市场分析
- 3、河北省商务旅游市场分析

三、华东地区商务旅游市场分析

- 1、山东省商务旅游市场分析
- 2、上海市商务旅游市场分析
- 3、江苏省商务旅游市场分析
- 4、浙江省商务旅游市场分析
- 5、福建省商务旅游市场分析
- 6、安徽省商务旅游市场分析

四、华南地区商务旅游市场分析

- 1、广东省商务旅游市场分析
- 2、广西省商务旅游市场分析
- 3、海南省商务旅游市场分析

五、华中地区商务旅游市场分析

- 1、湖北省商务旅游市场分析
- 2、湖南省商务旅游市场分析
- 3、河南省商务旅游市场分析

六、西南地区商务旅游市场分析

- 1、四川省商务旅游市场分析
- 2、云南省商务旅游市场分析
- 3、贵州省商务旅游市场分析

七、西北地区商务旅游市场分析

- 1、甘肃省商务旅游市场分析
- 2、新疆自治区商务旅游市场分析
- 3、陕西省商务旅游市场分析

第八章 2017-2022年商务旅游行业竞争形势及策略

第一节 行业总体市场竞争状况分析

一、商务旅游行业竞争结构分析

- 1、现有企业间竞争
- 2、潜在进入者分析
- 3、替代品威胁分析
- 4、供应商议价能力
- 5、客户议价能力
- 6、竞争结构特点总结

二、商务旅游行业企业间竞争格局分析

三、商务旅游行业集中度分析

第二节 中国商务旅游行业竞争格局综述

一、商务旅游行业竞争概况

- 1、中国商务旅游行业品牌竞争格局
- 2、商务旅游业未来竞争格局和特点
- 3、商务旅游市场进入及竞争对手分析

二、中国商务旅游行业竞争力分析

第三节 商务旅游行业竞争格局分析

- 一、国内外商务旅游竞争分析
- 二、我国商务旅游市场竞争分析
- 三、我国商务旅游市场集中度分析

第四节 商务旅游行业并购重组分析

- 一、行业并购重组现状及其重要影响
- 二、跨国公司在华投资兼并与重组分析
- 三、本土企业投资兼并与重组分析
- 四、企业升级途径及并购重组风险分析
- 五、行业投资兼并与重组趋势分析

第五节 商务旅游市场竞争策略分析

- 一、完善服务体系
- 二、积极开发旅游景区
- 三、注重品牌建设

第九章 商务旅游行业领先企业经营形势分析

第一节 中国商务旅游企业总体发展状况分析

- 一、商务旅游企业主要类型
- 二、商务旅游企业资本运作分析
- 三、商务旅游企业创新及品牌建设
- 四、商务旅游企业国际竞争力分析

五、2016年商务旅游行业企业排名分析

第二节 中国领先商务旅游企业经营形势分析

一、中国国旅股份有限公司

- 1、企业发展概况分析
- 2、企业经营模式分析
- 3、企业发展规模分析
- 4、企业品牌及消费群分析
- 5、企业经营业绩分析
- 6、企业经济指标分析
- 7、企业竞争优势分析
- 8、企业最新发展动向

二、中青旅控股股份有限公司

- 1、企业发展概况分析
- 2、企业经营模式分析
- 3、企业发展规模分析
- 4、企业品牌及消费群分析
- 5、企业经营业绩分析
- 6、企业经济指标分析
- 7、企业竞争优势分析
- 8、企业最新发展动向

三、香港中旅国际投资有限公司

- 1、企业发展概况分析
- 2、企业经营模式分析
- 3、企业发展规模分析
- 4、企业品牌及消费群分析
- 5、企业经营业绩分析
- 6、企业经济指标分析
- 7、企业竞争优势分析
- 8、企业最新发展动向

四、深圳华侨城股份有限公司

- 1、企业发展概况分析
- 2、企业经营模式分析
- 3、企业发展规模分析
- 4、企业品牌及消费群分析
- 5、企业经营业绩分析

6、企业经济指标分析

7、企业竞争优势分析

8、企业最新发展动向

五、北京首都旅游股份有限公司

1、企业发展概况分析

2、企业经营模式分析

3、企业发展规模分析

4、企业品牌及消费群分析

5、企业经营业绩分析

6、企业经济指标分析

7、企业竞争优势分析

8、企业最新发展动向

六、上海春秋国旅

1、企业发展概况分析

2、企业经营模式分析

3、企业发展规模分析

4、企业品牌及消费群分析

5、企业经营业绩分析

6、企业经济指标分析

7、企业竞争优势分析

8、企业最新发展动向

七、中国旅行社总社

1、企业发展概况分析

2、企业经营模式分析

3、企业发展规模分析

4、企业品牌及消费群分析

5、企业经营业绩分析

6、企业经济指标分析

7、企业竞争优势分析

8、企业最新发展动向

八、中国康辉旅行社有限责任公司

1、企业发展概况分析

2、企业经营模式分析

3、企业发展规模分析

4、企业品牌及消费群分析

5、企业经营业绩分析

6、企业经济指标分析

7、企业竞争优劣势分析

8、企业最新发展动向

九、中信旅游总公司

1、企业发展概况分析

2、企业经营模式分析

3、企业发展规模分析

4、企业品牌及消费群分析

5、企业经营业绩分析

6、企业经济指标分析

7、企业竞争优劣势分析

8、企业最新发展动向

十、北京神舟国际旅行社集团有限公司

1、企业发展概况分析

2、企业经营模式分析

3、企业发展规模分析

4、企业品牌及消费群分析

5、企业经营业绩分析

6、企业经济指标分析

7、企业竞争优劣势分析

8、企业最新发展动向

第五部分 商务旅游行业发展前景展望

第十章 2017-2022年商务旅游行业前景及投资价值

第一节 商务旅游行业五年规划现状及未来预测

一、“十二五”期间商务旅游行业运行情况

二、“十二五”期间商务旅游行业发展成果

三、商务旅游行业“十三五”发展方向预测

第二节 2017-2022年商务旅游市场发展前景

一、2017-2022年商务旅游市场发展潜力

二、2017-2022年商务旅游市场发展前景展望

三、2017-2022年商务旅游细分行业发展前景分析

第三节 2017-2022年商务旅游市场发展趋势预测

一、2017-2022年商务旅游行业发展趋势

二、2017-2022年商务旅游市场规模预测

三、2017-2022年商务旅游行业应用趋势预测

四、2017-2022年细分市场发展趋势预测

第四节 影响企业生产与经营的关键趋势

一、市场整合成长趋势

二、需求变化趋势及新的商业机遇预测

三、企业区域市场拓展的趋势

四、科研开发趋势及替代技术进展

五、影响企业销售与服务方式的关键趋势

第五节 商务旅游行业投资特性分析

一、商务旅游行业进入壁垒分析

二、商务旅游行业盈利因素分析

三、商务旅游行业盈利模式分析

第六节 2017-2022年商务旅游行业投资价值评估分析

一、行业投资效益分析

1、行业活力系数比较及分析

2、行业投资收益率比较及分析

3、行业投资效益评估

二、产业发展的空白点分析

三、投资回报率比较高的投资方向

四、新进入者应注意的障碍因素

第十一章 2017-2022年商务旅游行业投资机会与风险防范

第一节 商务旅游行业投融资情况

一、行业资金渠道分析

二、固定资产投资分析

三、兼并重组情况分析

四、商务旅游行业投资现状分析

1、商务旅游产业投资经历的阶段

2、2016年商务旅游行业投资状况回顾

(1) 总体投资及结构

(2) 投资规模及增速分析

(3) 分行业投资分析

(4) 分地区投资分析

(5) 外商投资分析

3、中国商务旅游行业风险投资状况

4、我国商务旅游行业的投资态势

第二节 2017-2022年商务旅游行业投资机会

- 一、产业链投资机会
- 二、子行业市场投资机会
- 三、重点区域投资机会
- 四、商务旅游行业投资机遇

第三节 2017-2022年商务旅游行业投资风险及防范

- 一、政策风险及防范
- 二、技术风险及防范
- 三、供求风险及防范
- 四、宏观经济波动风险及防范
- 五、关联产业风险及防范
- 六、产品结构风险及防范
- 七、其他风险及防范

第四节 中国商务旅游行业投资建议

- 一、商务旅游行业未来发展方向
- 二、商务旅游行业主要投资建议
- 三、中国商务旅游企业融资分析
 - 1、中国商务旅游企业IPO融资分析
 - 2、中国商务旅游企业再融资分析

第六部分 商务旅游行业发展战略研究

第十二章 商务旅游行业发展战略研究

第一节 商务旅游行业发展战略研究

- 一、战略综合规划
- 二、技术开发战略
- 三、业务组合战略
- 四、区域战略规划
- 五、产业战略规划
- 六、营销品牌战略
- 七、竞争战略规划

第二节 对我国商务旅游品牌的战略思考

- 一、商务旅游品牌的重要性
- 二、商务旅游实施品牌战略的意义
- 三、商务旅游企业品牌的现状分析
- 四、我国商务旅游企业的品牌战略
- 五、商务旅游品牌战略管理的策略

第三节 商务旅游经营策略分析

- 一、商务旅游市场细分策略
- 二、商务旅游市场创新策略
- 三、品牌定位与品类规划
- 四、商务旅游新产品差异化战略

第四节 商务旅游行业投资战略研究

- 一、商务旅游行业投资战略
- 二、2017-2022年商务旅游行业投资战略
- 三、2017-2022年细分行业投资战略

第十三章 研究结论及发展建议 (ZYPX)

第一节 商务旅游行业研究结论及建议

第二节 商务旅游子行业研究结论及建议

第三节 商务旅游行业发展建议

- 一、行业发展策略建议
- 二、行业投资方向建议
- 三、行业投资方式建议

图表目录：

图表：商务旅游行业生命周期

图表：商务旅游行业产业链结构

图表：2014-2016年全球商务旅游行业市场规模

图表：2014-2016年中国商务旅游行业市场规模

图表：2014-2016年商务旅游行业重要数据指标比较

图表：2014-2016年中国商务旅游市场占全球份额比较

图表：2014-2016年商务旅游行业收入

图表：2014-2016年商务旅游行业利润总额

图表：2014-2016年商务旅游行业资产总计

图表：2014-2016年商务旅游行业负债总计

图表：2014-2016年商务旅游行业竞争力分析

图表：2014-2016年商务旅游行业主营业务收入

图表：2014-2016年商务旅游行业主营业务成本

图表：2014-2016年商务旅游行业费用分析

图表：2014-2016年商务旅游行业管理费用分析

图表：2014-2016年商务旅游行业财务费用分析

图表：2014-2016年商务旅游行业毛利率分析

图表：2014-2016年商务旅游行业利润率分析

图表：2014-2016年商务旅游行业成本费用利润率分析

图表：2014-2016年商务旅游行业总资产利润率分析

图表：2014-2016年商务旅游行业集中度

详细请访问：<https://www.chyxx.com/research/201704/518206.html>