

# 2020-2026年中国旅行社行业 发展态势与未来发展趋势报告

## 报告目录及图表目录

北京迪索共研咨询有限公司

[www.cction.com](http://www.cction.com)

## 一、报告报价

《2020-2026年中国旅行社行业发展态势与未来发展趋势报告》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/202001/148182.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

报告目录：

第一篇 中国旅行社现状篇

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

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、2015-2019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 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、2019年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

## 第二篇 中国旅行社市场篇

### 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、2015-2019年中国入境旅游数据统计

##### 二、2015-2019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 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、2020-2026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 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、自驾游搅热旅游市场
- 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 2015-2019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

### 第三篇 中国旅行社竞争篇

#### 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、旅行社竞争弃“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 2020-2026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 旅行社主要企业基本情况

- 一、桂林旅游股份有限公司（000978）
- 二、黄山旅游发展股份有限公司（600054）
- 三、中青旅控股股份有限公司（600138）
- 四、峨眉山旅游股份有限公司（000888）
- 五、北京首都旅游股份有限公司（600258）
- 六、丽江玉龙旅游股份有限公司（002033）
- 七、上海锦江国际旅游股份有限公司（600754）
- 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

## 第四篇 中国旅行社前景篇

### 第十二章 2020-2026年中国旅行社行业发展趋势分析

#### 第一节 2020-2026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 2020-2026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 2020-2026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 2020-2026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 2020-2026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 2020-2026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 2020-2026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

### 部分图表目录：

图表：1988-2019年中国旅游产业发展规模

图表：1988-2019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

更多图表见正文&hellip;&hellip;

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202001/148182.html>