

# 中国旅行社行业发展现状分析及前景战略研究报告2024-2030年

产品名称	中国旅行社行业发展现状分析及前景战略研究报告2024-2030年
公司名称	北京中研华泰信息技术研究院销售部
价格	.00/件
规格参数	
公司地址	北京市朝阳区北苑东路19号院4号楼27层2708
联系电话	18766830652 18766830652

## 产品详情

中国旅行社行业发展现状分析及前景战略研究报告2024-2030年.....[报告编号] 384402[出版日期] 2023年12月[出版机构] 中研华泰研究院 [交付方式] EMIL电子版或特快专递 [报告价格] 纸质版:6500元 电子版:6800元 纸质版+电子版:7000元 [联系人员] 刘亚 免费售后服务一年, 具体内容及订购流程欢迎咨询客服人员 部分产业环境透视章

旅行社行业发展综述节 旅行社行业定义及特性一、旅行社定义二、旅行社行业界定三、旅行社行业特性1、季节性特点2、地域性特点四、旅行社行业发展阶段第二节 旅行社行业统计标准一、统计部门和统计口径二、行业主要统计方法介绍三、行业涵盖数据种类介绍第二章 旅行社行业发展环境分析节 旅行社行业政策环境分析一、旅行社行业管理体制二、旅行社行业发展政策及法律法规三、旅行社行业标准四、行业相关发展规划第二节 旅行社行业经济环境分析一、国际经济环境分析二、国内经济环境分析三、宏观经济对行业的影响第三节 旅行社行业安全环境分析一、旅游事故情况二、旅游事故对潜在游客心理的影响三、旅游事故对旅行社的影响第四节 旅游业社会环境分析一、法定节假日和带薪假期实施二、人口年龄结构三、社会结构第五节 旅行社行业消费环境分析一、商品零售分析二、消费支出结构分析三、消费结构升级第三章 中国旅行社关联行业发展状况节 旅游业一、中国旅游景区发展分析1、旅游景区资源基本情况2、旅游景区经营业绩分析3、旅游景区的群落共生效应二、全球旅游市场发展分析1、全球国际旅游人数分析2、全球国际旅游收入分析3、全球国际旅游支出分析三、中国旅游市场发展分析1、国内旅游市场发展分析2、入境旅游市场发展分析3、出境旅游市场发展分析四、中国旅游市场发展预测1、中国国内旅游市场发展预测2、入境旅游市场发展预测3、出境旅游市场发展预测第二节 酒店业一、星级饭店发展分析1、星级酒店市场总体经营情况2、不同星级酒店经营指标分析3、不同地区酒店经营情况分析二、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3、经济型酒店竞争格局5、内外资经济型酒店核心竞争力比较6、经济型酒店发展模式分析三、酒店业发展趋势和前景分析1、中guojiu店业发展趋势2、酒店业发展前景分析第三节 餐饮业一、中国餐饮业发展状况二、餐饮业消费特征分析三、餐饮业集中度分析四、餐饮业经营现状及对策分析第四节 会展业一、会展行业规模分析1、展览场馆规模(1)展览场馆总体规模(2)展览场馆数量区域分布(3)展览场馆面积区域分布2、展会数量与面积(1)整体情况(2)区域情况二、展会分布情况1、展会时间分布2、展会类型分布3、展会行业分布3、展会展期分布三、中国会展行业竞争分析1、会展行业竞争现状分析2、会展行业优劣势分析四、会展业与旅游业的对接分析1、会展业与旅游业对接基础2、国内会展业与旅游业对接现状3、会展业与旅游业对接策略五、会展业与旅游业融合发展前景展望第二部分 行业深度分析第四章

中国旅行社行业发展现状分析节 旅行社行业发展现状分析一、旅行社资产及从业人员二、旅行社经营情况分析1、总体经营情况2、行业盈利结构三、旅行社行业发展规模1、旅行社市场规模2、旅行社数量规模四、旅行社行业区域发展情况1、旅行社区域分布格局2、旅行社各地区数量规模3、旅行社行业区域集中度4、旅行社行业区域国际化情况五、旅行社行业竞争格局分析1、行业议价能力分析2、行业竞争情况分析3、行业潜在威胁分析4、旅行社行业竞争建议第二节 旅行社行业转型分析一、旅行社行业发展阶段二、旅行社行业分工体系三、国际旅行社行业的发展借鉴1、垂直分工为主的分工体系2、欧美旅行社的一体化进程3、国际成功旅行社的基本模式四、旅行社业务转型建议1、增加新型服务项目2、增强电子商务功能3、走融合发展之路第三节 旅行社行业热点问题讨论一、导游体制改革1、导游方面存在的主要问题及其原因2、遏制、扭转零负团费操作模式3、加强对导游管理机构的监管4、明确导游的职业定位5、建立合理透明的薪酬制度6、改革完善导游准入-退出机制7、完善导游分类和等级制度8、促进导游协会的发展和建设二、旅行社行业发展存在的问题及对策建议1、旅行社行业发展存在的问题2、旅行社行业发展对策建议第五章 中国旅行社行业市场开发及营销策略研究节 不同群体旅游市场开发分析一、农民旅游市场开发分析1、开发农民旅游市场的可行性2、农民旅游心理研究3、农民旅游活动中存在的问题分析4、农民旅游市场开发对策研究二、大学生旅游市场开发分析1、开发大学生旅游市场的可行性2、大学生旅游心理分析3、大学生旅游市场的特征4、大学生旅游市场的开发策略三、老年旅游市场开发分析1、开发老年旅游市场的可行性2、老年旅游的现状及其特点分析3、老年旅游市场的开发策略四、女性旅游市场开发分析1、女性旅游类型及心理分析2、女性旅游营销策略及建议3、女性消费者的旅游营销启示第二节 不同形式旅游市场开发分析一、自助旅游市场开发分析1、自助旅游的概念2、自助旅游市场发展情况3、自助旅游在发展中障碍4、自助旅游的发展趋势二、散客旅游市场开发分析1、散客旅游概念2、散客旅游市场的营销策略3、散客旅游市场的发展趋势三、组团旅游市场开发分析1、组团与散客旅游差异化分析2、组团旅游市场开发策略分析3、组团旅游市场发展趋势分析第三节 旅行社行业营销策略研究一、旅行社行业4p营销策略1、产品策略2、价格策略3、分销策略4、促销策略二、旅行社行业4c营销策略三、旅行社行业4r营销策略1、关联2、反应速度3、关系营销4、回报四、旅行社品牌化经营策略1、品牌化经营的意义2、旅行社品牌化经营的具体措施五、旅行社绿色营销策略分析1、绿色营销在旅行社中应用现状2、旅行社绿色营销存在问题及原因3、旅行社强化绿色营销的对策第四节 旅行社连锁经营模式探析一、连锁经营模式形式比较二、连锁经营优劣势分析三、旅行社连锁经营现状分析四、旅行社连锁经营前景分析第五节 旅行社跨界营销现象一、旅行社跨界营销的基础二、旅行社跨界营销的作用1、共享资源，双赢效应2、提升品牌，深化内涵3、定位，节省成本三、跨界营销对象选择的原则1、消费群体一致mdash;mdash;双方拥有相近的用户基础2、品牌效应叠加mdash;mdash;双方能为用户提供更大的价值3、品牌非竞争性mdash;mdash;双方因行业差异而不存在竞争四、旅行社跨界营销经典案例1、凯撒旅游:打造艺术旅游，跨界健康管理2、众信旅游:金融超商佳缘，惠及上万客户3、民生旅游:携手民生电商，提供专属服务4、中国国旅:跨界游学产品，联手电视媒体5、众信旅游:牵手凡客诚品，网选街拍达人第六章 中国旅行社电子化模式探析节 旅行社电子商务应用与发展模式分析一、电子商务在旅行社业务中的应用分析1、旅行社应用电子商务的优势2、旅行社电子商务发展的现状二、电子商务在中小旅行社中的应用分析1、中小旅行社开展电子商务的现状2、阻碍中小旅行社开展电子商务的原因3、中小旅行社开展电子商务的对策建议三、旅行社行业电子商务发展模式探析1、基于第三方旅游交易平台的合作模式2、基于目的地公共旅游信息网的发展模式3、基于加盟旅行社电子商务平台的联合体模式4、基于大型旅行社自建电子商务平台的发展模式第二节 旅行社在线旅游业务探析一、旅行社在线旅游业务的新营销模式二、在线旅行预订市场发展现状及潜力预测1、在线旅行预订市场规模2、在线旅行预订市场结构3、在线旅行预订市场竞争格局4、在线旅行预订服务覆盖人数三、旅行社在线旅游应用情况四、旅行社在线旅游业务机遇与挑战五、在线旅行社发展展望第三节 传统旅行社与电子商务的融合分析一、电子商务对传统旅行社的影响分析1、旅游电子商务对传统旅行社的冲击2、旅游电子商务与传统旅行社的比较3、电子商务背景下传统旅行社的发展策略二、传统旅行社行业网络化营销分析1、旅行社网络化营销的优势分析2、旅行社网络化营销存在的难题3、旅行社网络化营销的策略分析三、传统旅行社与电子商务的融合趋势1、旅行社与网络平台加速融合2、在线旅行社模式有望成为主流第三部分 市场全景调研第七章 假期旅游市场分析节 2021-2023年假期旅游市场分析一、2021-2023年春节黄金周发展情况二、2021-2023年暑期旅游特点分析三、2021-2023年十一黄金周旅游市场分析第二节 2021-2023年春节黄金周旅游业市场发展情况分析一、2021-2023年中国春节黄金周市场情况二、2021-2023年五一小长假旅游业市场情况三、2021-2023年十一小长假旅游业市场情况第三节 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、加快中国休闲度假旅游发展的重点第八章 国内旅游及出入境旅游市场分析节

2021-2023年国内旅游市场分析一、国内旅游市场分析二、国内游前景预测第二节 2021-2023年入境旅游市场分析一、2021-2023年中国入境旅游市场运行分析二、2021-2023年中国入境旅游市场运行分析三、2021-2023年中国入境游游客满意度分析四、中国入境游接待量年均增长情况预测第三节 2021-2023年出境旅游市场分析一、2021-2023年出境旅游市场分析二、2021-2023年出境旅游市场六大特征三、2021-2023年中国出境游市场趋势看好四、2021-2023年合资旅行社带来的出境游市场变局五、中国居民出境旅游花费预测第九章 散客旅游与组团旅游的比较分析节 旅游散客市场状况分析一、散客旅游的定义二、散客旅游兴起的原因三、中国散客旅游市场的营销策略四、中国散客旅游的发展趋势五、中国旅行社在散客旅游市场开发中的角色转变第二节

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三节

中国旅游业应对散客时代的策略一、制约散客旅游市场发展的主要问题二、应对散客时代的策略第十章 特色旅游市场分析节 商务旅游一、商务旅游的定义及特征二、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、中国商务旅游市场可持续发展策略五、高端商务旅游是未来黄金产业第二节 会展旅游一、中国会展旅游业发展现状二、中国会展旅游业的主要问题三、中国会展旅游发展对策分析四、中国会展旅游业的发展趋势五、旅行社如何开发会展旅游策略分析第三节 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、中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、中国工业旅游的发展现状三、推进中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、中国生态旅游发展的未来四、生态旅游的兴起五、中国生态旅游的发展现状及发展前景六、中国特色的生态旅游之路的探索七、关于建立中国生态旅游认证制度的思考第六节 红色旅游一、红色旅游产品开发原则二、红色旅游资源开发三、2021-2023年中国红色旅游的发展情况四、中国红色旅游经典景区的打造情况五、中国红色旅游综合收入预测第七节 在线旅游一、2021-2023年在线旅游市场发展情况二、中国在线旅游市场预测三、中国在线旅游竞争趋势四、融资潮下在线旅游商发展对策第十一章 自驾游市场分析节 中国自驾游市场概况一、中国自驾游兴起的原因二、中国自驾游发展中存在的主要瓶颈三、中国自驾游健康发展的条件四、旅行社瞄准自驾游市场第二节 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 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、异地租车第四部分

竞争格局分析第十二章 旅行社行业区域市场分析节 行业总体区域结构特征分析一、行业区域结构总体特征二、行业区域集中度分析三、行业企业数量区域分布第二节 华东地区旅行社行业分析一、行业发展现状分析二、市场规模情况分析三、市场需求情况分析四、行业发展前景预测第三节 华南地区旅行社行业分析一、行业发展现状分析二、市场规模情况分析三、市场需求情况分析四、行业发展前景预测第四节 华中地区旅行社行业分析一、行业发展现状分析二、市场规模情况分析三、市场需求情况分析四、行业发展前景预测第五节 华北地区旅行社行业分析一、行业发展现状分析二、市场规模情况分析三、市场需求情况分析四、行业发展前景预测第六节 东北地区旅行社行业分析一、行业发展现状分析二、市场规模情况分析三、市场需求情况分析四、行业发展前景预测第七节 西南地区旅行社行业分析一、行业发展现状分析二、市场规模情况分析三、市场需求情况分析四、行业发展前景预测第八节 西北地区旅行社行业分析一、行业发展现状分析二、市场规模情况分析三、市场需求情况分析四、行业发展前景预测第十三章 旅行社行业竞争形势及策略节 行业总体市场竞争状况分析一、旅行社行业竞争结构分析二、旅行社行业企业间竞争格局分析三、旅行社行业集中度分析四、旅行社行业swot分析第二节 中国旅行社行业竞争格局综述一、旅行社行业竞争概况1、中国旅行社行业品牌竞争格局2、旅行社行业未来竞争格局和特点3、旅行社市场进入及竞争对手分析二、中国旅行社行业竞争力分析三、中国旅行社产品(服务)竞争力优势分析1、整体产品竞争力评价2、产品竞争力评价结果分析3、竞争优势评价及构建建议四、旅行社行业主要企业竞争力分析第三节 2021-2023年旅行社行业竞争格局分析一、2021-2023年国内外旅行社竞争分析二、2021-2023年中国旅行社市场竞争分析三、2021-2023年中国旅行社市场集中度分析四、2021-2023年国内主要旅行社企业动向第十四章 旅行社行业企业经营形势分析节 中国国旅股份有限公司一、企业发展情况简介二、企业主营业务分析三、企业地位与资质分析四、企业经营情况分析五、企业旅游产品分析六、企业布局情况分析七、企业投资整合分析八、企业经营状况优劣势分析九、企业新发展动向分析第二节 中青旅控股股份有限公司一、企业发展情况简介二、企业主营业务分析三、企业地位与资质分析四、企业经营情况分析五、企业旅游产品分析六、企业布局情况分析七、企业投资整合分析八、企业经营状况优劣势分析九、企业新发展动向分析第三节 中国康辉旅游集团有限公司一、企业发展情况简介二、企业主营业务及经营情况分析三、企业地位与资质分析四、企业旅游产品分析五、企业布局情况分析六、

企业经营状况优劣势分析第四节 广州岭南集团控股股份有限公司一、企业发展情况简介二、企业主营业务及经营情况分析三、企业地位与资质分析四、企业旅游产品分析五、企业布局情况分析六、企业经营状况优劣势分析七、企业新发展动向分析第五节 上海春秋国际旅行社(集团)有限公司一、企业发展情况简介二、企业主营业务及经营情况分析三、企业地位与资质分析四、企业旅游产品分析五、企业布局情况分析六、企业经营状况优劣势分析七、企业新发展动向分析第六节 众信旅游集团股份有限公司一、企业发展情况简介二、企业主营业务及经营情况分析三、企业地位与资质分析四、企业旅游产品分析五、企业布局情况分析六、企业经营状况优劣势分析七、企业新发展动向分析第七节 锦江国际(集团)有限公司一、企业发展情况简介二、企业主营业务及经营情况分析三、企业地位与资质分析四、企业旅游产品分析五、企业布局情况分析六、企业经营状况优劣势分析第八节 广东中旅(集团)有限公司一、企业发展情况简介二、企业主营业务及经营情况分析三、企业地位与资质分析四、企业旅游产品分析五、企业布局情况分析六、企业经营状况优劣势分析七、企业新发展动向分析第九节 海航凯撒旅游集团股份有限公司一、企业发展情况简介二、企业主营业务及经营情况分析三、企业地位与资质分析四、企业旅游产品分析五、企业布局情况分析六、企业经营状况优劣势分析第十节 中信旅游集团有限公司一、企业发展情况简介二、企业主营业务分析三、企业地位与资质分析四、企业经营情况分析五、企业旅游产品分析六、企业布局情况分析七、企业经营状况优劣势分析第五部分 发展前景展望第十五章

2024-2030年旅行社行业前景及趋势预测节 营改增对旅行社行业税务的影响一、营改增的基本内涵概述二、旅行社营改增的必要性1、有效处理旅行社重复纳税现象2、缓解税务风险的发生3、提升税收征管效率三、营改增对旅行社的影响分析1、对旅行社纳税税基及税率的影响2、对旅行社税负的影响3、对旅行社净利润的影响四、应对旅行社营改增影响的对策1、建立税收规范意识,加强财务管理2、积极争取税收优惠3、合理选择合作伙伴4、不同的应税行为销售分别核算5、尽可能增加进项税额6、转变经营业务范围,根据情况选择全额或者差额计税方法7、加强内部流程控制,明确岗位责任8、积极做好shuiwuchouhua9、做好旅行社与各利益相关者的协调合作第二节 2024-2030年旅行社市场发展前景一、2024-2030年旅行社行业市场发展潜力二、2024-2030年旅行社业务发展潜力分析1、旅行社商务会奖旅游业务发展潜力分析2、旅行社票务代理业务发展潜力分析3、旅行社签证业务发展潜力分析4、旅行社游轮旅游业务发展潜力分析三、2024-2030年旅行社细分行业发展前景分析第三节 2024-2030年旅行社市场发展趋势预测一、2024-2030年旅行社行业发展趋势二、2024-2030年旅行社市场规模预测1、旅行社行业市场容量预测2、旅行社行业销售收入预测三、2024-2030年细分市场发展趋势预测第十六章

2024-2030年旅行社行业投资分析及预测节 中小旅行社融资困境及其对策一、中小旅行社融资现状及问题1、融资成本高2、融资渠道单一3、银行贷款难二、解决某某旅行社融资问题的对策及建议1、加强成本控制2、拓宽融资渠道3、健全企业内部管理与外部沟通第二节 旅行社行业投资特性一、旅行社行业进入壁垒二、旅行社行业盈利模式三、旅行社行业盈利来源构成第三节 旅行社行业纵向整合投资分析一、旅行社行业投资动向分析1、旅行社投资动向2、在线旅行社投融资事件二、旅行社行业纵向整合投资分析第四节 旅行社行业投资建议一、旅行社行业投资环境二、旅行社行业投资机会三、旅行社行业投资风险1、政策风险2、宏观经济波动风险3、季节性风险4、其他风险四、旅行社行业投资建议1、对景区进行股权投资2、投资重点细分市场第六部分 发展战略研究第十七章

中国旅行社管理存在的问题及互联网下的创新节 旅行社经营管理存在的问题及其对策探讨一、旅行社经营管理的概念与内涵1、旅行社经营的概念内容2、经营管理的文化性3、经营管理的综合性4、经营管理的原则性二、旅行社经营管理存在的问题1、内部经营管理水平低2、社会形象较差3、综合服务质量水平不高4、产品单一缺乏创新5、旅行社规模普遍偏小三、旅行社经营管理问题的解决对策1、强化规范经营管理制度2、树立良好的社会形象3、提高综合服务质量水平4、创新旅游产品,突出旅游特点5、大力推动旅行社走集约化发展的道路第二节 互联网背景下的旅行社管理创新一、互联网给旅行社管理带来的挑战1、旅游产品营销模式受到冲击2、旅游者消费理念和消费方式发生转变3、传统旅行社品牌形象薄弱二、互联网给旅行社管理创新带来的机遇1、实现资源整合,拓宽销售渠道2、开拓线上营销优势,保证线下体验优势三、互联网背景下旅行社管理的创新方向1、优化组织结构,树立以人为本的管理理念2、明确核心竞争力,创新服务模式3、创新营销模式,树立品牌意识4、优化互联网信息技术,提升旅行社综合实力第三节 互联网+旅行社的服务渠道升级策略一、旅行社完善渠道基础信息平台建设1、旅行社的硬件技术平台建设改造2、旅行社的软件平台建设改造3、旅行社服务渠道技术升级的实施方法二、旅行社服务渠道的升级发展方向1、门市渠道提升智能服务水平2、从人工服务升级到机器人服务3、打造全新的网络服务渠道4、实现网络渠道布局多元化三、旅行社服务渠道升级拓展1、服务渠道的本地化2、渠道开展异业合作第十八章 一带一路战略下中国旅行社行业发展机遇分析节 一带一路主要内容及战略意义一、一带一路的主要内容二、一带一路的国际背景三、一带一路的国内背景四、一带一路的战略意义第二节

一带一路下中国旅行社发展现状一、一带一路下旅游行业的发展现状二、一带一路出入境旅游发展现状三、一带一路旅行社行业发展现状四、一带一路旅行社市场发展趋势第三节 一带一路旅行社企业走出去战略分析一、一带一路战略提振沿线国家需求二、一带一路战略促进中国企业成长三、一带一路旅行社企业迎来机遇四、一带一路旅行社企业走出去措施第四节 一带一路旅行社行业投资潜力分析一、一带一路旅行社行业投资现状二、一带一路旅行社行业投资规划三、一带一路旅行社行业投资动向四、一带一路旅行社行业投资潜力第十九章 2024-2030年旅行社发展策略分析节 新假日制度下旅游企业的营销对策一、新假日制度对旅游业的影响二、旧假日制度下旅游市场营销存在的问题三、新假日制度下企业的营销对策第二节 可持续旅游消费及其实现对策一、可持续旅游消费的内涵二、中国可持续旅游消费发展的现实环境三、中国可持续旅游消费的实现对策第三节 竞争环境下的旅行社应对策略一、企业联盟是旅行社拓展功能的重要渠道二、产品提升是旅行社shebao持竞争力的根本保障三、市场渗透是旅行社shebao持客源的重要法宝四、网络营销是旅行社产品宣传的重要手段第四节 旅行社应对网络旅游的挑战策略分析一、网络旅游的竞争优势二、旅行社的应对策略第五节 旅行社应对市场竞争变革的策略一、中国旅行社市场竞争正处在变革当中二、旅行社应对竞争变革的策略第六节 中国旅行社品牌战略的发展策略一、旅行社品牌发展存在的问题二、旅行社品牌现状的swot分析三、旅行社在竞争中的应对策略分析第七节 中国旅行社信息化建设策略一、强化旅行社信息化建设意识二、加大旅行社信息化投资力度三、建设旅行社信息化部门四、旅行社业务流程重组与信息化同步五、旅行社信息化建设的工作原则图表目录图表：旅行社行业生命周期图表：旅行社行业产业链结构图表：2021-2023年全球旅行社行业市场规模图表：2021-2023年中国旅行社行业市场规模图表：2021-2023年旅行社行业重要数据指标比较图表：2021-2023年中国旅行社市场占全球份额比较图表：2021-2023年旅行社行业工业总产值图表：2021-2023年旅行社行业销售收入图表：2021-2023年旅行社行业利润总额图表：2021-2023年旅行社行业资产总计图表：2021-2023年旅行社行业负债总计图表：2021-2023年旅行社行业竞争力分析图表：2021-2023年旅行社市场价格走势图表：2021-2023年旅行社行业主营业务收入图表：2021-2023年旅行社行业主营业务成本图表：2021-2023年旅行社行业销售费用分析图表：2024-2030年旅行社重点区域分布预测图表：2024-2030年旅行社行业收入预测图表：2024-2030年旅行社数量预测