

# 2023-2029年中国旅行社行业 前景展望与投资战略报告

## 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

《2023-2029年中国旅行社行业前景展望与投资战略报告》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/202308/393313.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

中企顾问网发布的《2023-2029年中国旅行社行业前景展望与投资战略报告》报告中的资料和数据来源于对行业公开信息的分析、对业内资深人士和相关企业高管的深度访谈，以及共研分析师综合以上内容作出的专业性判断和评价。分析内容中运用共研自主建立的产业分析模型，并结合市场分析、行业分析和厂商分析，能够反映当前市场现状，趋势和规律，是企业布局市场服务行业的重要决策参考依据。

报告目录：第一章 旅游行业发展分析 16 第一节 2015-2019年旅游产业发展现状分析 16 一、中国旅游业发展历程分析 16 二、中国旅游业发展主要发展政策分析 18 三、旅游业已成为中国经济的新增长点 19 四、旅游经济运行情况分析 20 五、2019年文化和旅游部旅游业工作重点 20 第二节 2019-2025年中国旅游业发展前景预测分析 21 一、中国旅游业发展前景乐观 21 二、我国旅游发展大趋势预测 22 第二章 旅行社行业发展分析 24 第一节 2019年我国旅行社运行分析 24 一、全国旅行社数量及分布 24 二、全国旅行社入境、国内和出境旅游市场情况 25 第二节 中国旅行社业总体发展特征分析 29 一、我国旅行社业发展迅速 29 二、我国旅行社发展所面临的困境 30 三、经济发展与技术进步为旅行社业转型提供契机 30 第三节 中国旅行社业集中度分析 30 一、中国旅行社业集中度问题的由来 30 二、中国旅行社业集中度分析 31 三、中国旅行社业集中度变迁的影响因素 31 第三章 假期旅游市场分析 33 第一节 2019年假期旅游市场分析 33 一、“五一”小长假旅游业市场状况分析 33 二、“十一”假期旅游特点分析 33 第二节 2019年春节黄金周旅游业市场发展情况分析 36 第三节 加快推动休闲度假旅游发展的思考 37 一、休闲度假旅游已经成为国民经济最重要的消费形式之一 37 二、休闲度假将成为中国旅游业未来持续发展的重要增长点 37 三、加快我国休闲度假旅游发展的重点 38 第四章 国内旅游及出入境旅游市场分析 39 第一节 国内旅游市场分析 39 一、2018年国内旅游市场分析 39 二、2019年国内旅游市场分析 39 三、2019-2025年国内游前景预测分析 40 第二节 入境旅游市场分析 40 一、2018年中国入境旅游市场运行分析 40 二、2019年中国入境旅游市场分析 41 三、2019-2025年我国入境游前景预测分析 42 第三节 2019年出境旅游市场分析 42 一、2018年中国出境旅游市场分析 42 二、2019年中国出境旅游市场分析 43 四、我国居民出境旅游特征分析 43 四、2019-2025年中国出境游前景预测分析 46 第五章 散客旅游与组团旅游的比较分析 47 第一节 旅游散客市场状况分析 47 一、散客旅游的定义 47 二、散客旅游兴起的原因 47 三、我国散客旅游消费者行为分析 48 四、散客化趋势下的旅行社发展对策 49 第二节 组团旅游 53 一、组团旅游与个人旅游的差异化分析 53 二、组团旅游开发的意义分析 53 第三节 我国旅游业应对“散客时代”的策略 54 一、制约散客旅游市场发展的主要问题 54 二、应对“散客时代”的策略 54 第六章 特色旅游市场分析 57 第一节 商务旅游 57 一、商务旅游的定义及特征 57 二、商务旅游客人的消费特征 58 三、发展商务旅游的经济、社会

意义 59 四、我国商务旅游市场趋势 60 第二节 会展旅游 61 一、我国会展旅游业发展现状调研 61 二、国外会展旅游发展现状 61 三、我国会展旅游发展存在的问题 62 四、我国会展旅游业的发展策略分析 63 五、旅行社如何开发会展旅游策略分析 64 第三节 工业旅游 67 一、工业旅游的由来及特点 67 二、推进我国工业旅游发展的意义和作用 68 三、发展工业旅游策略 68 四、全国工业旅游创新发展三年行动方案（2018-2021年） 69 第四节 生态旅游 70 一、中国生态旅游行业发展总体概况 70 二、中国生态旅游行业存在的问题分析 71 三、中国生态旅游行业面临的形势分析 71 三、中国生态旅游行业发展思路 72 四、中国生态旅游行业发展原则 72 五、中国生态旅游行业发展总体布局 73 六、中国生态旅游行业发展重点任务 77 第五节 我国红色旅游市场发展 79 一、红色旅游业概述 79 二、我国红色旅游业相关政策 80 三、我国红色旅游业发展现状 81 四、我国红色旅游业存在的问题分析 82 五、我国红色旅游业发展趋势分析 83 第六节 在线旅游市场发展分析 83 一、2018年在线旅游市场发展状况分析 83 二、我国在线旅游细分市场发展状况分析 84 三、我国在线旅游市场竞争格局分析 85 四、2019-2025年中国在线旅游发展趋势预测分析 87 第七章 自驾游市场分析 89 第一节 我国自驾游市场概况 89 一、我国自驾游兴起的原因 89 二、我国自驾游发展中存在的主要瓶颈 91 三、我国自驾游相关政策 92 四、我国自驾游基础设施发展情况 94 第二节 自驾游市场发展现状分析 95 一、自驾游出游人数增长 95 二、我国自驾游出游喜好分析 96 三、我国自驾游长线自驾游发展分析 96 第三节 自驾游消费者画像分析 99 一、自驾游消费者年龄、性别分布 99 二、自驾游消费者区域分布 99 三、自驾游消费者消费频率、时间分布 100 四、自驾游消费者驱动因素分析 100 五、自驾游消费者信息获取渠道分析 101 第八章 旅游资源开发分析 102 第一节 中国农民旅游市场开发分析 102 一、农民旅游市场的主要特征分析 102 二、农民群体的分化引起出游能力的分化和出游行为的多样化 102 三、农民旅游潜力大但短期难有突破 103 第二节 中国大学生旅游市场开发分析 103 一、开发大学生旅游市场的可行性 103 二、大学生旅游市场的特征 104 三、大学生旅游市场的开发策略 106 第三节 中国老年旅游市场开发分析 109 一、人口老龄化给中国旅游业带来的契机 109 二、我国老年旅游的市场特征 110 三、我国老年旅游市场的开发策略 111 第四节 女性旅游消费者旅游市场开发 113 一、女性消费旅游产品的开发的可行性 113 二、女性旅游消费的特点 114 三、女性旅游市场的营销策略 116 第九章 旅游商品开发 119 第一节 我国旅游商品开发现状分析 119 一、旅游商品的概念、类型和特征 119 二、我国旅游商品市场发展存在的问题 119 三、我国旅游商品市场开发对策 120 第二节 我国旅游商品发展趋势预测 121 一、文创产品要坚持创新创意，引领旅游商品发展 121 二、文创产品要融入旅游市场，丰富旅游商品内涵 122 三、文创产品要重视特色开发，提升旅游商品的价值 122 四、文创产品要树立品牌意识，提升旅游商品的形象 122 第三节 我国旅游工艺品的设计与市场开发 123 一、充分开发旅游工艺品的意义 123 二、我国旅游工艺

|                              |     |
|------------------------------|-----|
| 品市场存在的问题                     | 125 |
| 三、提高设计品位及促进市场开发              | 127 |
| 第十章 互联网背景下旅行社的发展分析           | 131 |
| 第一节 互联网背景下旅游业的发展分析           | 131 |
| 一、中国旅游产业与互联网融合发展背景分析         | 131 |
| 二、旅游产业与互联网融合发展的内涵            | 131 |
| 三、旅游产业与互联网融合发展的动力机制分析        | 132 |
| 四、旅游产业与互联网融合发展中存在的问题         | 133 |
| 五、旅游产业与互联网融合发展的推进思路          | 135 |
| 第二节 “互联网+”背景下旅行社产业链重构与优化     | 138 |
| 一、“互联网+”时代的特征                | 138 |
| 二、旅行社传统产业链的构成与不足             | 139 |
| 三、互联网旅游业务流程与产业链分析            | 142 |
| 四、“互联网+”背景下旅行社产业链优化建议        | 143 |
| 第三节 “互联网+”时代基于游客需求的旅行社产品创新研究 | 145 |
| 一、“互联网+”时代对游客的影响             | 145 |
| 二、“互联网+”时代对旅游产品的影响           | 147 |
| 第十一章 重点旅游企业分析                | 152 |
| 第一节 中国港中旅集团公司                | 152 |
| 一、企业介绍                       | 152 |
| 二、企业竞争优势                     | 152 |
| 三、企业经营情况                     | 153 |
| 四、企业发展战略                     | 154 |
| 第二节 中国国际旅行社总社有限公司            | 155 |
| 一、企业介绍                       | 155 |
| 二、企业竞争优势                     | 156 |
| 三、企业经营情况                     | 157 |
| 四、企业发展战略                     | 157 |
| 第三节 中青旅控股股份有限公司              | 157 |
| 一、企业介绍                       | 157 |
| 二、企业竞争优势                     | 159 |
| 三、企业经营情况                     | 161 |
| 四、企业发展战略                     | 162 |
| 第四节 深圳华侨城控股股份有限公司            | 162 |
| 一、企业介绍                       | 162 |
| 二、企业竞争优势                     | 164 |
| 三、企业经营情况                     | 164 |
| 四、企业发展战略                     | 165 |
| 第五节 云南旅游股份有限公司               | 165 |
| 一、企业介绍                       | 165 |
| 二、企业竞争优势                     | 166 |
| 三、企业经营情况                     | 167 |
| 四、企业发展战略                     | 168 |
| 第六节 首旅集团                     | 169 |
| 一、企业介绍                       | 169 |
| 二、企业经营情况                     | 170 |
| 第七节 桂林旅游股份有限公司               | 170 |
| 一、企业介绍                       | 170 |
| 二、企业竞争优势                     | 171 |
| 三、企业经营情况                     | 171 |
| 四、企业发展战略                     | 171 |
| 第八节 上海锦江国际酒店发展股份有限公司         | 172 |
| 一、企业介绍                       | 172 |
| 二、企业竞争优势                     | 173 |
| 三、企业经营情况                     | 174 |
| 四、企业发展战略                     | 175 |
| 第九节 峨眉山旅游股份有限公司              | 175 |
| 一、企业介绍                       | 175 |
| 二、企业竞争优势                     | 175 |
| 三、企业经营情况                     | 176 |
| 四、企业发展战略                     | 176 |
| 第十节 黄山旅游发展股份有限公司             | 176 |
| 一、企业介绍                       | 176 |
| 二、企业竞争优势                     | 178 |
| 三、企业经营情况                     | 179 |
| 四、企业发展战略                     | 179 |
| 第十一节 丽江玉龙旅游股份有限公司            | 180 |
| 一、企业介绍                       | 180 |
| 二、企业竞争优势                     | 180 |
| 三、企业经营情况                     | 181 |
| 四、企业发展战略                     | 181 |
| 第十二节 西安旅游股份有限公司              | 182 |
| 一、企业介绍                       | 182 |
| 二、企业竞争优势                     | 183 |
| 三、企业经营情况                     | 185 |
| 四、企业发展战略                     | 185 |
| 第十二章 旅游业的产业政策分析              | 187 |
| 第一节 2016年国内旅游业主要产业政策         | 187 |
| 一、《全国生态旅游发展规划（2016-2025年）》   | 187 |
| 二、《关于促进自驾车旅居车旅游发展的若干意见》      | 187 |
| 三、《“十三五”旅游业发展规划》             | 188 |
| 第二节 2017年国内旅游业主要产业政策         | 189 |
| 一、《“十三五”全国旅游公共服务规划》等         | 189 |
| 二、《全域旅游示范区创建工作导则》            | 190 |
| 三、《旅游经营者处理投诉规范》等4项标准         | 192 |
| 四、《关于规范旅行社经营行为维护游客合法权益的通知》   | 192 |
| 五、《中小学综合实践活动课程指导纲要》          | 193 |
| 六、《国家工业旅游示范基地规范与评价》          | 193 |
| 第三节 2018年                    |     |

国内旅游业主要产业政策 194 一、《2018年全国旅游工作报告》 194 二、《关于促进全域旅游发展的指导意见》 194 三、《促进乡村旅游发展提质升级行动方案（2018年&mdash;2020年）》 196 第十三章 2019-2025年我国旅游业预测及投资分析 198 第一节 2019-2025年旅游市场发展趋势预测分析 198 一、旅游市场格局日益细化 198 二、旅游经营模式趋于多元化、综合化 198 三、旅游行业竞争日益激烈化 198 四、2019-2025年中国旅游市场发展预测分析 199 第三节 2019-2025年旅游行业投资策略 199 一、2019-2025年旅游酒店投资前景 199 二、2019-2025年旅游景区业投资机会 200 第十四章 旅行社的竞争和发展策略分析 201 第一节 全域旅游背景下传统旅行社的发展策略 201 一、全域旅游发展影响分析 201 二、全域旅游背景下旅游者消费行为的转变 201 三、旅行社经营面临的问题分析 202 四、传统旅行社发展策略分析 203 第二节 消费升级背景下旅行社营销策略的优化分析 205 一、旅行社营销现状分析 205 二、旅行社现行营销策略存在的问题分析 206 三、旅行社营销策略的优化及设计 208 第三节 “互联网+”背景下国内传统旅行社的发展策略 210 一、传统旅行社发展优劣势分析 210 二、在线旅行社（OTA）发展优劣势分析 212 三、传统旅行社的发展对策 213 第四节 智慧旅游背景下旅行社的发展策略 214 一、智慧旅游概述 214 二、智慧旅游背景下旅行社发展遇到的挑战和机遇 216 三、智慧旅游背景下推动旅行社发展的策略 218 第五节 智慧旅游背景下我国旅行社企业信息化建设 220 一、智慧旅游建设在旅游企业层面上的应用 220 二、我国旅行社企业信息化建设的必要性 221 三、我国旅行社企业信息化建设策略 222 第十五章 旅行社集团化及资本运作分析 225 第一节 我国旅行社集团化驱动力分析 225 一、我国旅行社集团化发展历程 225 二、我国旅行社集团化现状 225 三、旅行社集团化驱动方式 226 第二节 我国旅行社并动态分析 229 一、文科园林收购武汉学知悟达国际旅行社 229 二、东胜旅游收购北京金旅时代旅行社 230 三、岭南控股广之旅并购四川新界国旅 230 四、岭南控股旗下广之旅宣布并购武汉飞途假期 231 第三节 我国旅行社集团化模式分析 231 一、旅行社集团化的必要性和重要性 231 二、我国旅行社集团化的发展战略模式 233 三、旅行社集团化发展对策 235 第十六章 旅游业国际化战略分析 238 第一节 我国旅游业海外并购分析 238 一、中国旅游业海外并购特征 238 二、中国旅游业投资并购前景 239 三、中资海外旅游业并购趋势与风险 240 第二节 培育具有国际竞争力旅游企业 241 一、旅游强国需具有国际竞争力的旅游企业集团 241 二、培育具有国际竞争力的旅游企业集团 243 三、对培育具有国际竞争力旅游集团的建议 246 第三节 经济化背景下旅游国际化发展路径分析 247 一、推进旅游国际化发展具有丰富的时代意义 247 二、影响旅游国际化发展的因素 248 三、加速推进旅游国际化的措施建议 251 略&bull;&bull;&bull;&bull;完整报告请咨询客服

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202308/393313.html>