

# 2013-2017年中国旅行社行业深度调研及未来发展趋势报告

## 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

《2013-2017年中国旅行社行业深度调研及未来发展趋势报告》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/201306/95151.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

2011年中国旅游业国际地位显著提升，旅游大国特征日益凸显。国内旅游人数高达26.4亿人次，同比增长12%，国内旅游收入1.93万亿元，同比增长21%，成为世界上数量最大、潜力最强的国内旅游市场。2011年中国大陆共接待国际游客1.35亿，国际入境游客规模从1990年的第12位跃升至全球第3位，成为继法国、美国之后世界第三大旅游目的地国家。2011年中国出境规模已经达7025万人次之众；出境旅游消费国际旅游支出总额高达726亿美元，跃居全球第三位。中国旅游产业属性正在转型中不断升级，产业体系培育日趋多元，旅游市场开拓逐渐有序深化。在我国旅游业快速发展的当今社会，中国旅行社产业将迎来哪些发展机遇？同时在当前社会环境下，又该如何去应对复杂环境下的各种挑战？

中企顾问网发布的《2013-2017年中国旅行社行业深度调研及未来发展趋势报告》共十五章。首先介绍了旅行社行业的概念，接着分析了中国旅行社行业发展环境，然后对中国旅行社行业市场运行态势进行了重点分析，最后分析了中国旅行社行业面临的机遇及发展前景。您若想对中国旅行社行业有个系统的了解或者想投资该行业，本报告将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。

### 第一章 2011-2012年中国旅游行业发展概况及趋势

#### 第一节 2011-2012年旅游产业发展现状分析

- 一、2011年中国旅游发展总体情况
- 二、2012年旅游收入目标及国家旅游局确定工作重点
- 三、2012旅游经济运行情况分析
- 四、2013年中国旅游发展热点预测

#### 第二节 2013-2017年中国旅游业发展前景预测

- 一、中国旅游业发展前景乐观
- 二、我国旅游发展大趋势分析

### 第二章 2011-2012年旅行社行业发展分析

#### 第一节 2011年我国旅行社运行分析

- 一、2011年第一、二季度全国旅行社统计调查情况
- 二、2011年第三季度全国旅行社统计调查情况

### 三、2011年第四季度全国旅行社统计调查情况

#### 第二节 2012年我国旅行社运行分析

##### 一、填报情况

##### 二、国内、入境、出境旅游三大市场情况

##### 三、分地区三大市场总体情况

#### 第三节 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

#### 第四节 中国旅行社业集中度变迁分析

##### 一、中国旅行社业集中度问题的由来

##### 二、中国旅行社业集中度变迁的历史

##### 三、中国旅行社业集中度变迁的影响因素

### 第三章 国内旅游及出入境旅游市场分析

#### 第一节 2011-2012年国内旅游市场分析

##### 一、2011年国内旅游市场分析

##### 二、2012年国内旅游市场分析

##### 三、2012年国内游前景预测

#### 第二节 2011-2012年入境旅游市场分析

##### 一、2011年中国入境旅游市场运行分析

##### 二、2012年中国入境旅游市场运行分析

##### 三、2012年中国入境游游客满意度分析

##### 四、2012年我国入境游接待量年均增长情况预测

#### 第三节 2011-2015年出境旅游市场分析

##### 一、2011年出境旅游市场分析

##### 二、2011年出境旅游市场六大特征

##### 三、2012年中国出境游市场趋势看好

##### 四、2012年合资旅行社带来的出境游市场变局

##### 五、2015年我国居民出境旅游花费预测

### 第四章 2011-2012年假期旅游市场分析

#### 第一节 2011年假期旅游市场分析

- 一、2011年春节黄金周发展情况
- 二、2011年暑期旅游特点分析
- 三、2011年“十一”黄金周旅游市场分析
- 第二节 2012年春节黄金周旅游业市场发展情况分析
  - 一、2012年中国春节黄金周市场情况
  - 二、2012年“五一”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、加快我国休闲度假旅游发展的重点
- 第五章 2011-2012年散客旅游与组团旅游的比较分析
  - 第一节 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、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
    - 五、我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 我国旅游业应对“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
- 第六章 2011-2012年特色旅游市场分析
  - 第一节 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、我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、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
- 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、我国城市旅游发展的势态
- 五、城市旅游竞争力分析
- 六、2008中国最适合发展旅游业的城市

### 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、中国生态旅游发展的未来
- 四、生态旅游的兴起
- 五、我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、关于建立我国生态旅游认证制度的思考
- 八、国家旅游局将09年定为中国生态旅游年

### 第六节 我国红色旅游市场发展

- 一、红色旅游产品开发原则
- 二、红色旅游资源开发
- 三、2012年我国红色旅游的发展情况
- 四、我国红色旅游经典景区的打造情况
- 五、2015年中国红色旅游综合收入预测

### 第七节 在线旅游市场发展分析

- 一、2012年在线旅游市场发展情况
- 二、2013年中国在线旅游市场预测
- 三、2013年中国在线旅游竞争趋势
- 四、2013年融资潮下在线旅游商发展对策

## 第七章2011-2012年自驾游市场分析

### 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
- 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 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

## 第八章 2011-2012年旅游商品开发概况

### 第一节 我国旅游商品开发现状分析

- 一、旅游商品开发生产的现状及其问题
- 二、发展旅游商品的潜力与趋势
- 三、努力为旅游商品发展营造良好的环境和条件
- 四、旅游商品开发要依据消费者心理

### 第二节 我国旅游商品发展前景分析

- 一、设计要精美也要实用
- 二、制造要有名品还需名牌
- 三、市场要讲策略更讲秩序

### 第三节 我国旅游工艺品的设计与市场开发

#### 一、充分开发旅游工艺品的意义

#### 二、我国旅游工艺品市场存在的问题

#### 三、提高设计品位及促进市场开发

### 第九章 旅游资源开发分析

#### 第一节 中国农民旅游市场开发分析

##### 一、开发农民旅游市场的可行性分析

##### 二、农民旅游活动中存在的问题分析

##### 三、中国农民旅游市场开发对策研究

#### 第二节 中国大学生旅游市场开发分析

##### 一、开发大学生旅游市场的可行性

##### 二、大学生旅游市场的特征

##### 三、大学生旅游市场的开发策略

#### 第三节 中国老年旅游市场开发分析

##### 一、人口老龄化给中国旅游业带来的契机

##### 二、我国老年旅游的现状和特点

##### 三、我国老年旅游市场的开发策略

#### 第四节 女性旅游消费者旅游市场开发

##### 一、女性消费旅游产品的内涵

##### 二、女性旅游消费者的类型及营销策略的建议

##### 三、女性消费者的旅游营销启示

### 第十章 2011-2012年重点旅游企业分析

#### 第一节 中国港中旅集团公司

##### 一、企业概况

##### 二、竞争优势分析

##### 三、2011-2012年经营状况分析

##### 四、2013-2017年公司发展战略分析

#### 第二节 中国国际旅行社总社有限公司

##### 一、企业概况

##### 二、竞争优势分析

##### 三、2011-2012年经营状况分析

##### 四、2013-2017年公司发展战略分析

### 第三节 中青旅控股股份有限公司

#### 一、企业概况

#### 二、竞争优势分析

#### 三、2011-2012年经营状况分析

#### 四、2013-2017年公司发展战略分析

### 第四节 深圳华侨城控股股份有限公司

#### 一、企业概况

#### 二、竞争优势分析

#### 三、2011-2012年经营状况分析

#### 四、2013-2017年公司发展战略分析

### 第五节 云南旅游股份有限公司

#### 一、企业概况

#### 二、竞争优势分析

#### 三、2011-2012年经营状况分析

#### 四、2013-2017年公司发展战略分析

### 第六节 北京首都旅游股份有限公司

#### 一、企业概况

#### 二、竞争优势分析

#### 三、2011-2012年经营状况分析

#### 四、2013-2017年公司发展战略分析

### 第七节 桂林旅游股份有限公司

#### 一、企业概况

#### 二、竞争优势分析

#### 三、2011-2012年经营状况分析

#### 四、2013-2017年公司发展战略分析

### 第八节 上海锦江国际酒店发展股份有限公司

#### 一、企业概况

#### 二、竞争优势分析

#### 三、2011-2012年经营状况分析

#### 四、2013-2017年公司发展战略分析

### 第九节 峨眉山旅游股份有限公司

#### 一、企业概况

## 二、竞争优势分析

## 三、2011-2012年经营状况分析

## 四、2013-2017年公司发展战略分析

## 第十节 黄山旅游发展股份有限公司

### 一、企业概况

### 二、竞争优势分析

### 三、2011-2012年经营状况分析

### 四、2013-2017年公司发展战略分析

## 第十一章 2011-2012年旅游业的产业政策分析

### 第一节 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、2008年内地港澳资旅行社设立和经营规定

#### 五、“十二五”我国加大对旅游业政策支持

### 第二节 对我国促进旅游产业发展的政策建议

#### 一、旅游产业发展在国民经济发展中的国家战略地位

#### 二、旅游产业发展在国民经济发展中的产业定位

#### 三、制定产业政策保障旅游产业实现可持续发展

### 第三节 我国旅游业的政策环境

#### 一、我国假日旅游市场监管情况

#### 二、我国国家、省、地市三级旅游质监体系情况

#### 三、我国高尔夫旅游服务法规情况

#### 四、云南面向全国发行旅游护照情况

#### 五、对旅游业发展政策取向的思考

## 第十二章 2013-2017年我国旅游业预测及投资分析

### 第一节 “十二五”期间我国旅游业发展预测

#### 一、“十二五”期间我国旅游业面临的发展环境

#### 二、“十二五”期间我国旅游业发展面临的问题

#### 三、“十二五”期间我国旅游业主要任务和目标

### 第二节 2013-2017年旅游市场发展趋势

#### 一、影响我国未来旅游的重大因素

二、中国旅游业未来发展的猜想

三、中国旅游市场发展总趋势

四、2015年中国旅游市场发展预测

五、2015年我国星级旅游饭店发展预测

六、2020年中国旅游业发展趋势

第三节 2013-2017年旅游行业投资策略

一、2013-2017年旅游酒店投资前景

二、2013-2017年旅游景区业投资机会

第十三章 2011-2012年旅行社的竞争和发展策略分析

第一节 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、我国可持续旅游消费发展的现实环境

三、我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、产品提升是旅行社保持竞争力的根本保障

三、市场渗透是旅行社保持客源的重要法宝

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、我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 我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、我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
- 六、立足长远,采用适度超前技术

## 第十四章2011-2012年旅游业国际化战略分析

### 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

### 第四节 跨文化意识对我国旅游国际化的推动作用

- 一、旅游与文化的关系
- 二、国际旅游的跨文化属性
- 三、我国旅游业的跨文化战略

### 第五节 旅游企业国际化进程及其对中国的启示

- 一、旅游企业的国际化进程
- 二、旅游企业国际化进程给我国的启示

## 第十五章2011-2012年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、我国旅行社业经营体系分析
- 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

详细请访问：<http://www.cction.com/report/201306/95151.html>