

2022-2028年中国旅行社产业 发展现状与发展趋势研究报告

报告目录及图表目录

北京迪索共研咨询有限公司

www.cction.com

一、报告报价

《2022-2028年中国旅行社产业发展现状与发展趋势研究报告》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/202201/263801.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

从全国旅行社分布来看，截至2019年三季度末，中国东部地区、西部地区、中部地区及东北地区旅行社数量分别为19809家、8765家、6800家和3059家;分别占全国旅行社总量的51.5%、22.8%、17.7%和8.0%。截至2019年三季度末中国旅行社分区域情况 中企顾问网发布的《2022-2028年中国旅行社产业发展现状与发展趋势研究报告》共十九章。首先介绍了中国旅行社行业市场发展环境、旅行社整体运行态势等，接着分析了中国旅行社行业市场运行的现状，然后介绍了旅行社市场竞争格局。随后，报告对旅行社做了重点企业经营状况分析，最后分析了中国旅行社行业发展趋势与投资预测。您若想对旅行社产业有个系统的了解或者想投资中国旅行社行业，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 产业环境透视第一章 旅行社行业发展综述第一节 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第一节 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第一节 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从出境游渗透率来看，目前中国持有有效因私普通护照居民仅有1.3亿人，占总人口比例不足10%。2018年出境游人次/总人口比例约10.7%，但考虑部分游客是一年多次出境旅游的，实际渗透率会更低。此外，出境直航航点下沉也会利好出境游。因此，综合看来，未来出境游渗透率仍有巨大提升空间。2012-2018年中国出境旅游市场渗透率走势四、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、中国酒店业发展趋势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 中国旅行社所属行业发展现状分析第一节 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、促进导游协会的建设和发展二、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 中国旅行社所属行业市场开发及营销策略研究第一节 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、老年旅游的现状与特点分析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、精准定位，节省成本三、跨界营销对象选择的原则1、消费群体一致——双方拥有相近的用户基础2、品牌效应叠加——双方能为用户提供更大的价值3、品牌非竞争性——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 中国旅行社电子信息化模式探析第一节 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 假期旅游市场分析第一节 2019年假期旅游市场分析一、2019年春节黄金周发展情况二

、2019年暑期旅游特点分析三、2019年“十三”黄金周旅游市场分析第二节 2019年春节黄金周旅游业市场发展情况分析一、2019年中国春节黄金周市场情况二、2019年“五一”小长假旅游业市场情况三、2019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第一节 2015-2019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 2019年入境旅游市场分析一、2019年中国入境旅游市场运行分析二、2019年中国入境旅游市场运行分析三、2019年中国入境游游客满意度分析四、2020年中国入境游接待量年均增长情况预测第三节 2019年出境旅游市场分析一、2019年出境旅游市场分析二、2019年出境旅游市场六大特征三、2019年中国出境游市场趋势看好四、2019年合资旅行社带来的出境游市场变局五、2020年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、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、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、2019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、2020年中国红色旅游综合收入预测第七节 在线旅游一、2019年在线旅游市场发展情况二、2020年中国在线旅游市场预测三、2020年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 自驾游市场分析第一节 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
域市场分析第一节 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第一节 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
2015-2019年旅行社行业竞争格局分析一、2015-2019年国内外旅行社竞争分析二、2015-2019年
中国旅行社市场竞争分析三、2015-2019年中国旅行社市场集中度分析四、2015-2019年国内主
要旅行社企业动向 第十四章 旅行社行业领先企业经营形势分析第一节 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 第五部分 发展前景展望第十五章 2022-2028年旅行社行业前景及趋势预测第一节 “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，明确岗位职责8、积极做好税务筹划9、做好旅行社与各利益相关者的协调合作第二节 2022-2028年旅行社市场发展前景一、2022-2028年旅行社行业市场发展潜力二、2022-2028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、2022-2028年旅行社细分行业发展前景分析第三节 2022-2028年旅行社市场发展趋势预测一、2022-2028年旅行社行业发展趋势二、2022-2028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、2022-2028年细分市场发展趋势预测第十六章 2022-2028年旅行社行业投资分析及预测第一节 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第一节 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第一节 “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 2022-2028年旅行社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、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、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：2015-2019年全球旅行社行业市场规模图表：2015-2019年中国旅行社行业市场规模图表：2015-2019年旅行社行业重要数据指标比较图表：2015-2019年中国旅行社市场占全球份额比较图表：2015-2019年旅行社行业工业总产值图表：2015-2019年旅行社行业销售收入图表：2015-2019年旅行社行业利润总额图表：2015-2019年旅行社行业资产总计图表：2015-2019年旅行社行业负债总计图表：2015-2019年旅行社行业竞争力分析图表：2015-2019年旅行社市场价格走势图表：2015-2019年旅行社行业主营业务收入图表：2015-2019年旅行社行业主营业务成本图表：2015-2019年旅行社行业销售费用分析图表：2022-2028年旅行社重点区域分布预测图表：2022-2028年旅行社行业收入预测图表：2022-2028年旅行社数量预测更多图表请见正文……

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202201/263801.html>