

2023-2029年中国散客旅游 市场深度分析与投资前景分析报告

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

《2023-2029年中国散客旅游市场深度分析与投资前景分析报告》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/202309/410733.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

散客旅游，又称自助或半自助旅游，在国外称为自主旅游（Independent Tour）。它是由游客自行安排旅游行程，零星现付各项旅游费用的旅游形式！

中企顾问网发布的《2023-2029年中国散客旅游市场深度分析与投资前景分析报告》共四章。首先介绍了散客旅游行业市场发展环境、散客旅游整体运行态势等，接着分析了散客旅游行业市场运行的现状，然后介绍了散客旅游市场竞争格局。随后，报告对散客旅游做了重点企业经营状况分析，最后分析了散客旅游行业发展趋势与投资预测。您若想对散客旅游产业有个系统的了解或者想投资散客旅游行业，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：

第一章 中国旅行社行业定义及外部影响因素分析

1.1 旅行社行业发展综述

1.1.1 旅行社定义

1.1.2 旅行社行业界定

1.1.3 旅行社行业属性

（1）行业所处的生命周期

（2）行业对经济周期的反应

1.1.4 旅行社行业特性

（1）季节性特点

（2）地域性特点

1.1.5 旅行社行业发展阶段

1.2 旅行社行业外部影响因素分析

1.2.1 旅行社行业管理规范

（1）旅行社行业管理体制

（2）旅行社行业发展政策及法律法规

（3）旅行社行业标准

1.2.2 国内外宏观经济走势分析

（1）国外宏观经济走势分析

(2) 国内宏观经济走势分析

(3) 宏观经济对行业的影响

1.2.3 旅行社行业安全环境分析

(1) 旅游事故情况

(2) 旅游事故对潜在游客心理的影响

(3) 旅游事故对旅行社的影响

第二章 中国旅行社行业发展现状及前景预测

2.1 旅行社行业发展现状分析

2.1.1 旅行社行业发展规模

(1) 旅行社数量规模及增长情况

(2) 旅行社各地区数量规模

2.1.2 旅行社行业总体结构分析

(1) 旅行社区域分布

(2) 旅行社经营情况分布

(3) 旅行社类别分布

2.1.3 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

2.2 旅行社行业经营状况

2.2.1 旅行社行业资产总额

(1) 旅行社行业资产总额及增长情况

(2) 旅行社行业资产总额地区分布

2.2.2 旅行社行业收入规模

(1) 旅行社行业收入规模及增长情况

(2) 旅行社行业收入地区分布

2.2.3 旅行社行业盈利情况

2.2.4 旅行社行业上缴税金规模

(1) 旅行社行业上缴税金规模及增长情况

(2) 旅行社行业上缴税金地区分布

2.3 旅行社行业转型分析

2.3.1 旅行社行业发展阶段

2.3.2 旅行社行业分工体系

2.3.3 旅行社行业发展特征

2.3.4 国际旅行社行业的发展借鉴

- (1) 国际旅行社以“垂直分工”为主的多样化分工体系
- (2) 欧美旅行社的一体化进程
- (3) 国际成功旅行社“抓两头，带中间”的基本模式

2.4 旅行社行业热点问题讨论

2.4.1 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

2.4.2 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

2.5 旅行社行业前景预测

2.5.1 旅行社业发展影响因素

- (1) 有利因素
- (2) 不利因素

2.5.2 旅行社业发展趋势分析

2.5.3 旅行社业发展前景预测

第三章 中国散客旅游市场开发及旅行社营销策略研究

3.1 散客旅游市场开发分析

3.1.1 散客旅游的定义

3.1.2 散客旅游兴起的原因分析

3.1.3 散客旅游市场的营销策略

3.1.4 散客旅游市场的发展趋势

3.2 旅行社行业营销策略研究

3.2.1 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

3.2.2 旅行社行业4C营销策略

- (1) 顾客 (Consumer)
- (2) 成本 (Cost)
- (3) 便利性 (Convenience)
- (4) 沟通 (Communications)

3.2.3 旅行社行业4R营销策略

- (1) 关联 (Related)
- (2) 反应速度 (Response speed)
- (3) 关系营销 (Relation)
- (4) 回报 (Return)

3.2.4 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

3.2.5 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

3.3 旅行社连锁经营模式探析

3.3.1 连锁经营模式形式比较

3.3.2 连锁经营优劣势分析

3.3.3 旅行社连锁经营现状分析

3.3.4 旅行社连锁经营前景分析

第四章 中国旅行社行业投资分析及预测

4.1 旅行社行业及细分市场吸引力评价

4.1.1 旅行社行业吸引力评价

4.1.2 旅行社行业细分市场吸引力评价

4.2 旅行社行业投资特性 ()

4.2.1 旅行社行业进入壁垒

4.2.2 旅行社行业盈利模式

4.2.3 旅行社行业盈利因素

4.3 旅行社行业纵向整合投资分析

4.3.1 旅行社行业投资动向分析

4.3.2 旅行社行业纵向整合投资分析

4.4 旅行社行业投资建议

4.4.1 旅行社行业投资机会

4.4.2 旅行社行业投资风险

（1）旅行社业政策风险

（2）旅行社业宏观经济波动风险

（3）旅行社业季节性风险

（4）旅行社业其他风险

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202309/410733.html>