

# 2013-2017年中国旅行社市场监测及投资前景研究报告

## 报告目录及图表目录

博思数据研究中心编制

[www.bosidata.com](http://www.bosidata.com)

## 报告报价

《2013-2017年中国旅行社市场监测及投资前景研究报告》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.bosidata.com/zhuanyongjixie1304/B33827CN2P.html>

【报告价格】纸介版7000元 电子版7200元 纸介+电子7500元

【出版日期】2013-04-08

【交付方式】Email电子版/特快专递

【订购电话】全国统一客服务热线：400-700-3630(免长话费) 010-57272732/57190630

博思数据研究中心

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。

# 说明、目录、图表目录

## 报告说明:

博思数据发布的《2013-2017年中国旅行社市场监测及投资前景研究报告》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。

通过《2013-2017年中国旅行社市场监测及投资前景研究报告》，生产企业及投资机构将充分了解产品市场、原材料供应、销售方式、市场供需、有效客户、潜在客户等详实信息，为研究竞争对手的市场定位，产品特征、产品定价、营销模式、销售网络和企业的发展提供了科学决策依据。

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？同时当前社会环境下，又该如何去应对复杂环境下的各种挑战？

## 报告目录

### 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及其特点
- 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

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。

详细请访问：<http://www.bosidata.com/zhuanongjixie1304/B33827CN2P.html>