

2026-2031年中国旅行社市场供需分析及投资潜力研究咨询报告

报告简介

从整个旅游过程来看，提供旅游产品的不同行业组成了一个链状结构，游客从旅游过程的始端到终端，需要众多的产业部门向其提供产品和服务来满足他的各种需求。其中，不仅包括旅行社、交通部门、餐饮、酒店、景区景点、旅游商店、旅游车船以及休闲娱乐设施等旅游核心企业，还关联到农业、园林、建筑、金融、保险、通讯、广告媒体以及政府和协会组织等辅助产业和部门。前者构成了产业链的链上要素，后者为产业链的动态链接与正常运营提供必要的保障和支持。旅行社是衔接旅游者和旅游目的地的中介，作为产品“分销商”，又是旅游产业链上游的“资源整合者”。

随着时代变迁，今天的旅行社业已经完成由原来直接提供实质性服务和居间性服务到现在只提供居间性服务的过度。居间性管理服务的智能化为旅行社业的规模化、品牌化经营提供了便利。

本研究咨询报告由北京中道泰和信息咨询有限公司领衔撰写，在大量周密的市场调研基础上，主要依据了国家统计局、国家工信部、国家商务部、国家发改委、国务院发展研究中心、51行业报告网、全国及海外多种相关报刊杂志以及专业研究机构公布和提供的大量资料，对我国旅行社行业及各子行业的发展状况、上下游行业发展状况、市场供需形势、新产品与技术等进行了分析，并重点分析了我国旅行社行业发展状况和特点，以及中国旅行社行业将面临的挑战、企业的发展策略等。报告还对全球旅行社行业发展态势作了详细分析，并对旅行社行业进行了趋向研判，是旅行社生产、经营企业，科研、投资机构等单位准确了解目前旅行社行业发展动态，把握企业定位和发展方向不可多得的精品。

报告目录

第一部分 产业环境透视

第一章 旅行社行业发展概述

第一节 旅行社的概念

一、旅行社的定义

二、旅行社的分类

三、旅行社在国民经济中的地位

第二节 我国旅行社市场概况

一、行业发展历史分析

二、市场发展现状分析

三、市场近几年价格走势分析

第二章 中国宏观环境分析

第一节 行业发展环境分析

一、行业政策环境分析

1、行业管理体制

2、行业相关政策及解析

3、行业发展规划及解析

二、行业经济环境分析

1、中国GDP增长情况分析

2、中国CPI波动情况分析

3、居民人均收入增长情况分析

4、经济环境影响分析

第二节 行业社会环境分析

一、中国人口发展分析

1、中国人口规模

2、中国人口年龄结构

3、中国人口健康状况

4、中国人口老龄化进程

二、中国城镇化发展状况

三、中国居民消费习惯分析

第二部分 行业深度分析

第三章 旅行社行业国际市场分析

第一节 国际旅行社行业发展分析

一、旅行社行业发展现状分析

二、旅行社行业发展规模分析

三、旅行社行业发展趋势分析

第二节 旅行社行业区域发展分析

一、发达国家发展分析

二、发展中国家发展分析

三、旅行社行业发展重点企业介绍

四、旅行社行业发展成功案例分析

第四章 中国旅行社行业整体运行现状分析

第一节 旅行社行业产业链概况

一、旅行社行业上游发展现状

二、旅行社行业上游发展趋势

三、旅行社行业下游发展现状

四、旅行社行业下游发展趋势

第二节 旅行社行业市场供需情况分析

一、市场供给情况分析

二、行业供给趋势分析

三、国内市场需求情况分析

四、市场需求发展情况分析

第三节 2021-2026年国内旅行社行业发展现状

一、旅行社行业价格现状

二、旅行社行业产销状况分析

三、旅行社行业市场盈利能力分析

第五章 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

第六章 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、我国商务旅游市场可持续发展策略

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

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、政策性建议与对策

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、生态旅游的可持续发展分析

四、中国生态旅游发展的未来

第六节 我国红色旅游市场发展

一、红色旅游资源特点分析

二、开发红色旅游资源对发展红色旅游经济的重要意义

三、现阶段红色旅游资源开发中存在的问题

四、促进红色旅游资源深度开发的建议

五、红色旅游可持续发展的战略思考

六、2021-2026年中国红色旅游综合收入

第三部分 竞争格局分析

第七章 2021-2026年中国旅行社行业竞争格局分析

第一节 旅行社行业竞争结构分析

一、现有企业间竞争

二、潜在进入者分析

三、替代品威胁分析

四、供应商议价能力

五、客户议价能力

第二节 旅行社行业集中度分析

一、市场集中度分析

二、企业集中度分析

三、区域集中度分析

第三节 2021-2026年旅行社行业竞争格局分析

一、国内外旅行社竞争分析

二、我国旅行社市场竞争分析

三、国内主要旅行社企业动向

四、国内行业竞争趋势发展分析

第八章 2021-2026年旅行社行业企业竞争格局分析

第一节 北京众信国际旅行社股份有限公司

一、企业发展概述

二、企业经营状况

三、企业竞争优势

四、企业发展战略

第二节 中信旅游集团有限公司

一、企业发展概述

二、企业经营状况

三、企业竞争优势

四、企业发展战略

第三节 广东中旅(集团)有限公司

一、企业发展概述

二、企业经营状况

三、企业竞争优势

四、企业发展战略

第四节 锦江国际(集团)有限公司

一、企业发展概述

二、企业经营状况

三、企业竞争优势

四、企业发展战略

第五节 广州岭南集团控股股份有限公司

一、企业发展概述

二、企业经营状况

三、企业竞争优势

四、企业发展战略

第六节 上海春秋国际旅行社(集团)有限公司

一、企业发展概述

二、企业经营状况

三、企业竞争优势

四、企业发展战略

第七节 中国康辉旅行社集团有限责任公司

一、企业发展概述

二、企业经营状况

三、企业竞争优势

四、企业发展战略

第八节 中青旅控股股份有限公司

一、企业发展概述

二、企业经营状况

三、企业竞争优势

四、企业发展战略

第九节 中国国际旅行社总社有限公司

一、企业发展概述

二、企业经营状况

三、企业竞争优势

四、企业发展战略

第十节 中国港中旅集团公司

一、企业发展概述

二、企业经营状况

三、企业竞争优势

四、企业发展战略

第四部分 行业发展前景分析

第九章 未来旅行社行业发展预测分析

第一节 2026-2031年旅行社行业市场预测

一、产品消费预测

二、行业产值预测

三、市场规模预测

第二节 2026-2031年中国旅行社行业供需预测

一、中国旅行社供给预测

二、中国旅行社产量预测

三、中国旅行社需求预测

四、中国旅行社供需平衡预测

第三节 2026-2031年旅行社行业发展前景

一、行业市场消费取向分析

二、行业未来发展方向分析

三、行业发展趋势分析

第十章 2026-2031年中国消费市场发展趋势分析

第一节 中国经济发展趋势

一、经济增长阶段分析

二、现阶段消费模式分析

三、经济发展方向分析

第二节 中国消费市场发展趋势

一、国民收入增长趋势分析

二、国民消费水平增长趋势

三、国民消费结构趋势分析

四、未来可能影响消费的经济波动因素

第三节 消费市场对旅行社行业的影响

一、国民消费观念对行业的影响

二、国民收入水平对行业的影响

三、消费政策对行业的影响

第五部分 投资战略分析

第十一章 对旅行社行业投资机会与风险分析

第一节 旅行社行业投资机会分析

一、旅行社投资项目分析

二、可以投资的旅行社模式

三、2021-2026年旅行社投资机会

四、2021-2026年旅行社投资新方向

五、2026-2031年旅行社行业投资的建议

第二节 影响旅行社行业发展的主要因素

一、影响行业运行的有利因素分析

二、影响行业运行的不利因素分析

三、我国行业发展面临的挑战分析

四、我国行业发展面临的机遇分析

第三节 旅行社行业投资风险及控制策略分析

一、行业市场风险及控制策略

二、行业政策风险及控制策略

三、行业经营风险及控制策略

四、行业技术风险及控制策略

五、同业竞争风险及控制策略

六、行业其他风险及控制策略

第十四章 中道泰和专家观点与结论

第一节 旅行社行业营销策略分析及建议

一、旅行社行业营销模式

二、旅行社行业营销策略

第二节 旅行社行业企业经营发展分析及建议

一、旅行社行业经营模式

二、旅行社行业发展模式

第三节 行业应对策略

一、把握国家投资的契机

二、竞争性战略联盟的实施

三、企业自身应对策略

第四节 市场的重点客户战略实施

一、实施重点客户战略的必要性

二、合理确立重点客户

三、重点客户战略管理

四、重点客户管理功能

图表目录

图表：旅行社产业链分析

图表：旅行社行业生命周期

图表：2021-2026年中国旅行社行业市场规模

图表：2021-2026年全球旅行社产业市场规模

图表：2021-2026年旅行社重要数据指标比较

图表：2021-2026年中国旅行社行业利润情况分析

图表：2021-2026年中国旅行社行业资产情况分析

图表：2021-2026年中国旅行社竞争力分析

图表：2026-2031年中国旅行社市场前景预测

图表：2026-2031年中国旅行社市场价格走势预测

图表：2026-2031年中国旅行社发展前景预测

图表：2021-2026年旅行社行业行业集中度分析

图表：2021-2026年旅行社行业区域集中度分析

图表：2021-2026年旅行社行业企业集中度分析

图表：2021-2026年我国GDP分析

图表：2021-2026年我国固定资产投资分析

图表：2021-2026年旅行社行业资产分析

图表：2021-2026年旅行社行业负债分析

图表：2021-2026年旅行社行业偿债能力分析

图表：2021-2026年国内生产总值及其增长速度

图表：2021-2026年居民消费价格涨跌幅度

图表：2021-2026年居民消费价格比上年涨跌幅度

图表：2026-2031年行业发展规模分析

把握投资 决策经营！

咨询订购 请拨打 400-886-7071 (免长途费) Email : kf@51baogao.cn

报告编号：17229

本文地址：<https://www.51baogao.cn/bg/20170206/17229.shtml>

在线订购：[点击这里](#)