2026-2031年中国旅行社行业全景调研与发展战略研究咨询报告

报告简介

旅行社，世界旅游组织给出的定义为“零售代理机构向公众提供关于可能的旅行、居住和相关服务，包括服务酬金和条件的信息。目前，我国“走出去”的旅游企业业务不断拓展包括旅行社、饭店、餐饮及景区等且多元化经营趋势明显，经营地区不断扩大涵盖亚洲、非洲、欧洲、北美洲、南美洲和大洋洲的30多个国家和地区。随着经济的发展，我国旅游产业快速发展，产业规模持续扩大，市场秩序不断优化。

我国主要旅行社品牌有中国国旅、中旅总社、中青旅、春秋旅游、广之旅、康辉旅游、众信旅游、锦江旅游、广东中旅及凯撒旅游等十个品牌。根据旅行社发行现状来看，旅行社的利润低但数量很庞大，数量不断增加使旅行社行业竞争者增多，利润分割体也越来越多，行业竞争环境呈现出竞争激烈却又利润低下的不利发展现状。

随着经济社会的发展，旅行者对旅游产品的质量要求越来越高，维权意识也日益增长，对于产品的识别能力增强。而与此同时，携程等网上OTA企业，美团、大众点评等平台在机票、酒店、门票等方面的价格优惠和折扣给旅行社带来很大压力。消费者对于“零团费”等旅行社产品识别提高了警惕，面对强制消费、天价产品等行为善于用法律手段和互联网传播保护自己，时加上法律政策的不断完善，旅游消费者的讨价议价能力不断提高。而不断增多的旅行社及新型旅行出游方式使得购买者有了更多的选择空间，在议价方面占据了更多优势。由于旅行社行业本身具有门槛低、规模小、固定成本少、退出壁垒低等特点，可进入性强，竞争激烈。每天随时随地都有很多新型旅行社进入旅游行业，所以潜在竞争者进入的能力相对还是较高，利润分割明显。

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、国家商务部、国家文化和旅游部、中国旅游行业协会、51行业报告网以及国内外多种报刊杂志等提供的大量资料和数据，客观、多角度地对中国旅行社市场进行了分析研究。报告对中国旅行社行业的发展需求、市场竞争格局、细分市场以及行业主要产区发展等情况作了详细的分析，报告还重

点研究了中国旅行社行业相关领域市场的发展状况，以及旅行社行业市场发展趋势。报告资料详实、图表丰富，既有深入的分析，又有直观的比较，有助于旅行社企业在激烈的市场竞争中洞察先机，准确及时地针对自身环境调整经营策略。报告同时对于行业研究规律、行业政策制定和欲进入的投资集团提供了准确的情报信息及科学的决策依据。

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

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、老年旅游的现状及特点分析

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 2021-2026年假期旅游市场分析

一、2021-2026年春节黄金周发展情况

二、2021-2026年暑期旅游特点分析

三、2021-2026年“十一”黄金周旅游市场分析

第二节 2021-2026年春节黄金周旅游业市场发展情况分析

一、2021-2026年中国春节黄金周市场情况

二、2021-2026年“五一”小长假旅游业市场情况

三、2021-2026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 2021-2026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 2021-2026年入境旅游市场分析

一、2021-2026年中国入境旅游市场运行分析

二、2021-2026年中国入境旅游市场运行分析

三、2021-2026年中国入境游游客满意度分析

四、中国入境游接待量年均增长情况预测

第三节 2021-2026年出境旅游市场分析

一、2021-2026年出境旅游市场分析

二、2021-2026年出境旅游市场六大特征

三、2021-2026年中国出境游市场趋势看好

四、2021-2026年合资旅行社带来的出境游市场变局

五、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、2021-2026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、中国红色旅游综合收入预测

第七节 在线旅游

一、2021-2026年在线旅游市场发展情况

二、中国在线旅游市场预测

三、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 2021-2026年旅行社行业竞争格局分析

一、2021-2026年国内外旅行社竞争分析

二、2021-2026年中国旅行社市场竞争分析

三、2021-2026年中国旅行社市场集中度分析

四、2021-2026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

七、企业投资整合分析

八、企业经营状况优劣势分析

九、企业最新发展动向分析

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

七、企业投资整合分析

八、企业经营状况优劣势分析

九、企业最新发展动向分析

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、企业主营业务及经营情况分析

三、企业地位与资质分析

四、企业旅游产品分析

五、企业布局情况分析

六、企业经营状况优劣势分析

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、企业主营业务及经营情况分析

三、企业地位与资质分析

四、企业旅游产品分析

五、企业布局情况分析

六、企业经营状况优劣势分析

七、企业最新发展动向分析

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、企业主营业务及经营情况分析

三、企业地位与资质分析

四、企业旅游产品分析

五、企业布局情况分析

六、企业经营状况优劣势分析

七、企业最新发展动向分析

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、企业主营业务及经营情况分析

三、企业地位与资质分析

四、企业旅游产品分析

五、企业布局情况分析

六、企业经营状况优劣势分析

七、企业最新发展动向分析

第七节 锦江国际(集团)有限公司

一、企业发展情况简介

二、企业主营业务及经营情况分析

三、企业地位与资质分析

四、企业旅游产品分析

五、企业布局情况分析

六、企业经营状况优劣势分析

第八节 广东中旅(集团)有限公司

一、企业发展情况简介

二、企业主营业务及经营情况分析

三、企业地位与资质分析

四、企业旅游产品分析

五、企业布局情况分析

六、企业经营状况优劣势分析

七、企业最新发展动向分析

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、企业主营业务及经营情况分析

三、企业地位与资质分析

四、企业旅游产品分析

五、企业布局情况分析

六、企业经营状况优劣势分析

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

七、企业经营状况优劣势分析

第五部分 发展前景展望

第十五章 2026-2031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，明确岗位责任

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 2026-2031年旅行社市场发展前景

一、2026-2031年旅行社行业市场发展潜力

二、2026-2031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、2026-2031年旅行社细分行业发展前景分析

第三节 2026-2031年旅行社市场发展趋势预测

一、2026-2031年旅行社行业发展趋势

二、2026-2031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、2026-2031年细分市场发展趋势预测

第十六章 2026-2031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 2026-2031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：2021-2026年全球旅行社行业市场规模

图表：2021-2026年中国旅行社行业市场规模

图表：2021-2026年旅行社行业重要数据指标比较

图表：2021-2026年中国旅行社市场占全球份额比较

图表：2021-2026年旅行社行业工业总产值

图表：2021-2026年旅行社行业销售收入

图表：2021-2026年旅行社行业利润总额

图表：2021-2026年旅行社行业资产总计

图表：2021-2026年旅行社行业负债总计

图表：2021-2026年旅行社行业竞争力分析

图表：2021-2026年旅行社市场价格走势

图表：2021-2026年旅行社行业主营业务收入

图表：2021-2026年旅行社行业主营业务成本

图表：2021-2026年旅行社行业销售费用分析

图表：2026-2031年旅行社重点区域分布预测

图表：2026-2031年旅行社行业收入预测

图表：2026-2031年旅行社数量预测

把握投资 决策经营！

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

报告编号：148841

本文地址：https://www.51baogao.cn/sc/20191128/148841.shtml

在线订购：点击这里