

2018-2024年中国公务旅游产业市场竞争现状调查 与未来发展商机战略评估报告

报告大纲

观研报告网

www.chinabaogao.com

一、报告简介

观研报告网发布的《2018-2024年中国公务旅游产业市场竞争现状调查与未来发展商机战略评估报告》涵盖行业最新数据，市场热点，政策规划，竞争情报，市场前景预测，投资策略等内容。更辅以大量直观的图表帮助本行业企业准确把握行业发展态势、市场商机动向、正确制定企业竞争战略和投资策略。本报告依据国家统计局、海关总署和国家信息中心等渠道发布的权威数据，以及我中心对本行业的实地调研，结合了行业所处的环境，从理论到实践、从宏观到微观等多个角度进行市场调研分析。

官网地址：<http://baogao.chinabaogao.com/lvyou/310274310274.html>

报告价格：电子版: 7200元 纸介版：7200元 电子和纸介版: 7500

订购电话: 400-007-6266 010-86223221

电子邮箱: sale@chinabaogao.com

联系人: 客服

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、报告目录及图表目录

公务旅游是指以某种公务为主要目的的旅游，它是旅行过程中产生的旅游行为。这种以某些功利性目的和旅游相结合的旅游形式是旅游内涵的一种延伸，其表现形式主要有商务旅游、会议旅游、讲学旅游等。公务旅游的地点一般都选择在旅游胜地或风景文化历史名城。

公务型旅游者特点主要表现在以下几个方面：

消费水平高，对价格不太敏感

一方面，公务型旅游者一般具有一定的身份、地位，其本身收入较高；另一方面，这些人外出主要是公费。因此，该类型旅游者不论是在基本旅游消费方面还是在非基本消费方面都具有很强的支付能力。例如，为了旅行便利，他们宁可多花钱，也不会去购买附有限制条件的廉价机票；为了舒适和方便，同时也是为了展示本公司的形象，他们通常都选住高档住宿设施等。

对旅游服务方面要求较高

公务旅游者注重舒适、方便、快捷。除此之外，有些旅游者还有特殊要求，例如，通讯信息等。其目的旨在提高工作效率。

人数相对较少，出行次数频繁

公务旅游者不受季节性影响，只要是工作需要，就会随时出行。

选择的自由度低

对目的地的选择上没有多大自由，甚至根本就没有选择余地。正因为如此，各目的地在这一市场部分的经营上基本不存在竞争。

我国商务旅游的高速发展，主要基于以下几个原因：

一是经济总量高速增长，为商务旅游发展提供了宏观环境。2016年，国内生产总值已经超过18万亿元，经济总量居世界第六位。巨大的经济总量必然带来巨大的商贸活动。

二是对外经济贸易交流不断增加，为商务旅游发展提供了现实的需求。2016年中国进出口总额达14221.2亿美元，其中进口额6601.2亿美元，出口额7620亿美元。我国对外的经济依存度越来越高，国际间商务交往越来越多，商务旅游的需求将不断扩大。

三是引进外资力度不断加大，中国吸引外资居世界第二位，对外资的利用水平大幅提高。外资的大量进入，体现出中国经济融入世界经济一体化格局中的步伐加快，为我国商务旅游的发展提供了不断增长的发展空间。

四是国内投资大幅度的发展，近几年国家发行了5000亿长期建设国债。国内经济的发展，将促进区域经济的竞争与协作进一步增长，为商务旅游市场的扩张注入了内在的活力。

五是旅游业良好的发展态势，对商务旅游的发展产生根本性的要求。2016年入境旅游达120230万人次，旅游外汇收入达293亿美元，2016年国内旅游人数达到12.12亿人次，旅游收入达到5286亿元，中国国际旅游接待人数和国际旅游外汇收入均列世界第五，成为亚

洲第一旅游接待大国。

2004年以来老年旅游市场消费规模 资料来源：观研天下数据中心整理 观研天下发布的《2018-2024年中国公务旅游产业市场竞争现状调查与未来发展商机战略评估报告》内容严谨、数据翔实，更辅以大量直观的图表帮助本行业企业准确把握行业发展动向、市场前景、正确制定企业竞争战略和投资策略。本报告依据国家统计局、海关总署和国家信息中心等渠道发布的权威数据，以及我中心对本行业的实地调研，结合了行业所处的环境，从理论到实践、从宏观到微观等多个角度进行市场调研分析。它是业内企业、相关投资公司及政府部门准确把握行业发展趋势，洞悉行业竞争格局，规避经营和投资风险，制定正确竞争和投资战略决策的重要决策依据之一。本报告是全面了解行业以及对本行业进行投资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。

【报告大纲】

第一章 2016-2017年中国公务旅游行业发展概述

第一节 2016-2017年公务旅游行业发展情况概述

- 一、公务旅游行业相关定义
- 二、公务旅游行业基本情况介绍
- 三、2016-2017年公务旅游行业国内发展特点分析

第二节 2016-2017年中国公务旅游行业上下游产业链分析

- 一、产业链模型原理介绍
- 二、公务旅游行业产业链条分析
- 三、2016-2017年中国公务旅游行业产业链环节分析

1、上游产业

2、下游产业

第三节 2016-2017年中国公务旅游行业生命周期分析

- 一、公务旅游行业生命周期理论概述
- 二、2017年公务旅游行业所属的生命周期分析

第四节 2016-2017年公务旅游行业经济指标分析

- 二、2016-2017年公务旅游行业的赢利性分析
- 四、2016-2017年公务旅游行业的经济周期分析
- 三、公务旅游行业附加值的提升空间分析

第五节 2016-2017年中国公务旅游行业进入壁垒分析

- 一、公务旅游行业技术壁垒分析

- 二、公务旅游行业规模壁垒分析
- 三、公务旅游行业品牌壁垒分析
- 四、公务旅游行业其他壁垒分析

第二章 2016-2017年全球公务旅游行业市场发展现状分析

第一节 全球公务旅游行业发展历程回顾

第二节 2016-2017年全球公务旅游行业市场区域分布情况

第三节 2016-2017年亚洲公务旅游行业地区市场分析

- 一、2016-2017年亚洲公务旅游行业市场现状分析
- 二、2016-2017年亚洲公务旅游行业市场规模与市场需求分析
- 三、2018-2024年亚洲公务旅游行业市场前景分析
- 四、2018-2024年亚洲公务旅游发展趋势分析

第四节 2016-2017年北美公务旅游行业地区市场分析

- 一、2016-2017年北美公务旅游行业市场现状分析
- 二、2016-2017年北美公务旅游行业市场规模与市场需求分析
- 三、2018-2024年北美公务旅游行业市场前景分析
- 四、2018-2024年北美公务旅游行业发展趋势分析

第五节 2016-2017年欧盟公务旅游行业地区市场分析

- 一、2016-2017年欧盟公务旅游行业市场现状分析
- 二、2016-2017年欧盟公务旅游行业市场规模与市场需求分析
- 三、2018-2024年欧盟公务旅游行业市场前景分析
- 四、2018-2024年欧盟公务旅游行业发展趋势分析

第六节 2018-2024年世界公务旅游行业分布走势预测

第七节 2018-2024年全球公务旅游行业市场规模预测

- 一、2018-2024年亚洲公务旅游行业市场规模预测
- 二、2018-2024年北美公务旅游行业市场规模预测
- 三、2018-2024年欧盟公务旅游行业市场规模预测

第三章 2016-2017年中国公务旅游产业发展环境分析

第一节 2016-2017年我国宏观经济环境分析

- 一、中国GDP增长情况分析
- 二、工业经济发展形势分析
- 三、社会固定资产投资分析
- 四、全社会消费品零售总额
- 五、城乡居民收入增长分析

六、居民消费价格变化分析

七、对外贸易发展形势分析

第二节 2016-2017年中国公务旅游行业政策环境分析

一、行业监管体制现状

二、行业主要政策法规

第四节 2016-2017年中国公务旅游产业社会环境发展分析

一、人口环境分析

二、教育环境分析

三、文化环境分析

四、生态环境分析

五、消费观念分析

第四章 2015-2017年中国公务旅游产业运行情况

第一节 中国公务旅游行业发展状况情况介绍

一、行业发展历程回顾

二、行业技术现状分析

三、行业发展特点分析

第二节 2015-2017年中国公务旅游行业市场规模分析

第三节 2015-2017年中国公务旅游行业供应情况分析

一、行业生产企业分析

二、2015-2017年中国公务旅游行业产能情况分析

三、2015-2017年中国公务旅游行业产能区域分布情况

第四节 2015-2017年中国公务旅游行业需求情况分析

一、2015-2017年中国公务旅游行业行业需求量分析

二、2015-2017年中国公务旅游行业行业需求区域分布

第四节 2018-2024年中国公务旅游行业发展趋势分析

第五章 2016-2017年中国公务旅游市场格局分析

第一节 2016-2017年中国公务旅游行业竞争现状分析

一、中国公务旅游行业竞争情况分析

二、中国公务旅游行业主要品牌分析

第二节 2016-2017年中国公务旅游行业集中度分析

一、中国行业市场集中度分析

二、中国行业企业集中度分析

第三节 2016-2017年中国公务旅游行业存在的问题

第四节 2016-2017年中国公务旅游行业解决问题的策略分析

第五节 2016-2017年中国公务旅游行业竞争力分析

- 一、生产要素
- 二、需求条件
- 三、支援与相关产业
- 四、企业战略、结构与竞争状态
- 五、政府的作用

第六章 2016-2017年中国公务旅游市场价格走势分析

第一节 2016-2017年公务旅游行业价格影响因素分析

- 一、成本因素
- 二、供需因素
- 三、渠道因素
- 四、其他因素

第二节 2016-2017年中国公务旅游行业价格现状分析

- 一、2016-2017年公务旅游行业平均价格走势回顾分析
- 二、2018年公务旅游行业平均价格走势预测

第三节 2018-2024年中国公务旅游行业平均价格走势预测

- 一、价格预测依据
- 二、2018-2024年中国公务旅游行业平均价格走势预测
- 三、2018-2024年中国公务旅游行业平均价格增速预测

第七章 2015-2017年中国公务旅游行业区域市场现状分析

第一节 2015-2017年中国公务旅游行业区域市场规模分布

第二节 2015-2017年中国华东地区公务旅游市场分析

- 一、华东地区概述
- 二、华东地区经济环境分析
- 三、2015-2017年华东地区公务旅游市场规模分析

第三节 华中地区市场分析

- 一、华中地区概述
- 二、华中地区经济环境分析
- 三、2015-2017年华中地区公务旅游市场规模分析

第四节 华南地区市场分析

- 一、华南地区概述
- 二、华南地区经济环境分析

三、2015-2017年华南地区公务旅游市场规模分析

第五节 华北地区市场分析

一、华北地区概述

二、华北地区经济环境分析

三、2015-2017年华北地区公务旅游市场规模分析

第八章 2016-2017年中国公务旅游行业竞争情况

第一节 2016-2017年中国公务旅游行业竞争结构分析（波特五力模型）

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 2016-2017年中国公务旅游行业SWOT分析

一、行业优势分析

二、行业劣势分析

三、行业机会分析

四、行业威胁分析

第三节 2016-2017年中国公务旅游行业竞争环境分析（PEST）

一、政策环境

二、经济环境

三、社会环境

四、技术环境

第九章 中国公务旅游所属行业数据监测

第一节 中国公务旅游所属行业总体规模分析

一、企业数量结构分析

二、行业资产规模分析

第二节 中国公务旅游所属行业产销与费用分析

一、产成品分析

二、销售收入分析

三、负债分析

四、利润规模分析

五、产值分析

六、销售成本分析

七、销售费用分析

八、管理费用分析

九、财务费用分析

十、其他运营数据分析

第三节 中国公务旅游所属行业财务指标分析

一、行业盈利能力分析

二、行业偿债能力分析

三、行业营运能力分析

四、行业发展能力分析

第十章 我国公务旅游行业重点生产企业分析（随数据更新有调整）

第一节 中国国旅

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

1、主要经济指标情况

2、企业盈利能力分析

3、企业偿债能力分析

4、企业运营能力分析

5、企业成长能力分析

四、公司优劣势分析

第二节 中旅总社

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

1、主要经济指标情况

2、企业盈利能力分析

3、企业偿债能力分析

4、企业运营能力分析

5、企业成长能力分析

四、公司优劣势分析

第三节 中青旅

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

- 1、主要经济指标情况
- 2、企业盈利能力分析
- 3、企业偿债能力分析
- 4、企业运营能力分析
- 5、企业成长能力分析

四、公司优劣势分析

第四节 春秋旅游

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

- 1、主要经济指标情况
- 2、企业盈利能力分析
- 3、企业偿债能力分析
- 4、企业运营能力分析
- 5、企业成长能力分析

四、公司优劣势分析

第五节 广之旅

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

- 1、主要经济指标情况
- 2、企业盈利能力分析
- 3、企业偿债能力分析
- 4、企业运营能力分析
- 5、企业成长能力分析

四、公司优劣势分析

第六节 康辉旅游

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

- 1、主要经济指标情况
- 2、企业盈利能力分析
- 3、企业偿债能力分析
- 4、企业运营能力分析
- 5、企业成长能力分析

四、公司优劣势分析

第七节 众信旅游

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

1、主要经济指标情况

2、企业盈利能力分析

3、企业偿债能力分析

4、企业运营能力分析

5、企业成长能力分析

四、公司优劣势分析

第八节 锦江旅游

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

1、主要经济指标情况

2、企业盈利能力分析

3、企业偿债能力分析

4、企业运营能力分析

5、企业成长能力分析

四、公司优劣势分析

第九节 广东中旅

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

1、主要经济指标情况

2、企业盈利能力分析

3、企业偿债能力分析

4、企业运营能力分析

5、企业成长能力分析

四、公司优劣势分析

第十节 凯撒旅游

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

- 1、主要经济指标情况
 - 2、企业盈利能力分析
 - 3、企业偿债能力分析
 - 4、企业运营能力分析
 - 5、企业成长能力分析
- 四、公司优劣势分析

第十一章2018-2024年中国公务旅游行业发展前景分析与预测

第一节2018-2024年中国公务旅游行业未来发展前景分析

- 一、2018-2024年行业国内投资环境分析
- 二、2018-2024年中国公务旅游行业市场机会分析
- 三、2018-2024年中国公务旅游行业投资增速预测

第二节2018-2024年中国公务旅游行业未来发展趋势预测

第三节2018-2024年中国公务旅游行业市场发展预测

- 一、2018-2024年中国公务旅游行业市场规模预测
- 二、2018-2024年中国公务旅游行业市场规模增速预测
- 三、2018-2024年中国公务旅游行业产值规模预测
- 四、2018-2024年中国公务旅游行业产值增速预测

第四节2018-2024年中国公务旅游行业盈利走势预测

- 一、2018-2024年中国公务旅游行业毛利润同比增速预测
- 二、2018-2024年中国公务旅游行业利润总额同比增速预测

第十二章 2018-2024年中国公务旅游行业投资风险与营销分析

第一节 2018-2024年公务旅游行业投资风险分析

- 一、2018-2024年公务旅游行业政策风险分析
- 二、2018-2024年公务旅游行业技术风险分析
- 三、2018-2024年公务旅游行业竞争风险分析
- 四、2018-2024年公务旅游行业其他风险分析

第二节 2018-2024年公务旅游行业企业经营发展分析及建议

- 一、2018-2024年公务旅游行业经营模式
- 二、2018-2024年公务旅游行业生产模式
- 三、2018-2024年公务旅游行业销售模式

第三节 2018-2024年公务旅游行业应对策略

- 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

第十三章 2018-2024年中国公务旅游行业发展策略及投资建议

第一节 2018-2024年中国公务旅游行业品牌战略分析

- 一、公务旅游企业品牌的重要性
- 二、公务旅游企业实施品牌战略的意义
- 三、公务旅游企业品牌的现状分析
- 四、公务旅游企业的品牌战略
- 五、公务旅游品牌战略管理的策略

第二节 2018-2024年中国公务旅游行业市场重点客户战略实施

- 一、实施重点客户战略的必要性
- 二、合理确立重点客户
- 三、对重点客户的营销策略
- 四、强化重点客户的管理
- 五、实施重点客户战略要重点解决的问题

第三节 2018-2024年中国公务旅游行业战略综合规划分析

- 一、战略综合规划
- 二、技术开发战略
- 三、业务组合战略
- 四、区域战略规划
- 五、产业战略规划
- 六、营销品牌战略
- 七、竞争战略规划

第十四章 2018-2024年中国公务旅游行业发展策略及投资建议

第一节 2018-2024年中国公务旅游行业产品策略分析

- 一、产品开发策略
- 二、市场细分策略
- 三、目标市场的选择

第二节 2018-2024年中国公务旅游行业营销渠道策略

- 一、2018-2024年公务旅游行业营销模式
- 二、2018-2024年公务旅游行业营销策略

第三节 2018-2024年中国公务旅游行业价格策略

第四节 观研天下行业分析师投资建议

- 一、2018-2024年中国公务旅游行业投资区域分析

二、2018-2024年中国公务旅游行业投资产品分析

(GYFSWLP)

图表详见报告正文

特别说明：观研天下所发行报告书中的信息和数据部分会随着时间变化补充更新，报告发行年份对报告质量不会有任何影响，并有助于降低事业单位投资风险。

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/lvyou/310274310274.html>