

# 2018年中国旅行社行业分析报告- 市场深度分析与发展前景预测

报告大纲

观研报告网

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

## 一、报告简介

观研报告网发布的《2018年中国旅行社行业分析报告-市场深度分析与发展前景预测》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/lyyou/339703339703.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

旅游业是“一带一路”经济带建设的战略性先导产业，具有强大的动力产业功能和广泛的联动效应。旅行社健康发展有利于促进旅游业繁荣。“一带一路”背景下，中国旅行社的发展面临新的机遇与挑战。一方面，“一带一路”政策提出有利于旅游环境的构建，提升旅游目的地地的可进入性，促进旅行社行业发展。另一方面，国际周边环境的不稳定性使旅行社竞争更加激烈，且我国部分旅行社服务存在缺陷，难以满足日益多样的市场需求，旅行社行业在新的历史时期面临着更多挑战。

图表：国旅行社

图表来源：公开资料整理

2013年9月至10月间，习近平总书记先后提出共建“丝绸之路经济带”和21世纪“海上丝绸之路”的倡议。此后，“一带一路”成为中国发展的重要战略，该战略不仅有利于各民族稳定交流，促进了欧亚大陆之间稳定交流与发展，实现了社会经济文化共同发展，同时对实现区域旅游经济发展，促进第三产业经济可持续发展产生了重大影响。

### 一、“一带一路”对中国旅行社的影响

2017年9月13日，联合国世界旅游组织第22届全体大会在成都开幕，以“一带一路”倡议为契机发展沿线旅游成为与会各国政府代表的共识。会议指出：预计未来5年，我国出境旅游将达7亿人次，而随着中国经济的发展和国际地位的提升，中国也将吸引7亿人次国外游客来华旅游。

在“一带一路”的战略背景下，我国边境地区的旅游产业发展将迎来新的契机，旅游边境地区通过加强与境外地区的旅游交流与合作，以及进一步完善旅行社的旅游信息化平台等基础设施建设，这将改变旅游经济闭塞发展的现状，促进旅游业蓬勃发展。同时，“一带一路”背景下，我国旅行社行业也将面对更加激烈的市场竞争和挑战。

### 二、“一带一路”战略下中国旅行社发展现状

#### 1、旅行社品牌建设意识不够，国际品牌竞争激烈

旅行社服务是无形的，旅游者在旅游活动中很难对旅行社的服务质量做出比较客观的衡量，所以旅游者比较看重旅行社的品牌。好的品牌会让顾客形成顾客忠诚，建立口碑。旅行社品牌建设有助于旅游产品的销售和经济利益的提升。

自2001年我国加入世贸组织，众多国际旅行社抢占中国市场。在“一带一路”战略背景下，我国需要更多具有国际影响力的旅行社品牌。但是，我国旅行社品牌建设并不令人满意，除了几家比较大的旅行社在国际市场上建立了自己的品牌，如国旅、青旅、春秋、康辉等，其他具有国际影响力的旅行社品牌并不多。我国旅行社普遍存在顾客忠诚度低、品牌识别差、品牌定位不准确、品牌建设不到位等问题。

#### 2.旅行社文化建设缺失，从业人员素质较低

文化具有强大的凝聚力，优秀的企业文化将对旅游企业员工起到重要的激励作用，形

成强大的向心力，营造出良好的企业氛围，从而提升旅游从业人员的自我价值感和归属感。但是我国许多旅行社缺乏文化建设，片面地注重经济效益，造成旅游者对旅行社失望，旅游投诉不断增长的局面。旅游从业人员素质偏低，缺乏自我约束力和自我管理能力，对于注重导游提成，不顾旅游者利益和感受。

### 3.旅行社产品同质化严重

随着世界经济的发展和社会的进步，旅游者对旅游产品也提出了更具地域性的、个性化的需求，并且更加注重旅游质量。“一带一路”背景下，我国将接待更多的外国旅游者，旅行社需要提供更多的创新性的个性化的旅游产品和服务，以在激烈的市场竞争中立于不败之地。但是，我国旅游产品同质化严重，各家旅行社提供的旅游产品和服务雷同，营销策略相似，都是通过低价格吸引游客，这就导致旅行社产品没有新意、市场覆盖面窄、客源单一、投诉多等问题出现。

### 4.旅游产品质量差，投诉现象严重

旅游服务质量包括服务态度、语言、仪表、内容等，良好的旅游产品质量会对顾客产生吸引力，诚挚善意的服务不仅会让游客感到轻松愉悦，更会让游客感觉自己得到了尊重。但是，我国许多旅行社产品质量差强人意，低价低质量的产品模式普遍存在，旅游合同用语不规范，“准X星”“类X星”等词语攀附星级饭店，让游客产生误解，投诉情况十分严重。另外，许多旅行社不与导游签订劳务合同，旅游行业“买团”现象严重，导游服务质量差，擅自改变旅游行程，肆意增加购物场所，伙同司机拿回扣现象十分严重。部分旅行社质量保证金续存工作不到位，有些旅行社甚至不签旅游合同，加收老年人和教师等行业游客旅行费用，这些行为严重地损害了旅行社形象，为旅游产品提升造成困难。

## 三、“一带一路”战略下中国旅行社发展策略

### 1.旅行社加强自身品牌建设

“一带一路”背景下，我国旅行社应加强自身品牌文化建设，从而应对日益多变的旅游服务需求。首先，旅行社应提高旅游产品质量。产品质量是提高顾客信任和忠诚的前提，只有从顾客需求出发，为顾客着想，提供符合顾客需求的个性化旅游产品，旅行社品牌才能得到顾客的认可和支持，才能形成真正的品牌效益。其次，旅行社要注重人才的选拔和培养。在“一带一路”背景下，导游人员不仅代表旅行社形象，更体现中国形象。导游人员贯穿旅游过程始终，与游客直接接触，因此旅行社应选拔高素质、有影响力的导游人员，从各个层面考察导游人员，培养具有知识、素质、文化和创新能力的导游人才。第三，旅行社应加强自身文化建设，将旅行社文化渗透到企业品牌建设的各个方面。文化是旅行社品牌建设的灵魂和核心，文化建设应具有国际视野。中国是具有五千年历史的文化大国，中国精神和中国文化应贯穿旅行社企业文化建设的始终，在对外国旅游者提供旅游服务时，旅行社应注重企业文化的传播，从而在国际舞台上形成具有东方特色的旅行社品牌。

### 2.旅行社致力于企业文化构建，提升导游素质

“一带一路”战略需要高素质的导游服务人员。首先，旅行社应以人为本，尊重和保护

导游利益，建立奖励机制，促进企业营造和谐的文化氛围和树立共同的价值观，形成强大的文化感召力。其次，旅行社应提升员工素质，加强员工素质培训，帮助员工建立积极向上的人生观、价值观、世界观，提升员工的知识技能和文化素养。第三，旅行社应进行系列文化活动，通过各种宣传活动和经营活动，构建企业文化，以提升自身吸引力和感召力，形成自己的核心竞争力。

### 3.丰富促销策略，提升产品竞争力

“一带一路”战略下需要旅行社丰富营销策略，创新旅游产品。旅行社应通过自媒体和互联网的手段营销，实行广告营销策略，利用微博、微信等平台提高自身竞争力，将形象生动的旅游企业展现给游客。“一带一路”战略时期，千禧一代将引领旅游潮流，他们通过旅行，体验地域文化，从而有所思有所感，更关注日常生活的丰富情境与细节，旅游对他们而言，不是单纯的“购买产品”，而是“享受生活”。这就要求旅行社提供的旅游产品更加个性、移动、便捷和高效的特点。

“一带一路”为旅行社发展提供了更多的机遇，2016年3月8日，支付宝城市服务旅游投诉上线，12301国家智慧旅游公共服务平台不断发展。旅行社应通过大众媒体营销旅游产品，实施顾客评价体系，建立顾客档案，密切关注顾客，以便及时沟通信息，更加积极主动地营销旅游产品，从而发展顾客，提高销售业绩。

在“一带一路”战略性环境下，中国旅行社应结合区域旅游特点，充分利用旅游资源，加强旅行社产业运作，提升旅行社的综合能力，实现在新的战略背景下的全面发展。旅行社还应致力于整合区域旅游资源，加强自身品牌建设和特色建设，努力实现“一带一路”战略背景下的创新发展。

资料来源：公开资料，观研天下整理，转载请注明出处

观研天下发布的《2018年中国旅行社行业分析报告-市场深度分析与发展前景预测》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。观研天下是国内知名的行业信息咨询机构，拥有资深的专家团队，多年来已经为上万家企业单位、咨询机构、金融机构、行业协会、个人投资者等提供了专业的行业分析报告，客户涵盖了华为、中国石油、中国电信、中国建筑、惠普、迪士尼等国内外行业领先企业，并得到了客户的广泛认可。

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。本研究报告采用的行业分析方法包括波特五力模型分析法、SWOT分析法、PEST分析法，对行业进行全面的内外部环境分析，同时通过资深分析师对目前国家经济形势的走势以及市场发展趋势和当前行业热点分析，预测行业未来的发展方向、新兴热点、市场空间、技术趋势以及未来发展战略等。

## 【报告大纲】

### 第一章 2016-2018年中国旅行社行业发展概述

#### 第一节 旅行社行业发展情况概述

##### 一、旅行社行业相关定义

##### 二、旅行社 行业基本情况介绍

##### 三、旅行社 行业发展特点分析

#### 第二节 中国旅行社 行业上下游产业链分析

##### 一、产业链模型原理介绍

##### 二、旅行社 行业产业链条分析

##### 三、中国旅行社 行业产业链环节分析

##### 1、上游产业

##### 2、下游产业

#### 第三节 中国旅行社 行业生命周期分析

##### 一、旅行社 行业生命周期理论概述

##### 二、旅行社 行业所属的生命周期分析

#### 第四节 旅行社 行业经济指标分析

##### 一、旅行社 行业的赢利性分析

##### 二、旅行社 行业的经济周期分析

##### 三、旅行社 行业附加值的提升空间分析

#### 第五节 国中旅行社 行业进入壁垒分析

##### 一、旅行社 行业资金壁垒分析

##### 二、旅行社 行业技术壁垒分析

##### 三、旅行社 行业人才壁垒分析

##### 四、旅行社 行业品牌壁垒分析

##### 五、旅行社 行业其他壁垒分析

### 第二章 2016-2018年全球旅行社 行业市场发展现状分析

## 第一节 全球旅行社 行业发展历程回顾

## 第二节 全球旅行社 行业市场区域分布情况

## 第三节 亚洲旅行社 行业地区市场分析

### 一、亚洲旅行社 行业市场现状分析

### 二、亚洲旅行社 行业市场规模与市场需求分析

### 三、亚洲旅行社 行业市场前景分析

## 第四节 北美旅行社 行业地区市场分析

### 一、北美旅行社 行业市场现状分析

### 二、北美旅行社 行业市场规模与市场需求分析

### 三、北美旅行社 行业市场前景分析

## 第五节 欧盟旅行社 行业地区市场分析

### 一、欧盟旅行社 行业市场现状分析

### 二、欧盟旅行社 行业市场规模与市场需求分析

### 三、欧盟旅行社 行业市场前景分析

## 第六节 2018-2024年世界旅行社 行业分布走势预测

## 第七节 2018-2024年全球旅行社 行业市场规模预测

## 第三章 中国旅行社 产业发展环境分析

### 第一节 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、全社会消费品旅行社 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 中国旅行社 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

### 第三节 中国旅行社 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 中国旅行社 行业运行情况

### 第一节 中国旅行社 行业发展状况情况介绍

#### 一、行业发展历程回顾

#### 二、行业创新情况分析

#### 三、行业发展特点分析

### 第二节 中国旅行社 行业市场规模分析

### 第三节 中国旅行社 行业供应情况分析

### 第四节 中国旅行社 行业需求情况分析

### 第五节 中国旅行社 行业供需平衡分析

### 第六节 中国旅行社 行业发展趋势分析

## 第五章 中国旅行社 所属行业运行数据监测

### 第一节 中国旅行社 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 中国旅行社 所属行业产销与费用分析

#### 一、流动资产

#### 二、销售收入分析

#### 三、负债分析

#### 四、利润规模分析

#### 五、产值分析

### 第三节 中国旅行社 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

## 第六章 2016-2018年中国旅行社 市场格局分析

### 第一节 中国旅行社 行业竞争现状分析

#### 一、中国旅行社 行业竞争情况分析

#### 二、中国旅行社 行业主要品牌分析

### 第二节 中国旅行社 行业集中度分析

#### 一、中国旅行社 行业市场集中度分析

#### 二、中国旅行社 行业企业集中度分析

### 第三节 中国旅行社 行业存在的问题

### 第四节 中国旅行社 行业解决问题的策略分析

### 第五节 中国旅行社 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

## 第七章 2016-2018年中国旅行社 行业需求特点与价格走势分析

### 第一节 中国旅行社 行业消费特点

### 第二节 中国旅行社 行业消费偏好分析

#### 一、需求偏好

#### 二、价格偏好

#### 三、品牌偏好

#### 四、其他偏好

### 第三节 旅行社 行业成本分析

### 第四节 旅行社 行业价格影响因素分析

#### 一、供需因素

#### 二、成本因素

#### 三、渠道因素

#### 四、其他因素

### 第五节 中国旅行社 行业价格现状分析

### 第六节 中国旅行社 行业平均价格走势预测

#### 一、中国旅行社 行业价格影响因素

#### 二、中国旅行社 行业平均价格走势预测

#### 三、中国旅行社 行业平均价格增速预测

## 第八章 2016-2018年中国旅行社 行业区域市场现状分析

### 第一节 中国旅行社 行业区域市场规模分布

### 第二节 中国华东地旅行社 市场分析

#### 一、华东地区概述

#### 二、华东地区经济环境分析

#### 三、华东地区旅行社 市场规模分析

#### 四、华东地区旅行社 市场规模预测

### 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、华中地区旅行社 市场规模分析
- 四、华中地区旅行社 市场规模预测

### 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、华南地区旅行社 市场规模分析

## 第九章 2016-2018年中国旅行社 行业竞争情况

### 第一节 中国旅行社 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 中国旅行社 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 中国旅行社 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

## 第十章 旅行社 行业企业分析（随数据更新有调整）

### 第一节 企业

- 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 企业

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 企业

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 企业

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 企业

## 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年中国旅行社 行业发展前景分析与预测

### 第一节 中国旅行社 行业未来发展前景分析

#### 一、旅行社 行业国内投资环境分析

#### 二、中国旅行社 行业市场机会分析

#### 三、中国旅行社 行业投资增速预测

### 第二节 中国旅行社 行业未来发展趋势预测

### 第三节 中国旅行社 行业市场发展预测

#### 一、中国旅行社 行业市场规模预测

#### 二、中国旅行社 行业市场规模增速预测

#### 三、中国旅行社 行业产值规模预测

#### 四、中国旅行社 行业产值增速预测

#### 五、中国旅行社 行业供需情况预测

### 第四节 中国旅行社 行业盈利走势预测

#### 一、中国旅行社 行业毛利润同比增速预测

#### 二、中国旅行社 行业利润总额同比增速预测

## 第十二章 2018-2024年中国旅行社 行业投资风险与营销分析

### 第一节 旅行社 行业投资风险分析

#### 一、旅行社 行业政策风险分析

#### 二、旅行社 行业技术风险分析

#### 三、旅行社 行业竞争风险分析

#### 四、旅行社 行业其他风险分析

### 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 行业销售模式

### 三、旅行社 行业创新方向

#### 第三节 旅行社 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年中国旅行社 行业发展策略及投资建议

### 第一节 中国旅行社 行业品牌战略分析

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

### 第二节 中国旅行社 行业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、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 中国旅行社 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年中国旅行社 行业发展策略及投资建议

### 第一节 中国旅行社 行业产品策略分析

- 一、服务产品开发策略
- 二、市场细分策略
- 三、目标市场的选择

### 第二节 中国旅行社 行业定价策略分析

### 第三节 中国旅行社 行业营销渠道策略

一、旅行社 行业渠道选择策略

二、旅行社 行业营销策略

第四节中国旅行社 行业价格策略

第五节 观研天下行业分析师投资建议

一、中国旅行社 行业重点投资区域分析

二、中国旅行社 行业重点投资产品分析

图表详见正文（GYJPZQ）

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/lyyou/339703339703.html>