



艾凯咨询
ICAN Consulting

2017-2022年中国旅行社市场分 析及投资策略研究报告

一、调研说明

《2017-2022年中国旅行社市场分析及投资策略研究报告》是艾凯咨询集团经过数月的周密调研，结合国家统计局，行业协会，工商，税务海关等相关数据，由行业内知名专家撰写而成。报告意于成为从事本行业人士经营及投资提供参考的重要依据。

报告主要可分为四大部分，首先，报告对本行业的特征及国内外市场环境进行描述；其次，是本行业的上下游产业链，市场供需状况及竞争格局从宏观到细致的详尽剖析，接着报告中列出数家该行业的重点企业，分析相关经营数据；最后，对该行业未来的发展前景，投资风险给出指导建议。相信该份报告对您把握市场脉搏，知悉竞争对手，进行战略投资具有重要帮助。

官方网址：<https://www.icandata.com/view/283484.html>

报告价格：纸介版9000元 电子版9000元 纸介版+电子版9200元

订购电话：400-700-0142 010-80392465

电子邮箱：sales@icandata.com

联系人：刘老师

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、摘要、目录、图表

国家鼓励企业“走出去”的政策逐步完善。2009年3月，商务部出台了《境外投资管理办法》，大大简化了境外投资的审批过程，给予企业更多政策鼓励。针对中小企业，我国设立了“中小企业国际市场开拓资金”，搭建了中小企业境外经贸合作区平台，还出台了海外并购政策。此外，旅游主管部门还通过与商务部、财政部、外汇管理局及银监会等部门合作，引导和推动中国旅游企业进行海外投资。

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。

虽然我国部分旅游企业已有一定的规模和资本实力，但相对发达国家，甚至与印度等发展中国家相比，我国旅游企业的国际化程度还很低，核心竞争力不强。

我国旅游业国际化程度低，具体表现在国内不仅缺乏市场认可度高的企业品牌、国际领先的专有技术以及先进的管理能力，也没有形成自己的知识产权和构建自己的核心竞争优势，商业模式、产品开发等创新能力皆显不足；国际市场知识和国际化人才储备不足的瓶颈，尤其是旅游企业跨国并购方面的人才非常匮乏；对自己的市场定位和产品定位比较模糊，海外投资的需求往往并不明确；我国旅游企业在核心产品开发和分销系统建设方面也与国际旅游集团存在较大差距等方面。 1993-2015年中国旅行社数量及增速

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家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。

报告目录：

第一章 中国旅行社市场发展环境分析 24

第一节 旅行社基本概述 24

一、旅行社的定义 24

二、旅行社性质作用 24

三、旅行社行业属性 25

（一）旅行社行业生命周期 25

（二）行业对经济周期反应 26

四、旅行社行业分工体系	28
五、行业季节及区域性特点	32
(一) 季节性特点	32
(二) 地域性特点	33
六、旅行社行业发展阶段	34
第二节 年中国宏观经济运行环境	35
一、中国GDP增长情况分析	35
二、工业经济发展形势分析	36
三、社会固定资产投资分析	38
四、全社会消费品零售总额	39
五、城乡居民收入增长分析	40
六、居民消费价格变化分析	41
七、对外贸易发展形势分析	42
第三节 旅行社行业发展政策环境分析	43
一、行业管理体制	43
(一) 行业主要监管部门	43
(二) 旅行社的准入管理	43
(三) 旅行社的规范运作	44
二、旅游行业发展政策分析	45
(一) 近年中国主要法律法规及政策	45
(二) 《关于进一步促进旅游投资和消费的若干意见》	47
(三) 《年全国旅游工作会议报告》	48
(四) 《关于促进旅游业改革发展的若干意见》	49
三、旅行社行业发展政策及法律法规	49
(一) 《旅行社条例》	49
(二) 《旅游投诉处理办法》	52
(三) 《旅行社服务质量赔偿标准》	53
(四) 《旅行社责任保险管理办法》	54
(五) 中外合资旅行社经营出境游政策	56
(六) 《旅行社等级划分与评定》等3项国家标准	56
第四节 中国旅行社行业发展社会环境	58
一、人口环境分析	58

- 二、中国城镇化率 59
- 三、城镇居民人均消费支出 60
- 四、“假日效应”推动旅游发展 60
- 五、交通条件改善推动旅游发展 61

第二章 国内外旅游业整体运行形势透析 62

第一节 世界旅游行业发展分析 62

- 一、全球经济发展情况分析 62
- 二、世界旅游行业发展概况 63
- 三、全球旅游经济增长情况 63
- 四、全球国际旅游人数分析 64
- 五、全球国际旅游收入分析 65
- 六、主要国家及地区旅游业概况 65

(一) 美国 65

(二) 法国 67

(三) 日本 67

(四) 台湾 68

第二节 中国旅游业发展概况 69

- 一、中国旅游市场发展概述 69
- 二、旅游业发展方式转变 69
- 三、旅游信息化发展情况 70
- 四、旅游市场存在的问题 71

第三节 中国旅游市场总体情况 72

- 一、国内旅游业发展特征 72
- 二、旅游总收入增长情况 73
- 三、旅游业零售市场规模 73

第四节 中国旅游市场调查情况 74

- 一、全国旅游投诉情况分析 74
- 二、全国游客满意度调查情况 74
- 三、旅游者消费价格指数分析 75

第五节 中国旅游行业竞争格局 75

- 一、全球旅游业竞争格局 75

二、国内竞争格局及其变化	76
(一) 旅游区竞争格局	76
(二) 旅行社业务竞争格局	77
(三) 旅游业竞争的变化趋势	77
第三章 中国旅游行业细分市场分析	78
第一节 国内旅游市场发展分析	78
一、国内旅游人数规模	78
二、国内旅游收入规模	78
三、国内旅游人均花费	79
第二节 入境旅游市场发展分析	79
一、入境旅游接待人数	79
二、入境旅游外汇收入	81
三、入境旅游客源情况	82
四、入境旅游过夜游客数	85
第三节 出境旅游市场发展分析	85
一、中国出境旅游市场规模分析	85
二、中国出境旅游市场特征分析	86
三、赴港旅游市场状况分析	87
四、赴台旅游市场状况分析	88
五、中国居民出境旅游意向调查	89
(一) 居民出境旅游原因调查	89
(二) 居民出境旅游目的分析	89
(三) 居民出境旅游目的地偏好	89
(四) 居民旅游信息渠道调查	90
六、中国出境旅游市场趋势分析	91
第四节 黄金周及小长假旅游市场分析	93
一、年端午小长假旅游市场分析	93
二、年春节黄金周旅游市场分析	94
三、年五一劳动节旅游市场分析	96
四、年十一黄金周旅游市场分析	97
五、年元旦黄金周旅游市场分析	98

六、年春节黄金周旅游市场分析	99
七、年五一黄金周旅游市场分析	101
八、年十一黄金周旅游市场分析	103
第四章 中国旅游景区市场运行概况	105
第一节 中国景区资源现状综述	105
一、中国世界遗产名录	105
二、中国5A级旅游景区分析	106
(一) 5A级旅游景区发展变迁	106
(二) 5A级旅游景区分布情况	107
三、全国特色景观旅游名镇村	113
(一) 第一批特色景观旅游名镇村	113
(二) 第二批特色景观旅游名镇村	114
(三) 第三批特色景观旅游名镇村	116
第二节 中国旅游景区细分领域	125
一、自然类的旅游资源	125
二、人文类的旅游资源	126
三、混合类的旅游资源	126
四、主题公园旅游资源	126
五、社会类的旅游资源	127
第三节 旅游景区市场发展现状	127
一、旅游景区接待人数情况	127
二、旅游景区营业收入情况	127
三、旅游景区门票收入情况	128
四、旅游景区发展中的问题	128
第四节 年旅游景区调研情况	130
一、年第1季度景区调研	130
(一) 旅游景区景气状况	130
(二) 旅游景区运营分析	130
二、年第2季度景区调研	131
(一) 旅游景区景气状况	131
(二) 旅游景区发展建议	132

三、年第3季度景区调研	133
(一) 旅游景区景气分析	133
(二) 旅游景区运营分析	134
第五章 中国奢华旅游市场调查分析	135
第一节 奢华旅游市场客源分析	135
一、奢华旅游人数规模	135
二、奢华旅游人群地区分布	135
三、奢华旅游人群年龄结构	135
四、奢华旅游人群性别比例	136
五、奢华旅游人群收入水平	136
第二节 奢华旅游消费行为决策过程	136
一、奢华旅游信息来源	136
二、旅游目的地的决定	137
三、旅游同行人的选择	137
四、奢华旅游目的差异	137
五、酒店选择影响因素	137
六、酒店预订方式情况	137
第三节 奢华旅游消费方式分析	138
一、出游者旅游频率分析	138
(一) 每月出差频率	138
(二) 一年平均假期	138
(三) 一年出国频率	139
二、奢华旅游行程安排情况	139
(一) 行程安排考虑因素	139
(二) 旅行出行工具选择	140
(三) 旅行团的人数规模	140
三、奢华旅游酒店预订情况	141
(一) 酒店预订方式选择	141
(二) 酒店选择考虑因素	141
(三) 最受欢迎酒店排行榜	142
(四) 中国旅游酒店消费结构	143

1、 房间消费情况	143
2、 饮食消费情况	143
3、 酒店购物情况	144
4、 SPA/健康俱乐部	144
第四节 奢华旅游目的地青睐排行	144
一、 奢华旅游国内目的地排行	144
二、 奢华旅游国际目的地排行	145
(一) 总体排行情况	145
(二) 一线城市游客国际目的地青睐排行	146
(三) 二三线城市游客国际目的地青睐排行	147
(四) 上海游客国际目的地青睐排行	148
(五) 北京游客国际目的地青睐排行	148
第五节 奢华旅游游客消费情况	149
一、 全球游客免税消费情况	149
二、 中国游客消费增长情况	150
三、 中国游客购物消费情况	150
四、 中国游客礼品购买情况	152
(一) 男士礼品选择种类	152
(二) 女士礼品选择种类	152
(三) 男士青睐送礼品牌	153
(四) 女士青睐送礼品牌	154
第六章 中国旅行社行业发展现状分析	156
第一节 旅行社发展现状分析	156
一、 旅行社产业发展现状	156
二、 旅行社发展因素分析	157
三、 中外旅行社划分情况	160
四、 旅行社新式业务分析	162
五、 旅行社产业发展趋势	163
第二节 国际旅行社行业的发展借鉴	164
一、 国际旅行社垂直分工体系	164
二、 欧美旅行社的一体化进程	165

三、国际成功旅行的基本模式	168
第三节 旅行社行业发展规模及结构	169
一、旅行社行业发展规模	169
(一) 旅行社数量规模统计	169
(二) 旅行社地区数量规模	170
(三) 旅行社区域排名情况	171
二、旅行社行业总体结构分析	173
(一) 旅行社区域分布情况	173
(二) 旅行社经营状况分布	173
(三) 旅行社类别分布情况	175
第四节 旅行社连锁经营模式探析	175
一、旅行社连锁经营模式分析	175
二、旅行社连锁经营优劣势分析	176
三、旅行社连锁经营现状分析	177
四、旅行社连锁经营前景分析	177
第七章 中国旅行社行业经营情况分析	179
第一节 旅行社行业总体经营状况分析	179
一、旅行社行业资产总额	179
(一) 旅行社行业资产总额统计	179
(二) 旅行社行业资产形态分布	179
二、旅行社行业收入规模	180
(一) 旅行社行业收入规模统计	180
(二) 旅行社行业收入地区分布	180
三、旅行社行业盈利情况	181
(一) 旅行社行业盈利情况统计	181
(二) 旅行社行业毛利率情况统计	182
四、旅行社行业税收情况	183
第二节 旅行社国内游业务经营情况分析	184
一、旅行社国内游营业收入分析	184
二、旅行社国内游业务利润分析	184
三、旅行社国内游组织和接待情况	185

(一) 旅行社国内游组织情况	185
(二) 旅行社国内游接待情况	185
(三) 旅行社国内游地区情况	185
第三节 旅行社入境游业务经营情况分析	187
一、旅行社入境游营业收入分析	187
二、旅行社入境游业务利润分析	187
三、旅行社入境游外联和接待情况	188
(一) 旅行社入境游外联情况	188
(二) 旅行社入境游接待情况	188
(三) 旅行社入境游客源地情况	188
第四节 旅行社出境游业务经营情况分析	190
一、旅行社出境游营业收入分析	190
二、旅行社出境游业务利润分析	190
三、旅行社出境游组织情况	191
(一) 旅行社出境游组织情况	191
(二) 旅行社出境游目的地情况	191
第五节 旅行社其他业务发展潜力分析	193
一、旅行社签证业务发展潜力分析	193
二、旅行社商务会奖旅游业务发展潜力	193
三、旅行社票务代理业务发展潜力分析	194
四、旅行社游轮旅游业务发展潜力分析	195
(一) 世界邮轮旅游业快速增长	195
(二) 中国邮轮旅游市场刚刚起步	198
(三) 中国邮轮旅游市场发展展望	199
第八章 中国旅行社行业竞争情况分析	200
第一节 旅行社行业竞争格局分析	200
一、旅行社行业竞争格局分析	200
二、旅行社行业集中度分析	200
三、旅行社网络业务竞争情况	202
四、在线旅游市场竞争情况	203
第二节 旅行社行业并购深度分析	204

一、旅行社并购情况分析	204
二、旅行社并购动因分析	209
三、旅行社并购模式选择	209
四、旅行社并购注意的问题	211
第三节 中国旅行社排名情况分析	211
一、全国旅行社百强排名	211
二、全国旅行社集团二十强	215
三、全国入境游十强旅行社	215
四、全国出境游十强旅行社	216
五、全国利税十强旅行社分析	216
六、全国旅游专列十强运营商	217
七、旅行社旅游包机业务20强	217
八、全国长线出境游十强旅行社	218
第四节 旅行社行业竞争趋势分析	219
一、产品、渠道、品牌竞争	219
二、旅游产品质量竞争趋势	219
三、出境旅游市场竞争趋势	220
四、商务会奖旅游竞争趋势	221
第九章 旅行社在线业务发展分析	223
第一节 在线旅游市场发展现状分析	223
一、在线旅行预订定义及分类	223
二、在线旅行预订市场规模分析	224
(一) 在线旅行预订用户规模	224
(二) 在线旅行预订市场规模	225
(三) 在线旅行预订市场份额	226
(四) 在线旅行市场特点分析	227
三、在线旅游行业市场结构	227
四、在线旅游行业主要商业模式	228
五、在线旅游用户行为调查分析	229
(一) 在线旅游度假用户属性	229
(二) 用户预订度假产品情况	230

(三) 用户选择旅游度假时间段	231
(四) 旅游前和途中行为分析	232
(五) 用户计划旅游地区选择	233
六、中国在线旅游预订行业SWOT分析	234
七、在线旅游行业市场格局影响因素	236
八、在线旅游行业投融资情况	237
第二节 旅行社电子商务发展概述	239
一、旅行社电子商务发展现状	239
二、旅行社网络销售模式分析	240
三、旅行社在线旅游新营销模式	241
第三节 中小型旅行社电子商务模式	242
一、旅行社B2B2C电子商务模式	242
二、旅行社C2C2B电子商务模式	243
三、旅行社B2C2C电子商务模式	243
四、中小旅行社电子商务模式选择	244
第十章 中国旅行社行业热点问题分析	247
第一节 导游体制改革	247
一、导游方面主要问题及其原因	247
二、“零负团费”操作模式分析	248
三、加强对导游管理机构监管	249
四、明确导游人员的职业定位	249
五、建立合理透明的薪酬制度	250
六、完善导游分类和等级制度	250
七、改革完善导游准入退出机制	251
八、促进导游协会的建设和发展	251
第二节 旅行社发展面临的问题	252
一、合理税负问题	252
二、挂靠承包问题	252
三、经营保障问题	253
四、宣传导向问题	253
五、参与政府采购和服务外包的问题	253

第十一章 旅行社目标客户市场开发策略研究 256

第一节 大学生旅游市场开发分析 256

一、大学生旅游市场开发可行性 256

二、大学生旅游市场特征 257

三、大学生旅游调查分析 258

(一) 大学生旅游消费支出 258

(二) 大学生旅游频率分析 259

(三) 大学生旅游目的分析 259

(四) 大学生旅游偏好分析 260

(五) 分享旅游体验渠道分析 260

四、大学生旅游市场开发策略 260

(一) 产品市场定位 260

(二) 产品策略 261

(三) 产品定价策略 262

(四) 渠道策略 263

(五) 促销策略 263

五、大学生旅游市场开发难题 264

六、旅行社大学生个性旅游服务 265

第二节 女性旅游市场开发分析 266

一、女性旅游市场开发可行性 266

二、中国女性旅游心理分析 269

三、女性旅游消费调查分析 271

(一) 女性旅游消费支出 271

(二) 女性旅游内容偏好 272

(三) 女性旅游住宿偏好 273

(四) 女性旅游预订选择 274

(五) 女性旅游目的地排名 275

四、女性旅游市场开发策略 275

五、女性旅游市场开发建议 277

第三节 老年旅游市场开发分析 278

一、开发老年旅游市场可行性 278

二、老年旅游市场特点分析	279
三、老年旅游行为特征分析	279
四、老年旅游市场开发策略	280
五、老年旅游产品营销策略	281
第四节 商务人士旅游市场开发分析	283
一、商务旅游基本内涵分析	283
二、商务旅游本质特征分析	284
三、商务人士旅游市场调查	285
(一) 商务人士差旅市场特点	285
(二) 商务人士在线预订偏好	286
(三) 商务人士酒店选择偏好	286
(四) 商务旅游航空公司选择	287
(五) 商务人士旅游目的地偏好	288
四、商务旅游产品体系建设	288
第五节 农民旅游市场开发分析	289
一、农民旅游基本内涵分析	289
二、农民旅游市场特点分析	289
三、农民旅游消费行为分析	291
四、农民旅游市场开发对策	292
第十二章 不同形式旅游市场开发策略	295
第一节 自助旅游市场开发分析	295
一、自助旅游的概念	295
二、自助旅游在中国的发展	296
三、自助旅游在发展中障碍	297
四、自助旅游市场开发对策	298
五、高铁自助游产品开发分析	300
第二节 散客旅游市场开发分析	301
一、散客旅游的定义	301
二、散客旅游兴起的原因分析	302
三、散客旅游的心理特征分析	303
四、散客旅游市场的营销策略	304

五、散客旅游市场的发展趋势	306
第三节 组团旅游市场开发分析	307
一、组团旅游影响因素分析	307
二、组团旅游空间规律分析	310
三、组团旅游实际意义分析	311
第十三章 旅行社市场营销策略研究	313
第一节 旅行社行业4P营销策略	313
一、产品策略	313
二、价格策略	313
三、分销策略	314
四、促销策略	314
(一) 广告促销策略	314
(二) 直接营销策略	316
(三) 营销公关策略	317
(四) 推广营销策略	318
第二节 旅行社行业4C营销策略	319
一、顾客 (Consumer)	319
二、成本 (Cost)	319
三、便利性 (Convenience)	319
四、沟通 (Communications)	319
第三节 旅行社行业4R营销策略	320
一、关联 (Related)	320
二、反应速度 (Response speed)	320
三、关系营销 (Relation)	320
四、回报 (Return)	321
第四节 旅行社品牌化经营策略	321
一、品牌化经营意义分析	321
二、品牌化经营具体措施	322
(一) 树立品牌意识	323
(二) 企业品牌主导	323
(三) 实现品牌扩展	323

(四) 巩固品牌品质	324
第五节 旅行社绿色营销策略分析	324
一、绿色营销在旅行社中应用现状	324
二、旅行社绿色营销的问题及原因	325
三、旅行社强化绿色营销策略分析	326
第十四章 2017-2022年旅行社关联行业发展现状及前景预测	329
第一节 中国旅游地产行业发展分析	329
一、旅游地产概述	329
(一) 旅游地产的定义	329
(二) 旅游地产的基本要素	329
(三) 旅游地产的主要形式	330
二、旅游地产分类	331
(一) 旅游景点地产	331
(二) 旅游商务地产	332
(三) 旅游度假地产	332
(四) 旅游住宅地产	334
(五) 其他旅游地产	334
三、旅游地产行业发展现状	335
四、旅游地产行业发展特征	336
五、旅游地产市场需求分析	337
六、旅游地产行业发展趋势	338
第二节 中国酒店业发展现状分析	341
一、星级饭店发展分析	341
(一) 星级饭店总体统计情况	341
(二) 各省区市星级饭店情况	342
(三) 星级饭店分业务经营情况	343
(四) 旅游城市星级饭店情况	344
二、经济型连锁酒店发展分析	346
(一) 经济型酒店业规模分析	346
(二) 经济型酒店抢会议市场	346
(三) 经济型酒店布局二三线	347

(四) 经济型酒店消费者分析	348
(五) 经济型酒店发展瓶颈分析	353
(六) 经济型酒店固有模式突破	354
(七) 经济型酒店品牌两大趋势	355
(八) 经济型酒店转型策略分析	356
第三节 中国餐饮业发展现状分析	358
一、餐饮行业发展基本情况	358
二、餐饮行业总体规模分析	358
三、餐饮行业资产负债统计	359
四、餐饮行业经营效益分析	360
五、国内餐饮行业发展特点	360
六、国内餐饮行业发展趋势	361
第四节 中国会展业发展现状分析	362
一、中国会展业规模与效益	362
二、中国会展业发展新趋势	363
三、中国会展业存在的问题	365
四、中国会展业发展的建议	366
五、会展场馆硬件规模设施的问题	368
六、中国会展经济发展分析	368
(一) 会展经济对城市发展效应	368
(二) 中国会展经济新常态凸显	372
(三) 中国会展经济的发展形势	373
七、地区会展业发展情况分析	373
(一) 深圳会展业发展情况	373
(二) 上海会展业发展情况	374
(三) 重庆会展业发展情况	375
(四) 浙江会展业发展情况	375
(五) 厦门会展业发展情况	375
(六) 西安会展业发展情况	375
第五节 中国免税行业发展现状分析	376
一、免税行业发展现状分析	376
二、免税业务市场竞争状况	376

三、游客免税品的消费情况	377
四、免税业务发展重大机遇	378
五、免税行业发展前景分析	379

第十五章 中国重点旅行社发展情况分析 380

第一节 中国国旅股份有限公司 380

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业经营情况分析
- (3) 企业经营优劣势分析

第二节 中青旅控股股份有限公司 384

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业经营情况分析
- (3) 企业经营优劣势分析

第三节 上海锦江国际旅游股份有限公司 392

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业经营情况分析
- (3) 企业经营优劣势分析

第四节 香港中旅国际投资有限公司 395

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业经营情况分析
- (3) 企业经营优劣势分析

第五节 北京神舟国际旅行社集团有限公司 401

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业经营情况分析
- (3) 企业经营优劣势分析

第六节 中国旅行社总社有限公司 403

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业经营情况分析
- (3) 企业经营优劣势分析

第七节 中国康辉旅行社集团有限责任公司 408

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业经营情况分析

(3) 企业经营优劣势分析	
第八节 广东省中国旅行社股份有限公司	411
(1) 企业发展简况分析	
(2) 企业经营情况分析	
(3) 企业经营优劣势分析	
第九节 广州广之旅国际旅行社股份有限公司	413
(1) 企业发展简况分析	
(2) 企业经营情况分析	
(3) 企业经营优劣势分析	
第十节 上海春秋国际旅行社(集团)有限公司	415
(1) 企业发展简况分析	
(2) 企业经营情况分析	
(3) 企业经营优劣势分析	
第十六章 2017-2022年旅行社行业发展前景分析	441
第一节 中国旅行社行业发展趋势分析	441
一、旅行社发展集团化趋势	441
二、旅行社行业管理模式趋势	442
三、旅行社业务分工体系趋势	444
四、旅行社发展专业化趋势	445
五、旅行社旅游产品趋势	445
六、旅行社发展品牌化趋势	447
七、旅行社发展网络化趋势	448
第二节 中国旅行社行业发展前景分析	448
一、旅游行业"十三五"规划建议	448
二、旅游业信息化"十三五"发展建议	458
三、旅游公共服务"十三五"规划建议	461
四、中国《国民旅游休闲纲要》分析	462
第三节 中国旅行社行业未来发展预测	463
一、旅行社行业市场总体规模预测	463
二、旅行社行业入境游市场规模预测	464
三、旅行社行业出境游市场规模预测	464

四、旅行社行业国内游市场规模预测	465
第十七章 旅行社行业投资策略分析	467
第一节 旅行社行业投资特性分析	467
一、旅行社行业进入壁垒	467
二、旅行社行业盈利因素	469
三、旅行社企业融资渠道	469
（一）旅行社企业融资方法与渠道简析	469
（二）利用股权融资谋划企业发展机遇	471
（三）利用政府杠杆拓展企业融资渠道	475
（四）适度债权融资配置自身资本结构	476
（五）关注民间资本和外资的投资动向	477
第二节 旅行社行业投资机会分析	478
一、中国旅游业将成战略性支柱产业	478
二、中国旅游业将迎来重要转型期	479
三、中国旅行社业务市场前景分析	481
四、中国旅游业市场投资前景良好	482
五、未来旅游业企业政策优惠预期	484
第三节 旅行社行业投资风险分析	486
一、政策风险	486
二、竞争风险	486
三、市场风险	486
四、经营风险	487
五、自然灾害不可抗因素风险	487
第四节 旅行社行业投资策略分析	487
第十八章 中国旅行社投融资及IPO上市策略指导(AK TL)	489
第一节 旅游企业境内IPO上市目的及条件	489
一、旅游企业境内上市主要目的	489
二、旅游企业上市需满足的条件	490
（一）企业境内主板IPO主要条件	490
（二）企业境内中小板IPO主要条件	491

(三) 企业境内创业板IPO主要条件	492
三、企业改制上市中的关键问题	493
第二节 旅游企业IPO上市的相关准备	494
一、企业该不该上市	494
二、企业应何时上市	494
三、企业应何地上市	495
四、企业上市前准备	495
(一) 企业上市前综合评估	495
(二) 企业的内部规范重组	495
(三) 选择并配合中介机构	496
(四) 应如何选择中介机构	496
第三节 旅游企业IPO上市的规划实施	496
一、上市费用规划和团队组建	496
二、尽职调查及问题解决方案	500
三、改制重组需关注重点问题	503
四、企业上市辅导及注意事项	506
五、上市申报材料制作及要求	508
六、网上路演推介及询价发行	509
第四节 旅游企业IPO上市审核工作流程	511
一、企业IPO上市基本审核流程	511
二、企业IPO上市具体审核环节	511
三、与发行审核流程相关的事项	514

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/283484.html>

三、研究方法

- 1、系统分析方法
- 2、比较分析方法
- 3、具体与抽象方法
- 4、分析与综合方法

- 5、归纳与演绎方法
- 6、定性分析与定量分析方法
- 7、预测研究方法

四、数据来源

对行业内相关的专家、厂商、渠道商、业务（销售）人员及客户进行访谈，获取最新的一手市场资料；

艾凯咨询集团长期监测采集的数据资料；

行业协会、国家统计局、海关总署、国家发改委、工商总局等政府部门和官方机构的数据与资料；

行业公开信息；

行业企业及上、下游企业的季报、年报和其它公开信息；

各类中英文期刊数据库、图书馆、科研院所、高等院校的文献资料；

行业资深专家公开发表的观点；

对行业的重要数据指标进行连续性对比，反映行业发展趋势；

中华人民共和国国家统计局 <http://www.stats.gov.cn>

中华人民共和国国家工商行政管理总局 <http://www.saic.gov.cn>

中华人民共和国海关总署 <http://www.customs.gov.cn>

中华人民共和国商务部 <http://www.mofcom.gov.cn>

中国证券监督管理委员会 <http://www.csrc.gov.cn>

中华人民共和国商务部 <http://www.mofcom.gov.cn>

世界贸易组织 <https://www.wto.org>

联合国统计司 <http://unstats.un.org>

联合国商品贸易统计数据库 <http://comtrade.un.org>

五、关于艾凯咨询网

艾凯咨询网（www.icandata.com）隶属艾凯咨询集团（北京华经艾凯企业咨询有限公司），艾凯咨询集团专注提供大中华区产业经济情报，为企业商业决策赋能，是领先的市场研究

报告和竞争情报提供商

艾凯咨询集团为企业提供专业投资咨询报告、深度研究报告、市场调查、统计数据等。艾凯咨询网每天更新大量行业分析报告、图表资料、竞争情报、投资情报等，为用户及时了解迅速变化中的世界和中国市场提供便利，为企业商业决策赋能。

研究力量

高素质的专业的研究分析团队，密切关注市场最新动向。在多个行业，拥有数名经验丰富的专业分析师。对于特定及专属领域，我们有国内外众多合作研究机构，同时我们聘请数名行业资深专家顾问，帮助客户分清市场现状和趋势，找准市场定位和切入机会，提出合适中肯的建议，帮助客户实现价值，与客户一同成长。

我们的优势

权威机构 艾凯咨询集团二十年深厚行业背景;
数量领先 囊括主流研究报告和权威合作伙伴;
服务齐全 促销、推荐指数、积分、网上支付等;
良好声誉 广泛知名度、满意度，众多新老客户。