

2016-2022年中国旅行社市场深度调研与投资前景研究报告

报告目录及图表目录

博思数据研究中心编制

www.bosidata.com

报告报价

《2016-2022年中国旅行社市场深度调研与投资前景研究报告》信息及时，资料详实，指导性强，具有独家，独到，独特的优势。旨在帮助客户掌握区域经济趋势，获得优质客户信息，准确、全面、迅速了解目前行业发展动向，从而提升工作效率和效果，是把握企业战略发展定位不可或缺的重要决策依据。

官方网站浏览地址：<http://www.bosidata.com/lyyou1511/Y67504E3W0.html>

【报告价格】纸介版7000元 电子版7000元 纸介+电子7200元

【出版日期】2015-11-10

【交付方式】Email电子版/特快专递

【订购电话】全国统一客服务热线：400-700-3630(免长话费) 010-57272732/57190630

博思数据研究中心

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。

说明、目录、图表目录

报告说明:

博思数据发布的《2016-2022年中国旅行社市场深度调研与投资前景研究报告》共八章。报告介绍了旅行社行业相关概述、中国旅行社产业运行环境、分析了中国旅行社行业的现状、中国旅行社行业竞争格局、对中国旅行社行业做了重点企业经营状况分析及中国旅行社产业发展前景与投资预测。您若想对旅行社产业有个系统的了解或者想投资旅行社行业，本报告是您不可或缺的重要工具。

旅行社（Travel Agency），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。旅行组织者或制作批发商或批发商在旅游需求提出前，以组织交通运输，预订不同的住宿和提出所有其他服务为旅行和旅居做准备。”的行业机构。我国《旅行社管理条例》中指出：旅行社是指以营利为目的，从事旅游业务的企业。其中旅游业务是指为旅游者代办出境、入境和签证手续，招徕、接待旅游者，为旅游者安排食宿等有偿服务的经营活动。旅行社的营运项目通常包括了各种交通运输票券（例如机票、巴士票与船票），套装行程，旅行保险，旅行书籍等的销售，与国际旅行所需的证照（例如护照、签证）的咨询代办。最小的旅行社可能只有一人，最大的旅行社则全球都有分店。从旅行社衍生的职业有：领队、导游、票务员、签证专员、计调员（旅游操作）等。经营旅行社是必须要持有当局发出的有效牌照，并且必须是某指定旅行社商会的会员才能经营旅行团，进行带团旅行。

报告目录：

第一章 中国旅行社行业定义及外部影响因素分析 22

1.1 旅行社行业发展综述 22

1.1.1 旅行社定义 22

1.1.2 旅行社行业界定 22

1.1.3 旅行社行业属性 22

（1）行业所处的生命周期 22

（2）行业对经济周期的反应 24

1.1.4 旅行社行业特性 24

（1）季节性特点 24

（2）地域性特点 26

1.1.5 旅行社行业发展阶段	26
1.2 旅行社行业发展环境分析	28
1.2.1 旅行社行业政策环境分析	28
(1) 旅行社行业管理体制	28
(2) 旅行社行业发展政策及法律法规	28
(3) 旅行社行业标准	30
1.2.2 国内外宏观经济走势分析	32
(1) 国际经济环境分析	32
(2) 国内经济环境分析	36
(3) 宏观经济对行业的影响	37
1.2.3 旅行社行业安全环境分析	37
(1) 旅游事故情况	37
(2) 旅游事故对潜在游客心理的影响	38
(3) 旅游事故对旅行社的影响	39
1.2.4 旅游业社会环境分析	39
(1) 法定节假日和带薪假期实施	39
(2) 人口年龄结构	40
(3) 社会结构	41
1.2.5 旅行社行业消费环境分析	43
(1) 商品零售分析	43
(2) 消费支出结构分析	43
(3) 消费结构升级	44

第二章 中国旅行社关联行业发展现状及前景预测 45

2.1 旅游业发展现状及前景预测	45
2.1.1 中国旅游景区发展分析	45
(1) 旅游景区资源基本情况	45
(2) 旅游景区经营业绩分析	46
(3) 旅游景区的群落共生效应	48
2.1.2 全球旅游市场发展分析	49
(1) 全球国际旅游人数分析	49
(2) 全球国际旅游收入分析	50

(3) 全球国际旅游支出分析	51
2.1.3 中国旅游市场发展分析	51
(1) 国内旅游市场发展分析	51
(2) 入境旅游市场发展分析	52
(3) 出境旅游市场发展分析	57
2.1.4 中国旅游市场发展预测	58
(1) 中国国内旅游市场发展预测	58
(2) 入境旅游市场发展预测	59
(3) 出境旅游市场发展预测	60
2.2 酒店业发展现状及前景预测	60
2.2.1 星级饭店发展分析	60
(1) 星级酒店市场总体经营情况	60
(2) 不同星级酒店经营指标分析	61
(3) 不同地区酒店经营情况分析	62
2.2.2 经济型连锁酒店发展分析	62
(1) 经济型酒店规模分析	62
(2) 经济型酒店区域分布情况	63
(3) 经济型酒店产品结构	64
(4) 经济型酒店竞争格局	65
(5) 内外资经济型酒店核心竞争力比较	65
(6) 经济型酒店发展模式分析	67
2.2.3 酒店业发展趋势和前景分析	69
(1) 中国酒店业发展趋势	69
(2) 酒店业发展前景分析	70
2.3 餐饮业发展现状及前景预测	72
2.3.1 我国餐饮业发展状况	72
2.3.2 餐饮业消费特征分析	73
2.3.3 餐饮业集中度分析	74
2.3.4 餐饮业经营现状及对策分析	75
(1) 现状：餐饮业在波动中缓慢回升	75
(2) 现象：大众化餐饮发展势头强劲推动部分省市回暖	76
(3) 现象：行业景气指数小幅上升，企业用工需求继续下降	76

(4) 问题：高端餐企政策限制，大众餐饮成本上升 76

(5) 对策：高端餐企改变战略 77

2.3.5 餐饮业发展趋势及前景预测 78

(1) 中国餐饮行业发展趋势 78

(2) 中国餐饮行业发展前景预测 79

2.4 会展业发展现状及前景预测 80

2.4.1 会展行业规模分析 80

(1) 展览场馆规模 80

1) 展览场馆总体规模 80

2) 展览场馆数量区域分布 81

3) 展览场馆面积区域分布 82

(2) 展会数量与面积 84

1) 整体情况 84

2) 区域情况 84

2.4.2 展会分布情况 85

(1) 展会时间分布 85

(2) 展会类型分布 86

(3) 展会行业分布 87

(4) 会展展期分布 88

2.4.3 中国会展行业竞争分析 89

(1) 会展行业竞争现状分析 89

(2) 会展行业优劣势分析 89

2.4.4 会展业与旅游业的对接分析 90

(1) 会展业与旅游业对接基础 91

(2) 国内会展业与旅游业对接现状 91

(3) 会展业与旅游业对接策略 92

2.4.5 会展业与旅游业融合发展前景展望 93

第三章 中国旅行社行业发展现状及前景预测 95

3.1 旅行社行业发展现状分析 95

3.1.1 旅行社资产及从业人员 95

3.1.2 旅行社经营情况分析 96

- (1) 总体经营情况 96
- (2) 行业盈利结构 96
- 3.1.3 旅行社行业发展规模 98
 - (1) 旅行社市场规模 98
 - (2) 旅行社数量规模 98
- 3.1.4 旅行社行业区域发展情况 99
 - (1) 旅行社区域分布格局 99
 - (2) 旅行社各地区数量规模 100
 - (3) 旅行社行业区域集中度 102
 - (4) 旅行社行业区域国际化情况 103
- 3.1.5 旅行社行业竞争格局分析 104
 - (1) 行业议价能力分析 104
 - (2) 行业竞争情况分析 104
 - (3) 行业潜在威胁分析 105
 - (4) 旅行社行业竞争建议 105
- 3.2 旅行社行业转型分析 106
 - 3.2.1 旅行社行业发展阶段 106
 - 3.2.2 旅行社行业分工体系 106
 - 3.2.3 国际旅行社行业的发展借鉴 108
 - (1) “垂直分工”为主的分工体系 108
 - (2) 欧美旅行社的一体化进程 110
 - (3) 国际成功旅行社的基本模式 112
 - 3.2.4 旅行社业务转型建议 114
 - (1) 增加新型服务项目 114
 - (2) 增强电子商务功能 115
 - (3) 走融合发展之路 115
- 3.3 旅行社行业热点问题讨论 116
 - 3.3.1 导游体制改革 116
 - (1) 导游方面存在的主要问题及其原因 116
 - (2) 遏制、扭转“零负团费”操作模式 118
 - (3) 加强对导游管理机构的监管 118
 - (4) 明确导游的职业定位 119

- (5) 建立合理透明的薪酬制度 119
- (6) 改革完善导游准入-退出机制 120
- (7) 完善导游分类和等级制度 120
- (8) 促进导游协会的建设和发展 121
- 3.3.2 旅行社行业发展存在的问题及对策建议 121
 - (1) 旅行社行业发展存在的问题 121
 - (2) 旅行社行业发展对策建议 124
- 3.4 旅行社行业前景预测 125
 - 3.4.1 旅行社业发展影响因素 125
 - (1) 有利因素 125
 - (2) 不利因素 127
 - 3.4.2 旅行社业发展前景分析 128
 - 3.4.3 旅行社业发展规模预测 130

第四章 中国旅行社主营业务经营情况分析 132

- 4.1 旅行社国内游业务结构分析 132
- 4.2 旅行社国内游业务经营情况分析 134
 - 4.2.1 旅行社国内游业务特点分析 134
 - 4.2.2 旅行社国内游组织和接待情况 135
 - (1) 旅行社国内游组织情况 135
 - (2) 旅行社国内游接待情况 136
 - 4.2.3 旅行社国内游业务营业收入和利润情况 138
- 4.3 旅行社入境游业务经营情况分析 138
 - 4.3.1 旅行社入境游业务特点分析 138
 - 4.3.2 旅行社入境游外联和接待情况 139
 - (1) 旅行社入境游外联情况 139
 - (2) 旅行社入境游接待情况 141
 - (3) 旅行社入境游客源地国家或地区情况 142
 - 4.3.3 旅行社入境游业务营业收入和利润情况 143
- 4.4 旅行社出境游业务经营情况分析 144
 - 4.4.1 旅行社出境游业务特点分析 144
 - 4.4.2 旅行社出境游组织情况 145

- (1) 旅行社出境游组织情况 145
- (2) 旅行社出境游目的地国家或地区情况 147
- 4.4.3 旅行社出境游业务营业收入和利润情况 149
- 4.5 旅行社其他业务发展潜力分析 149
- 4.5.1 旅行社商务会奖旅游业务发展潜力分析 149
- 4.5.2 旅行社票务代理业务发展潜力分析 152
- 4.5.3 旅行社签证业务发展潜力分析 152
- 4.5.4 旅行社游轮旅游业务发展潜力分析 153
- (1) 世界邮轮旅游业快速增长 153
- (2) 中国邮轮旅游市场阶段 156
- (3) 中国游轮市场政策分析 157

第五章 中国旅行社行业市场开发及营销策略研究 159

- 5.1 不同群体旅游市场开发分析 159
- 5.1.1 农民旅游市场开发分析 159
- (1) 开发农民旅游市场的可行性 159
- (2) 农民旅游心理研究 159
- (3) 农民旅游活动中存在的问题分析 159
- (4) 农民旅游市场开发对策研究 161
- 5.1.2 大学生旅游市场开发分析 163
- (1) 开发大学生旅游市场的可行性 163
- (2) 大学生旅游心理分析 165
- (3) 大学生旅游市场的特征 166
- (4) 大学生旅游市场的开发策略 167
- 5.1.3 老年旅游市场开发分析 170
- (1) 开发老年旅游市场的可行性 170
- (2) 老年旅游的现状特点分析 171
- (3) 老年旅游市场的开发策略 172
- 5.1.4 女性旅游市场开发分析 174
- (1) 女性旅游类型及心理分析 174
- (2) 女性旅游营销策略及建议 176
- (3) 女性消费者的旅游营销启示 177

5.2 不同形式旅游市场开发分析	179
5.2.1 自助旅游市场开发分析	179
(1) 自助旅游的概念	179
(2) 自助旅游市场发展情况	179
(3) 自助旅游在发展中障碍	180
(4) 自助旅游的发展趋势	182
5.2.2 散客旅游市场开发分析	183
(1) 散客旅游概念	183
(2) 散客旅游市场的营销策略	183
(3) 散客旅游市场的发展趋势	185
5.2.3 组团旅游市场开发分析	185
(1) 组团与散客旅游差异化分析	186
(2) 组团旅游市场开发策略分析	186
(3) 组团旅游市场发展趋势分析	188
5.3 旅行社行业营销策略研究	189
5.3.1 旅行社行业4P营销策略	189
(1) 产品策略	189
(2) 价格策略	191
(3) 分销策略	194
(4) 促销策略	198
5.3.2 旅行社行业4C营销策略	202
5.3.3 旅行社行业4R营销策略	203
(1) 关联 (Related)	203
(2) 反应速度 (Response speed)	204
(3) 关系营销 (Relation)	204
(4) 回报 (Return)	204
5.3.4 旅行社品牌化经营策略	205
(1) 品牌化经营的意义	205
(2) 旅行社品牌化经营的具体措施	206
5.3.5 旅行社绿色营销策略分析	209
(1) 绿色营销在旅行社中应用现状	209
(2) 旅行社绿色营销存在问题及原因	210

(3) 旅行社强化绿色营销的对策 211

5.4 旅行社连锁经营模式探析 213

5.4.1 连锁经营模式形式比较 213

5.4.2 连锁经营优劣势分析 214

5.4.3 旅行社连锁经营现状分析 216

5.4.4 旅行社连锁经营前景分析 217

第六章 中国旅行社电子信息化模式探析 218

6.1 旅行社电子商务应用与发展模式分析 218

6.1.1 电子商务在旅行社业务中的应用分析 218

(1) 旅行社应用电子商务的优势 218

(2) 旅行社电子商务发展的现状 219

6.1.2 电子商务在中小旅行社中的应用分析 220

(1) 中小旅行社开展电子商务的现状 220

(2) 阻碍中小旅行社开展电子商务的原因 220

(3) 中小旅行社开展电子商务的对策建议 221

6.1.3 旅行社行业电子商务发展模式探析 222

(1) 基于第三方旅游交易平台的合作模式 222

(2) 基于目的地公共旅游信息网的发展模式 224

(3) 基于加盟旅行社电子商务平台的联合体模式 224

(4) 基于大型旅行社自建电子商务平台的发展模式 225

6.2 旅行社在线旅游业务探析 226

6.2.1 旅行社在线旅游业务的新营销模式 226

6.2.2 在线旅行预订市场发展现状及潜力预测 227

(1) 在线旅行预订市场规模 227

(2) 在线旅行预订市场结构 229

(3) 在线旅行预订市场竞争格局 230

(4) 在线旅行预订服务覆盖人数 231

6.2.3 旅行社在线旅游应用情况 233

6.2.4 旅行社在线旅游业务机遇与挑战 234

6.2.5 在线旅行社发展展望 237

6.3 传统旅行社与电子商务的融合分析 237

- 6.3.1 电子商务对传统旅行社的影响分析 237
 - (1) 旅游电子商务对传统旅行社的冲击 237
 - (2) 旅游电子商务与传统旅行社的比较 238
 - (3) 电子商务背景下传统旅行社的发展策略 240
- 6.3.2 传统旅行社行业网络营销分析 241
 - (1) 旅行社网络营销的优势分析 241
 - (2) 旅行社网络营销存在的难题 241
 - (3) 旅行社网络营销的策略分析 242
- 6.3.3 传统旅行社与电子商务的融合趋势 243
 - (1) 旅行社与网络平台加速融合 243
 - (2) “在线旅行社”模式有望成为主流 243
 - (3) “在线旅行社”模式有望脱颖而出 244

第七章 中国领先旅行社经营情况分析 245

- 7.1 中国旅行社排行榜 245
 - 7.1.1 全国旅行社集团十强 246
 - 7.1.2 全国旅行社税收十强 246
- 7.2 中国领先旅行社经营分析 247
 - 7.2.1 中国国旅股份有限公司经营情况分析 247
 - (1) 企业发展情况简介 247
 - (2) 企业主营业务分析 248
 - (3) 企业地位与资质分析 249
 - (4) 企业经营情况分析 250
 - 1) 企业营收情况分析 250
 - 2) 企业盈利能力分析 250
 - 3) 企业运营能力分析 251
 - 4) 企业偿债能力分析 251
 - 5) 企业发展能力分析 252
 - (5) 企业旅游产品分析 252
 - (6) 企业布局情况分析 253
 - (7) 企业投资整合分析 253
 - (8) 企业经营状况优劣势分析 253

(9) 企业最新发展动向分析 254

7.2.2 中青旅控股股份有限公司经营情况分析 254

(1) 企业发展情况简介 254

(2) 企业主营业务分析 255

(3) 企业地位与资质分析 256

(4) 企业经营情况分析 256

1) 企业营收情况分析 256

2) 企业盈利能力分析 257

3) 企业运营能力分析 257

4) 企业偿债能力分析 258

5) 企业发展能力分析 258

(5) 企业旅游产品分析 259

(6) 企业布局情况分析 259

(7) 企业投资整合分析 259

(8) 企业经营状况优劣势分析 260

(9) 企业最新发展动向分析 260

7.2.3 上海锦江国际旅游股份有限公司经营情况分析 261

(1) 企业发展情况简介 261

(2) 企业主营业务分析 262

(3) 企业地位与资质分析 262

(4) 企业经营情况分析 262

1) 企业营收情况分析 262

2) 企业盈利能力分析 263

3) 企业运营能力分析 263

4) 企业偿债能力分析 264

5) 企业发展能力分析 264

(5) 企业旅游产品分析 265

(6) 企业布局情况分析 265

(7) 企业经营状况优劣势分析 265

7.2.4 中国康辉旅行社集团有限责任公司经营情况分析 266

(1) 企业发展情况简介 266

(2) 企业主营业务及经营情况分析 267

- (3) 企业地位与资质分析 267
- (4) 企业旅游产品分析 267
- (5) 企业布局情况分析 267
- (6) 企业经营状况优劣势分析 268
- 7.2.5 中国国际旅行社总社有限公司经营情况分析 268
 - (1) 企业发展情况简介 268
 - (2) 企业主营业务及经营情况分析 269
 - (3) 企业地位与资质分析 270
 - (4) 企业旅游产品分析 270
 - (5) 企业布局情况分析 271
 - (6) 企业经营状况优劣势分析 271
 - (7) 企业最新发展动向分析 271

第八章 博思数据对中国旅行社行业投资分析及预测 333

- 8.1 旅行社行业及细分市场吸引力评价 333
 - 8.1.1 旅行社行业吸引力评价 333
 - (1) 旅行社行业竞争指标分析 333
 - (2) 旅行社行业平均盈利水平指标分析 333
 - (3) 旅行社行业发展潜力指标分析 334
 - (4) 旅行社行业吸引力综合评价 335
 - 8.1.2 旅行社行业细分市场吸引力评价 335
- 8.2 旅行社行业投资特性 336
 - 8.2.1 旅行社行业进入壁垒 336
 - 8.2.2 旅行社行业盈利模式 337
 - 8.2.3 旅行社行业盈利来源构成 339
 - (1) 美国旅行社营业收入构成 339
 - (2) 新加坡旅行社盈利来源 340
 - (3) 我国旅行社盈利来源分析 340
- 8.3 旅行社行业纵向整合投资分析 341
 - 8.3.1 旅行社行业投资动向分析 341
 - (1) 旅行社投资动向 341
 - (2) “在线旅行社”投融资事件 342

8.3.2 旅行社行业纵向整合投资分析 344

8.4 旅行社行业投资建议 344

8.4.1 旅行社行业投资环境 344

8.4.2 旅行社行业投资机会 345

8.4.3 旅行社行业投资风险 345

(1) 旅行社业政策风险 345

(2) 旅行社业宏观经济波动风险 346

(3) 旅行社业季节性风险 346

(4) 旅行社业其他风险 346

8.4.4 旅行社行业投资建议 347

(1) 对景区进行股权投资 347

(2) 投资重点细分市场 347

图表目录：

图表1：行业生命周期理论 23

图表2：近年中国旅行社行业增速与GDP增速对比图（单位：%） 24

图表3：1999-2015年中国黄金周旅游人数和旅游收入情况（单位：万人，亿元） 25

图表4：中国旅行社行业的历史发展阶段 27

图表5：旅行社行业发展政策及法律法规 28

图表6：旅行社行业相关标准 30

图表7：2008-2015年2季度美国实际GDP季环比折年率走势（单位：%） 33

图表8：2000-2015年2季度欧元区GDP季度同比增长变化（单位：%） 34

图表9：2007-2015年2季度（季调后）日本实际GDP环比变化（单位：%） 35

图表10：2015-2015年全球主要国家宏观经济指标及预测（单位：%） 35

图表11：2008-2015年9月中国国内生产总值及其增长情况（单位：万亿元，%） 36

图表12：旅游突发事件基本情况表（单位：起，人） 38

图表13：旅游事故对潜在游客心理的影响 38

图表14：2015年中国法定节假日情况 40

图表15：截至2014年年末中国人口数及其构成（单位：万人，%） 41

图表16：中国目前“金字塔型”社会结构具体表现 41

图表17：2014年中国社会消费品零售总额及构成情况（单位：亿元，%） 43

图表18：中国人均消费性支出结构（单位：%） 44

图表19：中国旅游景区分类情况 45

图表20：全国A级旅游景区接待游客人数前10名（单位：万人次） 46

图表21：全国A级旅游景区门票收入前10名（单位：亿元） 47

图表22：全国A级旅游景区营业收入前10名（单位：亿元） 47

图表23：2005-2015年6月全球国际旅游人数（单位：亿人次，%） 50

图表24：2014年前6-9个月全球旅游收入增幅TOP5排行（单位：%） 50

图表25：2014年前6-9个月全球旅游支出增幅TOP6排行（单位：%） 51

图表26：2005-2015年中国国内旅游人数增长情况（单位：亿人次，%） 52

图表27：2006-2015年中国国内旅游收入增长情况（单位：亿元，%） 52

图表28：2014年中国入境旅游接待人数（单位：万人次，%） 53

图表29：2015年1-10月中国入境旅游接待人数（单位：万人次，%） 53

图表30：2014年中国入境旅游外汇收入（单位：亿美元，%） 54

图表31：2015年1-10月中国入境旅游外汇收入（单位：亿美元，%） 54

图表32：2015年1-10月中国入境旅游客源结构（单位：%） 55

图表33：2015年1-9月中国入境旅游主要客源市场情况（单位：%） 55

图表34：2015年1-9月入境旅游外国人性别结构（单位：%） 56

图表35：2015年1-9月外国人入境旅游目的（单位：%） 56

图表36：2015年1-9月入境旅游外国人年龄结构（单位：%） 57

图表37：2004-2015年中国出境旅游人数走势图（单位：亿人次，%） 58

图表38：2016-2022年中国国内旅游人数预测（单位：亿人次，%） 59

图表39：2016-2022年中国国内旅游收入预测（单位：亿元，%） 59

图表40：2015年Q3全国星级饭店经营情况表（按星级分）（单位：家，亿元，%） 60

图表41：2015年Q3全国星级饭店经营情况平均指标表（按星级分）（单位：家，元/间夜，%，元/间） 61

图表42：2015年Q3全国星级饭店经营情况平均指标比较（按星级分）（单位：%） 61

图表43：2003-2015年中国经济型酒店门店数量（单位：家，%） 63

图表44：截至2014年Q2经济型酒店客房数城市份额（单位：%） 64

图表45：中国经济型酒店产品结构（单位：%） 64

图表46：2015年12月国内经济型酒店品牌排名（前二十名） 65

图表47：2007年以来四品牌酒店数量（直营店/加盟店）（单位：家） 68

图表48：中国酒店业发展趋势 69

图表49：2001-2015年中国住宿和餐饮业零售额占社会消费品零售总额比重（单位：%） 72

图表50：2015-2016年全国餐饮收入情况（单位：亿元，%） 73

图表51：餐饮业消费特征分析 73

图表52：2014年规模以上餐饮企业营业收入结构（单位：%） 75

图表53：餐饮企业高端品牌转型 77

图表54：餐饮企业经营转型 77

图表55：中国餐饮行业发展趋势 78

图表56：2014年中国展览场馆总数量与展览面积（单位：个，万平方米） 80

图表57：2014年全国展览馆数量省份比例（单位：%） 81

图表58：2014年全国展览馆数量省份分布（单位：个） 82

图表59：2014年全国展览馆面积省份比例（单位：%） 83

图表60：2014年全国展览馆面积省份分布（单位：万平方米） 83

图表61：2008-2015年全国展览会数量及展出面积（单位：场，万平方米） 84

图表62：2014年北京、上海、广州等一线城市举办展览会情况（单位：场，万平方米） 85

图表63：2014年展览数量前十位省市（单位：场，万平方米，万平方米/场） 85

图表64：2014年展会数量月度分布（单位：个） 86

图表65：2014年全国展览会类型分布（单位：%） 87

图表66：2014年展览会行业分布图（单位：场） 88

图表67：2014年全国展览会展期分布图（单位：%） 88

图表68：中国会展行业优劣势分析 89

图表69：国内会展业与旅游业对接脱节分析 91

图表70：会展业与旅游业对接策略 92

图表71：2014年全国旅行社财务状况表（单位：千元，人） 95

图表72：2014年旅行社行业经营情况（单位：亿元，%） 96

图表73：2006-2015年中国旅行社收入结构（单位：%） 97

图表74：2006-2015年中国旅行社毛利率对比（单位：%） 97

图表75：2007-2015年中国旅行社行业营业收入及增长情况（单位：亿元，%） 98

图表76：2007-2015年旅行社数量规模及增长情况（单位：家，%） 99

图表77：2015-2016年全国旅行社数量区域分布变化情况（单位：家，%） 100

图表78：2007-2015年旅行社数量地区分布（单位：家） 101

图表79：我国旅行社数量的区域分布情况（单位：家，%） 102

图表80：我国旅游外汇收入的地区分布（单位：百万美元，%） 103

图表81：外商投资旅行社数量的地区分布（单位：家，%） 103

图表82：旅行社行业竞争建议 105

图表83：旅行社垂直分工体系 107

图表84：垂直分工体系下旅行社的经营模式 107

图表85：旅行社水平分工体系 108

图表86：国际旅行社分工体系 109

图表87：欧美旅行社行业的发展历程 111

图表88：欧美旅行社行业一体化进程的主要表现 111

图表89：欧美旅行社国际一体化案例 112

图表90：日本JTB、美国罗森布鲁斯公司、美国运通公司的发展模式 112

图表91：国际成功旅行社的基本模式 113

图表92：导游方面存在的问题 116

图表93：旅行社行业发展存在的问题 122

图表94：旅行社发展面临的具体问题 123

图表95：旅行社行业发展对策建议 124

图表96：2005-2015年我国旅游总收入占国内生产总值的比重（单位：%） 129

图表97：2016-2022年中国旅行社行业营业收入预测（单位：亿元） 131

图表98：2014年三大旅游市场人次情况比较（单位：%） 132

图表99：2015年第三季度三大旅游市场人次情况比较（单位：%） 133

图表100：2014年三大旅游市场人天情况比较（单位：%） 133

图表101：2015年第三季度三大旅游市场人天情况比较（单位：%） 134

图表102：旅行社国内游业务特点分析 134

图表103：2014年组织国内旅游人次排名前十位的地区情况（单位：%） 136

图表104：2015年第三季度组织国内旅游人次排名前十位的地区情况（单位：%） 136

图表105：2014年旅行社接待国内旅游人次排名前十位的地区情况（单位：%） 137

图表106：2015年第三季度旅行社接待国内旅游人次排名前十位的地区情况（单位：%） 137

图表107：2006-2015年旅行社国内游毛利率（单位：%） 138

图表108：旅行社入境游业务特点分析 138

图表109：2014年全国旅行社入境旅游外联接待情况（单位：人次，人天） 140

图表110：2015年前三季度全国旅行社入境旅游外联接待情况（单位：人次，人天） 141

图表111：2014年旅行社入境旅游外联人次排名前十位的客源地国家和地区（单位：%） 142

图表112：2015年第三季度旅行社入境旅游外联人次排名前十位的客源地国家和地区（单位：%） 142

图表113：2014年旅行社入境旅游接待人次排名前十位的客源地国家和地区（单位：%） 143

图表114：2015年第三季度旅行社入境旅游接待人次排名前十位的客源地国家和地区（单位：%） 143

图表115：2006-2015年旅行社入境游毛利率（单位：%） 144

图表116：旅行社出境游业务特点分析 144

图表117：2014年全国旅行社出境旅游组织情况表（单位：人次，人天） 146

图表118：2015年前三季度全国旅行社出境旅游组织情况表（单位：人次，人天） 147

图表119：2014年旅行社出境旅游组织人次排名前十位的目的地国家和地区（单位：%） 148

图表120：2015年第三季度旅行社出境旅游组织人次排名前十位的目的地国家和地区（单位：%） 148

略……

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。

详细请访问：<http://www.bosidata.com/lvyou1511/Y67504E3W0.html>