



TAM

— 2020 —

旅行社管理

## 经济环境：旅游业逐渐成为国民经济新增长点

图1-3 2014-2018年中国旅游业总收入及对中国GDP综合贡献统计情况



数据来源：文化和旅游部，iiMedia Research（艾媒咨询）

### 2013-2019年上半年我国旅游人数统计



### 2013-2019年上半年我国旅行社数量统计图



# 项目

## ——认识旅行社



### 任务一

——了解旅行社的产生与发展



### 任务二

——明确旅行社的定义、性质、职能、行业特点、类型和基本业务

# 任务一 了解旅行社的产生与发展

## 一、国外旅行社的产生与发展

(一) 产生时间：1845年8月  
英国托马斯库克旅行社

(二) 产生条件：经济条件  
运输条件  
需求条件

(三) 发展的三大阶段：  
起步阶段:1845-1937二战前  
成长阶段:1945-20C80后期  
成熟阶段:20C90初至今



近代旅游业的开山鼻祖  
——托马斯·库克

# 托马斯库克的 传奇一生



## 你如何评价托马斯库克？他的人生经历对你有何启示？

-  **周婷婷** 03-02 09:43 0 0 0 0  
近代旅游业先驱，非常具有开创性思维，有思想，有领导力。
-  **李悦** 03-02 09:43 0 0 0 0  
他是现代旅游的创始人，也是第一个团队旅游的组织人，是旅游界的伟人和值得我们学习的人。
-  **周姗姗** 03-02 09:44 0 0 0 0  
托马斯是具有创新开拓精神的先驱，他对于我的启示是勇于尝试。
-  **易瑶** 03-02 09:45 0 0 0 0  
托马斯·库克是近代旅游业之父，为旅游业的发展做出重大贡献，是旅游界的伟人，一生创造性地经营着新兴的旅游业，在世界旅游史上创造了许多项第一。
-  **黄姿贝** 03-02 09:45 0 0 0 0  
从高中阶段知晓托马斯库克 了解他的丰功伟绩 他开创了旅游业的先河 是旅游界的伟人
-  **吴向宇** 03-02 09:46 0 0 0 0  
是一个很大胆的人，敢于走独木桥，开创新事业，为旅游业的发展做出了不可磨灭的贡献
-  **陈薇** 03-02 09:46 0 0 0 0  
他是近代旅游业的先驱者；  
启示：要能够看到大众的需求，顺应市场，勇于创新。
-  **尹迪** 03-02 09:46 0 1 0 0  
我认为托马斯库克是一个有智慧、有远见的人，他的许多做法都具有开创性，是旅游业中当之无愧的先驱。  
他的人生经历让我明白，要多看、多想、多思考。要敢于有开创精神、有远见，不只拘泥于眼前的各种模式。
-  **潘河** 03-02 09:46 0 0 0 0  
作为一个行业的开创者，能够先于他人去发现商机，并真正将其挖掘出来，令人佩服

# 任务一 了解旅行社的产生与发展

## 一、国外旅行社的产生与发展

(一) 产生时间：1845年8月  
英国托马斯库克旅行社

(二) 产生条件：经济条件  
运输条件  
需求条件

(三) 发展的三大阶段：  
起步阶段:1845-1937二战前  
成长阶段:1945-20C80后期  
成熟阶段:20C90初至今



近代旅游业的开山鼻祖  
——托马斯·库克

比利时铁路  
卧车公司

美国运通公司

英国托马斯库克  
旅行社



## 三大阶段旅行社发展特征比较

阶段	市场需求	交通方式	数量	企业规模	产品种类
起步	市场容量小； 市场发育不成熟； 绝大多数人没有 旅行经验；	陆路和水路 <sup>1</sup>	少 <sup>2</sup>	小	少 <sup>3</sup>
成长	社会大众化、 无差别需求	水、陆、空 <sup>4</sup>	大幅增加	大规模跨越国 界设立分支机 构，形成跨国 旅游企业集团	更加丰富
成熟	差异化、复杂化、 个性化和多样化 的需求；	水、陆、空	继续增加； 少数的超级巨头； 数量庞大的小旅 行社；	通过收购、兼 并形成了超大 旅行社；	弹性生产； 创新产品；

1. 轮船、火车、汽车

2. 美国、日本、欧洲国家成立了为数不多的旅行社；20C初，形成行业三巨头

3. 观光、探险

4. 喷气式飞机用于民航

# 任务一 了解旅行社的产生与发展

## 一、国外旅行社的产生与发展

(一) 产生时间：1845年8月  
英国托马斯库克旅行社

(二) 产生条件：经济条件  
运输条件  
需求条件

(三) 发展的三大阶段：  
起步阶段:1845-1937二战前  
成长阶段:1945-20C80后期  
成熟阶段:20C90初至今



近代旅游业的开山鼻祖  
——托马斯·库克

## 二战后国际旅游发展情况(资料来源:世界旅游组织WTO)

年份	旅游人数 (亿人次)	增长率 (%)	旅游收入 (亿美元)	增长率 (%)
1950	0.25		21	
1960	0.73	183	68	224
1970	1.59	121	179	163
1980	2.80	76	949	430
1990	4.15	48	2300	142
2000	6.98	68	4760	107

无差别大众化旅游需求

## 三大阶段旅行社发展特征比较

阶段	市场需求	交通方式	数量	企业规模	产品种类
起步	市场容量小； 市场发育不成熟； 绝大多数人没有 旅行经验；	陆路和水路 <sup>1</sup>	少 <sup>2</sup>	小	少 <sup>3</sup>
成长	社会大众化、 无差别需求	水、陆、空 <sup>4</sup>	大幅增加	大规模跨越国 界设立分支机 构，形成跨国 旅游企业集团	更加丰富
成熟	差异化、复杂化、 个性化和多样化 的需求；	水、陆、空	继续增加； 少数的超级巨头； 数量庞大的小旅 行社；	通过收购、兼 并形成了超大 旅行社；	弹性生产； 创新产品；

1. 轮船、火车、汽车

2. 美国、日本、欧洲国家成立了为数不多的旅行社；20C初，形成行业三巨头

3. 观光、探险

4. 喷气式飞机用于民航

# 任务一 了解旅行社的产生与发展

## 一、国外旅行社的产生与发展

(一) 产生时间：1845年8月  
英国托马斯库克旅行社

(二) 产生条件：经济条件  
运输条件  
需求条件

(三) 发展的三大阶段：  
起步阶段:1845-1937二战前  
成长阶段:1945-20C80后期  
成熟阶段:20C90初至今



近代旅游业的开山鼻祖  
——托马斯·库克

美国

VS

中国

1家/万人

1/3家/万人

产业集中度提高







百度



# 网络化、科技化经营



百度

## 三大阶段旅行社发展特征比较


阶段	市场需求	交通方式	数量	企业规模	产品种类
起步	市场容量小； 市场发育不成熟； 绝大多数人没有 旅行经验；	陆路和水路 <sup>1</sup>	少 <sup>2</sup>	小	少 <sup>3</sup>
成长	社会大众化、 无差别需求	水、陆、空 <sup>4</sup>	大幅增加	大规模跨越国 界设立分支机 构，形成跨国 旅游企业集团	更加丰富
成熟	差异化、复杂化、 个性化和多样化 的需求；	水、陆、空	继续增加； 少数的超级巨头； 数量庞大的小旅 行社；	通过收购、兼 并形成了超大 旅行社；	弹性生产； 创新产品；

1. 轮船、火车、汽车

2. 美国、日本、欧洲国家成立了为数不多的旅行社；20C初，形成行业三巨头

3. 观光、探险

4. 喷气式飞机用于民航



TAM

— 2020 —

旅行社管理

# 任务一 了解旅行社的产生与发展

## 二、中国旅行社的产生与发展

(一) 产生背景：

与西方旅行社产生背景不尽相同

(二) 产生时间：

1923年上海商业储蓄银行旅行部

(三) 发展的五大阶段：

萌芽阶段(1923年-1948年)

寡头垄断阶段(1949年-1983年)

粗放式增长阶段(1984年-1994年)

内涵式发展阶段(1995年-2002年)

完全竞争阶段(2003年至今)



中国旅游业的创始人  
——陈光甫

# 你如何评价陈光甫先生？他的人生经历对你有何启示？



## 创办中国最小的银行

1915年6月2日，陈光甫创办了上海商业储蓄银行（下文简称“上海银行”）。开办的资本额为10万，实则仅为7万。开业仪式上，陈光甫不敢办酒席，不敢请同业董事，连银钱公会的董事朱五楼都不敢请。



## 为保银行信誉 得罪军阀

袁世凯得势后，派张勋任江苏都督，张勋要求江苏银行“抄报银行存户名单”，陈光甫以“银行应该为储户保密”为由加以拒绝，并辞职以示抗议，引得张勋勃然大怒。这件事经过当时国内媒体的大力报道，使得陈光甫重视商业道德的声誉崛起，也让他赢得了社会好评。



## “中国旅游业之父”

上海银行创办后，在交通总长叶恭綽等人的支持下，北京政府批准了陈光甫经办旅行社事业的要求。1923年8月15日，上海银行旅行部宣告成立，这就是中国旅行社的前身，由此开创了旅游业的现代化经营。



吴翠燕

03-02 08:54

**置顶** 陈光甫能够开办一家旅行社的条件是什么？



0 3 0



刘玉婷

03-02 09:47

旅游需求、中国市场没有旅行社、国外旅行社的成熟示范、各种交通经济基础、陈光甫拥有长远眼光、经济头脑，又勇于尝试

0 0 0



严雯雯

03-02 10:00

社会的发展、物质与经济基础、旅游需求的满足、国际旅行社的成立推动我国的旅游行业的发展

0 0 0



黄冬

03-02 10:02

自己的过往经验，旅游的需求，经济的发展，社会的进步

0 0 0



陈薇

03-02 10:03

当时我国旅游业为少数洋商所垄断，所以中国市场有这个需求，而且陈光甫留学多年，又酷爱旅游，有创办旅行社的决心

0 0 0



孙晋洋

03-02 10:10

自己拥有一定的经济实力，社会影响力，大环境下对旅行社行业的需要。

0 0 0




张博文

03-02 10:14

我认为陈光甫可以成功创办旅行社的原因有：1、充足的资金足够他开一家旅行社。2、社会原因和他本身的遭遇让他产生了创办旅行社的欲望。3、个人的优点和魅力让他还是总经理的时候股东和其他人愿意帮助他创办旅行社。

0 1 0



TAM

— 2020 —

旅行社管理

# 任务一 了解旅行社的产生与发展

## 二、中国旅行社的产生与发展

(一) 产生背景：

与西方旅行社产生背景不尽相同

(二) 产生时间：

1923年上海商业储蓄银行旅行部

(三) 发展的五大阶段：

萌芽阶段(1923年-1948年)

寡头垄断阶段(1949年-1983年)

粗放式增长阶段(1984年-1994年)

内涵式发展阶段(1995年-2002年)

完全竞争阶段(2003年至今)



中国旅游业的创始人  
——陈光甫





1927年 上海商业储蓄银行旅行部更名为

中国旅行社

萍踪旅行团

友声旅行团

精武体育会旅行部

现代旅行社

铁路游历经理处

国际旅游协会

中国汽车旅行社

浙江名胜导游团

## 五大阶段旅行社发展特征比较

阶段	市场环境	行业规模	旅行社性质规模	产品种类
萌芽	需求量少	中国旅行社及其分支机构成立；其他旅行社及相似的旅游组织出现；行业规模尚未形成濒于停顿	规模小	少
寡头垄断	三分入境市场	三家寡头旅行社及其分支机构	直属政府的行政事业单位；不具企业性质	较少
内涵式发展	竞争激烈，市场秩序混乱，出台政策法规，整顿市场，扩大需求	增速有所放缓	规模有所扩大	-

# 任务一 了解旅行社的产生与发展

## 二、中国旅行社的产生与发展

(一) 产生背景：

与西方旅行社产生背景不尽相同

(二) 产生时间：

1923年上海商业储蓄银行旅行部

(三) 发展的五大阶段：

萌芽阶段(1923年-1948年)

寡头垄断阶段(1949年-1983年)

粗放式增长阶段(1984年-1994年)

内涵式发展阶段(1995年-2002年)

完全竞争阶段(2003年至今)



中国旅游业的创始人  
——陈光甫

# 1949年11月9日 厦门华侨服务社

1957年4月22日 华侨旅行服务社总社在北京成立

1974年 更名为中国旅行社（简称中旅CTS）

1954年4月15日  
中国国际旅行社成立

1980年6月27日

中国青年旅行社成立（简称青旅CYTS）



主要接待港澳台同胞和来华旅游的  
海外华侨和华人



主要接待外国来华的旅游者



主要接待来华的海外青年旅游者



## 五大阶段旅行社发展特征比较

阶段	市场环境	行业规模	旅行社性质规模	产品种类
寡头垄断	三分入境市场	三家寡头旅行社及其分支机构	直属政府的行政事业单位； 不具企业性质	较少
内涵式发展	竞争激烈，市场秩序混乱，出台政策法规，整顿市场，扩大需求	增速有所放缓	规模有所扩大	-

# 任务一 了解旅行社的产生与发展

## 二、中国旅行社的产生与发展

(一) 产生背景：

与西方旅行社产生背景不尽相同

(二) 产生时间：

1923年上海商业储蓄银行旅行部

(三) 发展的五大阶段：

萌芽阶段(1923年-1948年)

寡头垄断阶段(1949年-1983年)

粗放式增长阶段(1984年-1994年)

内涵式发展阶段(1995年-2002年)

完全竞争阶段(2003年至今)



中国旅游业的创始人  
——陈光甫

# 改革开放以后

海外旅游者每年以 **20%**

的**增速**涌入我国

1984年 下放旅游外联权

1984年 批准中国公民自费出境游

(港澳地区、新加坡、马来西亚和泰国)

1985年 首次明确旅行社的企业性质

第一部行业法规《旅行社管理暂行条例》出台

国内旅游也保持了持续

三大事件

三大市场

## 五大阶段旅行社发展特征比较

阶段	市场环境	行业规模	旅行社性质规模	产品种类
寡头垄断	三分入境市场	三家寡头旅行社及其分支机构	直属政府的行政事业单位；不具企业性质	较少
粗放式增长	供不应求；入境市场限制解除；出境游市场放开；国内旅游市场持续增长	迅速扩大；	明确了企业性质；	有所增加；
内涵式发展	竞争激烈，市场秩序混乱，出台政策法规，整顿市场，扩大需求	增速有所放缓	规模有所扩大	-

# 任务一 了解旅行社的产生与发展

## 二、中国旅行社的产生与发展

(一) 产生背景：

与西方旅行社产生背景不尽相同

(二) 产生时间：

1923年上海商业储蓄银行旅行部

(三) 发展的五大阶段：

萌芽阶段(1923年-1948年)

寡头垄断阶段(1949年-1983年)

粗放式增长阶段(1984年-1994年)

内涵式发展阶段(1995年-2002年)

完全竞争阶段(2003年至今)



中国旅游业的创始人  
——陈光甫



《旅行社质量保证金暂行规定》

《旅行社质量保证金暂行规定实施细则》

《旅行社管理条例》

《旅行社管理条例实施细则》

《旅行社质量保证金赔偿暂行办法》

《旅行社质量保证金赔偿试行标准》

《旅行社经理资格认证管理规定》

《旅行社办理旅游意外保险暂行规定》

《中国公民自费出国旅游管理暂行办法》

《导游人员管理条例》

《旅行社投保旅行社责任保险规定》



# 国内市场扩容

## 五大阶段旅行社发展特征比较

阶段	市场环境	行业规模	旅行社性质规模	产品种类
寡头垄断	三分入境市场	三家寡头旅行社及其分支机构	直属政府的行政事业单位；不具企业性质	较少
内涵式发展	竞争激烈，市场秩序混乱，出台政策法规，整顿市场，扩大国内需求	增速有所放缓	规模有所扩大	-

# 任务一 了解旅行社的产生与发展

## 二、中国旅行社的产生与发展

(一) 产生背景：

与西方旅行社产生背景不尽相同

(二) 产生时间：

1923年上海商业储蓄银行旅行部

(三) 发展的五大阶段：

萌芽阶段(1923年-1948年)

寡头垄断阶段(1949年-1983年)

粗放式增长阶段(1984年-1994年)

内涵式发展阶段(1995年-2002年)

完全竞争阶段(2003年至今)



中国旅游业的创始人  
——陈光甫


外资旅行社落地生根

旅行社集团化趋势明显

信息技术的广泛运用

## 五大阶段旅行社发展特征比较

阶段	市场环境	行业规模	旅行社性质规模	产品种类
寡头垄断	三分入境市场	三家寡头旅行社及其分支机构	直属政府的行政事业单位；不具企业性质	较少
内涵式发展	竞争激烈，市场秩序混乱，出台政策法规，整顿市场，扩大需求	持续增长	规模有所扩大	-
完全竞争	市场壁垒打开，外资企业进入，竞争环境复杂	继续扩大	集团化发展	多样化



TAM

— 2020 —

旅行社管理

# 任务一 了解旅行社的产生与发展

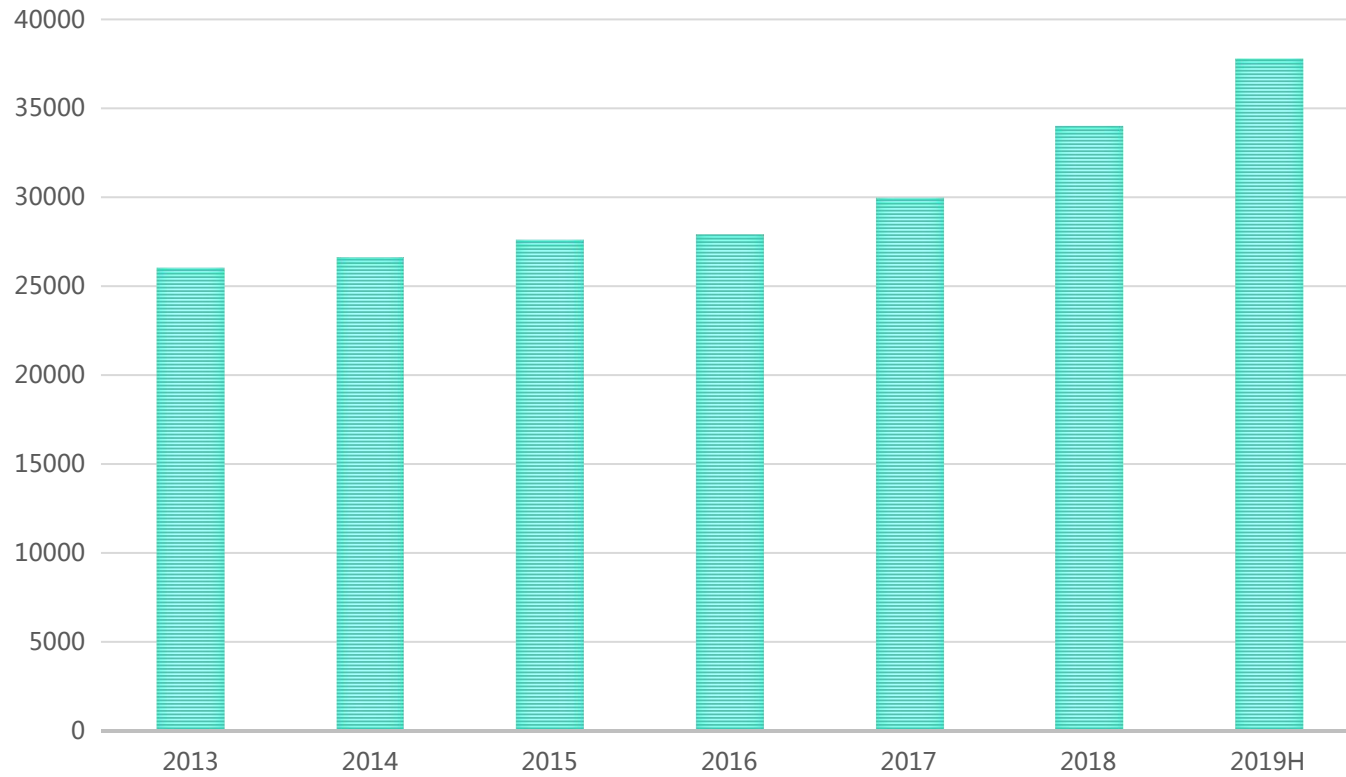
## 三、中国旅行社行业发展现状

(一) 行业规模：

多年缓慢增长后，近两年迎来小增长



## 2013-2019上半年我国旅行社数量





图表4：截至2019年三季度末中国旅行社分布地图



资料来源：中国文化和旅游部 前瞻产业研究院整理

@前瞻经济学人APP

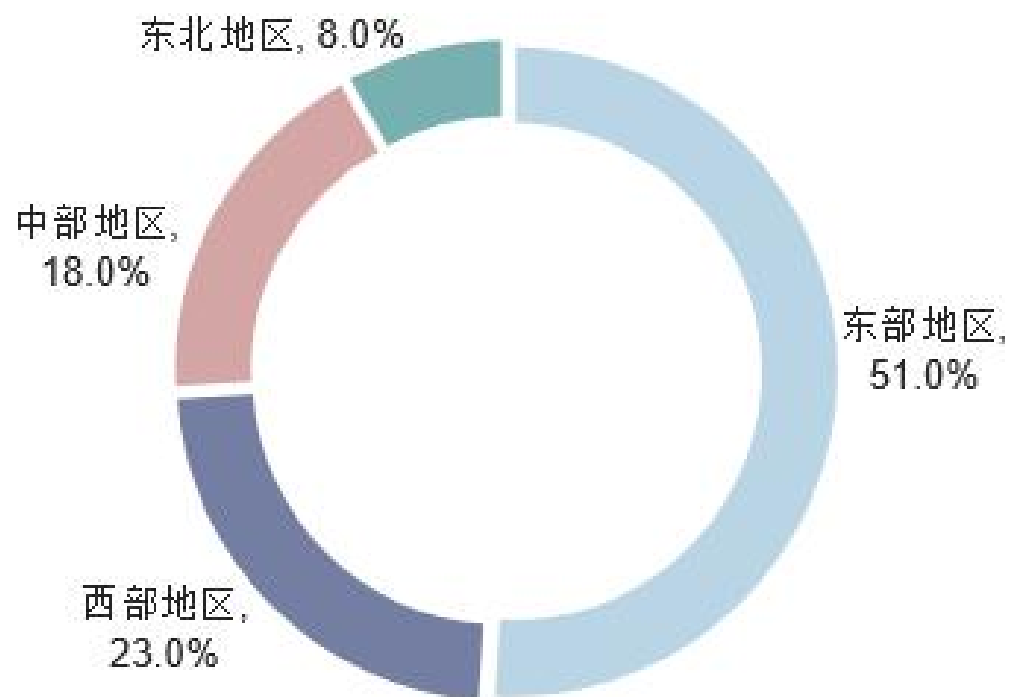
图表5：2016年和2019年三季度末旅行社数量TOP10地区对比(单位：家)

地区	2016年	2019年三季度末
广东	2028	3192
北京	1344	2999
江苏	2241	2911
浙江	2051	2742
山东	2115	2583
上海	1261	1741
辽宁	1258	1524
河北	1373	1507
安徽	1070	1469
湖北	1057	1253

资料来源：中国文化和旅游部 前瞻产业研究院整理

@前瞻经济学人APP

## 2019年上半年我国旅行社数量地域分布图



# 任务一 了解旅行社的产生与发展

## 三、中国旅行社行业发展现状

(一) 行业规模：

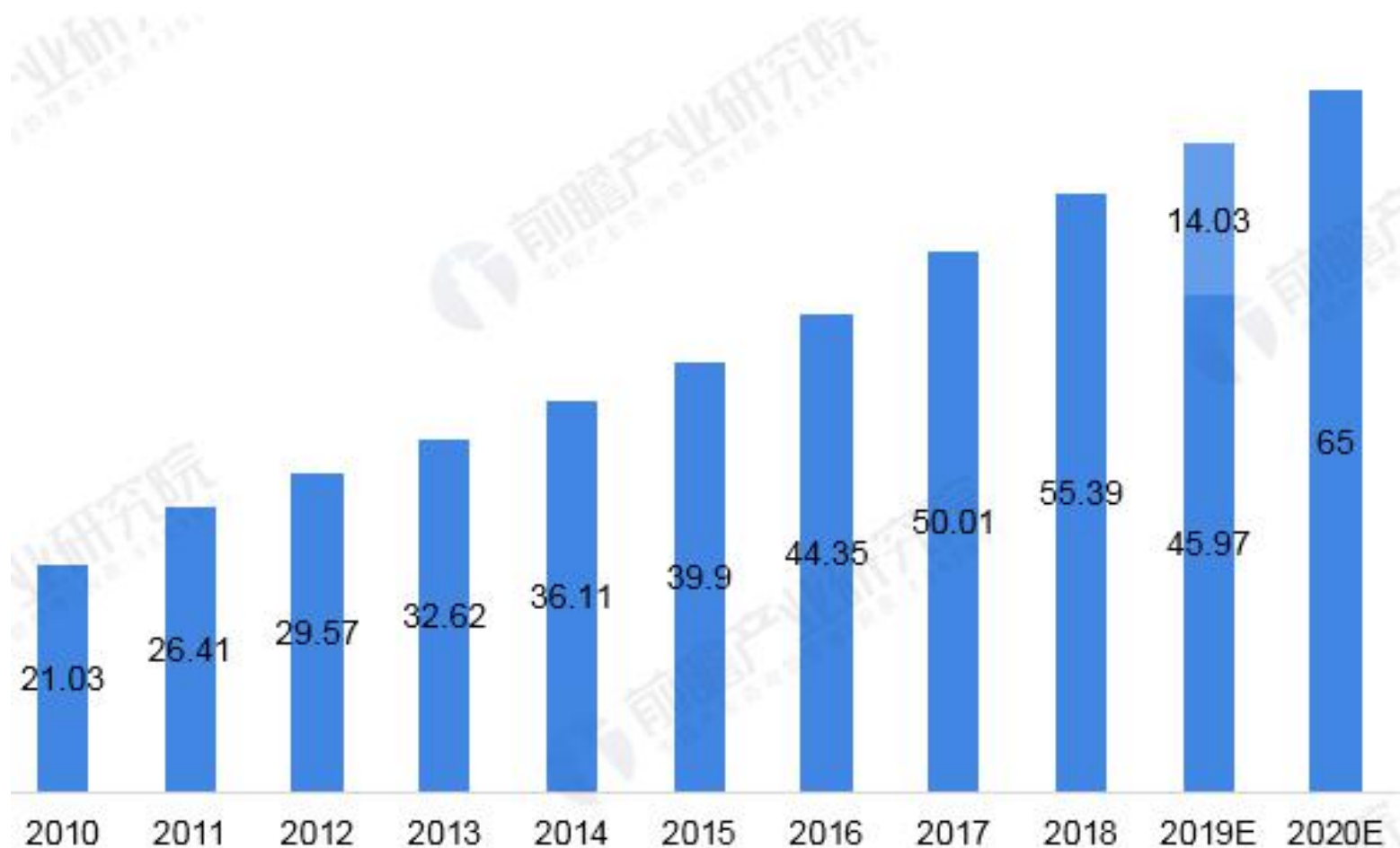
多年缓慢增长后，近两年迎来小增长

(二) 接待情况：

局部市场组织接待规模有所增长



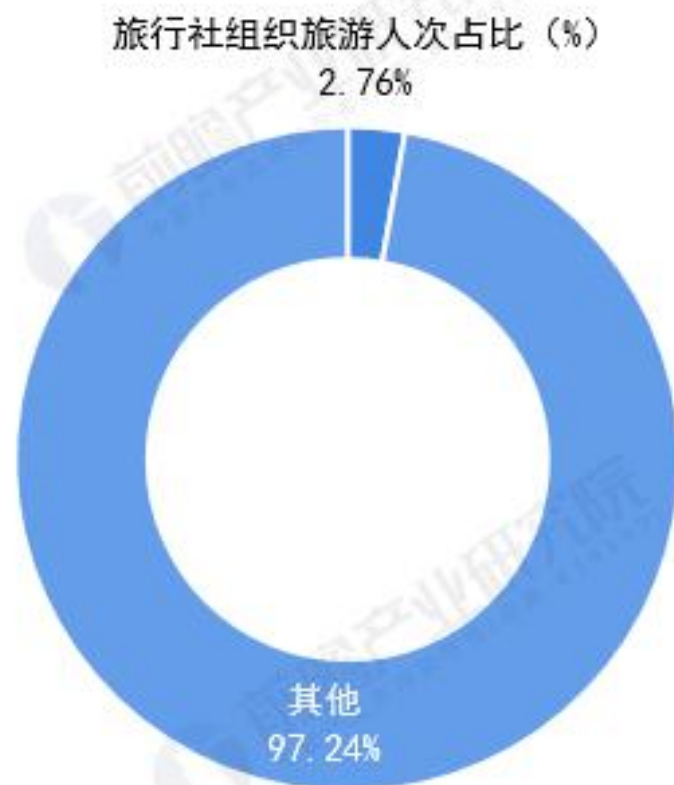
图表1：2010-2020年中国国内旅游人数及预测(单位：亿人次)



资料来源：中国文化和旅游部 前瞻产业研究院整理

@前瞻经济学人APP

图表2：2019年前三季度中国旅行社组织旅游人次占国内旅游人次整体情况(单位：%)



资料来源：中国文化和旅游部 前瞻产业研究院整理

@前瞻经济学人APP

# 中国旅行社发展现状

——2016年数据分析

类目	第一季度	第二季度	第三季度	第四季度
旅行社总数	28055	27856	28021	28097
入境外联人次/人天数	236.98/926.67	343.55/1416.02	379.79/1696.87	438.23/1885.59
入境接待人次/人天数	298.32/982.38	487.71/1591.51	553.55/1786.44	570.26/2018.66
入境外联前十客源地	港、韩、台、澳、泰、日、新、马、美、俄	港、韩、台、澳、泰、美、日、马、新、俄	港、韩、台、澳、日、新、美、泰、马、俄	港、台、韩、澳、日、泰、美、新、马、俄
入境接待前十客源地	香、台、韩、澳、美、新、泰、马、日、俄	港、台、韩、澳、美、泰、马、日、新、俄	韩、台、澳、印尼、港、菲、越、泰、新、马	港、韩、台、澳、美、日、马、泰、新、俄
国内外联人次/人天数	2181.53/7271.48	3879.80/11603.6	4770.48/15432.69	4242.86/13118.1
国内接待人次/人天数	2297.21/5708.20	3943.21/9336.22	6022.85/13907.75	4265.06/10949.16
国内外联前十客源地	粤、浙、鲁、沪、渝、苏、鄂、辽、闽、京	苏、粤、浙、沪、鲁、鄂、闽、渝、湘、辽	粤、苏、浙、沪、鲁、渝、鄂、湘、辽、闽	粤、苏、浙、沪、闽、鲁、辽、渝、鄂、京
国内接待前十客源地	苏、浙、粤、琼、闽、滇、鄂、鲁、沪、川	苏、浙、粤、鄂、闽、沪、滇、鲁、湘、皖	浙、京、闽、冀、赣、陕、豫、晋、蒙、黑	苏、浙、粤、闽、鄂、沪、鲁、滇、琼、湘
出境组织人次/人天数	1064.23/5630.18	1372.28/7581.22	1702.45/9036.47	1448.91/8064.34
出境组织前十目的地	泰、港、日、韩、台、澳、新、越、马、印尼	泰、韩、日、港、台、澳、越、新、马、印尼	泰、韩、日、港、澳、台、越、新、马、俄	泰、韩、日、港、澳、台、越、新、马、印尼
三市场组接前十地区	粤、鲁、辽、浙、京、苏、闽、沪、川、鄂	粤、苏、鲁、浙、京、辽、闽、沪、鄂、湘	粤、鲁、苏、浙、辽、湘、闽、京、陕、鄂	粤、鲁、苏、闽、辽、浙、京、沪、湘、鄂

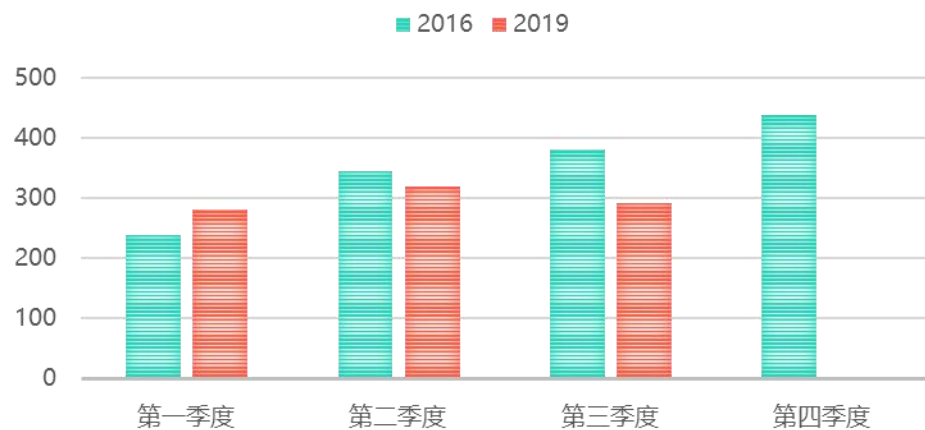
# 中国旅行社发展现状

——2019年数据分析

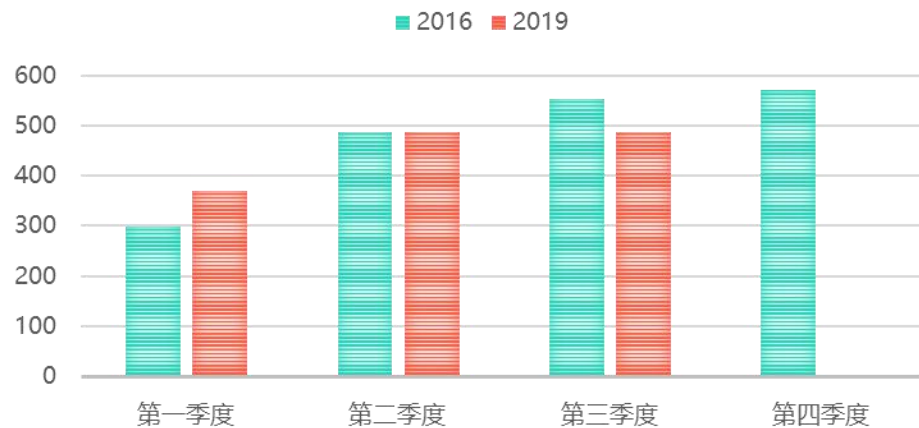
类目	第一季度	第二季度	第三季度	第四季度
旅行社总数	36942	37794	38433	
入境外联人次/人天数	279.32/916.50	317.79/1232.59	290.58/1144.83	
入境接待人次/人天数	368.51/1080.24	487.65/1544.32	485.69/1561.90	
入境外联前十客源地	港、台、澳、韩、日、 马、泰、新、美、俄	港、台、澳、韩、日、美、 马、泰、新、俄	港、台、澳、韩、日、 俄、美、新、泰、马	
入境接待前十客源地	港、台、澳、韩、日、 美、马、泰、新、俄	港、台、韩、澳、美、马、 俄、新、日、泰	港、台、韩、澳、美、 俄、马、日、新、泰	
国内外联人次/人天数	3127.64/9660.25	4645.72/13124.14	4930.03/15758.92	
国内接待人次/人天数	3084.66/7575.37	4727.42/11145.67	5587.22/13519.81	
国内外联前十客源地	粤、苏、浙、鲁、渝、 闽、鄂、沪、湘、辽	苏、粤、浙、沪、鲁、渝、 鄂、湘、闽、川	粤、苏、浙、渝、鲁、 鄂、湘、闽、沪、川	
国内接待前十客源地	浙、苏、琼、鄂、粤、 闽、湘、滇、鲁、渝	浙、苏、鄂、粤、湘、闽、 沪、皖、鲁、滇	浙、鄂、苏、粤、湘、 滇、闽、鲁、皖、渝	
出境组织人次/人天数	1487.58/7474.72	1579.92/7994.46	1758.58/8988.89	
出境组织前十目的地	泰、越、日、港、台、 澳、新、马、印尼、菲	泰、日、港、台、越、澳、 新、马、印尼、俄	泰、日、台、越、港、 澳、新、马、俄、印尼	
三市场组接前十地区	粤、苏、辽、鲁、闽、 浙、京、鄂、湘、沪	粤、浙、苏、辽、闽、湘、 鲁、沪、京、鄂	粤、辽、苏、浙、湘、 鲁、闽、京、鄂、沪	



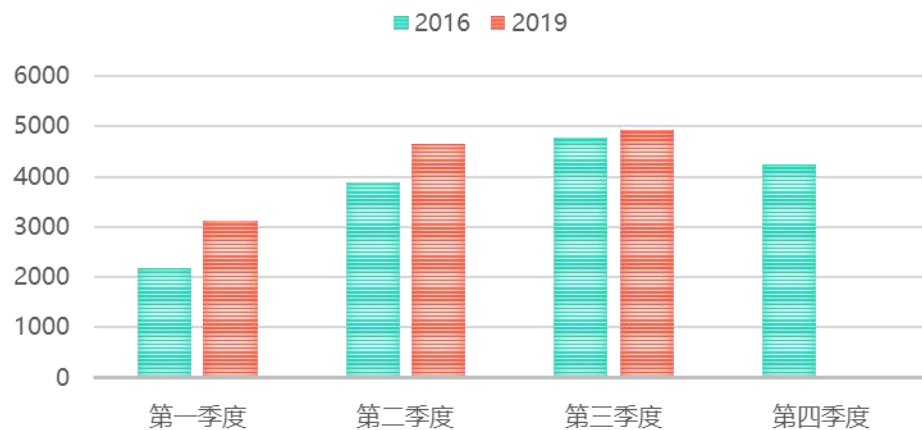
## 入境外联人次数



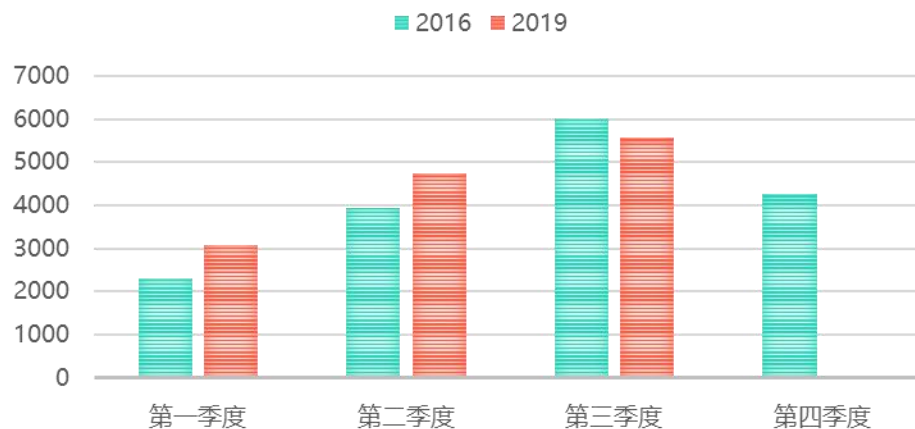
## 入境接待人次数



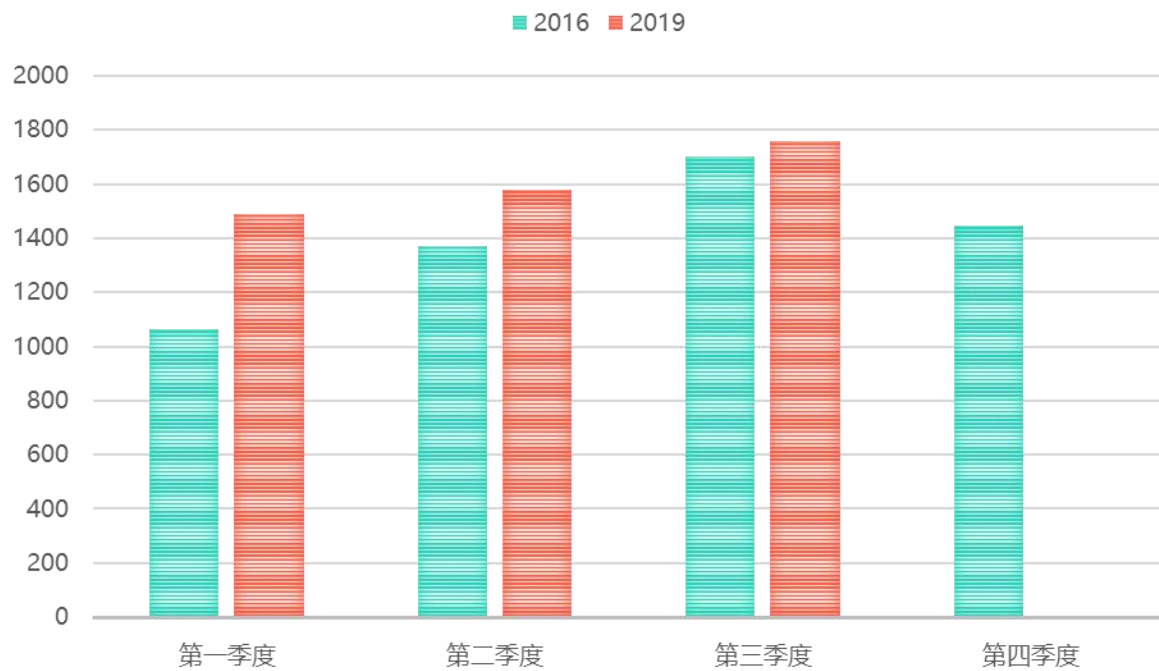
## 国内外联人次数



## 国内接待人次数



## 出境组织人次数



图表5：2019年前三季度中国各地区旅行社组织旅游情况(单位：万人天,天)

地区/全国	旅行社国内旅游组织（万人天）	平均旅行天数（天）
全国	38543.3	3.03
广东	3935.4	2.46
江苏	3773.5	2.67
浙江	3006.1	2.45
重庆	3141.2	3.36
山东	2900.7	3.20
湖北	1956.9	2.53
上海	2139.8	2.97
湖南	1930.0	2.74
福建	2217.9	3.23
四川	1331.7	2.89
辽宁	2599.5	5.89
安徽	1125.1	2.92
北京	1810.1	5.01
天津	740.9	2.59
陕西	960.6	3.75
河北	576.9	2.59
江西	652.1	3.00
云南	674.7	3.23
河南	500.2	3.00
山西	593.5	3.84
广西	407.5	3.06
贵州	358.6	3.64
吉林	282.1	4.23
海南	111.8	1.96
青海	100.1	2.40
黑龙江	144.0	3.70
内蒙古	145.7	3.90
宁夏	148.5	4.05
甘肃	136.0	4.41
新疆	66.2	3.52
新疆兵团	52.4	5.34
西藏	23.6	2.94

图表3：2019年前三季度中国旅行社组织旅游地区分布情况



资料来源：中国文化和旅游部 前瞻产业研究院整理

@前瞻经济学人APP

图表4：2019年前三季度中国旅行社组织旅游地区分布情况(单位：万人次)

地区	旅行社国内旅游组织人次 (万人次)	地区	旅行社国内旅游组织人次 (万人次)
广东	1597.5	江西	217.7
江苏	1414.2	云南	208.9
浙江	1229.0	河南	166.9
重庆	933.5	山西	154.6
山东	905.5	广西	133.1
湖北	773.3	贵州	98.5
上海	721.1	吉林	66.7
湖南	703.8	海南	56.9
福建	687.2	青海	41.6
四川	460.1	黑龙江	39.0
辽宁	441.1	内蒙古	37.3
安徽	384.8	宁夏	36.7
北京	361.2	甘肃	30.8
天津	286.1	新疆	18.8
陕西	256.5	新疆兵团	9.8
河北	222.9	西藏	8.0

资料来源：中国文化和旅游部 前瞻产业研究院整理

@前瞻经济学人APP

# 任务一 了解旅行社的产生与发展

## 三、中国旅行社行业发展现状

(一) 行业规模：

多年缓慢增长后，近两年迎来小增长

(二) 接待情况：

局部市场组织接待规模有所增长

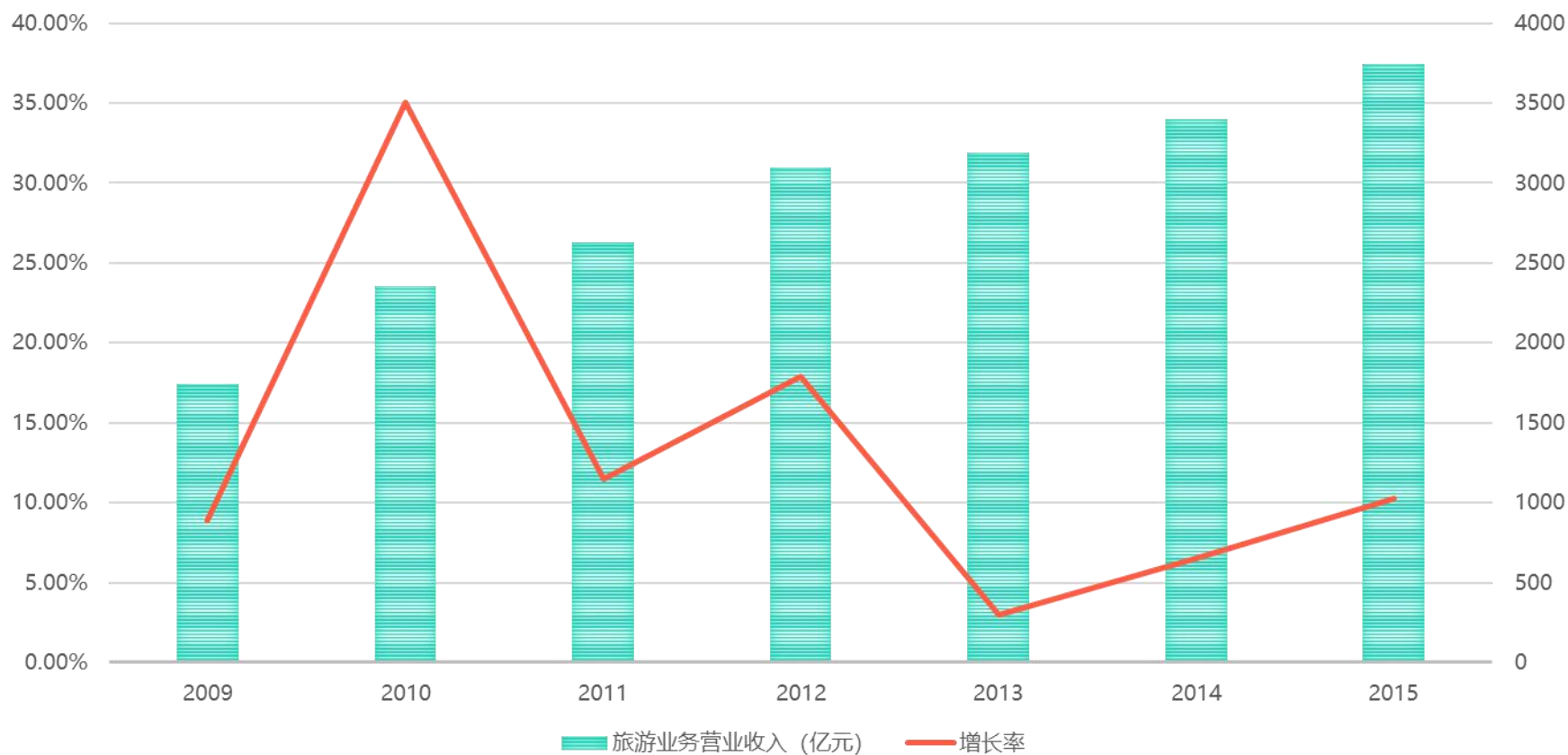
(三) 经营收益情况：

营业收入增速持续走低

利润总额负增长

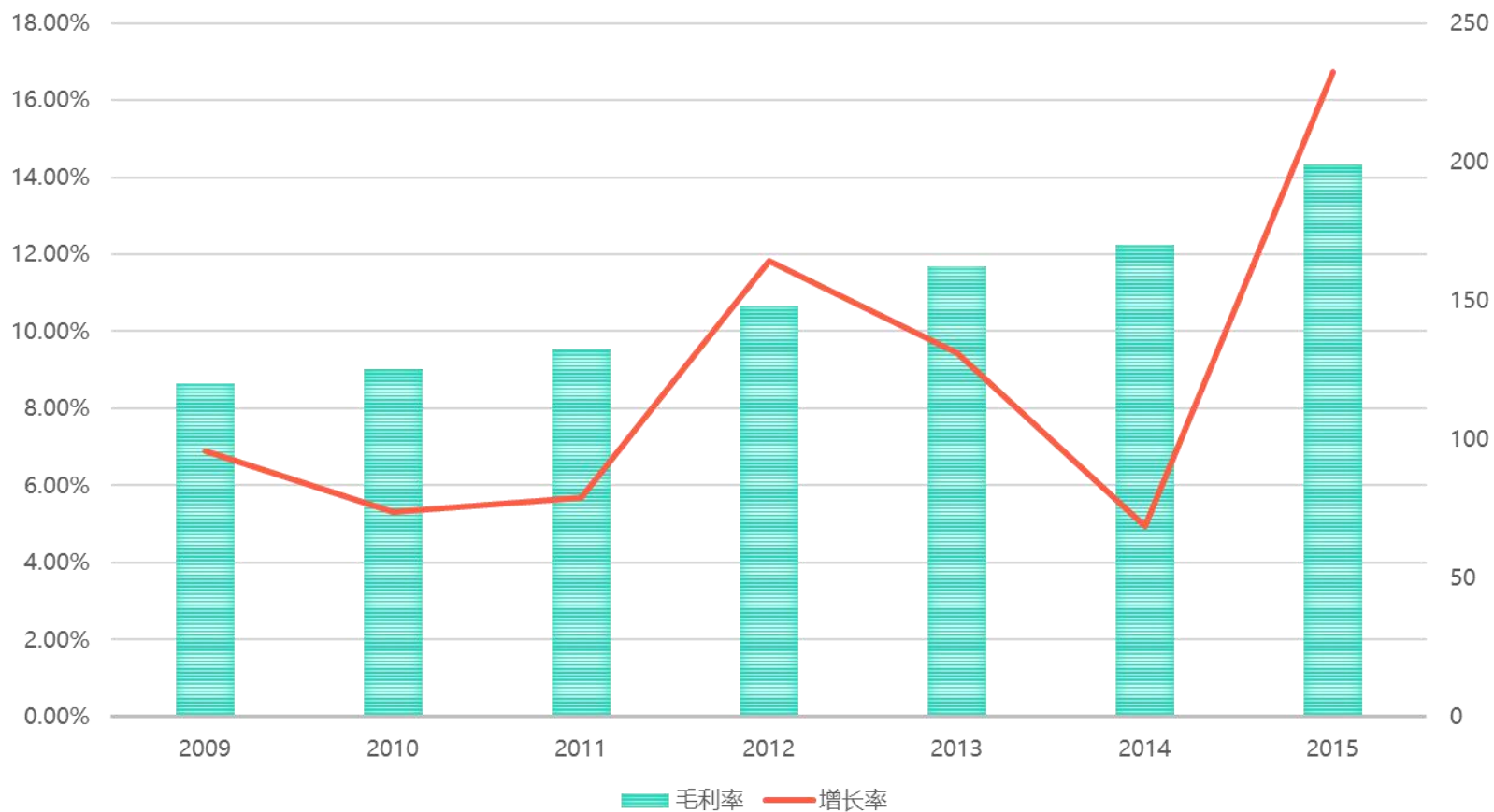


## 2009-2015全国旅行社行业旅游业务营业收入总额及增长率





## 2009-2015全国旅行社行业旅游业务毛利润及增长率





# 中国旅行社发展现状

——2015年数据分析

## 行业规模

**全国总数：27621**  
**同比增长：3.64%**  
**减量省份：**新疆、宁夏、河南等7个省份  
**减幅最大：**新疆4.44%  
**增量省份：**其余25省  
**增幅最大：**西藏92%  
**增幅超10%：**兵团、吉林、湖南3省  
**过两千省：**江苏、山东、浙江  
**低于五百：**9省  
**最少省份：**宁夏111家  
**直接从业人员：**334030↓  
**大中专以上：**244112↑

## 经营效益(亿元)

**旅游业务营业收入：**3747.77 (10.29%)  
**旅游业务利润：**198.79 (16.72%)  
**营业利润：**18.60亿元  
**利润总额：**21.88亿元  
**国内旅游营业收入：**1790.24 (0.37%)  
**国内旅游业务利润：**91.06 (0.86%)  
**占全国旅行社旅游业务利润总量的45.81%**  
**出境旅游营业收入：**1683.69 (26.47%)  
**出境旅游业务利润：**88.16 (37.69%)  
**占全国旅行社旅游业务利润总量的44.34%**  
**入境旅游营业收入：**273.83 (3.25%↓)  
**入境旅游业务利润：**19.58 (22.30%↑)  
**占全国旅行社旅游业务利润总量的9.85%**

## 总体情况

**数量前十：**苏、鲁、浙、粤、京、冀、辽、沪、豫、皖  
**组接指标前十：**粤、鲁、苏、浙、闽、京、辽、沪、湘、鄂  
**主要经济指标前十：**京、粤、沪、浙、鲁、苏、闽、鄂、辽、渝

# 我国旅行社目前存在的问题

Question

## 美国运通2015年的经营效益

	亿美元	年增 减%
营业收入	359.99	3.1
利润	58.85	9.8
资产	1591.03	--
股东权益	206.73	--
利润占比		
净利率		16.3
资产收益率		3.7

## 全国旅行社2015年的经营效益

	亿元	亿美元	年增 减%
营业收入	4189.01	640.92	3.96
利润	13.3	2.03	34.14↓
资产	1342.95	205.47	2.47
股东权益	426.93	65.32	4.03↓
利润占比			
净利率			0.3
资产收益率			1

# 任务一 了解旅行社的产生与发展

## 三、中国旅行社行业发展现状

(一) 行业规模：

多年缓慢增长后，近两年迎来小增长

(二) 接待情况：

局部市场组织接待规模有所增长

(三) 经营收益情况：

营业收入增速持续走低

利润总额负增长

(四) 行业优秀企业

线上旅行社代表

线下旅行社代表



# 全国旅行社百强前十

——2015年数据

1st

北京众信

2nd

上海春秋

3rd

中青旅

4th

北京凯撒

5th

上海携程

竹园  
国际

广州  
广之旅

中青  
博联

国旅  
总社

广东  
中旅

# 2018年最具影响力十大旅行社企业

微信公众号：商业排行榜

官方网站：<http://top.askci.com>

排名	企业	综合指数
1	携程	93.3
2	中国旅游集团	90.4
3	中青旅	86.7
4	同程艺龙	83.2
5	众信旅游	81.5
6	飞猪	75.6
7	凯撒旅游	71.8
8	春秋旅游	69.7
9	驴妈妈	67.3
10	康辉旅游	66.9

# 2019中国旅游集团20强



## 上榜单位（排名不分先后）

中国旅游集团 华侨城集团 北京首旅集团 中青旅 美团点评 众信旅游集团

凯撒集团 山西文旅集团 大连海昌集团 锦江国际集团 携程集团 复星旅游文化集团

景域驴妈妈集团 春秋集团 南京旅游集团 同程旅游集团 南京途牛科技 浙江省旅游集团

祥源控股集团 开元旅业集团 安徽省旅游集团 黄山旅游集团 福建省旅游集团 山东省文旅集团

湖北文化旅游投资集团 岭南集团

制表：新旅界（LvJieMedia）；数据来源：公开渠道



应用	Slogan	特性	优势
携程	携程在手，说走就走	中高端商旅出行预订、企业差旅平台、汽车票等	拥有全国六十万余家会员酒店可供预订等
去哪儿网	总有你要的低价	实时搜索比价、当地人、骆驼书等	移动端用户活跃百分比在同类产品中最大，人性且先进的搜索技术、支持12500条航线预订等
艺龙旅行	订酒店，用艺龙	各类酒店预订	覆盖全球32万家酒店预订
同程旅游	快乐每一程	景点门票预订、农家乐、1元景点、十元度周末等	中国一流的旅游B2B交易平台和B2C双平台网站，8000余家景区门票预订等
途牛旅游	让旅游更简单	牛人专线、公司游、小包团等	从近千家旅行社，精选出性价比高的优质线路，组成丰富的产品线
阿里旅行·去啊	爱梦想·去旅行	每日特惠、“未来酒店”计划、信用住、分期购等	阿里巴巴大数据优势，技术优势、支付保障等

旅行  
社

你的经营困境  
从何而来？

立即查看

# 任务一 了解旅行社的产生与发展

## 五、中国旅行社行业发展困境与不足

(一) 旅游消费需求风云变幻：  
不同消费观念的碰撞



80、90、00

50、60、70

时间碎片化

多样化

对服务价值不认同

区域市场不平衡

个性化

差异化

# 任务一 了解旅行社的产生与发展

## 五、中国旅行社行业发展困境与不足

(一) 旅游消费需求风云变幻：  
不同消费观念的碰撞

(二) 四面八方的竞争者蚕食市场：

1. 规模化议价能力不及在线旅游企业





# 任务一 了解旅行社的产生与发展

## 五、中国旅行社行业发展困境与不足

(一) 旅游消费需求风云变幻：

不同消费观念的碰撞

(二) 四面八方的竞争者蚕食市场：

1. 规模化议价能力不及在线旅游企业

2. 同业竞争及替代者竞争带来行业红海







# 户外俱乐部

# 任务一 了解旅行社的产生与发展

## 五、中国旅行社行业发展困境与不足

(一) 旅游消费需求风云变幻：

不同消费观念的碰撞

(二) 四面八方的竞争者蚕食市场：

1. 规模化议价能力不及在线旅游企业

2. 同业竞争及替代者竞争带来行业红海

3. 外资旅行社在出境旅游市场发力



**2017年9月 万程（上海）旅行社有限公司  
成为第一家获得出境游经营资质、可以经营出境旅游业务  
的外商独资旅行社**

**《国务院关于全面推进北京市服务业扩大开放综合试点工  
作方案的批复》允许在京外商独资旅行社试点经营出境旅  
游业务**

# 任务一 了解旅行社的产生与发展

## 五、中国旅行社行业发展困境与不足

(三) 社会环境变化带来的不利因素

1. 信息透明化所带来的市场空间收缩





男性



女性



卫生间



废物箱



入口



出口



停车场



室内停车场



自行车停放处



加油站



游客中心



问询



手续办理



团体接待



会议室



行李寄存



票务服务



电影



剧院



商场、商店



旅馆、饭店



银行



电话



紧急呼救电话



中餐



西餐



快餐



酒吧



咖啡



茶饮



游船码头



残疾人设施



急救



医疗点



灭火器



# 任务一 了解旅行社的产生与发展

## 五、中国旅行社行业发展困境与不足

### （三）社会环境变化带来的不利因素

- 1.信息透明化所带来的市场空间收缩
- 2.社会发展带来的成本增加问题



# 人力成本

租金成本、交通成本.....



# 任务一 了解旅行社的产生与发展

## 五、中国旅行社行业发展困境与不足

(三) 社会环境变化带来的不利因素

1. 信息透明化所带来的市场空间收缩
2. 社会发展带来的人力成本增加问题

(四) 自身缺乏创新求变，不合时宜尽显

1. 旅行社产品雷同，市场开发不足





# 任务一 了解旅行社的产生与发展

## 五、中国旅行社行业发展困境与不足

(三) 社会环境变化带来的不利因素

1. 信息透明化所带来的市场空间收缩
2. 社会发展带来的人力成本增加问题

(四) 自身缺乏创新求变，不合时宜尽显

1. 旅行社产品雷同，市场开发不足
2. 意识不够，价值观不足，缺失情怀



你不懂我

我不怪你

你若懂我

该有多好



# 任务一 了解旅行社的产生与发展

## 五、中国旅行社行业发展困境与不足

(三) 社会环境变化带来的不利因素

1. 信息透明化所带来的市场空间收缩
2. 社会发展带来的人力成本增加问题

(四) 自身缺乏创新求变，不合时宜尽显

1. 旅行社产品雷同，市场开发不足
2. 意识不够，价值观不足，缺失情怀
3. 缺乏资本力量的支持，财务问题突出



扶持资金和贷款难以获得



缺乏信用监控 坏账多



# 我国旅行社目前存在的问题

Question



# 任务一 了解旅行社的产生与发展

## 五、中国旅行社行业发展的趋势

- (一) 做回服务——回归现代服务业的本质
- (二) 供给侧IP化
- (三) 市场下沉——定制化
- (四) 渠道主体的变化——社交电商、圈层、网红带流量
- (五) 中国模式输出
- (六) 经营科技化——供给侧数字化、人工智能化
- (七) 经营资本化、金融化



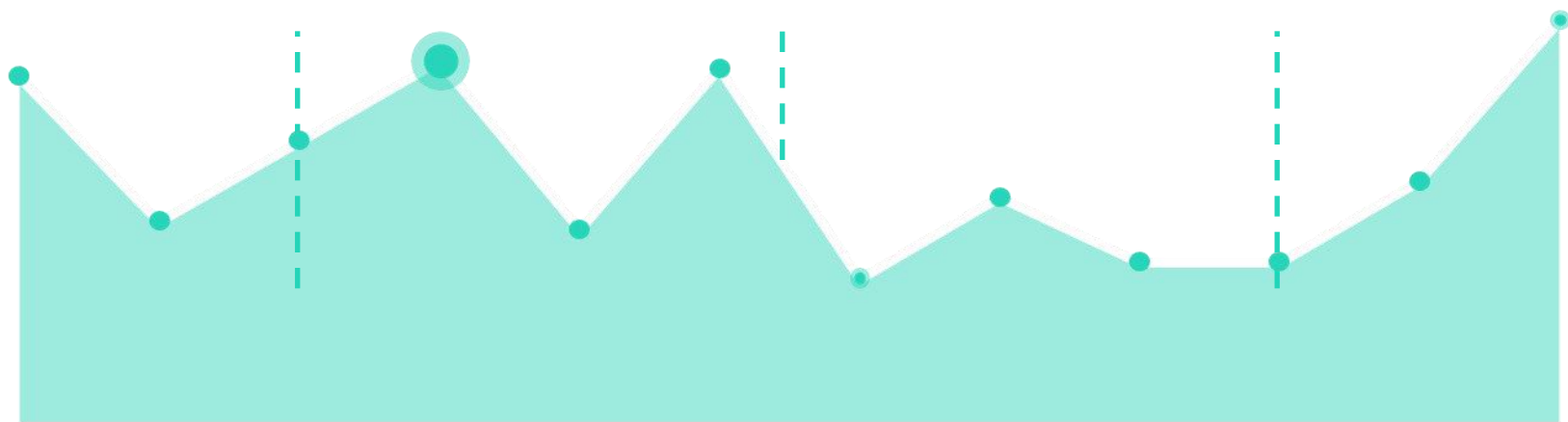
# 我国旅行社未来发展趋势

Forecast

大型旅行社集团化

中型旅行社专业化

小型旅行社代理化



品 牌 化

THANKS

!