

<<中国出境旅游发展年度报告2009>>

图书基本信息

书名：<<中国出境旅游发展年度报告2009-2010>>

13位ISBN编号：9787503239137

10位ISBN编号：7503239131

出版时间：2010-3

出版时间：中国旅游出版社

作者：中国旅游研究院

页数：204

版权说明：本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问：<http://www.tushu007.com>

前言

2008年下半年肇始的金融危机，以及2009年以来在全球范围内肆虐的甲型H1N1流感疫情，使敏感性极高的全球旅游业遭受重创。

但中国公民出境旅游仍然保持了持续增长。

这是由于中国经济社会的平稳较快发展为出境旅游的持续发展提供了内在动力，而区域一体化进程的加快、出境旅游政策保持一贯开放发展态势、出境旅游服务质量进一步提升等为出境旅游的发展创造了良好的外部条件。

甲型H1N1流感疫情等因素虽然导致了出境旅游的短期、局部下滑，但没有从根本上撼动出境旅游发展的基础。

我们欣喜地看到，中国出境旅游已经成为多数旅游企业，尤其是旅行社的主要赢利点，更是成为促进目的地国家与地区旅游业平稳发展，特别是我国港澳台地区旅游业稳定增长，以及带动世界旅游业走向复苏的动力源泉。

正如2009年年初《人民日报》专栏文章中所提到的那样，中国游客向处于经济寒冬的世界各地送去了温暖。

但同时也需要关注的是，由于入境市场的下滑，2009年将首次出现旅游服务贸易逆差。

本报告是继2003年来，我和我的同事们关于出境旅游年度性系统研究成果的第6册。

作为一份年度报告，如何兼顾传承与创新，是我和同事们一直思考的问题。

我们既要维系调查方案与研究范式的一致，以体现年度报告的延续性，又要充分反映出出境旅游环境、市场与产业的年度变化，以及读者对这份年度报告新的期许。

为此，我们仍然保持了项目主创人员、报告主体框架与往年的一致。

另外，根据读者反馈的需求，增加了专门针对游客在目的地的行为、消费特征与满意度的分析，还扩展了华北、华东、华南及西南四大区域市场的社会经济背景，考虑到成都市作为西南地区出境门户所具有的代表性，2009年的报告中还补充了“成都市出境旅游发展报告”。

一如既往，我们希望通过年度报告的连续性跟踪研究，将之打造为全面反映中国出境市场的影响因素、消费特征、产业走向与区域格局的标志性成果，力图通过不断的完善与创新，为旅游企业、致力于发展出境旅游业务的旅行服务机构、各级政府主管部门、关心出境旅游市场的境外旅游促销及相关机构，以及境内外关注出境旅游发展动向的研究机构与研究人员，为其在经营管理、政策制定、发展战略、教学研究等方面提供有益的参考。

内容概要

本报告由六章组成。

第一章是对我国2009年出境旅游的市场环境、产业运营与产品创新、市场状况与旅游行为的简要介绍。

第二章是从国内、国际以及市场相关环境三个方面对影响2009年出境旅游市场的因素进行了全面分析。

第三章对中国出境旅游产业主题的基本特征、产业运行态势及产品的开发和创新进行了分析。

第四章对中国出境旅游消费市场特征，特别是游客在目的地的行为与消费特征，以及出境旅游的满意度评价进行了分析。

第五章对华北、华东、华南与西南市场，以及包括北京、上海、广州、重庆与成都在内的典型市场的影响因素、市场概况、产业运行特征进行了分析。

第六章基于对中国出境旅游发展环境、趋势的把握，对政府、企业与旅游目的地等出境旅游相关主体提出了政策建议。

书籍目录

前言第一章 2009年中国出境旅游发展概况 第一节 市场环境分析 第二节 产业运营与产品创新 第三节 市场状况与旅游行为第二章 2009年中国出境旅游市场环境分析 第一节 国内环境影响 第二节 国际环境影响 第三节 市场相关环境影响第三章 2009年中国出境旅游产业运营特征 第一节 出境旅游产业主体特征 第二节 出境旅游产业运营主体运行态势 第三节 出境旅游产品开发与创新第四章 2009年中国出境旅游市场结构与消费特征 第一节 市场结构 第二节 总体分析 第三节 主要目的地消费特征 第四节 出境游客满意度分析第五章 主要客源市场研究 第一节 华北市场 第二节 华东市场 第三节 华南市场 第四节 西南市场 第六章 我国出境旅游发展趋势预测与建议 第一节 我国出境旅游发展环境展望 第二节 2010年出境旅游发展趋势 第三节 我国出境旅游发展建议

章节摘录

插图：第三，新业态集中涌现，自由行产品受到追捧。

首先，旅游电子商务迅速成长。

除了携程、e龙等专业的在线旅游服务商以外，传统的出境游旅行社也积极加入到在线旅游服务的行列中来。

如中青旅搭建遨游网，并在淘宝网上开设旅游网店，其天津的全资子公司也建立了爱出游网；华远国旅佰程旅行网则全力专注于FIT出境产品的预订；中旅总社目前正通过芒果网加紧实施天地联网战略等。

其次，散客化的趋势下自由行产品日渐流行。

出境旅游散客增多成为近期及未来很长一段时期内我国出境旅游市场的突出特点，而且在这种“去团队化”的旅游潮流中，服务散客旅游将逐渐成为旅行社发展的命脉。

第四，新《旅行社条例》全面变革竞争格局，业务开放信号开始显现。

新《旅行社条例》使得外地旅行社大量进入长期受地方保护的本地市场，有助于打破多年来形成的区域性市场竞争格局。

而2009年国家旅游局等相关部门宣布废止《设立外商控股、外商独资旅行社暂行规定》等相关举措，使出境旅游业务的放开取得了实质性突破。

2009年6月全球第三大旅游集团KUONI间接获得了对广之旅实体的控股权。

第五，金融危机及甲型H1N1流感影响深重，出境旅游成为旅行社应对危机的重要支撑，内部素质提升备受关注。

在金融危机与甲型H1N1流感疫情的双重打击下，我国的出境旅游曾一度跌入谷底，但随即实现了较快恢复，与前三季度同比下降3%的入境旅游市场形成了鲜明对照，成为旅行社应对危机的重要支持，同时也成为中国旅游业恢复发展的重要力量。

在应对危机当中，旅行社还适时开展了各式各样的市场宣传活动，以及组织企业内部员工培训，将苦练“内功”作为抵御旅游严冬的有效手段。

三、出境旅游产品开发与创新出境旅游产品日益丰富。

一方面，新增的9个旅游目的地丰富了现有的出境旅游产品体系；另一方面，旅行社纷纷将旅游产品的创新作为应对危机的重要举措。

第一，在危机下出境旅游产品的开发更侧重内外联盟、品牌建设。

2009年以来，重庆市多家旅行社等与500多家境内外优秀旅游供应商合作，打造“金牌中青”品牌。

编辑推荐

《中国出境旅游发展年度报告2009-2010》:中国旅游发展年度报告书系

版权说明

本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问:<http://www.tushu007.com>