

2020-2026年中国旅游行业 分析与投资潜力分析报告

报告目录及图表目录

北京迪索共研咨询有限公司

www.cction.com

一、报告报价

《2020-2026年中国旅游行业分析与投资潜力分析报告》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.cction.com/report/202007/175852.html>

报告价格：纸介版8000元 电子版8000元 纸介+电子8500元

北京迪索共研咨询有限公司

订购电话: 400-700-9228(免长话费) 010-69365838

海外报告销售: 010-69365838

Email: kefu@gonyn.com

联系人：李经理

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、说明、目录、图表目录

旅游成为中国经济发展的重要推动力之一。如今，旅游产业已进入大发展时期，旅游业对中国经济和就业的综合贡献率已超过 10%，是推动中国经济转型的重要抓手，初步测算，17 年全国旅游业对 GDP 的综合贡献为 9.13 万亿元，占 GDP 总量的 11.04%，旅游直接就业 2,825 万人，旅游直接和间接就业 7,990 万人，占全国就业总人口的 10.28%。2015 年我国服务业增加值占 GDP 的比重达 50.2%，首次过半，2017 年年服务业增加值占 GDP 的比重稳步提升，占比达到 51.63%，2017 年全年最终消费支出对国内生产总值增长的贡献率为 58.8%。1990-2017 年中国服务业增加值占 GDP 比重走势“十三五”期间旅游业综合贡献度

中企顾问网发布的《2020-2026 年中国旅游行业分析与投资潜力分析报告》共十三章。首先介绍了中国旅游行业市场发展环境、旅游整体运行态势等，接着分析了中国旅游行业市场运行的现状，然后介绍了旅游市场竞争格局。随后，报告对旅游做了重点企业经营状况分析，最后分析了中国旅游行业发展趋势与投资预测。您若想对旅游产业有个系统的了解或者想投资中国旅游行业，本报告是您不可或缺的重要工具。

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。

报告目录：

第一部分 旅游行业发展分析

第一章 旅游行业概述

第一节 旅游的定义论述

一、旅游的定义

二、现代旅游业定义

(1) 定义旅游的三要素

(2) 对出游的目的定义

(3) 对旅行距离的定义

(4) 对逗留时间的定义

(5) 其他方面

三、国际组织关于旅游的定义

(1) 1937 年，第一次定义国际旅游者

（2）世界旅游组织的定义

四、对国内旅游者的定义

五、关于定义的采纳效果

第二节 旅游业相关概述

一、旅游的观念

二、旅游的特征

三、旅游时间与旅游地的选择

四、旅游业发展的阶段性与转型

五、体验旅游同观光旅游的比较

第三节 我国旅游业的政策环境

一、我国假日旅游市场监管情况

二、我国国家、省、地市三级旅游质监体系情况

三、我国高尔夫旅游服务法规情况

四、云南面向全国发行旅游护照情况

五、对旅游业发展政策取向的思考

第二章世界旅游所属行业发展分析

第一节 世界旅游业发展状况

一、世界旅游业发展现状

二、2018年世界旅游业的市场发展情况

三、世界旅游业发展必须实现智能化

第二节 世界各地和国家旅游市场发展情况

一、2018年亚太地区旅游发展情况

二、2018年非洲旅游业发展情况分析

三、2018年法国旅游业发展情况分析

四、2018年美国旅游业发展情况分析

五、2018年巴西旅游业发展的新动态

六、2018年澳大利亚旅游业推出旅游振兴计划

七、2018年欧洲旅游业发展情况分析

八、2018年东南亚旅游业发展情况分析

第三章中国旅游所属行业发展分析

第一节 中国旅游业概况

一、中国旅游业发展的特点

二、中国旅游业进入快速发展时期

三、旅游业与环境的发展关系

1、环境与旅游活动息息相关

2、旅游对环境有积极和消极的影响

四、旅游环境承载力研究分析

1、旅游环境承载力面临的问题

2、旅游环境承载力脆弱的原因

3、提高旅游环境承载力的途径

五、中国旅游业转型与产业政策选择分析

六、中国入境旅游的产业发展地位分析

1、从国民经济角度看入境旅游的产业地位

2、从旅游业角度看入境旅游的产业地位

第二节 2016-2018年我国旅游所属行业数据分析

“十三五”规划规格提升凸显旅游产业重要地位，旅游产业不断壮大，综合效益显著提升。“十三五”期间国内旅游人次、入境旅游人次、出境旅游人次及年增增速情况 “十三五”期间旅游业总收入、旅游投资规模及年均增速

一、2018年主要客源市场情况

二、2018年我国入境游情况

三、2018年我国主要城市入境旅游接待情况

第三节 2020-2026年中国旅游业发展分析

一、2018年中国旅游业发展状况

四、2018年中国旅游业发展展望

第四节 我国旅游业发展的问题

一、景区的组织类型设计与企业改制问题

二、旅游集团的组建及其结构安排问题

三、“软实力”产业与企业功能创新问题

四、产业链与价值链的拓展问题

五、区域内的联合与分工以及改善产业生态问题

六、政府主导范围的设定和能力的增强问题

七、中国旅游业的竞争弊端问题

1、引起物价上涨，损伤居民利益

2、破坏产业结构，危害经济发展

八、我国旅游市场的导游问题

九、中国旅游业面临后劲不足难题

十、中国旅游业或面临投资过热问题

第五节 我国的海洋旅游文化资源及其开发情况

一、我国海洋旅游文化资源的类别与形态

（一）我国有形的海洋旅游文化资源及其形态

（二）我国无形的海洋旅游文化资源及其形态

二、开发我国海洋旅游文化资源的现实意义

三、我国海洋旅游文化产品体系的建构

第六节 我国旅游业信息化的发展情况分析

一、我国旅游业信息化的发展现状

（一）萌芽阶段

（二）发展阶段

（三）全面建设阶段

二、传统旅游商业模式遭遇信息服务瓶颈

三、现代旅游业发展依赖信息网络

四、打造旅游强国离不开信息化支撑

五、信息化激发旅游业新活力

第七节 我国旅游电子商务市场发展分析

一、我国旅游电子商务市场存在的问题

（一）旅游商务网站太少，旅游电子商务总体发展水平偏低

（二）交易安全性仍然是影响旅游电子商务发展的主要因素

（三）旅游网站服务项目单一，不能满足个性化旅游的需求

二、推动我国旅游电子商务发展的措施，

（一）政府积极扶持，搭建旅游电子商务平台

（二）传统旅游企业转变观念，实现资源整合，开展个性化服务

（三）旅游企业加强与有关各方的协调与沟通

（四）努力提高员工的素质，培养复合型人才

第八节 旅游传媒与旅游市场营销分析

一、旅游企业要重视通过媒体进行品牌传播

二、品牌传播要选择主流媒体

三、品牌传播要注重事件营销

第二部分 旅游细分及区域市场分析

第四章 细分市场发展分析

第一节 乡村旅游业市场发展分析

一、世界乡村旅游发展现状

二、北美乡村旅游发展特点及对我国的启示

1、北美地区开展乡村旅游的特点

2、对我国发展乡村旅游的借鉴意义

三、我国乡村旅游产业组织模式探讨

1、乡村旅游产业组织模式研究背景

2、乡村旅游产业组织模式概念及分类比较

3、选择乡村旅游产业组织模式的原则

四、中国乡村旅游发展的矛盾

五、我国乡村旅游开发中的问题分析

1、对乡村旅游层面理解不深，概念混乱

2、各自为政

3、缺乏规划和策划

4、人才匮乏

5、开发产品特色少、雷同多

6、振兴农村经济的贡献有限

六、我国乡村旅游发展中的政府职能定位

（一）乡村旅游发展初始阶段的开拓者

（二）乡村旅游发展成长阶段的规范者

（三）乡村旅游发展成熟阶段的协调者

七、农业部、国家旅游局合力推乡村旅游

第二节 农业旅游业市场发展分析

一、世界旅游农业发展概况及其对中国的启示

1、世界农业旅游发展概况

2、对中国发展农业旅游的启示

二、欧美国家农业旅游的基本特征

三、我国农场旅游开发思路与产品设计

1、国有农场旅游开发的思路

2、国有农场旅游产品的开发设计

四、我国农业生态旅游资源及其发展现状

第三节 假日旅游业市场发展分析

一、度假旅游概述

二、中国旅游度假的现状与发展前景

1、中国度假旅游的市场现状

2、度假旅游的发展前景及方向

三、我国度假旅游的发展道路

（一）度假旅游产品的经济特性

（二）网络化发展的经济效益

（三）网络化发展的创新形式——“联盟+俱乐部”模式

四、度假旅游市场潜力分析

五、度假旅游的性质特征与优势

第四节 生态旅游业市场发展分析

一、生态旅游的兴起

二、我国生态旅游的发展现状及发展前景

1、我国生态旅游的发展现状

2、我国生态旅游的发展前景

三、中国特色的生态旅游之路的探索

1、处理好保护与利用的矛盾

2、强化法制管理，注重生态保护

3、加强生态旅游的宣传工作，形成良好的社会舆论氛围

4、对生态旅游者和投资者的教育管理

5、加大经济和科研投入

6、发挥导游在旅游活动中的积极作用

7、开展国际交流，争取国际合作

四、关于建立我国生态旅游认证制度的思考

1、生态旅游认证的重要性

2、国外生态旅游认证制度体系

3、建立符合我国国情的生态旅游认证制度

五、国家旅游局将09年定为中国生态旅游年

第五节 大城市旅游市场发展分析

一、构建大城市旅游圈的机遇

- (一) 构建大城市旅游圈是顺就全球旅游业发展大趋势的现实选择
- (二) 构建大城市旅游圈是迎接全国旅游业历史性转型的必然战略
- (三) 构建大城市旅游圈是建设国际性城市的重要举措

二、我国主要旅游城市

三、我国大城市旅游圈划分的设想

- (一) 大城市旅游圈分级指标的选取
- (二) 大城市旅游圈构建设想

四、我国大城市旅游发展的特征

第六节 中国大学生旅游市场发展分析

一、开发大学生旅游市场的可行性

- 1、“行”的分析
- 2、“食”的分析
- 3、“住”的分析
- 4、“游”的分析
- 5、“购”和“娱”的分析

二、大学生旅游市场的特征

- (一) 市场庞大，前景广阔
- (二) 旅游动机强
- (三) 制约因素少
- (四) 文化高，素质好
- (五) 旅游消费的支持增长

三、大学生旅游市场的开发策略

- 1、采取“开拓重点、机动灵活、薄利多销、诚信为本”的开发思路
- 2、推出多种符合学生需求的旅游产品
- 3、合理定价旅游产品
- 4、多种旅游促销方式

第七节 工业旅游市场发展分析

一、世界工业旅游的发展状况

1、英国

- 2、荷兰
- 3、澳大利亚
- 4、美国
- 5、德国

二、工业旅游的由来及国际经验

三、我国工业旅游的发展现状

四、推进我国工业旅游发展的意义和作用

五、对发展工业旅游的几点思考

第八节 我国红色旅游市场发展

一、红色旅游产品开发原则

- 1、强调革命文化内涵、突出红色文化主题形象
- 2、以市场为导向，构建不同形式的旅游产品体系
- 3、有机整合相关资源，作好统筹协调工作
- 4、加强区域协调，形成红色旅游整体联动发展
- 5、采用政府主导、社会参与、市场运作，企业经营的运行模式

二、红色旅游资源开发

三、我国红色旅游的发展情况

- 1、红色旅游资源开发的现状
- 2、红色旅游资源开发存在的问题

四、我国红色旅游经典景区的打造情况

五、《2020-2026年全国红色旅游发展规划纲要》

- 1、发展红色旅游的重要意义
- 2、发展红色旅游的总体思路
- 3、发展红色旅游的总体布局
- 4、发展红色旅游的主要措施

第九节 在线旅游市场发展分析

- 一、2018年在线旅游市场发展情况
- 二、我国在线旅游业存在的问题
- 三、2018年中国在线旅游市场规模

第十节 其他旅游业细分市场发展分析

- 一、2018年中国旅游房地产发展情况
- 二、中国旅游房地产发展趋势分析

三、世界商务旅游发展情况和趋势

1、世界商务旅游市场概况

2、世界商务旅游发展趋势

四、商务旅游产业发展方向研究

（一）商务旅游的定义及特征

（二）商务客人的消费特征

（三）发展商务旅游的经济、社会意义

五、旅游业发展应保存古村镇的生活空间

六、我国古村镇旅游发展状况

七、旅行社网站营运中存在的问题与建议

1、我国旅行社电子商务网站发展进程中存在的现实问题

2、对现阶段我国旅行社电子商务发展的建议

第五章区域市场分析

第一节 海南省旅游业市场发展分析

一、海南旅游发展阶段的划分

二、海南旅游的萌芽期和起步期

1、萌芽期（建省办经济特区以前）

2、起步期（1988-1997年）

三、海南旅游实现新突破

四、海南旅游新兴业态发展壮大

五、2018年离岛免税搅热海南旅游

六、2018年海南旅游产业发展存在八大问题

七、2018年海南省旅游工作重点

第二节 深圳旅游业市场发展分析

一、2018年深圳旅游业发展情况

二、2018年深圳迎来高铁旅游新时代

三、深圳市旅游业发展“十三五”规划

第三节 四川省旅游业市场发展分析

一、四川省旅游业发展的地理优势

二、2018年四川省旅游发展概况

三、2018年四川旅游将迎来高铁时代

四、2018年清明小长假四川旅游收入

第四节 北京旅游业市场发展分析

一、2018年北京旅游业发展情况

二、北京成在线旅游预订第二大目的地

三、2018年北京首设旅游产业发展促进基金

四、2018年北京旅游业收入情况

1、入境旅游

2、国内来京旅游

3、市民在京游

五、2018年北京春节旅游总收入

六、“十三五”北京市将把旅游业培育成为支柱产业

第五节 其他地区旅游业市场发展情况

一、全国30个省市区将旅游业定位为支柱产业

二、2016-2018年上海市旅游市场运行分析

三、2016-2018年西安市旅游市场运行分析

四、2016-2018年广西旅游市场运行分析

五、2016-2018年云南旅游业市场发展预测

六、浙江省“十三五”旅游项目总投资

第三部分 旅游所属行业竞争格局分析

第六章 旅游所属行业竞争分析

第一节 中国旅游业的国际竞争力分析

一、中国旅游国际竞争力的整体水平概述

二、中国旅游业参与国际竞争的优势分析

1、旅游资源丰富，产品种类齐全，富有较高的吸引力

2、旅游基础设施规模初具，产业要素较为齐备，具备了加快发展的条件

三、中国旅游业参与国际竞争的劣势分析

1、粗放型发展的格局不具有很强的竞争力

2、旅游经济发展的整体效益没有得到充分发挥

3、旅游服务水平和服务质量不高

4、旅游产品开发水平层次较低

第二节 中国旅游业市场竞争概况

一、2016-2018年中国旅游竞争力全球排名

二、中国旅游市场价格竞争过度分析

（一）旅游市场的过度价格竞争原因分析

（二）针对过度价格竞争的相应对策

三、我国旅游市场中的不正当竞争现象

1、为了吸引旅游者，以低于成本的价格提供旅游服务

2、旅游业在经营过程中，使用商业贿赂行为排斥其他竞争对手

3、旅游经营者为了诱导消费者进行消费，进行引人误解的虚假宣传

4、旅游经营者冒用知名旅游企业的名称，从事欺骗性的交易

四、中国在线旅游业竞争激烈

五、中国旅游业提升营销竞争力

六、中国旅游竞争力有望迅速提升

第三节 旅游业的人才竞争探讨

一、旅游业人才竞争的层次

二、旅游业人才竞争的特点

三、旅游业人才竞争策略

第四节 中国旅游业的竞争战略

一、中国内资旅行社的市场竞争战略

二、旅游文化是中国旅游业参与国际竞争的关键

三、提高旅游企业竞争力八大策略

1、创新旅游生产要素

2、实施旅游科技与人才战略

3、建立全国性的旅游资源数据库

4、利用网站开展个性化服务

5、推广网上社区，培养稳定的客户。

6、与交通部门合作，推行电子票务

7、加强银企合作，解决网上支付问题

8、加速旅游企业集团化、专业化和网络化

第七章 优势企业分析

第一节 中青旅控股股份有限公司

一、公司概况

二、2018年企业经营情况分析

三、2018年公司发展展望及策略

第二节 深圳华侨城控股股份有限公司

一、公司概况

二、2018年企业经营情况分析

三、2018年公司发展展望及策略

第三节 云南旅游股份有限公司

一、公司概况

二、2018年企业经营情况分析

三、2018年公司发展展望及策略

第四节 北京首都旅游股份有限公司

一、公司概况

二、2018年企业经营情况分析

三、2018年公司发展展望及策略

第五节 桂林旅游股份有限公司

一、公司概况

二、2018年企业经营情况分析

三、2018年公司发展展望及策略

第六节 上海锦江国际酒店发展股份有限公司

一、公司概况

二、2018年企业经营情况分析

三、2018年公司发展展望及策略

第七节 峨眉山旅游股份有限公司

一、公司概况

二、2018年企业经营情况分析

三、2018年公司发展展望及策略

第八节 黄山旅游发展股份有限公司

一、公司概况

二、2018年企业经营情况分析

三、2018年公司发展展望及策略

第九节 丽江玉龙旅游股份有限公司

一、公司概况

- 二、2018年企业经营情况分析
- 三、2018年公司发展展望及策略
- 第十节 西安旅游股份有限公司
- 一、公司概况
- 二、2018年企业经营情况分析
- 三、2018年公司发展展望及策略

第四部分旅游行业发展环境分析

第八章 2020-2026年旅游行业发展环境分析

第一节 国际宏观经济环境分析

- 一、国际宏观经济运行情况分析
- 二、国际宏观经济未来发展预测

第二节 中国宏观经济环境分析

- 一、中国宏观经济运行情况分析
- 二、中国宏观经济未来发展预测

第三节 政治环境分析

- 一、重点政策汇总
- 二、重点政策和重大事件分析
- 三、旅游政策未来发展趋势

第四节 社会环境对旅游行业影响分析

- 一、行业发展社会环境概述
- 二、具体社会环境分析

第九章 2013-2018年产业链发展分析及其影响

第一节 上游产业链的构建与整合

- 一、旅游产业链内涵
- 二、旅游产业链体系的构建
- 1、纵向产业链体系
- 2、纵向产业链延伸
- 3、横向产业链整合
- 三、旅游产业链整合对策

- 1、培养区域性旅游板块，降低壁垒

- 2、接通孤环、断环，整合产业链
- 3、培育核心企业，增强协调整合作用
- 4、建立健全运行机制，推动产业链健康运行

第二节 中国旅游产业链存在的问题及发展对策探析

一、旅游产业链存在的问题

- 1、资源要素缺乏合理流动与共享
- 2、链条上出现孤环、断环
- 3、核心企业整合能力弱
- 4、企业间运行机制尚未建立

二、旅游产业链构建的政策建议

- 1、优化旅游产业结构，奠定旅游产业链完善的基础
- 2、建立完善的信用机制
- 3、加强产权和体制改革，打破旅游产业链运行的景区瓶颈
- 4、开放民航市场，打破旅游产业链构建的交通瓶颈

三、构建旅游产业链的途径

- 1、旅游产业链的区内接通：基于产业链的产业集群
- 2、旅游产业链的区际延伸：基于产业链的区域旅游合作
- 3、纵向性战略联盟

第三节 应加快构建我国区域旅游产业链

- 一、发展时机与政策背景
- 二、综合考虑做实规划
- 三、多方互动打造产业的整体性
- 四、合纵连横构建旅游大产业链

第五部分 旅游行业发展趋势与战略探讨

第十章 2020-2026年旅游行业发展趋势预测

第一节 世界旅游业发展趋势分析

- 一、未来五年世界旅游业的发展新趋势
- 二、未来世界旅游市场的发展趋势和特征
- 1、市场细分化趋势
- 2、从观光型旅游为主向度假型旅游为主转变
- 3、追求更为灵活多变的旅游方式

- 4、在旅游中追求更多的参与性和娱乐性
- 5、“银色市场”不断扩大
- 6、对旅游安全更为重视
- 7、区域旅游仍将盛行

三、世界环保旅游的发展趋势

四、未来五年全球最热门旅游地

五、世界旅游发展六大新趋势

第二节 中国旅游市场变化趋势

- 一、短途旅游将成为旅游市场新趋势
- 二、传统节日将成旅游市场新宠
- 三、个性化休假将成时尚
- 四、春节、十一黄金周看涨

第三节 2018年我国旅游业市场发展情况及预测

- 一、2018年国内旅游市场增长预测
- 二、2018年出境旅游市场增长预测
- 三、2018年假日旅游市场增长预测

第四节 2020-2026年我国旅游市场发展趋势

- 一、“十三五”规划的主要目标
- 二、“十三五”规划的发展战略

1、指导思想

2、基本原则

三、“十三五”国内外环境机遇挑战并存

1、“十三五”旅游业发展面临的战略机遇

2、“十三五”旅游业发展面临的主要挑战

四、“十三五”旅游市场发展预测

第五节 我国旅游细分市场发展趋势

- 一、中国网络旅游市场发展趋势
- 二、我国西部旅游产业发展趋势
- 三、我国邮轮旅游发展趋势
- 四、我国南极旅游发展趋势
- 五、2016-2018年中西部旅游业收入预测
- 六、我国露营旅游市场未来需求分析

第十一章 2020-2026年行业发展战略探讨

第一节 我国体育旅游发展策略

一、体育旅游的内涵及意义

二、我国体育旅游发展现状与存在问题

（一）、体育旅游的特征

（二）、我国体育旅游发展的问题

三、我国体育旅游的发展对策

1、加强旅游行业管理部门的监管职能

2、积极推动社区体育旅游的发展

3、加快体育旅游人才的培养

第二节 发展会展旅游的对策与建议

一、加大对会展旅游的宣传力度

二、充分发挥政府在发展会展旅游中的重要作用

三、成立会展行业协会和专业会展旅行社

四、健全有关会展旅游的法律法规

五、加强会展旅游人才的培养

六、争取社会各界的支持

七、加强与城市之间的协调合作

第三节 我国女性旅游的开发策略

一、我国女性旅游的影响因素

1、开发女性旅游市场是旅游企业应对市场竞争的需要

2、女性旅游市场的盈利性

二、开发我国女性旅游市场的策略

1、打好“女性牌”

2、抓住女性消费特点

3、适应女性需求特点

4、建设安全、卫生、高质量的旅游设施

5、运用网络传递信息

第四节 我国导游的发展策略

一、提升文化素养

二、自身素质专业化

三、重视差异化服务

四、具备强健的体魄

第五节 我国旅行社品牌战略的发展策略

一、旅行社品牌发展存在的问题

二、旅行社品牌现状的SWOT分析

三、旅行社在竞争中的应对策略分析

第六节 我国旅游业应对“散客时代”的策略

一、制约散客旅游市场发展的主要问题

二、应对“散客时代”的策略

第七节 我国旅游业竞争力提升策略

一、构建城市旅游业的核心竞争力

1、比较优势～资源力、区位力

2、竞争优势—文化力、集聚力、创新力

二、城市旅游业核心竞争力“范式”的构建

三、提升我国旅游服务贸易竞争力

第八节 我国旅游业产业功能的转变和再定位

一、从国际格局演变看中国旅游产业转型

二、从中国国内发展历程看中国旅游产业功能转变

三、我国旅游产业功能的新定位

1、旅游业对缓解国际贸易摩擦的作用

2、旅游业对我国城市建设的作用

3、旅游业对我国就业的作用

4、旅游业对我国新农村建设的作用

第九节 基于SWOT分析的中原城市群旅游发展对策

一、中原城市群旅游产业SWOT分析

（一）优势

（二）劣势

（三）机会

（四）威胁

二、中原城市群旅游发展对策

第十节 旅游客源市场等级划分理论的应用

一、空间距离递减规律

二、旅游竞争态模型

第六部分旅游行业投资风险评估及策略探讨

第十二章 2020-2026年旅游行业风险评估

第一节 宏观经济波动风险及防范措施

一、2018年全球宏观经济风险

二、2018年我国国内的宏观环境风险

第二节 旅游业面临的政策风险

一、2018年国家旅游局颁布：《旅游景区质量等级管理办法》

二、将摘几家不达标旅游景区牌子

第三节 旅游业务面临的其他风险

一、旅游业对战争、瘟疫等突发性灾害较敏感

二、旅游业公司治理因素

三、安全因素

四、生态风险和文化风险

第四节 旅游行业风险分析

一、周期性

二、产业政策的变化

三、行业内竞争程度

四、行业的国际竞争力

五、政治事件

六、季节性经营

七、汇率的波动

第十三章 2020-2026年旅游业投资战略探讨

第一节 境外对我国旅游业投资情况

一、境外资本正加快投身我国旅游业

1、产业的成长空间有利于吸引外资

2、外资投身旅游产业的分布图

3、政府“有形之手”不可或缺

二、境外资本占我国旅游资本总量比重情况

三、境外资本投资西部情况

第二节 我国旅游业投资存在的误区及建议

一、我国旅游投资存在的误区

- 1、招商引资观念的误区
- 2、投资结构的误区
- 3、投资决策的误区
- 4、筹融资渠道的误区

二、纠正当前我国旅游投资误区的对策建议

- 1、建立健全旅游投资引导机制
- 2、调整和优化投资结构
- 3、拓宽旅游业融资渠道
- 4、优化旅游投资宏观环境

第三节我国旅游业市场投资分析

一、近几年我国旅游业投资年均增长情况分析

二、我国中部旅游业投资情况

三、旅游行业投资机会分析

四、中国商旅市场的投资发展潜力

五、2018年中国旅游投资的新特点

- 1、需求旺盛业绩增加
- 2、“有文化”公司是热点
- 3、大型龙头公司增长明显

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202007/175852.html>