

# 2022-2028年中国旅游市场 评估与市场前景预测报告

## 报告目录及图表目录

北京迪索共研咨询有限公司

[www.cction.com](http://www.cction.com)

# 一、报告报价

《2022-2028年中国旅游市场评估与市场前景预测报告》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/202205/294299.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”是旅行，外出，即为了实现某一目的而在空间上从甲地到乙地的行进过程；“游”是外出游览、观光、娱乐，即为达到这些目的所作的旅行。二者合起来即旅游。所以，旅行偏重于行，旅游不但有“行”，且有观光、娱乐含义。

中企顾问网发布的《2022-2028年中国旅游市场评估与市场前景预测报告》共二十一章。首先介绍了旅游行业市场发展环境、旅游整体运行态势等，接着分析了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：

### 第一章 旅游业相关概述

#### 1.1 旅游产业相关概念及类型划分

##### 1.1.1 旅游的定义

##### 1.1.2 旅游业的定义

##### 1.1.3 旅游类型的划分

##### 1.1.4 旅游资源

#### 1.2 旅游产业的特征

##### 1.2.1 综合性

##### 1.2.2 关联性

##### 1.2.3 敏感性

##### 1.2.4 季节性

#### 1.3 旅游产业在国民经济中的地位

##### 1.3.1 旅游业的经济意义

##### 1.3.2 旅游业关联带动功能

##### 1.3.3 旅游业成战略支柱产业

## 第二章 2016-2020年全球旅游业发展分析

### 2.1 2016-2020年全球旅游业发展概述

#### 2.1.1 旅游业对经济的促进

#### 2.1.2 旅游经济增长情况

#### 2.1.3 全球旅游业竞争力

#### 2.1.4 旅游便利程度提高

#### 2.1.5 旅游人力资本分析

#### 2.1.6 旅游业投资状况

### 2.2 全球主要区域旅游市场发展分析

#### 2.2.1 全球旅游区域格局

#### 2.2.2 美洲旅游市场

#### 2.2.3 欧洲旅游市场

#### 2.2.4 亚太旅游市场

#### 2.2.5 中东旅游市场

#### 2.2.6 非洲旅游市场

### 2.3 “一带一路”国家旅游业发展分析

#### 2.3.1 “一带一路”国家经济社会发展状况\*\*

#### 2.3.2 “一带一路”国家旅游市场发展现状

#### 2.3.3 “一带一路”国家旅游业发展评价

#### 2.3.4 “一带一路”国家旅游业发展展望

#### 2.3.5 中国与“一带一路”沿线国家旅游业合作状况

### 2.4 全球旅游业发展前景展望

#### 2.4.1 全球旅游业发展趋势

#### 2.4.2 全球旅游业发展预测

#### 2.4.3 新兴经济体旅游业展望

## 第三章 2016-2020年中国旅游业发展环境PEST分析

### 3.1 宏观经济环境

#### 3.1.1 宏观经济运行状况

#### 3.1.2 服务业稳定运行

#### 3.1.3 国内固定资产投资

#### 3.1.4 宏观经济发展展望

## 3.2 政策环境分析

### 3.2.1 旅游业政策汇总

### 3.2.2 全域旅游发展指导意见

### 3.2.3 鼓励运用PPP模式改善旅游服务供给

### 3.2.4 旅游服务质量提升计划

### 3.2.5 旅游业相关领域改革状况

### 3.2.6 旅游业用地政策分析

### 3.2.7 项目投资管理政策动态

## 3.3 社会环境分析

### 3.3.1 人口规模与构成

### 3.3.2 居民收入水平

### 3.3.3 居民消费水平

### 3.3.4 社会消费规模

### 3.3.5 民众休闲环境

### 3.3.6 步入全民旅游时代

## 3.4 技术环境分析

### 3.4.1 科技对旅游业影响综述

### 3.4.2 人工智能技术

### 3.4.3 VR技术

### 3.4.4 区块链技术

### 3.4.5 人机交互技术

### 3.4.6 新能源革命

### 3.4.7 GIS技术

### 3.4.8 物联网技术

### 3.4.9 云计算技术

## 第四章 2016-2020年中国旅游业现状综合分析

### 4.1 中国旅游业发展综述

#### 4.1.1 旅游业发展历程

#### 4.1.2 旅游业国际地位分析

#### 4.1.3 旅游业发展成就

#### 4.1.4 旅游业发展经验

- 4.1.5 旅游业发展效益分析
- 4.1.6 旅游业发展体系分析
- 4.2 2016-2020年中国旅游业运行状况
  - 4.2.1 行业增加值
  - 4.2.2 游客接待量分析
  - 4.2.3 产业收入状况
  - 4.2.4 行业运行特点
  - 4.2.5 行业运行景气
  - 4.2.6 服务质量现状
  - 4.2.7 行业发展热点
- 4.3 2016-2020年入境旅游市场分析
  - 4.3.1 入境游客接待量
  - 4.3.2 入境客源市场构成
  - 4.3.3 入境旅游外汇收入
  - 4.3.4 入境旅游市场特点
  - 4.3.5 入境旅游发展思路
- 4.4 2016-2020年出境旅游市场分析
  - 4.4.1 出境游市场发展现状
  - 4.4.2 出境游发展规模分析
  - 4.4.3 出境游消费情况分析
  - 4.4.4 出境游目的地分析
  - 4.4.5 出境游客特点分析
  - 4.4.6 出境游市场驱动因素
- 4.5 2016-2020年节假日旅游市场分析
  - 4.5.1 元旦假日旅游市场
  - 4.5.2 春节黄金周旅游市场
  - 4.5.3 国庆黄金周旅游市场
  - 4.5.4 其他节假日旅游市场
  - 4.5.5 黄金周旅游市场问题及对策
- 4.6 旅游安全状况及形式展望
  - 4.6.1 旅游行业安全状况
  - 4.6.2 旅游安全事件形势

- 4.6.3 旅游安全管理回顾
- 4.6.4 旅游安全态势展望
- 4.7 中国旅游业面临的挑战
  - 4.7.1 景区基础设施方面
  - 4.7.2 管理机制方面
  - 4.7.3 市场竞争方面
  - 4.7.4 旅游人才方面
  - 4.7.5 市场消费主体方面
  - 4.7.6 形成问题的主要原因
- 4.8 中国旅游行业发展建议
  - 4.8.1 旅游业发展措施
  - 4.8.2 旅游业发展策略
  - 4.8.3 旅游业持续发展策略
  - 4.8.4 构建现代旅游资源产权制度

## 第五章 中国旅游业重要发展战略分析

- 5.1 “515战略”分析
  - 5.1.1 “515战略”相关解读
  - 5.1.2 “515战略”实施成效
- 5.2 “旅游+”战略
  - 5.2.1 “旅游+互联网”行动
  - 5.2.2 “旅游+农业”发展
  - 5.2.3 “旅游+工业”发展
  - 5.2.4 其他“旅游+”
- 5.3 全域旅游战略
  - 5.3.1 全域旅游概念界定
  - 5.3.2 全域旅游发展理念
  - 5.3.3 全域旅游发展历程
  - 5.3.4 全域旅游发展现状
  - 5.3.5 全域旅游示范名单
  - 5.3.6 全域旅游发展目标
- 5.4 “一带一路”旅游合作战略

- 5.4.1 国际旅游合作的兴起与发展
- 5.4.2 “一带一路”旅游合作机制框架
- 5.4.3 “一带一路”旅游合作的外部条件
- 5.4.4 “一带一路”旅游合作面临的挑战
- 5.4.5 “一带一路”旅游合作建议

## 第六章 2016-2020年中国生态旅游发展潜力分析

- 6.1 生态旅游的相关概述
  - 6.1.1 生态旅游的定义
  - 6.1.2 生态旅游的内涵和外延
  - 6.1.3 生态旅游的原理
  - 6.1.4 生态旅游的特点
  - 6.1.5 生态旅游的历程
  - 6.1.6 生态旅游与传统旅游的差异
- 6.2 2016-2020年中国生态旅游发展状况
  - 6.2.1 生态旅游资源状况
  - 6.2.2 生态旅游发展模式
  - 6.2.3 生态旅游示范区分布
  - 6.2.4 生态旅游拒绝人工化
  - 6.2.5 特色生态旅游发展道路
  - 6.2.6 生态旅游发展导向
- 6.3 生态旅游区建设驱动机制分析
  - 6.3.1 生态旅游区建设驱动机制概述
  - 6.3.2 生态旅游区建设的制约因素分析
  - 6.3.3 生态旅游区建设驱动 - 制约机制
  - 6.3.4 生态旅游区建设驱动机制优化策略
- 6.4 中国生态旅游发展存在的问题
  - 6.4.1 资源缺乏重视
  - 6.4.2 开发方式粗放
  - 6.4.3 经营观念滞后
  - 6.4.4 法制建设落后
  - 6.4.5 民众缺乏意识

- 6.4.6 环境污染严重
- 6.5 中国生态旅游发展的对策
  - 6.5.1 加强生态旅游立法
  - 6.5.2 构建利益驱动机制
  - 6.5.3 建立特殊运营模式
  - 6.5.4 加强生态旅游管理
  - 6.5.5 建立从业培训体系
  - 6.5.6 加强生态旅游教育
  - 6.5.7 建立辅助系统
- 6.6 中国生态旅游投资分析
  - 6.6.1 生态旅游投资的特征
  - 6.6.2 生态旅游投资风险识别
  - 6.6.3 生态旅游投资应对措施
- 6.7 全国生态旅游发展规划
  - 6.7.1 面临形势
  - 6.7.2 规划目标
  - 6.7.3 总体布局
  - 6.7.4 重点任务
  - 6.7.5 配套体系
  - 6.7.6 保障措施

## 第七章 2016-2020年红色旅游发展潜力分析

- 7.1 红色旅游相关概述
  - 7.1.1 概念界定
  - 7.1.2 发展历程
  - 7.1.3 市场定位
  - 7.1.4 资源特点
  - 7.1.5 社会价值
- 7.2 2016-2020年中国红色旅游发展状况
  - 7.2.1 红色旅游发展成果
  - 7.2.2 红色旅游市场规模
  - 7.2.3 红色旅游消费状况

- 7.2.4 红色旅游经典景区
- 7.2.5 红色旅游影响力分析
- 7.2.6 红色旅游公路建设规划
- 7.2.7 红色旅游业前景展望
- 7.3 红色旅游的问题分析
  - 7.3.1 红色旅游中的主要问题
  - 7.3.2 红色旅游缺乏严肃
  - 7.3.3 红色旅游景区存在的问题
  - 7.3.4 中国红色旅游发展面临障碍
  - 7.3.5 投融资问题成红色旅游发展掣肘
- 7.4 发展红色旅游的策略与建议
  - 7.4.1 发展红色旅游的对策
  - 7.4.2 打造红色旅游品牌
  - 7.4.3 老区建设与红色旅游相互促进
  - 7.4.4 社区旅游模式推动红色旅游业
  - 7.4.5 红色旅游需可持续发展策略
- 7.5 “十三五”全国红色旅游发展规划纲要解读
  - 7.5.1 规划进程
  - 7.5.2 重要意义
  - 7.5.3 发展目标

## 第八章 2016-2020年乡村旅游发展潜力分析

- 8.1 乡村旅游相关概述
  - 8.1.1 乡村旅游的定义
  - 8.1.2 乡村旅游的内涵
  - 8.1.3 乡村旅游基本类型
  - 8.1.4 乡村旅游发展形式
- 8.2 2016-2020年乡村旅游产业运行现状
  - 8.2.1 产业发展阶段分析
  - 8.2.2 乡村旅游接待人数
  - 8.2.3 乡村旅游营业收入
  - 8.2.4 乡村旅游市场份额

#### 8.2.5 乡村旅游市场特点

### 8.3 中国乡村旅游存在的主要问题

#### 8.3.1 乡村旅游发展瓶颈

#### 8.3.2 内容创新面临挑战

#### 8.3.3 土地资源利用问题

#### 8.3.4 其他发展问题分析

### 8.4 中国乡村旅游发展的对策建议

#### 8.4.1 加强政策支持

#### 8.4.2 金融支持对策

#### 8.4.3 突出主题特色

#### 8.4.4 坚持示范引领

#### 8.4.5 留住乡村原味

#### 8.4.6 重视产业融合

#### 8.4.7 优化设施配套

#### 8.4.8 注重保护传承

### 8.5 中国乡村旅游业投资形势分析

#### 8.5.1 乡村旅游投资机遇尽显

#### 8.5.2 国家鼓励社会资本入场

#### 8.5.3 政策鼓励乡村旅游PPP模式

#### 8.5.4 乡村旅游投资政策建议

## 第九章 2016-2020年健康旅游发展潜力分析

### 9.1 健康旅游相关概述

#### 9.1.1 健康旅游的含义

#### 9.1.2 健康旅游概念诠释

#### 9.1.3 健康旅游的类型

#### 9.1.4 主要健康旅游产品

#### 9.1.5 健康旅游主要项目

#### 9.1.6 健康旅游的意义

### 9.2 2016-2020年中国健康旅游业的发展

#### 9.2.1 国外健康旅游发展态势

#### 9.2.2 国内健康旅游政策背景

- 9.2.3 中国健康旅游产品供给
- 9.2.4 中国健康旅游市场需求
- 9.2.5 国内健康旅游发展建议
- 9.2.6 中国健康旅游市场前景
- 9.3 2016-2020年医疗旅游行业发展分析
  - 9.3.1 医疗旅游相关概述
  - 9.3.2 中国医疗旅游发展现状
  - 9.3.3 中国医疗旅游市场规模
  - 9.3.4 境外医疗旅游发展态势
  - 9.3.5 中国医疗旅游发展瓶颈
  - 9.3.6 中国医疗旅游发展策略
  - 9.3.7 中国医疗旅游发展趋势
  - 9.3.8 中国医疗旅游投资机遇
- 9.4 2016-2020年中国中医药健康旅游发展分析
  - 9.4.1 中医药健康旅游的意义
  - 9.4.2 中医药健康旅游促进政策
  - 9.4.3 中医药健康旅游发展现状
  - 9.4.4 中医药健康旅游发展规模
  - 9.4.5 中医药健康旅游示范基地
  - 9.4.6 中医药健康旅游发展问题
  - 9.4.7 中医药健康旅游发展对策
  - 9.4.8 中医药健康旅游发展目标
  - 9.4.9 中医药健康旅游重点任务
- 9.5 国内适宜开发的健康旅游产品
  - 9.5.1 文化健康旅游
  - 9.5.2 医疗健康旅游
  - 9.5.3 游乐健康养生
  - 9.5.4 美食健康旅游
  - 9.5.5 生理美容养生
  - 9.5.6 运动健康旅游
  - 9.5.7 生态健康旅游
- 9.6 健康旅游开发的模式分析

- 9.6.1 健康管理模式
- 9.6.2 医疗旅游模式
- 9.6.3 健身俱乐部模式
- 9.6.4 养生休闲目的地
- 9.6.5 养生休闲旅游区

## 第十章 2016-2020年旅游小镇发展分析

- 10.1 旅游小镇相关概述
  - 10.1.1 旅游小镇主要类型
  - 10.1.2 旅游小镇培育条件
  - 10.1.3 旅游小镇发展格局
  - 10.1.4 旅游小镇发展趋势
- 10.2 特色旅游小镇创新发展分析
  - 10.2.1 特色小镇政策背景
  - 10.2.2 旅游+异域风情
  - 10.2.3 旅游+健康发展
  - 10.2.4 旅游+工业历史
  - 10.2.5 旅游+智能制造
  - 10.2.6 旅游+地方文化
  - 10.2.7 旅游+金融产业
- 10.3 中国体育旅游特色小镇发展分析
  - 10.3.1 体育旅游特色小镇的特征
  - 10.3.2 体育旅游特色小镇主要类型
  - 10.3.3 体育旅游特色小镇发展意义
  - 10.3.4 体育旅游特色小镇发展状况
  - 10.3.5 典型体育旅游特色小镇案例
  - 10.3.6 体育旅游特色小镇发展问题
  - 10.3.7 体育旅游特色小镇发展建议
- 10.4 2016-2020年部分区域旅游小城镇发展状况
  - 10.4.1 陕西省
  - 10.4.2 江西省
  - 10.4.3 湖南省

- 10.4.4 江门市
- 10.4.5 广东清远
- 10.4.6 齐齐哈尔市
- 10.4.7 内蒙古赤峰市
- 10.5 国内经典旅游小镇发展案例分析
  - 10.5.1 鲁朗国际旅游小镇概述
  - 10.5.2 小镇各方利益主体分析
  - 10.5.3 利益主体间的矛盾与分化
  - 10.5.4 重点方案选择中博弈与协调
  - 10.5.5 旅游小镇建设运行建议
- 10.6 中国旅游小城镇发展建议与前景展望
  - 10.6.1 旅游小城镇发展建议
  - 10.6.2 旅游小城镇规划建设
  - 10.6.3 特色旅游小镇发展建议
  - 10.6.4 “十三五”发展机遇

## 第十一章 2016-2020年主题公园发展分析

- 11.1 2016-2020年世界主题公园发展综述
  - 11.1.1 市场运营状况
  - 11.1.2 企业模式分析
  - 11.1.3 运行发展动态
  - 11.1.4 投资建设近况
  - 11.1.5 运营趋势剖析
  - 11.1.6 成功经验分析
- 11.2 中国主题公园的发展综述
  - 11.2.1 发展历程回顾
  - 11.2.2 建设规范政策
  - 11.2.3 数量规模状况
  - 11.2.4 建设运营特点
  - 11.2.5 发展特征分析
  - 11.2.6 基本态势判断
- 11.3 2016-2020年中国主题公园市场运行分析

- 11.3.1 市场发展现状
- 11.3.2 行业运营分析
- 11.3.3 区域布局状况
- 11.3.4 市场竞争格局
- 11.3.5 市场发展业态
- 11.3.6 开发模式分析
- 11.3.7 市场热点事件
- 11.4 中国主题公园盈利能力分析
  - 11.4.1 盈利能力现状
  - 11.4.2 现行盈利模式
  - 11.4.3 盈利不佳原因
  - 11.4.4 国外盈利启示
  - 11.4.5 盈利模式提升路径
- 11.5 中国主题公园产业的SWOT分析
  - 11.5.1 发展优势分析
  - 11.5.2 发展劣势分析
  - 11.5.3 发展机遇分析
  - 11.5.4 发展挑战分析
- 11.6 中国主题公园创新发展的路径
  - 11.6.1 主题公园产品创新
  - 11.6.2 项目创新
  - 11.6.3 主题活动创新
  - 11.6.4 表演和服务创新
  - 11.6.5 市场营销和管理装修

## 第十二章 2016-2020年其他热点旅游市场分析

- 12.1 智慧旅游
  - 12.1.1 智慧旅游发展动因
  - 12.1.2 智慧旅游发展特征
  - 12.1.3 智慧旅游发展综况
  - 12.1.4 智慧旅游建设重点
  - 12.1.5 智慧旅游建设推进策略

- 12.1.6 智慧旅游商业模式借鉴
- 12.1.7 智慧旅游建设发展趋势
- 12.2 体育旅游
  - 12.2.1 体育旅游发展意义
  - 12.2.2 体育旅游现状综述
  - 12.2.3 体育旅游市场规模
  - 12.2.4 体育旅游发展目标
  - 12.2.5 体育旅游重点任务
  - 12.2.6 体育旅游保障措施
- 12.3 工业旅游
  - 12.3.1 发展工业旅游的意义
  - 12.3.2 工业旅游的特点与开发模式
  - 12.3.3 部分区域工业旅游发展现状
  - 12.3.4 中国发展工业旅游的思考
  - 12.3.5 进一步推进工业旅游发展的建议
- 12.4 自驾车旅游
  - 12.4.1 自驾车旅游概述
  - 12.4.2 自驾车旅游发展的环境与条件
  - 12.4.3 自驾车旅游发展的现状与趋势
  - 12.4.4 自驾车旅游市场特点概述
  - 12.4.5 自驾车旅游存在的问题及建议
- 12.5 滨海旅游
  - 12.5.1 滨海旅游市场规模状况
  - 12.5.2 滨海旅游市场发展特点
  - 12.5.3 我国滨海旅游业发展问题
  - 12.5.4 我国滨海旅游发展对策
  - 12.5.5 滨海旅游未来发展前景
- 12.6 影视旅游
  - 12.6.1 影视旅游的内涵
  - 12.6.2 影视旅游的特征
  - 12.6.3 影视旅游价值分析
  - 12.6.4 影视旅游的营销模式

- 12.6.5 旅游+影视需求分析
- 12.6.6 国内热门影视旅游地
- 12.6.7 影视旅游发展问题
- 12.6.8 影视旅游发展对策
- 12.7 温泉旅游
  - 12.7.1 温泉旅游相关概述
  - 12.7.2 温泉旅游消费现状
  - 12.7.3 温泉旅游发展模式
  - 12.7.4 温泉旅游发展问题
  - 12.7.5 温泉旅游发展思考
  - 12.7.6 温泉旅游发展机遇
  - 12.7.7 温泉度假区开发方向
- 12.8 定制旅游
  - 12.8.1 定制旅游内涵介绍
  - 12.8.2 定制旅游类型形式
  - 12.8.3 定制旅游发展历程
  - 12.8.4 定制旅游发展现状
  - 12.8.5 定制旅游发展模式
  - 12.8.6 定制旅游发展问题
  - 12.8.7 定制旅游发展路径
  - 12.8.8 定制旅游发展展望
- 12.9 研学旅游
  - 12.9.1 研学旅游相关概述
  - 12.9.2 研学旅游相关政策
  - 12.9.3 研学旅游发展现状
  - 12.9.4 研学旅游发展特征
  - 12.9.5 中日研学旅游对比
  - 12.9.6 研学旅游发展问题
  - 12.9.7 研学旅游发展建议
- 12.10 旅游演艺
  - 12.10.1 旅游演艺相关概述
  - 12.10.2 旅游演艺利好政策

- 12.10.3 旅游演艺市场规模
- 12.10.4 细分领域发展状况
- 12.10.5 旅游演艺发展特点
- 12.10.6 旅游演艺区域分布
- 12.10.7 旅游演艺发展问题
- 12.10.8 旅游演艺发展建议
- 12.10.9 旅游演艺发展展望
- 12.11 冰雪旅游
  - 12.11.1 冰雪旅游发展现状
  - 12.11.2 冰雪旅游消费分析
  - 12.11.3 冰雪旅游投资前景
  - 12.11.4 冰雪旅游发展建议
- 12.12 邮轮旅游
  - 12.12.1 邮轮旅游政策利好
  - 12.12.2 邮轮旅游市场规模
  - 12.12.3 邮轮旅游市场展望
  - 12.12.4 邮轮旅游市场预测
  - 12.12.5 邮轮旅游发展对策
  - 12.12.6 逐步深化产品创新

### 第十三章 2016-2020年旅游市场消费分析

- 13.1 旅游消费市场发展分析
  - 13.1.1 2020年旅游消费市场分析
  - 13.1.2 2020年旅游消费市场现状
  - 13.1.3 2020年旅游消费市场特点
- 13.2 国内各类人群旅游市场发展分析
  - 13.2.1 女性旅游市场
  - 13.2.2 老年人旅游市场
  - 13.2.3 大学生旅游市场
  - 13.2.4 商务旅游市场
- 13.3 旅游消费主体分析
  - 13.3.1 观光型旅游者

- 13.3.2 娱乐消遣型旅游者
- 13.3.3 度假保健型旅游者
- 13.3.4 文化教育型旅游者
- 13.3.5 宗教型旅游者
- 13.3.6 寻根、探亲、访友型旅游者
- 13.3.7 购物型旅游者
- 13.3.8 商务/公务型旅游者
- 13.3.9 生态/探险型旅游者
- 13.4 体验经济时代的旅游消费者行为特点
  - 13.4.1 旅游消费需求向高端转移
  - 13.4.2 情感需求的比重增加
  - 13.4.3 个性化产品服务受欢迎
  - 13.4.4 从产品本身转移到消费体验
  - 13.4.5 对文化旅游产品的需求上升
  - 13.4.6 绿色旅游需求的呼声越来越高
- 13.5 游客的旅游地选择与购买决策模型分析
  - 13.5.1 旅游地选择与决策过程
  - 13.5.2 影响游客的选择的主要因素
  - 13.5.3 典型案例分析
- 13.6 旅游需求的定量分析方法
  - 13.6.1 高峰期需求测定
  - 13.6.2 空间面积来度量拥挤程度
  - 13.6.3 限度评估法
  - 13.6.4 摄像与问卷结合法

## 第十四章 2016-2020年中国主要城市旅游业发展分析

- 14.1 北京市
  - 14.1.1 行业发展环境
  - 14.1.2 行业发展成就
  - 14.1.3 行业运行现状
  - 14.1.4 “十三五”发展规划
- 14.2 上海市

- 14.2.1 行业发展成就
- 14.2.2 行业运行现状
- 14.2.3 行业重点布局
- 14.2.4 “十三五”发展规划
- 14.3 深圳市
  - 14.3.1 行业发展环境
  - 14.3.2 行业发展成就
  - 14.3.3 行业运行状况
  - 14.3.4 “十三五”发展规划
- 14.4 广州市
  - 14.4.1 总体运行状况
  - 14.4.2 行业改革成效
  - 14.4.3 行业发展目标
  - 14.4.4 行业主要任务
- 14.5 其他城市
  - 14.5.1 天津市
  - 14.5.2 宁波市
  - 14.5.3 杭州市

## 第十五章 中国旅游资源及运作模式

- 15.1 中国主要地区的旅游资源
  - 15.1.1 西南市场
  - 15.1.2 华东市场
  - 15.1.3 东北市场
  - 15.1.4 华南市场
  - 15.1.5 华北市场
  - 15.1.6 西北市场
- 15.2 国内景区旅游资源发展分析
  - 15.2.1 景区旅游资源分布情况
  - 15.2.2 典型历史文化类景区介绍
  - 15.2.3 典型海滨旅游类景区介绍
  - 15.2.4 典型自然风景类景区介绍

- 15.2.5 智慧旅游景区发展趋势
- 15.3 旅游业的商业模式分析
  - 15.3.1 旅游供给模式
  - 15.3.2 旅游商业形态
  - 15.3.3 旅游产业组织
- 15.4 网络旅游市场的商业模式
  - 15.4.1 在线旅游市场主流商业模式
  - 15.4.2 旅游商品O2O模式
  - 15.4.3 在线旅游需要商业模式创新
- 15.5 解析主题公园市场化的商业运作模式
  - 15.5.1 国内外主题公园SWOT分析
  - 15.5.2 中国主题公园的盈利模式
  - 15.5.3 主题公园市场化运作商业设计
- 15.6 商务旅游及其商业模式探究
  - 15.6.1 商务旅游概述
  - 15.6.2 商务旅游市场需求
  - 15.6.3 商务旅游的供给
  - 15.6.4 商旅市场商业模式分析

## 第十六章 2016-2020年中国旅游业竞争分析

- 16.1 中国旅游业的国际竞争力分析
  - 16.1.1 中国旅游业国际竞争力概述
  - 16.1.2 中国旅游业的国际竞争优势
  - 16.1.3 中国旅游业的国际竞争劣势
- 16.2 2016-2020年中国旅游业市场竞争格局
  - 16.2.1 中国旅游业竞争力排名状况
  - 16.2.2 中国旅游业竞争力有待提高
  - 16.2.3 中国旅游市场价格竞争过度
  - 16.2.4 旅游市场进入个性化竞争时代
  - 16.2.5 旅行社步入品牌竞争时代
- 16.3 中国旅游业品牌发展与竞争状况分析
  - 16.3.1 品牌发展现状

- 16.3.2 品牌发展问题
- 16.3.3 品牌竞争对策
- 16.3.4 品牌发展趋势
- 16.4 旅游业的人才竞争探讨
  - 16.4.1 旅游业人才竞争的层次
  - 16.4.2 旅游业人才竞争的特点
  - 16.4.3 旅游业人才竞争策略
- 16.5 中国旅游业的竞争战略
  - 16.5.1 内资旅行社市场竞争战略
  - 16.5.2 旅游文化是参与国际竞争的关键
  - 16.5.3 价格在内地旅游最具竞争力
  - 16.5.4 增强旅游业和企业的竞争力

## 第十七章 2016-2020年中国旅游相关行业发展分析

- 17.1 2016-2020年景区发展分析
  - 17.1.1 景区发展特征
  - 17.1.2 景区数量规模
  - 17.1.3 景区分布状况
  - 17.1.4 景区月度榜单
  - 17.1.5 景区销售渠道
  - 17.1.6 景区消费行为
  - 17.1.7 景区旅游趋势
- 17.2 2016-2020年酒店业发展分析
  - 17.2.1 酒店业与旅游业的关系
  - 17.2.2 酒店行业现状特征
  - 17.2.3 星级酒店规模结构
  - 17.2.4 星级酒店经营状况
  - 17.2.5 经济酒店模式分析
  - 17.2.6 酒店经营发展建议
- 17.3 2016-2020年餐饮业发展分析
  - 17.3.1 行业发展规模
  - 17.3.2 行业发展特点

- 17.3.3 行业发展热点
- 17.3.4 节假日发展现状
- 17.3.5 行业发展机遇
- 17.3.6 企业发展状况
- 17.3.7 发展前景展望
- 17.4 2016-2020年会展产业发展分析
  - 17.4.1 会展业与酒店业互动发展
  - 17.4.2 会展行业发展特点
  - 17.4.3 全国总体办展情况
  - 17.4.4 会展行业区域分析
  - 17.4.5 国内展馆建设现状
  - 17.4.6 会展行业问题挑战
  - 17.4.7 会展行业发展建议
  - 17.4.8 会展产业前景展望
- 17.5 2016-2020年旅游交通业的发展
  - 17.5.1 交通与旅游的关系
  - 17.5.2 铁路旅游交通分析
  - 17.5.3 公路旅游交通分析
  - 17.5.4 水路旅游交通分析
  - 17.5.5 航空旅游交通分析
  - 17.5.6 区域内旅游交通分析
  - 17.5.7 “十三五”行业展望

## 第十八章 中国旅游业重点企业经营状况分析

- 18.1 桂林旅游股份有限公司
  - 18.1.1 企业发展概况
  - 18.1.2 经营效益分析
  - 18.1.3 业务经营分析
  - 18.1.4 财务状况分析
  - 18.1.5 核心竞争力分析
  - 18.1.6 公司发展战略
- 18.2 黄山旅游发展股份有限公司

- 18.2.1 企业发展概况
- 18.2.2 经营效益分析
- 18.2.3 业务经营分析
- 18.2.4 财务状况分析
- 18.2.5 核心竞争力分析
- 18.2.6 公司发展战略
- 18.3 宋城演艺发展股份有限公司
  - 18.3.1 企业发展概况
  - 18.3.2 经营效益分析
  - 18.3.3 业务经营分析
  - 18.3.4 财务状况分析
  - 18.3.5 核心竞争力分析
  - 18.3.6 公司发展战略
- 18.4 丽江玉龙旅游股份有限公司
  - 18.4.1 企业发展概况
  - 18.4.2 经营效益分析
  - 18.4.3 业务经营分析
  - 18.4.4 财务状况分析
  - 18.4.5 核心竞争力分析
  - 18.4.6 公司发展战略
- 18.5 西安旅游股份有限公司
  - 18.5.1 企业发展概况
  - 18.5.2 经营效益分析
  - 18.5.3 业务经营分析
  - 18.5.4 财务状况分析
  - 18.5.5 核心竞争力分析
  - 18.5.6 未来前景展望
- 18.6 安徽九华山旅游发展股份有限公司
  - 18.6.1 企业发展概况
  - 18.6.2 经营效益分析
  - 18.6.3 业务经营分析
  - 18.6.4 财务状况分析

18.6.5 核心竞争力分析

18.6.6 公司发展战略

## 第十九章 中国旅游业投资潜力分析

### 19.1 中国旅游业投资现状综合分析

19.1.1 旅游行业投资背景

19.1.2 旅游行业投资特点

19.1.3 旅游行业投资规模

19.1.4 旅游行业投资结构

### 19.2 中国旅游业PPP项目投资状况分析

19.2.1 旅游PPP发展状况

19.2.2 旅游PPP项目特性分析

19.2.3 旅游PPP面临的问题

19.2.4 旅游PPP运作经验

19.2.5 旅游PPP发展建议

### 19.3 中国旅游业投资机遇

19.3.1 国际化机遇

19.3.2 市场需求机遇

19.3.3 金融支持机遇

19.3.4 交通支撑机遇

19.3.5 转型升级机遇

### 19.4 中国旅游业投资壁垒分析

19.4.1 技术壁垒

19.4.2 品牌与网络壁垒

19.4.3 行为性壁垒

19.4.4 退出壁垒

### 19.5 中国旅游业投资误区及建议

19.5.1 旅游业投资存在的误区

19.5.2 旅游业投资存在的问题

19.5.3 旅游业投资的建议

19.5.4 旅游业投资的思考

### 19.6 中国旅游业投资风险及防范措施

- 19.6.1 宏观经济环境风险
- 19.6.2 项目投资开发风险
- 19.6.3 自然等外部因素风险
- 19.6.4 投资风险的防范措施
- 19.7 基于可持续发展的旅游投资决策
- 19.7.1 旅游投资的战略决策
- 19.7.2 旅游投资的项目决策
- 19.7.3 基于可持续发展的旅游投资效益
- 19.8 中国旅游业投资趋势分析
- 19.8.1 旅游投资环境向好
- 19.8.2 旅游投资前景广阔
- 19.8.3 旅游投资重点领域

## 第二十章 旅游业相关上市公司投资统计分析

- 20.1 A股及新三板上市公司在旅游行业投资动态分析
- 20.1.1 投资项目综述
- 20.1.2 投资区域分布
- 20.1.3 投资模式分析
- 20.1.4 典型投资案例
- 20.2 旅游行业上市公司投资动态分析
- 20.2.1 投资规模统计
- 20.2.2 投资区域分布
- 20.2.3 投资模式分析
- 20.2.4 典型投资案例

## 第二十一章 旅游业的发展前景与趋势预测分析

- 21.1 中国旅游业发展前景展望
- 21.1.1 旅游经济前景分析
- 21.1.2 旅游业发展展望
- 21.1.3 旅游市场需求趋势
- 21.1.4 旅游业国际市场前景
- 21.1.5 旅游业发展趋势

- 21.1.6 旅游业改革方向
- 21.2 “十三五”中国旅游业发展规划
  - 21.2.1 行业发展目标
  - 21.2.2 创新发展模式
  - 21.2.3 提升行业质量
  - 21.2.4 构建开放格局
- 21.3 未来中国旅游发展战略
  - 21.3.1 从粗放型到比较集约型
  - 21.3.2 从比较集约型到较高集约型
  - 21.3.3 从较高集约型到高度集约型
- 21.4 2022-2028年中国旅游业预测分析
  - 21.4.1 2022-2028年中国旅游业影响因素分析
  - 21.4.2 2022-2028年中国旅游总收入预测
  - 21.4.3 2022-2028年中国国内旅游收入预测
  - 21.4.4 2022-2028年中国国内旅游人数预测

## 附录

- 附录一：《中华人民共和国旅游法》
- 附录二：《旅游行政许可办法》
- 附录三：国家旅游人才培训基地管理办法（试行）
- 附录四：旅游市场黑名单管理办法（试行）
- 附录五：关于实施旅游服务质量提升计划的指导意见
- 附录六：关于促进乡村旅游可持续发展的指导意见

## 图表目录

- 图表1 2016-2020年全球旅游总人次及其增速
- 图表2 2016-2020年全球国际旅游人次增长趋势
- 图表3 2016-2020年全球国内旅游人次增长趋势
- 图表4 2016-2020年全球旅游总收入及其增速
- 图表5 2016-2020年全球国际旅游收入增长趋势
- 图表6 2016-2020年全球国内旅游收入增长趋势
- 图表7 2016-2020年全球旅游总收入与GDP增速

图表8 2016-2020全球范围内签证便利化的受益人群比例

图表9 旅游行业创造的直接就业岗位及在总就业人数中占比趋势

图表10 新技术替代旅游低端服务岗位的潜在绩效

更多图表见正文&hellip;&hellip;

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202205/294299.html>