

2023-2029年中国旅游产业 发展现状与行业前景预测报告

报告目录及图表目录

北京迪索共研咨询有限公司

www.cction.com

一、报告报价

《2023-2029年中国旅游产业发展现状与行业前景预测报告》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/202302/340265.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

中企顾问网发布的《2023-2029年中国旅游产业发展现状与行业前景预测报告》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 2018-2022年全球旅游业发展分析

2.12018-2022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

2.22018-2022年全球主要区域旅游市场发展分析

2.2.1美国旅游市场

2.2.2欧洲旅游市场

2.2.4中东旅游市场

2.2.5非洲旅游市场

2.3全球旅游业发展前景展望

2.3.1全球旅游业发展趋势

2.3.2全球旅游业发展预测

2.3.3新兴经济体旅游业展望

第三章 2018-2022年中国旅游业发展环境分析

3.1宏观经济环境

3.1.1宏观经济运行状况

3.1.2产业结构优化升级

3.1.3服务业蓬勃发展

3.1.4宏观经济发展走势

3.2政策环境分析

3.2.1行业改革发展意见

3.2.2行业投资消费意见

3.2.3加强旅游市场监管

3.2.4大力发展体育旅游

3.2.5旅游休闲重大工程

3.2.6交通与旅游融合发展

3.2.7加快旅游公共服务建设

3.2.8鼓励运用PPP模式改善旅游服务供给

3.3社会环境分析

3.3.1人口规模与构成

3.3.2民众休闲需求

3.3.3多国签证利好

3.3.4旅游交通改善

3.3.5步入全民旅游时代

3.4消费环境分析

3.4.1居民收入水平

3.4.2社会消费规模

3.4.3居民消费水平

第四章 2018-2022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旅游业与环境的关系

4.1.4旅游业发展特征分析

4.1.5旅游业发展效益分析

4.1.6旅游业发展体系分析

4.22018-2022年中国旅游业运行状况

4.2.1行业发展成就

4.2.2游客接待量分析

4.2.3产业收入状况

4.2.4行业发展热点

4.32018-2022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

4.42018-2022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假期出境游市场现状

4.4.5出境游市场发展趋势

4.5 2018-2022年节假日旅游市场分析

4.5.1假日旅游市场总析

4.5.2元旦假日旅游市场

4.5.3春节黄金周旅游市场

4.5.4国庆黄金周旅游市场

4.5.5其他节假日旅游市场

4.5.6黄金周旅游市场问题及对策

4.6中国旅游业面临的挑战

4.6.1旅游业需要重视的问题

4.6.2旅游业发展面临的挑战

4.6.3旅游业中存在的不足

4.6.4旅游资源的产权问题

4.7中国旅游行业发展建议

4.7.1旅游业发展措施

4.7.2旅游业发展策略

4.7.3旅游业持续发展策略

4.7.4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 2018-2022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生态旅游含义与产生背景

6.1.2生态旅游内涵与经济意义

6.1.3开展生态旅游的社会意义

6.1.4生态旅游的特点分析

6.1.5生态旅游发展推动因素

6.1.6生态旅游与传统旅游的差异

6.2 2018-2022年中国生态旅游发展情况

6.2.1国内新型生态旅游观

6.2.2生态旅游的研究与实践

6.2.3国内生态旅游示范区

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

6.3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生态旅游面临的问题

6.4.1生态旅游面临的困境

6.4.2中国生态旅游实践中的问题

6.4.3生态旅游存在的误区分析

6.4.4生态旅游被泛化或曲解

6.4.5生态旅游存在的相关法律问题

6.5生态旅游发展建议

6.5.1中国发展生态旅游的建议

6.5.2加强生态旅游区环境管理的途径

6.5.3生态旅游的可持续发展的对策

6.5.4完善我国生态旅游法律规制的对策

6.6全国生态旅游发展规划

6.6.1面临形势

6.6.2规划目标

6.6.3总体布局

6.6.4重点任务

6.6.5配套体系

6.6.6保障措施

第七章 2018-2022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

7.22018-2022年中国红色旅游发展状况

7.2.1红色旅游发展现状

7.2.2红色旅游经典景区

7.2.3红色旅游国际化发展

7.2.4红色旅游公路建设规划

7.2.5红色旅游业前景展望

7.3红色旅游产业化发展分析

7.3.1红色旅游产业化的内涵

7.3.2红色旅游产业化表现形式

7.3.3旅行社在红色旅游中的作用

7.3.4红色旅游产业化发展思路

7.4红色旅游的问题分析

7.4.1红色旅游中的主要问题

7.4.2红色旅游缺乏严肃

7.4.3红色旅游景区存在的问题

7.4.4中国红色旅游发展面临障碍

7.4.5投融资问题成红色旅游发展掣肘

7.5发展红色旅游的策略与建议

7.5.1发展红色旅游的对策

7.5.2打造红色旅游品牌

7.5.3老区建设与红色旅游相互促进

7.5.4社区旅游模式推动红色旅游业

7.5.5红色旅游需可持续发展策略

7.6“十四五”全国红色旅游发展规划纲要解读

7.6.1规划进程

7.6.2重要意义

7.6.3发展目标

第八章 2018-2022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

8.22018-2022年乡村旅游产业运行现状

8.2.1产业发展特征分析

8.2.2产业规模增长迅速

8.2.3行业投资总量较大

8.2.4产业带动作用增强

8.2.5主题类型逐渐丰富

8.3中国乡村旅游存在的主要问题

8.3.1旅游主题不突出

- 8.3.2产业整合性不强
- 8.3.3乡村文化逐渐削弱
- 8.3.4经营者服务水平低
- 8.3.5专业人才缺口较大
- 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突出主题特色
 - 8.4.3坚持示范引领
 - 8.4.4留住乡村原味
 - 8.4.5重视产业融合
 - 8.4.6优化设施配套
 - 8.4.7注重保护传承
- 8.5中国乡村旅游业投资形势分析
 - 8.5.1乡村旅游投资持续升温
 - 8.5.2乡村旅游迎来黄金时代
 - 8.5.3政策鼓励社会资本介入

第九章 2018-2022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健康旅游的资源开发
 - 9.1.4健康旅游主要项目
 - 9.1.5健康旅游的意义
- 9.22018-2022年国外健康旅游业发展分析
 - 9.2.1世界健康旅游业发展基础
 - 9.2.2世界健康旅游业发展现状
 - 9.2.3泰国积极促进健康旅游业发展
 - 9.2.4马来西亚推广发展健康旅游业
 - 9.2.5印尼打造“世界健康旅游胜地”
- 9.32018-2022年中国健康旅游业的发展
 - 9.3.1国内健康旅游政策背景

- 9.3.2中国健康旅游产品供给
- 9.3.3中国健康旅游市场需求
- 9.3.4国内健康旅游发展建议
- 9.3.5中国健康旅游市场前景
- 9.42018-2022年医疗旅游行业发展分析
 - 9.4.1医疗旅游相关概述
 - 9.4.2国外医疗旅游发展经验
 - 9.4.3中国医疗旅游市场规模
 - 9.4.4中国医疗旅游供需分析
 - 9.4.5中国医疗旅游发展瓶颈
 - 9.4.6中国医疗旅游发展策略
 - 9.4.7中国医疗旅游投资机遇
- 9.52018-2022年中国中医药健康旅游发展分析
 - 9.5.1中医药健康旅游的意义
 - 9.5.2中医药健康旅游发展现状
 - 9.5.3中医药健康旅游示范基地
 - 9.5.4中医药健康旅游发展问题
 - 9.5.5中医药健康旅游发展对策
 - 9.5.6中医药健康旅游发展目标
 - 9.5.7中医药健康旅游重点任务
- 9.6国内适宜开发的健康旅游产品
 - 9.6.1文化健康旅游
 - 9.6.2医疗健康旅游
 - 9.6.3游乐健康养生
 - 9.6.4美食健康旅游
 - 9.6.5生理美容养生
 - 9.6.6运动健康旅游
 - 9.6.7生态健康旅游
- 9.7健康旅游开发的模式分析
 - 9.7.1健康管理模式
 - 9.7.2医疗旅游模式
 - 9.7.3健身俱乐部模式

9.7.4养生休闲目的地

9.7.5养生休闲旅游区

第十章 2018-2022年旅游小城镇发展分析

10.1旅游小城镇相关概述

10.1.1国内相关定义

10.1.2小城镇发展类型

10.1.3小城镇发展意义

10.1.4小城镇存在的问题

10.1.5发展小城镇的策略

10.22018-2022年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+地方资源

10.2.7旅游+金融产业

10.32018-2022年部分区域旅游小城镇发展状况

10.3.1陕西省

10.3.2湖南省

10.3.3齐齐哈尔市

10.3.4内蒙古赤峰市

10.3.5山东平邑县

10.3.6内蒙古西乌旗

10.3.7重庆东温泉镇

10.4国内经典旅游小镇发展案例分析

10.4.1鲁朗国际旅游小镇概述

10.4.2小镇各方利益主体分析

10.4.3利益主体间的矛盾与分化

10.4.4重点方案选择中博弈与协调

10.4.5旅游小镇建设运行建议

10.5中国旅游小城镇发展建议与前景展望

10.5.1旅游小城镇发展建议

10.5.2旅游小城镇规划建设建议

10.5.3特色旅游小镇发展建议

10.5.4“十四五”发展机遇

第十一章 2018-2022年主题公园发展分析

11.12018-2022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投资建设近况

11.1.4运营趋势剖析

11.1.5成功经验分析

11.22018-2022年中国主题公园市场运行分析

11.2.1市场发展现状

11.2.2行业运营分析

11.2.3区域布局状况

11.2.4市场发展业态

11.2.5盈利模式分析

11.2.6市场热点事件

11.32018-2022年中国主题公园建设动态

11.3.1北京环球影城主题公园

11.3.2上海迪士尼乐园

11.3.3华强方特主题公园

11.3.4郑州文创园建设主题公园

11.3.5银川市主题公园

11.4中国主题公园发展制约因素分析

11.4.1主题公园选址

11.4.2主题文化内涵

11.4.3产品（项目）设计

11.5中国主题公园创新发展的路径

11.5.1主题公园产品创新

11.5.2项目创新

11.5.3主题活动创新

11.5.4表演和服务创新

11.5.5市场营销和管理装修

第十二章 2018-2022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智慧旅游市场规模

12.1.4智慧旅游建设推进策略

12.1.5智慧旅游商业模式借鉴

12.1.6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工业旅游发展现状分析

12.3.3工业旅游的特点与开发模式

12.3.4部分区域工业旅游发展现状

12.3.5中国发展工业旅游的思考

12.3.6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世界滨海旅游发展背景

12.5.2滨海旅游业影响因素分析

12.5.3国内滨海旅游市场动态

12.5.4中国滨海旅游业开发问题

12.5.5国内滨海旅游业发展建议

12.6影视旅游

12.6.1影视旅游相关概述

12.6.2影视旅游的营销模式

12.6.3旅游+影视需求分析

12.6.4国内热门影视旅游地

12.6.5热门影视带动旅游业发展

12.7温泉旅游

12.7.1温泉旅游相关概述

12.7.2温泉旅游发展现状

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

第十三章 2018-2022年旅游市场消费分析

13.12018-2022年旅游消费市场发展分析

13.1.1全球旅游城市消费排名

13.1.2国内旅游消费发展现状

13.1.3国内旅游市场消费潜力

13.1.4国内旅游市场消费趋向

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

13.7影响城市居民国内旅游需求的因素

13.7.1城市居民旅游需求概述

13.7.2城市居民国内旅游需求影响因素指标的选择

13.7.3城市居民国内旅游需求影响因素的量化研究

第十四章 2018-2022年中国主要城市旅游业发展分析

14.1北京市

14.1.1行业发展成就

14.1.2旅游运行现状

14.1.3旅游企业状况

14.1.4旅游资源情况

14.1.5区县旅游业情况

14.1.6“十四五”发展分析

14.2上海市

14.2.1“十四五”发展成就

14.2.2旅游市场分析

14.2.3行业热点分析

14.2.4“十四五”发展目标

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总体运行状况

14.3.4“十四五”发展规划

14.4广州市

14.4.1总体运行状况

14.4.2促进商旅文融合

14.4.3行业改革成效

14.4.4行业发展目标

14.4.5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景区旅游PEST环境分析
 - 15.2.3典型历史文化类景区介绍
 - 15.2.4典型海滨旅游类景区介绍
 - 15.2.5典型自然风景类景区介绍
 - 15.2.6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 2018-2022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
- 16.22018-2022年中国旅游业市场竞争格局
- 16.2.1中国旅游业竞争力现状
- 16.2.2中国旅游市场价格竞争过度
- 16.2.3旅游市场进入个性化竞争时代
- 16.2.4旅行社步入品牌竞争时代
- 16.3旅游业的人才竞争探讨
- 16.3.1旅游业人才竞争的层次
- 16.3.2旅游业人才竞争的特点
- 16.3.3旅游业人才竞争策略
- 16.4旅游业线上线下的竞争与融合
- 16.4.1旅游业线上线下竞争情况
- 16.4.2旅游业线上线下融合状况
- 16.4.3景区线上线下融合现状分析
- 16.4.4景区线上拓展营销模式分析
- 16.4.5线上线下全渠道发展方向
- 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 2018-2022年中国旅游相关行业发展分析

- 17.12018-2022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景区销售渠道
- 17.1.4景区消费行为
- 17.1.5景区旅游趋势
- 17.22018-2022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
- 17.32018-2022年餐饮业发展分析
 - 17.3.1行业发展规模
 - 17.3.2行业经营分析
 - 17.3.3行业发展机遇
 - 17.3.4地区发展格局
 - 17.3.5企业转型态势
 - 17.3.6发展前景展望
- 17.42018-2022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会展行业发展现状
 - 17.4.3会展行业区域分析
 - 17.4.4会展行业“走出去”;
 - 17.4.5国内展馆市场现状
 - 17.4.6会展行业问题挑战
 - 17.4.7会展产业前景展望
- 17.52018-2022年交通业的发展
 - 17.5.1基础设施建设
 - 17.5.2交通运输规模
 - 17.5.3固定资产投资
 - 17.5.4交通对旅游业的影响
 - 17.5.5“十四五”行业展望

第十八章 2018-2022年中国旅游业重点企业经营状况分析

- 18.1黄山旅游发展股份有限公司
 - 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未来前景展望

18.2张家界旅游集团股份有限公司

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未来前景展望

18.3桂林旅游股份有限公司

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未来前景展望

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未来前景展望

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未来前景展望

18.7宋城演艺发展股份有限公司

18.7.1企业发展概况

18.7.2经营效益分析

18.7.3业务经营分析

18.7.4财务状况分析

18.7.5未来前景展望

18.8上市公司财务比较分析

18.8.1盈利能力分析

18.8.2成长能力分析

18.8.3营运能力分析

18.8.4偿债能力分析

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

19.1.5旅游投资业态分析

19.2中国旅游业投资机遇

19.2.1国际化机遇

19.2.2市场需求机遇

19.2.3金融支持机遇

19.2.4交通支撑机遇

19.2.5转型升级机遇

19.3中国旅游业投资壁垒分析

19.3.1技术壁垒

19.3.2品牌与网络壁垒

19.3.3行为性壁垒

19.3.4退出壁垒

19.4中国旅游业投资误区及建议

- 19.4.1旅游业投资存在的误区
- 19.4.2旅游业投资存在的问题
- 19.4.3加快旅游业投资的建议
- 19.4.4旅游业投资的思考
- 19.5中国旅游业投资风险及防范措施
- 19.5.1宏观经济环境风险
- 19.5.2项目投资开发风险
- 19.5.3自然等外部因素风险
- 19.5.4投资风险的防范措施
- 19.6基于可持续发展的旅游投资决策
- 19.6.1旅游投资的战略决策
- 19.6.2旅游投资的项目决策
- 19.6.3基于可持续发展的旅游投资效益
- 19.7中国旅游业投资趋势分析
- 19.7.1旅游投资环境向好
- 19.7.2旅游投资前景广阔
- 19.7.3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上市公司在旅游业相关领域投资动态分析
- 20.1.1投资项目综述
- 20.1.2投资区域分布
- 20.1.3子版块投资分布
- 20.1.4产业转型分析
- 20.1.5投资模式分析
- 20.1.6典型投资案例
- 20.2旅游业相关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投资领域分布
- 20.2.4投资模式分析
- 20.2.5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 中国旅游业前景展望

21.1.2 国内旅游市场需求增长

21.1.3 中国旅游业国际市场前景

21.1.4 2022年中国旅游业发展重点

21.1.5 中国旅游业发展趋势

21.2 “十四五”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 2023-2029年中国旅游业预测分析

21.4.1 影响因素分析

21.4.2 旅游总收入预测

21.4.3 国内旅游收入预测

21.4.4 国内旅游人数预测

图表目录：

图表1 2023-2029年全球旅游业对GDP的总贡献

图表2 2018-2022年国内生产总值及其增长速度

图表3 2018-2022年三次产业增加值占全国生产总值比重

图表4 2022年年末人口数量及构成

图表5 典型的旅游出行链

图表6 2018-2022年全国居民人均可支配收入及其增速

图表7 2018-2022年居民人均可支配收入平均数与中位数

图表8 2018-2022年全社会消费品零售总额

图表9 2022年全国居民人均消费支出及其构成

图表10 2022年国内旅游人数城镇和农村居民占比

更多图表见正文……

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202302/340265.html>