

2025-2031年中国会奖旅游 市场深度分析与投资战略研究报告

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

《2025-2031年中国会奖旅游市场深度分析与投资战略研究报告》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/202501/476338.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《2025-2031年中国会奖旅游市场深度分析与投资战略研究报告》报告中的资料和数据来源于对行业公开信息的分析、对业内资深人士和相关企业高管的深度访谈，以及共研分析师综合以上内容作出的专业性判断和评价。分析内容中运用共研自主建立的产业分析模型，并结合市场分析、行业分析和厂商分析，能够反映当前市场现状，趋势和规律，是企业布局市场服务行业的重要决策参考依据。

在一个供大于求的需求经济时代，企业成功的关键就在于，是否能够在需求尚未形成之时就牢牢的锁定并捕捉到它。那些成功的公司往往都会倾尽毕生的精力及资源搜寻产业的当前需求、潜在需求以及新的需求！

随着会奖旅游市场竞争的不断加剧，国内优秀的会奖旅游企业愈来愈重视对行业市场的研究，特别是对企业发展环境和客户需求趋势变化的深入研究。正因为如此，一大批国内优秀的会奖旅游企业品牌迅速崛起，逐渐成为会奖旅游企业中的翘楚！

本报告利用资讯长期对会奖旅游市场跟踪搜集的一手市场数据，全面而准确的为您从行业的整体高度来架构分析体系。报告主要分析国外会奖旅游发展状况；中国会奖旅游相关行业发展状况；中国会奖旅游发展状况；会奖旅游市场营销策略；各地区会奖旅游发展状况；会奖旅游重点企业经营情况分析；会奖旅游投资与前景预测分析；同时，佐之以全行业近年来全面详实的一手连续性市场数据，让您全面、准确地把握整个会奖旅游市场走向和发展趋势。

报告目录：

第1章：会奖旅游发展概述26

1.1 会奖旅游概念界定26

1.1.1 会奖旅游概念界定26

1.1.2 会奖旅游的形成26

1.1.3 会奖旅游的特点27

1.2 会奖旅游市场开发特点及趋势28

1.2.1 会奖旅游市场开发特点28

1.2.2 会奖旅游市场开发的趋势29

1.3 会奖旅游发展环境分析30

1.3.1 会奖旅游行业政策环境分析30

（1）会展行业政策环境分析30

1) 会展行业监管体制30

2) 会展行业法律法规解析30

3) 会展行业政策规制的特征和趋势32

(2) 旅游行业政策环境分析33

1) 国家支持旅游业发展33

2) 国家支持西部地区旅游业发展34

3) 国家扩大内需政策推动旅游市场规模扩大35

1.3.2 会奖旅游行业经济环境分析35

(1) 国际经济环境分析35

1) 国际经济现状35

2) 2024年预测37

3) 国际经济对国内旅游业的影响38

(2) 国内经济环境分析38

1) 宏观经济运行情况38

2) 宏观经济走势预测39

3) 国内经济对旅游业的影响40

1.3.3 会奖旅游行业交通环境分析40

(1) 铁路运输业发展情况40

(2) 公路运输业发展情况41

(3) 港口运输业发展情况43

(4) 航空运输业发展情况43

1.3.4 会奖旅游行业社会环境分析45

(1) 法定节假日和带薪假期实施45

(2) 人口年龄45

(3) 社会结构47

第2章：国内外会奖旅游发展状况分析49

2.1 国外会奖旅游发展状况概述49

2.2 欧美国家会奖旅游发展状况分析50

2.2.1 美国会奖旅游发展状况分析50

(1) 美国会奖旅游发展概述50

(2) 美国会奖旅游发展优势分析50

(3) 美国会奖旅游相关行业分析51

1) 美国会展行业发展分析51

2) 美国旅游行业发展分析52

(4) 美国会奖旅游发展经验分析	53
2.2.2 德国会奖旅游发展状况分析	53
(1) 德国会奖旅游发展概述	53
(2) 德国会奖旅游市场规模分析	54
(3) 德国会奖旅游相关行业分析	54
1) 德国会展行业发展分析	54
2) 德国旅游行业发展分析	60
(4) 德国会奖旅游发展经验分析	60
2.2.3 法国会奖旅游发展状况分析	61
(1) 法国会奖旅游发展概况	61
(2) 法国会奖旅游相关行业分析	62
1) 法国会展行业发展分析	62
2) 法国旅游行业发展分析	65
(3) 法国会奖旅游发展经验分析	65
2.2.4 俄罗斯会奖旅游发展状况分析	66
(1) 俄罗斯会奖旅游发展概述	66
(2) 俄罗斯会奖旅游相关行业分析	66
1) 俄罗斯会展行业发展分析	66
2) 俄罗斯旅游行业发展分析	68
(3) 俄罗斯会奖旅游市场前景分析	68
2.3 亚太地区会奖旅游发展状况分析	69
2.3.1 新加坡会奖旅游发展状况分析	69
(1) 新加坡会奖旅游发展概况	69
(2) 新加坡会奖旅游发展优势分析	69
(3) 新加坡会奖旅游相关行业分析	71
1) 新加坡会展行业发展分析	71
2) 新加坡旅游行业发展分析	71
(4) 新加坡会奖旅游发展前景分析	72
(5) 新加坡会奖旅游发展经验分析	72
2.3.2 日本会奖旅游发展状况分析	73
(1) 日本会奖旅游发展概况	73
(2) 日本会奖旅游相关行业分析	73

- 1) 日本会展行业发展分析73
- 2) 日本旅游行业发展分析74
 - (3) 日本会奖旅游发展经验分析75
- 2.3.3 韩国会奖旅游发展状况分析75
 - (1) 韩国会奖旅游发展概况75
 - (2) 韩国会奖旅游相关行业分析76
- 1) 韩国会展行业发展分析76
- 2) 韩国旅游行业发展分析76
 - (3) 韩国会奖旅游发展经验分析76
- 2.3.4 中国香港地区会奖旅游发展状况分析77
 - (1) 中国香港地区会奖旅游发展概况77
 - (2) 中国香港会奖旅游相关行业分析77
- 1) 中国香港会展行业发展分析77
- 2) 中国香港旅游行业发展分析78
 - (3) 中国香港地区会奖旅游发展经验分析79

第3章：国内外旅游市场发展状况分析80

- 3.1 全球旅游市场发展分析80
 - 3.1.1 全球国际旅游人数分析80
 - 3.1.2 全球国际旅游收入分析80
 - 3.1.3 全球国际旅游支出排行81
 - 3.1.4 全球领先旅游业企业发展分析81
 - (1) 美国胜腾旅游集团81
 - 1) 企业发展简况81
 - 2) 企业主要业务分析82
 - 3) 企业市场地位分析82
 - 4) 企业经营情况分析82
 - (2) 万豪国际集团82
 - 1) 企业发展简况82
 - 2) 企业主要业务分析82
 - 3) 企业市场地位分析83
 - 4) 企业经营情况分析83
 - 5) 企业最新发展动向83

- (3) 喜达屋集团83
 - 1) 企业发展简况83
 - 2) 企业主要业务分析83
 - 3) 企业市场地位分析83
 - 4) 企业经营情况分析83
 - 5) 企业最新发展动向84
- (4) 瑞士旅业集团 (Kuoni) 84
 - 1) 企业发展简况84
 - 2) 企业主要业务分析85
 - 3) 企业市场地位分析85
 - 4) 企业经营情况分析85
- 3.2 中国国内旅游市场发展分析85
 - 3.2.1 国内旅游行业发展规模分析85
 - (1) 国内旅游人数85
 - (2) 国内旅游收入86
 - (3) 国内旅游人均花费86
 - 3.2.2 国内旅游行业发展特征分析87
 - (1) 节假日旅游进一步集中87
 - (2) 一日游占主导地位88
 - (3) 观光游仍是主体89
 - (4) 区域旅游热点更加凸显89
- 3.3 中国入境游市场发展分析90
 - 3.3.1 中国入境旅游发展概况90
 - (1) 入境旅游接待人数90
 - (2) 入境旅游外汇收入90
 - (3) 入境旅游客源情况91
 - 3.3.2 中国入境游主要特点91
 - (1) 入境游客以港澳台同胞为主91
 - (2) 入境外国游客以亚欧人为主92
 - (3) 入境外国游客以男性为主92
 - (4) 旅游目的以观光休闲和商务会议为主93
 - (5) 入境游客年龄主要在25-65岁之间94

3.3.3 入境旅游发展趋势预测	95
3.4 中国出境旅游发展概况	95
3.4.1 中国出境旅游发展概况分析	95
3.4.2 中国出境旅游目的地分析	96
(1) 已开放的出境旅游目的地	96
(2) 出境旅游中的热门目的地	96
3.4.3 年网民出境游意向调查	97
第4章：中国会奖旅游相关行业发展分析	104
4.1 酒店行业发展状况分析	104
4.1.1 星级酒店行业发展分析	104
(1) 星级酒店数量规模	104
(2) 星级酒店构成情况	104
(3) 星级酒店收入规模	105
(4) 星级酒店经营状况	105
(5) 重点旅游城市酒店经营情况	106
(6) 星级酒店运行特点总结	108
4.1.2 酒店行业品牌格局	110
4.1.3 经济型连锁酒店发展分析	110
(1) 经济型酒店数量规模	110
(2) 经济型酒店市场规模	111
(3) 经济型酒店区域分布	112
(4) 经济型酒店产品结构	112
(5) 经济型酒店市场格局	112
4.1.4 中国酒店行业发展趋势	113
4.2 餐饮行业发展状况分析	114
4.2.1 餐饮业发展状况	114
4.2.2 餐饮业消费特征分析	115
4.2.3 餐饮业集中度分析	116
4.2.4 餐饮百强企业经营分析	117
4.2.5 餐饮业发展趋势及前景预测	121
(1) 餐饮行业发展趋势	121
(2) 餐饮行业发展前景预测	122

4.3 旅游景区建设情况分析122

4.3.1 旅游景区发展历程122

4.3.2 旅游景区发展的特点123

4.3.3 旅游景区存在的问题125

4.3.4 旅游景区市场竞争分析126

(1) 旅游景区竞争现状分析126

(2) 旅游景区潜在威胁分析128

(3) 旅游景区竞争力影响因素129

4.3.5 旅游景区经营分析130

(1) 旅游景区基本情况130

(2) 旅游景区结构特征131

(3) 5A景区数量规模132

(4) 5A景区门票价格情况133

4.4 会展行业发展状况分析137

4.4.1 展览会市场概况137

(1) 展览会省份分布137

(2) 展览会城市分布139

(3) 展览会规模分布142

(4) 展览会行业分布147

(5) 展览会时间分布149

4.4.2 展览馆市场概况150

(1) 展览馆省份分布151

(2) 展览馆省份分布153

(3) 展览馆规模分布155

(4) 展览馆市场经营情况157

4.4.3 流动展会分析163

第5章：奖励旅游市场发展状况分析166

5.1 奖励旅游市场概述166

5.1.1 奖励旅游发展进程分析166

5.1.2 奖励旅游特征167

5.1.3 奖励旅游组织市场的类型和特征172

(1) 基于激励性的奖励旅游172

(2) 基于奖励性质的商务差旅	173
(3) 基于福利性质的奖励旅游	173
5.2 奖励旅游市场调研分析	174
5.2.1 商务旅行者的年龄比例调研	174
5.2.2 商务旅行者最重视的因素调研	175
5.2.3 不同区域商务旅行者最重视的任务调研	176
5.3 中国奖励旅游市场发展分析	177
5.3.1 中国奖励旅游发展现状	177
5.3.2 中国奖励旅游发展趋势	178
5.3.3 中国奖励旅游发展前景	179
第6章：会展旅游发展状况分析	180
6.1 会展旅游与会展业及旅游业的关系分析	180
6.1.1 会展业与旅游业的关系分析	180
6.1.2 会展旅游与会展业及旅游业的关系分析	180
6.2 会展旅游发展现状分析	181
6.2.1 会展旅游发展状况概述	181
6.2.2 国内外会展旅游发展模式	181
(1) 国外会展旅游发展模式	182
(2) 国内会展旅游发展模式分析	182
(3) 国内外会展旅游发展模式对比	182
6.2.3 我国会展旅游存在的问题	183
6.3 我国会展旅游发展趋势分析	183
6.3.1 会展旅游发展趋势	183
6.3.2 会展旅游发展建议	185
第7章：会奖旅游市场营销策略分析	187
7.1 会奖旅游营销主体分析	187
7.1.1 城市	187
(1) 核心驱动力	187
(2) 导向驱动因子	188
(3) 外部限制因子	189
(4) 内部限制因子	190
7.1.2 会展旅游业者	190

7.2 会奖旅游城市营销策略	191
7.2.1 会奖旅游城市形象策略	191
7.2.2 会奖旅游城市节事营销策略	192
(1) 会奖城市举办节事的目的	192
(2) 会奖城市节事的运作主体和营销对象	193
(3) 会奖城市节事主题的选择	194
7.2.3 会奖旅游城市其他营销策略	195
(1) 会奖旅游城市关系营销策略	195
(2) 会奖旅游城市整合营销策略	196
(3) 会奖旅游城市政策营销策略	197
7.3 会奖旅游企业营销策略	197
7.3.1 市场定位策略	197
(1) 主办导向定位策略	197
(2) 展商导向定位策略	198
(3) 观众导向定位策略	198
(4) 消费者导向定位策略	199
7.3.2 会奖旅游产品营销策略	199
(1) 会奖旅游产品的概念	199
(2) 会奖旅游产品开发策略	200
1) 旅游饭店对产品的开发	200
2) 旅行社对产品的开发	200
3) 旅游景区对产品的开发	201
(3) 会奖旅游产品组合策略	201
(4) 发展会奖旅游产品遵循的原则	201
7.3.3 旅行社与会展公司竞合策略	202
(1) 旅行社与会展公司之间的竞争与合作	202
(2) 旅行社与会展公司关系趋势分析	204
第8章：中国会奖旅游行业重点区域发展分析	206
8.1 中国会奖旅游行业区域发展概述	206
8.2 北京会奖旅游行业发展分析	206
8.2.1 北京市会展行业发展情况分析	206
(1) 北京会展行业设施规模	206

(2) 北京会展行业会展项目及结构	208
(3) 北京会展行业市场主体结构	209
(4) 北京会展行业收入规模	210
8.2.2 北京市旅游行业发展情况分析	211
(1) 北京市入境游发展情况	211
(2) 北京市国内游发展情况	212
8.2.3 北京市旅游配套设施发展情况分析	213
(1) 北京市酒店行业发展情况分析	213
(2) 北京市餐饮行业发展情况分析	215
(3) 北京市旅游景区发展情况分析	215
1) 北京市旅游资源分类	215
2) 北京市游客旅游消费倾向	216
3) 北京市旅游资源优势分析	216
4) 北京市旅游景区价格分析	217
5) 北京市旅游景区经营分析	217
6) 北京市城市旅游营销分析	218
(4) 北京市交通建设情况分析	218
8.2.4 北京市会奖旅游行业发展现状分析	219
8.2.5 北京市会奖旅游行业SWOT分析	223
(1) 优势分析	223
(2) 劣势分析	223
(3) 机会分析	225
(4) 威胁分析	225
8.2.6 北京市会奖旅游行业发展对策	225
8.3 上海会奖旅游行业发展分析	227
8.3.1 上海市会展行业发展情况分析	227
(1) 上海会展行业设施规模	227
(2) 上海会展行业会展项目	228
(3) 上海会展行业收入规模	231
8.3.2 上海市旅游行业发展情况分析	231
(1) 上海市游客总量及结构	231
(2) 上海市旅游收入及结构	233

8.3.3 上海市旅游配套设施发展情况分析233

(1) 上海市酒店行业发展情况分析233

(2) 上海市餐饮行业发展情况分析234

(3) 上海市旅游景区发展情况分析235

1) 上海市旅游资源分类235

2) 上海市游客旅游消费倾向235

3) 上海市旅游资源优势分析236

4) 上海市旅游景区价格分析236

5) 上海市旅游景区经营分析237

6) 上海市城市旅游营销分析237

(4) 上海市交通建设情况分析237

8.3.4 上海市会奖旅游行业发展现状分析238

8.3.5 上海市会奖旅游行业SWOT分析238

8.3.6 上海市会奖旅游行业发展对策240

8.4 广州会奖旅游行业发展分析240

8.4.1 广州市会展行业发展情况分析240

(1) 广州会展行业设施规模241

1) 广州会展场馆规模241

2) 广州会展规模242

(2) 广州会展行业会展项目242

(3) 广州会展行业收入规模242

8.4.2 广州市旅游行业发展情况分析243

8.4.3 广州市旅游配套设施发展情况分析243

(1) 广州市酒店行业发展情况分析243

(2) 广州市餐饮行业发展情况分析245

(3) 广州市旅游景区建设情况分析246

1) 广州市旅游资源分类246

2) 广州市游客旅游消费倾向246

3) 广州市旅游资源优势分析246

4) 广州市旅游景区价格分析246

5) 广州市旅游景区经营分析247

6) 广州市城市旅游营销分析247

(4) 广州市交通建设情况分析	248
8.4.4 广州市会奖旅游行业发展现状分析	248
8.4.5 广州市会奖旅游行业SWOT分析	249
(1) 优势分析	249
(2) 劣势分析	250
(3) 机会分析	250
(4) 威胁分析	251
8.4.6 广州市会奖旅游行业发展前景	251
8.5 武汉会奖旅游行业发展分析	252
8.5.1 武汉市会展行业发展情况分析	252
8.5.2 武汉市旅游行业发展情况分析	253
(1) 国内外游客接待量分析	253
(2) 国内外旅游收入分析	254
8.5.3 武汉市旅游配套设施发展情况分析	254
(1) 武汉市旅游景区建设情况分析	254
(2) 武汉市交通建设情况分析	254
8.5.4 武汉市会奖旅游行业发展现状分析	255
8.5.5 武汉市会奖旅游行业SWOT分析	256
(1) 优势分析	256
(2) 劣势分析	256
(3) 机会分析	257
(4) 威胁分析	257
8.5.6 武汉市会奖旅游行业发展对策	258
8.6 成都会奖旅游行业发展分析	259
8.6.1 成都市会展行业发展情况分析	259
(1) 成都会展行业设施规模	259
(2) 成都会展行业会展项目	259
(3) 成都会展行业收入规模	260
8.6.2 成都市旅游行业发展情况分析	261
8.6.3 成都市旅游配套设施发展情况分析	261
(1) 成都市酒店行业发展情况分析	261
(2) 成都市交通建设情况分析	261

8.6.4 成都市会奖旅游行业发展现状分析	261
8.6.5 成都市会奖旅游行业SWOT分析	262
(1) 优势分析	262
(2) 劣势分析	262
(3) 机会分析	263
(4) 威胁分析	263
8.6.6 成都市会奖旅游行业发展对策	263
8.7 大连会奖旅游行业发展分析	264
8.7.1 大连市会展行业发展情况分析	264
8.7.2 大连市旅游行业发展情况分析	264
8.7.3 大连市旅游配套设施发展情况分析	264
(1) 大连市酒店行业发展情况分析	265
(2) 大连市餐饮行业发展情况分析	265
(3) 大连市旅游景区建设情况分析	265
(4) 大连市交通建设情况分析	265
8.7.4 大连市会奖旅游行业发展现状分析	266
8.7.5 大连市会奖旅游行业SWOT分析	267
(1) 优势分析	267
(2) 劣势分析	267
(3) 机会分析	268
(4) 威胁分析	268
8.7.6 大连市会奖旅游行业发展对策	269
8.8 西安会奖旅游行业发展分析	270
8.8.1 西安市会展行业发展情况分析	270
(1) 西安会展行业设施规模	270
(2) 西安会展行业会展项目	271
(3) 西安会展行业收入规模	271
8.8.2 西安市旅游行业发展情况分析	271
8.8.3 西安市旅游配套设施发展情况分析	272
(1) 西安市酒店行业发展情况分析	273
(2) 西安市餐饮行业发展情况分析	273
(3) 西安市交通建设情况分析	273

8.8.4 西安市会奖旅游行业发展现状分析	274
8.8.5 西安市会奖旅游行业SWOT分析	274
(1) 优势分析	274
(2) 劣势分析	275
(3) 机会分析	275
(4) 威胁分析	276
8.8.6 西安市会奖旅游行业发展战略	276
8.9 昆明会奖旅游行业发展分析	277
8.9.1 昆明市会展行业发展情况分析	277
8.9.2 昆明市旅游行业发展情况分析	277
8.9.3 昆明市旅游配套设施发展情况分析	277
(1) 昆明市餐饮行业发展情况分析	278
(2) 昆明市旅游景区发展情况分析	278
(3) 昆明市交通建设情况分析	278
8.9.4 昆明市会奖旅游行业发展现状分析	278
8.9.5 昆明市会奖旅游行业SWOT分析	279
(1) 优势分析	279
(2) 劣势分析	281
(3) 机会分析	281
(4) 威胁分析	281
8.9.6 昆明市会奖旅游行业发展对策	282
8.10 海南会奖旅游行业发展分析	283
8.10.1 海南会展行业发展情况分析	283
8.10.2 海南旅游行业发展情况分析	283
8.10.3 海南旅游配套设施发展情况分析	284
(1) 海南酒店行业发展情况分析	284
(2) 海南餐饮行业发展情况分析	284
(3) 海南交通建设情况分析	284
8.10.4 海南会奖旅游行业SWOT分析	284
(1) 优势分析	285
(2) 劣势分析	285
(3) 机会分析	285

(4) 威胁分析	286
8.10.5 海南会奖旅游行业发展对策	286
第9章：会奖旅游重点企业经营分析	288
9.1 会奖旅游重点企业总体概述	288
9.2 旅行社开展会奖旅游业务重点企业经营情况分析	288
9.2.1 北京凯撒国际旅行社有限责任公司经营情况分析	288
(1) 企业发展简况分析	288
(2) 企业经营情况分析	289
(3) 企业会奖旅游业务分析	290
(4) 企业发展优劣势分析	291
(5) 企业最新发展动向分析	291
9.2.2 中青旅控股股份有限公司	291
(1) 企业发展简况分析	291
(2) 企业经营情况分析	293
1) 主要经济指标分析	293
2) 企业盈利能力分析	293
3) 企业运营能力分析	294
4) 企业偿债能力分析	294
5) 企业发展能力分析	294
(3) 企业会奖旅游业务分析	295
(4) 企业会奖旅游案例分析	298
(5) 企业发展优劣势分析	299
(6) 企业投资兼井及重组分析	299
(7) 企业最新发展动向分析	299
9.2.3 中国国旅股份有限公司	300
(1) 企业发展简况分析	300
(2) 企业经营情况分析	301
1) 主要经济指标分析	301
2) 企业盈利能力分析	301
3) 企业运营能力分析	302
4) 企业偿债能力分析	302
5) 企业发展能力分析	302

(3) 企业会奖旅游业务分析	303
(4) 企业发展优劣势分析	305
(5) 企业最新发展动向分析	305
9.2.4 黄山旅游发展股份有限公司	306
(1) 企业发展简况分析	306
(2) 企业经营情况分析	307
1) 主要经济指标分析	307
2) 企业盈利能力分析	308
3) 企业运营能力分析	308
4) 企业偿债能力分析	309
5) 企业发展能力分析	309
(3) 企业会奖旅游业务分析	310
(4) 企业发展优劣势分析	311
(5) 企业最新发展动向分析	311
9.2.5 北京首旅酒店(集团)股份有限公司	311
(1) 企业发展简况分析	311
(2) 企业经营情况分析	313
1) 主要经济指标分析	313
2) 企业盈利能力分析	313
3) 企业运营能力分析	313
4) 企业偿债能力分析	314
5) 企业发展能力分析	314
(3) 企业会奖旅游业务分析	315
(4) 企业发展优劣势分析	319
(5) 企业最新发展动向分析	319
9.2.6 西安旅游股份有限公司	319
(1) 企业发展简况分析	320
(2) 企业经营情况分析	321
1) 主要经济指标分析	321
2) 企业盈利能力分析	321
3) 企业运营能力分析	322
4) 企业偿债能力分析	322

5) 企业发展能力分析323

(3) 企业会奖旅游业务分析323

(4) 企业发展优劣势分析324

(5) 企业最新发展动向分析324

9.2.7 中国康辉旅行社集团有限责任公司325

(1) 企业发展简况分析325

(2) 企业经营情况分析325

(3) 企业会奖旅游业务分析326

(4) 企业发展优劣势分析326

9.2.8 上海锦江国际旅游股份有限公司326

(1) 企业发展简况分析326

(2) 企业经营情况分析327

1) 主要经济指标分析327

2) 企业盈利能力分析327

3) 企业运营能力分析328

4) 企业偿债能力分析328

5) 企业发展能力分析329

(3) 企业会奖旅游业务分析329

(4) 企业发展优劣势分析330

(5) 企业最新发展动向分析330

9.2.9 广州广之旅国际旅行社股份有限公司331

(1) 企业发展简况分析331

(2) 企业经营情况分析331

(3) 企业会奖旅游业务分析331

(4) 企业发展优劣势分析332

(5) 企业最新发展动向分析332

9.2.10 港中旅国际(山东)旅行社333

(1) 企业发展简况分析333

(2) 企业经营情况分析333

(3) 企业会奖旅游业务分析334

(4) 企业发展优劣势分析335

第10章：会奖旅游发展前景及投资机会分析392

10.1 会奖旅游行业发展前景分析392

10.1.1 旅游业景气度预测392

10.1.2 会奖旅游发展前景预测394

10.2 会奖旅游行业投资环境与机会395

10.2.1 会奖旅游行业投资环境分析395

10.2.2 会奖旅游行业投资机会分析395

图表目录

图表1：会展活动的分类及会奖旅游的形成27

图表2：近年来我国会展行业相关政策31

图表3：各旅游区的规划及政策研究34

图表4：2020-2024年七国集团GDP增长率（%）36

图表5：2020-2024年金砖国家及部分亚洲经济体GDP同比增长率（%）36

图表6：2020-2024年中国国内生产总值及其增长速度（单位：亿元，%）39

图表7：我国主要宏观经济指标增长率预测（单位：%）40

图表8：2020-2024年中国GDP增速与旅游行业总收入增速对比图（单位：%）40

图表9：2020-2024年全国铁路旅客运输量及同比增速（单位：万人，%）41

图表10：“十四五”期间中国公路投资建设情况（单位：亿元，万公里）42

图表11：2020-2024年全国公路旅客运输量及同比增速（单位：万人，%）42

图表12：2020-2024年我国港口旅客吞吐量及同比增速（单位：万人，%）43

图表13：2020-2024年我国民航旅客运输量及同比增速（单位：万人，%）44

图表14：2020-2024年我国民航旅客周转量及同比增速（单位：亿人公里，%）44

图表15：中国法定节假日安排45

图表16：2020-2024年我国人口年龄结构情况（单位：%）46

图表17：2020-2024年我国城乡人口比重情况（单位：%）46

图表18：中国目前“金字塔型”社会结构具体表现47

图表19：美国会展业与GDP的增长率对比（单位：%）52

图表20：2020-2024年美国会展业相关指标变化情况（单位：%）52

图表21：美国旅游业发展情况（单位：万人，%）53

图表22：2020-2024年德国大型展览场馆面积（单位：万平方米）55

图表23：德国展馆面积位居前10城市及其展馆面积（单位：平方米）55

图表24：德国大型展会数量（单位：场）56

图表25：德国参展商数量数量（单位：万家）56

图表26：德国展会观众数量（单位：万人）56

图表27：德国展会展览面积（单位：万平方米）57

图表28：德国展会运营商营业额（单位：亿欧元）57

图表29：2020-2024年德国境外参展商和外国观众数量占比（单位：%）58

图表30：德国贸易展会类别占比（单位：%）58

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202501/476338.html>