

2020-2026年中国旅游行业市场运行态势及投资战略咨询报告

报告大纲

一、报告简介

智研咨询发布的《2020-2026年中国旅游行业市场运行态势及投资战略咨询报告》涵盖行业最新数据，市场热点，政策规划，竞争情报，市场前景预测，投资策略等内容。更辅以大量直观的图表帮助本行业企业准确把握行业发展态势、市场商机动向、正确制定企业竞争战略和投资策略。本报告依据国家统计局、海关总署和国家信息中心等渠道发布的权威数据，以及我中心对本行业的实地调研，结合了行业所处的环境，从理论到实践、从宏观到微观等多个角度进行市场调研分析。

官网地址：<https://www.chyxx.com/research/201808/664621.html>

报告价格：电子版: 9800元 纸介版：9800元 电子和纸介版: 10000元

订购电话: 010-60343812、010-60343813、400-600-8596、400-700-9383

电子邮箱: sales@chyxx.com

联系人: 刘老师

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、报告目录及图表目录

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，2017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%。

“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

智研咨询发布的《2020-2026年中国旅游行业市场运行态势及投资战略咨询报告》共十五章。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 产业环境透视

第一章 旅游行业发展综述

第一节 旅游行业定义及分类

一、旅游的概念

二、旅游的目的

三、旅游的起源

四、旅游的分类

五、旅游的意义

第二节 旅游行业统计标准

一、统计部门和统计口径

二、行业主要统计方法介绍

三、行业涵盖数据种类介绍

第三节 最近3-5年中国旅游所属行业经济指标分析

- 一、赢利性
- 二、成长速度
- 三、附加值的提升空间
- 四、进入壁垒 / 退出机制
- 五、风险性
- 六、行业周期
- 七、竞争激烈程度指标

第四节 旅游行业产业链分析

- 一、产业链结构分析
- 二、主要环节的增值空间
- 三、与上下游行业之间的关联性
- 四、旅游行业相关产业分析
 - 1、旅游地产项目开发成本构成
 - 2、酒店行业发展状况及影响
 - 3、餐饮行业发展状况及影响
 - 4、旅游服务行业发展状况及影响
 - 5、电子商务行业发展状况及影响

第二章 旅游行业市场环境及影响分析（PEST）

第一节 旅游行业政治法律环境（P）

- 一、行业管理体制分析
- 二、行业主要法律法规
 - 1、《旅行社条例》
 - 2、《旅游景区质量等级管理办法》
 - 3、《旅游行政处罚办法》
 - 4、《中国公民出国旅游管理办法》
 - 5、《导游人员管理条例》
- 三、旅游行业标准
 - 1、《旅行社服务质量赔偿标准》
 - 2、《旅游景区质量等级评定与划分》
 - 3、《旅游饭店星级的划分及评定》
- 四、行业相关发展规划
 - 1、国务院关于加快发展旅游业的意见
 - 2、中国旅游业“十三五”发展规划
 - 3、《关于进一步促进旅游投资和消费的若干意见》

五、政策环境对行业的影响

第二节 行业经济环境分析（E）

- 一、宏观经济形势分析
- 二、宏观经济环境对行业的影响分析

第三节 行业社会环境分析（S）

- 一、旅游产业社会环境
- 二、社会环境对行业的影响
- 三、旅游产业发展对社会发展的影响

第四节 行业技术环境分析（T）

- 一、技术嵌入及旅游产品开发
- 二、旅游技术发展水平
- 三、太空旅游技术已经成熟
- 四、旅行社信息化技术分析

第三章 国际旅游所属行业发展分析及经验借鉴

第一节 全球旅游市场总体情况分析

- 一、全球旅游行业的发展特点
- 二、世界旅游业发展步伐持续加快
- 三、绿色旅游成为亮点
- 四、世界旅游业动态分析

第二节 全球重点旅游项目市场分析

一、美洲旅游

- 1、美洲国家旅游资源及景点分布
- 2、美洲旅游游客人次及重点旅游景点分布
- 3、美洲未开放旅游国受关注

二、欧洲旅游

- 1、欧洲国家旅游资源及景点分布
- 2、欧洲旅游游客人次及重点旅游景点分布
- 3、平均住宿预算：欧洲各国落差大
- 4、欧洲旅游假期平均值及住宿开销

三、亚洲旅游

- 1、亚洲国家旅游资源及景点分布
- 2、亚洲旅游游客人次及重点旅游景点分布
- 3、影响亚洲旅游业未来的宏观趋势分析
- 4、亚洲旅游发展下一步规划远景

四、马尔代夫旅游项目火热程度及借鉴意义

第二部分 行业深度分析

第四章 中国旅游所属行业运行现状分析

第一节 中国旅游所属行业发展状况分析

- 一、中国旅游所属行业发展阶段
- 二、中国旅游所属行业发展总体概况
- 三、传统旅游产业模式已暴露出旅游市场诸多问题
- 四、中国旅游业发展需要市场力量
- 五、旅游业的商业模式
 - 1、旅游供给模式
 - 2、旅游商业形态
 - 3、旅游产业组织
- 六、网络旅游市场的商业模式
 - 1、在线旅游市场主流商业模式
 - 2、旅游商品O2O模式
 - 3、在线旅游需要商业模式创新

第二节 旅游所属行业发展现状

- 一、中国旅游所属行业市场规模
- 二、中国旅游所属行业发展分析

“十三五”期间旅游业总收入、旅游投资规模及年均增速

- 1、中国旅游业发展的特点
- 2、中国旅游业进入快速发展时期
- 3、旅游业与环境的发展关系
- 4、旅游环境承载力研究分析

第三节 旅游市场情况分析

- 一、中国旅游市场总体概况
- 二、中国旅游服务市场发展分析
- 三、旅游产业链下游市场发展现状

第四节 中国旅游资源开发中的经济学分析

- 一、旅游资源开发作为产品的经济学特征
- 二、旅游资源开发的效率机制
- 三、旅游资源开发中政府的合理定位

第五节 中国旅游业面临的挑战与策略应对

- 一、中国旅游资源的产权问题分析
- 二、应构建中国现代旅游资源产权制度
- 三、中国旅游业持续发展需注意的问题

第五章 中国旅游所属行业整体运行指标分析

第一节 中国旅游所属行业总体规模分析

- 一、企业数量结构分析
- 二、行业市场规模分析
- 三、中国旅游景区资源分布
- 四、主要景区旅游人次规模及收入

第二节 国内旅游市场分析

- 一、国内旅游人数
- 二、国内旅游综合经营收入
- 三、国内旅游人均花费

第三节 入境旅游市场发展分析

- 一、入境旅游客源情况
- 二、客源结构分析
- 三、客源入境方式
- 四、入境旅游目的
- 五、年龄及性别结构
- 六、入境旅游过夜游客数

第四节 出境游市场统计分析

- 一、中国出境游人次规模及目的地分布统计
- 二、中国因公与因私出境游人次规模统计
- 三、经旅行社组织出境游人次规模统计

第六章 2020-2026年中国旅游所属行业市场供需形势分析

第一节 中国国内旅游市场发展分析

- 一、中国国内旅游概况
 - 1、国内旅游人数
 - 2、国内旅游收入
 - 3、国内旅游人均花费
- 二、国内旅游的发展特征
 - 1、节假日旅游进一步集中
 - 2、一日游占主导地位
 - 3、观光游仍是主体
 - 4、区域旅游热点更加凸显

三、中国国内旅游市场发展预测

第二节 中国黄金周旅游市场发展分析

- 一、“十一”黄金周旅游市场发展分析

- 1、“十一”黄金周旅游人数
- 2、“十一”黄金周旅游收入
- 二、春节黄金周旅游市场发展分析
 - 1、春节黄金周旅游人数
 - 2、春节黄金周旅游收入
- 三、“五一”小长假市场发展分析
 - 1、“五一”小长假旅游人数分析
 - 2、“五一”小长假旅游收入分析
- 第三节 中国旅游业“走出去”机遇分析
 - 一、旅游子行业海外市场扩张现状
 - 1、旅游景区海外市场扩张现状
 - 2、酒店业海外市场扩张现状
 - 3、餐饮业海外市场扩张现状
 - 4、旅行社海外市场扩张现状
 - 二、旅游业海外扩张存在问题
 - 三、未来海外市场前景展望
 - 四、行业海外扩张对策建议
- 第四节 城乡居民旅游消费分析
 - 一、城乡居民收入分析
 - 1、城乡居民收入情况
 - 2、居民收入与旅游消费相关性分析
 - 二、城乡居民旅游消费分析
 - 1、城乡居民出游率变化
 - 2、城乡居民人均旅游消费情况
 - 3、城乡居民出游目的分析
- 第五节 旅游市场消费格局
 - 一、旅游市场总体消费格局
 - 1、旅游市场高、中、低端协同发展
 - 2、高、中、低端旅游市场特点及细分市场情况
 - 二、高端旅游市场分析
 - 1、度假游市场分析
 - 2、出境旅游市场分析
 - 3、商务会展游市场分析
 - 三、中端旅游市场分析
 - 1、休闲度假游市场分析

2、自驾游市场分析

3、自由行市场分析

四、低端旅游市场分析

第三部分 市场全景调研

第七章 中国主要类型旅游细市场分析预测

第一节 主要类型旅游市场分析预测

一、生态旅游市场分析预测

1、生态旅游技术发展进程

2、生态旅游市场规模分析

3、生态旅游市场结构分析

4、生态旅游市场竞争格局

5、生态旅游市场趋势预测

二、红色旅游市场分析预测

1、红色旅游市场发展现状

2、红色旅游游客结构分析

3、红色旅游发展模式与目标

4、红色旅游发展趋势预测

三、乡村旅游市场分析预测

1、乡村旅游市场发展现状

2、乡村旅游主要活动及项目分析

3、乡村旅游产业集群特征分析

4、乡村旅游市场竞争格局

5、乡村旅游发展趋势预测

四、科技旅游市场分析预测

1、科技旅游技术发展进程

2、科技旅游市场规模分析

3、科技旅游市场竞争格局

4、科技旅游市场趋势预测

五、主题公园市场分析预测

1、主题公园市场发展现状

2、主题公园市场发展规模

3、主题公园类型结构及区域分布

4、主题公园市场竞争格局

5、主题公园市场趋势预测

第二节 不同组织形式旅游市场需求分析

一、团队形式旅游市场分析

- 1、家庭旅游市场热度及现状分析
- 2、公司旅游市场规模及现状
- 3、参团旅游市场规模及现状

二、散客旅游市场分析

- 1、散客旅游市场规模
- 2、散客旅游市场的优劣势
- 3、散客旅游市场占比分析
- 4、散客旅游市场发展趋势分析

三、自驾游市场分析

- 1、自驾游市场发展现状
- 2、自驾游市场规模及增速
- 3、自驾游市场发展特点
- 4、自驾游市场发展趋势分析

第三节 不同因素对出行方式的影响分析

一、行程耗时

二、准点率

三、天气情况

四、价格及优惠程度

第八章 中国旅游业子行业发展分析

第一节 旅游景区发展分析

一、旅游景区基本情况

- 1、中国景区资源规模
- 2、中国的世界遗产
- 3、中国5A级旅游景区分析

二、旅游景区数量规模

- 1、自然类的旅游景区规模
- 2、人文类的旅游景区规模
- 3、主题公园类规模
- 4、社会类的旅游景区规模

三、旅游景区经营情况

- 1、接待游客数量
- 2、营业收入规模
- 3、门票收入情况
- 4、新兴旅游景区发展情况

- 四、旅游景区结构特征
- 五、中国景区经营模式分析
 - 1、政府配置模式
 - 2、市场配置模式
 - 3、“景政合一”模式
 - 4、国家公园模式
- 六、中国景区收益管理策略分析
- 七、中国景区管理问题及对策
- 八、中国旅游消费变化趋势分析
 - 1、旅游消费群体变化
 - 2、旅游消费功能变化
 - 3、旅游消费结构变化
- 九、景区营销策略
 - 1、景区产品科学定位
 - 2、景区产品组合
 - 3、景区如何选择市场
 - 4、同区域的联合营销
 - 5、景区的深度开发
- 第二节 酒店业发展分析
 - 一、星级酒店发展分析
 - 1、星级酒店数量规模
 - 2、星级酒店构成情况
 - 3、星级酒店收入规模
 - 4、星级酒店经营状况
 - 5、重点旅游城市酒店经营情况
 - 6、星级酒店运行特点总结
 - 二、酒店竞争格局分析
 - 1、酒店行业品牌格局
 - 2、酒店产品竞争分析
 - 3、酒店住宿及附加服务价格
 - 三、经济型连锁酒店发展分析
 - 1、经济型酒店数量规模
 - 2、经济型酒店市场规模
 - 3、经济型酒店区域分布
 - 4、经济型酒店价格分布

5、经济型酒店市场格局

四、中国酒店业发展趋势

第三节 餐饮业发展分析

一、餐饮业发展概况

二、餐饮业集中度分析

三、餐饮百强企业经营分析

四、餐饮业发展趋势

第四节 旅行社发展分析

一、旅游社发展概况

1、行业发展规模

2、行业经营状况

二、旅行社业务分析

1、旅行社业务结构分析

2、入境旅游业务分析

3、国内旅游业务分析

4、出境旅游业务分析

三、旅行社总体结构分析

1、旅行社区域分布

2、旅行社经营状况

3、旅行社类别分布

四、旅行社行业转型分析

1、旅行社行业发展阶段

2、旅行社行业分工体系

3、旅行社行业集中度

4、旅行社行业盈利能力

五、国际旅行社的发展借鉴

第九章 旅游业市场消费者分析

第一节 中国部分旅游市场细分及消费者分析

一、商务旅游市场消费者分析

二、民俗旅游市场消费者分析

三、女性旅游消费市场现状浅析

四、大学生旅游市场现状分析

第二节 第四代旅游与民族文化

一、第四代旅游的产生

二、国内外民俗文化旅游开发模式

三、民俗文化旅游开发的原则

四、民俗文化旅游开发的内容选择

第三节 旅游消费者类型分析

一、观光型旅游者

二、娱乐消遣型旅游者

三、度假保健型旅游者

四、文化教育型旅游者

五、宗教型旅游者

六、寻根、探亲、访友型旅游者

七、购物型旅游者

八、商务/公务型旅游者

九、生态/探险型旅游者

第四节 体验经济时代的旅游消费者行为特点

一、旅游消费需求向高端转移

二、情感需求的比重增加

三、个性化产品服务受欢迎

四、从产品本身转移到消费体验

五、对文化旅游产品的需求上升

六、绿色旅游需求的呼声越来越高

第五节 游客的旅游地选择与购买决策模型分析

一、旅游地选择与决策过程

二、影响游客的选择的主要因素

三、典型案例分析

第六节 旅游需求的定量分析方法

一、高峰期需求测定

二、空间面积来度量拥挤程度

三、限度评估法

四、摄像与问卷结合法

第七节 影响城市居民国内旅游需求的因素

一、城市居民旅游需求概述

二、城市居民国内旅游需求影响因素指标的选择

三、城市居民国内旅游需求影响因素的量化研究

第八节 中国旅游消费市场的流行趋势

一、游客逐渐分化呈现多个层次

二、漫游式度假休闲渐成大趋势

三、在线规划使出行意识更成熟

四、文化宗教类项目成为新主题

第十章 中国在线旅游所属行业运行现状分析

第一节 在线旅游行业发展综述

一、中国在线旅游发展阶段

二、在线旅游促进作用分析

第二节 在线旅游行业运营情况

一、国内旅游网站数量

二、在线旅游用户规模

三、在线旅游市场规模

1、在线旅游市场交易规模

2、在线机票市场规模

3、在线酒店市场规模

四、在线旅游行业渗透率

五、在线旅游市场结构

第三节 在线旅游行业竞争态势

一、在线旅游企业市场份额

二、在线旅游行业集中度

三、在线旅游行业竞争模式

1、旅游站点平台模式

2、“机票+酒店”模式

3、垂直引擎搜索模式

4、直销预订模式

第四节 在线旅游行业五力分析

一、现有企业之间的竞争

二、供应商的议价能力

三、下游客户的议价能力

四、行业潜在进入者威胁

五、旅游服务替代品威胁

第五节 中美在线旅游行业发展对比

一、中美在线旅游渗透率差异巨大

二、中美OTA业务国际化布局差距巨大

三、中美在线旅游产业结构差异

第六节 在线旅游行业发展现状

一、在线市场投融资情况分析

二、细分市场竞争情况分析

三、OTA线下渗透情况分析

第七节 中国在线旅游度假市场分析

一、中国在线旅游度假市场发展概述

二、中国在线旅游度假市场结构及竞争格局

1、从跟团游/自助游维度

2、从周边游/国内游/出境游维度

三、中国在线旅游度假市场运营指标分析

1、中国在线旅游企业PC端运营指标分析

2、中国在线旅游企业移动端运营指标分析

第八节 中国在线旅游预订用户调研分析

一、在线旅游预订用户特征分析

1、用户性别特征

2、用户年龄特征

3、用户受教育程度

二、在线旅游预订用户行为分析

1、用户出行方式

2、用户旅行方式

3、用户预订旅游产品种类

4、用户搜索热点

5、用户在消费时最关注因素

三、在线旅游预订用户细分产品预订特征

1、旅游预订用户酒店预订特征

2、旅游预订用户机票预订特征

3、旅游预订用户度假产品预订特征

第十一章 中国旅游业的信息化发展分析

第一节 电子信息技术在中国旅游业的发展探讨

一、旅游电子商务概述

二、行业“智慧旅游”转型

三、智慧旅游未来发展目标

四、电子信息技术在旅游业中的运用

第二节 信息化对旅游产业发展的意义

一、旅游业是信息密集型产业

二、信息化保持旅游业可持续发展

三、实现管理现代化的重要途径

四、拓展旅游业的市场化国际化功能

五、信息化成为旅游转型升级的关键

第三节 旅游业信息化发展分析

一、中国旅游信息化发展成就

二、旅游业与信息化融合发展

三、旅游信息化发展势头良好

四、中国旅游信息化面临的形势

五、旅游信息化发展的制约因素

六、中国旅游信息化的发展规划

第四节 各地区旅游信息化建设情况

一、湖南省

二、海南省

三、贵州省

四、安徽省

五、重庆市

第五节 解析国内旅游产业信息化的服务需求

一、个性化旅游需要信息咨询服务

二、旅游电子商务亟需综合服务平台

三、联盟化经营需要大网络支持

第六节 旅游行业信息化发展对策

一、加快中国旅游业信息化发展的策略

二、旅游企业信息化的发展建议

三、旅游企业信息化服务模式探究

四、国家为发展旅游信息化的保障措施

第四部分 竞争格局分析

第十二章 旅游行业领先企业经营形势分析

第一节 中国旅游企业总体发展状况分析

一、旅游企业主要类型

二、旅游企业资本运作分析

三、旅游企业创新及品牌建设

第二节 中国领先旅游企业经营形势分析

一、云南世博旅游控股集团有限公司

1、企业发展概况

2、企业经营情况

3、企业发展规模

4、企业业务规模

5、企业发展热点

6、企业盈利能力

二、中国旅游集团公司

1、企业发展概况

2、企业经营情况

3、企业发展规模

4、企业业务规模

5、企业发展热点

6、企业盈利能力

三、广东省旅游集团有限公司

1、企业发展概况

2、企业经营情况

3、企业发展规模

4、企业业务规模

5、企业发展热点

6、企业盈利能力

四、江西南昌旅游集团有限公司

1、企业发展概况

2、企业经营情况

3、企业发展规模

4、企业业务规模

5、企业发展热点

6、企业盈利能力

五、北京首都旅游集团有限责任公司

1、企业发展概况

2、企业经营情况

3、企业发展规模

4、企业业务规模

5、企业发展热点

6、企业盈利能力

六、中国国旅股份有限公司

1、企业发展概况

2、企业经营情况

3、企业发展规模

4、企业业务规模

5、企业发展热点

6、企业盈利能力

七、华天实业控股集团有限公司

1、企业发展概况

2、企业经营情况

3、企业发展规模

4、企业业务规模

5、企业发展热点

6、企业盈利能力

八、海航旅游集团有限公司

1、企业发展概况

2、企业经营情况

3、企业发展规模

4、企业业务规模

5、企业发展热点

6、企业盈利能力

九、锦江国际（集团）有限公司

1、企业发展概况

2、企业经营情况

3、企业发展规模

4、企业业务规模

5、企业发展热点

6、企业盈利能力

十、广州岭南国际企业集团有限公司

1、企业发展概况

2、企业经营情况

3、企业发展规模

4、企业业务规模

5、企业发展热点

6、企业盈利能力

第五部分 发展前景展望

第十三章 2020-2026年旅游行业前景及趋势预测

第一节 旅游产业融合投资前景

一、旅游产业融合概述

二、文化旅游产业融合投资前景

- 1、政策支持力度分析
- 2、文化旅游投资项目成功案例调研
- 3、文化旅游项目投资区域分析

三、购物休闲游产业融合投资前景

- 1、中国居民旅游消费中购物消费倾向
- 2、免税购物休闲旅游投资前景

四、其他旅游产业融合投资前景

- 1、会展旅游投资前景
- 2、健康养生旅游投资前景

第二节 影响未来几年旅游市场发展的重要因素

- 一、低端劳动力收入水平快速上升
- 二、高铁网络逐步贯通
- 三、中西部景区旅游政策支持
- 四、二孩政策全面放开
- 五、旅游业景气度高增长
 - 1、旅游人数将加速增长
 - 2、人均旅游花费将持续增长
 - 3、居民旅游消费倾向将提升
- 六、二、三线景区及中档酒店发展前景更好
- 七、中西部旅游成长性优于东部
- 八、旅游业主题性投资机会
 - 1、丝绸之路
 - 2、2018年海南博鳌亚洲论坛
 - 3、北京2022年冬奥会
- 九、区域旅游投资机会分析
 - 1、红色旅游区
 - 2、“大香格里拉”旅游区
 - 3、关中-天水经济区
 - 4、海南国人离岛免税
- 十、旅游业子行业投资分析
 - 1、景区经营
 - 2、酒店经营
 - 3、旅行社

第三节 中国旅游业节能减排与低碳发展

一、低碳旅游概述

- 1、低碳旅游产生的背景
- 2、低碳旅游的概念及内涵
- 3、旅游业在降低碳排放方面的优势
- 4、发展低碳旅游的影响及意义

二、全球旅游业能耗排放现状及节能减排途径

- 1、旅游业能源消耗与二氧化碳排放概况
- 2、旅游业节能减排途径

三、中国旅游业能源消耗及排放现状

- 1、旅游业能源消耗情况
- 2、旅游业二氧化碳排放情况

四、中国发展低碳旅游的战略措施

- 1、旅游主管部门
- 2、旅游企业
- 3、旅游者

五、旅游业低碳发展案例分析

- 1、饭店节能减排案例
- 2、低碳景区典型案例

第十四章 旅游行业投资机会与风险防范

第一节 2020-2026年旅游行业投资机会

- 一、产业链投资机会
- 二、细分市场投资机会
- 三、重点区域投资机会
- 四、旅游行业投资机遇
- 五、旅游业重点关注企业

六、“互联网+”旅游行业市场前景及投资机会分析

第二节 2020-2026年旅游行业投资风险及防范

- 一、政策风险及防范
- 二、技术风险及防范
- 三、供求风险及防范
- 四、宏观经济波动风险及防范
- 五、关联产业风险及防范

第三节 中国旅游行业发展建议

- 一、旅游行业未来发展方向
- 二、旅游行业主要投资建议

三、中国旅游企业融资分析

四、中国企业投资方向展望

第六部分 发展战略研究

第十五章 旅游行业发展战略研究(ZYGXH)

第一节 旅游行业发展战略研究

一、战略综合规划

二、区域战略规划

三、产业战略规划

四、营销品牌战略

五、竞争战略规划

第二节 对中国旅游品牌的战略思考

一、旅游品牌的重要性

二、旅游实施品牌战略的意义

三、旅游企业品牌的现状分析

四、中国旅游企业的品牌战略

五、旅游品牌战略管理的策略

第三节 旅游经营策略分析

一、旅游市场细分策略

二、旅游市场创新策略

三、品牌定位与品类规划

第四节 旅游行业投资战略研究

一、2018年旅游企业投资战略

三、2020-2026年旅游景区投资战略

四、2020-2026年旅游产业链投资战略(ZYGXH)

图表目录：

图表：旅游行业产业链结构

图表：2015-2019年全球旅游行业市场规模

图表：2015-2019年中国旅游行业市场规模

图表：2015-2019年旅游行业重要数据指标比较

图表：2015-2019年中国旅游市场占全球份额比较

图表：2015-2019年旅游行业竞争力分析

图表：2015-2019年中国城镇和农村居民出游率变化

图表：全国百强旅行社名单

图表：中国旅行社综合排名前十名地区情况

图表：2015-2019年中国入境旅游接待人数

图表：2015-2019年中国入境旅游外汇收入

图表：2015-2019年中国入境旅游客源结构

图表：2015-2019年中国入境旅游主要客源市场情况

图表：2015-2019年入境旅游外国人性别结构

图表：2015-2019年外国人入境旅游目的

图表：2015-2019年入境旅游外国人年龄结构

图表：2015-2019年中国出境旅游人数走势图

图表：2015-2019年自然类旅游景区经营增长情况

图表：2015-2019年人文类旅游景区经营增长情况

图表：文化类主题景区发展前景预测

图表：游乐类主题景区发展前景预测

图表：观光类主题景区发展前景预测

图表：情景模拟类主题景区发展前景预测

图表：2015-2019年主题景区经营增长情况

图表：2015-2019年主题景区主题情况分析

图表：2020-2026年旅游酒店规模分析

图表：2020-2026年旅游行业资产总计

图表：2020-2026年旅游行业利润总额增长趋势预测

图表：2020-2026年中国旅游行业营业收入增长预测

图表：2020-2026年旅游行业净资产增长趋势预测

详细请访问：<https://www.chyxx.com/research/201808/664621.html>