

2026-2031年中国旅游行业全景调研与发展战略研究报告

报告简介

随着社会的发展，旅游业已成为全球经济中发展势头最强劲和规模最大的产业之一。旅游业是中国经济发展的支柱性产业之一。中国旅游产业对国民经济综合贡献和社会就业综合贡献均超过10%，高于世界平均水平，2019年，旅游经济继续保持高于GDP增速的较快增长，旅游业对GDP的综合贡献为10.94万亿元，占GDP总量的11.05%。旅游直接就业2825万人，旅游直接和间接就业7987万人，占全国就业总人口的10.31%。

近年我国旅游经济总体上平稳运行，消费需求旺盛，投资持续增长，产业运行相对景气，发展方式加速转变。2019年，国内旅游人数60.06亿人次，比上年同期增长8.4%;全年实现旅游总收入6.63万亿元，同比增长11%。2019年全国旅游及相关产业增加值为44989亿元，占国内生产总值(GDP)比重为4.56%，比2018年提高0.05个百分点。受新型冠状病毒肺炎疫情影响，2020年度国内旅游人数28.79亿人次，比上年同期减少30.22亿人次，下降52.1%。国内旅游收入2.23万亿元，比上年同期减少3.50万亿元，下降61.1%。2021年“五一”假期，全国国内旅游出游2.3亿人次，同比增长119.7%，按可比口径恢复至疫前同期的103.2%;实现国内旅游收入1132.3亿元，同比增长138.1%，按可比口径恢复至疫前同期的77.0%。

作为我国对外开放的先导型产业，我国旅游业加快推动旅游要素向社会资本全面开放，民间资本已经成为我国旅游业投资主力。我国旅游业新产品、新业态层出不穷。生态旅游、红色旅游、文化旅游、海洋旅游等新业态正在成为引领旅游消费增长的重要领域。

2020年10月1日，《在线旅游经营服务管理暂行规定》正式施行，填补了在线旅游领域行政规范的空白。2020年10月23日，文化和旅游部、国家发展改革委等三部门联合印发《关于开展文化和旅游消费试点示范工作的通知》明确，到2022年，建设100个试点城市、30个示范城市。2020年11月30日，文化和旅游部、国家发展改革委等十部门联合印发《关于深化“互联网+旅游”推动旅游业高质量发展的意见》

，围绕文旅业转型升级提出了未来两年和五年发展目标，并明确了加快建设智慧旅游景区、完善旅游信息基础设施、扶持旅游创新创业等八项重点任务。2021年5月21日，文化和旅游部正式发布了《关于加强旅游服务质量监管

提升旅游服务质量的指导意见》，提出到2025年，解决一批影响旅游服务质量的突出问题，高质量旅游服务供给更加丰富，人民群众的满意度进一步提高。2021年5月25日，文化和旅游部网站公布《关于进一步加大开发性金融支持文化产业和旅游产业高质量发展的意见》，意见要求，进一步加大对文化产业和旅游产业领域重点重大项目的金融支持力度；支持文旅试点示范工作推进；引导社会资本和金融资本参与项目建设。2021年6月1日，文化和旅游部发布《文化和旅游部关于加强政策扶持进一步支持旅行社发展的通知》，支持旅行社积极应对经营困难，有效降低经营成本，推动旅行社经营全面恢复和高质量发展。2021年6月2日，文化和旅游部公布了《“十四五”文化和旅游发展规划》。

2020年3月13日，经国务院同意，国家发展改革委、文化和旅游部等23个部门联合印发了《关于促进消费扩容提质加快形成强大国内市场的实施意见》。文旅等聚集性消费是此次疫情冲击最为严重的领域，在疫情结束后帮助文化产业和旅游产业有效应对疫情、渡过难关、有序恢复营业，十分重要。《实施意见》主要从丰富特色文化旅游产品、改善入境旅游与购物环境、创新文化旅游宣传推广模式三个方面发力。主要包括构建文旅多产业多领域融合互通的休闲消费体系；发展集合多种业态的消费集聚区；规范演出票务市场；鼓励地方运用手机APP等方式整合旅游产品、优化服务环境；提升“智慧景区”服务水平；优化购物离境退税服务及退税操作流程；编制前瞻性入境旅游营销战略规划等。

本研究咨询报告由北京中道泰和信息咨询有限公司领衔撰写，在大量周密的市场调研基础上，主要依据了国家统计局、国家旅游局、国家商务部、国家发改委、国务院发展研究中心、国家交通运输部、世界旅游组织、中国旅游协会、中国旅游景区协会、中国旅行社协会、51行业报告网、全国及海外多种相关报刊杂志以及专业研究机构公布和提供的大量资料，对我国旅游及各子行业的发展状况、上下游行业发展状况、竞争替代产品、发展趋势、新产品与技术等进行了分析，并重点分析了我国旅游行业发展状况和特点，以及中国旅游行业将面临的挑战、企业的发展策略等。报告还对全球的旅游行业发展态势作了详细分析，并对旅游行业进行了趋向研判，是旅游经营、开发企业，服务、投资机构等单位准确了解目

前旅游业发展动态，把握企业定位和发展方向不可多得的精品。

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 1

第一节 旅游行业介绍 1

第二节 旅游行业统计标准 4

一、统计部门和统计口径 4

二、行业主要统计方法介绍 8

三、行业涵盖数据种类介绍 9

第三节 最近3-5年中国旅游行业经济指标分析 9

一、赢利性 9

二、成长速度 10

三、附加值的提升空间 10

四、进入壁垒/退出机制 11

五、风险性 12

六、行业周期 14

七、竞争激烈程度指标 14

第四节 旅游行业产业链分析 15

一、产业链结构分析 15

二、主要环节的增值空间 15

三、与上下游行业之间的关联性 15

四、旅游行业相关产业分析 17

- 1、旅游地产项目开发成本构成 17
- 2、酒店行业发展状况及影响 17
- 3、餐饮行业发展状况及影响 20
- 4、旅游服务行业发展状况及影响 20
- 5、电子商务行业发展状况及影响 21

第二章 旅游行业市场环境及影响分析（PEST） 25

第一节 旅游行业政治法律环境(P) 25

- 一、行业管理体制分析 25
- 二、行业主要政策 26
- 三、旅游行业标准 29
 - 1、《旅行社服务质量赔偿标准》 29
 - 2、《旅游景区质量等级评定与划分》 30
 - 3、《旅游饭店星级的划分及评定》 31
 - 4、《国家旅游局关于实施“旅游+互联网”行动计划的通知》 31
- 四、行业相关发展规划 36
 - 1、《“十四五”旅游业发展规划》 36
 - 2、《“十四五”全国旅游公共服务规划》 38
- 五、政策环境对行业的影响 40

第二节 行业经济环境分析(E) 41

- 一、宏观经济形势分析 41
- 二、宏观经济环境对行业的影响分析 43

第三节 行业社会环境分析(S) 44

- 一、旅游产业社会环境 44
- 二、社会环境对行业的影响 50
- 三、旅游产业发展对社会发展的影响 51

第四节 行业技术环境分析(T) 51

- 一、技术嵌入及旅游产品开发 51
- 二、旅游技术发展水平 52
- 三、太空旅游技术已经成熟 53
- 四、旅行社信息化技术分析 53

第三章 国际旅游行业发展分析及经验借鉴 57

第一节 全球旅游市场总体情况分析 57

- 一、全球旅游行业的发展特点 57
- 二、世界旅游业发展步伐持续加快 60
- 三、绿色旅游成为亮点 62
- 四、世界旅游业动态分析 62

第二节 全球重点旅游项目市场分析 68

- 一、美洲旅游 68
 - 1、美洲国家旅游资源及景点分布 68
 - 2、美洲旅游游客人次及重点旅游景点分布 69
 - 3、美洲未开放旅游国受关注 70
- 二、欧洲旅游 70
 - 1、欧洲国家旅游资源及景点分布 70
 - 2、欧洲旅游游客人次及重点旅游景点分布 70

3、平均住宿预算：欧洲各国落差大 72

4、欧洲旅游假期平均值及住宿开销 72

三、亚洲旅游 72

1、亚洲国家旅游资源及景点分布 72

2、亚洲旅游游客人次及重点旅游景点分布 72

3、影响亚洲旅游业未来的宏观趋势分析 73

4、亚洲旅游发展下一步规划远景 75

四、马尔代夫旅游项目火热程度及借鉴意义 75

第二部分 行业深度分析

第四章 我国旅游行业运行现状分析 79

第一节 我国旅游行业发展状况分析 79

一、我国旅游行业发展阶段 79

二、我国旅游行业发展总体概况 79

三、传统旅游产业模式已暴露出旅游市场诸多问题 81

四、“大数据”时代旅游产业的变革与对策 83

五、旅游业的商业模式 90

1、旅游供给模式 90

2、旅游商业形态 91

六、网络旅游市场的商业模式 92

1、在线旅游市场主流商业模式 92

2、旅游商品O2O模式 92

3、在线旅游需要商业模式创新 93

七、大数据旅游的商业模式 94

第二节 旅游行业发展现状 97

一、2021-2026年我国旅游行业市场规模 97

二、我国旅游行业发展分析 98

- 1、去产能、去库存产业与旅游的融合带来全新业态 98
- 2、农业、乡村与旅游的融合，成为支撑农民创收的新方式 98
- 3、文化、教育旅游将为扶贫、脱贫的输送根基 99
- 4、老龄化群体对养老、医疗旅游的刚需 99
- 5、“体育产业+旅游”成为消费升级下的必需品 100
- 6、政策全面利好，旅游行业挑战依旧 100

第三节 旅游市场情况分析 101

一、中国旅游市场总体概况 101

二、中国旅游服务市场发展分析 101

三、旅游产业链下游市场发展现状 101

第四节 大数据与旅游景区营销管理分析 102

一、数据来源就商业价值 102

二、大数据旅游业景区应用管理 104

三、为旅游营销分析大数据 106

第五节 中国旅游资源开发中的经济学分析 111

一、旅游资源开发作为产品的经济学特征 111

二、旅游资源开发的效率机制 112

三、旅游资源开发中政府的合理定位 114

第六节 中国旅游业面临的挑战与策略应对 116

- 一、中国旅游资源的产权问题分析 116
- 二、应构建中国现代旅游资源产权制度 118
- 三、中国旅游业持续发展需注意的问题 120

第五章 2021-2026年我国旅游行业整体运行指标分析 124

第一节 中国旅游行业总体规模分析 124

- 一、企业数量结构分析 124
- 二、行业市场规模分析 124
- 三、我国旅游景区资源分布 125
- 四、主要景区旅游人次规模及收入 128

第二节 国内旅游市场分析 129

- 一、国内旅游人数 129
- 二、国内旅游综合经营收入 130
- 三、国内旅游人均花费 130

第三节 入境旅游市场发展分析 131

- 一、入境旅游客源情况 131
- 二、客源结构分析 131
- 三、客源入境方式 131
- 四、入境旅游目的 132
- 五、年龄及性别结构 132
- 六、入境旅游过夜游客数 133

第四节 出境游市场统计分析 134

第六章 2026-2031年我国旅游市场供需形势分析 135

第一节 中国国内旅游市场发展分析 135

一、2021-2026年中国国内旅游经济形势预测 135

二、国内旅游的发展特征 136

1、节假日旅游进一步集中 136

2、一日游占主导地位 137

3、观光游仍是主体 137

4、区域旅游热点更加凸显 137

三、中国国内旅游市场发展预测 138

第二节 中国黄金周旅游市场发展分析 142

一、“十一”黄金周旅游市场发展分析 142

1、“十一”黄金周旅游人数 142

2、“十一”黄金周旅游收入 142

二、春节黄金周旅游市场发展分析 143

第三节 大数据成为旅游集团竞争的根本方向 144

第四节 城乡居民旅游消费分析 146

一、城乡居民收入分析 146

1、城乡居民收入情况 146

2、居民收入与旅游消费相关性分析 146

二、城乡居民旅游消费分析 148

1、城乡居民出游率变化 148

2、城乡居民人均旅游消费情况 148

3、城乡居民出游目的分析 148

第五节 旅游市场消费格局 149

一、旅游市场总体消费格局 149

1、旅游市场高、中、低端协同发展 149

2、高、中、低端旅游市场特点及细分市场情况 149

二、高端旅游市场分析 151

1、度假游市场分析 151

2、出境旅游市场分析 152

3、商务会展游市场分析 152

三、中端旅游市场分析 153

1、休闲度假游市场分析 153

2、自驾游市场分析 154

3、自由行市场分析 154

四、低端旅游市场分析 155

第三部分 市场全景调研

第七章 我国主要类型旅游细市场分析预测 157

第一节 主要类型旅游市场分析预测 157

一、工业旅游市场分析预测 157

1、工业旅游技术发展进程 157

2、工业旅游市场规模分析 157

3、工业旅游市场结构分析 157

4、工业旅游市场竞争格局 158

5、工业旅游市场趋势预测 158

二、农业观光园市场分析预测 159

1、农业观光园发展现状 159

2、农业观光园市场结构分析 161

3、农业观光园发展模式与目标 162

4、农业观光园发展趋势预测 164

三、生态旅游市场分析预测 166

1、生态旅游发展现状 166

2、生态旅游细分种类分析 167

3、生态旅游产业集群特征分析 168

4、生态旅游市场竞争格局 168

5、生态旅游发展趋势预测 169

四、特色旅游市场分析预测 170

1、特色旅游技术发展进程 170

2、特色旅游市场规模分析 172

3、特色旅游市场竞争格局 172

4、特色旅游市场趋势预测 175

五、自驾旅游市场分析预测 177

1、自驾旅游发展速度惊人 177

2、我国自驾游发展的环境与条件 177

3、自驾游成旅游消费新亮点 179

4、短途自驾游成出游新趋势 179

第二节 其他类型旅游市场分析预测 180

一、主题公园 180

- 1、我国主题公园发展前景广阔 180
- 2、中国主题公园的市场发展潜力巨大 180
- 3、中国进入大型主题公园发展的新时期 181

二、红色旅游 181

- 1、红色旅游资源特点分析 181
- 2、开发红色旅游资源对发展红色旅游经济的重要意义 182
- 3、现阶段红色旅游资源开发中存在的问题 182
- 4、促进红色旅游资源深度开发的建议 183
- 5、红色旅游可持续发展的战略思考 184

三、博物馆旅游 185

- 1、博物馆的旅游功能越来越突出 185
- 2、“泛博物馆”与旅游结合越来越紧密 186
- 3、博物馆旅游经营的三大特色 186
- 4、博物馆的游客管理 187
- 5、博物馆特色的旅游市场营销 188

四、医疗旅游 188

- 1、中国医疗旅游业发展概况 188
- 2、我国发展医疗旅游的可行性分析 189
- 3、医疗旅游联姻开辟经济发展新路 189

第八章 中国旅游业子行业发展分析 191

第一节 旅游景区发展分析 191

一、旅游景区基本情况 191

1、中国景区资源规模 191

2、中国的世界遗产 191

3、中国5A级旅游景区分析 191

二、旅游景区数量规模 192

1、自然类的旅游景区规模 192

2、人文类的旅游景区规模 192

3、主题公园类规模 193

4、社会类的旅游景区规模 193

三、旅游景区经营情况 194

1、接待游客数量 194

2、营业收入规模 194

3、门票收入情况 195

4、新兴旅游景区发展情况 195

四、旅游景区结构特征 196

五、中国景区经营模式分析 197

1、政府配置模式 197

2、市场配置模式 198

3、“景政合一”模式 199

4、国家公园模式 199

六、中国景区收益管理策略分析 200

七、中国景区管理问题及对策 202

八、中国旅游消费变化趋势分析 204

1、旅游消费群体变化 204

2、旅游消费功能变化 204

3、旅游消费结构变化 206

九、景区营销策略 206

1、景区产品科学定位 206

2、景区产品组合 207

3、景区如何选择市场 209

4、同区域的联合营销 209

5、景区的深度开发 210

第二节 酒店业发展分析 211

一、星级酒店发展分析 211

1、星级酒店数量规模 211

2、星级酒店构成情况 212

3、星级酒店收入规模 212

4、星级酒店经营状况 213

5、重点旅游城市酒店经营情况 214

6、星级酒店运行特点总结 214

二、酒店竞争格局分析 215

1、酒店行业品牌格局 215

2、酒店产品竞争分析 215

3、酒店住宿及附加服务价格 216

三、经济型连锁酒店发展分析 217

1、经济型酒店数量规模 217

2、经济型酒店市场规模 217

3、经济型酒店区域分布 217

4、经济型酒店价格分布 218

5、经济型酒店市场格局 218

四、中国酒店业发展趋势 218

第三节 餐饮业发展分析 219

一、餐饮业发展概况 219

二、餐饮业集中度分析 220

三、餐饮百强企业经营分析 220

四、餐饮业发展趋势 221

第四节 旅行社发展分析 222

一、旅游社发展概况 222

1、行业发展规模 222

2、行业经营状况 222

二、旅行社业务分析 223

1、旅行社业务结构分析 223

2、入境旅游业务分析 223

3、国内旅游业务分析 224

4、出境旅游业务分析 225

三、旅行社总体结构分析 225

1、旅行社区域分布 225

2、旅行社经营状况 226

3、旅行社类别分布 226

四、旅行社行业转型分析 227

1、旅行社行业发展阶段 227

2、旅行社行业分工体系 228

3、旅行社行业集中度 230

4、旅行社行业盈利能力 231

五、国际旅行社的发展借鉴 231

第九章 旅游业市场消费者分析 233

第一节 我国部分 旅游市场细分及消费者分析 233

一、商务旅游市场消费者分析 233

二、民俗旅游市场消费者分析 233

三、女性旅游消费市场现状浅析 233

四、大学生旅游市场现状分析 234

第二节 第四代旅游与民族文化 239

一、第四代旅游的产生 239

二、国内外民俗文化旅游开发模式 239

三、民俗文化旅游开发的原则 242

四、民俗文化旅游开发的内容选择 243

第三节 旅游消费者类型分析 244

一、观光型旅游者 244

二、娱乐消遣型旅游者 244

三、度假保健型旅游者 244

四、文化教育型旅游者 244

五、宗教型旅游者 245

六、寻根、探亲、访友型旅游者 245

七、商务/公务型旅游者 245

八、生态/探险型旅游者 246

第四节 体验经济时代的旅游消费者行为特点 246

一、旅游消费需求向高端转移 246

二、情感需求的比重增加 246

三、个性化产品服务受欢迎 246

四、从产品本身转移到消费体验 247

五、对文化旅游产品的需求上升 247

六、绿色旅游需求的呼声越来越高 247

第五节 游客的旅游地选择与购买决策模型分析 247

一、旅游地选择与决策过程 247

二、影响游客的选择的主要因素 249

三、典型案例分析 252

第六节 旅游需求的定量分析方法 253

一、高峰期需求测定 253

二、空间面积来度量拥挤程度 253

三、限度评估法 254

四、摄像与问卷结合法 254

第七节 影响城市居民国内旅游需求的因素 254

一、城市居民旅游需求概述 254

二、城市居民国内旅游需求影响因素指标的选择 254

三、城市居民国内旅游需求影响因素的量化研究 255

第八节 中国旅游消费市场的流行趋势 255

一、游客逐渐分化呈现多个层次 255

二、漫游式度假休闲渐成大趋势 256

三、在线规划使出行意识更成熟 256

四、文化宗教类项目成为新主题 257

第四部分 竞争格局分析

第十章 中国在线旅游行业运行现状分析 259

第一节 在线旅游行业发展综述 259

一、中国在线旅游发展阶段 259

二、在线旅游促进作用分析 260

第二节 在线旅游行业运营情况 260

一、国内旅游网站数量 260

二、在线旅游用户规模 260

三、在线旅游市场规模 261

1、在线旅游市场交易规模 261

2、在线机票市场规模 261

3、在线酒店市场规模 262

四、在线旅游行业渗透率 262

五、在线旅游市场结构 262

第三节 在线旅游行业竞争态势 263

一、在线旅游企业市场份额 263

二、在线旅游行业集中度 264

三、在线旅游行业竞争模式 265

1、旅游站点平台模式 265

2、“机票+酒店”模式 265

3、垂直引擎搜索模式 265

4、直销预订模式 266

第四节 在线旅游行业五力分析 266

一、现有企业之间的竞争 266

二、供应商的议价能力 266

三、下游客户的议价能力 266

四、行业潜在进入者威胁 266

五、旅游服务替代品威胁 267

第五节 中美在线旅游行业发展对比 267

一、中美在线旅游渗透率差异巨大 267

二、中美OTA业务国际化布局差距巨大 267

三、中美在线旅游产业结构差异 268

第六节 在线旅游行业发展现状 269

一、在线市场投融资情况分析 269

二、细分市场竞争情况分析 269

三、OTA线下渗透情况分析 269

第七节 中国在线旅游度假市场分析 270

一、中国在线旅游度假市场发展概述 270

二、中国在线旅游度假市场结构及竞争格局 270

1、从跟团游/自助游维度 270

2、从周边游/国内游/出境游维度 271

三、中国在线旅游度假市场运营指标分析 272

1、中国在线旅游企业PC端运营指标分析 272

2、中国在线旅游企业移动端运营指标分析 272

第八节 中国在线旅游预订用户调研分析 273

一、在线旅游预订用户特征分析 273

1、用户性别特征 273

2、用户年龄特征 274

3、用户受教育程度 274

二、在线旅游预订用户行为分析 275

1、用户出行方式 275

2、用户旅行方式 276

3、用户预订旅游产品种类 276

4、用户搜索热点 276

5、用户在消费时最关注因素 277

三、在线旅游预订用户细分产品预订特征 277

1、旅游预订用户酒店预订特征 277

2、旅游预订用户机票预订特征 279

3、旅游预订用户度假产品预订特征 279

第十一章 中国旅游业的信息化发展分析 280

第一节 电子信息技术在中国旅游业的发展探讨 280

一、旅游电子商务概述 280

二、行业“智慧旅游”转型 280

三、智慧旅游未来发展目标 281

四、电子信息技术在旅游业中的运用 282

第二节 信息化对旅游产业发展的意义 284

一、旅游业是信息密集型产业 284

二、信息化保持旅游业可持续发展 284

三、实现管理现代化的重要途径 285

四、拓展旅游业的市场化国际化功能 285

五、信息化成为旅游转型升级的关键 285

第三节 旅游业信息化发展分析 287

一、我国旅游信息化发展成就 287

二、旅游业与信息化融合发展 288

三、旅游信息化发展势头良好 289

四、我国旅游信息化面临的形势 289

五、旅游信息化发展的制约因素 290

六、我国旅游信息化的发展规划 291

第四节 各地区旅游信息化建设情况 292

一、湖南省 292

二、海南省 294

三、贵州省 295

四、安徽省 296

五、重庆市 297

第五节 解析国内旅游产业信息化的服务需求 298

一、个性化旅游需要信息咨询服务 298

二、旅游电子商务亟需综合服务平台 298

三、联盟化经营需要大网络支持 299

第六节 旅游行业信息化发展对策 300

一、加快我国旅游业信息化发展的策略 300

二、旅游企业信息化的发展建议 301

三、旅游企业信息化服务模式探究 302

四、国家为发展旅游信息化的保障措施 302

第十二章 旅游行业领先企业经营形势分析 304

第一节 中国旅游企业总体发展状况分析 304

一、旅游企业主要类型 304

二、旅游企业资本运作分析 305

三、旅游企业创新及品牌建设 308

第二节 中国领先旅游企业经营形势分析 309

一、云南世博旅游控股集团有限公司 309

1、企业发展概况 309

2、企业经营情况 309

3、企业资产规模 310

4、企业业务分布 310

5、企业发展热点 312

6、企业盈利能力 312

7、企业投资业务 312

8、企业发展目标 313

二、中国港中旅集团公司 313

1、企业发展概况 313

2、企业产品与服务 314

3、企业资产规模 314

4、企业组织架构 314

5、企业发展动态 314

6、企业盈利能力 315

7、企业资质荣誉分析 315

8、企业战略规划 315

三、广东省旅游集团有限公司 316

1、企业发展概况 316

2、企业经营情况 316

3、企业发展规模 316

4、企业业务规模 317

5、企业发展热点 317

6、企业盈利能力 317

7、企业投资业务 318

8、企业战略规划 318

四、江西南昌旅游集团有限公司 319

1、企业发展概况 319

2、企业经营情况 319

3、企业资产规模 319

4、景区开发现状 319

5、企业偿债能力 320

6、企业盈利能力 320

7、企业投资业务 320

8、企业战略规划 322

五、北京首都旅游集团有限责任公司 323

1、企业发展概况 323

2、企业财务状况 323

3、企业资产规模 324

4、旅游景区开发状况 324

5、企业组织架构 325

6、企业盈利能力 326

7、企业投资业务 326

8、企业战略规划 329

六、中国国旅集团有限公司 329

1、企业发展概况 329

2、企业经营情况 330

3、企业组织架构 330

4、企业投资状况 330

5、企业发展热点 331

6、企业盈利能力 331

7、企业投资业务 332

8、企业战略规划 335

七、华天实业控股集团有限公司 338

1、企业发展概况 338

2、企业经营情况 338

3、企业资产规模 339

4、企业投资状况 339

5、企业发展动态 341

6、企业盈利能力 342

7、企业工程业绩分析 342

8、企业发展前景 343

八、海航旅业控股(集团)有限公司 344

1、企业发展概况 344

2、企业经营情况 345

3、企业资产规模 345

4、企业投资状况 345

5、企业发展热点 346

6、企业竞争优势 346

7、企业投资业务 347

8、企业发展前景 348

九、锦江国际(集团)有限公司 348

1、企业发展概况 348

2、企业经营情况 349

3、企业资产规模 349

4、企业投资状况 350

5、企业荣誉及资质 351

6、企业盈利能力 351

7、企业发展前景 351

8、企业战略规划 351

十、广州岭南国际企业集团有限公司 352

1、企业产品动态 352

2、企业经营情况 354

3、企业旅游服务分析 354

4、企业投资状况 355

5、企业荣誉及资质 355

6、企业盈利能力 356

7、企业发展前景 356

8、企业战略规划 356

十一、西藏旅游股份有限公司 357

1、企业发展概况 357

2、企业经营情况 357

3、企业业务构成 358

4、企业投资状况 358

5、企业发展热点 359

6、企业盈利能力 359

7、企业投资业务 359

8、企业战略规划 360

十二、杭州市商贸旅游集团有限公司 361

1、企业发展概况 361

2、企业经营情况 361

3、企业组织结构 362

4、企业投资项目 362

5、企业荣誉及资质 363

6、企业盈利能力 363

7、企业投资业务 363

8、企业战略规划 364

十三、开元旅业集团有限公司 364

1、企业发展概况 364

2、企业经营情况 364

3、企业产品与服务 365

4、企业品牌文化建设 365

5、企业发展热点 366

6、企业盈利能力 366

7、企业投资业务 366

8、企业战略规划 366

十四、安徽省旅游集团有限责任公司 367

1、企业发展概况 367

2、企业经营情况 367

3、企业资产规模 368

4、企业组织构架 368

5、企业发展热点 368

6、企业荣誉及资质 369

7、企业业务收入 369

8、企业战略规划 369

十五、北京京西风光旅游开发股份有限公司 369

1、企业发展概况 369

2、企业经营情况 370

3、企业偿债能力 370

4、企业投资状况 370

5、企业发展热点 370

6、企业盈利能力 371

7、企业投资业务 371

8、企业发展前景 371

十六、景域国际旅游运营集团 372

1、企业发展概况 372

2、企业经营情况 372

3、企业旅游设计案例 372

4、企业运营分析 372

5、企业产品与服务 372

6、企业盈利能力 373

7、企业投资业务 373

8、企业战略规划 373

十七、丽江玉龙旅游股份有限公司 374

1、企业发展概况 374

2、企业经营情况 374

3、企业资产规模 374

4、企业财务分析 374

5、企业偿债能力 375

6、企业盈利能力 375

7、企业投资业务 375

8、企业战略规划 375

十八、厦门建发旅游集团股份有限公司 376

1、企业发展概况 376

2、企业经营情况 376

3、企业荣誉资质 376

4、企业投资状况 376

5、企业发展动态 377

6、企业盈利能力 377

7、企业竞争优势 377

8、企业战略规划 378

十九、大连海昌旅游集团有限公司 378

1、企业发展概况 378

2、企业经营情况 378

3、企业资产规模 380

4、企业投资状况 380

5、企业发展热点 380

6、企业盈利能力 381

7、企业投资业务 381

8、企业战略规划 381

二十、浙江国际旅游集团 382

1、企业发展概况 382

2、企业经营情况 382

3、企业资产规模 382

4、企业组织架构 383

5、企业发展前景 383

6、企业盈利能力 383

7、企业投资业务 384

8、企业战略规划 384

二十一、深圳华侨城股份有限公司 384

1、企业发展概况 384

2、企业业务构成 384

3、企业资产规模 385

4、企业发展动态 385

5、企业竞争优势 385

6、企业盈利能力 386

7、企业投资业务 386

8、企业战略规划 386

二十二、黑龙江旅游集团有限公司 387

1、企业发展概况 387

2、企业经营情况 387

3、企业资产规模 387

4、企业发展动态 387

5、企业偿债能力 388

6、企业SWOT分析 388

7、企业产业链投资状况 388

8、企业前景展望 389

二十三、南山旅游集团有限公司 389

- 1、企业发展概况 389
- 2、企业经营情况 389
- 3、企业资产规模 389
- 4、企业服务模式 389
- 5、企业发展热点 390
- 6、企业盈利能力 390
- 7、企业投资业务分析 390
- 8、企业发展前景 390

二十四、桂林旅游股份有限公司 391

- 1、企业发展概况 391
- 2、企业经营情况 391
- 3、企业产品与服务 391
- 4、企业旅游开发热点 392
- 5、企业竞争优势 392
- 6、企业盈利能力 393
- 7、企业投资业务 393
- 8、企业战略规划 393

二十五、青岛银海旅游集团公司 395

- 1、企业发展概况 395
- 2、企业经营情况 395
- 3、企业资产规模 395

4、企业旅游开发热点 395

5、企业发展能力 396

6、企业盈利能力 396

7、企业投资业务 396

8、企业战略规划 398

二十六、成都文化旅游发展集团有限责任公司 398

1、企业发展概况 398

2、企业经营模式 398

3、企业发展动态 398

4、企业投资状况 399

5、企业偿债能力 399

6、企业盈利能力 399

7、企业发展前景 399

8、企业战略规划 399

二十七、山东银座旅游集团有限公司 400

1、企业发展概况 400

2、企业经营情况 400

3、企业资产规模 400

4、企业综合实力分析 400

5、企业发展热点 400

6、企业盈利能力 400

7、企业投资业务 401

8、企业发展前景 401

二十八、峨眉山旅游股份有限公司 401

1、企业发展概况 401

2、企业经营情况 402

3、企业资产规模 402

4、企业财务分析 403

5、企业发展热点 403

6、企业盈利能力 403

7、企业偿债能力 404

8、企业战略规划 404

二十九、黄山旅游发展股份有限公司 405

1、企业发展概况 405

2、企业经营情况 405

3、企业服务项目 406

4、企业财务分析 406

5、企业发展热点 406

6、企业盈利能力 407

7、企业偿债能力 407

8、企业战略规划 407

三十、陕西旅游集团公司 408

1、企业发展概况 408

2、企业业务规模 408

3、企业文化建设分析 408

4、企业重大项目发展 409

5、企业竞争优势分析 409

6、企业盈利能力 410

7、企业投资业务 410

8、企业战略规划 410

第五部分 行业前景预测

第十三章 2026-2031年旅游行业前景及趋势预测 413

第一节 旅游产业融合投资前景 413

一、旅游产业融合概述 413

二、“大数据+旅游”融合投资前景 423

三、“旅游+互联网”推进旅游互联网融合 424

四、“移动互联网+旅游业”推进智慧旅游融合发展 427

五、其他旅游产业融合投资前景 431

1、会展旅游投资前景 431

2、健康养生旅游投资前景 432

第二节 影响未来几年旅游市场发展的重要因素 432

一、低端劳动力收入水平快速上升 432

二、高铁网络逐步贯通 432

三、中西部景区旅游政策支持 433

四、人民币趋势性升值 434

五、旅游业景气度高增长 434

- 1、旅游人数将加速增长 434
- 2、人均旅游花费将持续增长 435
- 3、居民旅游消费倾向将提升 435
- 六、二、三线景区及中档酒店发展前景更好 435
- 七、中西部旅游成长性优于东部 436
- 八、旅游业主题性投资机会 437
- 九、区域旅游投资机会分析 439
 - 1、红色旅游区 439
 - 2、“大香格里拉”旅游区 440
 - 3、关中-天水经济区 441
 - 4、海南国人离岛免税 441
- 十、旅游业子行业投资分析 442
 - 1、景区经营 442
 - 2、酒店经营 442
 - 3、旅行社 443
- 第三节 中国旅游业节能减排与低碳发展 443
 - 一、低碳旅游概述 443
 - 1、低碳旅游产生的背景 443
 - 2、低碳旅游的概念及内涵 444
 - 3、旅游业在降低碳排放方面的优势 445
 - 4、发展低碳旅游的影响及意义 445
 - 二、全球旅游业能耗排放现状及节能减排途径 446

1、旅游业能源消耗与二氧化碳排放概况 446

2、旅游业节能减排途径 447

三、中国旅游业能源消耗及排放现状 448

1、旅游业能源消耗情况 448

2、旅游业二氧化碳排放情况 448

四、中国发展低碳旅游的战略措施 449

1、旅游主管部门 449

2、旅游企业 449

3、旅游者 449

五、旅游业低碳发展案例分析 450

1、饭店节能减排案例 450

2、低碳景区典型案例 451

第六部分 投资战略研究

第十四章 旅游行业投资机会与风险防范 454

第一节 2026-2031年旅游行业投资机会 454

一、产业链投资机会 454

二、细分市场投资机会 454

三、重点区域投资机会 454

四、旅游行业投资机遇 455

五、旅游业重点关注企业 455

六、互联网+旅游行业市场前景及投资机会分析 458

第二节 2026-2031年旅游行业投资风险及防范 458

一、政策风险及防范 458

二、市场风险及防范 460

三、供求风险及防范 461

四、行业因素风险防范 461

五、关联产业风险及防范 461

第三节 “十四五”中国旅游行业发展建议 462

一、旅游行业未来发展方向 462

1、“十四五”旅游业发展机遇 462

2、“十四五”旅游业发展趋势 463

3、发展目标 463

二、旅游行业主要投资建议 464

三、中国旅游企业融资分析 472

四、中国企业投资方向展望 473

第十五章 旅游行业发展战略研究 474

第一节 旅游行业发展战略研究 474

一、战略综合规划 474

二、区域战略规划 475

三、产业战略规划 482

四、营销品牌战略 483

五、竞争战略规划 484

第二节 对我国旅游品牌的战略思考 487

一、旅游品牌的重要性 487

二、旅游实施品牌战略的意义 488

三、旅游企业品牌的现状分析 489

四、我国旅游企业的品牌战略 489

五、旅游品牌战略管理的策略 491

第三节 旅游经营策略分析 494

一、旅游市场细分策略 494

二、旅游市场创新策略 496

三、品牌定位与品类规划 498

第四节 旅游行业投资战略研究 502

一、2026-2031年旅游行业投资战略 502

二、2026-2031年旅行社投资战略 504

三、2026-2031年旅游景区投资战略 507

四、2026-2031年旅游产业链投资战略 508

图表目录

图表：“十四五”旅游规划主要指标完成情况 10

图表：2021-2026我国在线旅游规模及增速 11

图表：中国GDP季度增长趋势图 42

图表：2021-2026年末人口数及其构成 49

图表：2021-2026年全国居民人均可支配收入增长情况 50

图表：2021-2026年我国GDP和国内旅游收入增速对比 80

图表：2021-2026年我国国内游和入境游人数情况 81

图表：旅游商业形态 91

图表：通信大数据的定位信息较手机地图导航类应用的定位信息有独特优势 95

图表：运营商大数据在景区客源监测方面的应用 96

图表：江苏移动针对商圈客流的分析 96

图表：2021-2026年中国旅行社数量 124

图表：2021-2026年中国旅游市场规模及增长速度 125

图表：中国A级旅游景区分布图 126

图表：中国A级旅游景区密度分布 126

图表：2021-2026年中国国内游人数 129

图表：2021-2026年国内旅游收入 130

图表：2021-2026年国内游人均消费 130

图表：入境旅游目的 132

图表：入境游客年龄分布 133

图表：入境过夜游客分析 134

图表：2021-2026年全年旅游市场预测 136

图表：黄金周全国各省区市旅游收入情况 143

图表：2021-2026城乡居民出游率 148

图表：2021-2026我国居民国内旅游人均消费 148

图表：2021-2026年在线旅游度假游市场规模 151

图表：2021-2026中国出境游规模 152

图表：2021-2026自驾游目的地选择 154

图表：2021-2026中国医疗旅游市场规模 189

图表：春节 部分 景区接待游客数量统计 194

- 图表：2021-2026年全国星级饭店数量结构图 212
- 图表：2021-2026年四个季度星级饭店收入情况 213
- 图表：2021-2026年全国星级饭店经营情况 213
- 图表：2021-2026年全国星级饭店经营指标 213
- 图表：2021-2026年中国酒店品牌规模分析 215
- 图表：2021-2026年各星级酒店房价 216
- 图表：2021-2026年中国连锁酒店经济型品牌规模 217
- 图表：2021-2026经济型酒店市场规模 217
- 图表：2021-2026年十大经济型酒店市场占有率 218
- 图表：2021-2026年四个季度旅行社入境业务统计 224
- 图表：2021-2026年四个季度旅行社国内业务统计 224
- 图表：2021-2026年四个季度旅行社出境业务统计 225
- 图表：2021-2026年GDP与旅游人数关系 255
- 图表：2021-2026在线旅行用户规模分析 261
- 图表：2021-2026中国在线机票市场分析图 262
- 图表：2021-2026年在线市场渗透率 262
- 图表：2021-2026在线旅游市场结构 263
- 图表：2021-2026在线旅游企业市场份额 264
- 图表：2021-2026年在线旅游市场集中度分析图 264
- 图表：2021-2026年度假市场规模 270
- 图表：2021-2026年跟团和自助游分析图 271
- 图表：2021-2026年中国在线旅游度假市场目的地分析 272

图表：2021-2026年PC和移动端订单占比	272
图表：2021-2026年在线旅游用户性别占比	273
图表：2021-2026年在线旅游用户年龄结构	274
图表：2021-2026年在线旅游用户学历结构	275
图表：2021-2026年在线旅游用户出行方式	275
图表：2021-2026年在线旅游用户旅行方式	276
图表：2021-2026年在线旅游用户预订产品分类	276
图表：2021-2026年在线旅游用户搜索热点类别	277
图表：2021-2026年在线旅游用户关注因素分析	277
图表：2021-2026年在线旅游用户酒店预订特征	278
图表：2021-2026年在线旅游用户预订酒店类别	278
图表：2021-2026年度云南旅游股份有限公司主要财务数据和指标	309
图表：2021-2026年云南旅游股份有限公司资产负债表	310
图表：2021-2026年云南旅游股份有限公司盈利指标分析	312
图表：2021-2026年香港中旅国际投资有限公司资产负债规模	314
图表：2021-2026年港中旅企业组织构架	314
图表：2021-2026年香港中旅国际投资有限公司盈利指标分析	315
图表：2021-2026年首商股份财务分析	323
图表：2021-2026年首商股份资产规模	324
图表：2021-2026年首商股份组织构架	325
图表：2021-2026年首商股份盈利指标分析	326
图表：2021-2026年中国国旅组织构架	330

- 图表：2021-2026年中国国旅盈利指标分析 331
- 图表：2021-2026年华天酒店集团股份有限公司企业资产规模 339
- 图表：2021-2026年华天酒店集团股份有限公司盈利能力指标分析 342
- 图表：2021-2026年锦江股份资产规模分析 349
- 图表：2021-2026年锦江股份盈利指标 351
- 图表：2021-2026年岭南控股盈利能力指标分析 356
- 图表：2021-2026年西藏旅游主营业务构成分析 358
- 图表：2021-2026年西藏旅游投资项目 358
- 图表：2021-2026年西藏旅游盈利能力指标 359
- 图表：杭州市商贸旅游集团组织结构分析 362
- 图表：2021-2026年北京京西文化旅游股份有限公司偿债指标分析 370
- 图表：2021-2026年北京京西文化旅游股份有限公司投资项目 370
- 图表：2021-2026年北京京西文化旅游股份有限公司盈利能力指标 371
- 图表：2021-2026年丽江玉龙旅游股份有限公司资产负债表 374
- 图表：2021-2026年丽江玉龙旅游股份有限公司偿债指标分析 375
- 图表：2021-2026年丽江玉龙旅游股份有限公司盈利能力指标 375
- 图表：浙江国际旅游集团组织构架图 383
- 图表：2021-2026年深圳华侨城股份有限公司资产规模 385
- 图表：2021-2026年深圳华侨城股份有限公司盈利能力指标 386
- 图表：2021-2026年深圳华侨城股份有限公司投资项目 386
- 图表：2021-2026年桂林旅游股份有限公司经营情况分析 391
- 图表：2021-2026年桂林旅游股份有限公司盈利能力指标 393

图表：2021-2026年桂林旅游股份有限公司投资项目 393

图表：2021-2026年峨眉山旅游股份有限公司资产规模 402

图表：2021-2026年峨眉山旅游股份有限公司财务分析 403

图表：2021-2026年峨眉山旅游股份有限公司投资项目 403

图表：2021-2026年峨眉山旅游股份有限公司盈利能力指标 403

图表：2021-2026年峨眉山旅游股份有限公司偿债能力指标 404

图表：2021-2026年黄山旅游发展股份有限公司营业收入分析 405

图表：2021-2026年黄山旅游发展股份有限公司财务指标 406

图表：2021-2026年黄山旅游发展股份有限公司盈利能力指标 407

图表：2021-2026年黄山旅游发展股份有限公司偿债能力指标 407

图表：智慧旅游为游客提供的服务类型 427

图表：“十四五”期间旅游业发展主要指标 464

把握投资 决策经营！

咨询订购 请拨打 400-886-7071 (免长途费) Email : kf@51baogao.cn

报告编号：57057

本文地址：<https://www.51baogao.cn/bg/20170324/57057.shtml>

在线订购：[点击这里](#)