2026-2031年中国旅游行业全景调研与发展战略研究咨询报告

报告简介

中国幅员辽阔，同时又拥有五千年文明所沉淀的博大精深的文化底蕴，自然、人文旅游资源禀赋优异。全国共有258家旅游景点被评为了国家AAAAA级景区。江苏省以23个位列省份排行(含直辖市)第一名。浙江省、广东省、河南省、新疆、四川省5A级景区个数分列二到六位，依次为17个、13个、13个、12个和12个。中国已有55项世界文化和自然遗产列人《世界遗产名录》，其中世界文化遗产37项(含5项文化景观)、世界自然遗产14项、世界文化与自然双重遗产4项，在世界遗产名录国家排名居第一位。随着居民消费水平的不断提高，旅游文化建设进程的不断开展，中国旅游业正处于蓬勃发展阶段。出游人群规模不断扩张，年内多次出游人群比重不断提升，越来越多的人群选择通过出游的方式来放松自己，领略祖国境内的大好河山和丰厚的文化底蕴，不断推动中国旅游业规模加速扩张。

随着居民消费水平的不断提高，旅游文化建设进程的不断开展，中国旅游业正处于蓬勃发展阶段。出游人群规模不断扩张，年内多次出游人群比重不断提升，越来越多的人群选择通过出游的方式来放松自己，领略祖国境内的大好河山和丰厚的文化底蕴，不断推动中国旅游业规模加速扩张。

随着中国旅游消费进入休闲时代和度假时代，仅靠现有的适应观光旅游形态的旅游景区这种空间形态已难以满足旅游者需要。全域旅游的核心理念就是通过区域资源有机整合和产业融合拓展旅游发展空间，要求涉旅部门联动，充分发挥旅游带动作用，在全域优化配置经济社会资源，进而需要从规划出发，以“多规合一”的方式，形成一个全域旅游区“一本规划，一张蓝图”，改变以旅游资源单一要素为核心的旅游开发模式向旅游环境建设转型，构建起旅游与资本、旅游与技术、旅游与居民生活、旅游与城镇化发展、旅游与城市功能完善的旅游开发模式。在规划上，提升城市品质，保留村镇特色，完善旅游基础服务设施，打造宜居宜业宜游的、主客共建共享的新型旅游发展空间。

随着乡村振兴战略的全面实施，在希望的田野上必将谱写农村农业农民“三农”问题的崭新诗篇，让农村更加美丽、农业更加兴旺、农民更加富庶、生活更加幸福。多年来的实践证明，发展乡村旅游是实现

乡村振兴的重要力量、重要途径、重要引擎。在乡村振兴的新时代，乡村旅游要有新作为、大作为。在全国旅游业快速发展的大背景下，中国乡村旅游这一新的旅游形式也被越来越多人青睐。目前，休闲农业和乡村旅游已从零星分布向集群分布转变，空间布局从城市郊区和景区周边向更多适宜发展的区域拓展。休闲农业成为城市居民休闲、旅游和旅居的重要目的地，成为乡村产业的新亮点。

当国民旅游需求从美丽风景向美好生活转变，观光游比重下降已经成为趋势。“既要美丽风景，也要美好生活”的新动能，推动旅游高端化、个性化、休闲化消费稳步攀升，旅游从业企业也在积极适应市场变化，不断调整商业模式，探索跨界融合，实现多元化供给，以“品质游”打造核心竞争力，探索可持续发展之道。旅游已经成为国民大众的日常生活选项，消费意愿连续四年排名第一位;70%左右的游客出行选择的是非景区以及非核心城区;个性化、体验性、定制旅游则更加受到年轻人的青睐。未来中国节假日制度进一步优化，旅游出行将更加日常化，旅游行业总收入将持续增长。

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、国家文化和旅游部、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，对中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，并重点分析了中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

【世界经济缓慢复苏。中国经济稳定增长，居民收入水平不断提高，政策、社会、技术环境如何影响行业格局变化?】

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“十四五”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

【旅游行业整体运行情况怎样?行业各项经济指标运行如何(人次、规模、收入、利润……)?中国旅游资源分布以及市场景点开发、游客集中景点分布如何?】

第四章 中国旅游行业运行现状分析

第一节 中国旅游行业发展状况分析

一、中国旅游行业发展阶段

二、中国旅游行业发展总体概况

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 旅游行业发展现状

一、中国旅游行业市场规模

二、中国旅游行业发展分析

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 中国旅游行业整体运行指标分析

第一节 中国旅游行业总体规模分析

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 2026-2031年中国旅游市场供需形势分析

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

【工业旅游、农业观光园……各种类发展如何?旅游景区、旅行社、旅游酒店、餐饮一系列环节发展怎样?】

第七章 中国主要产业旅游细市场分析及预测

第一节 主要产业旅游市场分析预测

一、工业旅游市场分析预测

1、工业旅游技术发展进程

2、工业旅游市场规模分析

3、工业旅游市场结构分析

4、工业旅游市场竞争格局

5、工业旅游市场趋势预测

二、休闲农业与乡村旅游市场分析预测

1、休闲农业与乡村旅游市场发展现状

2、休闲农业与乡村旅游游客结构分析

3、休闲农业与乡村旅游发展模式与目标

4、休闲农业与乡村旅游发展趋势预测

三、文化旅游市场分析预测

1、文化旅游市场发展现状

2、文化旅游主要活动及项目分析

3、文化旅游产业集群特征分析

4、文化旅游市场竞争格局

5、文化旅游发展趋势预测

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、邮轮旅游市场分析预测

1、邮轮旅游市场发展现状

2、邮轮旅游市场发展规模

3、邮轮旅游市场区域分布

4、邮轮旅游市场竞争格局

5、邮轮旅游市场趋势预测

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 中国旅游行业相关产业发展分析

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

第五节 中国旅游策划市场发展分析

一、旅游策划的流程

二、旅游策划内容

三、旅游策划存在的问题及对策

四、旅游策划在旅游发展中的作用

1、找出问题, 理清旅游发展思路

2、明确定位, 确定地方旅游核心吸引力

3、整合资源, 促成旅游发展理念升级

五、旅游策划市场规模分析

六、旅游策划市场发展趋势分析

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 中国出境游市场发展分析

第一节 中国出境游市场发展概况

一、出境游人次增长情况

二、出境游消费增长情况

三、出境游人均花费

四、出境游消费结构

五、出境游体验式消费市场分析

1、球赛

2、音乐会

3、博物馆

4、其他

六、出境旅游形式分析

1.跟团游

2、自由行

七、出境游目的地选择

八、出境游客源地分析

第二节 中国出境游市场运行现状及特点

一、个人出境游频次提升，二三线城市需求强烈

二、中国游客出境游迈入品质游阶段

三、远程目的地增长

四、获取信息渠道多元化

第三节 中国出境游游客特征分析

一、出游群体以青年为主

二、半推半拉的出游动机

三、境游传统目的地居多，伴有新增目的地

四、出境游重游占多数，出国游持续稳增

五、旅游类型多样化、精品化

六、消费行为呈现“互联网+”特点

第四节 中国出境游市场竞争格局分析

一、在线出境游市场竞争格局

二、出境游产品竞争格局

三、出境游服务竞争格局

第五节 “大数据+”出境游迎来新机遇

一、帮助出境游企业发现、拓展新业务

二、大数据让旅游营销实现“私人定制”

三、大数据让旅游服务更“智慧”

第六节 “一带一路”战略下的出境游合作新机遇

一、航线签证深化布局，市场得以便利化

二、旅游消费升级，旅游经济迎来发展新机遇

三、“一带一路”受年轻游客喜爱，“人文+”成新趋势

四、超级ip的细化打磨，以新方式打开“一带一路”

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 旅游管理信息化基础下的创新

一、旅游管理信息化的现状及内涵

1、旅游管理信息化的内涵

2、旅游管理信息化的现状

二、旅游管理信息化的必要性

三、旅游管理信息化基础下的创新策略

1、加强旅游行业从业者的培训

2、旅游业管理核心技术的强化

3、打造产业化旅游资源

第七节 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

【旅游市场竞争程度怎样?集中度有什么变化?品牌企业占有率有什么变化?产业集群及品牌竞争力评价变化怎样?波特五力分析、swot分析结果如何?】

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、企业资产规模

4、企业业务分布

5、企业发展热点

6、企业盈利能力

7、企业投资业务

8、企业发展目标

二、中国旅游集团有限公司

1、企业发展概况

2、企业产品与服务

3、企业资产规模

4、企业组织构架

5、企业发展动态

6、企业盈利能力

7、企业资质荣誉分析

8、企业战略规划

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

7、企业投资业务

8、企业战略规划

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、企业资产规模

4、景区开发现状

5、企业偿债能力

6、企业盈利能力

7、企业投资业务

8、企业战略规划

五、北京首都旅游集团有限责任公司

1、企业发展概况

2、企业财务状况

3、企业资产规模

4、旅游景区开发状况

5、企业组织构架

6、企业盈利能力

7、企业投资业务

8、企业战略规划

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、企业组织构架

4、企业投资状况

5、企业发展热点

6、企业盈利能力

7、企业投资业务

8、企业战略规划

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、企业资产规模

4、企业投资状况

5、企业发展动态

6、企业盈利能力

7、企业工程业绩分析

8、企业发展前景

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、企业资产规模

4、企业投资状况

5、企业发展热点

6、企业竞争优势

7、企业投资业务

8、企业发展前景

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、企业资产规模

4、企业投资状况

5、企业荣誉及资质

6、企业盈利能力

7、企业发展前景

8、企业战略规划

十、广州岭南国际企业集团有限公司

1、企业产品动态

2、企业经营情况

3、企业旅游服务分析

4、企业投资状况

5、企业荣誉及资质

6、企业盈利能力

7、企业发展前景

8、企业战略规划

十一、西藏旅游股份有限公司

1、企业发展概况

2、企业经营情况

3、企业业务构成

4、企业投资状况

5、企业发展热点

6、企业盈利能力

7、企业投资业务

8、企业战略规划

十二、杭州市商贸旅游集团有限公司

1、企业发展概况

2、企业经营情况

3、企业组织结构

4、企业投资项目

5、企业荣誉及资质

6、企业盈利能力

7、企业投资业务

8、企业战略规划

十三、张家界旅游集团股份有限公司

1、企业发展概况

2、企业经营情况

3、企业产品与服务

4、企业品牌文化建设

5、企业发展热点

6、企业盈利能力

7、企业投资业务

8、企业战略规划

十四、安徽省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、企业资产规模

4、企业组织构架

5、企业发展热点

6、企业荣誉及资质

7、企业业务收入

8、企业战略规划

十五、北京京西文化旅游股份有限公司

1、企业发展概况

2、企业经营情况

3、企业偿债能力

4、企业投资状况

5、企业发展热点

6、企业盈利能力

7、企业投资业务

8、企业发展前景

十六、国旅联合股份有限公司

1、企业发展概况

2、企业经营情况

3、企业旅游设计案例

4、企业运营分析

5、企业产品与服务

6、企业盈利能力

7、企业投资业务

8、企业战略规划

十七、众信旅游集团股份有限公司

1、企业发展概况

2、企业经营情况

3、企业资产规模

4、企业财务分析

5、企业偿债能力

6、企业盈利能力

7、企业投资业务

8、企业战略规划

十八、厦门建发旅游集团股份有限公司

1、企业发展概况

2、企业经营情况

3、企业荣誉资质

4、企业投资状况

5、企业发展动态

6、企业盈利能力

7、企业竞争优势

8、企业战略规划

十九、广东长隆集团有限公司

1、企业发展概况

2、企业经营情况

3、企业资产规模

4、企业投资状况

5、企业发展热点

6、企业盈利能力

7、企业投资业务

8、企业战略规划

二十、浙江国际旅游集团有限公司

1、企业发展概况

2、企业经营情况

3、企业资产规模

4、企业组织构架

5、企业发展前景

6、企业盈利能力

7、企业投资业务

8、企业战略规划

二十一、深圳华侨城股份有限公司

1、企业发展概况

2、企业业务构成

3、企业资产规模

4、企业发展动态

5、企业竞争优势

6、企业盈利能力

7、企业投资业务

8、企业战略规划

二十二、黑龙江旅游集团有限公司

1、企业发展概况

2、企业经营情况

3、企业资产规模

4、企业发展动态

5、企业偿债能力

6、企业swot分析

7、企业产业链投资状况

8、企业前景展望

二十三、南山旅游集团有限公司

1、企业发展概况

2、企业经营情况

3、企业资产规模

4、企业服务模式

5、企业发展热点

6、企业盈利能力

7、企业投资业务分析

8、企业发展前景

二十四、桂林旅游股份有限公司

1、企业发展概况

2、企业经营情况

3、企业产品与服务

4、企业旅游开发热点

5、企业竞争优势

6、企业盈利能力

7、企业投资业务

8、企业战略规划

二十五、青岛银海旅游集团公司

1、企业发展概况

2、企业经营情况

3、企业资产规模

4、企业旅游开发热点

5、企业发展能力

6、企业盈利能力

7、企业投资业务

8、企业战略规划

二十六、北京巅峰智业旅游文化创意股份有限公司

1、企业发展概况

2、企业经营模式

3、企业发展动态

4、企业投资状况

5、企业偿债能力

6、企业盈利能力

7、企业发展前景

8、企业战略规划

二十七、北京绿维文旅科技发展有限公司

1、企业发展概况

2、企业经营情况

3、企业资产规模

4、企业综合实力分析

5、企业发展热点

6、企业盈利能力

7、企业投资业务

8、企业发展前景

二十八、成都来也旅游发展股份有限公司

1、企业发展概况

2、企业经营情况

3、企业资产规模

4、企业财务分析

5、企业发展热点

6、企业盈利能力

7、企业偿债能力

8、企业战略规划

二十九、北京山合水易规划设计院有限公司

1、企业发展概况

2、企业经营情况

3、企业服务项目

4、企业财务分析

5、企业发展热点

6、企业盈利能力

7、企业偿债能力

8、企业战略规划

三十、深圳市艾肯弘扬咨询管理有限公司

1、企业发展概况

2、企业业务规模

3、企业文化建设分析

4、企业重大项目发展

5、企业竞争优势分析

6、企业盈利能力

7、企业投资业务

8、企业战略规划

第五部分 发展前景展望

【要想在如今竞争激烈的市场上站稳脚跟，应紧随市场的脚步向前发展进步，那么未来旅游行业发展前景怎样?有些什么样的变化趋势?投资机会在哪里?】

第十三章 2026-2031年旅游行业前景及趋势预测

第一节 推动文化产业与旅游产业融合发展的思考

一、文化产业与旅游产业融合发展的重要性

1、建立文化自信的要求

2、传承中华文化的途径

3、推动旅游产业发展的举措

二、文化产业与旅游产业融合发展应注意的几个问题

1、切忌简单捆绑

2、切忌故步自封

3、切忌思维定式

三、推动文化产业与旅游产业融合发展的建议

1、搞好顶层设计

2、鼓励产业创新

3、拓展发展模式

4、注重人才培养

5、加大宣传力度

6、理顺二者关系

7、守住发展底线

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、中国(上海)养老博览会

3、北京冬奥会

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 大数据时代旅游产业链及产业趋势与对策探析

一、大数据时代旅游产业链结构的改变

二、大数据时代旅游产业的发展趋势

1、新兴旅游企业

2、旅游定位更加准确

3、产品融合导致跨界行业增加

三、大数据时代旅游产业链的相关管理对策

1、具有长远的发展目光

2、深度挖掘线上功能

3、进行精准营销

第十四章 旅游行业投资机会与风险防范

第一节 2026-2031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 基于资产证券化的旅游景区投融资问题分析

一、景区投融资中存在的问题

1、民营景区融资渠道不畅

2、国有景区体制受限，需要创新融资模式

3、旅游板块资产证券化程度低，二级市场规模有待提高

二、景区投融资相关支持政策

三、旅游行业资产证券化融资的现状

第三节 2026-2031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

第四节 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

【旅游行业发展战略有哪些?旅游业成功案例如何借鉴?经营策略该如何制定?投资战略又该如何制定?】

第十五章 旅游行业发展战略研究

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、2026-2031年旅游行业投资战略

二、2026-2031年旅行社投资战略

三、2026-2031年旅游景区投资战略

四、2026-2031年旅游产业链投资战略

图表目录

图表：旅游行业产业链结构

图表：2021-2026年全球旅游行业市场规模

图表：2021-2026年中国旅游行业市场规模

图表：2021-2026年旅游行业重要数据指标比较

图表：2021-2026年中国旅游市场占全球份额比较

图表：2021-2026年旅游行业竞争力分析

图表：2021-2026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：2021-2026年中国入境旅游接待人数

图表：2021-2026年中国入境旅游外汇收入

图表：2021-2026年中国入境旅游客源结构

图表：2021-2026年中国入境旅游主要客源市场情况

图表：2021-2026年入境旅游外国人性别结构

图表：2021-2026年外国人入境旅游目的

图表：2021-2026年入境旅游外国人年龄结构

图表：2021-2026年中国出境游人次

图表：2021-2026年中国出境游消费总额

图表：2021-2026年中国出境游客源结构

图表：2021-2026年中国出境游人数走势图

图表：2021-2026年自然类旅游景区经营增长情况

图表：2021-2026年人文类旅游景区经营增长情况

图表：红色旅游景区游客满意度影响因素分析

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：2021-2026年主题景区经营增长情况

图表：2021-2026年主题景区主题情况分析

图表：2026-2031年旅游酒店规模分析

图表：2026-2031年旅游行业资产总计

图表：2026-2031年旅游行业利润总额增长趋势预测

图表：2026-2031年中国旅游行业营业收入增长预测

图表：2026-2031年旅游行业净资产增长趋势预测

把握投资 决策经营！

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

报告编号：147331

本文地址：https://www.51baogao.cn/sc/20191120/147331.shtml

在线订购：点击这里