

2020-2026年中国旅游行业 前景研究与投资方向研究报告

报告目录及图表目录

中国产业研究报告网 编制
www.chinairr.org

一、报告报价

《2020-2026年中国旅游行业前景研究与投资方向研究报告》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.chinairr.org/report/R09/R0901/201912/09-327753.html>

产品价格：纸介版9800元 电子版9800元 纸介+电子10000元

订购电话: 400-600-8596 010-80993936

传真: 010-60343813

网址: <http://www.chinairr.org>

Email: sales@chyxx.com

联系人：刘老师 陈老师 谭老师

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、说明、目录、图表目录

2019年国际旅游外汇收入为12710百万美元，比2017年增加3683百万美元；2019年国内旅游总花费为51278亿元，比2017年增加5617.23亿元。2014-2019年国际旅游外汇收入(百万美元) 数据来源：公开资料整理2014-2019年国内旅游总花费(亿元) 数据来源：公开资料整理

中国产业研究报告网发布的《2020-2026年中国旅游行业前景研究与投资方向研究报告》共十四章。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：

第一章中国旅游业发展综述

第一节旅游业简析

一、旅游业定义

二、旅游业三要素

三、旅游业产业链

第二节旅游业经营模式

一、旅游业主要的经营模式

二、传统旅游企业经营模式

三、新兴旅游业经营模式

第三节旅游业的行业特征

一、旅游业整体行业特征

二、旅游区业务特征

三、旅行社业务特征

第四节旅游业在国民经济中的地位

一、中国旅游业产业定位分析

二、旅游业在国民经济中的地位

第二章中国旅游业发展环境分析

第一节旅游业经济环境分析

- 一、中国GDP增长情况分析
- 二、工业经济发展形势分析
- 三、全社会固定资产投资分析
- 四、社会消费品零售总额分析
- 五、对外贸易的发展形势分析

第二节旅游业政策环境分析

- 一、近年中国主要旅游支持政策
- 二、促进文化与旅游结合发展的指导意见
- 三、《国务院关于加快发展旅游业的意见》
- 四、金融支持旅游业加快发展的若干意见
- 五、国家对旅游业发展扶持力度不断加大

第三节旅游业消费环境分析

- 一、城乡居民收入与消费情况分析
- 二、居民收入与旅游消费相关性
- 三、城乡居民人均旅游花费情况
- 四、居民奢侈品消费情况分析

第四节旅游业交通环境分析

- 一、铁路投资建设情况
- 二、公路投资建设情况
- 三、机场投资建设情况
- 四、交通行业客货运输情况

第五节旅游业社会环境分析

- 一、法定节假日和带薪假期实施
- 二、中国人口总量及结构
- 三、中国城镇化发展进程

第六节国民旅游休闲制度分析

- 一、休假制度对旅游发展影响
 - (一) 国际带薪休假制度比较
 - (二) 休假对各国旅游业影响

(三) 日本休假旅游案例分析

(四) 台湾休假旅游案例分析

二、旅游休闲纲要颁发必要性

三、旅游休闲纲要修订情况

四、旅游休闲纲要试点情况

五、鼓励旅游消费落实带薪休假

第三章中国旅游业市场发展综述

第一节世界旅游市场发展分析

一、全球经济发展情况分析

二、世界旅游行业发展概况

三、全球旅游经济增长情况

四、全球国际旅游人数分析

五、全球国际旅游收入分析

六、欧洲旅游调查分析

七、促进旅游业发展主要措施

(一) 美国

(二) 日本

(三) 台湾

第二节中国旅游业发展概况

一、中国旅游市场发展概述2014-2019年国内游客(万人次) 数据来源：公开资料整理

二、旅游业发展方式转变

三、旅游信息化发展情况

四、旅游市场存在的问题

第三节中国旅游市场总体情况

一、旅游业发展概况

二、旅游总收入增长情况

三、旅游业零售市场规模

四、旅游市场预测

第四节中国旅游市场调查情况

一、全国旅游投诉情况分析

二、全国游客满意度调查情况

三、旅游者消费价格指数分析

四、中国公民旅游关注度分析

第五节中国旅游行业竞争格局

一、全球旅游业竞争格局

二、国内竞争格局及其变化

（一）旅游区竞争格局

（二）旅行社业务竞争格局

（三）旅游业竞争的变化趋势

第六节中国旅游业风险投资情况

一、旅游行业风险投资的内涵

二、在线旅游业风险投资情况

（一）在线旅游投资事件分析

（二）在线旅游投资规模分析

三、连锁酒店业风险投资情况

四、旅游业地区投资情况分析

第四章中国细分旅游市场发展分析

第一节国内旅游市场发展分析

一、国内旅游人数

二、国内旅游收入

三、国内旅游人均花费

第二节入境旅游市场发展分析

一、入境旅游接待人数

二、入境旅游外汇收入

三、入境旅游客源情况

（一）客源结构分析

（二）客源入境方式

（三）入境旅游目的

（四）年龄及性别结构

四、入境旅游过夜游客数

第三节出境旅游市场发展分析

一、中国出境旅游市场规模分析

二、中国出境旅游市场特征分析

三、中国长线出国旅游发展现状

四、中国居民出境旅游意向调查

（一）居民出境旅游计划调查

（二）居民出境旅游目的分析

（三）居民出境旅游选择偏好

（四）居民出境旅游目的地偏好

（五）居民旅游信息渠道调查

五、中国出境旅游市场趋势分析

第四节黄金周及小长假旅游市场分析

一、十一黄金周旅游市场分析

二、春节黄金周旅游市场分析

三、十一黄金周旅游市场分析

四、春节黄金周旅游市场分析

五、十一黄金周旅游市场分析

六、元旦小长假旅游市场分析

七、春节黄金周旅游市场分析

八、清明小长假旅游市场分析

第五章不同主题旅游市场发展分析

第一节生态旅游

一、生态旅游的概念简述

二、生态旅游发展问题分析

三、地区生态旅游发展分析

（一）西藏生态旅游发展情况

（二）安徽生态旅游发展情况

（三）四川生态旅游发展情况

四、生态旅游市场发展机遇

五、生态旅游可持续发展策略

第二节会奖旅游

一、国际会奖旅游市场发展现状

二、中国会奖旅游市场发展现状

三、会奖旅游业务市场特征分析

四、中国会奖旅游市场容量分析

五、地区会奖旅游市场发展分析

六、中国会议旅游行业发展策略

七、中国会奖旅游市场发展趋势

第三节 红色旅游

一、中国红色旅游的界定

二、中国红色旅游发展概述

三、中国红色旅游发展历程

四、国内红色旅游兴起原因

五、区域红色旅游市场分析

（一）江西省红色旅游发展分析

（二）四川省红色旅游发展分析

（三）延安市红色旅游发展分析

六、中国红色旅游业发展规划

第四节 温泉旅游

一、中国温泉旅游发展概述

二、温泉旅游消费特征分析

三、温泉旅游开发存在的问题

四、国外温泉旅游发展的启示

五、广东温泉旅游业发展分析

（一）广东温泉旅游发展概况

（二）广东温泉旅游资源分析

（三）广东温泉旅游景区分析

（四）广东温泉旅游市场分析

六、温泉旅游业发展趋势分析

第五节 主题公园

一、全球主题公园接待游客情况

二、中外主题公园盈利模式比较

三、中国主题公园国家标准实施

四、中国暂停大型主题公园建设

五、中国主题公园连锁经营探索

- (一) 主题公园连锁经营的内涵
- (二) 国外主题公园连锁经营现状
- (三) 中国主题公园连锁经营态势
- (四) 主题公园连锁经营策略分析

第六节 工业旅游

- 一、工业旅游产业概念简述
- 二、德国工业旅游产业启示
- 三、中国工业旅游发展特征
- 四、中国工业旅游分布状况
- 五、工业旅游产业问题分析
- 六、工业旅游产业发展策略
- 七、体验型工业旅游开发分析

第七节 科技旅游

- 一、科技旅游产业发展概述
- 二、科技旅游产业功能分析
- 三、外国科技旅游发展概况
- 四、外国科技旅游发展特点
- 五、中国科技旅游发展现状
- 六、广东科技旅游案例分析

第六章 新兴旅游业态发展分析

第一节 免税业发展分析

- 一、免税行业发展状况分析
- 二、中国免税业发展现状分析
- 三、离岛免税店销售市场分析
 - (一) 离岛免税店销售优势
 - (二) 离岛免税店销售规模
 - (三) 离岛免税业竞争情况
 - (四) 离岛免税业发展展望
- 四、中国免税业市场竞争状况
- 五、中国免税业发展重大机遇
- 六、免税行业向旅游零售发展

七、中国免税业发展机遇分析

第二节在线旅游业发展分析

一、在线旅游市场相关概述

二、在线旅游市场发展规模分析

（一）在线旅行预订用户规模

（二）在线旅行预订市场规模

（三）在线旅行预订市场结构

（四）在线旅行市场特点

三、在线旅游行业投融资情况

四、旅游目的地官方微博营销

五、在线旅游市场团购业务分析

六、在线旅游行业覆盖人数分析

七、在线旅游用户行为调查分析

（一）用户预订度假产品频率

（二）用户预订度假产品类型

（三）用户选择旅游度假时间段

（四）旅游前和途中行为分析

（五）用户计划旅游地区选择

八、旅游社交网站发展现状分析

九、在线旅游市场发展动态分析

十、在线旅游行业竞争趋势分析

第三节邮轮旅游业发展分析

一、世界邮轮产业转移分析

二、世界邮轮旅游业快速增长

三、中国邮轮旅游市场概况

四、中国高端邮轮旅游分析

五、上海邮轮旅游发展现状

六、厦门邮轮产业发展情况

七、天津邮轮旅游发展动态

八、中国邮轮旅游市场展望

第四节高铁旅游市场发展分析

一、高铁旅游发展概况分析

二、高铁旅游比较优势分析

- (一) 速度快
- (二) 输送能力强
- (三) 舒适度与安全性
- (四) 受天气影响小
- (五) 性价比高
- (六) 能耗低

三、高铁旅游国际经验分析

四、高铁对旅游业提振作用

- (一) 有利于提升出游率
- (二) 促进旅游运输竞争
- (三) 形成立体交通网络
- (四) 有利于区域旅游合作

五、高铁旅游市场机遇分析

- (一) 旅游企业发展机遇
- (二) 旅游景区发展机遇
- (三) 经济酒店发展机遇

第五节港澳台自由行发展分析

一、大陆访港旅游人数统计

二、大陆访港旅客消费情况

三、大陆赴台旅游人数统计

四、赴台个人旅游发展分析

第七章旅游业子行业发展分析

第一节旅游景区发展分析

一、中国旅游景区行业概况

- (一) 旅游景区定义及分类
- (二) 旅游景区盈利模式

1、门票经济模式

2、旅游产业链拓展经济模式

二、旅游景区市场规模分析

三、旅游景区调研情况分析

（一）第1季度景区调研

- 1、旅游景区景气状况
- 2、旅游景区行业分析
- 3、景区行业发展动态

（二）第2季度景区调研

- 1、旅游景区景气状况
- 2、旅游景区行业分析
- 3、景区行业发展动态

（三）第3季度景区调研

- 1、旅游景区景气状况
- 2、旅游景区行业分析
- 3、景区行业发展动态

（四）第4季度景区调研

- 1、旅游景区景气状况
- 2、旅游景区行业分析
- 3、景区行业发展动态

（五）第1季度景区调研

- 1、旅游景区景气状况
- 2、旅游景区行业分析
- 3、景区行业发展动态

四、景区上市企业情况分析

（一）景区接待游客数量分析

（二）景区主要财务指标分析

五、主要景区游客量及收入情况

六、国家5A级旅游景区增长情况

第二节旅行社发展分析

一、旅行社行业发展规模

（一）旅行社数量规模统计

（二）旅行社地区数量规模

（三）旅行社区域排名情况

二、旅行社行业总体结构分析

（一）旅行社区域分布情况

(二) 旅行社经营状况分布

(三) 旅行社类别分布情况

三、旅行社行业总体经营状况

(一) 旅行社行业资产总额

(二) 旅行社行业收入规模

(三) 旅行社行业盈利情况

(四) 旅行社行业税收情况

四、旅行社国内游业务经营情况

(一) 旅行社国内游营业收入分析

(二) 旅行社国内游业务利润分析

(三) 旅行社国内游组织和接待情况

1、旅行社国内游组织情况

2、旅行社国内游接待情况

3、旅行社国内游地区情况

五、旅行社入境游业务经营情况

(一) 旅行社入境游营业收入分析

(二) 旅行社入境游业务利润分析

(三) 旅行社入境游外联和接待情况

1、旅行社入境游外联情况

2、旅行社入境游接待情况

3、旅行社入境游客源地情况

六、旅行社出境游业务经营情况分析

(一) 旅行社出境游营业收入分析

(二) 旅行社出境游业务利润分析

(三) 旅行社出境游组织情况

1、旅行社出境游组织情况

2、旅行社出境游目的地情况

七、旅行社遭遇在线旅游挑战

第三节 酒店业发展分析

一、星级饭店发展分析

(一) 星级饭店总体统计情况

(二) 各省区市星级饭店情况

(三) 三大区域星级饭店情况

(四) 旅游城市星级饭店情况

二、经济型连锁酒店发展分析

(一) 经济型酒店业规模分析

(二) 经济型酒店抢会议市场

(三) 经济型酒店布局二三线

(四) 经济型酒店消费者分析

1、消费者构成及特征分析

2、消费的动机与原因分析

3、消费者的认知能力分析

4、消费者心理与消费趋势

(五) 经济型酒店发展瓶颈分析

(六) 经济型酒店固有模式突破

(七) 经济型酒店品牌两大趋势

(八) 经济型酒店转型策略分析

第四节餐饮业发展分析

一、餐饮业发展概况

二、餐饮所属行业总体规模分析

三、餐饮行业资产负债统计

四、餐饮行业经营效益分析

五、餐饮行业市场结构分析

六、国内各地餐饮市场规模

七、餐饮行业百强经营情况

(一) 百强企业总体经营状况

(二) 餐饮百强收入结构分析

(三) 餐饮百强业绩综合表现

(四) 餐饮百强业态比较分析

八、国内餐饮行业发展特点

九、国内餐饮行业发展趋势

第五节会展业发展分析

一、中国会展业发展情况

二、中国会展场馆分布情况

三、中国会展场馆变化分析

四、中国会展项目整体分析

（一）展览会总量和地区分布情况

（二）展览会时间分布与行业特征

五、中国会展经济发展分析

（一）会展经济对城市发展效应

（二）中国会展组织者收入分析

（三）中国会展业整体产值分析

六、地区会展业发展情况分析

（一）南京会展业发展情况

（二）成都会展业发展情况

（三）长沙会展业发展情况

（四）沈阳会展业发展情况

第八章区域旅游市场发展分析

第一节北京市

一、旅游市场总体情况

二、旅游收入情况分析

三、旅游人数情况分析

四、旅游景区情况分析

五、旅行社发展情况分析

六、旅游“十三五”规划

第二节上海市

一、旅游市场总体情况

二、旅游收入情况分析

三、旅游人数情况分析

四、旅游景区情况分析

五、旅行社发展情况分析

六、旅游“十三五”规划

第三节重庆市

一、旅游市场总体情况

二、旅游收入情况分析

三、旅游人数情况分析

四、旅游景区情况分析

五、旅行社发展情况分析

六、旅游“十三五”规划

第四节 广东省

一、旅游市场总体情况

二、旅游收入情况分析

三、旅游人数情况分析

四、旅游景区情况分析

五、旅行社发展情况分析

六、旅游“十三五”规划

第五节 四川省

一、旅游市场总体情况

二、旅游收入情况分析

三、旅游人数情况分析

四、旅游景区情况分析

五、旅行社发展情况分析

六、旅游“十三五”规划

第六节 陕西省

一、旅游市场总体情况

二、旅游收入情况分析

三、旅游人数情况分析

四、旅游景区情况分析

五、旅行社发展情况分析

六、旅游“十三五”规划

第九章 旅游市场开发策略研究

第一节 不同群体旅游市场开发分析

一、大学生旅游市场开发分析

（一）大学生旅游市场开发可行性

（二）大学生旅游市场特征

（三）大学生旅游意向调查

- 1、大学生旅游消费支出
- 2、大学生旅游频率分析
- 3、大学生旅游目的分析
- 4、大学生旅游偏好分析
- 5、分享旅游体验渠道分析

（四）大学生旅游市场开发策略

- 1、产品市场定位
- 2、产品策略
- 3、产品定价策略
- 4、渠道策略
- 5、促销策略

（五）大学生旅游市场开发难题

（六）旅行社大学生个性旅游服务

二、女性旅游市场开发分析

（一）女性旅游市场开发可行性

（二）中国女性旅游心理分析

（三）女性旅游消费调查分析

- 1、女性旅游消费支出
- 2、女性旅游内容偏好
- 3、女性旅游住宿偏好
- 4、女性旅游预订选择
- 5、女性旅游目的地排名

（四）女性旅游市场开发策略

（五）女性旅游市场开发建议

三、老年旅游市场开发分析

（一）开发老年旅游市场可行性

（二）老年旅游市场特点分析

（三）老年旅游行为特征分析

（四）老年旅游市场开发策略

（五）老年旅游产品营销策略

四、商务人士旅游市场开发分析

（一）商务旅游基本内涵分析

(二) 商务旅游本质特征分析

(三) 商务人士旅游市场调查

1、商务人士差旅市场特点

2、商务人士在线预订偏好

3、商务人士酒店选择偏好

4、商务旅游航空公司选择

5、商务人士旅游目的地偏好

(四) 商务旅游产品体系建设

五、农民旅游市场开发分析

(一) 农民旅游基本内涵分析

(二) 农民旅游市场特点分析

(三) 农民旅游消费行为分析

(四) 农民旅游市场开发对策

第二节 不同形式旅游市场开发分析

一、自助旅游市场开发分析

(一) 自助旅游的概念

(二) 自助旅游在中国的发展

(三) 自助旅游在发展中障碍

(四) 自助旅游市场开发对策

(五) 高铁自助游产品开发分析

二、散客旅游市场开发分析

(一) 散客旅游的定义

(二) 散客旅游兴起的原因分析

(三) 散客旅游的心理特征分析

(四) 散客旅游市场的营销策略

(五) 散客旅游市场的发展趋势

三、组团旅游市场开发分析

(一) 组团旅游影响因素分析

(二) 组团旅游空间规律分析

(三) 组团旅游实际意义分析

第十章 中国旅游资源情况分析

第一节中国A级旅游区结构情况

第二节中国十大旅游资源区分析

一、东北林海雪原旅游资源区

（一）地理位置

（二）区域分析

（三）区域特色

二、中原古文化旅游资源区

（一）地理位置

（二）区域分析

（三）区域特色

三、华东山水园林旅游资源区

（一）地理位置

（二）区域分析

（三）区域特色

四、华中名山峡谷旅游资源区

（一）地理位置

（二）区域分析

（三）区域特色

五、华南热带风光旅游资源区

（一）地理位置

（二）区域分析

（三）区域特色

六、西南奇山异水风土人情旅游资源区

（一）地理位置

（二）区域分析

（三）区域特色

七、西北“丝路”文化旅游资源区

（一）地理位置

（二）区域分析

（三）区域特色

八、内蒙古草原风情旅游资源区

（一）地理位置

(二) 区域分析

(三) 区域特色

九、青藏高原旅游资源区

(一) 地理位置

(二) 区域分析

(三) 区域特色

十、港澳台旅游资源区

(一) 地理位置

(二) 区域分析

(三) 区域特色

第三节中国典型旅游景点分析

第十一章中国领先旅游业企业经营分析

第一节典型旅游景区企业分析

一、北京京西风光旅游开发股份有限公司

(一) 企业基本情况

(二) 企业经营情况分析

(三) 企业经济指标分析

(四) 企业盈利能力分析

(五) 企业偿债能力分析

(六) 企业运营能力分析

(七) 企业成本费用分析

二、云南旅游股份有限公司

(一) 企业基本情况

(二) 企业经营情况分析

(三) 企业经济指标分析

(四) 企业盈利能力分析

(五) 企业偿债能力分析

(六) 企业运营能力分析

(七) 企业成本费用分析

三、丽江玉龙旅游股份有限公司

(一) 企业基本情况

(二) 企业经营情况分析

(三) 企业经济指标分析

(四) 企业盈利能力分析

(五) 企业偿债能力分析

(六) 企业运营能力分析

(七) 企业成本费用分析

四、桂林旅游股份有限公司

(一) 企业基本情况

(二) 企业经营情况分析

(三) 企业经济指标分析

(四) 企业盈利能力分析

(五) 企业偿债能力分析

(六) 企业运营能力分析

(七) 企业成本费用分析

五、黄山旅游发展股份有限公司

(一) 企业基本情况

(二) 企业经营情况分析

(三) 企业经济指标分析

(四) 企业盈利能力分析

(五) 企业偿债能力分析

(六) 企业运营能力分析

(七) 企业成本费用分析

六、西藏旅游股份有限公司

(一) 企业基本情况

(二) 企业经营情况分析

(三) 企业经济指标分析

(四) 企业盈利能力分析

(五) 企业偿债能力分析

(六) 企业运营能力分析

(七) 企业成本费用分析

七、峨眉山旅游股份有限公司

(一) 企业基本情况

(二) 企业经营情况分析

(三) 企业经济指标分析

(四) 企业盈利能力分析

(五) 企业偿债能力分析

(六) 企业运营能力分析

(七) 企业成本费用分析

八、西安旅游股份有限公司

(一) 企业基本情况

(二) 企业经营情况分析

(三) 企业经济指标分析

(四) 企业盈利能力分析

(五) 企业偿债能力分析

(六) 企业运营能力分析

(七) 企业成本费用分析

九、深圳华侨城股份有限公司

(一) 企业基本情况

(二) 企业经营情况分析

(三) 企业经济指标分析

(四) 企业盈利能力分析

(五) 企业偿债能力分析

(六) 企业运营能力分析

(七) 企业成本费用分析

十、杭州宋城旅游发展股份有限公司

(一) 企业基本情况

(二) 企业经营情况分析

(三) 企业经济指标分析

(四) 企业盈利能力分析

(五) 企业偿债能力分析

(六) 企业运营能力分析

(七) 企业成本费用分析

第二节 典型旅行社企业分析

一、中国国旅股份有限公司

(一) 企业基本情况

(二) 企业经营情况分析

1、企业营收情况分析

2、企业经济指标分析

3、企业盈利能力分析

4、企业偿债能力分析

5、企业运营能力分析

6、企业成本费用分析

(三) 企业业务资质分析

(四) 企业布局情况分析

二、中青旅控股股份有限公司

(一) 企业基本情况

(二) 企业经营情况分析

1、企业营收情况分析

2、企业经济指标分析

3、企业盈利能力分析

4、企业偿债能力分析

5、企业运营能力分析

6、企业成本费用分析

三、企业业务资质分析

四、企业布局情况分析

三、上海锦江国际旅游股份有限公司

(一) 企业基本情况

(二) 企业经营情况分析

1、企业营收情况分析

2、企业经济指标分析

3、企业盈利能力分析

4、企业偿债能力分析

5、企业运营能力分析

四、北京首都旅游股份有限公司

(一) 企业基本情况

(二) 企业经营情况分析

- 1、企业营收情况分析
- 2、企业经济指标分析
- 3、企业盈利能力分析
- 4、企业偿债能力分析
- 5、企业运营能力分析

五、香港中旅国际投资有限公司

（一）企业概况

（二）企业经营情况分析

- 1、企业营收情况分析
- 2、企业经济指标分析
- 3.企业盈利能力分析
- 4、企业偿债能力分析
- 5、企业运营能力分析

六、中国旅行社总社有限公司

（一）企业发展情况简介

（二）企业业务资质分析

（三）企业旅游产品分析

（四）企业布局情况分析

七、中国康辉旅行社集团有限责任公司

（一）企业发展情况简介

（二）企业业务资质分析

（三）企业旅游产品分析

（四）企业布局情况分析

第三节典型酒店企业分析

一、上海锦江国际酒店发展股份有限公司

（一）企业基本情况

（二）企业经营情况分析

（三）企业经济指标分析

（四）企业盈利能力分析

（五）企业偿债能力分析

（六）企业运营能力分析

二、华天酒店集团股份有限公司

- (一) 企业基本情况
- (二) 企业经营情况分析
- (三) 企业经济指标分析
- (四) 企业盈利能力分析
- (五) 企业偿债能力分析
- (六) 企业运营能力分析

三、深圳新都酒店股份有限公司

- (一) 企业基本情况
- (二) 企业经营情况分析
- (三) 企业经济指标分析
- (四) 企业盈利能力分析
- (五) 企业偿债能力分析
- (六) 企业运营能力分析

四、如家快捷酒店管理公司

- (一) 企业基本情况
- (二) 企业股东持股状况
- (三) 企业经济指标分析
- (四) 企业盈利能力分析
- (五) 企业偿债能力分析

五、7天连锁酒店集团

- (一) 企业基本情况
- (二) 企业股东持股状况
- (三) 企业经济指标分析
- (四) 企业盈利能力分析
- (五) 企业偿债能力分析

第十二章2020-2026年中国旅游业发展前景分析

第一节中国旅游市场前景分析

- 一、旅游行业“十三五”规划纲要分析
- 二、旅游业信息化“十三五”发展目标
- 三、旅游公共服务“十三五”专项规划
- 四、《国民旅游休闲纲要》规划目标

第二节国民旅游休闲纲要内容预测

一、落实带薪休假制度推动长线旅游

二、加强旅游设施建设扩大旅游人群

三、进一步刺激国民休闲旅游消费

（一）银发旅游与修学旅游

（二）奖励旅游

（三）福利旅游

四、后续系列国民旅游政策展望

第三节中国旅游行业发展趋势分析

一、中国将成全球最大国内游市场

二、中西部地区旅游业发展将提速

三、竞争将加速旅游企业整合重组

四、高端旅游成未来新的旅游热点

第四节中国旅游市场发展情况预测

一、国内游市场发展情况预测

二、入境游市场发展情况预测

三、出境游市场发展情况预测

四、中国在线旅游市场规模预测

第十三章2020-2026年中国旅游业投资策略

第一节中国旅游业投资环境分析

一、“十三五”中国投资趋势预测

二、“十三五”人均GDP增长情况

三、“十三五”交通运输能力分析

第二节中国旅游业投资特性分析

一、行业准入条件放宽

二、鼓励多种资本参与

三、金融业支持旅游业发展

（一）加强旅游业信贷服务

（二）旅游业多元化融资渠道

第三节中国旅游业投资机遇分析

一、中国旅游消费步入大众旅游时代

- 二、旅游业对经济拉动作日益显著
- 三、中国旅游业将迎来重要转型期
- 四、中国旅游业市场投资前景良好
- 五、未来旅游业企业政策优惠预期

第四节中国旅游业投资风险分析

- 一、政策风险
- 二、竞争风险
- 三、市场风险
- 四、经营风险
- 五、自然灾害不可抗因素风险

第五节中国旅游业投资策略及建议

- 一、高铁旅游产品开发建议
- 二、免税业旅游业投资策略
- 三、邮轮旅游市场投资分析
- 四、多元化经营景区投资潜力
- 五、旅游业风险投资未来走势
- 六、中国酒店业投资策略分析

第十四章中国旅游企业投融资及IPO上市策略指导（ ）

第一节旅游企业融资渠道与选择分析

- 一、旅游企业融资方法与渠道简析
- 二、利用股权融资谋划企业发展机遇
- 三、利用政府杠杆拓展企业融资渠道
- 四、适度债权融资配置自身资本结构
- 五、关注民间资本和外资的投资动向

第二节旅游企业境内IPO上市目的及条件

- 一、旅游企业境内上市主要目的
- 二、旅游企业上市需满足的条件
 - （一）企业境内主板
 - （二）企业境内中小板IPO主要条件
 - （三）企业境内创业板IPO主要条件
- 三、企业改制上市中的关键问题

第三节旅游企业IPO上市的相关准备

一、企业该不该上市

二、企业应何时上市

三、企业应何地上市

四、企业上市前准备

（一）企业上市前综合评估

（二）企业的内部规范重组

（三）选择并配合中介机构

（四）应如何选择中介机构

第四节旅游企业IPO上市的规划实施

一、上市费用规划和团队组建

二、尽职调查及问题解决方案

三、改制重组需关注重点问题

四、企业上市辅导及注意事项

五、上市申报材料制作及要求

六、网上路演推介及询价发行

第五节企业IPO上市审核工作流程

一、企业IPO上市基本审核流程

二、企业IPO上市具体审核环节

三、与发行审核流程相关的事项（ ）

详细请访问：<http://www.chinairr.org/report/R09/R0901/201912/09-327753.html>