

2023-2029年中国旅游市场 前景研究与投资前景报告

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

《2023-2029年中国旅游市场前景研究与投资前景报告》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/R0901/202304/28-527606.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

“旅”是旅行，外出，即为了实现某一目的而在空间上从甲地到乙地的行进过程；“游”是外出游览、观光、娱乐，即为达到这些目的所作的旅行。二者合起来即旅游。所以，旅行偏重于行，旅游不但有“行”，且有观光、娱乐含义。

产业研究报告网发布的《2023-2029年中国旅游市场前景研究与投资前景报告》共二十一章。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 旅游业相关概述

1.1 旅游产业相关概念及类型划分

1.1.1 旅游的定义

1.1.2 旅游业的定义

1.1.3 旅游类型的划分

1.1.4 旅游资源

1.2 旅游产业的特征

1.2.1 综合性

1.2.2 关联性

1.2.3 敏感性

1.2.4 季节性

1.3 旅游产业在国民经济中的地位

1.3.1 旅游业的经济意义

1.3.2 旅游业关联带动功能

1.3.3 旅游业成战略支柱产业

第二章 2017-2022年全球旅游业发展分析

2.1 2017-2022年全球旅游业发展概述

2.1.1 旅游业对经济的促进

2.1.2 旅游经济增长情况

2.1.3 全球旅游业竞争力

2.1.4 旅游便利程度提高

2.1.5 旅游人力资本分析

2.1.6 旅游业投资状况

2.2 全球主要区域旅游市场发展分析

2.2.1 全球旅游区域格局

2.2.2 美洲旅游市场

2.2.3 欧洲旅游市场

2.2.4 亚太旅游市场

2.2.5 中东旅游市场

2.2.6 非洲旅游市场

2.3 “一带一路”国家旅游业发展分析

2.3.1 “一带一路”国家经济社会发展状况**

2.3.2 “一带一路”国家旅游市场发展现状

2.3.3 “一带一路”国家旅游业发展评价

2.3.4 “一带一路”国家旅游业发展展望

2.3.5 中国与“一带一路”沿线国家旅游业合作状况

2.4 全球旅游业发展前景展望

2.4.1 全球旅游业发展趋势

2.4.2 全球旅游业发展预测

2.4.3 新兴经济体旅游业展望

第三章 2017-2022年中国旅游业发展环境PEST分析

3.1 宏观经济环境

3.1.1 宏观经济运行状况

3.1.2 服务业稳定运行

3.1.3 国内固定资产投资

3.1.4 宏观经济发展展望

3.2 政策环境分析

3.2.1 旅游业政策汇总

3.2.2 全域旅游发展指导意见

3.2.3 鼓励运用PPP模式改善旅游服务供给

3.2.4 旅游服务质量提升计划

3.2.5 旅游业相关领域改革状况

3.2.6 旅游业用地政策分析

3.2.7 项目投资管理政策动态

3.3 社会环境分析

3.3.1 人口规模与构成

3.3.2 居民收入水平

3.3.3 居民消费水平

3.3.4 社会消费规模

3.3.5 民众休闲环境

3.3.6 步入全民旅游时代

3.4 技术环境分析

3.4.1 科技对旅游业影响综述

3.4.2 人工智能技术

3.4.3 VR技术

3.4.4 区块链技术

3.4.5 人机交互技术

3.4.6 新能源革命

3.4.7 GIS技术

3.4.8 物联网技术

3.4.9 云计算技术

第四章 2017-2022年中国旅游业现状综合分析

4.1 中国旅游业发展综述

4.1.1 旅游业发展历程

4.1.2 旅游业国际地位分析

4.1.3 旅游业发展成就

4.1.4 旅游业发展经验

- 4.1.5 旅游业发展效益分析
- 4.1.6 旅游业发展体系分析
- 4.2 2017-2022年中国旅游业运行状况
 - 4.2.1 行业增加值
 - 4.2.2 游客接待量分析
 - 4.2.3 产业收入状况
 - 4.2.4 行业运行特点
 - 4.2.5 行业运行景气
 - 4.2.6 服务质量现状
 - 4.2.7 行业发展热点
- 4.3 2017-2022年入境旅游市场分析
 - 4.3.1 入境游客接待量
 - 4.3.2 入境客源市场构成
 - 4.3.3 入境旅游外汇收入
 - 4.3.4 入境旅游市场特点
 - 4.3.5 入境旅游发展思路
- 4.4 2017-2022年出境旅游市场分析
 - 4.4.1 出境游市场发展现状
 - 4.4.2 出境游发展规模分析
 - 4.4.3 出境游消费情况分析
 - 4.4.4 出境游目的地分析
 - 4.4.5 出境游客特点分析
 - 4.4.6 出境游市场驱动因素
- 4.5 2017-2022年节假日旅游市场分析
 - 4.5.1 元旦假日旅游市场
 - 4.5.2 春节黄金周旅游市场
 - 4.5.3 国庆黄金周旅游市场
 - 4.5.4 其他节假日旅游市场
 - 4.5.5 黄金周旅游市场问题及对策
- 4.6 旅游安全状况及形式展望
 - 4.6.1 旅游行业安全状况
 - 4.6.2 旅游安全事件形势

- 4.6.3 旅游安全管理回顾
- 4.6.4 旅游安全态势展望
- 4.7 中国旅游业面临的挑战
 - 4.7.1 景区基础设施方面
 - 4.7.2 管理机制方面
 - 4.7.3 市场竞争方面
 - 4.7.4 旅游人才方面
 - 4.7.5 市场消费主体方面
 - 4.7.6 形成问题的主要原因
- 4.8 中国旅游行业发展建议
 - 4.8.1 旅游业发展措施
 - 4.8.2 旅游业发展策略
 - 4.8.3 旅游业持续发展策略
 - 4.8.4 构建现代旅游资源产权制度

第五章 中国旅游业重要发展战略分析

- 5.1 “515战略”分析
 - 5.1.1 “515战略”相关解读
 - 5.1.2 “515战略”实施成效
- 5.2 “旅游+”战略
 - 5.2.1 “旅游+互联网”行动
 - 5.2.2 “旅游+农业”发展
 - 5.2.3 “旅游+工业”发展
 - 5.2.4 其他“旅游+”
- 5.3 全域旅游战略
 - 5.3.1 全域旅游概念界定
 - 5.3.2 全域旅游发展理念
 - 5.3.3 全域旅游发展历程
 - 5.3.4 全域旅游发展现状
 - 5.3.5 全域旅游示范名单
 - 5.3.6 全域旅游发展目标
- 5.4 “一带一路”旅游合作战略

5.4.1 国际旅游合作的兴起与发展

5.4.2 “一带一路”旅游合作机制框架

5.4.3 “一带一路”旅游合作的外部条件

5.4.4 “一带一路”旅游合作面临的挑战

5.4.5 “一带一路”旅游合作建议

第六章 2017-2022年中国生态旅游发展潜力分析

6.1 生态旅游的相关概述

6.1.1 生态旅游的定义

6.1.2 生态旅游的内涵和外延

6.1.3 生态旅游的原理

6.1.4 生态旅游的特点

6.1.5 生态旅游的历程

6.1.6 生态旅游与传统旅游的差异

6.2 2017-2022年中国生态旅游发展状况

6.2.1 生态旅游资源状况

6.2.2 生态旅游发展模式

6.2.3 生态旅游示范区分布

6.2.4 生态旅游拒绝人工化

6.2.5 特色生态旅游发展道路

6.2.6 生态旅游发展导向

6.3 生态旅游区建设驱动机制分析

6.3.1 生态旅游区建设驱动机制概述

6.3.2 生态旅游区建设的制约因素分析

6.3.3 生态旅游区建设驱动 - 制约机制

6.3.4 生态旅游区建设驱动机制优化策略

6.4 中国生态旅游发展存在的问题

6.4.1 资源缺乏重视

6.4.2 开发方式粗放

6.4.3 经营观念滞后

6.4.4 法制建设落后

6.4.5 民众缺乏意识

6.4.6 环境污染严重

6.5 中国生态旅游发展的对策

6.5.1 加强生态旅游立法

6.5.2 构建利益驱动机制

6.5.3 建立特殊运营模式

6.5.4 加强生态旅游管理

6.5.5 建立从业培训体系

6.5.6 加强生态旅游教育

6.5.7 建立辅助系统

6.6 中国生态旅游投资分析

6.6.1 生态旅游投资的特征

6.6.2 生态旅游投资风险识别

6.6.3 生态旅游投资应对措施

6.7 全国生态旅游发展规划

6.7.1 面临形势

6.7.2 规划目标

6.7.3 总体布局

6.7.4 重点任务

6.7.5 配套体系

6.7.6 保障措施

第七章 2017-2022年红色旅游发展潜力分析

7.1 红色旅游相关概述

7.1.1 概念界定

7.1.2 发展历程

7.1.3 市场定位

7.1.4 资源特点

7.1.5 社会价值

7.2 2017-2022年中国红色旅游发展状况

7.2.1 红色旅游发展成果

7.2.2 红色旅游市场规模

7.2.3 红色旅游消费状况

- 7.2.4 红色旅游经典景区
- 7.2.5 红色旅游影响力分析
- 7.2.6 红色旅游公路建设规划
- 7.2.7 红色旅游业前景展望
- 7.3 红色旅游的问题分析
 - 7.3.1 红色旅游中的主要问题
 - 7.3.2 红色旅游缺乏严肃
 - 7.3.3 红色旅游景区存在的问题
 - 7.3.4 中国红色旅游发展面临障碍
 - 7.3.5 投融资问题成红色旅游发展掣肘
- 7.4 发展红色旅游的策略与建议
 - 7.4.1 发展红色旅游的对策
 - 7.4.2 打造红色旅游品牌
 - 7.4.3 老区建设与红色旅游相互促进
 - 7.4.4 社区旅游模式推动红色旅游业
 - 7.4.5 红色旅游需可持续发展策略
- 7.5 “十三五”全国红色旅游发展规划纲要解读
 - 7.5.1 规划进程
 - 7.5.2 重要意义
 - 7.5.3 发展目标

第八章 2017-2022年乡村旅游发展潜力分析

- 8.1 乡村旅游相关概述
 - 8.1.1 乡村旅游的定义
 - 8.1.2 乡村旅游的内涵
 - 8.1.3 乡村旅游基本类型
 - 8.1.4 乡村旅游发展形式
- 8.2 2017-2022年乡村旅游产业运行现状
 - 8.2.1 产业发展阶段分析
 - 8.2.2 乡村旅游接待人数
 - 8.2.3 乡村旅游营业收入
 - 8.2.4 乡村旅游市场份额

- 8.2.5 乡村旅游市场特点
- 8.3 中国乡村旅游存在的主要问题
 - 8.3.1 乡村旅游发展瓶颈
 - 8.3.2 内容创新面临挑战
 - 8.3.3 土地资源利用问题
 - 8.3.4 其他发展问题分析
- 8.4 中国乡村旅游发展的对策建议
 - 8.4.1 加强政策支持
 - 8.4.2 金融支持对策
 - 8.4.3 突出主题特色
 - 8.4.4 坚持示范引领
 - 8.4.5 留住乡村原味
 - 8.4.6 重视产业融合
 - 8.4.7 优化设施配套
 - 8.4.8 注重保护传承
- 8.5 中国乡村旅游业投资形势分析
 - 8.5.1 乡村旅游投资机遇尽显
 - 8.5.2 国家鼓励社会资本入场
 - 8.5.3 政策鼓励乡村旅游PPP模式
 - 8.5.4 乡村旅游投资政策建议

第九章 2017-2022年健康旅游发展潜力分析

- 9.1 健康旅游相关概述
 - 9.1.1 健康旅游的含义
 - 9.1.2 健康旅游概念诠释
 - 9.1.3 健康旅游的类型
 - 9.1.4 主要健康旅游产品
 - 9.1.5 健康旅游主要项目
 - 9.1.6 健康旅游的意义
- 9.2 2017-2022年中国健康旅游业的发展
 - 9.2.1 国外健康旅游发展态势
 - 9.2.2 国内健康旅游政策背景

- 9.2.3 中国健康旅游产品供给
- 9.2.4 中国健康旅游市场需求
- 9.2.5 国内健康旅游发展建议
- 9.2.6 中国健康旅游市场前景
- 9.3 2017-2022年医疗旅游行业发展分析
 - 9.3.1 医疗旅游相关概述
 - 9.3.2 中国医疗旅游发展现状
 - 9.3.3 中国医疗旅游市场规模
 - 9.3.4 境外医疗旅游发展态势
 - 9.3.5 中国医疗旅游发展瓶颈
 - 9.3.6 中国医疗旅游发展策略
 - 9.3.7 中国医疗旅游发展趋势
 - 9.3.8 中国医疗旅游投资机遇
- 9.4 2017-2022年中国中医药健康旅游发展分析
 - 9.4.1 中医药健康旅游的意义
 - 9.4.2 中医药健康旅游促进政策
 - 9.4.3 中医药健康旅游发展现状
 - 9.4.4 中医药健康旅游发展规模
 - 9.4.5 中医药健康旅游示范基地
 - 9.4.6 中医药健康旅游发展问题
 - 9.4.7 中医药健康旅游发展对策
 - 9.4.8 中医药健康旅游发展目标
 - 9.4.9 中医药健康旅游重点任务
- 9.5 国内适宜开发的健康旅游产品
 - 9.5.1 文化健康旅游
 - 9.5.2 医疗健康旅游
 - 9.5.3 游乐健康养生
 - 9.5.4 美食健康旅游
 - 9.5.5 生理美容养生
 - 9.5.6 运动健康旅游
 - 9.5.7 生态健康旅游
- 9.6 健康旅游开发的模式分析

- 9.6.1 健康管理模式
- 9.6.2 医疗旅游模式
- 9.6.3 健身俱乐部模式
- 9.6.4 养生休闲目的地
- 9.6.5 养生休闲旅游区

第十章 2017-2022年旅游小镇发展分析

- 10.1 旅游小镇相关概述
 - 10.1.1 旅游小镇主要类型
 - 10.1.2 旅游小镇培育条件
 - 10.1.3 旅游小镇发展格局
 - 10.1.4 旅游小镇发展趋势
- 10.2 特色旅游小镇创新发展分析
 - 10.2.1 特色小镇政策背景
 - 10.2.2 旅游+异域风情
 - 10.2.3 旅游+健康发展
 - 10.2.4 旅游+工业历史
 - 10.2.5 旅游+智能制造
 - 10.2.6 旅游+地方文化
 - 10.2.7 旅游+金融产业
- 10.3 中国体育旅游特色小镇发展分析
 - 10.3.1 体育旅游特色小镇的特征
 - 10.3.2 体育旅游特色小镇主要类型
 - 10.3.3 体育旅游特色小镇发展意义
 - 10.3.4 体育旅游特色小镇发展状况
 - 10.3.5 典型体育旅游特色小镇案例
 - 10.3.6 体育旅游特色小镇发展问题
 - 10.3.7 体育旅游特色小镇发展建议
- 10.4 2017-2022年部分区域旅游小城镇发展状况
 - 10.4.1 陕西省
 - 10.4.2 江西省
 - 10.4.3 湖南省

- 10.4.4 江门市
- 10.4.5 广东清远
- 10.4.6 齐齐哈尔市
- 10.4.7 内蒙古赤峰市
- 10.5 国内经典旅游小镇发展案例分析
- 10.5.1 鲁朗国际旅游小镇概述
- 10.5.2 小镇各方利益主体分析
- 10.5.3 利益主体间的矛盾与分化
- 10.5.4 重点方案选择中博弈与协调
- 10.5.5 旅游小镇建设运行建议
- 10.6 中国旅游小城镇发展建议与前景展望
- 10.6.1 旅游小城镇发展建议
- 10.6.2 旅游小城镇规划建设
- 10.6.3 特色旅游小镇发展建议
- 10.6.4 “十三五”发展机遇

第十一章 2017-2022年主题公园发展分析

- 11.1 2017-2022年世界主题公园发展综述
- 11.1.1 市场运营状况
- 11.1.2 企业模式分析
- 11.1.3 运行发展动态
- 11.1.4 投资建设近况
- 11.1.5 运营趋势剖析
- 11.1.6 成功经验分析
- 11.2 中国主题公园的发展综述
- 11.2.1 发展历程回顾
- 11.2.2 建设规范政策
- 11.2.3 数量规模状况
- 11.2.4 建设运营特点
- 11.2.5 发展特征分析
- 11.2.6 基本态势判断
- 11.3 2017-2022年中国主题公园市场运行分析

- 11.3.1 市场发展现状
- 11.3.2 行业运营分析
- 11.3.3 区域布局状况
- 11.3.4 市场竞争格局
- 11.3.5 市场发展业态
- 11.3.6 开发模式分析
- 11.3.7 市场热点事件
- 11.4 中国主题公园盈利能力分析
 - 11.4.1 盈利能力现状
 - 11.4.2 现行盈利模式
 - 11.4.3 盈利不佳原因
 - 11.4.4 国外盈利启示
 - 11.4.5 盈利模式提升路径
- 11.5 中国主题公园产业的SWOT分析
 - 11.5.1 发展优势分析
 - 11.5.2 发展劣势分析
 - 11.5.3 发展机遇分析
 - 11.5.4 发展挑战分析
- 11.6 中国主题公园创新发展的路径
 - 11.6.1 主题公园产品创新
 - 11.6.2 项目创新
 - 11.6.3 主题活动创新
 - 11.6.4 表演和服务创新
 - 11.6.5 市场营销和管理装修

第十二章 2017-2022年其他热点旅游市场分析

- 12.1 智慧旅游
 - 12.1.1 智慧旅游发展动因
 - 12.1.2 智慧旅游发展特征
 - 12.1.3 智慧旅游发展综况
 - 12.1.4 智慧旅游建设重点
 - 12.1.5 智慧旅游建设推进策略

- 12.1.6 智慧旅游商业模式借鉴
- 12.1.7 智慧旅游建设发展趋势
- 12.2 体育旅游
 - 12.2.1 体育旅游发展意义
 - 12.2.2 体育旅游现状综述
 - 12.2.3 体育旅游市场规模
 - 12.2.4 体育旅游发展目标
 - 12.2.5 体育旅游重点任务
 - 12.2.6 体育旅游保障措施
- 12.3 工业旅游
 - 12.3.1 发展工业旅游的意义
 - 12.3.2 工业旅游的特点与开发模式
 - 12.3.3 部分区域工业旅游发展现状
 - 12.3.4 中国发展工业旅游的思考
 - 12.3.5 进一步推进工业旅游发展的建议
- 12.4 自驾车旅游
 - 12.4.1 自驾车旅游概述
 - 12.4.2 自驾车旅游发展的环境与条件
 - 12.4.3 自驾车旅游发展的现状与趋势
 - 12.4.4 自驾车旅游市场特点概述
 - 12.4.5 自驾车旅游存在的问题及建议
- 12.5 滨海旅游
 - 12.5.1 滨海旅游市场规模状况
 - 12.5.2 滨海旅游市场发展特点
 - 12.5.3 我国滨海旅游业发展问题
 - 12.5.4 我国滨海旅游发展对策
 - 12.5.5 滨海旅游未来发展前景
- 12.6 影视旅游
 - 12.6.1 影视旅游的内涵
 - 12.6.2 影视旅游的特征
 - 12.6.3 影视旅游价值分析
 - 12.6.4 影视旅游的营销模式

12.6.5 旅游+影视需求分析

12.6.6 国内热门影视旅游地

12.6.7 影视旅游发展问题

12.6.8 影视旅游发展对策

12.7 温泉旅游

12.7.1 温泉旅游相关概述

12.7.2 温泉旅游消费现状

12.7.3 温泉旅游发展模式

12.7.4 温泉旅游发展问题

12.7.5 温泉旅游发展思考

12.7.6 温泉旅游发展机遇

12.7.7 温泉度假区开发方向

12.8 定制旅游

12.8.1 定制旅游内涵介绍

12.8.2 定制旅游类型形式

12.8.3 定制旅游发展历程

12.8.4 定制旅游发展现状

12.8.5 定制旅游发展模式

12.8.6 定制旅游发展问题

12.8.7 定制旅游发展路径

12.8.8 定制旅游发展展望

12.9 研学旅游

12.9.1 研学旅游相关概述

12.9.2 研学旅游相关政策

12.9.3 研学旅游发展现状

12.9.4 研学旅游发展特征

12.9.5 中日研学旅游对比

12.9.6 研学旅游发展问题

12.9.7 研学旅游发展建议

12.10 旅游演艺

12.10.1 旅游演艺相关概述

12.10.2 旅游演艺利好政策

- 12.10.3 旅游演艺市场规模
- 12.10.4 细分领域发展状况
- 12.10.5 旅游演艺发展特点
- 12.10.6 旅游演艺区域分布
- 12.10.7 旅游演艺发展问题
- 12.10.8 旅游演艺发展建议
- 12.10.9 旅游演艺发展展望
- 12.11 冰雪旅游
- 12.11.1 冰雪旅游发展现状
- 12.11.2 冰雪旅游消费分析
- 12.11.3 冰雪旅游投资前景
- 12.11.4 冰雪旅游发展建议
- 12.12 邮轮旅游
- 12.12.1 邮轮旅游政策利好
- 12.12.2 邮轮旅游市场规模
- 12.12.3 邮轮旅游市场展望
- 12.12.4 邮轮旅游市场预测
- 12.12.5 邮轮旅游发展对策
- 12.12.6 逐步深化产品创新

第十三章 2017-2022年旅游市场消费分析

- 13.1 旅游消费市场发展分析
- 13.1.1 2020年旅游消费市场分析
- 13.1.2 2020年旅游消费市场现状
- 13.1.3 2020年旅游消费市场特点
- 13.2 国内各类人群旅游市场发展分析
- 13.2.1 女性旅游市场
- 13.2.2 老年人旅游市场
- 13.2.3 大学生旅游市场
- 13.2.4 商务旅游市场
- 13.3 旅游消费主体分析
- 13.3.1 观光型旅游者

- 13.3.2 娱乐消遣型旅游者
- 13.3.3 度假保健型旅游者
- 13.3.4 文化教育型旅游者
- 13.3.5 宗教型旅游者
- 13.3.6 寻根、探亲、访友型旅游者
- 13.3.7 购物型旅游者
- 13.3.8 商务/公务型旅游者
- 13.3.9 生态/探险型旅游者
- 13.4 体验经济时代的旅游消费者行为特点
 - 13.4.1 旅游消费需求向高端转移
 - 13.4.2 情感需求的比重增加
 - 13.4.3 个性化产品服务受欢迎
 - 13.4.4 从产品本身转移到消费体验
 - 13.4.5 对文化旅游产品的需求上升
 - 13.4.6 绿色旅游需求的呼声越来越高
- 13.5 游客的旅游地选择与购买决策模型分析
 - 13.5.1 旅游地选择与决策过程
 - 13.5.2 影响游客的选择的主要因素
 - 13.5.3 典型案例分析
- 13.6 旅游需求的定量分析方法
 - 13.6.1 高峰期需求测定
 - 13.6.2 空间面积来度量拥挤程度
 - 13.6.3 限度评估法
 - 13.6.4 摄像与问卷结合法

第十四章 2017-2022年中国主要城市旅游业发展分析

- 14.1 北京市
 - 14.1.1 行业发展环境
 - 14.1.2 行业发展成就
 - 14.1.3 行业运行现状
 - 14.1.4 “十三五”发展规划
- 14.2 上海市

- 14.2.1 行业发展成就
- 14.2.2 行业运行现状
- 14.2.3 行业重点布局
- 14.2.4 “十三五”发展规划
- 14.3 深圳市
- 14.3.1 行业发展环境
- 14.3.2 行业发展成就
- 14.3.3 行业运行状况
- 14.3.4 “十三五”发展规划
- 14.4 广州市
- 14.4.1 总体运行状况
- 14.4.2 行业改革成效
- 14.4.3 行业发展目标
- 14.4.4 行业主要任务
- 14.5 其他城市
- 14.5.1 天津市
- 14.5.2 宁波市
- 14.5.3 杭州市

第十五章 中国旅游资源及运作模式

- 15.1 中国主要地区的旅游资源
- 15.1.1 西南市场
- 15.1.2 华东市场
- 15.1.3 东北市场
- 15.1.4 华南市场
- 15.1.5 华北市场
- 15.1.6 西北市场
- 15.2 国内景区旅游资源发展分析
- 15.2.1 景区旅游资源分布情况
- 15.2.2 典型历史文化类景区介绍
- 15.2.3 典型海滨旅游类景区介绍
- 15.2.4 典型自然风景类景区介绍

- 15.2.5 智慧旅游景区发展趋势
- 15.3 旅游业的商业模式分析
 - 15.3.1 旅游供给模式
 - 15.3.2 旅游商业形态
 - 15.3.3 旅游产业组织
- 15.4 网络旅游市场的商业模式
 - 15.4.1 在线旅游市场主流商业模式
 - 15.4.2 旅游商品O2O模式
 - 15.4.3 在线旅游需要商业模式创新
- 15.5 解析主题公园市场化的商业运作模式
 - 15.5.1 国内外主题公园SWOT分析
 - 15.5.2 中国主题公园的盈利模式
 - 15.5.3 主题公园市场化运作商业设计
- 15.6 商务旅游及其商业模式探究
 - 15.6.1 商务旅游概述
 - 15.6.2 商务旅游市场需求
 - 15.6.3 商务旅游的供给
 - 15.6.4 商旅市场商业模式分析

第十六章 2017-2022年中国旅游业竞争分析

- 16.1 中国旅游业的国际竞争力分析
 - 16.1.1 中国旅游业国际竞争力概述
 - 16.1.2 中国旅游业的国际竞争优势
 - 16.1.3 中国旅游业的国际竞争劣势
- 16.2 2017-2022年中国旅游业市场竞争格局
 - 16.2.1 中国旅游业竞争力排名状况
 - 16.2.2 中国旅游业竞争力有待提高
 - 16.2.3 中国旅游市场价格竞争过度
 - 16.2.4 旅游市场进入个性化竞争时代
 - 16.2.5 旅行社步入品牌竞争时代
- 16.3 中国旅游业品牌发展与竞争状况分析
 - 16.3.1 品牌发展现状

16.3.2 品牌发展问题

16.3.3 品牌竞争对策

16.3.4 品牌发展趋势

16.4 旅游业的人才竞争探讨

16.4.1 旅游业人才竞争的层次

16.4.2 旅游业人才竞争的特点

16.4.3 旅游业人才竞争策略

16.5 中国旅游业的竞争战略

16.5.1 内资旅行社市场竞争战略

16.5.2 旅游文化是参与国际竞争的关键

16.5.3 价格在内地旅游最具竞争力

16.5.4 增强旅游业和企业的竞争力

第十七章 2017-2022年中国旅游相关行业发展分析

17.1 2017-2022年景区发展分析

17.1.1 景区发展特征

17.1.2 景区数量规模

17.1.3 景区分布状况

17.1.4 景区月度榜单

17.1.5 景区销售渠道

17.1.6 景区消费行为

17.1.7 景区旅游趋势

17.2 2017-2022年酒店业发展分析

17.2.1 酒店业与旅游业的关系

17.2.2 酒店行业现状特征

17.2.3 星级酒店规模结构

17.2.4 星级酒店经营状况

17.2.5 经济酒店模式分析

17.2.6 酒店经营发展建议

17.3 2017-2022年餐饮业发展分析

17.3.1 行业发展规模

17.3.2 行业发展特点

- 17.3.3 行业发展热点
- 17.3.4 节假日发展现状
- 17.3.5 行业发展机遇
- 17.3.6 企业发展状况
- 17.3.7 发展前景展望
- 17.4 2017-2022年会展产业发展分析
 - 17.4.1 会展业与酒店业互动发展
 - 17.4.2 会展行业发展特点
 - 17.4.3 全国总体办展情况
 - 17.4.4 会展行业区域分析
 - 17.4.5 国内展馆建设现状
 - 17.4.6 会展行业问题挑战
 - 17.4.7 会展行业发展建议
 - 17.4.8 会展产业前景展望
- 17.5 2017-2022年旅游交通业的发展
 - 17.5.1 交通与旅游的关系
 - 17.5.2 铁路旅游交通分析
 - 17.5.3 公路旅游交通分析
 - 17.5.4 水路旅游交通分析
 - 17.5.5 航空旅游交通分析
 - 17.5.6 区域内旅游交通分析
 - 17.5.7 “十三五”行业展望

第十八章 中国旅游业重点企业经营状况分析

- 18.1 桂林旅游股份有限公司
 - 18.1.1 企业发展概况
 - 18.1.2 经营效益分析
 - 18.1.3 业务经营分析
 - 18.1.4 财务状况分析
 - 18.1.5 核心竞争力分析
 - 18.1.6 公司发展战略
- 18.2 黄山旅游发展股份有限公司

- 18.2.1 企业发展概况
- 18.2.2 经营效益分析
- 18.2.3 业务经营分析
- 18.2.4 财务状况分析
- 18.2.5 核心竞争力分析
- 18.2.6 公司发展战略
- 18.3 宋城演艺发展股份有限公司
- 18.3.1 企业发展概况
- 18.3.2 经营效益分析
- 18.3.3 业务经营分析
- 18.3.4 财务状况分析
- 18.3.5 核心竞争力分析
- 18.3.6 公司发展战略
- 18.4 丽江玉龙旅游股份有限公司
- 18.4.1 企业发展概况
- 18.4.2 经营效益分析
- 18.4.3 业务经营分析
- 18.4.4 财务状况分析
- 18.4.5 核心竞争力分析
- 18.4.6 公司发展战略
- 18.5 西安旅游股份有限公司
- 18.5.1 企业发展概况
- 18.5.2 经营效益分析
- 18.5.3 业务经营分析
- 18.5.4 财务状况分析
- 18.5.5 核心竞争力分析
- 18.5.6 未来前景展望
- 18.6 安徽九华山旅游发展股份有限公司
- 18.6.1 企业发展概况
- 18.6.2 经营效益分析
- 18.6.3 业务经营分析
- 18.6.4 财务状况分析

18.6.5 核心竞争力分析

18.6.6 公司发展战略

第十九章 中国旅游业投资潜力分析

19.1 中国旅游业投资现状综合分析

19.1.1 旅游行业投资背景

19.1.2 旅游行业投资特点

19.1.3 旅游行业投资规模

19.1.4 旅游行业投资结构

19.2 中国旅游业PPP项目投资状况分析

19.2.1 旅游PPP发展状况

19.2.2 旅游PPP项目特性分析

19.2.3 旅游PPP面临的问题

19.2.4 旅游PPP运作经验

19.2.5 旅游PPP发展建议

19.3 中国旅游业投资机遇

19.3.1 国际化机遇

19.3.2 市场需求机遇

19.3.3 金融支持机遇

19.3.4 交通支撑机遇

19.3.5 转型升级机遇

19.4 中国旅游业投资壁垒分析

19.4.1 技术壁垒

19.4.2 品牌与网络壁垒

19.4.3 行为性壁垒

19.4.4 退出壁垒

19.5 中国旅游业投资误区及建议

19.5.1 旅游业投资存在的误区

19.5.2 旅游业投资存在的问题

19.5.3 旅游业投资的建议

19.5.4 旅游业投资的思考

19.6 中国旅游业投资风险及防范措施

- 19.6.1 宏观经济环境风险
- 19.6.2 项目投资开发风险
- 19.6.3 自然等外部因素风险
- 19.6.4 投资风险的防范措施
- 19.7 基于可持续发展的旅游投资决策
- 19.7.1 旅游投资的战略决策
- 19.7.2 旅游投资的项目决策
- 19.7.3 基于可持续发展的旅游投资效益
- 19.8 中国旅游业投资趋势分析
- 19.8.1 旅游投资环境向好
- 19.8.2 旅游投资前景广阔
- 19.8.3 旅游投资重点领域

第二十章 旅游业相关上市公司投资统计分析

- 20.1 A股及新三板上市公司在旅游行业投资动态分析
- 20.1.1 投资项目综述
- 20.1.2 投资区域分布
- 20.1.3 投资模式分析
- 20.1.4 典型投资案例
- 20.2 旅游行业上市公司投资动态分析
- 20.2.1 投资规模统计
- 20.2.2 投资区域分布
- 20.2.3 投资模式分析
- 20.2.4 典型投资案例

第二十一章 旅游业的发展前景与趋势预测分析

- 21.1 中国旅游业发展前景展望
- 21.1.1 旅游经济前景分析
- 21.1.2 旅游业发展展望
- 21.1.3 旅游市场需求趋势
- 21.1.4 旅游业国际市场前景（ ）
- 21.1.5 旅游业发展趋势

21.1.6 	旅游业改革方向
21.2 	“十三五”中国旅游业发展规划
21.2.1 	行业发展目标
21.2.2 	创新发展模式
21.2.3 	提升行业质量
21.2.4 	构建开放格局
21.3 	未来中国旅游发展战略
21.3.1 	从粗放型到比较集约型
21.3.2 	从比较集约型到较高集约型
21.3.3 	从较高集约型到高度集约型
21.4 	2023-2029年中国旅游业预测分析
21.4.1 	2023-2029年中国旅游业影响因素分析
21.4.2 	2023-2029年中国旅游总收入预测
21.4.3 	2023-2029年中国国内旅游收入预测
21.4.4 	2023-2029年中国国内旅游人数预测

附录

附录一：	《中华人民共和国旅游法》
附录二：	《旅游行政许可办法》
附录三：	国家旅游人才培训基地管理办法（试行）
附录四：	旅游市场黑名单管理办法（试行）
附录五：	关于实施旅游服务质量提升计划的指导意见
附录六：	关于促进乡村旅游可持续发展的指导意见

图表目录

图表1 	2017-2022年全球旅游总人次及其增速
图表2 	2017-2022年全球国际旅游人次增长趋势
图表3 	2017-2022年全球国内旅游人次增长趋势
图表4 	2017-2022年全球旅游总收入及其增速
图表5 	2017-2022年全球国际旅游收入增长趋势
图表6 	2017-2022年全球国内旅游收入增长趋势
图表7 	2017-2022年全球旅游总收入与GDP增速

图表8 2017-2022全球范围内签证便利化的受益人群比例

图表9 旅游行业创造的直接就业岗位及在总就业人数中占比趋势

图表10 新技术替代旅游低端服务岗位的潜在绩效

更多图表见正文……

详细请访问：<http://www.chinairr.org/report/R09/R0901/202304/28-527606.html>