

2021-2027年中国杭州旅游 产业发展现状与投资战略咨询报告

报告目录及图表目录

北京迪索共研咨询有限公司

www.cction.com

一、报告报价

《2021-2027年中国杭州旅游产业发展现状与投资战略咨询报告》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.cction.com/report/202101/200974.html>

报告价格：纸介版8000元 电子版8000元 纸介+电子8500元

北京迪索共研咨询有限公司

订购电话: 400-700-9228(免长话费) 010-69365838

海外报告销售: 010-69365838

Email: kefu@gonyn.com

联系人：李经理

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

中企顾问网发布的《2021-2027年中国杭州旅游产业发展现状与投资战略咨询报告》共七章。首先介绍了杭州旅游行业市场发展环境、杭州旅游整体运行态势等，接着分析了杭州旅游行业市场运行的现状，然后介绍了杭州旅游市场竞争格局。随后，报告对杭州旅游做了重点企业经营状况分析，最后分析了杭州旅游行业发展趋势与投资预测。您若想对杭州旅游产业有个系统的了解或者想投资杭州旅游行业，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旅游类型划分

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世界旅游业已成为全球经济的重要组成部分

1.3.2旅游业已成为中国经济发展的先导部门

1.3.3旅游业成为中国的支柱产业

第二章2016-2019年中国旅游业的发展分析

2.12016-2019年中国旅游业发展综述

2.1.1中国旅游业正迈入全民消费新时代

- 2.1.2旅游业与环境的发展关系
- 2.1.3旅游环境承载力研究分析
- 2.1.4中国旅游业转型与产业政策选择分析
- 2.22016-2019年中国旅游业发展分析
 - 2.2.12016年中国旅游业发展回顾
 - 2.2.22017年中国旅游业发展状况
 - 2.2.32017年中国旅游业热点分析
 - 2.2.42019年中国旅游业发展现状
 - 2.2.52019年中国旅游业形势分析
- 2.3旅游资源开发中的经济学分析
 - 2.3.1旅游资源开发作为产品的经济学特征
 - 2.3.2旅游资源开发的效率机制
 - 2.3.3旅游资源开发中政府的合理定位
- 2.4中国旅游业面临的挑战
 - 2.4.1中国旅游业需要重视的问题
 - 2.4.2中国旅游业发展面临的挑战
 - 2.4.3中国旅游业中存在的不足
 - 2.4.4中国旅游资源的产权问题分析
- 2.5中国旅游业发展策略
 - 2.5.1中国当前旅游业发展的措施
 - 2.5.2中国旅游业发展中的策略
 - 2.5.3应构建中国现代旅游资源产权制度
 - 2.5.4中国旅游业持续发展需注意的问题

第三章2016-2019年杭州旅游业的发展

- 3.1杭州旅游资源及旅游品牌概述
 - 3.1.1杭州旅游资源
 - 3.1.2杭州城市品牌与旅游品牌
 - 3.1.3杭州观光休闲旅游
 - 3.1.4杭州会展旅游
- 3.2杭州旅游业发展综述
 - 3.2.1杭州旅游业发展进程

- 3.2.2杭州旅游业已实现六大跨越
- 3.2.3杭州旅游业发展的重要意义
- 3.2.4杭州大力推动旅游业的发展
- 3.32016-2019年杭州旅游业运行分析
 - 3.3.12016年杭州旅游业发展回顾
 - 3.3.22017年杭州旅游业发展状况
 - 3.3.32017年杭州旅游业发展分析
 - 3.3.42019年杭州旅游业发展动态
- 3.42016-2019年杭州假日旅游市场发展分析
 - 3.6.12016年春节黄金周杭州旅游业基本状况
 - 3.6.22016年国庆黄金周杭州旅游业基本状况
 - 3.6.32017年春节黄金周杭州旅游业基本状况
 - 3.6.42017年国庆黄金周杭州旅游业基本状况
 - 3.6.52019年春节黄金周杭州旅游业基本状况
- 3.5杭州旅游产业电子商务的发展
 - 3.5.1杭州旅游企业网络平台经营状况分析
 - 3.5.2杭州旅游企业可利用电子商务营销资源分析
 - 3.5.3杭州旅游企业电子商务营销的策略
 - 3.5.4杭州旅游企业电子商务提升与发展的策略

第四章2016-2019年杭州特色旅游市场发展分析

- 4.12016-2019年农村旅游分析
 - 4.1.1杭州农村旅游产业现状
 - 4.1.2杭州农村旅游发展中存在的主要问题
 - 4.1.3杭州农村旅游业的发展策略
 - 4.1.4杭州农村旅游产业发展前景分析
- 4.22016-2019年体育休闲旅游分析
 - 4.2.1杭州发展体育休闲旅游有重要意义
 - 4.2.2杭州体育休闲旅游需求行为分析
 - 4.2.3制约杭州体育休闲旅游需求的因素分析
 - 4.2.4杭州体育休闲旅游需求与项目选择意向分析
 - 4.2.5杭州体育休闲旅游发展的策略

4.3 2016-2019年茶业旅游分析

4.3.1 茶叶与旅游相结合打造杭州城市品牌

4.3.2 杭州茶业概况

4.3.3 杭州茶业旅游的现状

4.3.4 杭州茶业旅游开发的前景

第五章 杭州旅游业发展的经验及问题与策略

5.1 杭州旅游业跨越式发展的成功经验

5.1.1 创新是不竭动力

5.1.2 人本是核心理念

5.1.3 环境是独特优势

5.1.4 品质是目标指向

5.1.5 竞合是关键所在

5.1.6 和谐是深厚底蕴

5.2 杭州旅游业的问题及发展策略

5.2.1 杭州旅游业存在的主要问题

5.2.2 杭州旅游业接轨上海的问题与对策分析

5.2.3 杭州旅游业的发展对策

5.2.4 以产业融合拓展杭州旅游业

5.3 杭州实施“旅游西进”战略的进程及思路

5.3.1 “旅游西进”战略概述

5.3.2 “旅游西进”战略的重要意义

5.3.3 “旅游西进”战略的进程

5.3.4 “旅游西进”战略的发展思路

5.4 杭州创建“中国最佳旅游城市”的必要性及策略分析

5.4.1 杭州创建“中国最佳旅游城市”的必要性

5.4.2 杭州创建“中国最佳旅游城市”的有利条件

5.4.3 杭州创建“中国最佳旅游城市”的具体策略

第六章 2016-2019年相关产业的发展分析

6.1 杭州酒店业分析

6.1.1 2016年杭州酒店业状况

- 6.1.22017年杭州酒店业状况
- 6.1.3杭州酒店业积极转型升级
- 6.1.4杭州星级酒店业的发展状况
- 6.2杭州餐饮业分析
 - 6.2.12016年杭州餐饮业回顾
 - 6.2.22017年杭州餐饮业状况
 - 6.2.32019年杭州餐饮业概况
- 6.3杭州会展业分析
 - 6.3.1杭州会展业的发展现状
 - 6.3.2杭州会展业发展的特色模式
 - 6.3.3杭州会展业发展的战略及措施
 - 6.3.4杭州会展业的规划蓝图

第七章杭州旅游业的发展前景及趋势（ ）

- 7.1中国旅游业的发展前景及趋势
 - 7.1.1中国旅游业发展前景广阔
 - 7.1.2中国旅游业两大潜力市场亟待挖掘
 - 7.1.3中国旅游业发展的趋势分析
 - 7.1.4中国旅游服务的文化趋势
- 7.2杭州旅游业的前景及趋势
 - 7.2.1杭州市旅游业前景的分析
 - 7.2.2杭州旅游业确立未来发展蓝图
 - 7.2.3杭州旅游业的发展趋势分析
 - 7.2.4文化休闲旅游是杭州旅游业未来发展方向
- 7.32021-2027年杭州旅游业预测分析
 - 7.3.12021-2027年杭州旅游业总收入预测
 - 7.3.22021-2027年杭州国内旅游人数预测
 - 7.3.32021-2027年杭州入境旅游人数预测（ ）

附录

附录一:杭州市旅游条例

部分图表目录：

图表2019年入境旅游人数情况

图表2019年入境旅游(外汇)收入情况

图表2019年入境旅游者构成

图表2019年主要客源市场情况

图表2019年入境旅游外国人人数(按目的分)

图表2019年来华旅游入境人数(按年龄分)

图表2019年来华旅游入境人数(按性别分)

图表2019年中国旅游相关搜索指数

图表2019年度入境旅游者构成

图表2019年度旅游外汇收入构成

图表2019年度外国旅游者区域构成

图表2019年度外国旅游者目的构成

图表2019年度外国旅游者年龄构成

图表2019年度外国旅游者性别构成

图表2021-2027年杭州旅游总收入预测

图表2021-2027年杭州国内旅游人数预测

图表2021-2027年杭州入境旅游人数预测

更多图表见正文……

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202101/200974.html>