

2020-2026年中国旅游行业 发展趋势与发展趋势研究报告

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

《2020-2026年中国旅游行业发展趋势与发展趋势研究报告》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.cction.com/report/202009/188589.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

2017年全国旅游业对GDP的综合贡献为9.13万亿元，占GDP总量的11.04%。旅游直接就业2825万人，旅游直接和间接就业7990万人，占全国就业总人口的10.28%。旅游业占GDP比重自2014年起一直保持着上升的趋势，比重从2014年的10.39%上升至2017年的11.04%。预计2019年旅游收入比重将继续上涨，为11.15%。2014-2018年中国旅游业综合贡献占GDP总量比重走势资料来源：公开资料整理

中企顾问网发布的《2020-2026年中国旅游行业发展趋势与发展趋势研究报告》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2014-2019年全球旅游业发展分析

2.12014-2019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

2.22014-2019年全球主要区域旅游市场发展分析

2.2.1美国旅游市场

2.2.2欧洲旅游市场1995-2017年欧洲地区游客数量情况数据来源：公开资料整理

2.2.3亚太旅游市场1995-2017年亚太地区游客数量情况数据来源：公开资料整理

2.2.4中东旅游市场

2.2.5非洲旅游市场

2.3全球旅游业发展前景展望

2.3.1全球旅游业发展趋势

2.3.2全球旅游业发展预测

2.3.3新兴经济体旅游业展望

第三章2014-2019年中国旅游业发展环境分析

3.1宏观经济环境

3.1.1宏观经济运行状况

3.1.2产业结构优化升级

3.1.3服务业蓬勃发展

3.1.4宏观经济发展走势

3.2政策环境分析

3.2.1行业改革发展意见

3.2.2行业投资消费意见

3.2.3加强旅游市场监管

3.2.4大力发展体育旅游

3.2.5旅游休闲重大工程

3.2.6交通与旅游融合发展

- 3.2.7加快旅游公共服务建设
- 3.2.8鼓励运用PPP模式改善旅游服务供给
- 3.3社会环境分析
 - 3.3.1人口规模与构成
 - 3.3.2民众休闲需求
 - 3.3.3多国签证利好
 - 3.3.4旅游交通改善
 - 3.3.5步入全民旅游时代
- 3.4消费环境分析
 - 3.4.1居民收入水平
 - 3.4.2社会消费规模
 - 3.4.3居民消费水平

第四章2015-2019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旅游业与环境的关系
 - 4.1.4旅游业发展特征分析
 - 4.1.5旅游业发展效益分析
 - 4.1.6旅游业发展体系分析
- 4.22014-2019年中国旅游业运行状况
 - 4.2.1行业发展成就
 - 4.2.2游客接待量分析
 - 4.2.3产业收入状况
 - 4.2.4行业发展热点
- 4.32014-2019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 2014-2019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 假期出境游市场现状

4.4.5 出境游市场发展趋势

4.5 2015-2019年节假日旅游市场分析

4.5.1 假日旅游市场总析

4.5.2 元旦假日旅游市场

4.5.3 春节黄金周旅游市场

4.5.4 国庆黄金周旅游市场

4.5.5 其他节假日旅游市场

4.5.6 黄金周旅游市场问题及对策

4.6 中国旅游业面临的挑战

4.6.1 旅游业需要重视的问题

4.6.2 旅游业发展面临的挑战

4.6.3 旅游业中存在的不足

4.6.4 旅游资源的产权问题

4.7 中国旅游行业发展建议

4.7.1 旅游业发展措施

4.7.2 旅游业发展策略

4.7.3 旅游业持续发展策略

4.7.4 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2014-2019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生态旅游含义与产生背景
 - 6.1.2生态旅游内涵与经济意义
 - 6.1.3开展生态旅游的社会意义
 - 6.1.4生态旅游的特点分析
 - 6.1.5生态旅游发展推动因素
 - 6.1.6生态旅游与传统旅游的差异
- 6.22014-2019年中国生态旅游发展情况
 - 6.2.1国内新型生态旅游观
 - 6.2.2生态旅游的研究与实践
 - 6.2.3国内生态旅游示范区
 - 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
- 6.3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 生态旅游面临的问题

6.4.1 生态旅游面临的困境

6.4.2 中国生态旅游实践中的问题

6.4.3 生态旅游存在的误区分析

6.4.4 生态旅游被泛化或曲解

6.4.5 生态旅游存在的相关法律问题

6.5 生态旅游发展建议

6.5.1 中国发展生态旅游的建议

6.5.2 加强生态旅游区环境管理的途径

6.5.3 生态旅游的可持续发展的对策

6.5.4 完善我国生态旅游法律规制的对策

6.6 全国生态旅游发展规划

6.6.1 面临形势

6.6.2 规划目标

6.6.3 总体布局

6.6.4 重点任务

6.6.5 配套体系

6.6.6 保障措施

第七章 2014-2019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 2014-2019年中国红色旅游发展状况

7.2.1 红色旅游发展现状

7.2.2 红色旅游经典景区

7.2.3 红色旅游国际化发展

7.2.4 红色旅游公路建设规划

- 7.2.5红色旅游业前景展望
- 7.3红色旅游产业化发展分析
 - 7.3.1红色旅游产业化的内涵
 - 7.3.2红色旅游产业化表现形式
 - 7.3.3旅行社在红色旅游中的作用
 - 7.3.4红色旅游产业化发展思路
- 7.4红色旅游的问题分析
 - 7.4.1红色旅游中的主要问题
 - 7.4.2红色旅游缺乏严肃
 - 7.4.3红色旅游景区存在的问题
 - 7.4.4中国红色旅游发展面临障碍
 - 7.4.5投融资问题成红色旅游发展掣肘
- 7.5发展红色旅游的策略与建议
 - 7.5.1发展红色旅游的对策
 - 7.5.2打造红色旅游品牌
 - 7.5.3老区建设与红色旅游相互促进
 - 7.5.4社区旅游模式推动红色旅游业
 - 7.5.5红色旅游需可持续发展策略
- 7.6“十三五”全国红色旅游发展规划纲要解读
 - 7.6.1规划进程
 - 7.6.2重要意义
 - 7.6.3发展目标

第八章2014-2019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
- 8.22014-2019年乡村旅游产业运行现状
 - 8.2.1产业发展特征分析
 - 8.2.2产业规模增长迅速

- 8.2.3行业投资总量较大
- 8.2.4产业带动作用增强
- 8.2.5主题类型逐渐丰富
- 8.3中国乡村旅游存在的主要问题
 - 8.3.1旅游主题不突出
 - 8.3.2产业整合性不强
 - 8.3.3乡村文化逐渐削弱
 - 8.3.4经营者服务水平低
 - 8.3.5专业人才缺口较大
- 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突出主题特色
 - 8.4.3坚持示范引领
 - 8.4.4留住乡村原味
 - 8.4.5重视产业融合
 - 8.4.6优化设施配套
 - 8.4.7注重保护传承
- 8.5中国乡村旅游业投资形势分析
 - 8.5.1乡村旅游投资持续升温
 - 8.5.2乡村旅游迎来黄金时代
 - 8.5.3政策鼓励社会资本介入

第九章2014-2019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健康旅游的资源开发
 - 9.1.4健康旅游主要项目
 - 9.1.5健康旅游的意义
- 9.22014-2019年国外健康旅游业发展分析
 - 9.2.1世界健康旅游业发展基础
 - 9.2.2世界健康旅游业发展现状

- 9.2.3泰国积极促进健康旅游业发展
- 9.2.4马来西亚推广发展健康旅游业
- 9.2.5印尼打造“世界健康旅游胜地”
- 9.32014-2019年中国健康旅游业的发展
 - 9.3.1国内健康旅游政策背景
 - 9.3.2中国健康旅游产品供给
 - 9.3.3中国健康旅游市场需求
 - 9.3.4国内健康旅游发展建议
 - 9.3.5中国健康旅游市场前景
- 9.42014-2019年医疗旅游行业发展分析
 - 9.4.1医疗旅游相关概述
 - 9.4.2国外医疗旅游发展经验
 - 9.4.3中国医疗旅游市场规模
 - 9.4.4中国医疗旅游供需分析
 - 9.4.5中国医疗旅游发展瓶颈
 - 9.4.6中国医疗旅游发展策略
 - 9.4.7中国医疗旅游投资机遇
- 9.52014-2019年中国中医药健康旅游发展分析
 - 9.5.1中医药健康旅游的意义
 - 9.5.2中医药健康旅游发展现状
 - 9.5.3中医药健康旅游示范基地
 - 9.5.4中医药健康旅游发展问题
 - 9.5.5中医药健康旅游发展对策
 - 9.5.6中医药健康旅游发展目标
 - 9.5.7中医药健康旅游重点任务
- 9.6国内适宜开发的健康旅游产品
 - 9.6.1文化健康旅游
 - 9.6.2医疗健康旅游
 - 9.6.3游乐健康养生
 - 9.6.4美食健康旅游
 - 9.6.5生理美容养生
 - 9.6.6运动健康旅游

9.6.7生态健康旅游

9.7健康旅游开发的模式分析

9.7.1健康管理模式

9.7.2医疗旅游模式

9.7.3健身俱乐部模式

9.7.4养生休闲目的地

9.7.5养生休闲旅游区

第十章2014-2019年旅游小城镇发展分析

10.1旅游小城镇相关概述

10.1.1国内相关定义

10.1.2小城镇发展类型

10.1.3小城镇发展意义

10.1.4小城镇存在的问题

10.1.5发展小城镇的策略

10.22014-2019年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+地方资源

10.2.7旅游+金融产业

10.32014-2019年部分区域旅游小城镇发展状况

10.3.1陕西省

10.3.2湖南省

10.3.3齐齐哈尔市

10.3.4内蒙古赤峰市

10.3.5山东平邑县

10.3.6内蒙古西乌旗

10.3.7重庆东温泉镇

10.4国内经典旅游小镇发展案例分析

- 10.4.1鲁朗国际旅游小镇概述
- 10.4.2小镇各方利益主体分析
- 10.4.3利益主体间的矛盾与分化
- 10.4.4重点方案选择中博弈与协调
- 10.4.5旅游小镇建设运行建议
- 10.5中国旅游小城镇发展建议与前景展望
- 10.5.1旅游小城镇发展建议
- 10.5.2旅游小城镇规划建设建议
- 10.5.3特色旅游小镇发展建议
- 10.5.4“十三五”发展机遇

第十一章2014-2019年主题公园发展分析

- 11.12014-2019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投资建设近况
 - 11.1.4运营趋势剖析
 - 11.1.5成功经验分析
- 11.22014-2019年中国主题公园市场运行分析
 - 11.2.1市场发展现状
 - 11.2.2行业运营分析
 - 11.2.3区域布局状况
 - 11.2.4市场发展业态
 - 11.2.5盈利模式分析
 - 11.2.6市场热点事件
- 11.32014-2019年中国主题公园建设动态
 - 11.3.1北京环球影城主题公园
 - 11.3.2上海迪士尼乐园
 - 11.3.3华强方特主题公园
 - 11.3.4郑州文创园建设主题公园
 - 11.3.5银川市主题公园
- 11.4中国主题公园发展制约因素分析

- 11.4.1 主题公园选址
- 11.4.2 主题文化内涵
- 11.4.3 产品（项目）设计
- 11.5 中国主题公园创新发展的路径
 - 11.5.1 主题公园产品创新
 - 11.5.2 项目创新
 - 11.5.3 主题活动创新
 - 11.5.4 表演和服务创新
 - 11.5.5 市场营销和管理装修

第十二章 2014-2019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 智慧旅游市场规模
 - 12.1.4 智慧旅游建设推进策略
 - 12.1.5 智慧旅游商业模式借鉴
 - 12.1.6 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 工业旅游发展现状分析
 - 12.3.3 工业旅游的特点与开发模式
 - 12.3.4 部分区域工业旅游发展现状
 - 12.3.5 中国发展工业旅游的思考
 - 12.3.6 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 世界滨海旅游发展背景

12.5.2 滨海旅游业影响因素分析

12.5.3 国内滨海旅游市场动态

12.5.4 中国滨海旅游业开发问题

12.5.5 国内滨海旅游业发展建议

12.6 影视旅游

12.6.1 影视旅游相关概述

12.6.2 影视旅游的营销模式

12.6.3 旅游+影视需求分析

12.6.4 国内热门影视旅游地

12.6.5 热门影视带动旅游业发展

12.7 温泉旅游

12.7.1 温泉旅游相关概述

12.7.2 温泉旅游发展现状

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

第十三章 2014-2019年旅游市场消费分析

13.1 2014-2019年旅游消费市场发展分析

13.1.1 全球旅游城市消费排名

13.1.2 国内旅游消费发展现状

13.1.3 国内旅游市场消费潜力

- 13.1.4国内旅游市场消费趋向
- 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

13.7影响城市居民国内旅游需求的因素

13.7.1城市居民旅游需求概述

13.7.2城市居民国内旅游需求影响因素指标的选择

13.7.3城市居民国内旅游需求影响因素的量化研究

第十四章2014-2019年中国主要城市旅游业发展分析

14.1北京市

14.1.1行业发展成就

14.1.2旅游运行现状

14.1.3旅游企业状况

14.1.4旅游资源情况

14.1.5区县旅游业情况

14.1.6“十三五”发展分析

14.2上海市

14.2.1“十二五”发展成就

14.2.2旅游市场分析

14.2.3行业热点分析

14.2.4“十三五”发展目标

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总体运行状况

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促进商旅文融合

14.4.3行业改革成效

14.4.4行业发展目标

14.4.5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景区旅游PEST环境分析

15.2.3典型历史文化类景区介绍

15.2.4典型海滨旅游类景区介绍

15.2.5典型自然风景类景区介绍

15.2.6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2014-2019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

16.22014-2019年中国旅游业市场竞争格局

16.2.1中国旅游业竞争力现状

16.2.2中国旅游市场价格竞争过度

16.2.3旅游市场进入个性化竞争时代

16.2.4旅行社步入品牌竞争时代

16.3旅游业的人才竞争探讨

16.3.1旅游业人才竞争的层次

16.3.2旅游业人才竞争的特点

16.3.3旅游业人才竞争策略

16.4旅游业线上线下的竞争与融合

16.4.1旅游业线上线下竞争情况

16.4.2旅游业线上线下融合状况

16.4.3景区线上线下融合现状分析

16.4.4景区线上拓展营销模式分析

16.4.5线上线下全渠道发展方向

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2014-2019年中国旅游相关行业发展分析

17.12014-2019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景区销售渠道
- 17.1.4景区消费行为
- 17.1.5景区旅游趋势
- 17.22014-2019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
- 17.32014-2019年餐饮业发展分析
 - 17.3.1行业发展规模
 - 17.3.2行业经营分析
 - 17.3.3行业发展机遇
 - 17.3.4地区发展格局
 - 17.3.5企业转型态势
 - 17.3.6发展前景展望
- 17.42014-2019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会展行业发展现状
 - 17.4.3会展行业区域分析
 - 17.4.4会展行业“走出去”
 - 17.4.5国内展馆市场现状
 - 17.4.6会展行业问题挑战
 - 17.4.7会展产业前景展望
- 17.52014-2019年交通业的发展
 - 17.5.1基础设施建设
 - 17.5.2交通运输规模
 - 17.5.3固定资产投资
 - 17.5.4交通对旅游业的影响
 - 17.5.5“十三五”行业展望

第十八章2014-2019年中国旅游业重点企业经营状况分析

18.1黄山旅游发展股份有限公司

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未来前景展望

18.2张家界旅游集团股份有限公司

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未来前景展望

18.3桂林旅游股份有限公司

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未来前景展望

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未来前景展望

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未来前景展望

18.7宋城演艺发展股份有限公司

18.7.1企业发展概况

18.7.2经营效益分析

18.7.3业务经营分析

18.7.4财务状况分析

18.7.5未来前景展望

18.8上市公司财务比较分析

18.8.1盈利能力分析

18.8.2成长能力分析

18.8.3营运能力分析

18.8.4偿债能力分析

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

19.1.5旅游投资业态分析

19.2中国旅游业投资机遇

19.2.1国际化机遇

19.2.2市场需求机遇

19.2.3金融支持机遇

19.2.4交通支撑机遇

19.2.5转型升级机遇

19.3中国旅游业投资壁垒分析

- 19.3.1技术壁垒
- 19.3.2品牌与网络壁垒
- 19.3.3行为性壁垒
- 19.3.4退出壁垒
- 19.4中国旅游业投资误区及建议
 - 19.4.1旅游业投资存在的误区
 - 19.4.2旅游业投资存在的问题
 - 19.4.3加快旅游业投资的建议
 - 19.4.4旅游业投资的思考
- 19.5中国旅游业投资风险及防范措施
 - 19.5.1宏观经济环境风险
 - 19.5.2项目投资开发风险
 - 19.5.3自然等外部因素风险
 - 19.5.4投资风险的防范措施
- 19.6基于可持续发展的旅游投资决策
 - 19.6.1旅游投资的战略决策
 - 19.6.2旅游投资的项目决策
 - 19.6.3基于可持续发展的旅游投资效益
- 19.7中国旅游业投资趋势分析
 - 19.7.1旅游投资环境向好
 - 19.7.2旅游投资前景广阔
 - 19.7.3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上市公司在旅游业相关领域投资动态分析
 - 20.1.1投资项目综述
 - 20.1.2投资区域分布
 - 20.1.3子版块投资分布
 - 20.1.4产业转型分析
 - 20.1.5投资模式分析
 - 20.1.6典型投资案例
- 20.2旅游业相关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投资领域分布
- 20.2.4投资模式分析
- 20.2.5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中国旅游业前景展望

21.1.2国内旅游市场需求增长

21.1.3中国旅游业国际市场前景

21.1.42019年中国旅游业发展重点

21.1.5中国旅游业发展趋势

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

21.42020-2026年中国旅游业预测分析

21.4.1影响因素分析（）

21.4.2旅游总收入预测

21.4.3国内旅游收入预测

21.4.4国内旅游人数预测

部分图表目录：

图表1 2020-2026年全球旅游业对GDP的总贡献

图表2 2012-2019年国内生产总值及其增长速度

图表3 2012-2019年三次产业增加值占全国生产总值比重

图表4 2019年年末人口数量及构成

图表5 典型的旅游出行链

图表6 2012-2019年全国居民人均可支配收入及其增速

图表7 2016-2019年居民人均可支配收入平均数与中位数

图表8 2012-2019年全社会消费品零售总额

图表9 2019年全国居民人均消费支出及其构成

图表10 2019年国内旅游人数城镇和农村居民占比

更多图表见正文……

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202009/188589.html>