

2021-2027年中国特色旅游 市场深度分析与未来前景预测报告

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年中国特色旅游市场深度分析与未来前景预测报告》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/202109/239397.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

特色旅游是旅游内涵延伸的新形式，在我国旅游业大发展的同时，各类旅游形式正竞相发展。这其中以常规旅游为主要形式，而特色旅游亦在悄然兴起，并有蓬勃发展的势头。

2019年以来政策持续加码，规范行业发展。2019年3月，文化和旅游部发布《关于促进旅游演艺发展的指导意见》，利好旅游演艺行业长期发展；同月，国家发展改革委发布《关于持续深入推进降低重点国有景区门票价格工作的通知》，要求深入推进重点国有景区门票价格更大范围、更大力度降价，确保降价取得实效，加快促进观光旅游向度假旅游转变。2019年以来景区行业相关政策

政策

发布时间

发布机构

主要内容

《关于持续深入推进降低重点国有景区门票价格工作的通知》

2019.03

发改委

2019年各地价格主管部门原则上完成辖区内所有实行政府定价管理的5A、4A级景区门票成本监审调查、价格评估调整工作。

《关于促进旅游演艺发展的指导意见》

2019.03

文化和旅游部

推进旅游演艺转型升级、提质增效，争取到2025年旅游演艺市场繁荣有序，同时涌现一批有示范价值的旅游演艺品牌。

《文化和旅游部关于实施旅游服务质量提升计划的指导意见》

2019.01

文化和旅游部

规范和优化旅游住宿、在线旅游经营服务，提高导游和领队业务能力，建立完善旅游信用体系，推动旅游业高质量发展。中企顾问网发布的《2021-2027年中国特色旅游市场深度分析与未来前景预测报告》共十六章。首先介绍了中国特色旅游行业市场发展环境、特色旅游整体运行态势等，接着分析了中国特色旅游行业市场运行的现状，然后介绍了特色旅游市场竞争格局。随后，报告对特色旅游做了重点企业经营状况分析，最后分析了中国特色旅游行业发展趋势与投资预测。您若想对特色旅游产业有个系统的了解或者想投资中国特色旅游行

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：

第一章世界特色旅游所属行业发展情况分析

第一节世界特色旅游行业分析

一、世界特色旅游行业特点

二、世界特色旅游产能状况

三、世界特色旅游行业动态

第二节世界特色旅游市场分析

一、世界特色旅游生产分布

二、世界特色旅游消费情况

三、世界特色旅游消费结构

四、世界特色旅游价格分析

第三节2019年中外特色旅游市场对比

第二章中国特色旅游所属行业供给情况分析 & 趋势

第一节2017-2019年中国特色旅游行业市场供给分析

一、特色旅游整体供给情况分析

二、特色旅游重点区域供给分析

第二节特色旅游行业供给关系因素分析

一、需求变化因素

二、政策变动因素

第三节2021-2027年中国特色旅游行业市场供给趋势

一、特色旅游整体供给情况趋势分析

二、特色旅游重点区域供给趋势分析

三、影响未来特色旅游供给的因素分析

第三章信息社会下特色旅游所属行业宏观经济环境分析

第一节2017-2019年全球经济环境分析

一、2019年全球经济运行概况

二、2021-2027年全球经济形势预测

第二节信息时代对全球经济的影响

一、国际信息时代发展趋势及其国际影响

二、对各国实体经济的影响

第三节信息时代对中国经济的影响

一、信息时代对中国实体经济的影响

二、信息时代影响下的主要行业

三、中国宏观经济政策变动及趋势

四、2019年中国宏观经济运行概况

五、2021-2027年中国宏观经济趋势预测

第四章2019年中国特色旅游所属行业发展概况

第一节2019年中国特色旅游行业发展态势分析

第二节2019年中国特色旅游行业发展特点分析中国特色旅游行业发展特征

1

旅游生态环境和文化环境的原始自然性包括三个方面的内容

一是指旅游者所到的旅游区域具有独特的自然生态风光，人口相对稀少，由于受工业化影响程度较低，保存着生态环境的相对原始状态；第二，是指在这个区域内的人口具有历史和现实的文化的独特性，其生活方式和文化模式的纯自然原始状态保留得较系统，对于旅游者具有心理文化上的吸引力。因为使旅游者选择去某地旅游的共同心理特征是了解、观察、体验有别于他们本人文化模式的异文化；第三，是指在上述两个内容的基础上设计的特色旅游项目和线路，要体现特定的旅游生态环境特征相对集中，自然地理条件和人文条件和谐相存的要求，项目和线路能够使旅游者体验到过去未曾体验到的心理感受。

2

特色旅游的第二个特征

是旅游项目和线路的新奇性、探险性。所谓新奇性，是指项目和线路设计，具有历史感和现实感相结合的巧妙构思，视角新颖，能够突出一两个具有独特特征的主题。即使其它国家或地区有类似的项目或线路，在设计上也要有本区域自然生态环境和人文特征相对集中的优势，而这一点应该体现在具体项目和线路的每一个点、每一个节目安排独到、新颖之处上，使旅游者感觉到每天都有自己不曾料到的内容出现。所谓探险性，是指旅游项目和线路具有某种程度的冒险因素。对旅游者来说，他们对物质上的享乐程度的要求相对而言并不高，但注

重精神或心理上有一种检验自己能力的满足感。探险性的项目和线路，要有较为充分的内容使旅游者展示自己的能力和能力，包括体力、耐力、应付突发事件的能力以及心理素质。一般来说，特色旅游许多项目和线路，都安排在自然环境条件较为艰苦，交通通讯条件及吃住条件不太理想的高山峡谷、草原湖泊、沙漠戈壁地区。这里面有一个人类普遍心理因素在其中起作用，即对形式各异的自然环境的探险、求异和征服欲，特别是对自然奥秘的探险、对自然界的征服欲表现最为强烈和普遍。特色旅游项目和线路的设计应该满足这种心理欲望。当然，无论是新奇性，还是探险性，都必须有可靠的安全系数，能够保证旅游者最大限度地体验到项目和线路所蕴含的冒险因素，又能在接待、导游和联络等操作上最大可能地保证旅游者的安全，二者必须相统一。

3

特色旅游的第三个特征

其旅游形式的自主参与性。这主要表现在,一方面，所设计的许多项目，应该给旅游者提供尽可能完善的服务；另一方面，又留有许多让旅游者自主参与的余地。譬如说，在允许的范围，海外旅游机构根据旅游者的特殊需要，可以对项目或线路提出增加或减少内容的要求；在项目和线路实施过程中，精心安排一些旅游者乐于参与的内容，诸如自备交通工具、自备架拆帐篷、参与餐食准备、组织娱乐活动，甚至参与排除事先安排的“险情”或偶尔出现的“危险”局势，以及提出更改某些具体内容的要求。在这一点上组织者要对旅游者的文化心理有充分理解，尽可能满足他们在这一方面的合理要求。旅游者在参加特色旅游过程中的自主参与性，在某种意义上改变了他们在常规旅游中的角色和心理上的被动性，使旅游者有一种感觉，即特色旅游是充分发挥他们自身潜力、施展才干的机会，使他们在体验、欣赏自然风光和人文风情的同时，享受自身潜能和才干在探险中得到体现的欣喜愉悦。特色旅游的上述三个特征内涵，构成了它区别于常规旅游的基本要素，也决定了在具体操作过程中所具有的不同于常规旅游的诸多特征。

第三节2019年中国特色旅游行业市场供需分析

第五章2019年中国特色旅游所属行业整体运行状况

第一节2019年特色旅游所属行业盈利能力分析

第二节2019年特色旅游所属行业偿债能力分析

第三节2019年特色旅游所属行业营运能力分析

第六章2017-2019年中国特色旅游所属行业进出口市场分析

第一节2017-2019年特色旅游所属行业进出口特点分析

第二节2017-2019年特色旅游所属行业进出口量分析

一、进口分析

二、出口分析

第三节2021-2027年特色旅游所属行业进出口市场预测

一、进口预测

二、出口预测

第七章2019年中国特色旅游所属行业竞争情况分析

第一节中国特色旅游行业经济指标分析

一、赢利性

二、附加值的提升空间

三、进入壁垒 / 退出机制

四、行业周期

第二节中国特色旅游行业竞争结构分析

一、现有企业间竞争

二、潜在进入者分析

三、替代品威胁分析

四、供应商议价能力

五、客户议价能力

第三节2021-2027年中国特色旅游行业市场竞争策略展望分析

一、特色旅游行业市场竞争趋势分析

二、特色旅游行业市场竞争格局展望分析

三、特色旅游行业市场竞争策略分析

第八章2021-2027年特色旅游所属行业投资价值及行业发展预测

第一节2021-2027年特色旅游所属行业成长性分析

第二节2021-2027年特色旅游所属行业经营能力分析

第三节2021-2027年特色旅游所属行业盈利能力分析

第四节2021-2027年特色旅游所属行业偿债能力分析

第五节2021-2027年我国特色旅游所属行业产值预测

第六节2021-2027年我国特色旅游所属行业销售收入预测

第七节2021-2027年我国特色旅游所属行业总资产预测

第九章2015-2019年中国特色旅游产业行业重点区域运行分析

第一节2015-2019年华东地区特色旅游所属产业行业运行情况

第二节2015-2019年华南地区特色旅游所属产业行业运行情况

第三节2015-2019年华中地区特色旅游所属产业行业运行情况

第四节2015-2019年华北地区特色旅游所属产业行业运行情况

第五节2015-2019年西北地区特色旅游所属产业行业运行情况

第六节2015-2019年西南地区特色旅游所属产业行业运行情况

第七节2015-2019年东北地区特色旅游所属产业行业运行情况

第八节主要省市集中度及竞争力分析

第十章中国特色旅游行业重点企业竞争力分析

第一节中青旅控股股份有限公司

一、公司基本情况

二、公司主要财务指标分析

三、公司投资情况

四、公司未来战略分析

第二节北京首都旅游股份有限公司

一、公司基本情况

二、公司主要财务指标分析

三、公司投资情况

四、公司未来战略分析

第三节上海锦江国际旅游股份有限公司

一、公司基本情况

二、公司主要财务指标分析

三、公司投资情况

四、公司未来战略分析

第四节黄山旅游发展股份有限公司

一、公司基本情况

二、公司主要财务指标分析

三、公司投资情况

四、公司未来战略分析

第五节峨眉山旅游股份有限公司

- 一、公司基本情况
- 二、公司主要财务指标分析
- 三、公司投资情况
- 四、公司未来战略分析

第六节国旅联合股份有限公司

- 一、公司基本情况
- 二、公司主要财务指标分析
- 三、公司投资情况
- 四、公司未来战略分析

第十一章2021-2027年中国特色旅游所属行业消费市场分析

第一节特色旅游市场消费需求分析

- 一、特色旅游市场的消费需求变化
- 二、特色旅游行业的需求情况分析
- 三、2019年特色旅游品牌市场消费需求分析

第二节特色旅游消费市场状况分析

- 一、特色旅游行业消费特点
- 二、特色旅游行业消费分析
- 三、特色旅游行业消费结构分析
- 四、特色旅游行业消费的市场变化
- 五、特色旅游市场的消费方向

第三节特色旅游行业产品的品牌市场调查

- 一、消费者对行业品牌认知度宏观调查
- 二、消费者对行业产品的品牌偏好调查
- 三、消费者对行业品牌的首要认知渠道
- 四、消费者经常购买的品牌调查
- 五、特色旅游行业品牌忠诚度调查
- 六、特色旅游行业品牌市场占有率调查
- 七、消费者的消费理念调研

第十二章中国特色旅游行业投资策略分析

第一节2017-2019年中国特色旅游所属行业投资环境分析

第二节2017-2019年中国特色旅游所属行业投资收益分析

第三节2017-2019年中国特色旅游所属行业产品投资方向

第四节2021-2027年中国特色旅游所属行业投资收益预测

一、预测理论依据

二、2021-2027年中国特色旅游行所属业工业总产值预测

三、2021-2027年中国特色旅游所属行业行业销售收入预测

四、2021-2027年中国特色旅游所属行业利润总额预测

五、2021-2027年中国特色旅游所属行业总资产预测

第十三章中国特色旅游行业投资风险分析

第一节中国特色旅游行业内部风险分析

一、市场竞争风险分析

二、技术水平风险分析

三、企业竞争风险分析

四、企业出口风险分析

第二节中国特色旅游行业外部风险分析

一、宏观经济环境风险分析

二、行业政策环境风险分析

三、关联行业风险分析

第十四章特色旅游行业发展趋势与投资战略研究

第一节特色旅游市场发展潜力分析

一、市场空间广阔

二、竞争格局变化

三、高科技应用带来新生机

第二节特色旅游行业发展趋势分析

一、品牌格局趋势

二、渠道分布趋势

三、消费趋势分析

第三节特色旅游行业发展战略研究

一、战略综合规划

- 二、技术开发战略
- 三、区域战略规划
- 四、产业战略规划
- 五、营销品牌战略
- 六、竞争战略规划

第十五章2021-2027年特色旅游行业市场策略分析

第一节特色旅游行业营销策略分析及建议

- 一、特色旅游行业营销模式
- 二、特色旅游行业营销策略
- 三、外销与内销优势分析

第二节特色旅游行业企业经营发展分析及建议

- 一、特色旅游行业经营模式

第三节多元化策略分析

- 一、行业多元化策略研究
- 二、现有竞争企业多元化业务模式
- 三、上下游行业策略分析

第四节市场重点客户战略实施

- 一、实施重点客户战略的必要性
- 二、合理确立重点客户
- 三、重点客户战略管理
- 四、重点客户管理功能

第十六章行业发展趋势及投资建议分析（）

第一节2021-2027年全国市场规模及增长趋势

第二节2021-2027年全国投资规模预测

第三节2021-2027年市场盈利预测

第四节中国营销企业投资运作模式分析

第五节项目投资建议

- 一、项目投资注意事项（）
- 二、销售注意事项

图表目录：

图表：特色旅游行业生命周期

图表：特色旅游行业产业链结构

图表：2013-2019年全球特色旅游行业市场规模

图表：2013-2019年中国特色旅游行业市场规模

图表：2013-2019年特色旅游行业重要数据指标比较

图表：2013-2019年中国特色旅游市场占全球份额比较

图表：2013-2019年特色旅游行业竞争力分析

图表：2013-2019年特色旅游行业产能分析

图表：2013-2019年特色旅游行业产量分析

图表：2013-2019年特色旅游行业需求分析

图表：2013-2019年特色旅游行业集中度

图表：2021-2027年特色旅游行业市场规模预测

图表：2021-2027年特色旅游行业营业收入预测

图表：2021-2027年中国特色旅游行业供给预测

图表：2021-2027年中国特色旅游行业需求预测

图表：2021-2027年中国特色旅游行业供需平衡预测

更多图表见正文.....

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202109/239397.html>