

# 2023-2029年中国旅游业市场深度分析与市场调查预测报告

## 报告目录及图表目录

北京迪索共研咨询有限公司

[www.cction.com](http://www.cction.com)

## 一、报告报价

《2023-2029年中国旅游业市场深度分析与市场调查预测报告》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/202302/340818.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《2023-2029年中国旅游业市场深度分析与市场调查预测报告》共二十四章。首先介绍了旅游业行业市场发展环境、旅游业整体运行态势等，接着分析了旅游业行业市场运行的现状，然后介绍了旅游业市场竞争格局。随后，报告对旅游业做了重点企业经营状况分析，最后分析了旅游业行业发展趋势与投资预测。您若想对旅游业产业有个系统的了解或者想投资旅游业行业，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 旅游业在国民经济中的地位概述

##### 1.3.2 旅游业已成为中国经济发展的先导部门

##### 1.3.3 旅游业成为中国战略性支柱产业

### 第二章 2018-2022年旅游业的发展环境分析

#### 2.1 宏观经济环境分析

- 2.1.1 全球经济及对旅游业的影响
- 2.1.2 中国宏观经济运行现状分析
- 2.1.3 国内外经济发展趋势分析
- 2.2 政策环境分析
  - 2.2.1 多部门支持旅游业再融资问题
  - 2.2.2 旅游休闲纲要与旅游法推出
  - 2.2.3 旅游业改革发展意见出台
  - 2.2.4 2022年旅游业相关重要政策分析
- 2.3 新《旅游法》解读
  - 2.3.1 立法背景
  - 2.3.2 主要亮点
  - 2.3.3 重要焦点
  - 2.3.4 影响分析
- 2.4 《国民旅游休闲纲要》解读
  - 2.4.1 出台背景
  - 2.4.2 现实意义
  - 2.4.3 影响分析

### 第三章 2018-2022年相关行业推动旅游业发展

- 3.1 酒店业的发展
  - 3.1.1 酒店业是旅游产业中系统组合与资源配置的基础力量
  - 3.1.2 2020年中国酒店业发展状况
  - 3.1.3 2021年中国酒店业发展状况
  - 3.1.4 2022年中国酒店业发展状况
  - 3.1.5 中国酒店业发展前景展望
- 3.2 餐饮业的发展
  - 3.2.1 餐饮业对酒店业的影响
  - 3.2.2 2020年我国餐饮业发展状况
  - 3.2.3 2021年我国餐饮业发展状况
  - 3.2.4 2022年我国餐饮业发展状况
  - 3.2.5 中国餐饮业发展前景展望
- 3.3 会展产业的发展

- 3.3.1 会展业与酒店业互动发展分析
- 3.3.2 中国会展业的规模现状
- 3.3.3 中国会展业的变化特点
- 3.3.4 中国会展业的SWOT分析
- 3.3.5 中国会展业将有更大发展
- 3.4 交通业的发展
  - 3.4.1 我国交通运输基础设施建设现状
  - 3.4.2 2020年中国交通运输业运行情况
  - 3.4.3 2021年中国交通运输业运行情况
  - 3.4.4 2022年中国交通运输业运行情况
  - 3.4.5 区域交通网络对旅游业的影响与发展策略

#### 第四章 2018-2022年旅游业的发展现状分析

- 4.1 2018-2022年全球旅游业发展概述
  - 4.1.1 世界旅游业已成为全球经济的重要组成部分
  - 4.1.2 2020年全球旅游业发展概况
  - 4.1.3 2021年全球旅游业发展概况
  - 4.1.4 2022年全球旅游业发展概况
- 4.2 中国旅游业发展状况综述
  - 4.2.1 中国旅游业走势简要回顾
  - 4.2.2 中国旅游业已迈入新时代
  - 4.2.3 旅游业与环境的发展关系
  - 4.2.4 旅游环境承载力研究分析
  - 4.2.5 中国旅游业转型与产业政策选择分析
- 4.3 2018-2022年中国旅游业运行分析
  - 4.3.1 2020年中国旅游业运行状况
  - 4.3.2 2021年中国旅游业运行状况
  - 4.3.3 2022年中国旅游业运行状况
- 4.4 旅游资源开发中的经济学分析
  - 4.4.1 旅游资源开发作为产品的经济学特征
  - 4.4.2 旅游资源开发的效率机制
  - 4.4.3 旅游资源开发中政府的合理定位

- 4.5 中国旅游业面临的挑战
  - 4.5.1 中国旅游业需要重视的问题
  - 4.5.2 中国旅游业发展面临的挑战
  - 4.5.3 中国旅游业中存在的不足
  - 4.5.4 中国旅游资源的产权问题分析
- 4.6 中国旅游业发展策略
  - 4.6.1 中国当前旅游业发展的措施
  - 4.6.2 中国旅游业发展中的策略
  - 4.6.3 应构建中国现代旅游资源产权制度
  - 4.6.4 中国旅游业持续发展需注意的问题

## 第五章 2018-2022年入境旅游市场分析

- 5.1 入境旅游的产业地位探讨
  - 5.1.1 入境旅游概述
  - 5.1.2 从国民经济角度分析入境旅游的产业地位
  - 5.1.3 从旅游业角度分析入境旅游的产业地位
  - 5.1.4 提高中国入境旅游产业地位的建议分析
- 5.2 2020年入境旅游市场状况分析
  - 5.2.1 入境游市场总体概况
  - 5.2.2 入境旅游者构成分析
  - 5.2.3 入境外国旅游者构成分析
- 5.3 2021年入境旅游市场状况分析
  - 5.3.1 入境游市场总体概况
  - 5.3.2 入境旅游者构成分析
  - 5.3.3 入境外国旅游者构成分析
- 5.4 2022年入境旅游市场状况分析
  - 5.4.1 入境游市场总体概况
  - 5.4.2 入境旅游者构成分析
  - 5.4.3 入境外国旅游者构成分析
- 5.5 入境游客消费结构状况分析
  - 5.5.1 入境游客花费情况抽样调查概述
  - 5.5.2 入境游客在境内花费及构成情况

- 5.5.3 入境过夜游客在境内停留时间
- 5.5.4 入境游客来华（内地）次数
- 5.5.5 入境游客的行程
- 5.5.6 入境游客的流向
- 5.5.7 入境过夜游客对住宿单位的选择

## 第六章 2018-2022年生态旅游发展分析

- 6.1 生态旅游的相关概述
  - 6.1.1 生态旅游含义与产生的背景
  - 6.1.2 生态旅游的内涵与经济意义分析
  - 6.1.3 生态旅游与传统旅游的差异
  - 6.1.4 生态旅游得以发展的原因
  - 6.1.5 生态旅游的特点
  - 6.1.6 开展生态旅游的意义
- 6.2 2018-2022年中国生态旅游的发展
  - 6.2.1 生态旅游成为一种新的旅游观
  - 6.2.2 对中国生态旅游的理论研究与实践
  - 6.2.3 我国生态旅游面临的形势
  - 6.2.4 中国生态旅游要拒绝人工化
  - 6.2.5 有中国特色的生态旅游发展道路探索
- 6.3 2022年中国部分区域生态旅游发展动态
  - 6.3.1 四川省
  - 6.3.2 贵州省
  - 6.3.3 山东寿光
  - 6.3.4 江苏宝应
  - 6.3.5 河南朱仙镇
- 6.4 2022年中国部分区域生态旅游发展动态
  - 6.4.1 四川省
  - 6.4.2 青海省
  - 6.4.3 江苏省
  - 6.4.4 广西昭平
  - 6.4.5 新疆阿勒泰地区

## 6.5 2018-2022年中国部分区域生态旅游发展动态

### 6.5.1 四川省

### 6.5.2 青海省

### 6.5.3 贵州瓮安

### 6.5.4 江西上饶

### 6.5.5 甘肃陇南

## 6.6 生态旅游区建设驱动机制分析

### 6.6.1 生态旅游区建设驱动机制概述

### 6.6.2 生态旅游区建设的制约因素分析

### 6.6.3 生态旅游区建设驱动&mdash;制约机制

### 6.6.4 生态旅游区建设驱动机制的优化策略

## 6.7 生态旅游面临的问题

### 6.7.1 生态旅游面临的困境

### 6.7.2 中国生态旅游实践中的问题

### 6.7.3 生态旅游存在的误区分析

### 6.7.4 生态旅游被泛化或曲解

### 6.7.5 生态旅游存在的相关法律问题

## 6.8 生态旅游发展建议与规划

### 6.8.1 中国发展生态旅游的建议

### 6.8.2 加强生态旅游区环境管理的途径

### 6.8.3 生态旅游的可持续发展的对策

### 6.8.4 完善我国生态旅游法律规制的对策

### 6.8.5 生态旅游的发展与规划

## 第七章 2018-2022年黄金周旅游市场分析

### 7.1 2018-2022年中国黄金周旅游的发展现状

#### 7.1.1 2020年“十一”黄金周旅游市场状况

#### 7.1.2 2020年春节黄金周旅游市场状况

#### 7.1.3 2021年国庆黄金周旅游市场状况

#### 7.1.4 2021年春节黄金周旅游市场状况

#### 7.1.5 2022年国庆黄金周旅游市场状况

#### 7.1.6 2022年春节黄金周旅游市场状况

## 7.2 2022年“十一”黄金周部分省市旅游业的发展

### 7.2.1 北京

### 7.2.2 深圳

### 7.2.3 云南

### 7.2.4 吉林

### 7.2.5 安徽

### 7.2.6 内蒙古

## 7.3 2022年春节、国庆黄金周部分省市旅游业的发展

### 7.3.1 北京

### 7.3.2 山西

### 7.3.3 上海

### 7.3.4 海南

### 7.3.5 甘肃

### 7.3.6 四川

### 7.3.7 云南

## 7.4 2018-2022年春节、国庆黄金周部分省市旅游业的发展

### 7.4.1 北京

### 7.4.2 上海

### 7.4.3 海南

### 7.4.4 四川

### 7.4.5 云南

### 7.4.6 福建

### 7.4.7 黑龙江

## 7.5 黄金周旅游市场面临的问题分析

### 7.5.1 黄金周旅游压力大

### 7.5.2 黄金周旅游亟须走出“低价竞争”误区

### 7.5.3 黄金周旅游的主要问题

## 7.6 中国黄金周旅游的建议与启示

### 7.6.1 黄金周旅游两种现象要注意

### 7.6.2 把握黄金周旅游的新趋向

### 7.6.3 中国实行黄金周的启示

## 第八章 2018-2022年红色旅游发展分析

### 8.1 红色旅游相关概述

#### 8.1.1 红色旅游的概念和界定

#### 8.1.2 红色旅游资源的特点

#### 8.1.3 红色旅游的社会价值分析

### 8.2 2018-2022年中国红色旅游发展综述

#### 8.2.1 中国红色旅游业发展整体回顾

#### 8.2.2 2022年我国红色旅游发展态势良好

#### 8.2.3 2022年我国红色旅游发展分析

#### 8.2.4 2022年我国红色旅游发展现状

#### 8.2.5 我国红色旅游产业面临的新形势

### 8.3 2022年部分省市红色旅游产业分析

#### 8.3.1 安徽省

#### 8.3.2 贵州省

#### 8.3.3 河北省

#### 8.3.4 晋冀豫

#### 8.3.5 湖南张家界

#### 8.3.6 湘鄂赣

### 8.4 2022年部分省市红色旅游产业分析

#### 8.4.1 西北五省

#### 8.4.2 湖南省

#### 8.4.3 江西省

#### 8.4.4 河北省

#### 8.4.5 四川阿坝州

#### 8.4.6 福建龙岩

### 8.5 2022年部分省市红色旅游产业分析

#### 8.5.1 京津冀

#### 8.5.2 湖南湘潭

#### 8.5.3 浙江嘉兴

#### 8.5.4 贵州剑河

#### 8.5.5 安徽岳西

#### 8.5.6 宁夏自治区

- 8.6 红色旅游产业化发展分析
  - 8.6.1 红色旅游产业化的内涵
  - 8.6.2 红色旅游产业化表现形式分析
  - 8.6.3 旅行社促进红色旅游产业化发展
  - 8.6.4 红色旅游产业化发展思路
- 8.7 红色旅游的问题分析
  - 8.7.1 红色旅游中的主要问题
  - 8.7.2 红色旅游缺乏严肃
  - 8.7.3 红色旅游景区存在的问题
  - 8.7.4 中国红色旅游发展面临障碍
  - 8.7.5 投融资问题成红色旅游发展掣肘
- 8.8 发展红色旅游的策略与建议
  - 8.8.1 发展红色旅游的对策
  - 8.8.2 打造红色旅游品牌推动红色旅游发展
  - 8.8.3 老区建设与“红色旅游”事业相互促进
  - 8.8.4 以社区旅游模式来推动红色旅游和谐发展
  - 8.8.5 红色旅游需可持续发展
- 8.9 2018-2022年红色旅游业发展规划
  - 8.9.1 指导思想
  - 8.9.2 基本原则
  - 8.9.3 发展目标
  - 8.9.4 主要任务
  - 8.9.5 主要措施

## 第九章 2018-2022年温泉旅游发展分析

- 9.1 温泉的历史回顾
  - 9.1.1 温泉文化的起源及变迁
  - 9.1.2 《水经注》中的温泉记载
- 9.2 温泉的相关疗效及分类
  - 9.2.1 温泉的成因与疗效
  - 9.2.2 温泉的主要类型
  - 9.2.3 温泉旅游基本构成条件分析

- 9.3 各地名泉介绍
  - 9.3.1 全球十个城市的别致温泉
  - 9.3.2 中国十大温泉度假区
  - 9.3.3 “赤城”关外第一泉
  - 9.3.4 北京昌平小汤山温泉旅游度假区
- 9.4 2018-2022年中国温泉旅游发展现状
  - 9.4.1 温泉旅游渐成旅游时尚首选
  - 9.4.2 我国温泉旅游业发展现状分析
  - 9.4.3 同质化成温泉旅游业发展制约因素
  - 9.4.4 浅析温泉旅游的发展走向
- 9.5 2018-2022年广东温泉旅游业发展分析
  - 9.5.1 广东温泉旅游业发展现状概述
  - 9.5.2 广东温泉旅游发展特点分析
  - 9.5.3 清远市温泉旅游产业发展现状
  - 9.5.4 广东温泉旅游业发展存在的不足
  - 9.5.5 广东温泉旅游产业发展经验借鉴
  - 9.5.6 广东温泉旅游业可持续发展的对策
  - 9.5.7 广东温泉旅游的发展方向及建议
  - 9.5.8 广东温泉旅游的发展趋势分析
- 9.6 2018-2022年其他地区温泉旅游发展状况
  - 9.6.1 重庆
  - 9.6.2 辽宁
  - 9.6.3 海南
  - 9.6.4 福建
  - 9.6.5 甘肃通渭
  - 9.6.6 河北怀来
  - 9.6.7 云南保山
- 9.7 温泉旅游项目成功的关键要素
  - 9.7.1 温泉发展变化
  - 9.7.2 市场
  - 9.7.3 定位
  - 9.7.4 产品

## 第十章 2018-2022年健康旅游发展分析

### 10.1 健康旅游相关概述

#### 10.1.1 健康旅游的含义

#### 10.1.2 健康旅游概念诠释

#### 10.1.3 健康旅游的资源开发

#### 10.1.4 健康旅游主要项目

#### 10.1.5 健康旅游的意义

### 10.2 2018-2022年国外健康旅游业的发展

#### 10.2.1 世界健康旅游业的发展基础

#### 10.2.2 世界健康旅游业的发展概况

#### 10.2.3 泰国积极促进健康旅游业发展

#### 10.2.4 马来西亚推广发展健康旅游业

#### 10.2.5 西班牙发力养生旅游业

### 10.3 2018-2022年中国健康旅游业的发展

#### 10.3.1 中国健康旅游业发展方兴未艾

#### 10.3.2 中国健康旅游产品供给丰富

#### 10.3.3 中国健康旅游的市场需求

#### 10.3.4 中国健康旅游市场大有可为

### 10.4 2018-2022年海南省健康旅游业发展分析

#### 10.4.1 海南将建成国际级健康旅游目的地

#### 10.4.2 海南促进中医康复保健旅游业发展

#### 10.4.3 海南舟山市健康旅游业发展分析

#### 10.4.4 海南五指山市医疗健康旅游产业发展分析

#### 10.4.5 海南三亚在俄罗斯市场推广养生健康游

### 10.5 2018-2022年云南省健康旅游业发展分析

#### 10.5.1 云南健康旅游业的发展优势及意义

#### 10.5.2 云南腾冲全力打造健康旅游品牌

#### 10.5.3 云南保山将建成一流休闲健康旅游目的地

#### 10.5.4 云南健康旅游业的发展重点及对策

### 10.6 2018-2022年其他地区健康旅游发展概况

#### 10.6.1 广东积极促进中医药养生健康旅游业发展

- 10.6.2 珠海发展健康旅游产业优势明显
- 10.6.3 贵阳推动健康养生旅游业的发展
- 10.6.4 广西将促进养生健康旅游产业的发展
- 10.6.5 河北廊坊燕郊积极发展健康旅游业
- 10.6.6 湖北十堰将发展武当山健康旅游业
- 10.7 我国适宜开发的健康旅游产品
  - 10.7.1 文化健康旅游
  - 10.7.2 医疗健康旅游
  - 10.7.3 游乐健康养生
  - 10.7.4 美食健康旅游
  - 10.7.5 生理美容养生
  - 10.7.6 运动健康旅游
  - 10.7.7 生态健康旅游
- 10.8 健康旅游开发的模式分析
  - 10.8.1 健康管理模式
  - 10.8.2 医疗旅游模式
  - 10.8.3 健身俱乐部模式
  - 10.8.4 养生休闲目的地
  - 10.8.5 养生休闲旅游区

## 第十一章 2018-2022年旅游小城镇发展分析

- 11.1 国外旅游小城镇的发展模式
  - 11.1.1 澳大利亚郊区城市群体发展模式
  - 11.1.2 英国郊区城市群体发展模式
  - 11.1.3 美国小城镇的管理体制概述
  - 11.1.4 世界小城镇发展的经验借鉴
- 11.2 2018-2022年中国小城镇发展现状
  - 11.2.1 小城镇发展简述
  - 11.2.2 小城镇发展的类型分析
  - 11.2.3 小城镇的发展意义分析
  - 11.2.4 中国小城镇存在的问题分析
  - 11.2.5 发展中国小城镇的策略

- 11.2.6 我国开启绿色重点小城镇试点示范
- 11.3 2018-2022年部分区域旅游小城镇发展概况
  - 11.3.1 英德水边镇
  - 11.3.2 内蒙古西乌旗
  - 11.3.3 云南省
  - 11.3.4 兰州阿干镇
  - 11.3.5 贵阳青岩镇
  - 11.3.6 南安九都镇
  - 11.3.7 重庆东温泉镇
- 11.4 中国旅游小城镇建设与生态学
  - 11.4.1 旅游小城镇的优势和特色中的生态学内容
  - 11.4.2 小城镇的生态现状不容乐观
  - 11.4.3 小城镇生态建设的措施
- 11.5 旅游小城镇的问题分析
  - 11.5.1 当前小城镇建设存在的主要问题
  - 11.5.2 中国小城镇发展制度上的制约因素
  - 11.5.3 中国小城镇发展局面亟需突破
- 11.6 中国旅游小城镇的出路与方向
  - 11.6.1 小城镇旅游风景点的发展规划
  - 11.6.2 加速小城镇的建设与发展
  - 11.6.3 应突出都市休闲旅游特色
  - 11.6.4 努力推进生态型城镇建设进程

## 第十二章 2018-2022年主题公园在中国的发展

- 12.1 世界主题公园的发展历程与趋势分析
  - 12.1.1 主题公园的定义
  - 12.1.2 世界主题公园的产生
  - 12.1.3 世界著名主题公园的经营管理模式分析
  - 12.1.4 世界主题公园发展的主要特征及发展方向
- 12.2 2018-2022年中国主题公园的发展综述
  - 12.2.1 中国主题公园的发展历程回顾
  - 12.2.2 中国主题公园的政策环境分析

- 12.2.3 中国主题公园的发展现状分析
- 12.2.4 中国主题公园的发展特征分析
- 12.2.5 中国主题公园的发展模式分析
- 12.2.6 主题公园典型投资模式分析
- 12.3 中国主题公园的盈利能力现状分析
  - 12.3.1 中国主题公园盈利能力现状概述
  - 12.3.2 中国主题公园盈利现状形成的原因
  - 12.3.3 世界著名主题公园的经营对我国主题公园的启示
  - 12.3.4 中国主题公园盈利能力提升的构想
- 12.4 世博会与主题公园发展的互动影响分析
  - 12.4.1 世博会对主题公园的起源与发展的影响
  - 12.4.2 当今的世博会与主题公园的互动影响
  - 12.4.3 世博会的主题公园化发展趋势
  - 12.4.4 世博会与主题公园关联的实证分析
  - 12.4.5 世博会和主题公园本质的差异
- 12.8 主题公园成功开发的因素分析
  - 12.5.1 主题选择与定位
  - 12.5.2 主题公园区位选择
  - 12.5.3 主题创意
  - 12.5.4 主题产品开发与更新
  - 12.5.5 主题公园文化内涵

### 第十三章 2018-2022年奖励旅游发展分析

- 13.1 2018-2022年奖励旅游发展概况
  - 13.1.1 奖励旅游的定义
  - 13.1.2 奖励旅游市场的特点
  - 13.1.3 亚洲奖励旅游市场备受青睐
  - 13.1.4 韩国奖励旅游业发展迅速
  - 13.1.5 中国奖励旅游市场的发展状况
  - 13.1.6 北京将打造成为“国际会议奖励旅游之都”
- 13.2 中国发展奖励旅游存在的问题
  - 13.2.1 客户企业对奖励旅游重视不够

- 13.2.2 奖励旅游产品日趋大众化
- 13.2.3 税收政策的影响
- 13.3 中国发展奖励旅游的对策与建议
  - 13.3.1 政府应采取扶持政策
  - 13.3.2 旅游企业应采取创新战略
  - 13.3.3 客户企业应注重奖励旅游的激励性
  - 13.3.4 奖励旅游与拓展培训相结合
- 13.4 企业发展奖励旅游的分析
  - 13.4.1 奖励旅游在现代企业管理的重要作用
  - 13.4.2 奖励旅游作为奖励手段的特点
  - 13.4.3 国内企业奖励旅游存在的问题
  - 13.4.4 在企业中推广奖励旅游的策略

## 第十四章 2018-2022年其他旅游细分市场分析

- 14.1 工业旅游
  - 14.1.1 发展工业旅游的意义
  - 14.1.2 中国工业旅游发展现状概述
  - 14.1.3 我国部分区域工业旅游示范点创建现状
  - 14.1.4 中国工业旅游的特点与开发模式
  - 14.1.5 中国发展工业旅游的思考
  - 14.1.6 进一步推进工业旅游发展的建议
- 14.2 农业旅游
  - 14.2.1 农业旅游是中国旅游业的新亮点
  - 14.2.2 我国休闲农业与乡村旅游发展现状
  - 14.2.3 西部地区发展农业旅游分析
  - 14.2.4 我国休闲农业与乡村旅游的前景
  - 14.2.5 高科技农业生态旅游的潜力巨大
  - 14.2.6 促进中国农业旅游发展的途径
- 14.3 科技旅游
  - 14.3.1 科技旅游成为旅游业新热点
  - 14.3.2 科技旅游开发的意义分析
  - 14.3.3 国外科技旅游的种类与特点分析

- 14.3.4 中国科技旅游的现状与存在的问题
- 14.3.5 中国科技旅游开发的策略分析
- 14.4 自驾车旅游
  - 14.4.1 自驾车旅游概述
  - 14.4.2 中国自驾车旅游发展的环境与条件
  - 14.4.3 中国自驾车旅游发展的现状与趋势
  - 14.4.4 中国自驾车旅游市场特点概述
  - 14.4.5 中国自驾车旅游存在的问题及建议

## 第十五章 2018-2022年旅游业市场细分与消费者分析

- 15.1 旅游业的市場细分
  - 15.1.1 中国旅游业缺乏市場细分
  - 15.1.2 市場细分满足了旅游消费者的消费需求
  - 15.1.3 旅游产品开发的创新也要求市場细分
- 15.2 我国部分旅游市場细分及消费者分析
  - 15.2.1 商务旅游市場细分及消费者分析
  - 15.2.2 民俗旅游市場细分及消费者分析
  - 15.2.3 女性旅游消费市场现状浅析
  - 15.2.4 大学生旅游市場现状分析
- 15.3 第四代旅游与民族文化
  - 15.3.1 第四代旅游的产生
  - 15.3.2 国内外民俗文化旅游开发的模式
  - 15.3.3 民俗文化旅游开发的原则
  - 15.3.4 民俗文化旅游开发的内容选择
- 15.4 旅游消费者类型分析
  - 15.4.1 观光型旅游者
  - 15.4.2 娱乐消遣型旅游者
  - 15.4.3 度假保健型旅游者
  - 15.4.4 文化教育型旅游者
  - 15.4.5 宗教型旅游者
  - 15.4.6 寻根、探亲、访友型旅游者
  - 15.4.7 购物型旅游者

- 15.4.8 商务/公务型旅游者
- 15.4.9 生态/探险型旅游者
- 15.5 体验经济时代的旅游消费者行为特点
  - 15.5.1 旅游消费者需求层次向高端转移
  - 15.5.2 情感需求的比重增加
  - 15.5.3 个性化产品和服务越来越受欢迎
  - 15.5.4 从注重产品本身转移到注重接受产品时的感受
  - 15.5.5 旅游者对文化旅游产品的需求上升
  - 15.5.6 绿色旅游需求的呼声越来越高
- 15.6 游客的旅游地选择与购买决策模型分析
  - 15.6.1 游客的旅游地选择与决策的过程
  - 15.6.2 影响游客的旅游地选择与决策的主要因素
  - 15.6.3 案例分析
- 15.7 旅游需求的定量分析方法
  - 15.7.1 高峰期需求测定
  - 15.7.2 空间面积来度量拥挤程度
  - 15.7.3 限度评估法
  - 15.7.4 摄像与问卷结合法
- 15.8 影响城市居民国内旅游需求的因素
  - 15.8.1 城市居民旅游需求概述
  - 15.8.2 城市居民国内旅游需求影响因素指标的选择
  - 15.8.3 城市居民国内旅游需求影响因素的量化研究
- 15.9 2018-2022年中国旅游消费市场的流行趋势
  - 15.9.1 游客逐渐分化呈现多个层次
  - 15.9.2 漫游式度假休闲渐成大趋势
  - 15.9.3 在线规划使出行意识更成熟
  - 15.9.4 文化宗教类项目成为新主题

## 第十六章 2018-2022年旅游产业的电子运用以及网络构建

- 16.1 电子信息技术在中国旅游业的发展探讨
  - 16.1.1 旅游电子商务概述
  - 16.1.2 电子信息技术在旅游业中的运用

- 16.1.3 电子信息技术在旅游业的运用现状分析
- 16.1.4 电子信息技术在国内旅游业的发展态势
- 16.2 中国旅游网站建设现状与构建要素分析
  - 16.2.1 中国旅游网站发展现状
  - 16.2.2 旅游网站存在的问题
  - 16.2.3 一般构建要素
  - 16.2.4 特殊构建要素
- 16.3 长三角旅游网络发展途径分析
  - 16.3.1 发展目标的提出
  - 16.3.2 长三角旅游城市的网络化发展路径
  - 16.3.3 长三角旅游市场的网络化发展途径
  - 16.3.4 长三角旅游产业网络化的发展途径
  - 16.3.5 长三角旅游企业网络化发展的整合手段
- 16.4 中美旅游电子商务比较分析及未来展望
  - 16.4.1 美国旅游电子商务发展概况
  - 16.4.2 中国旅游电子商务网站的建设
  - 16.4.3 中美旅游电子商务的比较分析
  - 16.4.4 中国旅游电子商务市场展望

## 第十七章 旅游类上市公司经营状况分析

- 17.1 深圳华侨城股份有限公司
  - 17.1.1 企业发展概况
  - 17.1.2 经营效益分析
  - 17.1.3 业务经营分析
  - 17.1.4 财务状况分析
  - 17.1.5 未来前景展望
- 17.2 中青旅控股股份有限公司
  - 17.2.1 企业发展概况
  - 17.2.2 经营效益分析
  - 17.2.3 业务经营分析
  - 17.2.4 财务状况分析
  - 17.2.5 未来前景展望

### 17.3 北京首旅酒店（集团）股份有限公司

#### 17.3.1 企业发展概况

#### 17.3.2 经营效益分析

#### 17.3.3 业务经营分析

#### 17.3.4 财务状况分析

#### 17.3.5 未来前景展望

### 17.4 丽江玉龙旅游股份有限公司

#### 17.4.1 企业发展概况

#### 17.4.2 经营效益分析

#### 17.4.3 业务经营分析

#### 17.4.4 财务状况分析

#### 17.4.5 未来前景展望

### 17.5 桂林旅游股份有限公司

#### 17.5.1 企业发展概况

#### 17.5.2 经营效益分析

#### 17.5.3 业务经营分析

#### 17.5.4 财务状况分析

#### 17.5.5 未来前景展望

### 17.6 上市公司财务比较分析

#### 17.6.1 盈利能力分析

#### 17.6.2 成长能力分析

#### 17.6.3 营运能力分析

#### 17.6.4 偿债能力分析

## 第十八章 国内旅游资源介绍

### 18.1 中国主要地区的旅游资源

#### 18.1.1 西南市场

#### 18.1.2 华东市场

#### 18.1.3 东北市场

#### 18.1.4 华南市场

#### 18.1.5 华北市场

#### 18.1.6 西北市场

## 18.2 国内典型旅游景点分析

### 18.2.1 历史文化类

### 18.2.2 海滨旅游区

### 18.2.3 自然风景游览区

## 18.3 其他个性景点介绍

### 18.3.1 杭州未来世界

### 18.3.2 深圳微缩景区——锦绣中华

### 18.3.3 丰都鬼文化主题乐园

## 第十九章 2018-2022年旅游业竞争分析

### 19.1 2018-2022年中国旅游业的国际竞争力分析

#### 19.1.1 中国旅游国际竞争力的整体水平概述

#### 19.1.2 中国旅游业参与国际竞争的优势分析

#### 19.1.3 中国旅游业参与国际竞争的劣势分析

#### 19.1.4 中国旅游业全球竞争力排名情况

### 19.2 2018-2022年中国旅游业市场竞争概况

#### 19.2.1 中国旅游业产业竞争力的现状分析

#### 19.2.2 中国旅游市场价格竞争过度

#### 19.2.3 旅游市场进入个性化竞争时代

#### 19.2.4 旅游业对外放开旅行社步入品牌竞争时代

### 19.3 旅游业的人才竞争探讨

#### 19.3.1 旅游业人才竞争的层次

#### 19.3.2 旅游业人才竞争的特点

#### 19.3.3 旅游业人才竞争策略

### 19.4 中国旅游业的竞争战略

#### 19.4.1 中国内资旅行社的市场竞争战略

#### 19.4.2 旅游文化是中国旅游业参与国际竞争的关键

#### 19.4.3 价格在内地旅游最具竞争力

#### 19.4.4 应增强旅游业和企业的竞争力

#### 19.4.5 科技成为旅游业未来的竞争力

## 第二十章 2018-2022年旅游业的产业链构成及价值分析

- 20.1 旅游产业链概述
  - 20.1.1 旅游产业链的内涵
  - 20.1.2 旅游产业链上各群体利益相连
  - 20.1.3 会展旅游产业链的介绍
  - 20.1.4 旅游产业链各体需协调发展
- 20.2 2018-2022年各区域大力打造旅游产业链
  - 20.2.1 北京积极促进完整的旅游产业链形成
  - 20.2.2 黄山大力发展旅游综合体延长产业链
  - 20.2.3 烟台旅游深化产业链打造旅游集散地
  - 20.2.4 河北张家口拓展冰雪旅游产业链
  - 20.2.5 吉林省重点打造旅游完整产业链
  - 20.2.6 扬州市大力完善旅游产业多链条
  - 20.2.7 湖北恩施州推进旅游产业链建设
- 20.3 商旅产业链及进入模式探究
  - 20.3.1 商务旅游概述
  - 20.3.2 商务旅游市场需求
  - 20.3.3 商务旅游的供给
  - 20.3.4 商务旅游市场的竞争
  - 20.3.5 进入商旅市场的切入点及盈利模式剖析
- 20.4 优化中部地区旅游产业链的思路
  - 20.4.1 旅游产业链的特征
  - 20.4.2 中部地区旅游产业链存在的问题及成因
  - 20.4.3 中部地区打造旅游产业链的路径选择
- 20.5 我国旅游产业链发展的问题及对策
  - 20.5.1 国内旅游产业链发展存在的不足
  - 20.5.2 构建旅游产业链的政策措施
  - 20.5.3 旅游产业链发展的建议
  - 20.5.4 构建旅游产业链的思路

## 第二十一章 2018-2022年旅游业的商业模式分析

- 21.1 旅游业的商业模式
  - 21.1.1 旅游供给模式

- 21.1.2 旅游商业形态
- 21.1.3 旅游产业组织
- 21.2 网络旅游市场的商业模式
  - 21.2.1 解析中国邮政网络旅游运作的商业模式
  - 21.2.2 我国在线旅游市场亟需商业模式的创新
  - 21.2.3 团购为在线旅游提供新的商业模式
- 21.3 周庄旅游业商业模式的创新探究
  - 21.3.1 商业冲动与文化底蕴的完美交融
  - 21.3.2 水乡情结下商业价值与文化期待的艰难平衡
  - 21.3.3 未来商业模式的创新与品牌价值的重塑
- 21.4 解析主题公园市场化的商业运作模式
  - 21.4.1 国内外主题公园的SWOT分析
  - 21.4.2 中国主题公园的盈利模式
  - 21.4.3 主题公园市场化运作的商业设计步骤
- 21.5 景区的商业模式设计分析
  - 21.5.1 景区的商业模式
  - 21.5.2 景区商业模式设计存在的弊端

## 第二十二章 2018-2022年中国旅游业的信息化发展分析

- 22.1 信息化对旅游产业发展的意义
  - 22.1.1 旅游业是信息密集型产业
  - 22.1.2 信息化保持旅游业可持续发展
  - 22.1.3 实现旅游经营管理现代化的重要途径
  - 22.1.4 拓展了现代旅游业的市场化国际化功能
  - 22.1.5 信息化成为旅游转型升级的关键
- 22.2 2018-2022年旅游业信息化发展分析
  - 22.2.1 我国旅游信息化的发展状况
  - 22.2.2 我国旅游业正向“智慧旅游”转型
  - 22.2.3 我国旅游信息化面临的形势
  - 22.2.4 旅游信息化发展的制约因素
  - 22.2.5 我国旅游信息化的发展规划
- 22.3 2018-2022年各地区旅游信息化建设情况

- 22.3.1 四川省
- 22.3.2 广西壮族自治区
- 22.3.3 湖南省
- 22.3.4 海南省
- 22.3.5 贵州省
- 22.3.6 重庆市
- 22.4 解析国内旅游产业信息化的服务需求
  - 22.4.1 个性化旅游需要信息咨询服务
  - 22.4.2 旅游电子商务亟需综合服务平台
  - 22.4.3 联盟化经营需要大网络支持
- 22.5 旅游行业信息化发展对策
  - 22.5.1 加快我国旅游业信息化发展的策略
  - 22.5.2 旅游企业信息化的发展建议
  - 22.5.3 旅游企业信息化服务模式探究
  - 22.5.4 国家为发展旅游信息化的保障措施

## 第二十三章 旅游业的投资分析

- 23.1 投资形势分析
  - 23.1.1 中国旅游业投资规模稳定增长
  - 23.1.2 我国旅游项目的投资特点
  - 23.1.3 我国地方旅游投资势头强劲
  - 23.1.4 我国旅游市场资本表现活跃
- 23.2 行业投资特性
  - 23.2.1 旅游业投资的特点分析
  - 23.2.2 行业的赢利性分析
  - 23.2.3 中国发展旅游产业基金的问题与风险
  - 23.2.4 旅游业进入壁垒分析
- 23.3 投资机遇分析
  - 23.3.1 国际化机遇
  - 23.3.2 市场需求机遇
  - 23.3.3 交通支撑机遇
  - 23.3.4 转型升级机遇

- 23.4 投资误区及建议
  - 23.4.1 中国旅游业投资存在的误区
  - 23.4.2 中国旅游业投资加快的建议
  - 23.4.3 新时期中国旅游业投资的思考
  - 23.4.4 中国旅游业的投资方向和投资重点
- 23.5 基于可持续发展的旅游投资决策
  - 23.5.1 旅游投资的战略决策
  - 23.5.2 旅游投资的项目决策
  - 23.5.3 基于可持续发展的旅游投资效益

## 第二十四章 旅游业的发展前景与趋势预测分析

- 24.1 全球旅游业发展前景展望
  - 24.1.1 全球旅游业前景乐观
  - 24.1.2 全球旅游业发展预测
  - 24.1.3 新兴经济体旅游业将快速增长
  - 24.1.4 亚太地区旅游业将强劲发展
- 24.2 中国旅游业发展前景展望
  - 24.2.1 中国旅游业正处于重大机遇期
  - 24.2.2 我国旅游市场需求将继续增长
  - 24.2.3 中国旅游业国际市场前景看好
- 24.3 2022-2028年中国旅游业预测分析
  - 24.3.1 2022-2028年国内旅游人数预测
  - 24.3.2 2022-2028年入境旅游人数预测
  - 24.3.3 2022-2028年旅游总收入预测
  - 24.3.4 2022-2028年旅游外汇收入预测

附录：

附录一：《中华人民共和国旅游法》

附录二：《旅游景区质量等级管理办法》

附录三：《旅行社条例》

附录四：《中国旅游饭店行业规范》

附录五：《中国公民出国旅游管理办法》

附录六：《边境旅游暂行管理办法》

附录七：《国务院关于促进旅游业改革发展的若干意见》

部分图表目录：

图表：2018-2022年七国集团GDP增长率

图表：2018-2022年金砖国家及部分亚洲经济体GDP同比增长率

图表：2022年全球及主要经济体制造业和服务业PMI

图表：2022年全球及主要经济体制造业PMI新订单和出口新订单指数

图表：2018-2022年国内生产总值增长速度（累计同比）

图表：2018-2022年国内生产总值增长速度（累计同比）

图表：2018-2022年规模以上工业增加值增速（月度同比）

图表：2018-2022年固定资产投资（不含农户）增速（累计同比）

图表：2018-2022年居民消费价格上涨情况（月度同比）

图表：2018-2022年工业生产者出厂价格涨跌情况（月度同比）

图表：2018-2022年农村居民人均收入实际增长速度（累计同比）

图表：2018-2022年城镇居民人均可支配收入实际增长速度（累计同比）

更多图表见正文&hellip;&hellip;

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202302/340818.html>