

# 2023-2029年中国旅游业行业 发展趋势与投资策略报告

## 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年中国旅游业行业发展趋势与投资策略报告》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/202305/364925.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年中国旅游业行业发展趋势与投资策略报告》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&nbsp;旅游业相关概述

#### 1.1&nbsp;旅游产业相关概念及旅游类型划分

##### 1.1.1&nbsp;旅游的定义

##### 1.1.2&nbsp;旅游业的定义

##### 1.1.3&nbsp;旅游类型的划分

##### 1.1.4&nbsp;旅游资源

#### 1.2&nbsp;旅游产业的特征

##### 1.2.1&nbsp;综合性

##### 1.2.2&nbsp;关联性

##### 1.2.3&nbsp;敏感性

##### 1.2.4&nbsp;季节性

#### 1.3&nbsp;旅游产业在国民经济中的地位

##### 1.3.1&nbsp;旅游业在国民经济中的地位概述

##### 1.3.2&nbsp;旅游业已成为中国经济发展的先导部门

##### 1.3.3&nbsp;旅游业成为中国战略性支柱产业

### 第二章&nbsp;2019-2022年旅游业的发展环境分析

#### 2.1&nbsp;宏观经济环境分析

##### 2.1.1&nbsp;全球经济及对旅游业的影响

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

### 第三章&emsp;2019-2022年相关行业推动旅游业发展

- 3.1&emsp;酒店业的发展
  - 3.1.1&emsp;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&emsp;2019年中国酒店业发展状况
  - 3.1.3&emsp;2020年中国酒店业发展状况
  - 3.1.4&emsp;2022年中国酒店业发展状况
  - 3.1.5&emsp;中国酒店业发展前景展望
- 3.2&emsp;餐饮业的发展
  - 3.2.1&emsp;餐饮业对酒店业的影响
  - 3.2.2&emsp;2019年我国餐饮业发展状况
  - 3.2.3&emsp;2020年我国餐饮业发展状况
  - 3.2.4&emsp;2022年我国餐饮业发展状况
  - 3.2.5&emsp;中国餐饮业发展前景展望
- 3.3&emsp;会展产业的发展
  - 3.3.1&emsp;会展业与酒店业互动发展分析

- 3.3.2&emsp;中国会展业的规模现状
- 3.3.3&emsp;中国会展业的变化特点
- 3.3.4&emsp;中国会展业的SWOT分析
- 3.3.5&emsp;中国会展业将有更大发展
- 3.4&emsp;交通业的发展
  - 3.4.1&emsp;我国交通运输基础设施建设现状
  - 3.4.2&emsp;2019年中国交通运输业运行情况
  - 3.4.3&emsp;2020年中国交通运输业运行情况
  - 3.4.4&emsp;2022年中国交通运输业运行情况
  - 3.4.5&emsp;区域交通网络对旅游业的影响与发展策略

#### 第四章&emsp;2019-2022年旅游业的发展现状分析

- 4.1&emsp;2019-2022年全球旅游业发展概述
  - 4.1.1&emsp;世界旅游业已成为全球经济的重要组成部分
  - 4.1.2&emsp;2019年全球旅游业发展概况
  - 4.1.3&emsp;2020年全球旅游业发展概况
  - 4.1.4&emsp;2022年全球旅游业发展概况
- 4.2&emsp;中国旅游业发展状况综述
  - 4.2.1&emsp;中国旅游业走势简要回顾
  - 4.2.2&emsp;中国旅游业已迈入新时代
  - 4.2.3&emsp;旅游业与环境的发展关系
  - 4.2.4&emsp;旅游环境承载力研究分析
  - 4.2.5&emsp;中国旅游业转型与产业政策选择分析
- 4.3&emsp;2019-2022年中国旅游业运行分析
  - 4.3.1&emsp;2019年中国旅游业运行状况
  - 4.3.2&emsp;2020年中国旅游业运行状况
  - 4.3.3&emsp;2022年中国旅游业运行状况
- 4.4&emsp;旅游资源开发中的经济学分析
  - 4.4.1&emsp;旅游资源开发作为产品的经济学特征
  - 4.4.2&emsp;旅游资源开发的效率机制
  - 4.4.3&emsp;旅游资源开发中政府的合理定位
- 4.5&emsp;中国旅游业面临的挑战

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

## 第五章&emsp;2019-2022年入境旅游市场分析

- 5.1&emsp;入境旅游的产业地位探讨
- 5.1.1&emsp;入境旅游概述
- 5.1.2&emsp;从国民经济角度分析入境旅游的产业地位
- 5.1.3&emsp;从旅游业角度分析入境旅游的产业地位
- 5.1.4&emsp;提高中国入境旅游产业地位的建议分析
- 5.2&emsp;2019年入境旅游市场状况分析
- 5.2.1&emsp;入境游市场总体概况
- 5.2.2&emsp;入境旅游者构成分析
- 5.2.3&emsp;入境外国旅游者构成分析
- 5.3&emsp;2020年入境旅游市场状况分析
- 5.3.1&emsp;入境游市场总体概况
- 5.3.2&emsp;入境旅游者构成分析
- 5.3.3&emsp;入境外国旅游者构成分析
- 5.4&emsp;2022年入境旅游市场状况分析
- 5.4.1&emsp;入境游市场总体概况
- 5.4.2&emsp;入境旅游者构成分析
- 5.4.3&emsp;入境外国旅游者构成分析
- 5.5&emsp;入境游客消费结构状况分析
- 5.5.1&emsp;入境游客花费情况抽样调查概述
- 5.5.2&emsp;入境游客在境内花费及构成情况
- 5.5.3&emsp;入境过夜游客在境内停留时间

- 5.5.4&emsp;入境游客来华（内地）次数
- 5.5.5&emsp;入境游客的行程
- 5.5.6&emsp;入境游客的流向
- 5.5.7&emsp;入境过夜游客对住宿单位的选择

## 第六章&emsp;2019-2022年生态旅游发展分析

- 6.1&emsp;生态旅游的相关概述
  - 6.1.1&emsp;生态旅游含义与产生的背景
  - 6.1.2&emsp;生态旅游的内涵与经济意义分析
  - 6.1.3&emsp;生态旅游与传统旅游的差异
  - 6.1.4&emsp;生态旅游得以发展的原因
  - 6.1.5&emsp;生态旅游的特点
  - 6.1.6&emsp;开展生态旅游的意义
- 6.2&emsp;2019-2022年中国生态旅游的发展
  - 6.2.1&emsp;生态旅游成为一种新的旅游观
  - 6.2.2&emsp;对中国生态旅游的理论研究与实践
  - 6.2.3&emsp;我国生态旅游面临的形势
  - 6.2.4&emsp;中国生态旅游要拒绝人工化
  - 6.2.5&emsp;有中国特色的生态旅游发展道路探索
- 6.3&emsp;2020年中国部分区域生态旅游发展动态
  - 6.3.1&emsp;四川省
  - 6.3.2&emsp;贵州省
  - 6.3.3&emsp;山东寿光
  - 6.3.4&emsp;江苏宝应
  - 6.3.5&emsp;河南朱仙镇
- 6.4&emsp;2022年中国部分区域生态旅游发展动态
  - 6.4.1&emsp;四川省
  - 6.4.2&emsp;青海省
  - 6.4.3&emsp;江苏省
  - 6.4.4&emsp;广西昭平
  - 6.4.5&emsp;新疆阿勒泰地区
- 6.5&emsp;2019-2022年中国部分区域生态旅游发展动态

- 6.5.1&emsp;四川省
- 6.5.2&emsp;青海省
- 6.5.3&emsp;贵州瓮安
- 6.5.4&emsp;江西上饶
- 6.5.5&emsp;甘肃陇南
- 6.6&emsp;生态旅游区建设驱动机制分析
  - 6.6.1&emsp;生态旅游区建设驱动机制概述
  - 6.6.2&emsp;生态旅游区建设的制约因素分析
  - 6.6.3&emsp;生态旅游区建设驱动&mdash;制约机制
  - 6.6.4&emsp;生态旅游区建设驱动机制的优化策略
- 6.7&emsp;生态旅游面临的问题
  - 6.7.1&emsp;生态旅游面临的困境
  - 6.7.2&emsp;中国生态旅游实践中的问题
  - 6.7.3&emsp;生态旅游存在的误区分析
  - 6.7.4&emsp;生态旅游被泛化或曲解
  - 6.7.5&emsp;生态旅游存在的相关法律问题
- 6.8&emsp;生态旅游发展建议与规划
  - 6.8.1&emsp;中国发展生态旅游的建议
  - 6.8.2&emsp;加强生态旅游区环境管理的途径
  - 6.8.3&emsp;生态旅游的可持续发展的对策
  - 6.8.4&emsp;完善我国生态旅游法律规制的对策
  - 6.8.5&emsp;生态旅游的发展与规划

## 第七章&emsp;2019-2022年黄金周旅游市场分析

- 7.1&emsp;2019-2022年中国黄金周旅游的发展现状
  - 7.1.1&emsp;2019年&ldquo;十一&rdquo;黄金周旅游市场状况
  - 7.1.2&emsp;2019年春节黄金周旅游市场状况
  - 7.1.3&emsp;2020年国庆黄金周旅游市场状况
  - 7.1.4&emsp;2020年春节黄金周旅游市场状况
  - 7.1.5&emsp;2022年国庆黄金周旅游市场状况
  - 7.1.6&emsp;2022年春节黄金周旅游市场状况
- 7.2&emsp;2022年&ldquo;十一&rdquo;黄金周部分省市旅游业的发展



7.2.1&emsp;北京

7.2.2&emsp;深圳

7.2.3&emsp;云南

7.2.4&emsp;吉林

7.2.5&emsp;安徽

7.2.6&emsp;内蒙古

7.3&emsp;2022年春节、国庆黄金周部分省市旅游业的发展

7.3.1&emsp;北京

7.3.2&emsp;山西

7.3.3&emsp;上海

7.3.4&emsp;海南

7.3.5&emsp;甘肃

7.3.6&emsp;四川

7.3.7&emsp;云南

7.4&emsp;2019-2022年春节、国庆黄金周部分省市旅游业的发展

7.4.1&emsp;北京

7.4.2&emsp;上海

7.4.3&emsp;海南

7.4.4&emsp;四川

7.4.5&emsp;云南

7.4.6&emsp;福建

7.4.7&emsp;黑龙江

7.5&emsp;黄金周旅游市场面临的问题分析

7.5.1&emsp;黄金周旅游压力大

7.5.2&emsp;黄金周旅游亟须走出“低价竞争”误区

7.5.3&emsp;黄金周旅游的主要问题

7.6&emsp;中国黄金周旅游的建议与启示

7.6.1&emsp;黄金周旅游两种现象要注意

7.6.2&emsp;把握黄金周旅游的新趋向

7.6.3&emsp;中国实行黄金周的启示

第八章&emsp;2019-2022年红色旅游发展分析

- 8.1&emsp;红色旅游相关概述
  - 8.1.1&emsp;红色旅游的概念和界定
  - 8.1.2&emsp;红色旅游资源的特点
  - 8.1.3&emsp;红色旅游的社会价值分析
- 8.2&emsp;2019-2022年中国红色旅游发展综述
  - 8.2.1&emsp;中国红色旅游业发展整体回顾
  - 8.2.2&emsp;2022年我国红色旅游发展态势良好
  - 8.2.3&emsp;2020年我国红色旅游发展分析
  - 8.2.4&emsp;2022年我国红色旅游发展现状
  - 8.2.5&emsp;我国红色旅游产业面临的新形势
- 8.3&emsp;2022年部分省市红色旅游产业分析
  - 8.3.1&emsp;安徽省
  - 8.3.2&emsp;贵州省
  - 8.3.3&emsp;河北省
  - 8.3.4&emsp;晋冀豫
  - 8.3.5&emsp;湖南张家界
  - 8.3.6&emsp;湘鄂赣
- 8.4&emsp;2022年部分省市红色旅游产业分析
  - 8.4.1&emsp;西北五省
  - 8.4.2&emsp;湖南省
  - 8.4.3&emsp;江西省
  - 8.4.4&emsp;河北省
  - 8.4.5&emsp;四川阿坝州
  - 8.4.6&emsp;福建龙岩
- 8.5&emsp;2022年部分省市红色旅游产业分析
  - 8.5.1&emsp;京津冀
  - 8.5.2&emsp;湖南湘潭
  - 8.5.3&emsp;浙江嘉兴
  - 8.5.4&emsp;贵州剑河
  - 8.5.5&emsp;安徽岳西
  - 8.5.6&emsp;宁夏自治区
- 8.6&emsp;红色旅游产业化发展分析

- 8.6.1&nbsp;红色旅游产业化的内涵
- 8.6.2&nbsp;红色旅游产业化表现形式分析
- 8.6.3&nbsp;旅行社促进红色旅游产业化发展
- 8.6.4&nbsp;红色旅游产业化发展思路
- 8.7&nbsp;红色旅游的问题分析
  - 8.7.1&nbsp;红色旅游中的主要问题
  - 8.7.2&nbsp;红色旅游缺乏严肃
  - 8.7.3&nbsp;红色旅游景区存在的问题
  - 8.7.4&nbsp;中国红色旅游发展面临障碍
  - 8.7.5&nbsp;投融资问题成红色旅游发展掣肘
- 8.8&nbsp;发展红色旅游的策略与建议
  - 8.8.1&nbsp;发展红色旅游的对策
  - 8.8.2&nbsp;打造红色旅游品牌推动红色旅游发展
  - 8.8.3&nbsp;老区建设与“红色旅游”事业相互促进
  - 8.8.4&nbsp;以社区旅游模式来推动红色旅游和谐发展
  - 8.8.5&nbsp;红色旅游需可持续发展
- 8.9&nbsp;2019-2022年红色旅游业发展规划
  - 8.9.1&nbsp;指导思想
  - 8.9.2&nbsp;基本原则
  - 8.9.3&nbsp;发展目标
  - 8.9.4&nbsp;主要任务
  - 8.9.5&nbsp;主要措施

## 第九章&nbsp;2019-2022年温泉旅游发展分析

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

- 9.3.1&emsp;全球十个城市的别致温泉
- 9.3.2&emsp;中国十大温泉度假区
- 9.3.3&emsp;&ldquo;赤城&rdquo;关外第一泉
- 9.3.4&emsp;北京昌平小汤山温泉旅游度假区
- 9.4&emsp;2019-2022年中国温泉旅游发展现状
- 9.4.1&emsp;温泉旅游渐成旅游时尚首选
- 9.4.2&emsp;我国温泉旅游业发展现状分析
- 9.4.3&emsp;同质化成温泉旅游业发展制约因素
- 9.4.4&emsp;浅析温泉旅游的发展走向
- 9.5&emsp;2019-2022年广东温泉旅游业发展分析
- 9.5.1&emsp;广东温泉旅游业发展现状概述
- 9.5.2&emsp;广东温泉旅游发展特点分析
- 9.5.3&emsp;清远市温泉旅游产业发展现状
- 9.5.4&emsp;广东温泉旅游业发展存在的不足
- 9.5.5&emsp;广东温泉旅游产业发展经验借鉴
- 9.5.6&emsp;广东温泉旅游业可持续发展的对策
- 9.5.7&emsp;广东温泉旅游的发展方向及建议
- 9.5.8&emsp;广东温泉旅游的发展趋势分析
- 9.6&emsp;2019-2022年其他地区温泉旅游发展状况
- 9.6.1&emsp;重庆
- 9.6.2&emsp;辽宁
- 9.6.3&emsp;海南
- 9.6.4&emsp;福建
- 9.6.5&emsp;甘肃通渭
- 9.6.6&emsp;河北怀来
- 9.6.7&emsp;云南保山
- 9.7&emsp;温泉旅游项目成功的关键要素
- 9.7.1&emsp;温泉发展变化
- 9.7.2&emsp;市场
- 9.7.3&emsp;定位
- 9.7.4&emsp;产品

## 第十章&emsp;2019-2022年健康旅游发展分析

### 10.1&emsp;健康旅游相关概述

#### 10.1.1&emsp;健康旅游的含义

#### 10.1.2&emsp;健康旅游概念诠释

#### 10.1.3&emsp;健康旅游的资源开发

#### 10.1.4&emsp;健康旅游主要项目

#### 10.1.5&emsp;健康旅游的意义

### 10.2&emsp;2019-2022年国外健康旅游业的发展

#### 10.2.1&emsp;世界健康旅游业的发展基础

#### 10.2.2&emsp;世界健康旅游业的发展概况

#### 10.2.3&emsp;泰国积极促进健康旅游业发展

#### 10.2.4&emsp;马来西亚推广发展健康旅游业

#### 10.2.5&emsp;西班牙发力养生旅游业

### 10.3&emsp;2019-2022年中国健康旅游业的发展

#### 10.3.1&emsp;中国健康旅游业发展方兴未艾

#### 10.3.2&emsp;中国健康旅游产品供给丰富

#### 10.3.3&emsp;中国健康旅游的市场需求

#### 10.3.4&emsp;中国健康旅游市场大有可为

### 10.4&emsp;2019-2022年海南省健康旅游业发展分析

#### 10.4.1&emsp;海南将建成国际级健康旅游目的地

#### 10.4.2&emsp;海南促进中医康复保健旅游业发展

#### 10.4.3&emsp;海南舟山市健康旅游业发展分析

#### 10.4.4&emsp;海南五指山市医疗健康旅游产业发展分析

#### 10.4.5&emsp;海南三亚在俄罗斯市场推广养生健康游

### 10.5&emsp;2019-2022年云南省健康旅游业发展分析

#### 10.5.1&emsp;云南健康旅游业的发展优势及意义

#### 10.5.2&emsp;云南腾冲全力打造健康旅游品牌

#### 10.5.3&emsp;云南保山将建成一流休闲健康旅游目的地

#### 10.5.4&emsp;云南健康旅游业的发展重点及对策

### 10.6&emsp;2019-2022年其他地区健康旅游发展概况

#### 10.6.1&emsp;广东积极促进中医药养生健康旅游业发展

#### 10.6.2&emsp;珠海发展健康旅游产业优势明显

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

## 第十一章&emsp;2019-2022年旅游小城镇发展分析

- 11.1&emsp;国外旅游小城镇的发展模式
  - 11.1.1&emsp;澳大利亚郊区城市群体发展模式
  - 11.1.2&emsp;英国郊区城市群体发展模式
  - 11.1.3&emsp;美国小城镇的管理体制概述
  - 11.1.4&emsp;世界小城镇发展的经验借鉴
- 11.2&emsp;2019-2022年中国小城镇发展现状
  - 11.2.1&emsp;小城镇发展简述
  - 11.2.2&emsp;小城镇发展的类型分析
  - 11.2.3&emsp;小城镇的发展意义分析
  - 11.2.4&emsp;中国小城镇存在的问题分析
  - 11.2.5&emsp;发展中国小城镇的策略
  - 11.2.6&emsp;我国开启绿色重点小城镇试点示范

## 11.3&nbsp;2019-2022年部分区域旅游小城镇发展概况

### 11.3.1&nbsp;英德水边镇

### 11.3.2&nbsp;内蒙古西乌旗

### 11.3.3&nbsp;云南省

### 11.3.4&nbsp;兰州阿干镇

### 11.3.5&nbsp;贵阳青岩镇

### 11.3.6&nbsp;南安九都镇

### 11.3.7&nbsp;重庆东温泉镇

## 11.4&nbsp;中国旅游小城镇建设与生态学

### 11.4.1&nbsp;旅游小城镇的优势和特色中的生态学内容

### 11.4.2&nbsp;小城镇的生态现状不容乐观

### 11.4.3&nbsp;小城镇生态建设的措施

## 11.5&nbsp;旅游小城镇的问题分析

### 11.5.1&nbsp;当前小城镇建设存在的主要问题

### 11.5.2&nbsp;中国小城镇发展制度上的制约因素

### 11.5.3&nbsp;中国小城镇发展局面亟需突破

## 11.6&nbsp;中国旅游小城镇的出路与方向

### 11.6.1&nbsp;小城镇旅游风景点的发展规划

### 11.6.2&nbsp;加速小城镇的建设与发展

### 11.6.3&nbsp;应突出都市休闲旅游特色

### 11.6.4&nbsp;努力推进生态型城镇建设进程

## 第十二章&nbsp;2019-2022年主题公园在中国的发展

### 12.1&nbsp;世界主题公园的发展历程与趋势分析

#### 12.1.1&nbsp;主题公园的定义

#### 12.1.2&nbsp;世界主题公园的产生

#### 12.1.3&nbsp;世界著名主题公园的经营管理模式分析

#### 12.1.4&nbsp;世界主题公园发展的主要特征及发展方向

### 12.2&nbsp;2019-2022年中国主题公园的发展综述

#### 12.2.1&nbsp;中国主题公园的发展历程回顾

#### 12.2.2&nbsp;中国主题公园的政策环境分析

#### 12.2.3&nbsp;中国主题公园的发展现状分析

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

### 第十三章&emsp;2019-2022年奖励旅游发展分析

- 13.1&emsp;2019-2022年奖励旅游发展概况
- 13.1.1&emsp;奖励旅游的定义
- 13.1.2&emsp;奖励旅游市场的特点
- 13.1.3&emsp;亚洲奖励旅游市场备受青睐
- 13.1.4&emsp;韩国奖励旅游业发展迅速
- 13.1.5&emsp;中国奖励旅游市场的发展状况
- 13.1.6&emsp;北京将打造成为“国际会议奖励旅游之都”
- 13.2&emsp;中国发展奖励旅游存在的问题
- 13.2.1&emsp;客户企业对奖励旅游重视不够
- 13.2.2&emsp;奖励旅游产品日趋大众化



13.2.3&emsp;税收政策的影响

13.3&emsp;中国发展奖励旅游的对策与建议

13.3.1&emsp;政府应采取扶持政策

13.3.2&emsp;旅游企业应采取创新战略

13.3.3&emsp;客户企业应注重奖励旅游的激励性

13.3.4&emsp;奖励旅游与拓展培训相结合

13.4&emsp;企业发展奖励旅游的分析

13.4.1&emsp;奖励旅游在现代企业管理的重要作用

13.4.2&emsp;奖励旅游作为奖励手段的特点

13.4.3&emsp;国内企业奖励旅游存在的问题

13.4.4&emsp;在企业中推广奖励旅游的策略

第十四章&emsp;2019-2022年其他旅游细分市场分析

14.1&emsp;工业旅游

14.1.1&emsp;发展工业旅游的意义

14.1.2&emsp;中国工业旅游发展现状概述

14.1.3&emsp;我国部分区域工业旅游示范点创建现状

14.1.4&emsp;中国工业旅游的特点与开发模式

14.1.5&emsp;中国发展工业旅游的思考

14.1.6&emsp;进一步推进工业旅游发展的建议

14.2&emsp;农业旅游

14.2.1&emsp;农业旅游是中国旅游业的新亮点

14.2.2&emsp;我国休闲农业与乡村旅游发展现状

14.2.3&emsp;西部地区发展农业旅游分析

14.2.4&emsp;我国休闲农业与乡村旅游的前景

14.2.5&emsp;高科技农业生态旅游的潜力巨大

14.2.6&emsp;促进中国农业旅游发展的途径

14.3&emsp;科技旅游

14.3.1&emsp;科技旅游成为旅游业新热点

14.3.2&emsp;科技旅游开发的意义分析

14.3.3&emsp;国外科技旅游的种类与特点分析

14.3.4&emsp;中国科技旅游的现状与存在的问题

14.3.5&emsp;中国科技旅游开发的策略分析

14.4&emsp;自驾车旅游

14.4.1&emsp;自驾车旅游概述

14.4.2&emsp;中国自驾车旅游发展的环境与条件

14.4.3&emsp;中国自驾车旅游发展的现状与趋势

14.4.4&emsp;中国自驾车旅游市场特点概述

14.4.5&emsp;中国自驾车旅游存在的问题及建议

第十五章&emsp;2019-2022年旅游业市场细分与消费者分析

15.1&emsp;旅游业的市场细分

15.1.1&emsp;中国旅游业缺乏市场细分

15.1.2&emsp;市场细分满足了旅游消费者的消费需求

15.1.3&emsp;旅游产品开发的创新也要求市场细分

15.2&emsp;我国部分旅游市场细分及消费者分析

15.2.1&emsp;商务旅游市场细分及消费者分析

15.2.2&emsp;民俗旅游市场细分及消费者分析

15.2.3&emsp;女性旅游消费市场现状浅析

15.2.4&emsp;大学生旅游市场现状分析

15.3&emsp;第四代旅游与民族文化

15.3.1&emsp;第四代旅游的产生

15.3.2&emsp;国内外民俗文化旅游开发的模式

15.3.3&emsp;民俗文化旅游开发的原则

15.3.4&emsp;民俗文化旅游开发的内容选择

15.4&emsp;旅游消费者类型分析

15.4.1&emsp;观光型旅游者

15.4.2&emsp;娱乐消遣型旅游者

15.4.3&emsp;度假保健型旅游者

15.4.4&emsp;文化教育型旅游者

15.4.5&emsp;宗教型旅游者

15.4.6&emsp;寻根、探亲、访友型旅游者

15.4.7&emsp;购物型旅游者

15.4.8&emsp;商务/公务型旅游者

- 15.4.9&nbsp;生态/探险型旅游者
- 15.5&nbsp;体验经济时代的旅游消费者行为特点
  - 15.5.1&nbsp;旅游消费者需求层次向高端转移
  - 15.5.2&nbsp;情感需求的比重增加
  - 15.5.3&nbsp;个性化产品和服务越来越受欢迎
  - 15.5.4&nbsp;从注重产品本身转移到注重接受产品时的感受
  - 15.5.5&nbsp;旅游对文化旅游产品的需求上升
  - 15.5.6&nbsp;绿色旅游需求的呼声越来越高
- 15.6&nbsp;游客的旅游地选择与购买决策模型分析
  - 15.6.1&nbsp;游客的旅游地选择与决策的过程
  - 15.6.2&nbsp;影响游客的旅游地选择与决策的主要因素
  - 15.6.3&nbsp;案例分析
- 15.7&nbsp;旅游需求的定量分析方法
  - 15.7.1&nbsp;高峰期需求测定
  - 15.7.2&nbsp;空间面积来度量拥挤程度
  - 15.7.3&nbsp;限度评估法
  - 15.7.4&nbsp;摄像与问卷结合法
- 15.8&nbsp;影响城市居民国内旅游需求的因素
  - 15.8.1&nbsp;城市居民旅游需求概述
  - 15.8.2&nbsp;城市居民国内旅游需求影响因素指标的选择
  - 15.8.3&nbsp;城市居民国内旅游需求影响因素的量化研究
- 15.9&nbsp;2019-2022年中国旅游消费市场的流行趋势
  - 15.9.1&nbsp;游客逐渐分化呈现多个层次
  - 15.9.2&nbsp;漫游式度假休闲渐成大趋势
  - 15.9.3&nbsp;在线规划使出行意识更成熟
  - 15.9.4&nbsp;文化宗教类项目成为新主题

## 第十六章&nbsp;2019-2022年旅游产业的电子运用以及网络构建

- 16.1&nbsp;电子信息技术在中国旅游业的发展探讨
  - 16.1.1&nbsp;旅游电子商务概述
  - 16.1.2&nbsp;电子信息技术在旅游业中的运用
  - 16.1.3&nbsp;电子信息技术在旅游业的运用现状分析

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

## 第十七章&nbsp;旅游类上市公司经营状况分析

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

- 17.3.1&emsp;企业发展概况
- 17.3.2&emsp;经营效益分析
- 17.3.3&emsp;业务经营分析
- 17.3.4&emsp;财务状况分析
- 17.3.5&emsp;未来前景展望
- 17.4&emsp;丽江玉龙旅游股份有限公司
- 17.4.1&emsp;企业发展概况
- 17.4.2&emsp;经营效益分析
- 17.4.3&emsp;业务经营分析
- 17.4.4&emsp;财务状况分析
- 17.4.5&emsp;未来前景展望
- 17.5&emsp;桂林旅游股份有限公司
- 17.5.1&emsp;企业发展概况
- 17.5.2&emsp;经营效益分析
- 17.5.3&emsp;业务经营分析
- 17.5.4&emsp;财务状况分析
- 17.5.5&emsp;未来前景展望
- 17.6&emsp;上市公司财务比较分析
- 17.6.1&emsp;盈利能力分析
- 17.6.2&emsp;成长能力分析
- 17.6.3&emsp;营运能力分析
- 17.6.4&emsp;偿债能力分析

## 第十八章&emsp;国内旅游资源介绍

- 18.1&emsp;中国主要地区的旅游资源
- 18.1.1&emsp;西南市场
- 18.1.2&emsp;华东市场
- 18.1.3&emsp;东北市场
- 18.1.4&emsp;华南市场
- 18.1.5&emsp;华北市场
- 18.1.6&emsp;西北市场
- 18.2&emsp;国内典型旅游景点分析

- 18.2.1&emsp;历史文化类
- 18.2.2&emsp;海滨旅游区
- 18.2.3&emsp;自然风景游览区
- 18.3&emsp;其他个性景点介绍
- 18.3.1&emsp;杭州未来世界
- 18.3.2&emsp;深圳微缩景区&mdash;&mdash;锦绣中华
- 18.3.3&emsp;丰都鬼文化主题乐园

## 第十九章&emsp;2019-2022年旅游业竞争分析

- 19.1&emsp;2019-2022年中国旅游业的国际竞争力分析
- 19.1.1&emsp;中国旅游国际竞争力的整体水平概述
- 19.1.2&emsp;中国旅游业参与国际竞争的优势分析
- 19.1.3&emsp;中国旅游业参与国际竞争的劣势分析
- 19.1.4&emsp;中国旅游业全球竞争力排名情况
- 19.2&emsp;2019-2022年中国旅游业市场竞争概况
- 19.2.1&emsp;中国旅游业产业竞争力的现状分析
- 19.2.2&emsp;中国旅游市场价格竞争过度
- 19.2.3&emsp;旅游市场进入个性化竞争时代
- 19.2.4&emsp;旅游业对外放开旅行社步入品牌竞争时代
- 19.3&emsp;旅游业的人才竞争探讨
- 19.3.1&emsp;旅游业人才竞争的层次
- 19.3.2&emsp;旅游业人才竞争的特点
- 19.3.3&emsp;旅游业人才竞争策略
- 19.4&emsp;中国旅游业的竞争战略
- 19.4.1&emsp;中国内资旅行社的市场竞争战略
- 19.4.2&emsp;旅游文化是中国旅游业参与国际竞争的关键
- 19.4.3&emsp;价格在内地旅游最具竞争力
- 19.4.4&emsp;应增强旅游业和企业的竞争力
- 19.4.5&emsp;科技成为旅游业未来的竞争力

## 第二十章&emsp;2019-2022年旅游业的产业链构成及价值分析

- 20.1&emsp;旅游产业链概述

- 20.1.1&emsp;旅游产业链的内涵
- 20.1.2&emsp;旅游产业链上各群体利益相连
- 20.1.3&emsp;会展旅游产业链的介绍
- 20.1.4&emsp;旅游产业链各体需协调发展
- 20.2&emsp;2019-2022年各区域大力打造旅游产业链
- 20.2.1&emsp;北京积极促进完整的旅游产业链形成
- 20.2.2&emsp;黄山大力发展旅游综合体延长产业链
- 20.2.3&emsp;烟台旅游深化产业链打造旅游集散地
- 20.2.4&emsp;河北张家口拓展冰雪旅游产业链
- 20.2.5&emsp;吉林省重点打造旅游完整产业链
- 20.2.6&emsp;扬州市大力完善旅游产业多链条
- 20.2.7&emsp;湖北恩施州推进旅游产业链建设
- 20.3&emsp;商旅产业链及进入模式探究
- 20.3.1&emsp;商务旅游概述
- 20.3.2&emsp;商务旅游市场需求
- 20.3.3&emsp;商务旅游的供给
- 20.3.4&emsp;商务旅游市场的竞争
- 20.3.5&emsp;进入商旅市场的切入点及盈利模式剖析
- 20.4&emsp;优化中部地区旅游产业链的思路
- 20.4.1&emsp;旅游产业链的特征
- 20.4.2&emsp;中部地区旅游产业链存在的问题及成因
- 20.4.3&emsp;中部地区打造旅游产业链的路径选择
- 20.5&emsp;我国旅游产业链发展的问题及对策
- 20.5.1&emsp;国内旅游产业链发展存在的不足
- 20.5.2&emsp;构建旅游产业链的政策措施
- 20.5.3&emsp;旅游产业链发展的建议
- 20.5.4&emsp;构建旅游产业链的思路
- 第二十一章&emsp;2019-2022年旅游业的商业模式分析
- 21.1&emsp;旅游业的商业模式
- 21.1.1&emsp;旅游供给模式
- 21.1.2&emsp;旅游商业形态
- 21.1.3&emsp;旅游产业组织

- 21.2&nbsp;网络旅游市场的商业模式
  - 21.2.1&nbsp;解析中国邮政网络旅游运作的商业模式
  - 21.2.2&nbsp;我国在线旅游市场亟需商业模式的创新
  - 21.2.3&nbsp;团购为在线旅游提供新的商业模式
- 21.3&nbsp;周庄旅游业商业模式的创新探究
  - 21.3.1&nbsp;商业冲动与文化底蕴的完美交融
  - 21.3.2&nbsp;水乡情结下商业价值与文化期待的艰难平衡
  - 21.3.3&nbsp;未来商业模式的创新与品牌价值的重塑
- 21.4&nbsp;解析主题公园市场化的商业运作模式
  - 21.4.1&nbsp;国内外主题公园的SWOT分析
  - 21.4.2&nbsp;中国主题公园的盈利模式
  - 21.4.3&nbsp;主题公园市场化运作的商业设计步骤
- 21.5&nbsp;景区的商业模式设计分析
  - 21.5.1&nbsp;景区的商业模式
  - 21.5.2&nbsp;景区商业模式设计存在的弊端
- 第二十二章&nbsp;2019-2022年中国旅游业的信息化发展分析
  - 22.1&nbsp;信息化对旅游产业发展的意义
    - 22.1.1&nbsp;旅游业是信息密集型产业
    - 22.1.2&nbsp;信息化保持旅游业可持续发展
    - 22.1.3&nbsp;实现旅游经营管理现代化的重要途径
    - 22.1.4&nbsp;拓展了现代旅游业的市场化国际化功能
    - 22.1.5&nbsp;信息化成为旅游转型升级的关键
  - 22.2&nbsp;2019-2022年旅游业信息化发展分析
    - 22.2.1&nbsp;我国旅游信息化的发展状况
    - 22.2.2&nbsp;我国旅游业正向“智慧旅游”转型
    - 22.2.3&nbsp;我国旅游信息化面临的形势
    - 22.2.4&nbsp;旅游信息化发展的制约因素
    - 22.2.5&nbsp;我国旅游信息化的发展规划
  - 22.3&nbsp;2019-2022年各地区旅游信息化建设情况
    - 22.3.1&nbsp;四川省
    - 22.3.2&nbsp;广西壮族自治区
    - 22.3.3&nbsp;湖南省



- 22.3.4&emsp;海南省
- 22.3.5&emsp;贵州省
- 22.3.6&emsp;重庆市
- 22.4&emsp;解析国内旅游产业信息化的服务需求
  - 22.4.1&emsp;个性化旅游需要信息咨询服务
  - 22.4.2&emsp;旅游电子商务亟需综合服务平台
  - 22.4.3&emsp;联盟化经营需要大网络支持
- 22.5&emsp;旅游行业信息化发展对策
  - 22.5.1&emsp;加快我国旅游业信息化发展的策略
  - 22.5.2&emsp;旅游企业信息化的发展建议
  - 22.5.3&emsp;旅游企业信息化服务模式探究
  - 22.5.4&emsp;国家为发展旅游信息化的保障措施
- 第二十三章&emsp;旅游业的投资分析
  - 23.1&emsp;投资形势分析
    - 23.1.1&emsp;中国旅游业投资规模稳定增长
    - 23.1.2&emsp;我国旅游项目的投资特点
    - 23.1.3&emsp;我国地方旅游投资势头强劲
    - 23.1.4&emsp;我国旅游市场资本表现活跃
  - 23.2&emsp;行业投资特性
    - 23.2.1&emsp;旅游业投资的特点分析
    - 23.2.2&emsp;行业的赢利性分析
    - 23.2.3&emsp;中国发展旅游产业基金的问题与风险
    - 23.2.4&emsp;旅游业进入壁垒分析
  - 23.3&emsp;投资机遇分析
    - 23.3.1&emsp;国际化机遇
    - 23.3.2&emsp;市场需求机遇
    - 23.3.3&emsp;交通支撑机遇
    - 23.3.4&emsp;转型升级机遇
  - 23.4&emsp;投资误区及建议
    - 23.4.1&emsp;中国旅游业投资存在的误区
    - 23.4.2&emsp;中国旅游业投资加快的建议
    - 23.4.3&emsp;新时期中国旅游业投资的思考

23.4.4&emsp;中国旅游业的投资方向和投资重点

23.5&emsp;基于可持续发展的旅游投资决策

23.5.1&emsp;旅游投资的战略决策

23.5.2&emsp;旅游投资的项目决策

23.5.3&emsp;基于可持续发展的旅游投资效益

第二十四章&emsp;旅游业的发展前景与趋势预测分析

24.1&emsp;全球旅游业发展前景展望

24.1.1&emsp;全球旅游业前景乐观

24.1.2&emsp;全球旅游业发展预测

24.1.3&emsp;新兴经济体旅游业将快速增长

24.1.4&emsp;亚太地区旅游业将强劲发展

24.2&emsp;中国旅游业发展前景展望

24.2.1&emsp;中国旅游业正处于重大机遇期

24.2.2&emsp;我国旅游市场需求将继续增长

24.2.3&emsp;中国旅游业国际市场前景看好

24.3&emsp;2023-2029年中国旅游业预测分析

24.3.1&emsp;2023-2029年国内旅游人数预测

24.3.2&emsp;2023-2029年入境旅游人数预测

24.3.3&emsp;2023-2029年旅游总收入预测

24.3.4&emsp;2023-2029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：2019-2022年七国集团GDP增长率

图表：2019-2022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：2019-2022年国内生产总值增长速度（累计同比）

图表：2019-2022年国内生产总值增长速度（累计同比）

图表：2019-2022年规模以上工业增加值增速（月度同比）

图表：2019-2022年固定资产投资（不含农户）增速（累计同比）

图表：2019-2022年居民消费价格上涨情况（月度同比）

图表：2019-2022年工业生产者出厂价格涨跌情况（月度同比）

图表：2019-2022年农村居民人均收入实际增长速度（累计同比）

图表：2019-2022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/202305/364925.html>