

2020-2026年中国旅游行业 分析与战略咨询报告

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

《2020-2026年中国旅游行业分析与战略咨询报告》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/202007/175845.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

旅游成为中国经济发展的重要推动力之一。如今，旅游产业已进入大发展时期，旅游业对中国经济和就业的综合贡献率已超过 10%，是推动中国经济转型的重要抓手，初步测算，17 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 2,825 万人，旅游直接和间接就业 7,990 万人，占全国就业总人口的 10.28%。2015 年我国服务业增加值占 GDP 的比重达 50.2%，首次过半，2017 年年服务业增加值占 GDP 的比重稳步提升，占比达到 51.63%，2017 年全年最终消费支出对国内生产总值增长的贡献率为 58.8%。1990-2017 年中国服务业增加值占 GDP 比重走势“十三五”期间旅游业综合贡献度

中企顾问网发布的《2020-2026 年中国旅游行业分析与战略咨询报告》共八章。首先介绍了中国旅游行业市场发展环境、旅游整体运行态势等，接着分析了中国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，最后分析了中国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中国旅游行业，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.1章：旅游业市场发展分析

1.1全球旅游市场发展分析

1.1.1全球国际旅游人数分析

1.1.2全球国际旅游收入分析

1.1.3全球国际旅游支出排行

1.1.4全球领先旅游业企业发展分析

（1）美国胜腾旅游集团

1) 企业发展简况

2) 企业主要业务分析

3) 企业市场地位分析

4) 企业经营情况分析

（2）万豪国际集团

- 1) 企业发展简况
- 2) 企业主要业务分析
- 3) 企业市场地位分析
- 4) 企业经营情况分析
- 5) 企业最新发展动向

(3) 喜达屋集团

- 1) 企业发展简况
- 2) 企业主要业务分析
- 3) 企业市场地位分析
- 4) 企业经营情况分析
- 5) 企业最新发展动向

(4) 瑞士旅业集团 (Kuoni)

- 1) 企业发展简况
- 2) 企业主要业务分析
- 3) 企业市场地位分析
- 4) 企业经营情况分析

1.2中国国内旅游市场发展分析

1.2.1旅游业界定

1.2.2中国国内旅游概况

(1) 国内旅游人数“十三五”期间国内旅游人次、入境旅游人次、出境旅游人次及年增增速情况

(2) 国内旅游收入“十三五”期间旅游业总收入、旅游投资规模及年均增速

(3) 国内旅游人均花费

1.2.3国内旅游的发展特征

(1) 节假日旅游进一步集中

(2) 一日游占主导地位

(3) 观光游仍是主体

(4) 区域旅游热点更加凸显

1.2.4中国国内旅游市场发展预测

1.3旅游业发展环境分析

1.3.1旅游业政策环境分析

(1) 国家支持旅游业发展

- (2) 国家支持西部地区旅游业发展
- (3) 国家扩大内需政策推动旅游市场规模扩大

1.3.2旅游业经济环境分析

(1) 国际经济环境分析

- 1) 国际经济现状
- 2) 2018年预测
- 3) 国际经济对国内旅游业的影响

(2) 国内经济环境分析

- 1) 宏观经济运行情况
- 2) 宏观经济走势预测
- 3) 国内经济对旅游业的影响

1.3.3旅游业社会环境分析

(1) 法定节假日和带薪假期实施

(2) 人口年龄结构

(3) 社会结构

1.4中国入境旅游市场发展分析

1.4.1中国入境旅游概况

- (1) 入境旅游接待人数
- (2) 入境旅游外汇收入

1.4.2入境旅游主要特点

- (1) 入境游客以港澳台同胞为主
- (2) 入境外国游客以亚欧人为主
- (3) 入境外国游客以男性为主
- (4) 旅游目的以观光休闲和商务会议为主
- (5) 入境游客年龄主要在25-65岁之间

1.4.3入境旅游市场发展预测

1.5中国出境旅游市场发展分析

1.5.1中国出境旅游概况

1.5.2出境旅游目的地概况

- (1) 已开放的出境旅游目的地
- (2) 出境旅游中的热门目的地

1.5.3网民出境旅游意向调查

1.5.4出境旅游市场发展预测

1.6中国黄金周旅游市场发展分析

1.6.1十一黄金周旅游市场发展分析

(1) 十一黄金周旅游人数

(2) 十一黄金周旅游收入

1.6.2春节黄金周旅游市场发展分析

(1) 春节黄金周旅游人数

(2) 春节黄金周旅游收入

1.7中国旅游业“走出去”机遇分析

1.7.1旅游子行业海外市场扩张现状

(1) 旅游景区海外市场扩张现状

(2) 酒店业海外市场扩张现状

(3) 餐饮业海外市场扩张现状

(4) 旅行社海外市场扩张现状

1.7.2旅游业海外扩张存在问题

1.7.3未来海外市场前景展望

1.7.4行业海外扩张对策建议

1.8高铁建设对旅游业影响分析

1.8.1全球掀起高铁建设热潮

1.8.2中国高铁建设情况

(1) 高铁建设规划

(2) 高铁建设进展

1.8.3云贵高铁开通对旅游业的影响

1.8.4高铁对中国旅游业影响的路径分析

(1) 高铁的比较优势分析

(2) 高铁对旅游业影响的国外案例分析

(3) 高铁对中国旅游业的直接影响

(4) 高铁对中国旅游业的间接影响

第2章：互联网+旅游解决方案深度研究与案例分析

2.1互联网+旅游景区硬件产品分析

2.1.1闸机系列

2.1.2云终端系列+手持机系列

2.1.3自助服务终端

2.1.4其他设备

2.2互联网+旅游景区软件产品分析

2.2.1智慧景区

2.2.2营销

2.2.3安防

2.2.4决策

2.2.5其它

2.3互联网+旅游目的地O2O平台架构

2.3.1线上直销

(1) 官方电商平台

(2) 淘宝去啊

(3) 去哪儿

2.3.2线上分销

(1) OTA

(2) MTA

(3) 团购网

2.3.3线下分销

(1) 自助售票点

(2) 旅行社

(3) 出租车

(4) 酒店/客栈

2.3.4移动端营销

(1) 百度直达号

(2) 微信服务号

(3) 淘宝码上游

(4) 官方微电商

2.3.5产品中心

(1) 标准单品

(2) 组合产品

(3) 其它定制型产品景点

2.3.6决策中心

- (1) 在线客服
- (2) 旅游顾问
- (3) 呼叫中心
- (4) 代销点
- (5) 自主服务点
- (6) 导服团队

2.3.7管理中心

- (1) 管理云应用
- (2) 智慧管理系统

2.3.8服务中心

- (1) 移动端应用
- (2) WEB端应用
- (3) 指挥大屏应用
- (4) 区域大数据应用

2.4互联网+旅游公众服务支撑平台建设

2.4.1产品服务

2.4.2成功案例

2.4.3分销平台

2.4.4招商合作

2.5政府层面的旅游平台建设

2.5.1国家智慧旅游公共服务平台架构及定位

- (1) 旅游产业运行监管平台
- (2) 国家旅游大数据集成平台
- (3) 多语种的旅游形象推广平台
- (4) 旅游公共信息发布与资讯平台
- (5) 全国景区门票预约与客流预警平台

2.5.2各省市（自治区）智慧旅游平台建设

- (1) 四川智慧旅游平台建设
- (2) 江苏智慧旅游平台建设
- (3) 福建智慧旅游平台建设
- (4) 云南智慧旅游平台建设

(5) 陕西智慧旅游平台建设

(6) 安徽智慧旅游平台建设

(7) 其它省市慧旅游平台建设

2.6企业层面的旅游平台案例分析

2.6.1芝麻游智慧旅游分销平台

(1) 平台的定位与优势

(2) 平台的功能与架构

(3) 平台的产品及服务

(4) 平台客户及合作伙伴

2.6.2上海联通“智慧沃游”平台

(1) 平台的定位与优势

(2) 平台的功能与架构

(3) 平台的产品及服务

(4) 平台客户及合作伙伴

2.6.3互联网+“江苏智慧旅游大平台

(1) 平台的定位与优势

(2) 平台的功能与架构

(3) 平台的产品及服务

(4) 平台客户及合作伙伴

2.6.4中智云游智慧旅游平台

(1) 平台定位及功能

(2) 产品及解决方案

(3) 客户及合作伙伴

2.6.5票付通智慧旅游平台

(1) 平台定位及功能

(2) 平台的产品及服务

(3) 平台客户及合作伙伴

(4) 平台的应用场景分析

第3章：互联网+旅游成功案例深度解析

3.1蜀冈瘦西湖风景名胜区

3.1.1互联网+智慧景区建设背景

3.1.2互联网+智慧景区创新举措

- (1) 管理方式创新
- (2) 服务内容创新
- (3) 营销模式创新
- (4) 产品设计创新
- (5) 市场推广创新

3.1.3互联网+智慧景区建设效果

3.1.4互联网+智慧景区经验借鉴

3.2中国黄山风景名胜区

3.2.1互联网+智慧景区建设背景

3.2.2互联网+智慧景区创新举措

- (1) 管理方式创新
- (2) 服务内容创新
- (3) 营销模式创新
- (4) 产品设计创新
- (5) 市场推广创新

3.2.3互联网+智慧景区建设效果

3.2.4互联网+智慧景区经验借鉴

3.3杭州西湖风景名胜区

3.3.1互联网+智慧景区建设背景

3.3.2互联网+智慧景区创新举措

- (1) 管理方式创新
- (2) 服务内容创新
- (3) 营销模式创新
- (4) 产品设计创新
- (5) 市场推广创新

3.3.3互联网+智慧景区建设效果

3.3.4互联网+智慧景区经验借鉴

3.4寨沟风景名胜区

3.4.1互联网+智慧景区建设背景

3.4.2互联网+智慧景区创新举措

- (1) 管理方式创新

(2) 服务内容创新

(3) 营销模式创新

(4) 产品设计创新

(5) 市场推广创新

3.4.3互联网+智慧景区建设效果

3.4.4互联网+智慧景区经验借鉴

3.5厦门市鼓浪屿风景名胜区

3.5.1互联网+智慧景区建设背景

3.5.2互联网+智慧景区创新举措

(1) 管理方式创新

(2) 服务内容创新

(3) 营销模式创新

(4) 产品设计创新

(5) 市场推广创新

3.5.3互联网+智慧景区建设效果

3.5.4互联网+智慧景区经验借鉴

第4章：中国旅游业子所属行业发展分析

4.1旅游景区发展分析

4.1.1旅游景区基本情况

4.1.2旅游景区数量规模

4.1.3旅游景区经营情况

(1) 接待游客数量

(2) 营业收入规模

(3) 门票收入情况

(4) 新兴旅游景区发展情况

4.1.4旅游景区结构特征

4.2酒店业发展分析

4.2.1星级酒店发展分析

(1) 星级酒店数量规模

(2) 星级酒店构成情况

(3) 星级酒店收入规模

- (4) 星级酒店经营状况
- (5) 重点旅游城市酒店经营情况
- (6) 星级酒店运行特点总结
- 4.2.2 中国酒店业品牌格局
- 4.2.3 经济型连锁酒店发展分析
 - (1) 经济型酒店数量规模
 - (2) 经济型酒店市场规模
 - (3) 经济型酒店区域分布
 - (4) 经济型酒店价格分布
 - (5) 经济型酒店市场格局
- 4.2.4 中国酒店业发展趋势
- 4.3 餐饮业发展分析
 - 4.3.1 餐饮业发展概况
 - 4.3.2 餐饮业集中度分析
 - 4.3.3 餐饮百强企业经营分析
 - 4.3.4 餐饮业发展趋势
- 4.4 旅行社发展分析
 - 4.4.1 旅游社发展概况
 - (1) 行业发展规模
 - (2) 行业经营状况
 - 4.4.2 旅行社业务分析
 - (1) 旅行社业务结构分析
 - (2) 入境旅游业务分析
 - (3) 国内旅游业务分析
 - (4) 出境旅游业务分析
 - 4.4.3 旅行社总体结构分析
 - (1) 旅行社区域分布
 - (2) 旅行社经营状况
 - (3) 旅行社类别分布
 - 4.4.4 旅行社行业转型分析
 - (1) 旅行社行业发展阶段
 - (2) 旅行社行业分工体系

(3) 旅行社行业集中度

(4) 旅行社行业盈利能力

4.4.5 国际旅行社的发展借鉴

(1) 国际旅行社以“垂直分工”为主的多样化分工体系

(2) 欧美旅行社的一体化进程

(3) 国际成功旅行社“抓两头，带中间”的基本模式

第5章：中国旅游市场消费格局及业态发展分析

5.1 城乡居民旅游消费分析

5.1.1 城乡居民收入分析

(1) 城乡居民收入情况

(2) 居民收入与旅游消费相关性分析

5.1.2 城乡居民旅游消费分析

(1) 城乡居民出游率变化

(2) 城乡居民人均旅游消费情况

(3) 城乡居民出游目的分析

5.2 旅游市场消费格局

5.2.1 旅游市场总体消费格局

(1) 旅游市场高、中、低端协同发展

(2) 高、中、低端旅游市场特点及细分市场情况

5.2.2 高端旅游市场分析

(1) 度假游市场分析

(2) 出境旅游市场分析

(3) 商务会展游市场分析

5.2.3 中端旅游市场分析

(1) 休闲度假游市场分析

(2) 自驾游市场分析

(3) 自由行市场分析

5.2.4 低端旅游市场分析

5.3 旅游业业态发展分析

5.3.1 旅游业业态发展总体趋势

(1) 传统业态升级

(2) 新业态快速成长

5.3.2 高端旅游市场业态发展分析

(1) 传统业态——高星级酒店发展分析

(2) 新业态——邮轮旅游发展分析

(3) 新业态——免税业发展分析

5.3.3 中端旅游市场业态发展分析

(1) 传统业态——传统景区发展分析

(2) 新业态——自由行业务发展分析

(3) 新业态——旅游文化演艺发展分析

5.3.4 低端旅游市场业态发展分析

(1) 传统业态——传统景区发展分析

(2) 新业态——经济型酒店发展分析

第6章：中国城市旅游发展分析

6.1 城市旅游总体状况

6.2 北京市旅游业发展分析

6.2.1 北京市旅游消费分析

(1) 北京市入境游发展情况

(2) 北京市国内游发展情况

6.2.2 北京市旅游景区发展分析

(1) 北京市旅游资源分类

(2) 北京市游客旅游消费倾向

(3) 北京市旅游资源优势分析

(4) 北京市旅游景区价格分析

(5) 北京市旅游景区经营分析

(6) 北京市城市旅游营销分析

6.2.3 北京市旅行社发展分析

6.2.4 北京市旅游业配套市场分析

(1) 北京市住宿市场分析

(2) 北京市餐饮市场分析

(3) 北京市交通情况分析

(4) 北京市旅游信息服务市场分析

- (5) 北京市娱乐市场分析
- 6.2.5 北京市旅游市场综合评价
- 6.2.6 北京市旅游发展规划
- 6.3 上海市旅游业发展分析
 - 6.3.1 上海市旅游消费分析
 - (1) 上海市游客总量及结构
 - (2) 上海市旅游收入及结构
 - 6.3.2 上海市旅游景区发展分析
 - (1) 上海市旅游资源分类
 - (2) 上海市游客旅游消费倾向
 - (3) 上海市旅游资源优势分析
 - (4) 上海市旅游景区价格分析
 - (5) 上海市旅游景区经营分析
 - (6) 上海市城市旅游营销分析
 - 6.3.3 上海市旅行社发展分析
 - 6.3.4 上海市旅游业配套市场分析
 - (1) 上海市住宿市场分析
 - (2) 上海市餐饮市场分析
 - (3) 上海市交通情况分析
 - (4) 上海市旅游信息服务市场分析
 - (5) 上海市娱乐市场分析
 - 6.3.5 上海市旅游市场综合评价
 - 6.3.6 上海市旅游发展规划
- 6.4 广州市旅游业发展分析
 - 6.4.1 广州市旅游消费分析
 - 6.4.2 广州旅游景区发展分析
 - (1) 广州市旅游资源分类
 - (2) 广州市游客旅游消费倾向
 - (3) 广州市旅游资源优势分析
 - (4) 广州市旅游景区价格分析
 - (5) 广州市旅游景区经营分析
 - (6) 广州市城市旅游营销分析

6.4.3广州市旅行社发展分析

6.4.4广州市旅游业配套市场分析

- (1) 广州市住宿市场分析
- (2) 广州市餐饮市场分析
- (3) 广州市交通情况分析
- (4) 广州市旅游信息服务市场分析
- (5) 广州市娱乐市场分析

6.4.5广州市旅游市场综合评价

6.4.6广州市旅游发展规划

6.5深圳市旅游业发展分析

6.5.1深圳市旅游消费分析

6.5.2深圳市旅游景区发展分析

- (1) 深圳市旅游资源分类
- (2) 深圳市游客旅游消费倾向
- (3) 深圳市旅游资源优势分析
- (4) 深圳市旅游景区价格分析
- (5) 深圳市旅游景区经营分析
- (6) 深圳市城市旅游营销分析

6.5.3深圳市旅游业配套市场分析

- (1) 深圳市住宿市场分析
- (2) 深圳市餐饮市场分析
- (3) 深圳市交通情况分析
- (4) 深圳市旅游信息服务市场分析
- (5) 深圳市娱乐市场分析

6.5.4深圳市旅游市场综合评价

6.5.5深圳市旅游发展规划

6.6杭州市旅游业发展分析

6.6.1杭州市旅游消费分析

6.6.2杭州市旅游景区发展分析

- (1) 杭州市旅游资源分类
- (2) 杭州市游客旅游消费倾向
- (3) 杭州市旅游资源优势分析

- (4) 杭州市旅游景区价格分析
- (5) 杭州市旅游景区经营分析
- (6) 杭州市城市旅游营销分析
- 6.6.3 杭州市旅行社发展分析
- 6.6.4 杭州市旅游业配套市场分析
 - (1) 杭州市住宿市场分析
 - (2) 杭州市餐饮市场分析
 - (3) 杭州市交通情况分析
 - (4) 杭州市旅游信息服务市场分析
 - (5) 杭州市娱乐市场分析
- 6.6.5 杭州市旅游市场综合评价
- 6.6.6 杭州市旅游发展规划
- 6.7 重庆市旅游业发展分析
 - 6.7.1 重庆市旅游消费分析
 - (1) 重庆市旅游总体情况
 - (2) 国内旅游发展情况
 - (3) 入境旅游发展情况
 - 6.7.2 重庆市旅游景区发展分析
 - (1) 重庆市旅游资源分类
 - (2) 重庆市游客旅游消费倾向
 - (3) 重庆市旅游资源优势分析
 - (4) 重庆市旅游景区价格分析
 - (5) 重庆市旅游景区经营分析
 - (6) 重庆市城市旅游营销分析
 - 6.7.3 重庆市旅行社发展分析
 - 6.7.4 重庆市旅游业配套市场分析
 - (1) 重庆市住宿市场分析
 - (2) 重庆市餐饮市场分析
 - (3) 重庆市交通情况分析
 - (4) 重庆市旅游信息服务市场分析
 - (5) 重庆市娱乐市场分析
 - 6.7.5 重庆市旅游市场综合评价

6.7.6重庆市旅游发展规划

6.8西安市旅游业发展分析

6.8.1西安市旅游消费分析

6.8.2西安市旅游景区发展分析

(1) 西安市旅游资源分类

(2) 西安市游客旅游消费倾向

(3) 西安市旅游资源优势分析

(4) 西安市旅游景区价格分析

(5) 西安市旅游景区经营分析

(6) 西安市城市旅游营销分析

6.8.3西安市旅行社发展分析

6.8.4西安市旅游业配套市场分析

(1) 西安市住宿市场分析

(2) 西安市餐饮市场分析

(3) 西安市交通情况分析

(4) 西安市旅游信息服务市场分析

(5) 西安市娱乐市场分析

6.8.5西安市旅游市场综合评价

6.8.6西安市旅游发展规划

第7章：中国领先旅游业企业经营分析

7.1旅游业企业总体状况

7.2领先旅游业企业经营分析

7.2.1中国国旅股份有限公司经营分析

(1) 企业发展简况分析

(2) 主要经济指标分析

(3) 企业盈利能力分析

(4) 企业运营能力分析

(5) 企业偿债能力分析

(6) 企业发展能力分析

7.2.2中青旅控股股份有限公司经营分析

(1) 企业发展简况分析

- (2) 主要经济指标分析
- (3) 企业盈利能力分析
- (4) 企业运营能力分析
- (5) 企业偿债能力分析
- (6) 企业发展能力分析

7.2.3香港中旅国际投资有限公司经营分析

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 主要经济指标分析
- (3) 企业盈利能力分析
- (4) 企业运营能力分析
- (5) 企业偿债能力分析
- (6) 企业发展能力分析

7.2.4深圳华侨城股份有限公司经营分析

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 主要经济指标分析
- (3) 企业盈利能力分析
- (4) 企业运营能力分析
- (5) 企业偿债能力分析
- (6) 企业发展能力分析

7.2.5北京首旅酒店（集团）股份有限公司经营分析

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 主要经济指标分析
- (3) 企业盈利能力分析
- (4) 企业运营能力分析
- (5) 企业偿债能力分析
- (6) 企业发展能力分析

7.2.6黄山旅游发展股份有限公司经营分析

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 主要经济指标分析
- (3) 企业盈利能力分析
- (4) 企业运营能力分析
- (5) 企业偿债能力分析

(6) 企业发展能力分析

7.2.7 云南旅游股份有限公司经营分析

(1) 企业发展简况分析

(2) 主要经济指标分析

(3) 企业盈利能力分析

(4) 企业运营能力分析

(5) 企业偿债能力分析

(6) 企业发展能力分析

7.2.8 峨眉山旅游股份有限公司经营分析

(1) 企业发展简况分析

(2) 主要经济指标分析

(3) 企业盈利能力分析

(4) 企业运营能力分析

(5) 企业偿债能力分析

(6) 企业发展能力分析

7.2.9 西安旅游股份有限公司经营分析

(1) 企业发展简况分析

(2) 主要经济指标分析

(3) 企业盈利能力分析

(4) 企业运营能力分析

(5) 企业偿债能力分析

(6) 企业发展能力分析

7.2.10 桂林旅游股份有限公司经营分析

(1) 企业发展简况分析

(2) 主要经济指标分析

(3) 企业盈利能力分析

(4) 企业运营能力分析

(5) 企业偿债能力分析

(6) 企业发展能力分析

第8章：中国旅游业投资前景与趋势

8.1 旅游产业融合投资前景

8.1.1 旅游产业融合概述

8.1.2 文化旅游产业融合投资前景

(1) 政策支持力度分析

(2) 文化旅游投资项目成功案例调研

1) 宋城股份——“千古情”系列

2) 中青旅——乌镇水乡文化

(3) 文化旅游项目投资区域分析

8.1.3 购物休闲游产业融合投资前景

(1) 我国居民旅游消费中购物消费倾向

(2) 免税购物休闲游投资前景

8.1.4 其他旅游产业融合投资前景

(1) 会展旅游投资前景

(2) 健康养生旅游投资前景

8.2 影响未来几年旅游市场发展的重要因素

8.2.1 低端劳动力收入水平快速上升

8.2.2 高铁网络逐步贯通

8.2.3 中西部景区旅游政策支持

8.2.4 人民币趋势性升值

8.3 2020-2026年旅游业发展前景预测

8.3.1 旅游业景气度高增长

(1) 旅游人数将加速增长

(2) 人均旅游花费将持续增长

(3) 居民旅游消费倾向将提升

8.3.2 二三线景区及中档酒店发展前景更好

8.3.3 中西部旅游成长性优于东部

8.4 互联网+旅游行业市场前景及投资机会分析

8.4.1 中国互联网+旅游行业发展趋势及前景

(1) 中国互联网+旅游行业发展机遇剖析

(2) 中国互联网+旅游行业发展瓶颈剖析

(3) 中国互联网+旅游行业市场前景预测

8.4.2 中国互联网+旅游行业发展趋势及前景

(1) 中国互联网+旅游行业投资机会

(2) 中国互联网+旅游行业投资建议

8.5旅游业投资建议

8.5.1旅游业新投资机会

(1) 旅游移动互联网

(2) 出境旅游

(3) 旅游市场散客化

8.5.2区域旅游投资机会分析

(1) 红色旅游区

(2) “大香格里拉”旅游区

(3) 关中-天水经济区

(4) 海南国人离岛免税

(5) 云贵旅游区

8.5.3旅游业子行业投资分析

(1) 景区经营

(2) 酒店经营

(3) 旅行社

8.5.4旅游业重点关注企业

(1) 携程旅行网

(2) 腾邦国际

(3) 万达集团

(4) 欣欣旅游网

(5) 阿里巴巴“去啊”

(6) 中国国旅

(7) 首旅股份

(8) 黄山旅游

(9) 峨眉山旅游

(10) 桂林旅游

(11) 西藏旅游

1) 国家5A级旅游景区名单

图表目录：

图表1：全球国际旅游人数变化情况（单位：亿人次，%）

图表2：全球旅游收入增幅TOP5排行（单位：%）

图表3：全球旅游支出增幅TOP6排行（单位：%）

图表4：喜达屋集团经营情况分析（单位：亿美元，%）

图表5：中国国内旅游人数增长情况（单位：亿人次，%）

图表6：中国国内旅游收入增长情况（单位：亿元，%）

图表7：中国国内旅游人均花费及增长率（单位：元，%）

图表8：2016-2021年中国国内旅游人数预测（单位：亿人次，%）

图表9：2016-2021年中国国内旅游收入预测（单位：亿元，%）

图表10：各旅游区的规划及政策研究

图表11：2018年发达经济体增长情况（单位：%）

图表12：2018年主要新兴经济体增长情况（单位：%）

图表13：2018年世界银行和IMF对于世界主要经济体的预测（单位：%）

图表14：2005-2018年中国国内生产总值及其增长速度（单位：亿元，%）

图表15：2016-2021年中国经济预测（单位：%）

图表16：中国GDP增速与旅游行业总收入增速对比图（单位：%）

图表17：中国法定节假日安排

图表18：中国人口年龄结构表（单位：万人，%）

图表19：中国人口年龄结构图（单位：%）

图表20：中国人口年龄结构变化趋势（单位：%）

图表21：中国目前“金字塔型”社会结构具体表现

图表22：2018年中国入境旅游接待人数（单位：万人次，%）

图表23：2018年中国入境旅游外汇收入（单位：亿美元，%）

图表24：2018年中国入境旅游客源结构（单位：%）

图表25：2018年中国入境旅游主要客源市场情况（单位：%）

图表26：2018年入境旅游外国人性别结构（单位：%）

图表27：2018年外国人入境旅游目的（单位：%）

图表28：2018年入境旅游外国人年龄结构（单位：%）

图表29：2004-2018年中国出境旅游人数走势图（单位：万人次，%）

图表30：网民关注的出境旅游区域排行（单位：亿）

图表31：网民关注的出境旅游国家（地区）排行（单位：万）

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202007/175845.html>