

2021-2027年中国旅游媒介 行业前景展望与投资前景预测报告

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年中国旅游媒介行业前景展望与投资前景预测报告》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/202101/203400.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

一般来说，旅游活动由旅游主体、旅游客体、旅游媒介三部分组成。媒介旅游意指媒体将某地以书籍、电视节目和电影的方式呈现，将特定景点塑造为具有故事性、吸引游客前往体验的一种手法。

2016年全球旅游总人次首次突破百亿，达105亿人次，较上年增长4.8%，为全球人口规模的1.4倍；全球旅游总收入达5.17万亿美元，较上年增长3.6%，相当于全球GDP的7.0%；全球旅游总人次和旅游总收入增速显著高于全球GDP增速。2016年全年国际游客量突破12亿人次。在全球经济不景气的大环境下，包括跨境旅游在内的旅游业显示出强劲发展势头。

2017年，全球在线旅行销售额6130亿美元，与2016年相比将增长11.7%。其中，2017年，亚太地区将超越北美地区成为全球最大的市场。2017-2022年全球在线旅游销售规模变化趋势图

上游采购产品根据其不同来源，可分为“直采”与“代理”。直采是从供应商直接采购、没有中间商赚差价，这是目前OTA最主要的采购形式。对运营能力要求较强的旅游套餐及极少部分的旅游单品（存在旅行社包销拿房的情况），OTA会实行二次代理。携程系的大部分酒店产品都是直采模式（80%），甚至部分二次代理是直采模式的马甲。

下游付款形式根据其不同时点，可分为“预付”与“现付”。预付是用户预订时即向OTA付款，供应商履行服务后OTA才向供应商付款，其好处是跑单率低、OTA还可占用用户资金。针对决策更谨慎的用户及需自行结算的酒店，OTA采取现付形式。携程、艺龙从13年前后发力预付产品，截至目前携程系超一半酒店产品都是预付模式（55%），其中，直采方式中约45%采取预付、55%采取现付，代理方式几乎100%都是预付（中间渠道多，现付不容易管控）。一线综合平台“返现产品”及占比 中企顾问网发布的《2021-2027年中国旅游媒介行业前景展望与投资前景预测报告》共九章。首先介绍了中国旅游媒介行业市场发展环境、旅游媒介整体运行态势等，接着分析了中国旅游媒介行业市场运行的现状，然后介绍了旅游媒介市场竞争格局。随后，报告对旅游媒介做了重点企业经营状况分析，最后分析了中国旅游媒介行业发展趋势与投资预测。您若想对旅游媒介产业有个系统的了解或者想投资中国旅游媒介行业，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 旅游媒介行业产品定义及行业概述发展分析

第一节 旅游媒介行业产品定义

- 一、旅游媒介行业产品定义及分类
- 二、旅游媒介行业产品应用范围分析
- 三、旅游媒介行业发展历程
- 四、旅游媒介行业或所属大行业发展地位及在国民经济中的地位分析

第二节 旅游媒介行业产业链发展环境简析

- 一、旅游媒介行业产业链模型理论
- 二、旅游媒介行业产业链示意图
- 三、旅游媒介行业产业链相关叙述

第三节 旅游媒介行业市场环境分析

一、旅游媒介行业政策发展环境分析

- 1、行业监管体制分析
- 2、行业法律法规分析
- 3、行业发展规划分析
- 二、旅游媒介行业经济环境发展分析

- 1、居民收入水平
- 2、居民消费水平
- 3、恩格尔系数情况
- 4、城市化进程情况
- 5、人民币汇率走势

三、旅游媒介行业技术环境分析

- 1、旅游媒介行业专利申请数分析
- 2、旅游媒介行业专利申请人分析
- 3、旅游媒介行业热门专利技术分析

四、旅游媒介行业消费环境分析

- 1、旅游媒介行业消费态度调查
- 2、旅游媒介行业消费驱动分析
- 3、旅游媒介行业消费需求特点
- 4、旅游媒介行业消费群体分析
- 5、旅游媒介行业消费行为分析

6、旅游媒介行业消费关注点分析

7、旅游媒介行业消费区域分布

第二章 2011-2019年旅游媒介行业国内外市场发展概述

第一节2011-2019年全球旅游媒介行业发展分析

一、全球经济发展现状

1、全球经济发展分析

2、全球贸易现状分析

3、全球经济发展趋势分析

二、2011-2019年全球旅游媒介行业发展概述

1、全球旅游媒介行业市场供需情况

2、全球旅游媒介行业市场规模及区域分布情况

3、全球旅游媒介行业重点国家市场分析

4、全球旅游媒介行业发展热点分析

5、2021-2027年全球旅游媒介行业市场规模预测

6、全球旅游媒介行业技术发展现状及趋势分析

第二节2011-2019年中国旅游媒介行业简述

一、中国经济发展分析

1、中国人口分析

2、中国GDP走势

3、2015-2019年中国经济现状分析

二、2011-2019年中国旅游媒介所属行业发展情况

1、中国旅游媒介行业生命周期分析

2、中国旅游媒介行业市场成熟度情况

3、中国和国外旅游媒介行业对比SWTO

第三节国内外旅游媒介行业国家支持情况

一、全球旅游媒介行业发展优惠政策或措施

二、国内旅游媒介行业发展优惠政策或措施

1、进出口关税

2、国家政策支持

3、部分地方政府支持

三、2021-2027年旅游媒介行业发展前景分析

- 1、全球旅游媒介行业发展前景
- 2、中国旅游媒介行业发展前景

第三章 2011-2019年中国旅游媒介所属行业市场运行现状分析各平台“返现产品”返现的幅度（上海地区 部分酒店 抽样测试）

第一节 2011-2019年中国旅游媒介行业市场规模

- 一、2011-2019年中国旅游媒介行业市场规模情况
- 二、中国旅游媒介行业市场细分规模情况

第二节 2011-2019年中国旅游媒介行业生产情况分析

- 一、中国旅游媒介行业生产企业分析
- 二、2011-2019年中国旅游媒介行业产量情况

第三节 2011-2019年中国旅游媒介行业消费情况分析

- 一、2011-2019年中国旅游媒介行业消费量统计
- 二、中国旅游媒介行业消费结构

第四节 2011-2019年中国旅游媒介行业价格情况分析

- 一、中国旅游媒介行业平均价格走势
- 二、中国旅游媒介行业影响价格因素分析
- 三、2021-2027年中国旅游媒介行业平均价格走势预测

第四章 2011-2019年中国旅游媒介所属行业运行数据分析

第一节 2011-2019年中国旅游媒介所属行业总体运行情况

- 一、旅游媒介企业数量及分布
- 二、旅游媒介行业从业人员统计

第二节 2013-2019年中国旅游媒介所属行业运行数据

- 一、行业资产情况分析
- 二、行业销售情况分析
- 三、行业利润情况分析

第三节 2011-2019年中国旅游媒介所属行业成本费用结构分析

第四节 2011-2019年中国旅游媒介所属行业经营成本情况

第五节 2011-2019年中国旅游媒介所属行业管理费用情况

第五章 2011-2019年中国旅游媒介行业区域发展分析

第一节 中国旅游媒介行业区域发展现状分析

- 一、2019年中国旅游媒介行业区域消费格局
- 二、2019年中国旅游媒介行业区域品牌发展分析
- 三、2019年中国旅游媒介行业区域重点企业分析

第二节 2011-2019年华北地区

- 一、华北地区经济发展现状分析
- 二、市场规模情况分析
- 三、市场需求情况分析
- 四、行业发展前景预测

第三节 2011-2019年东北地区

- 一、东北地区经济发展现状分析
- 二、市场规模情况分析
- 三、市场需求情况分析
- 四、行业发展前景预测

第四节 2011-2019年华东地区

- 一、华东地区经济发展现状分析
- 二、市场规模情况分析
- 三、市场需求情况分析
- 四、行业发展前景预测

第五节 2011-2019年华南地区

- 一、华南地区经济发展现状分析
- 二、市场规模情况分析
- 三、市场需求情况分析
- 四、行业发展前景预测

第六节 2011-2019年华中地区

- 一、华中地区经济发展现状分析
- 二、市场规模情况分析
- 三、市场需求情况分析
- 四、行业发展前景预测

第七节 2011-2019年西部地区

- 一、西部地区经济发展现状分析
- 二、市场规模情况分析

三、市场需求情况分析

四、行业发展前景预测

第六章 2019年中国旅游媒介行业竞争格局分析

第一节 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

第二节 行业集中度分析

一、市场集中度分析

二、企业集中度分析

三、区域集中度分析

第三节 行业国际竞争力比较

一、生产要素

二、需求条件

三、相关产业

四、企业战略、结构与竞争状态

五、政府的作用

第四节 2011-2019年旅游媒介行业竞争格局分析

一、2011-2019年国内外旅游媒介竞争分析

二、2011-2019年我国旅游媒介市场竞争分析

三、2011-2019年国内主要旅游媒介企业品牌分析

第七章 中国旅游媒介行业重点企业分析

第一节 A公司

一、企业简介

二、产品介绍

三、经营情况

四、企业未来发展趋势

第二节 B公司

- 一、企业简介
- 二、产品介绍
- 三、经营情况
- 四、企业未来发展趋势

第三节C公司

- 一、企业简介
- 二、产品介绍
- 三、经营情况
- 四、企业未来发展趋势

第四节D公司

- 一、企业简介
- 二、产品介绍
- 三、经营情况
- 四、企业未来发展趋势

第五节E公司

- 一、企业简介
- 二、产品介绍
- 三、经营情况
- 四、企业未来发展趋势

第六节F公司

- 一、企业简介
- 二、产品介绍
- 三、经营情况
- 四、企业未来发展趋势

第八章 中国旅游媒介行业投资机会与风险分析

第一节 2021-2027年中国旅游媒介产业发展前景趋势预测分析

- 一、旅游媒介产量预测
- 二、旅游媒介市场规模预测
- 三、旅游媒介技术研发方向预测

第二节 2021-2027年中国旅游媒介市场发展预测分析

- 一、旅游媒介市场需求预测

二、旅游媒介价格走势分析

三、旅游媒介进出口预测分析

第三节 旅游媒介行业投资机会分析

一、旅游媒介投资项目分析

二、可以投资的旅游媒介模式

三、2019年旅游媒介投资机会

四、2019年旅游媒介投资新方向

五、2021-2027年旅游媒介行业投资的建议

六、新进入者应注意的障碍因素分析

第四节 影响旅游媒介行业发展的主要因素

一、2021-2027年影响旅游媒介行业运行的有利因素分析

二、2021-2027年影响旅游媒介行业运行的不利因素分析

三、2021-2027年我国旅游媒介行业发展面临的挑战分析

四、2021-2027年我国旅游媒介行业发展面临的机遇分析

第五节 旅游媒介行业投资风险及控制策略分析

一、2021-2027年旅游媒介行业市场风险及控制策略

二、2021-2027年旅游媒介行业政策风险及控制策略

三、2021-2027年旅游媒介行业经营风险及控制策略

四、2021-2027年旅游媒介行业技术风险及控制策略

五、2021-2027年旅游媒介同业竞争风险及控制策略

第九章 2021-2027年旅游媒介行业投资前景分析（ ）

第一节 旅游媒介行业投资情况分析

一、总体投资结构

二、投资规模情况

三、投资增速情况

四、分地区投资分析

第二节 旅游媒介行业投资机会分析

第三节 旅游媒介行业发展前景分析

一、全球化下旅游媒介市场的发展前景

二、旅游媒介市场面临的发展商机

第四节 中国旅游媒介行业市场发展趋势预测

第五节 旅游媒介产品投资机会

第六节 旅游媒介产品投资趋势分析

第七节 项目投资建议

一、行业投资环境考察

二、投资风险及控制策略

三、产品投资方向建议

四、项目投资建议

第八节 中国旅游媒介行业市场重点客户战略分析（ ）

图表目录：

图表：2011-2019年中国GDP总量及增长趋势图

图表：2019年中国三产业增加值结构图

图表：2011-2019年中国CPI、PPI月度走势图

图表：2011-2019年我国城镇居民可支配收入增长趋势图

图表：2011-2019年我国农村居民人均纯收入增长趋势图

图表：2011-2018中国城乡居民恩格尔系数对比表

图表：2011-2018中国城乡居民恩格尔系数走势图

图表：2014年-2019年人民币兑美元汇率中间价

图表：2019年人民币汇率中间价对照表

图表：2011-2019年中国货币供应量统计表 单位：亿元

图表：2011-2019年中国货币供应量月度增速走势图

图表：2011-2019年中国外汇储备走势图

图表：2011-2019年中国外汇储备及增速变化图

图表：2019年中国人民银行利率调整表

图表：我国历年存款准备金率调整情况统计表

图表：2011-2019年我国人口出生率、死亡率及自然增长率走势图

图表：2011-2019年我国总人口数量增长趋势图

图表：2019年人口数量及其构成

图表：2011-2019年我国普通高等教育、中等职业教育及普通高中招生人数走势图

图表：2011-2019年我国广播和电视节目综合人口覆盖率走势图

图表：2011-2019年中国城镇化率走势图

图表：2011-2019年我国研究与试验发展（R&D）经费支出走势图

图表：2011-2019年旅游媒介行业生产总量

图表：2011-2019年旅游媒介行业产能

图表：2021-2027年旅游媒介行业生产总量预测

图表：2011-2019年旅游媒介行业市场容量

图表：2021-2027年旅游媒介行业市场容量预测

图表：2012-2019年中国旅游媒介进口数量分析

图表：2012-2019年中国旅游媒介进口金额分析

图表：2012-2019年中国旅游媒介出口数量分析

图表：2012-2019年中国旅游媒介出口金额分析

图表：2012-2019年中国旅游媒介进出口平均单价分析

图表：2012-2019年中国旅游媒介进口国家及地区分析

图表：2012-2019年中国旅游媒介出口国家及地区分析

图表：2012-2019年旅游媒介行业销售毛利率

图表：2012-2019年旅游媒介行业销售利润率

图表：2012-2019年旅游媒介行业总资产利润率

图表：2012-2019年旅游媒介行业净资产利润率

图表：2012-2019年旅游媒介行业产值利税率

更多图表见正文……

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202101/203400.html>