

2025-2031年中国旅游市场 深度分析与市场运营趋势报告

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

《2025-2031年中国旅游市场深度分析与市场运营趋势报告》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/202411/473589.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《2025-2031年中国旅游市场深度分析与市场运营趋势报告》报告中的资料和数据来源于对行业公开信息的分析、对业内资深人士和相关企业高管的深度访谈，以及共研分析师综合以上内容作出的专业性判断和评价。分析内容中运用共研自主建立的产业分析模型，并结合市场分析、行业分析和厂商分析，能够反映当前市场现状，趋势和规律，是企业布局市场服务行业的重要决策参考依据。

报告目录：

第1章：旅游产业概念界定及发展环境剖析

1.1 旅游产业的概念界定及统计口径说明

1.1.1 旅游产业的概念界定

1.1.2 旅游产业的要素分析

1.1.3 旅游产业的特征分析

1.1.4 旅游产业所属的国民经济分类

1.1.5 本报告的研究方法及数据来源说明

1.2 旅游产业政策环境分析

1.2.1 行业监管体系及机构介绍

1.2.2 行业相关规范标准

（1）现行标准

（2）即将实施标准

1.2.3 行业发展相关政策演变历程解读

（1）产业政策演变及格局

（2）近10年来国家对旅游产业相关的政策支持

1.2.4 政策环境对旅游产业发展的影响分析

1.3 旅游产业经济环境分析

1.3.1 宏观经济现状

（1）国内生产总值分析

（2）固定资产投资情况

1.3.2 宏观经济展望

1.3.3 行业发展与宏观经济发展相关性分析

1.4 旅游产业社会环境分析

1.4.1 中国人口环境

(1) 人口规模

(2) 人口结构

1.4.2 中国城镇化水平分析

1.4.3 中国居民收入及支出分析

(1) 居民收入与水平

(2) 居民支出水平

(3) 居民消费结构升级

(4) 居民消费能力与旅游业发展关系

1.4.4 其他相关社会因素

1.4.5 社会环境变化趋势及其对旅游产业发展的影响分析

1.5 旅游产业技术环境分析

1.5.1 旅游产业的核心技术及发展现状

(1) 大数据

(2) 增强/虚拟现实 (AR)

(3) 云计算

(4) 区块链

(5) 人工智能 (AI)

1.5.2 技术环境对行业发展的影响分析

1.6 旅游产业发展机遇与挑战

第2章：旅游产业发展现状与市场需求分析

2.1 中国旅游产业发展阶段分析

2.1.1 发展中国家旅游产业发展阶段理论依据

(1) 旅游地域系统论

(2) 可持续发展观

2.1.2 判定中国旅游产业发展阶段选择的指标

(1) 旅游业业绩

(2) 经济发展水平

(3) 人文发展指数

2.1.3 判定中国旅游产业发展阶段的标准

2.1.4 关于中国旅游产业发展阶段的判定

(1) 中国旅游业业绩

(2) 中国经济发展水平

(3) 中国人文发展指数

(4) 中国旅游产业发展阶段的判定

2.2 中国旅游产业市场规模分析

2.2.1 国内旅游收入走势

2.2.2 国内旅游人数走势

2.2.3 国内旅游人均花费走势

2.3 中国旅游产业发展痛点分析

2.3.1 旅游业的事业性质和企业性质管理较为混乱

2.3.2 旅游产业设施与旅游产业经济发展不配套

2.3.3 旅游服务意识差

2.3.4 旅游产业市场管理机制不完善

2.3.5 区域发展不平衡

第3章：中国旅游景区商业模式创新及业绩增长策略分析

3.1 旅游景区产业链地位及影响因子分析

3.1.1 旅游景区的概念界定

3.1.2 旅游景区的在旅游产业中的地位

3.1.3 旅游景区发展的影响因素分析

3.2 旅游景区商业模式创新分析

3.2.1 创新思路

3.2.2 创新案例

(1) “旅游+地产”模式——华侨城

(2) “旅游+演艺”模式——宋城演艺

(3) “景区+索道”模式——三特索道

3.3 旅游景区未来发展趋势分析

3.3.1 产业融合

3.3.2 旅游消费升级——进入观光游和休闲度假游并存时代

(1) 旅游消费升级

(2) 景区进入开发休闲度假游产品高潮期

3.3.3 景区管理智慧化

3.4 旅游景区企业业绩增长策略分析

3.4.1 短期策略——“提价周期+交通改善”

(1) 提价策略

（2）完善交通策略

3.4.2 长期策略——产业链的纵向延伸+横向外延扩张

第4章：细分产品——旅游酒店行业市场发展分析

4.1 中国酒店行业发展现状分析

4.1.1 酒店行业供给状况

（1）星级酒店数量

4.1.2 酒店行业需求状况

4.1.3 酒店行业经营状况

4.1.4 酒店行业客源结构

（1）客源国/地区结构分析

（2）客源细分市场结构分析

4.1.5 中国酒店行业竞争格局

4.2 中国旅游酒店发展状况

4.2.1 旅游酒店数量

4.2.2 旅游酒店市场集中度

4.2.3 旅游酒店市场需求

4.3 中国旅游酒店未来发展趋势分析

第5章：细分产品——免税业市场发展分析

5.1 中国免税业发展历程

5.2 中国免税业销售规模

5.3 中国免税业产品结构

5.3.1 中国香烟免税品市场

5.3.2 中国葡萄酒免税品市场分析

5.3.3 中国烈酒免税品市场分析

5.3.4 中国免税化妆品市场分析

5.3.5 中国香水免税品市场分析

5.3.6 中国食品类免税品市场分析

5.4 中国免税业竞争格局

5.5 免税业发展与旅游产业发展的关联性分析

5.6 中国免税业未来发展趋势及前景分析

5.6.1 中国免税业发展趋势分析

（1）免税业向旅游零售业转型

(2) 海外退税实时便利化

5.6.2 中国免税业发展前景预测

第6章：细分产品——旅游演艺市场发展分析

6.1 中国旅游演艺行业发展历程分析

6.2 中国旅游演艺行业市场供给分析

6.2.1 旅游演艺行业的服务内容分类

6.2.2 旅游演艺的演出主体数量变化

(1) 中国艺术表演团体数量

(2) 旅游演艺的经营主体分析

6.2.3 旅游演艺的演出载体分析

6.2.4 旅游演艺剧目的数量变化情况

6.2.5 旅游演艺项目的价格水平分析情况

(1) 旅游演艺项目的价格水平分析

(2) 旅游演艺中不同演出类型价格分析

6.2.6 旅游演艺行业的市场供给状态总结

6.3 中国旅游演艺行业市场需求分析

6.3.1 旅游演艺的消费群体分析

(1) 消费群体区域分布

(2) 消费群体年龄分布

(3) 消费群体性别分布

6.3.2 旅游演艺的消费特征分析

6.3.3 旅游演艺的消费规模分析

(1) 旅游演艺场次变化情况

(2) 旅游演艺观众人次规模

(3) 旅游市场的观众转化率

(4) 旅游演艺票房收入规模

6.3.4 旅游演艺的市场需求状态总结

6.4 旅游演艺的未来发展趋势分析

第7章：渠道——旅行社市场发展分析

7.1 中国旅行社数量

7.2 中国旅行社区域分布

7.3 中国旅行社市场集中度分析

7.4 旅行社未来发展趋势

第8章：渠道——在线旅游市场发展分析

8.1 中国在线旅游发展历程

8.2 中国在线旅游用户规模

8.3 中国在线旅游市场规模

8.4 中国在线旅游行业渗透率

8.5 中国在线旅游市场竞争格局

8.5.1 企业竞争格局

8.5.2 细分产品竞争格局

8.5.3 细分产品企业竞争格局

(1) 在线交通

(2) 在线住宿

(3) 在线度假旅游

8.6 中国在线旅游消费行为分析

8.6.1 消费者年龄结构分布

8.6.2 消费者地域分布

8.7 影响在线旅游行业发展的因素分析

8.8 中国在线旅游未来发展趋势及前景分析

8.8.1 在线旅游发展趋势分析

(1) 年轻化

(2) 渠道下沉

(3) 行业模式创新以及协同化趋势

8.8.2 在线旅游市场前景分析

第9章：旅游业代表性企业案例分析

9.1 旅游业企业竞争格局分析

9.1.1 旅游业市场参与者类型

9.1.2 旅游业市场竞争格局

9.2 旅游景区领域代表性企业案例分析

9.2.1 深圳华侨城股份有限公司

(1) 企业发展历程及基本信息

(2) 企业经营状况分析

(3) 企业业务结构及销售网络

- (4) 企业旅游产业业务布局
- (5) 企业旅游产业战略布局及最新发展动态
- (6) 企业发展旅游业务的优劣势分析

9.2.2 云南旅游股份有限公司

- (1) 企业发展历程及基本信息
- (2) 企业经营状况分析
- (3) 企业业务结构及销售网络
- (4) 企业旅游产业业务布局
- (5) 企业旅游产业战略布局及最新发展动态
- (6) 企业发展旅游业务的优劣势分析

9.2.3 峨眉山旅游股份有限公司

- (1) 企业发展历程及基本信息
- (2) 企业经营状况分析
- (3) 企业业务结构
- (4) 企业旅游产业业务布局
- (5) 企业旅游产业战略布局及最新发展动态
- (6) 企业发展旅游业务的优劣势分析

9.3 旅游产品领域代表性企业案例分析

9.3.1 西安曲江文化旅游股份有限公司

- (1) 企业发展历程及基本信息
- (2) 企业经营状况分析
- (3) 企业业务结构及销售网络
- (4) 企业旅游产业业务布局
- (5) 企业旅游产业战略布局及最新发展动态
- (6) 企业发展旅游业务的优劣势分析

9.3.2 三湘印象股份有限公司

- (1) 企业发展历程及基本信息
- (2) 企业经营状况分析
- (3) 企业业务结构及销售网络
- (4) 企业旅游产业业务布局
- (5) 企业旅游产业战略布局及最新发展动态
- (6) 企业发展旅游业务的优劣势分析

9.3.3 宋城演艺发展股份有限公司

- (1) 企业发展历程及基本信息
- (2) 企业经营状况分析
- (3) 企业业务结构及销售网络
- (4) 企业旅游产业业务布局
- (5) 企业旅游产业战略布局及最新发展动态
- (6) 企业发展旅游业务的优劣势分析

9.3.4 成都高新发展股份有限公司（旅游酒店）

- (1) 企业发展历程及基本信息
- (2) 企业经营状况分析
- (3) 企业业务结构及销售网络
- (4) 企业旅游产业业务布局
- (5) 企业发展旅游业务的优劣势分析

9.3.5 海航基础设施投资集团股份有限公司（旅游酒店）

- (1) 企业基本信息
- (2) 企业经营状况分析
- (3) 企业业务结构分析
- (4) 企业旅游产业业务布局
- (5) 企业发展旅游业务的优劣势分析

9.4 旅游渠道领域代表性企业案例分析

9.4.1 上海携程国际旅行社有限公司

- (1) 企业基本信息
- (2) 企业经营状况分析
- (3) 企业业务结构及销售网络
- (4) 企业旅游产业业务布局
- (5) 企业旅游产业战略布局及最新发展动态
- (6) 企业发展旅游业务的优劣势分析

9.4.2 同程网络科技股份有限公司

- (1) 企业发展历程及基本信息
- (2) 企业经营状况分析
- (3) 企业业务结构及销售网络
- (4) 企业旅游产业市场地位分析

(5) 企业旅游产业战略布局及最新发展动态

(6) 企业发展旅游业务的优劣势分析

9.4.3 北京途牛科技有限公司

(1) 企业发展历程及基本信息

(2) 企业经营状况分析

(3) 企业业务结构分析

(4) 企业旅游产业市场地位分析

(5) 企业发展旅游业务的优劣势分析

9.4.4 中国国旅股份有限公司

(1) 企业发展历程及基本信息

(2) 企业经营状况分析

(3) 企业业务结构及销售网络

(4) 企业旅游产业业务布局

(5) 企业旅游产业战略布局及最新发展动态

(6) 企业发展旅游业务的优劣势分析

第10章：旅游产业发展前景预测与投资机会分析

10.1 旅游产业发展前景预测

10.1.1 行业发展因素总结

(1) 驱动因素

(2) 阻碍因素

10.1.2 行业市场容量预测

10.1.3 行业发展趋势预测

(1) 行业整体趋势预测

(2) 产品发展趋势预测

(3) 市场竞争趋势预测

10.2 旅游产业投资特性分析

10.2.1 行业进入壁垒分析

(1) 行政许可壁垒

(2) 资金壁垒

(3) 品牌壁垒

(4) 技术壁垒

10.2.2 行业投资风险预警

- (1) 宏观环境变化的风险
- (2) 市场竞争加剧风险
- (3) 服务质量控制风险
- (4) 不可抗力风险

10.3 旅游产业投资价值与投资机会

10.3.1 行业投资价值分析

- (1) 政策推动
- (2) 行业企业盈利水平高

10.3.2 行业投资机会分析

- (1) 境外旅游火爆 “一带一路”将其推向高潮
- (2) 区域热点仍有价值
- (3) 精细化领域值得探索

10.4 旅游产业投资策略与可持续发展建议

10.4.1 行业投资策略分析

- (1) 旅游行业市场增长前景仍然广阔
- (2) 警惕意外事件等风险
- (3) 资源型企业竞争力更强

10.4.2 行业可持续发展建议

图表目录

图表1：旅游产业三要素

图表2：旅游产业特征分析

图表3：旅游行业监管体系及机构介绍

图表4：旅游行业各细分行业监管体系及机构介绍

图表5：现行旅游行业标准统计

图表6：即将实施的旅游行业标准

图表7：中国旅游业发展定位变化图

图表8：中国“入境游”政策演变趋势表

图表9：中国“国内游”政策演变趋势表

图表10：“出境游”政策演变趋势表

图表11：2020-2024年中国假日政策演变趋势图

图表12：国家对旅游产业相关的政策支持表

图表13：2020-2024年中国GDP增长走势图（单位：万亿元，%）

图表14：2020-2024年全国固定资产投资（不含农户）增长速度（单位：万亿元，%）

图表15：2024年三次产业投资占固定资产投资（不含农户）比重（单位：亿元，%）

图表16：2020-2024年中国人口总数变化情况（单位：亿人）

图表17：2024年年末中国大陆人口数及其构成（单位：万人，%）

图表18：2020-2024年中国城镇化率趋势图（单位：%）

图表19：2020-2024年居民人均可支配收入走势图（单位：元，%）

图表20：2024年前三季度中国居民人均消费支出结构（单位：%）

图表21：中国旅游市场发展趋势图

图表22：主要城市会议度假酒店发展升级图

图表23：消费结构升级带来的新机遇分析

图表24：2020-2024年中国人均GDP与旅游消费关系图（%）

图表25：AR/VR旅游产品

图表26：AI在旅游场景上的应用形态

图表27：中国旅游产业发展机遇与挑战分析

图表28：国际上发展中国家旅游发展阶段划分方案

图表29：2020-2024年中国入境旅游情况（单位：万人，亿美元）

图表30：2020-2024年中国国际旅游支出（单位：亿美元）

图表31：2020-2024年中国人均GDP变化情况（单位：万元）

图表32：2024年中国旅游产业发展阶段指标数值表（单位：万人次，亿美元，美元）

图表33：2020-2024年中国旅游收入及增长速度（单位：万亿元，%）

图表34：2020-2024年中国国内旅游人数（单位：亿人次）

图表35：2020-2024年中国国内旅游人均花费（单位：元）

图表36：影响游客数量的主要因子分析

图表37：影响人均旅游消费额的主要因子分析

图表38：景区企业业绩增长影响因子模型图

图表39：景区企业商业模式创新结构图

图表40：华侨城旅游业务结构

图表41：华侨城商业模式特点图

图表42：华侨城商业模式分析

图表43：华侨城商业模式定位

图表44：华侨城商业模式结构变化

图表45：华侨城运行方式变化

图表46：华侨城参与方价值变化

图表47：华侨城利润模式变化

图表48：华侨城资源能力变化

图表49：华侨城商业模式评价

图表50：未来华侨城商业模式创新预判

图表51：宋城演艺旅游产品布局

图表52：宋城演艺商业模式

图表53：宋城演艺经营方式分析

图表54：2024年宋城演艺业务构成（按营业收入）（单位：%）

图表55：景区门票提价相关规定图

图表56：2020-2024年全国酒店数量及客房数（单位：万家，万间）

图表57：2020-2024年中国星级饭店数量及增长速度（单位：家，%）

图表58：2024年全国星级饭店数量结构图（单位：%）

图表59：2020-2024年中国星级饭店营业收入及增长速度（单位：亿元，%）

图表60：2024年全国星级饭店营业收入结构（单位：%）

图表61：2020-2024年全国星级饭店总体经营情况表（单位：亿元，元，元/间夜，%，千元/间）

图表62：酒店行业客源结构分析

图表63：酒店行业客源细分市场结构分析

图表64：2024年中国十大酒店集团市场占有率（单位：%）

图表65：2024年中国酒店集团规模TOP20排行榜（单位：间，家）

图表66：2020-2024年全国50个重点旅游城市星级饭店规模结构（单位：家，%）

图表67：中国酒店分布密度图

图表68：2020-2024年中国国内旅游人数以及入经费旅游人次（单位：亿人）

图表69：中国和美国人均出游率对比（单位：次/年）

图表70：中国旅游酒店未来发展趋势分析

图表71：中国免税业发展历程

图表72：2020-2024年中国免税业销售规模及增速分析（单位：亿元，%）

图表73：中国免税运营商简介

图表74：2024年中国免税业竞争格局（单位：%）

图表75：2025-2031年中国免税市场销售额预测（单位：亿元）

图表76：中国旅游演艺的发展历程

图表77：中国旅游演艺行业服务内容分类

图表78：2020-2024年中国艺术表演团体数量及人员情况（单位：个，万人）

图表79：中国主要旅游演艺机构区域分布情况（单位：家）

图表80：中国主要旅游演艺机构分布

图表81：2020-2024年中国旅游演艺细分类型票房占比情况（单位：%）

图表82：2020-2024年中国旅游演艺行业剧目台数变化（单位：台，%）

图表83：不同价格的旅游演艺项目占比分析（单位：%）

图表84：不同价格的常驻演出产品占比分析（单位：%）

图表85：不同价格的单场演出产品占比分析（单位：%）

图表86：中国旅游演艺的消费群体区域分布

图表87：中国旅游演艺的消费群体年龄分布（单位：%）

图表88：中国旅游演艺的消费群体性别分布（单位：%）

图表89：中国旅游演艺剧目消费金额和消费量TOP10名单

图表90：2020-2024年中国旅游演艺行业场次变化情况（单位：万场，%）

图表91：2020-2024年中国旅游演艺行业观众人次变化情况（单位：万人，%）

图表92：2020-2024年中国旅游市场的观众转化率（单位：%）

图表93：2020-2024年中国旅游演艺行业票房收入变化情况（单位：亿元，%）

图表94：《关于促进旅游演艺发展的指导意见》主要任务分析

图表95：2020-2024年中国旅行社数量变化情况（单位：家）

图表96：截至2024年三季度末中国旅行社区域分布情况（单位：家%）

图表97：截至2024年三季度末各地区旅行社数量（单位：家）

图表98：截至2024年三季度末中国旅行社分布地图

图表99：旅行社未来发展趋势分析

图表100：中国在线旅游发展历程示意图

图表101：2020-2024年中国在线旅游用户规模变化分析（单位：亿人，%）

图表102：2020-2024年中国在线旅游交易规模变化分析（单位：亿元，%）

图表103：2020-2024年中国在线旅游行业渗透率分析（单位：%）

图表104：2024年中国在线旅游市场企业竞争格局分析（单位：%）

图表105：2024年中国在线交通预订市场份额（单位：%）（按交易额）

图表106：2024年中国在线住宿预订市场份额（单位：%）（按交易额）

图表107：2024年中国在线旅游OTA企业市场份额（单位：%）（按交易额）

图表108：影响在线旅游行业发展的因素分析

图表109：2025-2031年中国在线旅游市场规模预测（单位：亿元）

图表110：深圳华侨城股份有限公司发展历程

图表111：深圳华侨城股份有限公司基本信息表

图表112：截至2024年深圳华侨城股份有限公司与实际控制人之间的产权及控制关系的方框图
（单位：%）

图表113：2020-2024年深圳华侨城股份有限公司主要经济指标分析（单位：亿元）

图表114：2020-2024年深圳华侨城股份有限公司盈利能力分析（单位：%）

图表115：2020-2024年深圳华侨城股份有限公司运营能力分析（单位：次）

图表116：2020-2024年深圳华侨城股份有限公司偿债能力分析（单位：% ，倍）

图表117：2020-2024年深圳华侨城股份有限公司发展能力分析（单位：%）

图表118：2024年深圳华侨城股份有限公司业务结构（按营业收入）（单位：%）

图表119：2024年深圳华侨城股份有限公司新增土地储备情况

图表120：2024年深圳华侨城股份有限公司营销网络（按营业收入）（单位：%）

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202411/473589.html>