

# 2024-2030年中国旅游市场 调查与发展前景研究报告

## 报告目录及图表目录

博思数据研究中心编制  
[www.bosidata.com](http://www.bosidata.com)

# 报告报价

《2024-2030年中国旅游市场调查与发展前景研究报告》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.bosidata.com/report/Y6750490E0.html>

【报告价格】纸介版9800元 电子版9800元 纸介+电子10000元

【出版日期】2026-01-28

【交付方式】Email电子版/特快专递

【订购电话】全国统一客户服务热线：400-700-3630(免长话费) 010-57272732/57190630

博思数据研究中心

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。

# 说明、目录、图表目录

报告说明：

博思数据发布的《2024-2030年中国旅游市场调查与发展前景研究报告》介绍了旅游行业相关概述、中国旅游产业运行环境、分析了中国旅游行业的现状、中国旅游行业竞争格局、对中国旅游行业做了重点企业经营状况分析及中国旅游产业发展前景与投资预测。您若想对旅游产业有个系统的了解或者想投资旅游行业，本报告是您不可或缺的重要工具。

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 2019-2023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 2023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 2019-2023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 2021年中国酒店业发展状况  
3.1.3 2022年中国酒店业发展状况  
3.1.4 2023年中国酒店业发展状况  
3.1.5 中国酒店业趋势预测展望  
3.2 餐饮业的发展  
3.2.1 餐饮业对酒店业的影响  
3.2.2 2021年我国餐饮业发展状况  
3.2.3 2022年我国餐饮业发展状况  
3.2.4 2023年我国餐饮业发展状况  
3.2.5 中国餐饮业趋势预测展望  
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 2021年中国交通运输业运行情况  
3.4.3 2022年中国交通运输业运行情况  
3.4.4 2023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投资策略  
第四章 2019-2023年旅游业的发展现状分析  
4.1 2019-2023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 2021年全球旅游业发展概况  
4.1.3 2022年全球旅游业发展概况  
4.1.4 2023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 2019-2023年中国旅游业运行分析  
4.3.1 2021年中国旅游业运行状况  
4.3.2 2022年中国旅游业运行状况  
4.3.3 2023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 中国旅游业投资策略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2019-2023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 2021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 2022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 2023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2019-2023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 2019-2023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 2023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 2019-2023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—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2019-2023年黄金周旅游市场分析7.1 2019-2023年中国黄金周旅游的发展现状7.1.1 2021年“十一”黄金周旅游市场状况7.1.2 2021年春节黄金周旅游市场状况7.1.3 2022年国庆黄金周旅游市场状况7.1.4 2022年春节黄金周旅游市场状况7.1.5 2023年国庆黄金周旅游市场状况7.1.6 2023年春节黄金周旅游市场状况7.2 2023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 2023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 2019-2023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2019-2023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 2019-2023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 2023年我国红色旅游发展态势良好8.2.3 2021年我国红色旅游发展分析8.2.4 2023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 2023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 2023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 2023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 2019-2023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2019-2023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 全球十個城市的别致温泉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 2019-2023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 2019-2023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 2019-2023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2019-2023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 2019-2023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 2019-2023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 2019-2023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 2019-2023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 2019-2023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2019-2023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 2019-2023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 2019-2023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2019-2023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 2019-2023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 2019-2023年奖励旅游发展分析13.1 2019-2023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 2019-2023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 2019-2023年旅游业市场细分与消费者分析15.1 旅游业的市场细分15.1.1 中国旅游业缺乏市场细分15.1.2 市场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场细分15.2 我国部分旅游市场细分及消费者分析15.2.1 商务旅游市场细分及消费者分析15.2.2 民俗旅游市场细分及消费者分析15.2.3 女性旅游消费市场现状浅析15.2.4 大学生旅游市场现状分析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 2019-2023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2019-2023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2019-2023年旅游业竞争分析19.1 2019-2023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 2019-2023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2019-2023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 2019-2023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2019-2023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2019-2023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 2019-2023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 2019-2023年各地区旅游信息化建设情况22.3.1 四川省22.3.2 广西自

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 解析国内旅游博思数据化的服务需求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趋势预测与趋势预测分析24.1 全球旅游业趋势预测展望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 中国旅游业趋势预测展望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 2024-2030年中国旅游业预测分析24.3.1 2024-2030年国内旅游人数预测24.3.2 2024-2030年入境旅游人数预测24.3.3 2024-2030年旅游总收入预测24.3.4 2024-2030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》图表目录图表：2019-2023年七国集团GDP增长率图表：2019-2023年金砖国家及部分亚洲经济体GDP同比增长率图表：2023年全球及主要经济体制造业和服务业PMI图表：2023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：2019-2023年国内生产总值增长速度（累计同比）图表：2019-2023年国内生产总值增长速度（累计同比）图表：2019-2023年规模以上工业增加值增速（月度同比）图表：2019-2023年固定资产投资（不含农户）增速（累计同比）图表：2019-2023年居民消费价格上涨情况（月度同比）图表：2019-2023年工业生产者出厂价格涨跌情况（月度同比）图表：2019-2023年农村居民人均收入实际增长速度（累计同比）图表：2019-2023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.....

详细请访问：<http://www.bosidat.com/report/Y6750490E0.html>