

# 2018-2024年中国考察旅游产业市场现状规划调查 与未来发展前景预测报告

报告大纲

观研报告网

[www.chinabaogao.com](http://www.chinabaogao.com)

## 一、报告简介

观研报告网发布的《2018-2024年中国考察旅游产业市场现状规划调查与未来发展前景预测报告》涵盖行业最新数据，市场热点，政策规划，竞争情报，市场前景预测，投资策略等内容。更辅以大量直观的图表帮助本行业企业准确把握行业发展态势、市场商机动向、正确制定企业竞争战略和投资策略。本报告依据国家统计局、海关总署和国家信息中心等渠道发布的权威数据，以及我中心对本行业的实地调研，结合了行业所处的环境，从理论到实践、从宏观到微观等多个角度进行市场调研分析。

官网地址：<http://baogao.chinabaogao.com/lyyou/310281310281.html>

报告价格：电子版: 7200元 纸介版：7200元 电子和纸介版: 7500

订购电话: 400-007-6266 010-86223221

电子邮箱: sale@chinabaogao.com

联系人: 客服

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、报告目录及图表目录

休闲是国家政治、经济、文化中的重要组成部分，而旅游则是休闲最健康的方式。我们在制定旅游政策，考察旅游市场时要对休闲理论进行综合考虑，这样才能符合社会发展的规律。现在许多城市在打造休闲城市，休闲城市的打造也证实了休闲对旅游的影响。

1.休闲的发展将推动休闲度假旅游时代的到来，并在市场上形成完善的休闲度假旅游体系。

休闲度假旅游是经济社会发展、文明程度提高的必然趋势。众所周知，发展休闲旅游要具备两个基本条件，第一，是有钱，有支付能力；第二，是有闲，有旅游时间。随着小康社会的全面进步，经济社会持续发展和文明程度的全面提高，公民可自由支配的收入大大增加，旅游已经成为大家满足了温饱之后的一种新的需求。特别是经济发达地区，公民的休闲形态已经转化升级。据统计，我国主要客源产出的三大经济区域，即长三角、珠三角、环渤海湾人均GDP均已超过或接近4000美元，这三个区域中的33个城市中70%的经济水平已达到休闲旅游以上的水平，旅游已经成为这一地区更高层次的消费。

2.休闲将使旅游者的消费行为、消费格局发生改变。

休闲时间的增加，使得旅游者在消费观念上更加与国际接轨。对休闲的认识越成熟，出游动机也越理性化。人们的出游目的不再是传统由旅行社统一组织在规定时间内、规定路线、规定活动范围内以观光为主的旅游方式，而将更多倾向于自我选择、自主决定的自驾游或自助游。休闲活动形式渐趋个性化、多样化。观光旅游虽然还有较大的市场，但已经不是旅游者唯一的选择，赴异国考察、到城里购物、去乡村采摘、进森林探幽等都将成为新的休闲方式。旅游者对个性化、多元化、精品化的休闲产品的需求更加迫切。

2017年法定节假日旅游市场情况 资料来源：观研天下数据中心整理

（二）旅游的安全系数会加大，旅游管理与法制会更加突出人性化

国家的治理与调控不仅注重经济手段行政手段和法律手段,而且更注重文化引导的作用和人文关怀的力量来推动社会的进步。以人为本即人性、人情、人道、人文色彩。我国从1998年开始就实行每周五日工作制，并推行了“黄金周”，现在又实行传统节日的休假制度，这样休闲度假方式多样化，游客活动范围不再局限于传统意义上的景区，这种没有同统一组织、无边无际如脱缰野马般的旅游方式给旅游安全监管也带来不小的挑战，相关部门势必对旅游的安全情况进行检测，并采取相应的措施，旅游的安全系数将会加大。旅游者的品位与素质将进一步提高，旅游供应商会提高其从业人员的素质，在旅游产品的设计与推销过程中将更加注重文化，突出人性化。

（三）表明了旅游业发展的客观规律，并将大大增加旅游收入

旅游-休闲，休闲-旅游,不单单是名词的任意组合,它表明了旅游业发展的客观规律，旅游的类型有许多种，而由观光旅游到度假旅游是旅游发展成熟的标志。由旅游到休闲顺应了市场的发展规律。休闲消费是旅游消费的重要组成部分。休闲消费就是休闲者在进行休闲活

动时发生的消费，休闲的时间越长，发生消费的可能性越大，从而大大增加旅游的收入水平，促进经济的增长。

#### （四）将对旅游教育改革产生影响

大学旅游教育中专业课程设置的改革——学科的交叉性—哲学、社会学、心理学、行为学、文学艺术等多学科参与休闲学研究。因此，休闲教育迫在眉睫。中国大陆第一位到美国做休闲学研究的访问学者、杭州商学院的王国新教授说,我们应该扭转我国目前旅游业的单纯商业目的性,应在旅游业的发展中强化休闲的理念、休闲的价值观、休闲的文化灵魂,因此在旅游学院和旅游专业渗透休闲理念和休闲价值观的教育十分重要。休闲学的独特之处就在于它的复杂性和多学科的交叉性,只要适当地界定了休闲的内涵,并坚持休闲学的核心观点,即休闲是人的生命的一种状态,是一种“成为人”的过程,是一个人完成个人与社会发展任务的主要存在空间;休闲不仅是寻找快乐,也是在寻找生命的意义,休闲学终将形成自己独特的方法和理论体系,以及相应的技术和应用学科,在这一学科体系的建构过程中,实证科学的方法,哲学思辨的方法,艺术审美的方法,宗教体悟的方法等等,甚至伦理学、价值学的方法,心理学、社会学的方法,以及人类学整合的方法等都是必要的和有益的。

观研天下发布的《2018-2024年中国考察旅游产业市场现状规划调查与未来发展前景预测报告》内容严谨、数据翔实，更辅以大量直观的图表帮助本行业企业准确把握行业发展动向、市场前景、正确制定企业竞争战略和投资策略。本报告依据国家统计局、海关总署和国家信息中心等渠道发布的权威数据，以及我中心对本行业的实地调研，结合了行业所处的环境，从理论到实践、从宏观到微观等多个角度进行市场调研分析。它是业内企业、相关投资公司及政府部门准确把握行业发展趋势，洞悉行业竞争格局，规避经营和投资风险，制定正确竞争和投资战略决策的重要决策依据之一。本报告是全面了解行业以及对本行业进行投资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。

#### 【报告大纲】

### 第一章 2016-2017年中国考察旅游行业发展概述

#### 第一节 2016-2017年考察旅游行业发展情况概述

##### 一、考察旅游行业相关定义

##### 二、考察旅游行业基本情况介绍

##### 三、2016-2017年考察旅游行业国内发展特点分析

#### 第二节 2016-2017年中国考察旅游行业上下游产业链分析

##### 一、产业链模型原理介绍

##### 二、考察旅游行业产业链条分析

### 三、2016-2017年中国考察旅游行业产业链环节分析

#### 1、上游产业

#### 2、下游产业

### 第三节 2016-2017年中国考察旅游行业生命周期分析

#### 一、考察旅游行业生命周期理论概述

#### 二、2017年考察旅游行业所属的生命周期分析

### 第四节 2016-2017年考察旅游行业经济指标分析

#### 二、2016-2017年考察旅游行业的赢利性分析

#### 四、2016-2017年考察旅游行业的经济周期分析

#### 三、考察旅游行业附加值的提升空间分析

### 第五节 2016-2017年国中考察旅游行业进入壁垒分析

#### 一、考察旅游行业技术壁垒分析

#### 二、考察旅游行业规模壁垒分析

#### 三、考察旅游行业品牌壁垒分析

#### 四、考察旅游行业其他壁垒分析

## 第二章 2016-2017年全球考察旅游行业市场发展现状分析

### 第一节 全球考察旅游行业发展历程回顾

### 第二节 2016-2017年全球考察旅游行业市场区域分布情况

### 第三节 2016-2017年亚洲考察旅游行业地区市场分析

#### 一、2016-2017年亚洲考察旅游行业市场现状分析

#### 二、2016-2017年亚洲考察旅游行业市场规模与市场需求分析

#### 三、2018-2024年亚洲考察旅游行业市场前景分析

#### 四、2018-2024年亚洲考察旅游发展趋势分析

### 第四节 2016-2017年北美考察旅游行业地区市场分析

#### 一、2016-2017年北美考察旅游行业市场现状分析

#### 二、2016-2017年北美考察旅游行业市场规模与市场需求分析

#### 三、2018-2024年北美考察旅游行业市场前景分析

#### 四、2018-2024年北美考察旅游行业发展趋势分析

### 第五节 2016-2017年欧盟考察旅游行业地区市场分析

#### 一、2016-2017年欧盟考察旅游行业市场现状分析

#### 二、2016-2017年欧盟考察旅游行业市场规模与市场需求分析

#### 三、2018-2024年欧盟考察旅游行业市场前景分析

#### 四、2018-2024年欧盟考察旅游行业发展趋势分析

### 第六节 2018-2024年世界考察旅游行业分布走势预测

## 第七节 2018-2024年全球考察旅游行业市场规模预测

- 一、2018-2024年亚洲考察旅游行业市场规模预测
- 二、2018-2024年北美考察旅游行业市场规模预测
- 三、2018-2024年欧盟考察旅游行业市场规模预测

## 第三章 2016-2017年中国考察旅游产业发展环境分析

### 第一节 2016-2017年我国宏观经济环境分析

- 一、中国GDP增长情况分析
- 二、工业经济发展形势分析
- 三、社会固定资产投资分析
- 四、全社会消费品零售总额
- 五、城乡居民收入增长分析
- 六、居民消费价格变化分析
- 七、对外贸易发展形势分析

### 第二节 2016-2017年中国考察旅游行业政策环境分析

- 一、行业监管体制现状
- 二、行业主要政策法规

### 第四节 2016-2017年中国考察旅游产业社会环境发展分析

- 一、人口环境分析
- 二、教育环境分析
- 三、文化环境分析
- 四、生态环境分析
- 五、消费观念分析

## 第四章 2015-2017年中国考察旅游产业运行情况

### 第一节 中国考察旅游行业发展状况情况介绍

- 一、行业发展历程回顾
- 二、行业技术现状分析
- 三、行业发展特点分析

### 第二节 2015-2017年中国考察旅游行业市场规模分析

### 第三节 2015-2017年中国考察旅游行业供应情况分析

- 一、行业生产企业分析
- 二、2015-2017年中国考察旅游行业产能情况分析
- 三、2015-2017年中国考察旅游行业产能区域分布情况

### 第四节 2015-2017年中国考察旅游行业需求情况分析

- 一、2015-2017年中国考察旅游行业行业需求量分析
- 二、2015-2017年中国考察旅游行业行业需求区域分布
- 第四节 2018-2024年中国考察旅游行业发展趋势分析

## 第五章 2016-2017年中国考察旅游市场格局分析

### 第一节 2016-2017年中国考察旅游行业竞争现状分析

- 一、中国考察旅游行业竞争情况分析
- 二、中国考察旅游行业主要品牌分析

### 第二节 2016-2017年中国考察旅游行业集中度分析

- 一、中国行业市场集中度分析
- 二、中国行业企业集中度分析

### 第三节 2016-2017年中国考察旅游行业存在的问题

### 第四节 2016-2017年中国考察旅游行业解决问题的策略分析

### 第五节 2016-2017年中国考察旅游行业竞争力分析

- 一、生产要素
- 二、需求条件
- 三、支援与相关产业
- 四、企业战略、结构与竞争状态
- 五、政府的作用

## 第六章 2016-2017年中国考察旅游市场价格走势分析

### 第一节 2016-2017年考察旅游行业价格影响因素分析

- 一、成本因素
- 二、供需因素
- 三、渠道因素
- 四、其他因素

### 第二节 2016-2017年中国考察旅游行业价格现状分析

- 一、2016-2017年考察旅游行业平均价格走势回顾分析
- 二、2018年考察旅游行业平均价格走势预测

### 第三节 2018-2024年中国考察旅游行业平均价格走势预测

- 一、价格预测依据
- 二、2018-2024年中国考察旅游行业平均价格走势预测
- 三、2018-2024年中国考察旅游行业平均价格增速预测

## 第七章 2015-2017年中国考察旅游行业区域市场现状分析

## 第一节 2015-2017年中国考察旅游行业区域市场规模分布

### 第二节 2015-2017年中国华东地区考察旅游市场分析

- 一、华东地区概述
- 二、华东地区经济环境分析
- 三、2015-2017年华东地区考察旅游市场规模分析

### 第三节 华中地区市场分析

- 一、华中地区概述
- 二、华中地区经济环境分析
- 三、2015-2017年华中地区考察旅游市场规模分析

### 第四节 华南地区市场分析

- 一、华南地区概述
- 二、华南地区经济环境分析
- 三、2015-2017年华南地区考察旅游市场规模分析

### 第五节 华北地区市场分析

- 一、华北地区概述
- 二、华北地区经济环境分析
- 三、2015-2017年华北地区考察旅游市场规模分析

## 第八章 2016-2017年中国考察旅游行业竞争情况

### 第一节 2016-2017年中国考察旅游行业竞争结构分析（波特五力模型）

- 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 2016-2017年中国考察旅游行业SWOT分析

- 一、行业优势分析
- 二、行业劣势分析
- 三、行业机会分析
- 四、行业威胁分析

### 第三节 2016-2017年中国考察旅游行业竞争环境分析（PEST）

- 一、政策环境
- 二、经济环境
- 三、社会环境
- 四、技术环境



## 第九章 中国考察旅游所属行业数据监测

### 第一节 中国考察旅游所属行业总体规模分析

#### 一、企业数量结构分析

#### 二、行业资产规模分析

### 第二节 中国考察旅游所属行业产销与费用分析

#### 一、产成品分析

#### 二、销售收入分析

#### 三、负债分析

#### 四、利润规模分析

#### 五、产值分析

#### 六、销售成本分析

#### 七、销售费用分析

#### 八、管理费用分析

#### 九、财务费用分析

#### 十、其他运营数据分析

### 第三节 中国考察旅游所属行业财务指标分析

#### 一、行业盈利能力分析

#### 二、行业偿债能力分析

#### 三、行业营运能力分析

#### 四、行业发展能力分析

## 第十章 我国考察旅游行业重点生产企业分析（随数据更新有调整）

### 第一节 中国国旅

#### 一、企业概况

#### 二、主营产品

#### 三、运营情况

##### 1、主要经济指标情况

##### 2、企业盈利能力分析

##### 3、企业偿债能力分析

##### 4、企业运营能力分析

##### 5、企业成长能力分析

#### 四、公司优劣势分析

### 第二节 中旅总社

#### 一、企业概况

## 二、主营产品

## 三、运营情况

### 1、主要经济指标情况

### 2、企业盈利能力分析

### 3、企业偿债能力分析

### 4、企业运营能力分析

### 5、企业成长能力分析

## 四、公司优劣势分析

### 第三节 中青旅

#### 一、企业概况

#### 二、主营产品

#### 三、运营情况

##### 1、主要经济指标情况

##### 2、企业盈利能力分析

##### 3、企业偿债能力分析

##### 4、企业运营能力分析

##### 5、企业成长能力分析

#### 四、公司优劣势分析

### 第四节 春秋旅游

#### 一、企业概况

#### 二、主营产品

#### 三、运营情况

##### 1、主要经济指标情况

##### 2、企业盈利能力分析

##### 3、企业偿债能力分析

##### 4、企业运营能力分析

##### 5、企业成长能力分析

#### 四、公司优劣势分析

### 第五节 广之旅

#### 一、企业概况

#### 二、主营产品

#### 三、运营情况

##### 1、主要经济指标情况

##### 2、企业盈利能力分析

##### 3、企业偿债能力分析

#### 4、企业运营能力分析

#### 5、企业成长能力分析

### 四、公司优劣势分析

#### 第六节 康辉旅游

##### 一、企业概况

##### 二、主营产品

##### 三、运营情况

##### 1、主要经济指标情况

##### 2、企业盈利能力分析

##### 3、企业偿债能力分析

##### 4、企业运营能力分析

##### 5、企业成长能力分析

### 四、公司优劣势分析

#### 第七节 众信旅游

##### 一、企业概况

##### 二、主营产品

##### 三、运营情况

##### 1、主要经济指标情况

##### 2、企业盈利能力分析

##### 3、企业偿债能力分析

##### 4、企业运营能力分析

##### 5、企业成长能力分析

### 四、公司优劣势分析

#### 第八节 锦江旅游

##### 一、企业概况

##### 二、主营产品

##### 三、运营情况

##### 1、主要经济指标情况

##### 2、企业盈利能力分析

##### 3、企业偿债能力分析

##### 4、企业运营能力分析

##### 5、企业成长能力分析

### 四、公司优劣势分析

#### 第九节 广东中旅

##### 一、企业概况

## 二、主营产品

## 三、运营情况

### 1、主要经济指标情况

### 2、企业盈利能力分析

### 3、企业偿债能力分析

### 4、企业运营能力分析

### 5、企业成长能力分析

## 四、公司优劣势分析

## 第十节 凯撒旅游

### 一、企业概况

### 二、主营产品

### 三、运营情况

### 1、主要经济指标情况

### 2、企业盈利能力分析

### 3、企业偿债能力分析

### 4、企业运营能力分析

### 5、企业成长能力分析

## 四、公司优劣势分析

## 第十一章2018-2024年中国考察旅游行业发展前景分析与预测

### 第一节2018-2024年中国考察旅游行业未来发展前景分析

#### 一、2018-2024年行业国内投资环境分析

#### 二、2018-2024年中国考察旅游行业市场机会分析

#### 三、2018-2024年中国考察旅游行业投资增速预测

### 第二节2018-2024年中国考察旅游行业未来发展趋势预测

### 第三节2018-2024年中国考察旅游行业市场发展预测

#### 一、2018-2024年中国考察旅游行业市场规模预测

#### 二、2018-2024年中国考察旅游行业市场规模增速预测

#### 三、2018-2024年中国考察旅游行业产值规模预测

#### 四、2018-2024年中国考察旅游行业产值增速预测

### 第四节2018-2024年中国考察旅游行业盈利走势预测

#### 一、2018-2024年中国考察旅游行业毛利润同比增速预测

#### 二、2018-2024年中国考察旅游行业利润总额同比增速预测

## 第十二章 2018-2024年中国考察旅游行业投资风险与营销分析

## 第一节 2018-2024年考察旅游行业投资风险分析

- 一、2018-2024年考察旅游行业政策风险分析
- 二、2018-2024年考察旅游行业技术风险分析
- 三、2018-2024年考察旅游行业竞争风险分析
- 四、2018-2024年考察旅游行业其他风险分析

## 第二节 2018-2024年考察旅游行业企业经营发展分析及建议

- 一、2018-2024年考察旅游行业经营模式
- 二、2018-2024年考察旅游行业生产模式
- 三、2018-2024年考察旅游行业销售模式

## 第三节 2018-2024年考察旅游行业应对策略

- 一、把握国家投资的契机
- 二、竞争性战略联盟的实施
- 三、企业自身应对策略

## 第十三章 2018-2024年中国考察旅游行业发展策略及投资建议

### 第一节 2018-2024年中国考察旅游行业品牌战略分析

- 一、考察旅游企业品牌的重要性
- 二、考察旅游企业实施品牌战略的意义
- 三、考察旅游企业品牌的现状分析
- 四、考察旅游企业的品牌战略
- 五、考察旅游品牌战略管理的策略

### 第二节 2018-2024年中国考察旅游行业市场重点客户战略实施

- 一、实施重点客户战略的必要性
- 二、合理确立重点客户
- 三、对重点客户的营销策略
- 四、强化重点客户的管理
- 五、实施重点客户战略要重点解决的问题

### 第三节 2018-2024年中国考察旅游行业战略综合规划分析

- 一、战略综合规划
- 二、技术开发战略
- 三、业务组合战略
- 四、区域战略规划
- 五、产业战略规划
- 六、营销品牌战略
- 七、竞争战略规划

## 第十四章 2018-2024年中国考察旅游行业发展策略及投资建议

### 第一节2018-2024年中国考察旅游行业产品策略分析

- 一、产品开发策略
- 二、市场细分策略
- 三、目标市场的选择

### 第二节2018-2024年中国考察旅游行业营销渠道策略

- 一、2018-2024年考察旅游行业营销模式
- 二、2018-2024年考察旅游行业营销策略

### 第三节2018-2024年中国考察旅游行业价格策略

### 第四节 观研天下行业分析师投资建议

- 一、2018-2024年中国考察旅游行业投资区域分析
- 二、2018-2024年中国考察旅游行业投资产品分析

(GYFSWLP)

图表详见报告正文

特别说明：观研天下所发行报告书中的信息和数据部分会随着时间变化补充更新，报告发行年份对报告质量不会有任何影响，并有助于降低事业单位投资风险。

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/lvyou/310281310281.html>