

2020年中国旅游行业分析报告- 市场供需现状与投资商机研究

报告大纲

观研报告网

www.chinabaogao.com

一、报告简介

观研报告网发布的《2020年中国旅游行业分析报告-市场供需现状与投资商机研究》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/474396474396.html>

报告价格：电子版: 8200元 纸介版：8200元 电子和纸介版: 8500

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

【报告大纲】

第一章 旅游业市场发展分析

1.1 旅游业界定

1.2 全球旅游市场发展分析

1.2.1 全球旅游人数及收入情况

1.2.2 全球各区域旅游市场情况

(1) 全球各区域市场旅游人次情况

(2) 全球各区域市场旅游收入情况

1.2.3 全球国际旅游支出分析

1.2.4 全球领先旅游业企业发展分析

(1) 万豪国际酒店

(2) 希尔顿国际酒店集团

(3) 洲际酒店集团 (IHG)

1.3 国内旅游业发展环境分析

1.3.1 旅游业政策环境分析

1.3.2 旅游业经济环境分析

(1) 国际经济环境分析

(2) 国内经济环境分析

1.3.3 旅游业社会环境分析

(1) 人口年龄结构

(2) 城乡人口结构变化

(3) 社会结构

1.4 中国国内旅游市场发展分析

1.4.1 中国国内旅游概况

(1) 国内旅游人数

(2) 国内旅游收入

(3) 国内旅游人均花费

(4) 城乡居民消费结构

1.4.2 国内旅游的发展特征

(1) 发展：新常态的稳健大步

(2) 观光：闲暇类旅游是居民旅游生活的主体

(3) 服务：满意度提升仍然有较大的空间

- (4) 舆情：对服务质量的更加关注
- 1.4.3 中国国内旅游市场发展预测
- 1.5 中国入境旅游市场发展分析
 - 1.5.1 中国入境旅游概况
 - (1) 入境旅游接待人数
 - (2) 入境客源市场的结构特征
 - (3) 入境旅游外汇收入
 - 1.5.2 入境旅游主要特点
 - (1) 入境游止跌回升
 - (2) 历史文化景点受热捧
 - (3) 儿童及老年旅客群体成倍增长
 - 1.5.3 入境旅游市场发展预测
 - 1.5.4 入境旅游市场发展建议
- 1.6 中国出境旅游市场发展分析
 - 1.6.1 中国出境旅游概况
 - (1) 出境旅游人数
 - (2) 客源结构
 - 1.6.2 出境游目的地概况
 - (1) 已开放的出境旅游目的地
 - (2) 出境旅游中的热门目的地
 - 1.6.3 出境旅游市场发展预测
 - 1.6.4 出境旅游市场发展建议
- 1.7 中国黄金周旅游市场发展分析
 - 1.7.1 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
 - 1.7.2 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
- 1.8 中国旅游业“走出去”机遇分析
 - 1.8.1 旅游子行业海外市场扩张现状
 - (1) 旅游海外市场扩张现状
 - (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

1.8.2 旅游企业海外扩张存在问题

1.8.3 未来海外市场前景展望

1.8.4 行业海外扩张对策建议

1.9 高铁建设对旅游业影响分析

1.9.1 全球掀起高铁建设热潮

1.9.2 中国高铁建设情况

(1) 高铁建设规划

(2) 高铁建设进展

1.9.3 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

第二章 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

(1) 基本简介

(2) 主要种类：

2.1.2 云终端系列+手持机系列

(1) 平板云应用终端

(2) 智游宝第三代云终端

(3) POS消费终端机

(4) 无线手持检票机

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

(1) 基本简介:

(2) 建设的意义

(3) 建设的基本原则

2.2.2 营销

(1) 微信营销

(2) “1元门票”营销

(3) “政企”合作，推介新媒体营销

(4) 互联网+景区背景下的景区智慧名片营销新模式

2.2.3 安防

(1) 景区安防高清智能化

(2) 景区环境中视频监控的应用：

2.2.4 决策

2.3 互联网+旅游目的地O2O平台架构

2.3.1 线上直销

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) 微信公众号

(3) 淘宝码上游

(4) 官方微电商

2.3.5 产品中心

(1) 组合产品

(2) 其它定制型产品

2.3.6 决策中心

(1) 在线客服

(2) 旅游顾问

(3) 呼叫中心

(4) 代理人

(5) 自主服务点

(6) 导游团队

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

- (1) 黄果树智慧旅游：
- (2) 智慧华山：
- (3) 千岛湖智慧旅游：

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) (平台发展简况分析
- (2) 企业产品服务分析
- (3) 企业经营状况分析
- (4) 企业竞争优势分析

2.6.2 上海联通“智慧沃游”平台

- 1) (平台发展简况分析

(2) 企业产品服务分析

(3) 企业经营状况分析

(4) 企业竞争优势分析

2.6.3 互联网+”江苏智慧旅游大平台

1) (平台发展简况分析

(2) 企业产品服务分析

(3) 企业经营状况分析

(4) 企业竞争优势分析

2.6.4 中智云游智慧旅游平台

1) (平台发展简况分析

(2) 企业产品服务分析

(3) 企业经营状况分析

(4) 企业竞争优势分析

2.6.5 票付通智慧旅游平台

1) (平台发展简况分析

(2) 企业产品服务分析

(3) 企业经营状况分析

(4) 企业竞争优势分析

第三章 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

第四章 中国旅游业子行业发展分析

4.1 旅游景区发展分析

4.1.1 旅游景区基本情况

4.1.2 旅游景区经营情况

(1) 接待游客数量

(2) 营业收入规模

(3) 新兴旅游景区发展情况

4.1.3 旅游景区分类

(1) 按照旅游资源的主体性质划分

(2) 按照旅游景区管理级别的不同进行划分

4.1.4 5A景区口碑情况

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) 星级酒店收入规模

(3) 星级酒店构成情况

(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 连锁酒店发展情况分析

(1) 高端酒店

(2) 中端连锁酒店

(3) 经济型酒店

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

(1) 行业集中度较低

(2) 轻餐饮越来越受到餐饮人和购物中心的青睐

(3) 行业集中度将缓慢提升

4.3.3 餐饮百强企业经营分析

(1) 高端消费比例下降，百姓消费成为主流。

(2) 省份集中度较高

- (3) 特色餐饮高质量发展特点明显
- (4) 新餐饮成为行业创新主要驱动力
- 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
 - 4.4.4 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

第五章 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) 居民可支配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) 城乡居民出游人数变化
 - (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) 新兴业态快速成长
 - 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) 新兴业态——邮轮旅游发展分析
 - (3) 新兴业态——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) 新兴业态——自由行业务发展分析
 - (3) 新兴业态——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) 新兴业态——经济型酒店发展分析

第六章 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 北京市旅游发展概况
 - 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) 北京市旅游景区经营分析
 - (5) 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 上海市旅游发展概况

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) 上海市旅游景区经营分析
- (5) 上海市城市旅游营销分析

6.3.3 上海市旅游社发展分析

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) 上海市住宿和餐饮业市场分析
- (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

- (1) 发展目标
- (2) 发展指标

6.4 广州市旅游业发展分析

6.4.1 广州市旅游发展概况

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) 广州市旅游景区经营分析
- (5) 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 深圳市旅游发展概况

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) 深圳市旅游景区经营分析
- (5) 深圳市城市旅游营销分析

6.5.3 深圳市旅游社发展分析

6.5.4 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

6.5.5 深圳市旅游市场综合评价

6.5.6 深圳市旅游发展规划

6.6 杭州市旅游业发展分析

6.6.1 杭州市旅游发展概况

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) 杭州市旅游景区经营分析
- (5) 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 重庆市旅游发展概况

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) 重庆市旅游景区经营分析
- (5) 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 西安市旅游发展概况

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) 西安市旅游景区经营分析
- (5) 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

第七章 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) 企业产品服务分析
- (3) 企业发展现状分析
- (4) 企业竞争优势分析

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) 企业产品服务分析
- (3) 企业发展现状分析
- (4) 企业竞争优势分析

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) 企业产品服务分析
- (3) 企业发展现状分析
- (4) 企业竞争优势分析

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) 企业产品服务分析
- (3) 企业发展现状分析
- (4) 企业竞争优势分析

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) 企业产品服务分析
- (3) 企业发展现状分析

(4) 企业竞争优势分析

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) 企业产品服务分析

(3) 企业发展现状分析

(4) 企业竞争优势分析

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) 企业产品服务分析

(3) 企业发展现状分析

(4) 企业竞争优势分析

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) 企业产品服务分析

(3) 企业发展现状分析

(4) 企业竞争优势分析

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) 企业产品服务分析

(3) 企业发展现状分析

(4) 企业竞争优势分析

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) 企业产品服务分析

(3) 企业发展现状分析

(4) 企业竞争优势分析

7.2.11 武汉三特索道集团股份有限公司经营分析

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业产品服务分析

(3) 企业发展现状分析

(4) 企业竞争优势分析

7.2.12 丽江玉龙旅游股份有限公司经营分析

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业产品服务分析

(3) 企业发展现状分析

(4) 企业竞争优势分析

7.2.13 大连圣亚旅游控股股份有限公司经营分析

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业产品服务分析

(3) 企业发展现状分析

(4) 企业竞争优势分析

7.2.14 张家界旅游集团股份有限公司经营分析

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业产品服务分析

(3) 企业发展现状分析

(4) 企业竞争优势分析

7.2.15 西藏旅游股份有限公司经营分析

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业产品服务分析

(3) 企业发展现状分析

(4) 企业竞争优势分析

第八章 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

(1) 旅游产业融合的提出

(2) 旅游与文化产业的融合

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

(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 政策红利加持旅游消费市场

- (1) 《十三五旅游业发展规划》
- (2) “一带一路”政策
- (3) 消费升级相关政策

8.3 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

- (1) 中西部旅游崛起的条件日益成熟
- (2) 成长期的旅游目的地建设
- (3) 中西部经济贸易区建设

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
- (4) 中国互联网+旅游行业市场发展方向

8.4.2 中国互联网+旅游行业发展投资机会与建议

- (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) 在线旅游
- (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
- (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

1) 国家5A级旅游景区名单

图表目录

图表1：2021-2026年全球旅游人数和旅游收入规模及预测情况（单位：亿人次，万亿美元）

图表2：2020年各行业经济体及GDP增速对比情况（单位：%）

图表3：2020年全球各区域市场旅游人次占比情况（单位：%）

图表4：2020年全球旅游总人次排名前十国家（单位：亿人次）

图表5：2020年全球各区域市场旅游收入占比情况（单位：%）

图表6：2020年全球旅游总收入排名前十国家（单位：千亿美元）

图表7：2020年全球旅游支出增幅TOP5排行（单位：亿美元，%）

图表8：旅游政策汇总

图表9：2017-2020年主要国际组织产出增长变动百分比（单位：%）

图表10：世界主要国家和地区经济增长率比较（单位：%）

图表11：主要国家和地区对世界经济增长的贡献率（单位：%）

图表12：2021-2026年中国GDP及其增长率变化走势图（单位：亿元，%）

图表13：2020年中国宏观经济指标预测（单位：%）

图表14：2017-2020年中国GDP增速与旅游行业总收入增速对比图（单位：%）

图表15：2017-2020年中国人口年龄结构（单位：万人）

图表详见报告正文 (GYSYL)

【简介】

中国报告网是观研天下集团旗下打造的业内资深行业分析报告、市场深度调研报告提供商与综合行业信息门户。《2020年中国旅游行业分析报告-市场供需现状与投资商机研究》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。

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。观研天下是国内知名的行业信息咨询机构，拥有资深的专家团队，多年来已经为上万家企业单位、咨询机构、金融机构、行业协会、个人投资者等提供了专业的行业分析报告，客户涵盖了华为、中国石油、中国电信、中国建筑、惠普、迪士尼等国内外行业领先企业，并得到了客户的广泛认可。

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家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。本研究报告采用的行业分析方法包括波特五力模型分析法、SWOT分析法、PEST分析法，对行业进行全面的内外部环境分析，同时通过资深分析师对目前国家经济形势的走势以及市场发展趋势和当前行业热点分析，预测行业未来的发展方向、新兴热点、市场空间、技术趋势以及未来发展战略等。

更多好文每日分享，欢迎关注公众号

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/lyyou/474396474396.html>