

2018-2023年中国旅游行业市场现状规模分析与投资发展趋势研究报告

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《2018-2023年中国旅游行业市场现状规模分析与投资发展趋势研究报告》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/lvyou/297132297132.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

我国旅游环境的变化与企业应对

一、沟通政府，争取景区交通改善以提振客流

高铁“四纵、四横”大部分通车规划有望极大改善景区的交通状态。目前，上市景区类公司未来几年均处区域交通明显改善期，周边游有望进一步爆发。

四纵四横高铁网络

资料来源：公开资料整理

我们看好华东、华中地区的景区股：交通网络成熟、景点密集易串联、周边居民消费强。根据目前的铁路、公路修建情况，主要景区未来三年内均有望实现交通的大幅改善、重振业绩。

上市景区现有交通和在建交通

资料来源：公开资料整理

二、部分景区存在提价可能性

2007年，国家发改委下发通知，规定旅游景区门票价格的调整频次不低于3年。而我国许多景区的最近一次价格调整时间是2012年左右，2015年迎来了“解禁潮”。然而，2015年9月，国家发展改革委、国家旅游局共同下发《关于开展景区门票价格专项整治工作的通知》，自2015年9月至2016年8月，在全国范围内开展为期一年的景区门票价格专项整治工作，期间，各地原则上不出台新的上调门票价格方案。目前，整治工作已经结束半年，加之不少景区游览内容在丰富、但门票价格已经数年未提升，所以各景区存在门票提价内在动力。

表：上市公司景区公司提价历史

资料来源：公开资料整理

三、持续并购、扩张、整合，打破地域瓶颈

优质景区稀缺，仍是核心上游要素资源和行业发展依托。截止2017.3，全国各类景区2.8万多个，5A级景区仅247个。因此，并购、扩张、整合可以打破景区“靠山吃山”的地域瓶颈。

图：国内5A景区分布

资料来源：公开资料整理

人造景区

重资产模式：由于本身利润率较高、一线景区客流丰富，重资产模式也能使资金快速回笼。或二线景区选择性布点+合作开发经营。

轻资产模式：1) 景区众多，全国2万多家，2015年景区项目投资6000多亿；2) 监管部门对景区运营愈发严格（12月初，国家旅游总局对107家景区整顿摘牌）；3) 低成本、低风险撬动高收益，收取费或景区收入分成，如宋城、中青旅。

自然景区

一是，周边景点开发：之前多依托当地自然资源，管理精细化难达到省外输出水平=依托景区本身客流，开发附近的景点资源，相互导流。（黄山旅游切入东黄山山下小镇、宏村项目、太平湖；峨眉山开发柳江古镇等）。二是，依托大股东/当地国资委并购市内/省内旅游资源。

表：几大景区外延扩张概况

资料来源：公开资料整理

四、国企改革激发内在动力

从行业背景分析，旅游板块国企占比近80%。费用率（7-70%）高于欧美（7-27%），有充足压缩空间。国企改革可以促使企业内生发力，撬动估值空间，改革方向包括三方面：

引入战略投资者/民营资本、大股东持股比例低被举牌，推进混合所有制改革；推出股权激励，实行员工持股、管理层激励等，优化公司治理；资产整合（资源注入、合并、整体上市等），加速扩张或转型，市场化经营提升效率。

2016年至今国企改革政策-国家层面

资料来源：公开资料整理

2016年至今景区相关公司国企改革政策

资料来源：公开资料整理

在国家政策支持的大背景下，旅游板块公司纷纷获得了以下进展：

旅游企业国企改革进程

资料来源：公开资料整理

中国报告网发布的报告书内容严谨、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。

【报告目录】

第一章 2015-2017年世界观光旅游行业运行态势分析

第一节 2015-2017年世界观光旅游业运行分析

- 一、世界旅游业发展步伐持续加快
- 二、H1N1流感疫情对观光旅游业影响
- 三、世界观光旅游业经验借鉴

第二节 2015-2017年世界主要地区观光旅游业动态分析

- 一、欧洲
- 二、美国
- 三、韩国

四、西班牙

五、中国台湾

第三节 2018-2023年世界旅游行业发展六大趋势分析

第二章 2015-2017年中国观光旅游行业运行环境分析

第一节 2015-2017年中国经济环境分析

一、国民经济运行情况GDP

二、消费价格指数CPI、PPI

三、全国居民收入情况

四、恩格尔系数

五、工业发展形势

六、固定资产投资情况

七、财政收支状况

八、社会消费品零售总额

九、对外贸易&进出口

第二节 2015-2017年中国观光旅游政策环境分析

一、旅游发展规划管理办法

二、旅行社质量保证金暂行规定实施细则

三、中国国情对特色旅游影响

四、中国旅游产业调整与振兴规划

第三节 2015-2017年中国观光旅游行业社会环境分析

第三章 2015-2017年中国观光旅游产业运行新态势分析

第一节 2015-2017年中国观光旅游业运行总况

一、旅游观光业进入"黄金时代"

二、观光旅游应向休闲度假转型

第二节 2015-2017年中国观光旅游行业市场运行分析

一、按年龄性别入境旅游接待收汇情况

二、按入境方式旅游接待收汇情况

三、按目的接待收汇情况

四、主要城市旅游接待情况

第四章 中国农业观光园运行形势分析

第一节 中国农业观光园产业动态分析

一、“北京市观光农业示范园”再次落户顺义北务镇

二、唐山观光农业呈现勃勃生机

三、首个开心农场万盛开建 猕猴桃观光园昨动工

四、丹东市休闲旅游农业方兴未艾

第二节 中国农业观光园产业消费情况分析

一、西安旅游观光农业已经接待400万人次

二、广州64家农业观光园接待游客与营收分析

第三节 国内典型地区农业观光园发展分析

一、台湾的农业观光园

二、北京的农业观光园

三、广东的农业观光园

四、张家界的农业观光园

第五章 2015-2017年中国观光旅游农业热点问题探讨与对策应对

第一节 2015-2017年中国观光旅游农业发展中存在的问题

一、缺乏科学和合理的旅游发展规划

二、不合理开发导致原有生态和人文环境被破坏

三、从业人员观念落后和管理粗放

四、建园指导思想缺乏创新理念

五、没有形成规模经营和知名品牌

第二节 2015-2017年中国观光旅游农业的发展对策

一、按市场经济运行规律办事

二、园区规划应把握市场定位和确立发展模式

三、政府部门要加强组织和协调工作

四、提高管理水平

第三节 2018-2023年中国观光旅游农业发展趋势分析

第六章 2015-2017年中国采摘观光旅游新格局分析

第一节 2015-2017年采摘观光旅游生产的背景

一、旅游者需求的变化

二、出游时间的保证

三、采摘观光旅游发展的趋势

第二节 2015-2017年中国采摘观光旅游的特点分析

一、一种较高层次的旅游活动

二、短期游和近地游受到游客青睐

三、旅游地市场的季节波动较大

四、中国目前采摘观光旅游地主要分布在大中城市周边地带

五、采摘果园建设投入少收益高

第三节2015-2017年中国采摘观光旅游在开发过程中存在的问题

一、旅游者对物质满足的需求多于对精神满足的追求

二、经营者经营理念与顾客需求之间存在差异

三、经营者缺乏商品意识，没有自己的品牌

四、农村的基础设施和服务设施不完善

五、造成新的生态失衡

六、没有形成规模化经营

第四节2015-2017年中国采摘观光旅游的开发策略探讨

一、针对目标市场进行定位

二、提高思想认识，搞好农业和游游业的结合

三、科学规划采摘观光旅游产品，突出特色，打造品牌

四、在开发的模式上采用“复合性开发”

五、拓展投资渠道，加大投资力度，搞好基础设施建设

六、培养农业旅游管理服务人才

七、政府部门制定激励机制

八、开发与保护并重，走可持续发展的战略

第七章 2015-2017年中国观光旅游业发展策略探讨

第一节2015-2017年中国旅游业发展策略分析

一、关于城乡统筹的乡村旅游发展分析

二、城市旅游形象战略分析

三、关于促进旅游业发展的建议

四、旅游目的地营销主体分析

第二节2015-2017年中国县域城镇旅游的区域形象整合

一、县域城镇地理空间特征与认知

二、县域城镇旅游形象认知弱势分析

三、区域形象整合的作用分析

四、区域形象整合新思路

第三节2015-2017年中国红色旅游的蓝海战略研究

一、红与蓝的由来

二、红色旅游的市场边界

三、红色旅游的蓝色概念

四、红色旅游的蓝海战略

五、红色旅游的蓝海发展策略

第四节2015-2017年中国农民旅游市场开发探析

- 一、开发农民旅游市场的可行性分析
- 二、农民旅游活动中存在的问题分析
- 三、中国农民旅游市场开发对策研究

第八章中国旅游产业领军企业竞争性财务数据分析

第一节 中青旅控股股份有限公司

- 一、企业概况
- 二、主营业务情况分析
- 三、公司运营情况分析
- 四、公司优劣势分析

第二节 北京首都旅游股份有限公司

- 一、企业概况
- 二、主营业务情况分析
- 三、公司运营情况分析
- 四、公司优劣势分析

第三节 上海锦江国际旅游股份有限公司

- 一、企业概况
- 二、主营业务情况分析
- 三、公司运营情况分析
- 四、公司优劣势分析

第四节 黄山旅游发展股份有限公司

- 一、企业概况
- 二、主营业务情况分析
- 三、公司运营情况分析
- 四、公司优劣势分析

第九章 2018-2023年中国观光旅游行业发展趋势分析

第一节2018-2023年中国旅游业的展望分析

- 一、中国旅游业两大潜力市场亟待挖掘
- 二、2018-2023年中国出境旅游业发展预测
- 三、中国旅游发展趋势研究
- 四、中国旅游业发展的新走向

第二节2018-2023年中国观光旅游发展趋势分析

- 一、工地观光旅游大有前景
- 二、观光旅游茶园前景看好
- 三、生态旅游观光带开发前景

第三节 2018-2023年中国观光旅游行业市场盈利预测分析

第十章 2018-2023年中国观光旅游投资战略研究

第一节 2018-2023年中国观光旅游行业投资概况

- 一、观光旅游行业投资特性
- 二、观光旅游具有良好的投资价值
- 三、观光旅游投资环境分析

第二节 2018-2023年中国观光旅游行业投资机会分析

- 一、农业观光旅游有市场
- 二、地区投资观光旅游机会分析

第三节 2018-2023年中国观光旅游行业投资风险预警

- 一、市场运营风险
- 二、金融风险
- 三、政策风险
- 四、管理风险

第四节 投资建议

图表目录：（部分）

图表：2015-2017年中国GDP总量及增长趋势图

图表：2015.09-2017.09中国月度CPI、PPI指数走势图

图表：2015-2017年我国城镇居民可支配收入增长趋势图

图表：2015-2017年我国农村居民人均纯收入增长趋势图

图表：1978-2017年中国城乡居民恩格尔系数走势图

更多图表详见正文（GSLWK）

特别说明：中国报告网所发行报告书中的信息和数据部分会随时间变化补充更新，报告发行年份对报告质量不会有任何影响，并有助于降低企事业单位投资风险。

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/lyyou/297132297132.html>