

2018-2023年中国旅游产业市场竞争现状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

一、报告简介

观研报告网发布的《2018-2023年中国旅游产业市场竞争现状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/lvyou/297133297133.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

一、主旋律不变：长期朝阳、受益消费升级

旅游行业目前正处于朝阳行业。从2009-2016年数据看，中国旅游业总收入年复合增长率20%，远高于GDP增幅。这背后，是由于居民收入、消费水平提升刺激旅游需求（出游率）及旅游消费升级（内容、客单价）。这几年普通群众出游率不断上升。

人均GDP持续上升刺激旅游需求及旅游升级

资料来源：公开资料整理

人均GDP持续上升刺激旅游需求及旅游升级

资料来源：公开资料整理

同时，中产兴起，消费升级：麦肯锡调查显示，服饰、餐饮、休闲旅游娱乐是最能体现消费升级的三大领域。其中，在富裕阶层中休闲旅游娱乐消费相对主流大众几乎翻了三倍。2015年近1/4消费者声称愿意在旅游上花更多的钱。而携程《2017中国旅游者意愿调查报告》显示，旅游超过购房买车等成为消费的首选必需品。

中国各层次家庭平均消费倾向及支出占比

资料来源：麦肯锡中高收入者消费行为调查
收入提高后首先增加支出的前三大品类

资料来源：麦肯锡中高收入者消费行为调查

因此，旅游行业属于典型消费拉动型行业，中长期向好的逻辑不变。但不变中也蕴含着变化，其中，本文简单梳理了人口代际变化对旅游业带来的影响。

二、代际变迁：90后、00后正走上旅游消费大舞台据去哪儿调查，22-30岁是旅游预订市场主力军，占到总预订人群的39.97%。31—35岁的消费者旅游行为占比最小，为13.29%（由于购房、小孩及赡养父母等经济、时间压力，旅游频次下降）。随着90后年轻一代走上工作舞台，90后正成为旅游主力军。

图：国内旅行者年龄分布

资料来源：去哪儿

90后经济独立，同时敢花、消费意愿高于其他代际

根据汇丰银行调查显示，我国千禧一代自有住房比例高达七成。生活富足，更注重品质、体验，喜欢旅游。而蚂蜂窝《“浪”一代：90后旅行方式研究报告2017》研究表明：69%的90后表示自己会承担全部的旅游花费。90后平均税后月收入4891元，但旅游年均花费却高达11810元，消费意愿强于之前的80后等。

90后生活理想

资料来源：北大市场与媒介研究中心

90后消费意愿相当于月收入三倍

资料来源：公开资料整理

90后更享受生活、休闲娱乐性更强

90后出游具有个性鲜明、追求自由（刺激、挑战、新奇）、推崇享乐主义、“任性出游”等特征。

途牛《青年在线旅游消费报告2017》显示，轻松自在的自助游是青年游客最青睐的出游方式（>60%）。国内出游目的地主要是在丽江、三亚、厦门、成都、杭州等特色目的地倍受青年游客喜爱，且深受热门影视剧影响。而携程17年五一数据显示，前往乐园类景区游玩的以26-35岁年轻人人居多，前往观赏自然风光和历史人文景区的旅客则一般在36-45岁之间。目的地选择的背后，是90后更享受生活、休闲娱乐性更强、注重健体放松、更注重品质。淘宝旅行首份《互联网下的90后旅游消费报告》，90后较80后在旅游动机方面，康体型动机比重上升，如娱乐消遣、放松休闲、疗养健体、泡温泉、登山、游泳等等；尤其是健体的动机由11.32%上升为62.3%，上升比重最大。演唱会、音乐节、热门赛事都能促成一场“马上就出发”的旅行。90后告别“买买买”时代，愿意将更多的消费花费在旅行的质量、体验提高上（酒店、美食及娱乐）。此外，信息互联网生态下成长起来的一代，旅游信息来源、预订更多通过网络，更愿意在社交网络上分享。

消费中更看重美食，而非买买买

资料来源：途牛

2017五一出游社交媒体热度

资料来源：同程《2017五一假期居民旅游消费趋势报告》

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，搞好农业和旅游业的结合
- 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/297133297133.html>