

2018年中国夜间旅游行业分析报告- 市场运营态势与发展前景研究

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《2018年中国夜间旅游行业分析报告-市场运营态势与发展前景研究》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/329288329288.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

相对于白天旅游，夜游是指专门为外来游客和当地居民夜间旅游休闲活动设计和开发的专项旅游产品。我国城市夜间旅游活动历史悠久，其最初的形态可以追溯到商周之际的夜市，只是当时的活动内容、形式比较单一，仅局限于夜宵、娱乐等。

随着城市居民夜生活的繁荣、旅游竞争的日益激烈和旅游消费模式的转变，夜间旅游得到了前所未有的重视。夜游拉动 GDP 作用明显，能提升游客粘性丰富旅游业态，也是民心工程政绩工程，特别是“最忆是杭州”亮相G20峰会，中外宾客无一不三叹，俨然成最具代表性的城市名片。此外，我国部分二线城市近期放松了限购及落户政策，对人才的争夺愈演愈烈。而沁人心脾的夜间景观照明则能在短时间内迅速提升城市气质，快速吸引优秀人才。在多因素的刺激下，我国各地政府纷纷衣冠优孟，如长春投资实施城市亮化项目建设，济南推进一湖一环景观照明规划，南京推夜游城墙等。

图表：夜游产生的动力机制

一、告别“走马观花”的快餐旅游，夜游经济拉动GDP作用明显

夜游经济是由政府主导，通过精心策划将城市夜晚点亮，体现城市文化的同时增加夜间消费，从而促进城市经济发展。作为在夜游经济发展方面可圈可点的“排头兵”——上海、广州、深圳、杭州、长沙等城市，形成了以晚间夜游观光、逛街购物、娱乐休闲为特色的消费习惯，经济效益明显。据商务部调查显示，北京王府井出现超过 100 万人的高峰客流是在夜市，上海夜间商业销售额占白天的 50%，重庆 2/3 以上的餐饮营业额是在夜间实现的，广州服务业产值有 55%来源于夜间经济。图表：上海外滩夜景

图表：西湖夜景 住宿和餐饮是夜游经济的重要组成部分，充满愉悦感的夜游体验将极大拉动住宿和餐饮业的消费。我们以“住宿和餐饮业人均GDP”来衡量夜游所带来的一部分经济拉动作用。我们选取夜游较发达的上海、北京和夜游开发程度一般的西宁进行对比。2016 年上海、北京住宿和餐饮业人均 GDP 分别为 1607 和 1838 元，是西宁的 3.14 倍和 3.59 倍；若考虑人均收入因素，我们将三个城市的“住宿和餐饮业人均GDP/居民人均可支配收入”进行对比，2015、2016 年上海要较西宁高出 27.3%、25.6%，北京比西宁多出 54.8%、48.5%，说明在相同的收入情况下，上海和北京地区居民愿意在住宿和餐饮上面花费更多。

由此我们不难得出结论，夜游对住宿和餐饮业人均 GDP 拉动作用明显。这主要是因为内容丰富的夜游已成为都市生活不可或缺的一部分，居民夜间餐饮、购物、娱乐等消费欲望高涨，积极推动了城市的经济发展并映射出城市的文化与活力。

图表：住宿和餐饮业人均 GDP(元) 图表：住宿和餐饮业人均 GDP/居民人均可支配收入

二、明星IP深入挖掘城市文化品牌，提升游客粘性丰富旅游业态

近年来，国内众多旅游城市深度挖掘其深厚的文化内涵，如桂林、云南的少数民族文化，杭州、西安的古都文化等，开发运作了一系列成功的旅游演艺明星 IP，如桂林的“印象刘三姐”、杭州的“宋城千古情”和“印象西湖”、西安的“大唐芙蓉园”、云南丽江的“印象丽江雪山”

和“印象丽江古城”等，对当地旅游市场起到了良好的拉动效应，形成了城市夜游的发展核心。

旅游人才增加显著。以“印象西湖”为例，2006年杭州入境游客数量同比增速要低于全国增速1.42个百分点，2007年随着“印象西湖”的开演，同比增速快速上升11.87个百分点至14.35%，大幅领先全国同比增速8.81个百分点。此后除2013年增速低于全国增速外，杭州入境游客数量增速多年高于全国增速。

图表：杭州入境游客增速

注：“印象西湖”2007年首演，当年即迎来游客增长高峰

图表：桂林入境游客增速 注：2006年以前全国入境游客数据缺失，无法对比；2003年由于“非典”，入境游客数量下滑明显，2004年游客数量大幅增长或是因为2003年的低基数和2004年“印象刘三姐”的开演；之后，除2008年外，2005年~2014年桂林入境游客数量增速均高于全国增速

图表：海口入境游客增速

注：“印象海南岛”2009年首演，延迟一年迎来游客增长高峰

图表：南平入境游客增速

注：“印象大红袍”2010年首演，延迟一年迎来游客增长高峰

境游客数量下滑明显，2004年游客数量大幅增长或是因为2003年的低基数和2004年“印象刘三姐”的开演；之后，除2008年外，2005年~2014年桂林入境游客数量增速均高于全国增速

人均停留天数增长明显。“印象西湖”晚间的一小时演出，让大量中外游客在杭州多留一晚，杭州对于游客的旅游粘性大幅增加。我们研究“杭州入境游客平均停留天数”这一数据，2004年、2006年平均停留天数分别为2.59天和2.57天，年均下滑0.51%。随着“印象西湖”的开演，2007年人均停留天数同增4.02%至2.67天，此后随着口碑效应的发酵，平均停留天数2007~2011始终保持增长，2011年已达2.96天，较2006年多出15.40%。

图表：杭州入境游客平均停留天数(天)

注：2005年、2013年及往后年份无数据，2005年增速为2004~2006年的平均增速。

观研天下发布的《2018年中国夜间旅游行业分析报告-市场运营态势与发展前景研究》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。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统计局规模企业统计数据库及夜间旅游交易所等，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、夜间旅游T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。

【报告大纲】

第一章 2015-2017年中国夜间旅游行业发展概述

第一节 夜间旅游行业发展情况概述

- 一、夜间旅游行业相关定义
- 二、夜间旅游行业基本情况介绍
- 三、夜间旅游行业发展特点分析

第二节 中国夜间旅游行业上下游产业链分析

- 一、产业链模型原理介绍
- 二、夜间旅游行业产业链条分析
- 三、中国夜间旅游行业产业链环节分析
 - 1、上游产业
 - 2、下游产业

第三节 中国夜间旅游行业生命周期分析

- 一、夜间旅游行业生命周期理论概述
- 二、夜间旅游行业所属的生命周期分析

第四节 夜间旅游行业经济指标分析

- 一、夜间旅游行业的赢利性分析
- 二、夜间旅游行业的经济周期分析
- 三、夜间旅游行业附加值的提升空间分析

第五节 中国夜间旅游行业进入壁垒分析

- 一、夜间旅游行业资金壁垒分析
- 二、夜间旅游行业技术壁垒分析
- 三、夜间旅游行业人才壁垒分析

四、夜间旅游行业品牌壁垒分析

五、夜间旅游行业其他壁垒分析

第二章 2015-2017年全球夜间旅游行业市场发展现状分析

第一节 全球夜间旅游行业发展历程回顾

第二节 全球夜间旅游行业市场区域分布情况

第三节 亚洲夜间旅游行业地区市场分析

一、亚洲夜间旅游行业市场现状分析

二、亚洲夜间旅游行业市场规模与市场需求分析

三、亚洲夜间旅游行业市场前景分析

第四节 北美夜间旅游行业地区市场分析

一、北美夜间旅游行业市场现状分析

二、北美夜间旅游行业市场规模与市场需求分析

三、北美夜间旅游行业市场前景分析

第五节 欧盟夜间旅游行业地区市场分析

一、欧盟夜间旅游行业市场现状分析

二、欧盟夜间旅游行业市场规模与市场需求分析

三、欧盟夜间旅游行业市场前景分析

第六节 2018-2024年世界夜间旅游行业分布走势预测

第七节 2018-2024年全球夜间旅游行业市场规模预测

第三章 2015-2017年中国夜间旅游产业发展环境分析

第一节 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 中国夜间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

第三节 中国夜间旅游产业社会环境发展分析

一、人口环境分析

二、夜间旅游环境分析

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年中国夜间旅游行业运行情况

第一节 中国夜间旅游行业发展状况情况介绍

一、行业发展历程回顾

二、行业创新情况分析

三、行业发展特点分析

第二节 中国夜间旅游行业市场规模分析

第三节 中国夜间旅游行业供应情况分析

第四节 中国夜间旅游行业需求情况分析

第五节 中国夜间旅游行业供需平衡分析

第六节 中国夜间旅游行业发展趋势分析

第五章 中国夜间旅游所属行业运行数据监测

第一节 中国夜间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 中国夜间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 中国夜间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

第六章 2015-2017年中国夜间旅游市场格局分析

第一节 中国夜间旅游行业竞争现状分析

一、中国夜间旅游行业竞争情况分析

二、中国夜间旅游行业主要品牌分析

第二节 中国夜间旅游行业集中度分析

一、中国夜间旅游行业市场集中度分析

二、中国夜间旅游行业企业集中度分析

第三节 中国夜间旅游行业存在的问题

第四节 中国夜间旅游行业解决问题的策略分析

第五节 中国夜间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

第七章 2015-2017年中国夜间旅游行业需求特点与价格走势分析

第一节 中国夜间旅游行业消费特点

第二节 中国夜间旅游行业消费偏好分析

一、需求偏好

二、价格偏好

三、品牌偏好

四、其他偏好

第三节 夜间旅游行业成本分析

第四节 夜间旅游行业价格影响因素分析

一、供需因素

二、成本因素

三、渠道因素

四、其他因素

第五节 中国夜间旅游行业价格现状分析

第六节 中国夜间旅游行业平均价格走势预测

一、中国夜间旅游行业价格影响因素

二、中国夜间旅游行业平均价格走势预测

三、中国夜间旅游行业平均价格增速预测

第八章 2015-2017年中国夜间旅游行业区域市场现状分析

第一节 中国夜间旅游行业区域市场规模分布

第二节 中国华东地区夜间旅游市场分析

一、华东地区概述

二、华东地区经济环境分析

三、华东地区夜间旅游市场规模分析

四、华东地区夜间旅游市场规模预测

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、华中地区夜间旅游市场规模分析

四、华中地区夜间旅游市场规模预测

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、华南地区夜间旅游市场规模分析

第九章 2015-2017年中国夜间旅游行业竞争情况

第一节 中国夜间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 中国夜间旅游行业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 中国夜间旅游行业竞争环境分析（夜间旅游T）

一、政策环境

二、经济环境

三、社会环境

四、技术环境

第十章 夜间旅游行业企业分析（随数据更新有调整）

第一节 企业

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 企业

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 企业

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 企业

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 企业

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年中国夜间旅游行业发展前景分析与预测

第一节 中国夜间旅游行业未来发展前景分析

一、夜间旅游行业国内投资环境分析

二、中国夜间旅游行业市场机会分析

三、中国夜间旅游行业投资增速预测

第二节 中国夜间旅游行业未来发展趋势预测

第三节 中国夜间旅游行业市场发展预测

一、中国夜间旅游行业市场规模预测

二、中国夜间旅游行业市场规模增速预测

三、中国夜间旅游行业产值规模预测

四、中国夜间旅游行业产值增速预测

五、中国夜间旅游行业供需情况预测

第四节 中国夜间旅游行业盈利走势预测

一、中国夜间旅游行业毛利润同比增速预测

二、中国夜间旅游行业利润总额同比增速预测

第十二章 2018-2024年中国夜间旅游行业投资风险与营销分析

第一节 夜间旅游行业投资风险分析

- 一、夜间旅游行业政策风险分析
- 二、夜间旅游行业技术风险分析
- 三、夜间旅游行业竞争风险分析
- 四、夜间旅游行业其他风险分析

第二节 夜间旅游行业企业经营发展分析及建议

- 一、夜间旅游行业经营模式
- 二、夜间旅游行业销售模式
- 三、夜间旅游行业创新方向

第三节 夜间旅游行业应对策略

- 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年中国夜间旅游行业发展策略及投资建议

第一节 中国夜间旅游行业品牌战略分析

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

第二节 中国夜间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 中国夜间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年中国夜间旅游行业发展策略及投资建议

第一节 中国夜间旅游行业产品策略分析

一、服务产品开发策略

二、市场细分策略

三、目标市场的选择

第二节 中国夜间旅游行业定价策略分析

第二节 中国夜间旅游行业营销渠道策略

一、夜间旅游行业渠道选择策略

二、夜间旅游行业营销策略

第三节 中国夜间旅游行业价格策略

第四节 观研天下行业分析师投资建议

一、中国夜间旅游行业重点投资区域分析

二、中国夜间旅游行业重点投资产品分析

图表详见正文（GYZQ）

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/lyyou/329288329288.html>