

2020-2026年中国海南旅游 市场深度分析与市场全景评估报告

报告目录及图表目录

北京迪索共研咨询有限公司

www.cction.com

一、报告报价

《2020-2026年中国海南旅游市场深度分析与市场全景评估报告》信息及时，资料详实，指导性强，具有独家，独到，独特的优势。旨在帮助客户掌握区域经济趋势，获得优质客户信息，准确、全面、迅速了解目前行业发展动向，从而提升工作效率和效果，是把握企业战略发展定位不可或缺的重要决策依据。

官方网站浏览地址：<http://www.cction.com/report/202006/170087.html>

报告价格：纸介版8000元 电子版8000元 纸介+电子8500元

北京迪索共研咨询有限公司

订购电话: 400-700-9228(免长话费) 010-69365838

海外报告销售: 010-69365838

Email: kefu@gonyn.com

联系人：李经理

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、说明、目录、图表目录

近几年，海南着力提升旅游国际化水平，旅游市场开发取得积极成效；狠抓旅游市场现代治理，规范旅游秩序取得新突破，全省旅游经济发展质量效益显著提升。2013年海南旅游总收入仅428.56亿元，5015年突破500亿元，此后两年海南旅游收入高速增长，2016年海南旅游总收入突破600亿元，达到672.1亿元，比上年增加100亿元，同比增长17.4%。。2017年旅游总收入再创新高，突破800亿元，达到811.99亿元，增速突破20%。五年时间，海南旅游总收入增长89.5%。 2013-2017年海南旅游总收入走势

数据来源：公开资料整理

中企顾问网发布的《2020-2026年中国海南旅游市场深度分析与市场全景评估报告》共十章。首先介绍了中国海南旅游行业市场发展环境、海南旅游整体运行态势等，接着分析了中国海南旅游行业市场运行的现状，然后介绍了海南旅游市场竞争格局。随后，报告对海南旅游做了重点企业经营状况分析，最后分析了中国海南旅游行业发展趋势与投资预测。您若想对海南旅游产业有个系统的了解或者想投资中国海南旅游行业，本报告是您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：

第一部分 旅游行业发展分析

第一章 旅游行业概述

第一节 旅游的定义论述

一、旅游的定义

二、现代旅游业定义

（1）定义旅游的三要素

（2）对出游的目的定义

（3）对旅行距离的定义

（4）对逗留时间的定义

（5）其他方面

三、国际组织关于旅游的定义

四、对国内旅游者的定义

五、关于定义的采纳效果

第二节 旅游业相关概述

一、旅游的观念

二、旅游的特征

三、旅游时间与旅游地的选择

四、旅游业发展的阶段性与转型

五、体验旅游同观光旅游的比较

第三节 我国旅游业的政策环境

第二章 世界旅游所属行业发展分析

第一节 世界旅游业发展状况

一、世界旅游业发展现状

二、2019年世界旅游业的市场发展情况

三、世界旅游业发展必须实现智能化

第二节 世界各地和国家旅游市场发展情况

一、2019年亚太地区旅游发展情况

二、2019年非洲旅游业发展情况分析

三、2019年法国旅游业发展情况分析

四、2019年美国旅游业发展情况分析

五、2019年巴西旅游业发展的新动态

六、2019年澳大利亚旅游业推出旅游振兴计划

七、2019年欧洲旅游业发展情况分析

八、2019年东南亚旅游业发展情况分析

第三章 中国海南旅游所属行业发展分析

第一节 中国海南旅游业概况赴海南过夜人次保持两位数增长，近年加速数据来源：公开资料整理海南旅游收入增长势头迅猛数据来源：公开资料整理

一、中国海南旅游业发展的特点

二、中国海南旅游业进入快速发展时期

三、海南旅游业与环境的发展关系

1、环境与海南旅游活动息息相关

2、海南旅游对环境有积极和消极的影响

四、海南旅游环境承载力研究分析

1、海南旅游环境承载力面临的问题

2、海南旅游环境承载力脆弱的原因

3、提高海南旅游环境承载力的途径

五、中国海南旅游业转型与产业政策选择分析

六、中国入境海南旅游的产业发展地位分析

1、从国民经济角度看入境海南旅游的产业地位

2、从海南旅游业角度看入境海南旅游的产业地位

第二节 2016-2019年我国海南旅游所属行业数据分析

一、2019年主要客源市场情况

二、2019年我国入境游情况

三、2019年我国主要城市入境海南旅游接待情况

第三节 2020-2026年中国海南旅游业发展分析

一、2019年中国海南旅游业发展状况

四、2019年中国海南旅游业发展展望

第四节 我国海南旅游业发展的问题

一、景区的组织类型设计与企业改制问题

二、海南旅游集团的组建及其结构安排问题

三、“软实力”产业与企业功能创新问题

四、产业链与价值链的拓展问题

五、区域内的联合与分工以及改善产业生态问题

六、政府主导范围的设定和能力的增强问题

七、中国海南旅游业的竞争弊端问题

1、引起物价上涨，损伤居民利益

2、破坏产业结构，危害经济发展

八、我国海南旅游市场的导游问题

九、中国海南旅游业面临后劲不足难题

十、中国海南旅游业或面临投资过热问题

第五节 我国的海洋海南旅游文化资源及其开发情况

一、我国海洋海南旅游文化资源的类别与形态

（一）我国有形的海洋海南旅游文化资源及其形态

(二) 我国无形的海洋海南旅游文化资源及其形态

二、开发我国海洋海南旅游文化资源的现实意义

三、我国海洋海南旅游文化产品体系的建构

第六节 我国海南旅游业信息化的发展情况分析

一、我国海南旅游业信息化的发展现状

(一) 萌芽阶段

(二) 发展阶段

(三) 全面建设阶段

二、传统海南旅游商业模式遭遇信息服务瓶颈

三、现代海南旅游业发展依赖信息网络

四、打造海南旅游强国离不开信息化支撑

五、信息化激发海南旅游业新活力

第七节 我国海南旅游电子商务市场发展分析

一、我国海南旅游电子商务市场存在的问题

(一) 海南旅游商务网站太少，海南旅游电子商务总体发展水平偏低

(二) 交易安全性仍然是影响海南旅游电子商务发展的主要因素

(三) 海南旅游网站服务项目单一，不能满足个性化海南旅游的需求

二、推动我国海南旅游电子商务发展的措施，

(一) 政府积极扶持，搭建海南旅游电子商务平台

(二) 传统海南旅游企业转变观念，实现资源整合，开展个性化服务

(三) 海南旅游企业加强与有关各方的协调与沟通

(四) 努力提高员工的素质，培养复合型人才

第八节 海南旅游传媒与海南旅游市场营销分析

一、海南旅游企业要重视通过媒体进行品牌传播

二、品牌传播要选择主流媒体

三、品牌传播要注重事件营销

第四章 区域市场分析

第一节 海南省旅游业市场发展分析

一、海南旅游发展阶段的划分

二、海南旅游的萌芽期和起步期

1、萌芽期（建省办经济特区以前）

2、起步期（1988-1997年）

第二节、海南旅游实现新突破

一、海南旅游新兴业态发展壮大

二、2019年离岛免税搅热海南旅游

三、2019年海南旅游产业发展存在八大问题

四、2019年海南省旅游工作重点

第三部分 旅游所属行业竞争格局分析

第五章海南省热点旅游项目发展分析

第一节海洋旅游

一、海南海洋旅游资源情况

二、海南海洋旅游发展方向

三、海南三亚打造中国最大潜水旅游基地

四、海南将建设西沙群岛旅游开发基地

五、邮轮产业成为海南旅游转型新亮点

六、海南着力筹划申报国家级海洋公园

第二节免税博彩

一、海南免税及博彩

二、海南免税及博彩

三、2017年海南离岛免税行业销售情况

四、海南国际旅游岛特色竞猜型体育彩票上市

第三节旅游房地产业

一、海南省房地产行业投资情况

二、2015年海南房地产行业运行情况

三、2017年海南房地产行业运行情况

四、海南旅游地产发展模式期待转型

五、海南旅游地产风情小镇概念崛起

六、国际旅游度假村发展方向分析

第四节文化节庆旅游

一、海南省主要节庆旅游资源概述

二、海南新坡重点建设文化节庆游品牌

三、海南着力打造热带海洋婚庆目的地

四、海南省会奖旅游产业发展动态分析

五、海南省三亚逐渐成为国际选美之都

第五节 体育赛事旅游

一、中国体育旅游博览会在海南开幕

二、海南省游艇业发展现状分析

三、环海南岛国际公路自行车赛

四、海口世界高尔夫旅游目的地规划出台

第六节 休闲疗养旅游

一、海南筹划打造中国露营休闲旅游基地

二、海南省康复疗养产业发展优势分析

三、海南省房车露营旅游产业发展现状

四、海南鼓励私人办疗养院和康复医院

第七节 热带特色农业旅游

一、海南热带特色农业旅游的发展方向

二、海南省热带特色现代农业发展规划

三、海南农业休闲科普旅游的开发策略

四、海南推进休闲农业企业星级创建工作

第八节 主题公园和景区旅游

一、海南旅游景区建设将向生态和文化倾斜

二、海南省主题公园建设四大优势区域分析

三、海南航天主题公园2017年投入运营

四、未来海南十大主题公园建设规划分析

五、海南整合雨林景区造国家森林旅游圈

第四部分 旅游行业发展环境分析

第六章 2020-2026年旅游行业发展环境分析

第一节 国际宏观经济环境分析

一、国际宏观经济运行情况分析

二、国际宏观经济未来发展预测

第二节 中国宏观经济环境分析

一、中国宏观经济运行情况分析

二、中国宏观经济未来发展预测

第三节 政治环境分析

- 一、重点政策汇总
- 二、重点政策和重大事件分析
- 三、旅游政策未来发展趋势

第四节 社会环境对旅游行业影响分析

- 一、行业发展社会环境概述
- 二、具体社会环境分析

第七章 2013-2019年产业链发展分析及其影响

第一节 上游产业链的构建与整合

- 一、旅游产业链内涵
- 二、旅游产业链体系的构建
 - 1、纵向产业链体系
 - 2、纵向产业链延伸
 - 3、横向产业链整合
- 三、旅游产业链整合对策
 - 1、培养区域性旅游板块，降低壁垒
 - 2、接通孤环、断环，整合产业链
 - 3、培育核心企业，增强协调整合作用
 - 4、建立健全运行机制，推动产业链健康运行

第二节 中国旅游产业链存在的问题及发展对策探析

- 一、旅游产业链存在的问题
 - 1、资源要素缺乏合理流动与共享
 - 2、链条上出现孤环、断环
 - 3、核心企业整合能力弱
 - 4、企业间运行机制尚未建立
- 二、旅游产业链构建的政策建议
 - 1、优化旅游产业结构，奠定旅游产业链完善的基础
 - 2、建立完善的信用机制
 - 3、加强产权和体制改革，打破旅游产业链运行的景区瓶颈
 - 4、开放民航市场，打破旅游产业链构建的交通瓶颈
- 三、构建旅游产业链的途径

- 1、旅游产业链的区内接通：基于产业链的产业集群
- 2、旅游产业链的区际延伸：基于产业链的区域旅游合作
- 3、纵向性战略联盟

第三节 应加快构建我国区域旅游产业链

- 一、发展时机与政策背景
- 二、综合考虑做实规划
- 三、多方互动打造产业的整体性
- 四、合纵连横构建旅游大产业链

第五部分 旅游行业发展趋势与战略探讨

第八章 2020-2026年旅游行业发展趋势预测

第一节 世界旅游业发展趋势分析

- 一、未来五年世界旅游业的发展新趋势
- 二、未来世界旅游市场的发展趋势和特征
- 1、市场细分化趋势
- 2、从观光型旅游为主向度假型旅游为主转变
- 3、追求更为灵活多变的旅游方式
- 4、在旅游中追求更多的参与性和娱乐性
- 5、“银色市场”不断扩大
- 6、对旅游安全更为重视
- 7、区域旅游仍将盛行
- 三、世界环保旅游的发展趋势
- 四、未来五年全球最热门旅游地
- 五、世界旅游发展六大新趋势

第二节 中国旅游市场变化趋势

- 一、短途旅游将成为旅游市场新趋势
- 二、传统节日将成旅游市场新宠
- 三、个性化休假将成时尚
- 四、春节、十一黄金周看涨

海南是消费者进行长时间休闲度假的热门目的地，春节黄金周明显高于国庆，但近两年差距有所缩小。一方面，海南因气候因素，可重点发展冬季度假游，另一方面，黄金周间差距缩小，也反映出随着海南旅游项目的不断增加，使得海南不再只是依靠“过冬”客流

发展，旅游的季节因素不断平滑，有望成为综合性度假胜地。海南春节黄金周旅游总收入保持上涨数据来源：公开资料整理海南国庆黄金周旅游总收入上涨明显数据来源：公开资料整理

第三节 2019年我国旅游业市场发展情况及预测

- 一、2019年国内旅游市场增长预测
- 二、2019年出境旅游市场增长预测
- 三、2019年假日旅游市场增长预测

第四节 2020-2026年我国旅游市场发展趋势

- 一、“十三五”规划的主要目标
- 二、“十三五”规划的发展战略
 - 1、指导思想
 - 2、基本原则
 - 三、“十三五”国内外环境机遇挑战并存
 - 1、“十三五”旅游业发展面临的战略机遇
 - 2、“十三五”旅游业发展面临的主要挑战
- 四、“十三五”旅游市场发展预测

第五节 我国旅游细分市场发展趋势

- 一、中国网络旅游市场发展趋势
- 二、我国西部旅游产业发展趋势
- 三、我国邮轮旅游发展趋势
- 四、我国南极旅游发展趋势
- 五、2016-2019年中西部旅游业收入预测
- 六、我国露营旅游市场未来需求分析

第九章 2020-2026年行业发展战略探讨

第一节 我国体育旅游发展策略

- 一、体育旅游的内涵及意义
- 二、我国体育旅游发展现状与存在问题
 - （一）、体育旅游的特征
 - （二）、我国体育旅游发展的问题
- 三、我国体育旅游的发展对策
 - 1、加强旅游行业管理部门的监管职能

2、积极推动社区体育旅游的发展

3、加快体育旅游人才的培养

第二节 发展会展旅游的对策与建议

一、加大对会展旅游的宣传力度

二、充分发挥政府在发展会展旅游中的重要作用

三、成立会展行业协会和专业会展旅行社

四、健全有关会展旅游的法律法规

五、加强会展旅游人才的培养

六、争取社会各界的支持

七、加强与城市之间的协调合作

第三节 我国女性旅游的开发策略

一、我国女性旅游的影响因素

1、开发女性旅游市场是旅游企业应对市场竞争的需要

2、女性旅游市场的盈利性

二、开发我国女性旅游市场的策略

1、打好“女性牌”

2、抓住女性消费特点

3、适应女性需求特点

4、建设安全、卫生、高质量的旅游设施

5、运用网络传递信息

第四节 我国导游的发展策略

一、提升文化素养

二、自身素质专业化

三、重视差异化服务

四、具备强健的体魄

第五节 我国旅行社品牌战略的发展策略

一、旅行社品牌发展存在的问题

二、旅行社品牌现状的SWOT分析

三、旅行社在竞争中的应对策略分析

第六节 我国旅游业应对“散客时代”的策略

一、制约散客旅游市场发展的主要问题

二、应对“散客时代”的策略

第七节 我国旅游业竞争力提升策略

一、构建城市旅游业的核心竞争力

1、比较优势～资源力、区位力

2、竞争优势—文化力、集聚力、创新力

二、城市旅游业核心竞争力“范式”的构建

三、提升我国旅游服务贸易竞争力

第八节 我国旅游业产业功能的转变和再定位

一、从国际格局演变看中国旅游产业转型

二、从中国国内发展历程看中国旅游产业功能转变

三、我国旅游产业功能的新定位

1、旅游业对缓解国际贸易摩擦的作用

2、旅游业对我国城市建设的作用

3、旅游业对我国就业的作用

4、旅游业对我国新农村建设的作

第九节 基于SWOT分析的中原城市群旅游发展对策

一、中原城市群旅游产业SWOT分析

（一）优势

（二）劣势

（三）机会

（四）威胁

二、中原城市群旅游发展对策

第十节 旅游客源市场等级划分理论的应用

一、空间距离递减规律

二、旅游竞争态模型

第六部分 旅游行业投资风险评估及策略探讨（）

第十章 2020-2026年旅游行业风险评估

第一节 宏观经济波动风险及防范措施

一、2019年全球宏观经济风险

二、2019年我国国内的宏观环境风险

第二节 旅游业面临的政策风险

一、2019年国家旅游局颁布：《旅游景区质量等级管理办法》

二、将摘几家不达标旅游景区牌子

第三节 旅游业务面临的其他风险

- 一、旅游业对战争、瘟疫等突发性灾害较敏感
- 二、旅游业公司治理因素
- 三、安全因素
- 四、生态风险和文化风险

第四节 旅游行业风险分析

- 一、周期性
- 二、产业政策的变化
- 三、行业内竞争程度
- 四、行业的国际竞争力
- 五、政治事件
- 六、季节性经营
- 七、汇率的波动（ ）

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202006/170087.html>