

2022-2028年中国旅游服务 行业分析与市场需求预测报告

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

《2022-2028年中国旅游服务行业分析与市场需求预测报告》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/202201/263818.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

旅游服务是指旅游业服务人员通过各种设施、设备、方法、手段、途径和“热情好客”的种种表现形式，在为旅客提供能够满足其生理和心理的物质和精神的需要过程中，创造一种和谐的气氛，产生一种精神的心理效应，从而触动旅客情感，唤起旅客心理上的共鸣，使旅客在接受服务的过程中产生惬意、幸福之感，进而乐于交流，乐于消费的一种活动。

旅游业作为直接为人服务的行业，“贴身”感受到整个社会需求提升带来的生活观念、生活水平、生活方式的各种改变。市场的爆炸式发展，需求的各种演变，原来尚可掌控的产业如今是“混沌世界”。业者学者研究者，唯在历史和趋势的大层面上，从社会发展和人民需求的这个“历史巨变”中，“对标”旅游的“吃喝玩乐”之闲事的“标度”“方位”和“节点”，能比较简明梳理出旅游业在“混沌世界”发展的基本轨迹。同时，旅游产业的“轨迹”和“定位”，也标记和标注了“社会发展阶段”主要矛盾之变。旅游业40年经历了四大阶段 40年旅游业发展的格局是逐步展开的，旅游业跟随国家战略，不断嵌入改革开放和经济社会发展的进程，不断调试和提升旅游业的定位，大致10年一次提升，40年经历了四大阶段： 第一个10年 初创阶段 1978年、1979年，国家为改革开放大局所需提出“大力发展旅游事业”。旅游业出生就有一个“为什么干”“怎么干”的问题，需要国家从战略上明确旅游业的性质和定位。国家第一个关于旅游业发展的战略性文件——《国务院关于加强旅游工作的决定》（1981年国务院80号文件）有两个定位：第一个是双重性质双重目标，“旅游事业在我国既是经济事业的一部分，又是外事工作的一部分”，旅游业发展要“政治经济双丰收”，这是用以确定旅游业“中国式道路”特征的定位；第二个是把旅游放在经济领域中比较、调试后的定位，“旅游事业是一项综合性事业，是国民经济的一个组成部分，是关系到国计民生的一项不可缺少的事业”——这也是第一次关于产业重要性的精准定位，为旅游业在40年“社会经济发展阶段”的大发展中“选对跑道”“对上表”。 第二个10年 产业化进程阶段 这个阶段也可以前后拉长一点，从1986年国民经济“七五”计划，到1998年12月，中央经济工作会议把旅游业明确为“国民经济新的增长点”。1981年，国务院主持制定了旅游业第一个发展规划，在5年后列入国家第七个国民经济发展计划。5年实践、5年探索有多难可以想见，最终这个《规划》敲定了作为“国民经济一个组成部分”的产业应该有的基本政策体制保证，旅游业在国民经济的轨道上开始了产业化进程。旅游业产业化进程

和国家上个世纪90年代开始的扩大内需和经济结构转型同轨同频同行。旅游业随着1992年国家市场机制的完善而转型，主动在国民经济发展中承担更大的责任。这10年，是开启产业化市场化发展进程的10年。第三个10年是旅游业市场化进程深入的阶段。从1998年到2009年，“假日制度”推出，大众旅游风生水起，旅游市场繁荣兴旺。在国家整体转型继续深入推进经济结构转型的大背景下，为充分发挥旅游业在“保增长、扩内需、调结构”等方面的积极作用，2009年国务院《加快发展旅游业的意见》（国发【2009】41号）提出，“把旅游业培育成为国民经济的战略性支柱产业和人民群众更加满意的现代服务业”——30年后又是一次“双目标定位”，之后《中华人民共和国旅游法》颁布，第一部《国民休闲纲要》出台，共同体现旅游业对国民经济作用的“增强凸显”，同时也是旅游业对国民生活重要性的“深度显现”。

第四个10年是“全面融入国家战略”阶段。党的十八大以来，按照国家《关于促进旅游业改革发展的若干意见》（国发【2014】31号），旅游业以主动与新型工业化、信息化、城镇化和农业现代化相结合的更大格局，以对经济社会文化生态多方协同的改革精神，全面融入国家战略体系，在推动“旅游+”“大旅游”“全域旅游”的过程中，转型升级形成了新格局。按照“五位一体”总体布局和“四个全面”发展要求，“全域旅游”不仅是符合旅游业规律的发展要求，而且是促进经济社会统筹推进和协调发展的重要载体。习近平总书记指出，“发展全域旅游，路子是对的，要坚持走下去”。“大力发展全域旅游”成为2017中央经济工作会议对旅游业定位的重要肯定。

中企顾问网发布的《2022-2028年中国旅游服务行业分析与市场需求预测报告》共十四章。首先介绍了中国旅游服务行业市场发展环境、旅游服务整体运行态势等，接着分析了中国旅游服务行业市场运行的现状，然后介绍了旅游服务市场竞争格局。随后，报告对旅游服务做了重点企业经营状况分析，最后分析了中国旅游服务行业发展趋势与投资预测。您若想对旅游服务产业有个系统的了解或者想投资中国旅游服务行业，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，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：第一章旅游服务行业发展综述1.1旅游服务行业定义及分类1.1.1行业定义1.1.2行业产品/服务分类1.1.3行业主要商业模式1.2旅游服务行业特征分析1.2.1产业链分析1.2.2旅游服务行业在产业链中的地位1.2.3旅游服务行业生命周期分析（1）行业生命周期理论基础（2）旅游服务行业生命周期1.3最近3-5年中国旅游服务行业经济指标分析1.3.1赢利性1.3.2成长速度1.3.3附加值的提升空间1.3.4进入壁垒／退出机制1.3.5风险性1.3.6行业周期1.3.7竞争激烈程度

指标1.3.8行业及其主要子行业成熟度分析 第二章旅游服务行业运行环境（PEST）分析2.1旅游服务行业政治法律环境分析2.1.1行业管理体制分析2.1.2行业主要法律法规2.1.3行业相关发展规划2.2旅游服务行业经济环境分析2.2.1国际宏观经济形势分析2.2.2国内宏观经济形势分析2.2.3产业宏观经济环境分析2.3旅游服务行业社会环境分析2.3.1旅游服务产业社会环境2.3.2社会环境对行业的影响2.3.3旅游服务产业发展对社会发展的影响2.4旅游服务行业技术环境分析2.4.1旅游服务技术分析2.4.2旅游服务技术发展水平2.4.3行业主要技术发展趋势 第三章我国旅游服务行业运行分析3.1我国旅游服务行业发展状况分析3.1.1我国旅游服务行业发展阶段3.1.2我国旅游服务行业发展总体概况2019年全年实现旅游总收入6.63万亿元，同比增长11%。国内旅游收入5.73万亿元，比上年同期增长11.7%。其中，城镇居民花费4.75万亿元，增长11.6%；农村居民花费0.97万亿元，增长12.1%。2019年中国国内城乡居民旅游人数走势 3.1.3我国旅游服务行业发展特点分析3.22015-2019年旅游服务行业发展现状3.2.12015-2019年我国旅游服务行业市场规模3.2.22015-2019年我国旅游服务行业发展分析3.2.32015-2019年中国旅游服务企业发展分析3.3区域市场分析3.3.1区域市场分布总体情况3.3.22015-2019年重点省市市场分析3.4旅游服务细分产品/服务市场分析3.4.1细分产品/服务特色3.4.22015-2019年细分产品/服务市场规模及增速3.4.3重点细分产品/服务市场前景预测3.5旅游服务产品/服务价格分析3.5.12015-2019年旅游服务价格走势3.5.2影响旅游服务价格的关键因素分析（1）成本（2）供需情况（3）关联产品（4）其他3.5.32022-2028年旅游服务产品/服务价格变化趋势3.5.4主要旅游服务企业价位及价格策略 第四章我国旅游服务所属行业整体运行指标分析4.12015-2019年中国旅游服务行业总体规模分析4.1.1企业数量结构分析4.1.2人员规模状况分析4.1.3行业资产规模分析4.1.4行业市场规模分析4.22015-2019年中国旅游服务所属行业运营情况分析4.2.1我国旅游服务所属行业营收分析4.2.2我国旅游服务所属行业成本分析4.2.3我国旅游服务所属行业利润分析4.32015-2019年中国旅游服务所属行业财务指标总体分析4.3.1行业盈利能力分析4.3.2行业偿债能力分析4.3.3行业营运能力分析4.3.4行业发展能力分析 第五章我国旅游服务行业供需形势分析5.1旅游服务行业供给分析5.1.12015-2019年旅游服务行业供给分析5.1.22022-2028年旅游服务行业供给变化趋势5.1.3旅游服务行业区域供给分析5.22015-2019年我国旅游服务行业需求情况5.2.1旅游服务行业需求市场5.2.2旅游服务行业客户结构5.2.3旅游服务行业需求的地区差异5.3旅游服务市场应用及需求预测5.3.1旅游服务应用市场总体需求分析（1）旅游服务应用市场需求特征（2）旅游服务应用市场需求总规模5.3.22022-2028年旅游服务行业领域需求量预测（1）2022-2028年旅游服务行业领域需求产品/服务功能预测（2）2022-2028年旅游服务行业领域需求产品/服务市场格局预测5.3.3重点行业旅游服务产品/服务需求分析预测 第六章旅游服务行业产业结构分析6.1旅游服务产业结构分析6.1.1市场细分充分程度分析6.1.2各细分市场领先企业排名6.1.3各细分市场占总市场的结构比例6.1.4领先企业的结构分析（所有制结构） 6.2产业价值链条的结

构分析及产业链条的整体竞争优势分析6.2.1产业价值链条的构成6.2.2产业链条的竞争优势与劣势分析6.3产业结构发展预测6.3.1产业结构调整指导政策分析6.3.2产业结构调整中消费者需求的引导因素6.3.3中国旅游服务行业参与国际竞争的战略市场定位6.3.4旅游服务产业结构调整方向分析6.3.5建议 第七章我国旅游服务行业产业链分析7.1旅游服务行业产业链分析7.1.1产业链结构分析7.1.2主要环节的增值空间7.1.3与上下游行业之间的关联性7.2旅游服务上游行业分析7.2.1旅游服务产品成本构成7.2.22015-2019年上游行业发展现状7.2.32022-2028年上游行业发展趋势7.2.4上游供给对旅游服务行业的影响7.3旅游服务下游行业分析7.3.1旅游服务下游行业分布7.3.22015-2019年下游行业发展现状7.3.32022-2028年下游行业发展趋势7.3.4下游需求对旅游服务行业的影响 第八章我国旅游服务行业渠道分析及策略8.1旅游服务行业渠道分析8.1.1渠道形式及对比8.1.2各类渠道对旅游服务行业的影响8.1.3主要旅游服务企业渠道策略研究8.1.4各区域主要代理商情况8.2旅游服务行业用户分析8.2.1用户认知程度分析8.2.2用户需求特点分析8.2.3用户购买途径分析8.3旅游服务行业营销策略分析8.3.1中国旅游服务营销概况8.3.2旅游服务营销策略探讨8.3.3旅游服务营销发展趋势 第九章我国旅游服务行业竞争形势及策略9.1行业总体市场竞争状况分析9.1.1旅游服务行业竞争结构分析（1）现有企业间竞争（2）潜在进入者分析（3）替代品威胁分析（4）供应商议价能力（5）客户议价能力（6）竞争结构特点总结9.1.2旅游服务行业企业间竞争格局分析9.1.3旅游服务行业集中度分析9.1.4旅游服务行业SWOT分析9.2中国旅游服务行业竞争格局综述9.2.1旅游服务行业竞争概况（1）中国旅游服务行业竞争格局（2）旅游服务行业未来竞争格局和特点（3）旅游服务市场进入及竞争对手分析9.2.2中国旅游服务行业竞争力分析（1）我国旅游服务行业竞争力剖析（2）我国旅游服务企业市场竞争的优势（3）国内旅游服务企业竞争能力提升途径9.2.3旅游服务市场竞争策略分析 第十章旅游服务行业领先企业经营形势分析10.1上海极夜文化传播有限公司10.1.1企业概况10.1.2企业优势分析10.1.3产品/服务特色10.1.4经营状况10.2南京途牛科技有限公司10.2.1企业概况10.2.2企业优势分析10.2.3产品/服务特色10.2.4经营状况10.3携程旅游信息技术(上海)有限公司10.3.1企业概况10.3.2企业优势分析10.3.3产品/服务特色10.3.4经营状况10.4枫韵(北京)旅游景区管理有限公司10.4.1企业概况10.4.2企业优势分析10.4.3产品/服务特色10.4.4经营状况10.5三度国际旅游景区规划公司10.5.1企业概况10.5.2企业优势分析10.5.3产品/服务特色10.5.4经营状况10.6深圳同天下科技有限公司10.6.1企业概况10.6.2企业优势分析10.6.3产品/服务特色10.6.4经营状况 第十一章2022-2028年旅游服务行业投资前景11.12022-2028年旅游服务市场发展前景11.1.12022-2028年旅游服务市场发展潜力11.1.22022-2028年旅游服务市场发展前景展望11.1.32022-2028年旅游服务细分行业发展前景分析11.22022-2028年旅游服务市场发展趋势预测11.2.12022-2028年旅游服务行业发展趋势11.2.22022-2028年旅游服务市场规模预测11.2.32022-2028年旅游服务行业应用趋势预测11.2.42022-2028年细分市场发展趋势预

测11.3.2022-2028年中国旅游服务行业供需预测11.3.12022-2028年中国旅游服务行业供给预测11.3.22022-2028年中国旅游服务行业需求预测11.3.32022-2028年中国旅游服务供需平衡预测11.4影响企业生产与经营的关键趋势11.4.1市场整合成长趋势11.4.2需求变化趋势及新的商业机遇预测11.4.3企业区域市场拓展的趋势11.4.4科研开发趋势及替代技术进展11.4.5影响企业销售与服务方式的关键趋势 第十二章2022-2028年旅游服务行业投资机会与风险12.1旅游服务行业投融资情况12.1.1行业资金渠道分析12.1.2固定资产投资分析12.1.3兼并重组情况分析12.22022-2028年旅游服务行业投资机会12.2.1产业链投资机会12.2.2细分市场投资机会12.2.3重点区域投资机会12.32022-2028年旅游服务行业投资风险及防范12.3.1政策风险及防范12.3.2技术风险及防范12.3.3供求风险及防范12.3.4宏观经济波动风险及防范12.3.5关联产业风险及防范12.3.6产品结构风险及防范12.3.7其他风险及防范 第十三章旅游服务行业投资战略研究13.1旅游服务行业发展战略研究13.1.1战略综合规划13.1.2技术开发战略13.1.3业务组合战略13.1.4区域战略规划13.1.5产业战略规划13.1.6营销品牌战略13.1.7竞争战略规划13.2对我国旅游服务品牌的战略思考13.2.1旅游服务品牌的重要性13.2.2旅游服务实施品牌战略的意义13.2.3旅游服务企业品牌的现状分析13.2.4我国旅游服务企业的品牌战略13.2.5旅游服务品牌战略管理的策略13.3旅游服务经营策略分析13.3.1旅游服务市场细分策略13.3.2旅游服务市场创新策略13.3.3品牌定位与品类规划13.3.4旅游服务新产品差异化战略13.4旅游服务行业投资战略研究13.4.12019年旅游服务行业投资战略13.4.22022-2028年旅游服务行业投资战略13.4.32022-2028年细分行业投资战略 第十四章研究结论及投资建议14.1旅游服务行业研究结论 ()14.2旅游服务行业投资价值评估14.3旅游服务行业投资建议14.3.1行业发展策略建议14.3.2行业投资方向建议14.3.3行业投资方式建议 () 图表目录：图表1：旅游服务行业生命周期图表2：旅游服务行业产业链结构图表3：2015-2019年全球旅游服务行业市场规模图表4：2015-2019年中国旅游服务行业市场规模图表5：2015-2019年旅游服务行业重要数据指标比较图表6：2015-2019年中国旅游服务市场占全球份额比较图表7：2015-2019年旅游服务行业工业总产值图表8：2015-2019年旅游服务行业销售收入图表9：2015-2019年旅游服务行业利润总额图表10：2015-2019年旅游服务行业资产总计图表11：2015-2019年旅游服务行业负债总计图表12：2015-2019年旅游服务行业竞争力分析图表13：2015-2019年旅游服务市场价格走势图14：2015-2019年旅游服务行业主营业务收入图表15：2015-2019年旅游服务行业主营业务成本图表16：2015-2019年旅游服务行业销售费用分析图表17：2015-2019年旅游服务行业管理费用分析图表18：2015-2019年旅游服务行业财务费用分析图表19：2015-2019年旅游服务行业销售毛利率分析图表20：2015-2019年旅游服务行业销售利润率分析图表21：2015-2019年旅游服务行业成本费用利润率分析图表22：2015-2019年旅游服务行业总资产利润率分析图表23：2015-2019年旅游服务行业集中度图表24：2022-2028年中国旅游服务行业供给预测图表25：2022-2028年中国旅游服务行业需求预测图表26

: 2022-2028年中国旅游服务行业市场容量预测更多图表请见正文……

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202201/263818.html>