

2024-2030年中国出境旅游 行业分析与投资方向研究报告

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

《2024-2030年中国出境旅游行业分析与投资方向研究报告》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/202312/429704.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

出境旅游，外文名Outbound travels，是旅游的一种，通常指到自己国家以外的国家或地区旅游度假，是领略异国风情文明的最直接的方式，涵盖的内容可以细分到各目的地。

中企顾问网发布的《2024-2030年中国出境旅游行业分析与投资方向研究报告》共十三章。首先介绍了出境旅游行业市场发展环境、出境旅游整体运行态势等，接着分析了出境旅游行业市场运行的现状，然后介绍了出境旅游市场竞争格局。随后，报告对出境旅游做了重点企业经营状况分析，最后分析了出境旅游行业发展趋势与投资预测。您若想对出境旅游产业有个系统的了解或者想投资出境旅游行业，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：

第一章 旅游行业发展综述

第一节 旅游行业定义及分类

一、旅游的概念与分类

二、旅游的意义

第二节 中国旅游市场消费格局及业态发展分析

一、城乡居民旅游消费分析

1、城乡居民收入情况

2、居民收入与旅游消费相关性分析

3、城乡居民出游率变化

4、城乡居民出游目的分析

5、城乡居民人均旅游消费情况

二、旅游市场消费格局

1、旅游市场总体消费格局

2、高端旅游市场分析

(1) 度假游市场分析

(2) 出境旅游市场分析

- (3) 商务会展游市场分析
- 3、中端旅游市场分析
 - (1) 休闲度假游市场分析
 - (2) 自驾游市场分析
 - (3) 自由行市场分析
- 4、低端旅游市场分析
- 三、旅游业态发展分析
 - 1、旅游业态发展总体趋势
 - 2、高端旅游市场业态发展分析
 - (1) 传统业态——高星级酒店发展分析
 - (2) 新兴业态——邮轮旅游发展分析
 - (3) 新兴业态——免税业发展分析
 - 3、中端旅游市场业态发展分析
 - (1) 传统业态——传统景区发展分析
 - (2) 新兴业态——自由行业务发展分析
 - (3) 新兴业态——旅游文化演艺发展分析
 - 4、低端旅游市场业态发展分析
 - (1) 传统业态——传统景区发展分析
 - (2) 新兴业态——经济型酒店发展分析

第二章 出境旅游行业基本概述

第一节 出境旅游概念

- 一、出境旅游的定义
- 二、出境旅游的分类

第二节 中国出境旅游发展状况

- 一、中国出境旅游发展历程
- 二、中国出境旅游发展现状
- 三、中国出境旅游发展特点

第三节 中国高端出境旅游发展现状与突破点分析

- 一、中国高端出境旅游市场发展现状
 - 1、市场规模潜力
 - 2、行业竞争格局

3、群体消费特征

二、中国高端出境旅游的制约瓶颈因素

- 1、国家法律法规及监管不健全
- 2、海外稀缺旅游资源掌控较弱
- 3、旅游价格和品质之间不匹配
- 4、市场尚未形成品牌效应和规模化
- 5、高端旅游专业服务人才不足

三、中国高端出境旅游市场的突破点

- 1、完善高端出境游法律法规
- 2、上游目的地稀缺旅游资源掌控
- 3、规模化定制打造企业品牌效应
- 4、提供高品质有情怀软服务
- 5、培育高素质专业服务人才

第四节 中国出境旅游发展环境

一、政治法律环境

- 1、行业管理体制分析
- 2、行业主要法律法规
- 3、旅游行业标准
- 4、行业相关发展规划

二、行业经济环境

- 1、国民经济发展态势
- 2、城乡居民收入水平
- 3、社会消费品零售总额
- 4、汇率波动对出境旅游的影响

三、行业社会环境

- 1、居民旅游消费提高
- 2、居民出境旅游需求增加
- 3、居民人均出游率上升

四、行业技术环境

- 1、在线旅游及互联网产品开发
- 2、旅游业的科技创新技术
- 3、大数据对旅游业的影响

4、现代信息化技术对旅游的发展影响分析

第三章 中国居民出境旅游消费水平与结构分析

第一节 中国出境旅游者分析

- 一、居民出境旅游情况
- 二、出境旅游者行为
- 三、影响出境旅游需求和决策的因素
 - 1、人口特征
 - 2、经济因素
 - 3、文化因素
 - 4、政治因素
 - 5、科技因素
 - 6、旅游风险与安全

第二节 中国出境旅游者消费行为分析

- 一、出境旅游消费特征
- 二、出境旅游消费情况
 - 1、出境旅游总消费情况
 - 2、出境游团费花费情况
 - 3、不同国家团费外人均消费情况
 - 4、居民消费结构分析
 - 5、居民消费支付方式分析

第三节 居民出境旅游消费水平与结构的特点总结与启示

- 一、居民出境旅游消费水平情况
- 二、居民出境旅游消费结构情况
- 三、出境旅游消费增长的原因分析
- 四、出境旅游消费发展的影响

第四节 中国出境旅游的建议和展望

- 一、中国居民出境旅游的建议
- 二、中国居民出境旅游的展望

第四章 2017-2022年出境旅游目的地运行状况综合分析

第一节 2017-2022年出境旅游目的地运行态势

一、目的地选择特征

二、产品结构特征

三、近程目的地产品

四、远程目的地产品

五、国外海岛游产品

第二节 2017-2022年出境旅游地发展比较分析

一、欧美游

二、东南亚游

三、日本韩国游

四、台湾游

第三节 中国游客出境旅游主要目标市场发展情况

一、泰国

1、泰国旅游业发展概况

2、泰国游升温发展

3、往返旅游签证状况

4、2017-2022年中国-泰国出境旅游情况

二、韩国

1、韩国旅游业发展概况

2、往返旅游签证状况

3、2017-2022年中国-韩国出境旅游情况

三、日本

1、日本旅游业发展概况

2、往返旅游签证状况

3、2017-2022年中国-日本出境旅游情况

四、美国

1、美国旅游业发展概况

2、往返旅游签证状况

3、2017-2022年中国-美国出境旅游情况

五、其他

1、欧盟

2、非洲

3、澳大利亚

4、印度

第四节 中国游客出境旅游主要目标市场竞争力分析

- 一、出境旅游主要目标市场的竞争优势
- 二、出境旅游主要目标市场接纳中国游客现状
- 三、出境旅游主要目标市场拓展中国市场的竞争策略
- 四、东南亚滨海旅游在中国出境旅游市场中的竞争力分析
 - 1、东南亚滨海旅游发展现状
 - 2、东南亚滨海旅游对中国游客影响的SWOT分析
 - 3、东南亚滨海旅游影响中国游客决策的因素

第五章 中国出境旅游市场运行情况分析

第一节 2017-2022年中国出境旅游消费市场运行状况

- 一、市场消费模式分析
- 二、游客群体区域分布
- 三、游客消费时间选择
- 四、游客消费空间选择

第二节 2017-2022年中国出境旅游消费市场发展新特征

- 一、方式高端化发展
- 二、B2C模式完善发展
- 三、消费主力的转变
- 四、旅游产品衍生化

第三节 2017-2022年中国出境旅游购物市场现状分析

- 一、市场规模
- 二、市场新态势
- 三、购物方式变化

第四节 中国出境旅游市场供需状况分析

- 一、出境目的地
- 二、出境旅游产品
- 三、出境旅游业务
- 四、二线城市需求情况
- 五、旅客消费满意程度

第五节 出境旅游行业的安全问题分析

- 一、安全事件概述
- 二、安全事件特征
- 三、安全管理进程
- 四、安全管理对策

第六节 中国出境旅游行业存在的主要问题及对策

- 一、游客出境游痛点分析
- 二、出境旅游存在的问题
- 三、出境旅游健康发展对策
- 四、企业出境旅游发展建议

第六章 2017-2022年我国旅游所属行业整体运行指标分析

第一节 2017-2022年中国旅游所属行业总体规模分析

- 一、企业数量结构分析
- 二、行业市场规模分析
- 三、我国旅游景区资源分布
- 四、主要景区旅游人次规模及收入

第二节 2017-2022年国内旅游市场分析

- 一、国内旅游人数
- 二、国内旅游综合经营收入
- 三、国内旅游人均花费

第三节 2017-2022年入境旅游市场发展分析

- 一、入境旅游客源情况
- 二、客源结构分析
- 三、客源入境方式
- 四、入境旅游目的
- 五、年龄及性别结构
- 六、入境旅游过夜游客数

第四节 2017-2022年出境旅游市场统计分析

- 一、我国出境旅游人次规模及目的地分布统计
- 二、我国因公与因私出境旅游人次规模统计
- 三、经旅行社组织出境旅游人次规模统计

第七章 中国在线出境旅游行业细分模式分析

第一节 在线出境旅游代理（OTA）模式

一、在线出境旅游代理发展概述

二、在线出境旅游代理盈利模式

三、在线出境旅游代理营收规模

四、在线出境旅游代理细分业务

1、机票代理业务营收规模

2、酒店代理业务营收规模

3、度假及其他市场营收规模

五、在线出境旅游代理市场竞争

1、在线出境旅游代理市场格局

2、在线出境旅游代理竞争方式

3、在线出境旅游代理竞争趋势

六、在线出境旅游代理发展趋势

1、在线出境旅游代理商仍具有较大的市场空间

2、代理商急需加快产业链重组

七、在线出境旅游代理投资策略

1、战略联盟策略

2、全业务渗透策略

3、差别化投资策略

第二节 旅游产品第三方交易平台（TTP）

一、旅游产品垂直搜索网站

1、垂直搜索引擎概述

2、旅游垂直搜索引擎概述

3、旅游垂直搜索发展现状

4、旅游网络信息搜索行为分析

5、旅游垂直搜索网站盈利模式

6、旅游垂直搜索网站SWOT分析

二、旅游点评社区网站

1、旅游点评社区网站发展背景

2、旅游点评社区网站发展模式

3、旅游点评社区网站作用机制

- 4、旅游点评网站盈利模式分析
- 5、旅游点评社区网站发展现状
- 6、旅游点评社区网站主要问题
- 7、旅游点评社区网站发展展望

三、旅游产品团购网站

- 1、网络团购市场发展现状
- 2、旅游团购的内涵与特点
- 3、旅游团购网站主要类型
- 4、旅游团购盈利模式分析
- 5、旅游团购发展特征分析
- 6、旅游团购网站案例分析
- 7、旅游团购产品营销方式
- 8、旅游团购发展中的问题

四、旅游产品B2B交易平台网站

- 1、旅游产品B2B交易平台概述
- 2、旅游产品B2B交易平台案例分析
- 3、旅游产品B2B交易平台竞争环境

五、定制在线出境旅游（C2B）

- 1、旅游C2B模式的含义
- 2、旅游C2B模式的特点
- 3、旅游C2B模式运行机制
- 4、旅游C2B模式发展现状
- 5、旅游C2B模式案例分析
- 6、旅游C2B模式发展展望

第三节 中国出境旅游产品开发与设计的创新实践

- 一、中国出境旅游产品开发与设计的现状
- 二、中国出境旅游产品开发与设计的创新性实践
 - 1、新加坡出境旅游产品开发与设计的创新性实践
 - 2、马来西亚出境旅游产品开发与设计的创新性实践
 - 3、印度尼西亚出境旅游产品开发与设计的创新性实践
- 三、中国出境旅游产品开发与设计的建议

第八章 2017-2022年出境旅游区域运营现状分析

第一节 中国出境旅游区域发展综合分析

- 一、区域发展综述
- 二、旅游社集中程度
- 三、区域政策支持状况

第二节 北京

- 一、北京出境旅游的政策支持
- 二、APEC会议期间放假影响
- 三、出境旅游投诉状况

第三节 上海

- 一、出境旅游市场规模
- 二、居民出境旅游调查分析
- 三、节假日出境旅游市场状况
- 四、建立出境旅游动态监管系统

第四节 华南地区

- 一、出境旅游市场规模
- 二、同程进军华南地区出境旅游
- 三、自贸区支持港澳旅行社经营出境旅游

第五节 其他地区

- 一、天津
- 二、宁波
- 三、重庆

第九章 旅游行业领先国际旅行社经营分析

第一节 众信旅游集团股份有限公司

- 一、旅行社发展概况分析
- 二、旅行社经营指标分析
- 三、旅行社出境旅游路线及套餐分析
- 四、旅行社赴出境旅游旅游人数分析
- 五、旅行社发展前景分析

第二节 中信旅游集团有限公司

- 一、旅行社发展概况分析

二、旅行社经营指标分析

三、旅行社出境旅游路线及套餐分析

四、旅行社赴出境旅游旅游人数分析

五、旅行社发展前景分析

第三节 广东中旅（集团）有限公司

一、旅行社发展概况分析

二、旅行社经营指标分析

三、旅行社出境旅游路线及套餐分析

四、旅行社赴出境旅游旅游人数分析

五、旅行社发展前景分析

第四节 锦江国际（集团）有限公司

一、旅行社发展概况分析

二、旅行社经营指标分析

三、旅行社出境旅游路线及套餐分析

四、旅行社赴出境旅游旅游人数分析

五、旅行社发展前景分析

第五节 广州广之旅国际旅行社股份有限公司

一、旅行社发展概况分析

二、旅行社经营指标分析

三、旅行社出境旅游路线及套餐分析

四、旅行社赴出境旅游旅游人数分析

五、旅行社发展前景分析

第六节 上海春秋国际旅行社（集团）有限公司

一、旅行社发展概况分析

二、旅行社经营指标分析

三、旅行社出境旅游路线及套餐分析

四、旅行社赴出境旅游旅游人数分析

五、旅行社发展前景分析

第七节 中国康辉旅游集团有限公司

一、旅行社发展概况分析

二、旅行社经营指标分析

三、旅行社出境旅游路线及套餐分析

四、旅行社赴出境旅游旅游人数分析

五、旅行社发展前景分析

第八节 中青旅控股股份有限公司

一、旅行社发展概况分析

二、旅行社经营指标分析

三、旅行社出境旅游路线及套餐分析

四、旅行社赴出境旅游旅游人数分析

五、旅行社发展前景分析

第九节 中国旅行社总社有限公司

一、旅行社发展概况分析

二、旅行社经营指标分析

三、旅行社出境旅游路线及套餐分析

四、旅行社赴出境旅游旅游人数分析

五、旅行社发展前景分析

第十节 海航凯撒旅游集团股份有限公司

一、旅行社发展概况分析

二、旅行社经营指标分析

三、旅行社出境旅游路线及套餐分析

四、旅行社赴出境旅游旅游人数分析

五、旅行社发展前景分析

第十章 2024-2030年中国出境旅游行业发展趋势预测分析

第一节 2024-2030年出境旅游行业趋势预测分析

一、出境旅游行业影响因素分析

二、出境旅游行业趋势预测分析

第二节 2024-2030年中国出境旅游市场发展前景

一、出境旅游市场发展潜力

二、出境旅游市场发展前景展望

三、出境旅游细分行业发展前景分析

第三节 2024-2030年中国出境旅游市场发展趋势预测

一、出境旅游行业发展趋势

二、出境旅游市场规模预测

三、细分市场发展趋势预测

第四节 在线出境旅游行业细分产品发展预测

一、酒店在线预订市场预测

二、机票在线预订市场预测

三、出境旅游度假产品在线预订预测

第十一章 2024-2030年中国出境旅游行业投资前景

第一节 出境旅游行业投资现状分析

第二节 出境旅游行业投资特性分析

一、出境旅游行业进入壁垒分析

二、出境旅游行业盈利模式分析

三、出境旅游行业盈利因素分析

第三节 出境旅游行业投资机会分析

一、产业链投资机会

二、细分市场投资机会

三、重点区域投资机会

第四节 出境旅游行业投资风险分析

一、出境旅游行业政策风险

二、宏观经济风险

三、市场竞争风险

四、关联产业风险

五、技术研发风险

六、其他投资风险

第五节 “互联网+”与“双创”战略下企业的投资机遇

一、“互联网+”与“双创”的概述

二、企业投资挑战和机遇

三、企业投资问题和投资策略

1、“互联网+”和“双创”的战略下企业投资问题分析

2、“互联网+”和“双创”的战略下企业投资策略探究

第六节 出境旅游行业投资潜力与建议

一、出境旅游行业投资潜力分析

二、出境旅游行业最新投资动态

三、出境旅游行业投资机会与建议

第十二章 中国出境旅游业机会及发展前景趋势

第一节 中国出境旅游业投资潜力

一、“一带一路”带来发展契机

二、人民币纳入SDR带来便利条件

三、中国进入消费升级阶段

四、游客出境旅游热情的提升

第二节 中国出境旅游业投资机会

一、休闲度假游将成热潮

二、邮轮出境旅游或迎井喷

三、出境医疗旅游渐走热

四、老年出境旅游空间巨大

五、年轻个性化市场需开拓

第三节 中国出境旅游业发展前景趋势

一、出境旅游成蓝海市场

二、居民境外游渐趋理性

三、出境旅游市场发展趋势

四、中国出境旅游消费趋成熟化

第十三章 研究结论及投资建议（）

第一节 旅游行业研究结论及建议

第二节 旅游子行业研究结论及建议

第三节 旅游行业投资建议

一、行业发展策略建议

二、行业投资方向建议

三、行业投资方式建议

部分图表目录：

图表：全球国际旅游人数变化情况

图表：全球旅游收入增幅TOP5排行

图表：全球旅游支出增幅TOP6排行

图表：中国国内旅游人数增长情况

图表：中国国内旅游收入增长情况

图表：中国国内旅游人均花费及增长率

图表：2024-2030年中国国内旅游人数预测

图表：2024-2030年中国国内旅游收入预测

图表：各旅游区的规划及政策研究

更多图表见正文.....

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202312/429704.html>