

2025-2031年中国会奖旅游 市场深度分析与投资分析报告

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

《2025-2031年中国会奖旅游市场深度分析与投资分析报告》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/202411/473594.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

中企顾问网发布的《2025-2031年中国会奖旅游市场深度分析与投资分析报告》报告中的资料和数据来源于对行业公开信息的分析、对业内资深人士和相关企业高管的深度访谈，以及共研分析师综合以上内容作出的专业性判断和评价。分析内容中运用共研自主建立的产业分析模型，并结合市场分析、行业分析和厂商分析，能够反映当前市场现状，趋势和规律，是企业布局市场服务行业的重要决策参考依据。

报告目录：

第1章：会奖旅游发展概述26

1.1 会奖旅游概念界定26

1.1.1 会奖旅游概念界定26

1.1.2 会奖旅游的形成26

1.1.3 会奖旅游的特点27

1.2 会奖旅游市场开发特点及趋势28

1.2.1 会奖旅游市场开发特点28

1.2.2 会奖旅游市场开发的趋势29

1.3 会奖旅游发展环境分析30

1.3.1 会奖旅游行业政策环境分析30

（1）会展行业政策环境分析30

1) 会展行业监管体制30

2) 会展行业法律法规解析30

3) 会展行业政策规制的特征和趋势32

（2）旅游行业政策环境分析33

1) 国家支持旅游业发展33

2) 国家支持西部地区旅游业发展34

3) 国家扩大内需政策推动旅游市场规模扩大35

1.3.2 会奖旅游行业经济环境分析35

（1）国际经济环境分析35

1) 国际经济现状35

2) 2024年预测37

3) 国际经济对国内旅游业的影响38

（2）国内经济环境分析38

1) 宏观经济运行情况	38
2) 宏观经济走势预测	39
3) 国内经济对旅游业的影响	40
1.3.3 会奖旅游行业交通环境分析	40
(1) 铁路运输业发展情况	40
(2) 公路运输业发展情况	41
(3) 港口运输业发展情况	43
(4) 航空运输业发展情况	43
1.3.4 会奖旅游行业社会环境分析	45
(1) 法定节假日和带薪假期实施	45
(2) 人口年龄	45
(3) 社会结构	47
第2章：国内外会奖旅游发展状况分析	49
2.1 国外会奖旅游发展状况概述	49
2.2 欧美国家会奖旅游发展状况分析	50
2.2.1 美国会奖旅游发展状况分析	50
(1) 美国会奖旅游发展概述	50
(2) 美国会奖旅游发展优势分析	50
(3) 美国会奖旅游相关行业分析	51
1) 美国会展行业发展分析	51
2) 美国旅游行业发展分析	52
(4) 美国会奖旅游发展经验分析	53
2.2.2 德国会奖旅游发展状况分析	53
(1) 德国会奖旅游发展概述	53
(2) 德国会奖旅游市场规模分析	54
(3) 德国会奖旅游相关行业分析	54
1) 德国会展行业发展分析	54
2) 德国旅游行业发展分析	60
(4) 德国会奖旅游发展经验分析	60
2.2.3 法国会奖旅游发展状况分析	61
(1) 法国会奖旅游发展概况	61
(2) 法国会奖旅游相关行业分析	62

- 1) 法国会展行业发展分析62
- 2) 法国旅游行业发展分析65
 - (3) 法国会奖旅游发展经验分析65
- 2.2.4 俄罗斯会奖旅游发展状况分析66
 - (1) 俄罗斯会奖旅游发展概述66
 - (2) 俄罗斯会奖旅游相关行业分析66
- 1) 俄罗斯会展行业发展分析66
- 2) 俄罗斯旅游行业发展分析68
 - (3) 俄罗斯会奖旅游市场前景分析68
- 2.3 亚太地区会奖旅游发展状况分析69
- 2.3.1 新加坡会奖旅游发展状况分析69
 - (1) 新加坡会奖旅游发展概况69
 - (2) 新加坡会奖旅游发展优势分析69
 - (3) 新加坡会奖旅游相关行业分析71
- 1) 新加坡会展行业发展分析71
- 2) 新加坡旅游行业发展分析71
 - (4) 新加坡会奖旅游发展前景分析72
 - (5) 新加坡会奖旅游发展经验分析72
- 2.3.2 日本会奖旅游发展状况分析73
 - (1) 日本会奖旅游发展概况73
 - (2) 日本会奖旅游相关行业分析73
- 1) 日本会展行业发展分析73
- 2) 日本旅游行业发展分析74
 - (3) 日本会奖旅游发展经验分析75
- 2.3.3 韩国会奖旅游发展状况分析75
 - (1) 韩国会奖旅游发展概况75
 - (2) 韩国会奖旅游相关行业分析76
- 1) 韩国会展行业发展分析76
- 2) 韩国旅游行业发展分析76
 - (3) 韩国会奖旅游发展经验分析76
- 2.3.4 中国香港地区会奖旅游发展状况分析77
 - (1) 中国香港地区会奖旅游发展概况77

- (2) 中国香港会奖旅游相关行业分析77
 - 1) 中国香港会展行业发展分析77
 - 2) 中国香港旅游行业发展分析78
- (3) 中国香港地区会奖旅游发展经验分析79

第3章：国内外旅游市场发展状况分析80

- 3.1 全球旅游市场发展分析80
 - 3.1.1 全球国际旅游人数分析80
 - 3.1.2 全球国际旅游收入分析80
 - 3.1.3 全球国际旅游支出排行81
 - 3.1.4 全球领先旅游业企业发展分析81

- (1) 美国胜腾旅游集团81

- 1) 企业发展简况81
- 2) 企业主要业务分析82
- 3) 企业市场地位分析82
- 4) 企业经营情况分析82

- (2) 万豪国际集团82

- 1) 企业发展简况82
- 2) 企业主要业务分析82
- 3) 企业市场地位分析83
- 4) 企业经营情况分析83
- 5) 企业最新发展动向83

- (3) 喜达屋集团83

- 1) 企业发展简况83
- 2) 企业主要业务分析83
- 3) 企业市场地位分析83
- 4) 企业经营情况分析83
- 5) 企业最新发展动向84

- (4) 瑞士旅业集团 (Kuoni) 84

- 1) 企业发展简况84
- 2) 企业主要业务分析85
- 3) 企业市场地位分析85
- 4) 企业经营情况分析85

3.2 中国国内旅游市场发展分析	85
3.2.1 国内旅游行业发展规模分析	85
(1) 国内旅游人数	85
(2) 国内旅游收入	86
(3) 国内旅游人均花费	86
3.2.2 国内旅游行业发展特征分析	87
(1) 节假日旅游进一步集中	87
(2) 一日游占主导地位	88
(3) 观光游仍是主体	89
(4) 区域旅游热点更加凸显	89
3.3 中国入境游市场发展分析	90
3.3.1 中国入境旅游发展概况	90
(1) 入境旅游接待人数	90
(2) 入境旅游外汇收入	90
(3) 入境旅游客源情况	91
3.3.2 中国入境游主要特点	91
(1) 入境游客以港澳台同胞为主	91
(2) 入境外国游客以亚欧人为主	92
(3) 入境外国游客以男性为主	92
(4) 旅游目的以观光休闲和商务会议为主	93
(5) 入境游客年龄主要在25-65岁之间	94
3.3.3 入境旅游发展趋势预测	95
3.4 中国出境旅游发展概况	95
3.4.1 中国出境旅游发展概况分析	95
3.4.2 中国出境旅游目的地分析	96
(1) 已开放的出境旅游目的地	96
(2) 出境旅游中的热门目的地	96
3.4.3 年网民出境游意向调查	97
第4章：中国会奖旅游相关行业发展分析	104
4.1 酒店行业发展状况分析	104
4.1.1 星级酒店行业发展分析	104
(1) 星级酒店数量规模	104

(2) 星级酒店构成情况	104
(3) 星级酒店收入规模	105
(4) 星级酒店经营状况	105
(5) 重点旅游城市酒店经营情况	106
(6) 星级酒店运行特点总结	108
4.1.2 酒店行业品牌格局	110
4.1.3 经济型连锁酒店发展分析	110
(1) 经济型酒店数量规模	110
(2) 经济型酒店市场规模	111
(3) 经济型酒店区域分布	112
(4) 经济型酒店产品结构	112
(5) 经济型酒店市场格局	112
4.1.4 中国酒店行业发展趋势	113
4.2 餐饮行业发展状况分析	114
4.2.1 餐饮业发展状况	114
4.2.2 餐饮业消费特征分析	115
4.2.3 餐饮业集中度分析	116
4.2.4 餐饮百强企业经营分析	117
4.2.5 餐饮业发展趋势及前景预测	121
(1) 餐饮行业发展趋势	121
(2) 餐饮行业发展前景预测	122
4.3 旅游景区建设情况分析	122
4.3.1 旅游景区发展历程	122
4.3.2 旅游景区发展的特点	123
4.3.3 旅游景区存在的问题	125
4.3.4 旅游景区市场竞争分析	126
(1) 旅游景区竞争现状分析	126
(2) 旅游景区潜在威胁分析	128
(3) 旅游景区竞争力影响因素	129
4.3.5 旅游景区经营分析	130
(1) 旅游景区基本情况	130
(2) 旅游景区结构特征	131

(3) 5A景区数量规模	132
(4) 5A景区门票价格情况	133
4.4 会展行业发展状况分析	137
4.4.1 展览会市场概况	137
(1) 展览会省份分布	137
(2) 展览会城市分布	139
(3) 展览会规模分布	142
(4) 展览会行业分布	147
(5) 展览会时间分布	149
4.4.2 展览馆市场概况	150
(1) 展览馆省份分布	151
(2) 展览馆省份分布	153
(3) 展览馆规模分布	155
(4) 展览馆市场经营情况	157
4.4.3 流动展会分析	163
第5章：奖励旅游市场发展状况分析	166
5.1 奖励旅游市场概述	166
5.1.1 奖励旅游发展进程分析	166
5.1.2 奖励旅游特征	167
5.1.3 奖励旅游组织市场的类型和特征	172
(1) 基于激励性的奖励旅游	172
(2) 基于奖励性质的商务差旅	173
(3) 基于福利性质的奖励旅游	173
5.2 奖励旅游市场调研分析	174
5.2.1 商务旅行者的年龄比例调研	174
5.2.2 商务旅行者最重视的因素调研	175
5.2.3 不同区域商务旅行者最重视的任务调研	176
5.3 中国奖励旅游市场发展分析	177
5.3.1 中国奖励旅游发展现状	177
5.3.2 中国奖励旅游发展趋势	178
5.3.3 中国奖励旅游发展前景	179
第6章：会展旅游发展状况分析	180

6.1 会展旅游与会展业及旅游业的关系分析	180
6.1.1 会展业与旅游业的关系分析	180
6.1.2 会展旅游与会展业及旅游业的关系分析	180
6.2 会展旅游发展现状分析	181
6.2.1 会展旅游发展状况概述	181
6.2.2 国内外会展旅游发展模式	181
(1) 国外会展旅游发展模式	182
(2) 国内会展旅游发展模式分析	182
(3) 国内外会展旅游发展模式对比	182
6.2.3 我国会展旅游存在的问题	183
6.3 我国会展旅游发展趋势分析	183
6.3.1 会展旅游发展趋势	183
6.3.2 会展旅游发展建议	185
第7章：会展旅游市场营销策略分析	187
7.1 会展旅游营销主体分析	187
7.1.1 城市	187
(1) 核心驱动力	187
(2) 导向驱动因子	188
(3) 外部限制因子	189
(4) 内部限制因子	190
7.1.2 会展旅游从业者	190
7.2 会展旅游城市营销策略	191
7.2.1 会展旅游城市形象策略	191
7.2.2 会展旅游城市节事营销策略	192
(1) 会展城市举办节事的目的	192
(2) 会展城市节事的运作主体和营销对象	193
(3) 会展城市节事主题的选择	194
7.2.3 会展旅游城市其他营销策略	195
(1) 会展旅游城市关系营销策略	195
(2) 会展旅游城市整合营销策略	196
(3) 会展旅游城市政策营销策略	197
7.3 会展旅游企业营销策略	197

7.3.1 市场定位策略197

- (1) 主办导向定位策略197
- (2) 展商导向定位策略198
- (3) 观众导向定位策略198
- (4) 消费者导向定位策略199

7.3.2 会奖旅游产品营销策略199

- (1) 会奖旅游产品的概念199
- (2) 会奖旅游产品开发策略200
- 1) 旅游饭店对产品的开发200
- 2) 旅行社对产品的开发200
- 3) 旅游景区对产品的开发201
- (3) 会奖旅游产品组合策略201
- (4) 发展会奖旅游产品遵循的原则201

7.3.3 旅行社与会展公司竞合策略202

- (1) 旅行社与会展公司之间的竞争与合作202
- (2) 旅行社与会展公司关系趋势分析204

第8章：中国会奖旅游行业重点区域发展分析206

8.1 中国会奖旅游行业区域发展概述206

8.2 北京会奖旅游行业发展分析206

8.2.1 北京市会展行业发展情况分析206

- (1) 北京会展行业设施规模206
- (2) 北京会展行业会展项目及结构208
- (3) 北京会展行业市场主体结构209
- (4) 北京会展行业收入规模210

8.2.2 北京市旅游行业发展情况分析211

- (1) 北京市入境游发展情况211
- (2) 北京市国内游发展情况212

8.2.3 北京市旅游配套设施发展情况分析213

- (1) 北京市酒店行业发展情况分析213
- (2) 北京市餐饮行业发展情况分析215
- (3) 北京市旅游景区发展情况分析215

1) 北京市旅游资源分类215

- 2) 北京市游客旅游消费倾向216
- 3) 北京市旅游资源优势分析216
- 4) 北京市旅游景区价格分析217
- 5) 北京市旅游景区经营分析217
- 6) 北京市城市旅游营销分析218
 - (4) 北京市交通建设情况分析218
- 8.2.4 北京市会奖旅游行业发展现状分析219
- 8.2.5 北京市会奖旅游行业SWOT分析223
 - (1) 优势分析223
 - (2) 劣势分析223
 - (3) 机会分析225
 - (4) 威胁分析225
- 8.2.6 北京市会奖旅游行业发展对策225
- 8.3 上海会奖旅游行业发展分析227
- 8.3.1 上海市会展行业发展情况分析227
 - (1) 上海会展行业设施规模227
 - (2) 上海会展行业会展项目228
 - (3) 上海会展行业收入规模231
- 8.3.2 上海市旅游行业发展情况分析231
 - (1) 上海市游客总量及结构231
 - (2) 上海市旅游收入及结构233
- 8.3.3 上海市旅游配套设施发展情况分析233
 - (1) 上海市酒店行业发展情况分析233
 - (2) 上海市餐饮行业发展情况分析234
 - (3) 上海市旅游景区发展情况分析235
- 1) 上海市旅游资源分类235
- 2) 上海市游客旅游消费倾向235
- 3) 上海市旅游资源优势分析236
- 4) 上海市旅游景区价格分析236
- 5) 上海市旅游景区经营分析237
- 6) 上海市城市旅游营销分析237
 - (4) 上海市交通建设情况分析237

8.3.4 上海市会奖旅游行业发展现状分析	238
8.3.5 上海市会奖旅游行业SWOT分析	238
8.3.6 上海市会奖旅游行业发展对策	240
8.4 广州会奖旅游行业发展分析	240
8.4.1 广州市会展行业发展情况分析	240
(1) 广州会展行业设施规模	241
1) 广州会展场馆规模	241
2) 广州会展规模	242
(2) 广州会展行业会展项目	242
(3) 广州会展行业收入规模	242
8.4.2 广州市旅游行业发展情况分析	243
8.4.3 广州市旅游配套设施发展情况分析	243
(1) 广州市酒店行业发展情况分析	243
(2) 广州市餐饮行业发展情况分析	245
(3) 广州市旅游景区建设情况分析	246
1) 广州市旅游资源分类	246
2) 广州市游客旅游消费倾向	246
3) 广州市旅游资源优势分析	246
4) 广州市旅游景区价格分析	246
5) 广州市旅游景区经营分析	247
6) 广州市城市旅游营销分析	247
(4) 广州市交通建设情况分析	248
8.4.4 广州市会奖旅游行业发展现状分析	248
8.4.5 广州市会奖旅游行业SWOT分析	249
(1) 优势分析	249
(2) 劣势分析	250
(3) 机会分析	250
(4) 威胁分析	251
8.4.6 广州市会奖旅游行业发展前景	251
8.5 武汉会奖旅游行业发展分析	252
8.5.1 武汉市会展行业发展情况分析	252
8.5.2 武汉市旅游行业发展情况分析	253

(1) 国内外游客接待量分析	253
(2) 国内外旅游收入分析	254
8.5.3 武汉市旅游配套设施发展情况分析	254
(1) 武汉市旅游景区建设情况分析	254
(2) 武汉市交通建设情况分析	254
8.5.4 武汉市会奖旅游行业发展现状分析	255
8.5.5 武汉市会奖旅游行业SWOT分析	256
(1) 优势分析	256
(2) 劣势分析	256
(3) 机会分析	257
(4) 威胁分析	257
8.5.6 武汉市会奖旅游行业发展对策	258
8.6 成都会奖旅游行业发展分析	259
8.6.1 成都市会展行业发展情况分析	259
(1) 成都会展行业设施规模	259
(2) 成都会展行业会展项目	259
(3) 成都会展行业收入规模	260
8.6.2 成都市旅游行业发展情况分析	261
8.6.3 成都市旅游配套设施发展情况分析	261
(1) 成都市酒店行业发展情况分析	261
(2) 成都市交通建设情况分析	261
8.6.4 成都市会奖旅游行业发展现状分析	261
8.6.5 成都市会奖旅游行业SWOT分析	262
(1) 优势分析	262
(2) 劣势分析	262
(3) 机会分析	263
(4) 威胁分析	263
8.6.6 成都市会奖旅游行业发展对策	263
8.7 大连会奖旅游行业发展分析	264
8.7.1 大连市会展行业发展情况分析	264
8.7.2 大连市旅游行业发展情况分析	264
8.7.3 大连市旅游配套设施发展情况分析	264

(1) 大连市酒店行业发展情况分析	265
(2) 大连市餐饮行业发展情况分析	265
(3) 大连市旅游景区建设情况分析	265
(4) 大连市交通建设情况分析	265
8.7.4 大连市会奖旅游行业发展现状分析	266
8.7.5 大连市会奖旅游行业SWOT分析	267
(1) 优势分析	267
(2) 劣势分析	267
(3) 机会分析	268
(4) 威胁分析	268
8.7.6 大连市会奖旅游行业发展对策	269
8.8 西安会奖旅游行业发展分析	270
8.8.1 西安市会展行业发展情况分析	270
(1) 西安会展行业设施规模	270
(2) 西安会展行业会展项目	271
(3) 西安会展行业收入规模	271
8.8.2 西安市旅游行业发展情况分析	271
8.8.3 西安市旅游配套设施发展情况分析	272
(1) 西安市酒店行业发展情况分析	273
(2) 西安市餐饮行业发展情况分析	273
(3) 西安市交通建设情况分析	273
8.8.4 西安市会奖旅游行业发展现状分析	274
8.8.5 西安市会奖旅游行业SWOT分析	274
(1) 优势分析	274
(2) 劣势分析	275
(3) 机会分析	275
(4) 威胁分析	276
8.8.6 西安市会奖旅游行业发展战略	276
8.9 昆明会奖旅游行业发展分析	277
8.9.1 昆明市会展行业发展情况分析	277
8.9.2 昆明市旅游行业发展情况分析	277
8.9.3 昆明市旅游配套设施发展情况分析	277

(1) 昆明市餐饮行业发展情况分析	278
(2) 昆明市旅游景区发展情况分析	278
(3) 昆明市交通建设情况分析	278
8.9.4 昆明市会奖旅游行业发展现状分析	278
8.9.5 昆明市会奖旅游行业SWOT分析	279
(1) 优势分析	279
(2) 劣势分析	281
(3) 机会分析	281
(4) 威胁分析	281
8.9.6 昆明市会奖旅游行业发展对策	282
8.10 海南会奖旅游行业发展分析	283
8.10.1 海南会展行业发展情况分析	283
8.10.2 海南旅游行业发展情况分析	283
8.10.3 海南旅游配套设施发展情况分析	284
(1) 海南酒店行业发展情况分析	284
(2) 海南餐饮行业发展情况分析	284
(3) 海南交通建设情况分析	284
8.10.4 海南会奖旅游行业SWOT分析	284
(1) 优势分析	285
(2) 劣势分析	285
(3) 机会分析	285
(4) 威胁分析	286
8.10.5 海南会奖旅游行业发展对策	286
第9章：会奖旅游重点企业经营分析	288
9.1 会奖旅游重点企业总体概述	288
9.2 旅行社开展会奖旅游业务重点企业经营情况分析	288
9.2.1 北京凯撒国际旅行社有限责任公司经营情况分析	288
(1) 企业发展简况分析	288
(2) 企业经营情况分析	289
(3) 企业会奖旅游业务分析	290
(4) 企业发展优劣势分析	291
(5) 企业最新发展动向分析	291

9.2.2 中青旅控股股份有限公司291

- (1) 企业发展简况分析291
- (2) 企业经营情况分析293
- 1) 主要经济指标分析293
- 2) 企业盈利能力分析293
- 3) 企业运营能力分析294
- 4) 企业偿债能力分析294
- 5) 企业发展能力分析294
- (3) 企业会奖旅游业务分析295
- (4) 企业会奖旅游案例分析298
- (5) 企业发展优劣势分析299
- (6) 企业投资兼并及重组分析299
- (7) 企业最新发展动向分析299

9.2.3 中国国旅股份有限公司300

- (1) 企业发展简况分析300
- (2) 企业经营情况分析301
- 1) 主要经济指标分析301
- 2) 企业盈利能力分析301
- 3) 企业运营能力分析302
- 4) 企业偿债能力分析302
- 5) 企业发展能力分析302
- (3) 企业会奖旅游业务分析303
- (4) 企业发展优劣势分析305
- (5) 企业最新发展动向分析305

9.2.4 黄山旅游发展股份有限公司306

- (1) 企业发展简况分析306
- (2) 企业经营情况分析307
- 1) 主要经济指标分析307
- 2) 企业盈利能力分析308
- 3) 企业运营能力分析308
- 4) 企业偿债能力分析309
- 5) 企业发展能力分析309

(3) 企业会奖旅游业务分析	310
(4) 企业发展优劣势分析	311
(5) 企业最新发展动向分析	311
9.2.5 北京首旅酒店（集团）股份有限公司	311
(1) 企业发展简况分析	311
(2) 企业经营情况分析	313
1) 主要经济指标分析	313
2) 企业盈利能力分析	313
3) 企业运营能力分析	313
4) 企业偿债能力分析	314
5) 企业发展能力分析	314
(3) 企业会奖旅游业务分析	315
(4) 企业发展优劣势分析	319
(5) 企业最新发展动向分析	319
9.2.6 西安旅游股份有限公司	319
(1) 企业发展简况分析	320
(2) 企业经营情况分析	321
1) 主要经济指标分析	321
2) 企业盈利能力分析	321
3) 企业运营能力分析	322
4) 企业偿债能力分析	322
5) 企业发展能力分析	323
(3) 企业会奖旅游业务分析	323
(4) 企业发展优劣势分析	324
(5) 企业最新发展动向分析	324
9.2.7 中国康辉旅行社集团有限责任公司	325
(1) 企业发展简况分析	325
(2) 企业经营情况分析	325
(3) 企业会奖旅游业务分析	326
(4) 企业发展优劣势分析	326
9.2.8 上海锦江国际旅游股份有限公司	326
(1) 企业发展简况分析	326

- (2) 企业经营情况分析327
- 1) 主要经济指标分析327
- 2) 企业盈利能力分析327
- 3) 企业运营能力分析328
- 4) 企业偿债能力分析328
- 5) 企业发展能力分析329
- (3) 企业会奖旅游业务分析329
- (4) 企业发展优劣势分析330
- (5) 企业最新发展动向分析330
- 9.2.9 广州广之旅国际旅行社股份有限公司331
- (1) 企业发展简况分析331
- (2) 企业经营情况分析331
- (3) 企业会奖旅游业务分析331
- (4) 企业发展优劣势分析332
- (5) 企业最新发展动向分析332
- 9.2.10 港中旅国际（山东）旅行社333
- (1) 企业发展简况分析333
- (2) 企业经营情况分析333
- (3) 企业会奖旅游业务分析334
- (4) 企业发展优劣势分析335
- 9.3 会展公司开展会奖旅游业务重点企业经营情况分析344
- 9.3.1 中旅国际会议展览有限公司344
- (1) 企业发展简况分析344
- (2) 企业经营情况分析345
- (3) 企业会奖旅游业务分析345
- (4) 企业会奖旅游案例分析347
- (5) 企业发展优劣势分析349
- 9.3.2 深圳新景界国际会议展览有限公司349
- (1) 企业发展简况分析349
- (2) 企业经营情况分析349
- (3) 企业会奖旅游业务分析350
- (4) 企业会奖旅游案例分析350

(5) 企业发展优劣势分析	351
9.3.3 上海春秋会议展览服务有限责任公司	352
(1) 企业发展简况分析	352
(2) 企业会奖旅游业务分析	352
(3) 企业发展优劣势分析	352
9.3.4 厦门建旅商务会展有限公司	353
(1) 企业发展简况分析	353
(2) 企业经营情况分析	353
(3) 企业会奖旅游业务分析	353
(4) 企业会奖旅游案例分析	354
(5) 企业发展优劣势分析	355
(6) 企业最新发展动向分析	355
9.3.5 湖南省阳光会议展览服务有限公司	355
(1) 企业发展简况分析	355
(2) 企业会奖旅游业务分析	356
(3) 企业会奖旅游案例分析	356
(4) 企业发展优劣势分析	356
9.3.6 江西光大国际商务会议中心有限公司	357
(1) 企业发展简况分析	357
(2) 企业经营情况分析	357
(3) 企业会奖旅游业务分析	357
(4) 企业发展优劣势分析	357
9.3.7 国旅国际会议展览有限公司	358
(1) 企业发展简况分析	358
(2) 企业经营情况分析	358
(3) 企业会奖旅游业务分析	359
(4) 企业会奖旅游案例分析	360
(5) 企业发展优劣势分析	361
(6) 企业最新发展动向分析	361
9.3.8 上海巨欣会务服务有限公司	361
(1) 企业发展简况分析	361
(2) 企业会奖旅游业务分析	361

(3) 企业会奖旅游案例分析	362
(4) 企业发展优劣势分析	362
9.4 酒店集团开展会奖旅游业务重点企业经营情况分析	362
9.4.1 开元酒店集团	362
(1) 企业发展简况分析	362
(2) 企业经营情况分析	363
(3) 企业会奖旅游接待能力分析	363
(4) 企业发展优劣势分析	364
(5) 企业最新发展动向分析	364
9.4.2 华天酒店集团股份有限公司	365
(1) 企业发展简况分析	365
(2) 企业经营情况分析	366
1) 主要经济指标分析	366
2) 企业盈利能力分析	367
3) 企业运营能力分析	367
4) 企业偿债能力分析	368
5) 企业发展能力分析	368
(3) 企业会奖旅游接待能力分析	369
(4) 企业发展优劣势分析	370
(5) 企业最新发展动向分析	370
9.4.3 深圳新都酒店股份有限公司	371
(1) 企业发展简况分析	371
(2) 企业经营情况分析	372
1) 主要经济指标分析	372
2) 企业盈利能力分析	373
3) 企业运营能力分析	373
4) 企业偿债能力分析	373
5) 企业发展能力分析	374
(3) 企业会奖旅游接待能力分析	374
(4) 企业发展优劣势分析	376
(5) 企业投资兼并及重组分析	376
(6) 企业最新发展动向分析	376

9.4.4 金陵饭店股份有限公司376

- (1) 企业发展简况分析376
- (2) 企业经营情况分析378
- 1) 主要经济指标分析378
- 2) 企业盈利能力分析378
- 3) 企业运营能力分析379
- 4) 企业偿债能力分析379
- 5) 企业发展能力分析380
- (3) 企业会奖旅游接待能力分析380
- (4) 企业发展优劣势分析381
- (5) 企业最新发展动向分析381

9.4.5 广州市东方宾馆股份有限公司382

- (1) 企业发展简况分析382
- (2) 企业经营情况分析383
- 1) 主要经济指标分析383
- 2) 企业盈利能力分析383
- 3) 企业运营能力分析384
- 4) 企业偿债能力分析384
- 5) 企业发展能力分析385
- (3) 企业会奖旅游接待能力分析385
- (4) 企业发展优劣势分析386
- (5) 企业最新发展动向分析386

9.4.6 大连友谊（集团）股份有限公司386

- (1) 企业发展简况分析386
- (2) 企业经营情况分析388
- 1) 主要经济指标分析388
- 2) 企业盈利能力分析388
- 3) 企业运营能力分析388
- 4) 企业偿债能力分析389
- 5) 企业发展能力分析389
- (3) 企业会奖旅游接待能力分析390
- (4) 企业发展优劣势分析391

(5) 企业投资兼并及重组分析	391
(6) 企业最新发展动向分析	391
第10章：会奖旅游发展前景及投资机会分析	392
10.1 会奖旅游行业发展前景分析	392
10.1.1 旅游业景气度预测	392
10.1.2 会奖旅游发展前景预测	394
10.2 会奖旅游行业投资环境与机会	395
10.2.1 会奖旅游行业投资环境分析	395
10.2.2 会奖旅游行业投资机会分析	395
图表目录	
图表1：会展活动的分类及会奖旅游的形成	27
图表2：近年来我国会展行业相关政策	31
图表3：各旅游区的规划及政策研究	34
图表4：2020-2024年七国集团GDP增长率（%）	36
图表5：2020-2024年金砖国家及部分亚洲经济体GDP同比增长率（%）	36
图表6：2020-2024年中国国内生产总值及其增长速度（单位：亿元，%）	39
图表7：我国主要宏观经济指标增长率预测（单位：%）	40
图表8：2020-2024年中国GDP增速与旅游行业总收入增速对比图（单位：%）	40
图表9：2020-2024年全国铁路旅客运输量及同比增速（单位：万人，%）	41
图表10：“十四五”期间中国公路投资建设情况（单位：亿元，万公里）	42
图表11：2020-2024年全国公路旅客运输量及同比增速（单位：万人，%）	42
图表12：2020-2024年我国港口旅客吞吐量及同比增速（单位：万人，%）	43
图表13：2020-2024年我国民航旅客运输量及同比增速（单位：万人，%）	44
图表14：2020-2024年我国民航旅客周转量及同比增速（单位：亿人公里，%）	44
图表15：中国法定节假日安排	45
图表16：2020-2024年我国人口年龄结构情况（单位：%）	46
图表17：2020-2024年我国城乡人口比重情况（单位：%）	46
图表18：中国目前“金字塔型”社会结构具体表现	47
图表19：美国会展业与GDP的增长率对比（单位：%）	52
图表20：2020-2024年美国会展业相关指标变化情况（单位：%）	52
图表21：美国旅游业发展情况（单位：万人，%）	53
图表22：2020-2024年德国大型展览场馆面积（单位：万平方米）	55

图表23：德国展馆面积位居前10城市及其展馆面积（单位：平方米） 55

图表24：德国大型展会数量（单位：场） 56

图表25：德国参展商数量数量（单位：万家） 56

图表26：德国展会观众数量（单位：万人） 56

图表27：德国展会展览面积（单位：万平方米） 57

图表28：德国展会运营商营业额（单位：亿欧元） 57

图表29：2020-2024年德国境外参展商和外国观众数量占比（单位：%） 58

图表30：德国贸易展会类别占比（单位：%） 58

图表31：德国海外展会参展情况（单位：场，家，万平方米） 59

图表32：德国组展商组织海外展会区域分布（单位：场，%） 59

图表33：德国组展商在中国举行的展会情况（单位：场，%等） 60

图表34：法国展会数量（单位：场） 63

图表35：法国参展商数量（单位：人） 63

图表36：法国实际出租场馆面积（单位：万平方米） 64

图表37：法国展会观众数量（单位：万人） 64

图表38：俄罗斯参展商数量（单位：万人） 67

图表39：俄罗斯展会观众数量（单位：万人） 67

图表40：俄罗斯展馆净面积（单位：万平方米） 68

图表41：新加坡旅游业发展情况（单位：亿新元，万人次，%） 71

图表42：日本旅游业发展情况（单位：万人） 74

图表43：十大访港旅客来源地（单位：人，%） 78

图表44：2020-2024年全球国际旅游人数变化情况（单位：亿人次） 80

图表45：前6-9个月全球旅游收入增幅TOP5排行（单位：%） 81

图表46：前6-9个月全球旅游支出增幅TOP6排行（单位：%） 81

图表47：喜达屋集团经营情况分析（单位：亿美元，%） 84

图表48：2020-2024年中国国内旅游人数走势图（单位：亿人次，%） 86

图表49：2020-2024年中国国内旅游收入走势图（单位：亿元，%） 86

图表50：2020-2024年中国国内旅游人均花费及增长率（单位：元，%） 87

图表51：2020-2024年中国春节黄金周接待游客及增速（单位：亿人次，%） 88

图表52：2020-2024年中国春节黄金周旅游收入及增速（单位：亿元，%） 88

图表53：2020-2024年中国春节黄金周一日游旅游及占比（单位：亿人次，%） 89

图表54：中国入境旅游接待人数（单位：万人次，%） 90

图表55：中国入境旅游外汇收入（单位：亿美元，%）	90
图表56：来华旅游入境人数（按入境方式分）（单位：万人，%）	91
图表57：中国入境旅游客源结构（单位：%）	92
图表58：中国入境旅游主要客源市场情况（单位：%）	92
图表59：入境旅游外国人性别结构（单位：万人次，%）	93
图表60：外国人入境旅游目的（单位：万人次，%）	94
图表61：入境旅游外国人年龄结构（单位：万人次，%）	94
图表62：2020-2024年中国出境旅游人数走势图（单位：万人次，%）	95
图表63：境外游区域关注度排行（单位：%）	96
图表64：2020-2024年网民关注的出境旅游国家（地区）排行（单位：%）	97
图表65：是否有境外旅游计划（包括商务出差和留学）（单位：%）	97
图表66：打算去旅游的国家（单位：%）	98
图表67：出境旅游的主要目的调查（单位：%）	99
图表68：计划利用哪些假期进行境外旅行（单位：%）	99
图表69：对以下哪些境外主题旅游感兴趣（单位：%）	100
图表70：如果去境外旅游会选择哪种旅游方式（单位：%）	101
图表71：如果准备境外自助或半自助旅行时会选择哪种住宿方式（单位：%）	101
图表72：在选择旅行社时最关注的因素调查（单位：%）	102
图表73：个人境外旅游预算调查（单位：%）	103
图表74：2020-2024年中国星级酒店数及增速（单位：家，%）	104
图表75：中国星级酒店类型结构（单位：%）	105
图表76：2020-2024年中国星级酒店营业收入及增速（单位：亿元，%）	105
图表77：全国星级饭店经营情况表（按星级分）（单位：家，亿元，%）	106
图表78：全国星级饭店经营情况平均指标表（按星级分）（单位：家，元/间夜，%，元/间）	106
图表79：重点旅游城市星级饭店平均房价前10名情况表（按星级分）（单位：元/间夜）	107
图表80：重点旅游城市星级饭店平均出租率前10名情况表（按星级分）（单位：%）	107
图表81：重点旅游城市环比增长前10名（单位：%）	109
图表82：重点旅游城市环比下降前10名（单位：%）	109
图表83：国内酒店品牌排名（单位：%）	110
图表84：2020-2024年中国经济型酒店门店数量及预测（单位：家，%）	111
图表85：2020-2024年中国经济型酒店市场规模（单位：亿元，%）	111

图表86：中国经济型酒店产品结构（单位：%）	112
图表87：国内经济型酒店品牌排名（前二十名）	113
图表88：我国酒店行业发展趋势	113
图表89：2020-2024年中国住宿和餐饮业零售额、GDP、社会消费品零售总额增速比较（单位：%）	114
图表90：2020-2024年全国餐饮收入情况（单位：亿元）	115
图表91：规模以上餐饮企业营业收入结构（单位：%）	117
图表92：2020-2024年百强餐饮业营业额情况（单位：亿元，%）	118
图表93：百强企业营业收入增长情况（单位：个，%）	119
图表94：百强企业盈利状况（单位：%）	120
图表95：2020-2024年百强企业中上市公司净利润情况（单位：%）	120
图表96：我国餐饮行业发展趋势	121
图表97：我国旅游景区开发历程	123
图表98：旅游景区按旅游资源主体性质划分	124
图表99：全国各省市旅游景区企业数（单位：家）	127
图表100：全国各省市旅游景区营业收入（单位：万元）	128
图表101：旅游景区竞争力分析	129
图表102：受益交通条件改善带来竞争力提升的上市公司及景区	130
图表103：中国旅游景区分类情况	131
图表104：中国旅游景区构成情况（单位：家，%）	131
图表105：2020-2024年中国5A景区数量及增速（单位：家，%）	132
图表106：我国四大区域5A级景区分布情况（单位：家，%）	132
图表107：我国31个省市自治区5A级景区数量（单位：家）	133
图表108：我国153家5A级景区门票价格分档情况（单位：家，%）	134
图表109：门票价格在200元（含）以上的5A级景区（单位：元）	135
图表110：我国5A级景区平均门票价格在居民收入和消费中的占比（单位：元，%）	135
图表111：全国及四大区域5A级景区门票平均价格对比情况（单位：元）	136
图表112：我国31个省市自治区5A级景区门票价格情况（单位：元）	136
图表113：2024全国展览会数量省份分布（单位：%）	137
图表114：2024全国各省直辖市的展览会数量分布（单位：个）	138
图表115：2024展览会项目资源在全国各省直辖市的分布（单位：场）	138
图表116：举办50个以上展览会省直辖市列表（单位：场）	139

图表117：全国展览会数量城市分布（单位：%） 139

图表118：展览会项目资源城市分布（单位：%） 140

图表119：举办50个以上展览会城市列表（单位：场） 140

图表120：全国展览会面积城市分布（单位：%） 141

·略

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202411/473594.html>