

# 2025-2031年中国旅游业行业 发展态势与投资前景评估报告

## 报告目录及图表目录

北京迪索共研咨询有限公司

[www.cction.com](http://www.cction.com)

## 一、报告报价

《2025-2031年中国旅游业行业发展态势与投资前景评估报告》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/202503/481204.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

随着社会的发展，旅游业已成为全球经济中发展势头最强劲和规模最大的产业之一。旅游业是中国经济发展的支柱性产业之一。中国旅游产业对国民经济综合贡献和社会就业综合贡献均超过10%，高于世界平均水平。

近年我国旅游经济总体上平稳运行，消费需求旺盛，投资持续增长，产业运行相对景气，发展方式加速转变。旅游业作为国民经济战略性支柱产业的地位更为巩固。“十三五”以来，旅游业与其他产业跨界融合、协同发展，产业规模持续扩大，新业态不断涌现，旅游业对经济平稳健康发展的综合带动作用更加凸显，“十三五”期间年人均出游超过4次。

2024年国内旅游总人次32.46亿，比上年同期增加3.67亿，增长12.8%；国内旅游收入（旅游总消费）2.92万亿元，比上年同期增加0.69万亿元，增长31.0%。2024年，国内旅游总人次25.30亿，比上年同期减少7.16亿，同比下降22.1%；国内旅游收入（旅游总消费）2.04万亿元，比上年减少0.87万亿元，同比下降30.0%。2024年春节假期全国国内旅游出游3.08亿人次，同比增长23.1%，恢复至2024年同期的88.6%；实现国内旅游收入3758.43亿元，同比增长30%，恢复至2024年同期的73.1%。

2024年1月20日，国务院印发《“十四五”旅游业发展规划》，提出到2024年，旅游业发展水平不断提升，现代旅游业体系更加健全，旅游有效供给、优质供给、弹性供给更为丰富，大众旅游消费需求得到更好满足。国内旅游蓬勃发展，出入境旅游有序推进，旅游业国际影响力、竞争力明显增强，旅游强国建设取得重大进展。2024年7月18日，经国务院同意，国家发展改革委、文化和旅游部联合印发《国民旅游休闲发展纲要（2025-2031年）》，旨在进一步优化我国旅游休闲环境，完善相关公共服务体系，提升产品和服务质量，丰富旅游休闲内涵，促进相关业态融合。2024年3月22日，交通运输部、文化和旅游部联合发布《关于加快推进城乡道路客运与旅游融合发展有关工作的通知》，就提高交通网络衔接效能、完善节点设施服务功能、丰富旅游出行服务供给等工作作出相关部署。

作为我国对外开放的先导型产业，我国旅游业加快推动旅游要素向社会资本全面开放，民间资本已经成为我国旅游业投资主力。我国旅游业新产品、新业态层出不穷。生态旅游、红色旅游、文化旅游、海洋旅游等新业态正在成为引领旅游消费增长的重要领域。

中企顾问网发布的《2025-2031年中国旅游业行业发展态势与投资前景评估报告》共二十一章。首先介绍了旅游的定义、类型、产业特征及在国民经济中的地位等，接着分析了国际国内旅游业的现状，并对中国旅游业发展的重要战略做了细致分析，然后具体介绍了生态旅游、红色旅游、健康旅游、旅游小城镇、主题公园等细分领域的发展潜力。随后，报告对旅游业

市场消费状况、区域市场发展、旅游资源及运作模式、行业竞争及重点企业运营状况等一一进行了详细分析。最后，报告重点分析了中国旅游业的投资潜力，并对其未来发展前景做出了科学的分析和预测。

本研究报告数据主要来自于国家统计局、中国文化和旅游部、中国旅游研究院、中企顾问网、中企顾问网市场调查中心、旅游行业协会以及国内外重点刊物等渠道，数据权威、详实、丰富，同时通过专业的分析预测模型，对行业核心发展指标进行科学地预测。您或贵单位若想对旅游市场有个系统深入的了解、或者想投资旅游相关行业，本报告将是您不可或缺的重要参考工具。

报告目录：

## 第一章 旅游业相关概述

### 1.1 旅游产业相关概念及类型划分

#### 1.1.1 旅游的定义

#### 1.1.2 旅游业的定义

#### 1.1.3 旅游类型的划分

#### 1.1.4 旅游资源

### 1.2 旅游产业的特征

#### 1.2.1 综合性

#### 1.2.2 关联性

#### 1.2.3 敏感性

#### 1.2.4 季节性

### 1.3 旅游产业在国民经济中的地位

#### 1.3.1 旅游业的经济意义

#### 1.3.2 旅游业关联带动功能

#### 1.3.3 旅游业成战略支柱产业

## 第二章 2020-2024年全球旅游业发展分析

### 2.1 2020-2024年全球旅游业发展概述

#### 2.1.1 旅游业发展现状

#### 2.1.2 旅游业对经济的影响

#### 2.1.3 旅游经济增长情况

#### 2.1.4 全球旅游业竞争力

- 2.1.5 旅游业细分市场分析
- 2.1.6 后疫情下旅游业发展
- 2.1.7 全球旅游业投资并购
- 2.2 全球主要区域旅游市场发展分析
  - 2.2.1 全球旅游区域格局
  - 2.2.2 美洲旅游市场
  - 2.2.3 欧洲旅游市场
  - 2.2.4 亚太旅游市场
  - 2.2.5 中东旅游市场
  - 2.2.6 非洲旅游市场
- 2.3 “一带一路”国家旅游业发展分析
  - 2.3.1 “一带一路”建设进展及发展成果
  - 2.3.2 “一带一路”国家旅游市场发展现状
  - 2.3.3 “一带一路”国家旅游市场发展问题
  - 2.3.4 “一带一路”国家旅游市场发展对策
  - 2.3.5 “一带一路”国家旅游市场发展机遇
- 2.4 全球旅游业发展前景展望
  - 2.4.1 全球旅游业发展机遇
  - 2.4.2 全球旅游业变革趋势
  - 2.4.3 全球旅游业发展预测
  - 2.4.4 新兴经济体旅游业展望

### 第三章 2020-2024年中国旅游业发展环境PEST分析

- 3.1 宏观经济环境
  - 3.1.1 宏观经济运行状况
  - 3.1.2 服务业稳定运行
  - 3.1.3 国内固定资产投资
  - 3.1.4 宏观经济发展展望
- 3.2 政策环境分析
  - 3.2.1 旅游业政策汇总
  - 3.2.2 区域旅游相关政策
  - 3.2.3 全域旅游相关政策

- 3.2.4 “互联网+旅游”政策
- 3.2.5 旅行社相关扶持政策
- 3.2.6 疫情间旅游业扶持政策
- 3.2.7 旅游服务质量监管政策
- 3.2.8 促进旅游消费相关政策
- 3.2.9 “十四五”文化旅游规划
- 3.3 社会环境分析
  - 3.3.1 人口规模与构成
  - 3.3.2 居民收入水平
  - 3.3.3 居民消费水平
  - 3.3.4 社会消费规模
  - 3.3.5 民众休闲环境
  - 3.3.6 步入全民旅游时代
- 3.4 技术环境分析
  - 3.4.1 科技对旅游业影响综述
  - 3.4.2 人工智能技术
  - 3.4.3 VR技术
  - 3.4.4 区块链技术
  - 3.4.5 人机交互技术
  - 3.4.6 新能源革命
  - 3.4.7 GIS技术
  - 3.4.8 物联网技术
  - 3.4.9 云计算技术

#### 第四章 2020-2024年中国旅游业现状综合分析

- 4.1 中国旅游业发展综述
  - 4.1.1 旅游业发展历程
  - 4.1.2 旅游业驱动因素
  - 4.1.3 旅游业国际地位分析
  - 4.1.4 旅游业发展成就
  - 4.1.5 旅游业发展经验
  - 4.1.6 旅游业发展效益分析

## 4.2 2020-2024年中国旅游业运行状况

### 4.2.1 行业增加值

### 4.2.2 游客接待量分析

### 4.2.3 产业收入状况

### 4.2.4 行业运行特点

### 4.2.5 服务质量现状

### 4.2.6 特色板块抢眼

### 4.2.7 行业发展热点

## 4.3 2020-2024年入境旅游市场分析

### 4.3.1 入境游客接待量

### 4.3.2 入境客源市场构成

### 4.3.3 入境旅游市场结构

### 4.3.4 入境旅游收入情况

### 4.3.5 入境旅游市场特点

### 4.3.6 入境旅游发展机遇挑战

## 4.4 2020-2024年出境旅游市场分析

### 4.4.1 出境游市场发展现状

### 4.4.2 出境游市场发展特点

### 4.4.3 出境游发展规模分析

### 4.4.4 出境游市场消费情况

### 4.4.5 出境游目的地分析

### 4.4.6 疫情下出境游发展

### 4.4.7 出境游客特点分析

### 4.4.8 优化出境游市场环境

### 4.4.9 出境游市场发展形势

### 4.4.10 出境游市场发展趋势

## 4.5 2020-2024年节假日旅游市场分析

### 4.5.1 元旦假日旅游市场

### 4.5.2 春节黄金周旅游市场

### 4.5.3 清明假日旅游市场

### 4.5.4 端午假日旅游市场

### 4.5.5 五一假日旅游市场

- 4.5.6 中秋假日旅游市场
- 4.5.7 黄金周旅游市场问题及对策
- 4.6 中国旅游业面临的挑战
  - 4.6.1 旅游业面临的主要矛盾
  - 4.6.2 新冠疫情下旅游业发展困境
- 4.7 中国旅游行业发展建议
  - 4.7.1 政府方面发展举措
  - 4.7.2 旅游企业主体性策略
  - 4.7.3 行业协会协同性策略
  - 4.7.4 应对突发性危机建议
  - 4.7.5 新冠疫情下的发展策略

## 第五章 中国旅游业重要发展战略分析

- 5.1 “旅游+”战略
  - 5.1.1 “旅游+互联网”发展
  - 5.1.2 “旅游+新媒体”发展
  - 5.1.3 “旅游+工业”发展
  - 5.1.4 “旅游+电商”发展
  - 5.1.5 其他“旅游+”发展
- 5.2 全域旅游战略
  - 5.2.1 全域旅游概念界定
  - 5.2.2 全域旅游发展理念
  - 5.2.3 全域旅游发展历程
  - 5.2.4 全域旅游发展现状
  - 5.2.5 全域旅游示范名单
  - 5.2.6 全域旅游发展问题
  - 5.2.7 全域旅游发展策略
- 5.3 “一带一路”旅游合作战略
  - 5.3.1 “一带一路”旅游合作背景
  - 5.3.2 “一带一路”旅游合作意义
  - 5.3.3 “一带一路”旅游合作挑战
  - 5.3.4 “一带一路”旅游合作建议

## 第六章 2020-2024年中国生态旅游发展潜力分析

### 6.1 生态旅游的相关概述

#### 6.1.1 生态旅游的定义

#### 6.1.2 生态旅游的内涵和外延

#### 6.1.3 生态旅游的原理

#### 6.1.4 生态旅游的特点

#### 6.1.5 生态旅游的历程

#### 6.1.6 生态旅游与传统旅游的差异

### 6.2 2020-2024年中国生态旅游发展状况

#### 6.2.1 生态旅游发展意义

#### 6.2.2 生态旅游发展现状

#### 6.2.3 生态旅游发展模式

#### 6.2.4 生态旅游典型景区

#### 6.2.5 生态旅游发展导向

#### 6.2.6 生态旅游提质策略

### 6.3 生态旅游区建设驱动机制分析

#### 6.3.1 生态旅游区建设驱动机制概述

#### 6.3.2 生态旅游区建设制约因素分析

#### 6.3.3 生态旅游区建设驱动 - 制约机制

#### 6.3.4 生态旅游区建设驱动机制优化策略

### 6.4 中国生态旅游发展问题分析

#### 6.4.1 资源缺乏重视

#### 6.4.2 开发方式粗放

#### 6.4.3 经营观念滞后

#### 6.4.4 法制建设落后

#### 6.4.5 民众缺乏意识

#### 6.4.6 环境污染严重

### 6.5 中国生态旅游发展对策分析

#### 6.5.1 加强生态旅游立法

#### 6.5.2 构建利益驱动机制

#### 6.5.3 建立特殊运营模式

- 6.5.4 加强生态旅游管理
- 6.5.5 建立从业培训体系
- 6.5.6 加强生态旅游教育
- 6.5.7 建立辅助系统
- 6.6 中国生态旅游投资分析
  - 6.6.1 生态旅游投资的特征
  - 6.6.2 生态旅游投资风险识别
  - 6.6.3 生态旅游投资应对措施
- 6.7 全国生态旅游发展规划（2025-2031年）
  - 6.7.1 面临形势
  - 6.7.2 规划目标
  - 6.7.3 总体布局
  - 6.7.4 重点任务
  - 6.7.5 配套体系
  - 6.7.6 保障措施

## 第七章 2020-2024年红色旅游发展潜力分析

- 7.1 红色旅游相关概述
  - 7.1.1 概念界定
  - 7.1.2 发展历程
  - 7.1.3 市场定位
  - 7.1.4 资源特点
  - 7.1.5 社会价值
- 7.2 2020-2024年中国红色旅游发展现状
  - 7.2.1 红色旅游政策环境
  - 7.2.2 红色旅游市场规模
  - 7.2.3 红色旅游景区数量
  - 7.2.4 红色旅游经典景区
  - 7.2.5 红色旅游消费情况
  - 7.2.6 红色旅游产品特点
  - 7.2.7 红色旅游投资状况
  - 7.2.8 红色旅游发展形态

- 7.3 红色旅游发展问题分析
  - 7.3.1 红色旅游资源开发问题
  - 7.3.2 红色旅游存在主要问题
  - 7.3.3 红色旅游产品存在问题
  - 7.3.4 红色旅游发展面临障碍
  - 7.3.5 红色旅游投融资的问题
- 7.4 发展红色旅游的策略与建议
  - 7.4.1 发展红色旅游的对策建议
  - 7.4.2 新时代红色旅游发展路径
  - 7.4.3 打造红色旅游的产品品牌
  - 7.4.4 助力革命老区乡村振兴
  - 7.4.5 社区旅游模式推动红色旅游
  - 7.4.6 红色旅游需可持续发展策略
- 7.5 “十四五”中国红色旅游发展思路
  - 7.5.1 树立发展总导向
  - 7.5.2 构建顶层设计新模式
  - 7.5.3 拓展红色旅游发展新领域
  - 7.5.4 打造红色教育服务新体
  - 7.5.5 融入数字科技体验新元素

## 第八章 2020-2024年乡村旅游发展潜力分析

- 8.1 乡村旅游相关概述
  - 8.1.1 乡村旅游的定义
  - 8.1.2 乡村旅游的内涵
  - 8.1.3 乡村旅游基本类型
  - 8.1.4 乡村旅游发展形式
- 8.2 2020-2024年乡村旅游产业运行现状
  - 8.2.1 产业发展阶段分析
  - 8.2.2 乡村旅游接待人数
  - 8.2.3 乡村旅游营业收入
  - 8.2.4 乡村旅游行业特点
  - 8.2.5 重点乡村旅游名单

### 8.3 2020-2024年乡村旅游市场受众分析

#### 8.3.1 游客出行方式

#### 8.3.2 消费水平提高

#### 8.3.3 年轻趋势愈显

### 8.4 乡村旅游中出现的问题及对策

#### 8.4.1 乡村旅游开发中的问题

#### 8.4.2 乡村旅游运行中的问题

#### 8.4.3 乡村旅游发展对策

#### 8.4.4 乡村旅游建设路径

### 8.5 中国乡村旅游业投资潜力分析

#### 8.5.1 乡村旅游投资机遇分析

#### 8.5.2 国家鼓励社会资本入场

#### 8.5.3 乡村旅游投资壁垒分析

#### 8.5.4 乡村旅游投资政策建议

## 第九章 2020-2024年健康旅游发展潜力分析

### 9.1 健康旅游相关概述

#### 9.1.1 健康旅游基本含义

#### 9.1.2 健康旅游类型划分

#### 9.1.3 主要健康旅游产品

#### 9.1.4 健康旅游主要项目

### 9.2 2020-2024年中国健康旅游业的发展

#### 9.2.1 健康旅游产品供给

#### 9.2.2 健康旅游市场需求

#### 9.2.3 健康旅游发展现状

#### 9.2.4 健康旅游市场空间

#### 9.2.5 健康旅游发展建议

#### 9.2.6 健康旅游发展趋势

### 9.3 2020-2024年医疗旅游行业发展分析

#### 9.3.1 医疗旅游相关概述

#### 9.3.2 中国医疗旅游发展现状

#### 9.3.3 中国医疗旅游市场规模

- 9.3.4 中国医疗旅游融合动因
- 9.3.5 中国医疗旅游发展路径
- 9.3.6 中国医疗旅游发展机遇
- 9.3.7 中国医疗旅游发展策略
- 9.4 2020-2024年中国中医药健康旅游发展分析
  - 9.4.1 中医药健康旅游基本概念
  - 9.4.2 中医药健康旅游现实意义
  - 9.4.3 中医药健康旅游发展现状
  - 9.4.4 中医药健康旅游市场规模
  - 9.4.5 中医药健康旅游典型案例
  - 9.4.6 中医药健康旅游发展机遇
  - 9.4.7 中医药健康旅游发展对策
- 9.5 健康旅游典型开发方向分析
  - 9.5.1 文化健康旅游
  - 9.5.2 医疗健康旅游
  - 9.5.3 游乐健康养生
  - 9.5.4 美食健康旅游
  - 9.5.5 生理美容养生
  - 9.5.6 运动健康旅游
  - 9.5.7 生态健康旅游
- 9.6 健康旅游典型开发模式分析
  - 9.6.1 健康管理模式
  - 9.6.2 医疗旅游模式
  - 9.6.3 健身俱乐部模式
  - 9.6.4 养生休闲目的地模式
  - 9.6.5 养生休闲旅游区模式

## 第十章 2020-2024年旅游小镇发展分析

- 10.1 旅游小镇相关概述
  - 10.1.1 旅游小镇主要类型
  - 10.1.2 旅游小镇培育条件
  - 10.1.3 旅游小镇发展特征

- 10.1.4 旅游小镇发展趋势
- 10.2 特色旅游小镇创新发展分析
  - 10.2.1 特色小镇政策背景
  - 10.2.2 旅游+异域风情
  - 10.2.3 旅游+健康发展
  - 10.2.4 旅游+工业历史
  - 10.2.5 旅游+智能制造
  - 10.2.6 旅游+地方文化
  - 10.2.7 旅游+金融产业
- 10.3 中国体育旅游特色小镇发展分析
  - 10.3.1 体育旅游特色小镇的特征
  - 10.3.2 体育旅游特色小镇产业链
  - 10.3.3 体育旅游特色小镇主要类型
  - 10.3.4 体育旅游特色小镇盈利模式
  - 10.3.5 体育旅游特色小镇典型案例
  - 10.3.6 体育旅游特色小镇发展问题
  - 10.3.7 体育旅游特色小镇发展建议
- 10.4 2020-2024年部分区域旅游小城镇发展状况
  - 10.4.1 陕西省
  - 10.4.2 江西省
  - 10.4.3 湖南省
  - 10.4.4 江门市
  - 10.4.5 清远市
  - 10.4.6 永泰县
- 10.5 国内经典旅游小镇发展案例分析
  - 10.5.1 广西恭城县莲花镇基本情况
  - 10.5.2 旅游小镇发展外部拉力分析
  - 10.5.3 旅游小镇发展内部推力分析
  - 10.5.4 旅游小镇提质增效路径分析
  - 10.5.5 旅游小镇发展总结以及前景
- 10.6 中国旅游小城镇发展建议与前景
  - 10.6.1 旅游小城镇发展建议

- 10.6.2 旅游小城镇规划建设
- 10.6.3 特色旅游小镇发展建议
- 10.6.4 旅游小城镇发展机遇

## 第十一章 2020-2024年主题公园发展分析

- 11.1 2020-2024年世界主题公园发展综述
  - 11.1.1 市场运营状况
  - 11.1.2 企业模式分析
  - 11.1.3 运行发展动态
  - 11.1.4 运营趋势剖析
  - 11.1.5 成功经验分析
- 11.2 中国主题公园的发展综述
  - 11.2.1 发展历程分析
  - 11.2.2 类型划分情况
  - 11.2.3 建设运营特点
  - 11.2.4 发展特征分析
  - 11.2.5 基本态势判断
- 11.3 2020-2024年中国主题公园市场运行分析
  - 11.3.1 项目开发现状
  - 11.3.2 行业市场规模
  - 11.3.3 区域布局状况
  - 11.3.4 竞争能力分析
  - 11.3.5 开发模式分析
  - 11.3.6 市场热点事件
- 11.4 中国主题公园盈利能力分析
  - 11.4.1 盈利模式分析
  - 11.4.2 盈利能力现状
  - 11.4.3 盈利不佳原因
  - 11.4.4 国外盈利启示
  - 11.4.5 盈利提升路径
- 11.5 中国主题公园产业SWOT分析
  - 11.5.1 发展优势分析

- 11.5.2 发展劣势分析
- 11.5.3 发展机遇分析
- 11.5.4 发展挑战分析
- 11.6 中国主题公园创新发展的路径
  - 11.6.1 产品创新
  - 11.6.2 项目创新
  - 11.6.3 活动创新
  - 11.6.4 表演服务创新
  - 11.6.5 营销管理创新

## 第十二章 2020-2024年其他热点旅游市场分析

- 12.1 智慧旅游
  - 12.1.1 智慧旅游相关概念
  - 12.1.2 智慧旅游政策环境
  - 12.1.3 智慧旅游运行逻辑
  - 12.1.4 智慧旅游投资状况
  - 12.1.5 智慧旅游发展规划
  - 12.1.6 智慧旅游发展趋势
- 12.2 体育旅游
  - 12.2.1 体育旅游基本概念
  - 12.2.2 体育旅游现状综述
  - 12.2.3 体育旅游市场规模
  - 12.2.4 体育旅游申报项目
  - 12.2.5 体育旅游竞争分析
  - 12.2.6 体育旅游经济意义
- 12.3 工业旅游
  - 12.3.1 工业旅游发展现状
  - 12.3.2 工业旅游特点分析
  - 12.3.3 工业旅游开发模式
  - 12.3.4 工业旅游经济意义
  - 12.3.5 工业旅游发展问题
  - 12.3.6 工业旅游发展建议

## 12.4 自驾车旅游

### 12.4.1 自驾车旅游相关概述

### 12.4.2 自驾车旅游特征分析

### 12.4.3 自驾车旅游市场运行

### 12.4.4 自驾车旅游消费特点

### 12.4.5 自驾车旅游发展建议

### 12.4.6 自驾车旅游发展趋势

## 12.5 滨海旅游

### 12.5.1 滨海旅游基本概念

### 12.5.2 滨海旅游市场运行

### 12.5.3 滨海旅游开发模式

### 12.5.4 滨海旅游发展问题

### 12.5.5 滨海旅游发展对策

## 12.6 影视旅游

### 12.6.1 影视旅游的内涵

### 12.6.2 影视旅游的特征

### 12.6.3 影视旅游价值分析

### 12.6.4 影视旅游需求分析

### 12.6.5 影视旅游营销模式

### 12.6.6 影视旅游热门基地

### 12.6.7 影视旅游发展问题

### 12.6.8 影视旅游发展对策

## 12.7 温泉旅游

### 12.7.1 温泉旅游相关概述

### 12.7.2 温泉旅游消费情况

### 12.7.3 温泉旅游发展模式

### 12.7.4 温泉旅游发展问题

### 12.7.5 温泉旅游发展思考

### 12.7.6 温泉旅游发展机遇

### 12.7.7 温泉度假区开发方向

## 12.8 定制旅游

### 12.8.1 定制旅游内涵介绍

- 12.8.2 定制旅游类型模式
- 12.8.3 定制旅游发展历程
- 12.8.4 定制旅游市场运行
- 12.8.5 定制旅游发展问题
- 12.8.6 定制旅游发展路径
- 12.8.7 定制旅游发展展望
- 12.9 研学旅游
  - 12.9.1 研学旅游相关概述
  - 12.9.2 研学旅游政策环境
  - 12.9.3 研学旅游市场运行
  - 12.9.4 研学旅游发展特征
  - 12.9.5 中日研学旅游对比
  - 12.9.6 研学旅游发展问题
  - 12.9.7 研学旅游发展建议
- 12.10 旅游演艺
  - 12.10.1 旅游演艺相关概述
  - 12.10.2 旅游演艺市场运行
  - 12.10.3 旅游演艺区域发展
  - 12.10.4 旅游演艺龙头情况
  - 12.10.5 旅游演艺竞争格局
  - 12.10.6 旅游演艺发展问题
  - 12.10.7 旅游演艺发展建议
  - 12.10.8 旅游演艺发展展望
- 12.11 冰雪旅游
  - 12.11.1 冰雪旅游政策环境
  - 12.11.2 冰雪旅游发展现状
  - 12.11.3 冰雪旅游投资规模
  - 12.11.4 冰雪旅游发展建议
  - 12.11.5 冰雪旅游发展计划
- 12.12 邮轮旅游
  - 12.12.1 邮轮旅游市场运行
  - 12.12.2 邮轮旅游接待规模

- 12.12.3 邮轮旅游疫情影响
- 12.12.4 邮轮旅游营销策略
- 12.12.5 邮轮旅游发展建议
- 12.12.6 邮轮旅游发展展望

## 第十三章 2020-2024年旅游市场消费分析

- 13.1 旅游消费市场发展分析
  - 13.1.1 旅游消费总体状况
  - 13.1.2 国民旅游结构分析
  - 13.1.3 不同人群旅游消费
  - 13.1.4 旅行消费行为分析
  - 13.1.5 未来旅游消费趋势
- 13.2 国内各类人群旅游市场发展分析
  - 13.2.1 女性旅游市场
  - 13.2.2 老年人旅游市场
  - 13.2.3 大学生旅游市场
  - 13.2.4 商务旅游市场
- 13.3 旅游消费主体分析
  - 13.3.1 观光型旅游者
  - 13.3.2 娱乐消遣型旅游者
  - 13.3.3 度假保健型旅游者
  - 13.3.4 文化教育型旅游者
  - 13.3.5 宗教型旅游者
  - 13.3.6 寻根、探亲、访友型旅游者
  - 13.3.7 购物型旅游者
  - 13.3.8 商务/公务型旅游者
  - 13.3.9 生态/探险型旅游者
- 13.4 体验经济时代的旅游消费者行为特点
  - 13.4.1 旅游消费需求向高端转移
  - 13.4.2 情感需求的比重增加
  - 13.4.3 个性化产品服务受欢迎
  - 13.4.4 从产品本身转移到消费体验

- 13.4.5 对文化旅游产品的需求上升
- 13.4.6 绿色旅游需求的呼声越来越高
- 13.5 旅游需求的定量分析方法
  - 13.5.1 高峰期需求测定
  - 13.5.2 空间面积来度量拥挤程度
  - 13.5.3 限度评估法
  - 13.5.4 摄像与问卷结合法
- 13.6 中国旅游消费旅游消费新趋势与发展战略
  - 13.6.1 市场趋势研判
  - 13.6.2 市场发展战略
  - 13.6.3 消费热点培育

## 第十四章 2020-2024年中国主要城市旅游业发展分析

- 14.1 北京市
  - 14.1.1 行业政策环境
  - 14.1.2 行业收入状况
  - 14.1.3 游客数量规模
  - 14.1.4 游客来源构成
  - 14.1.5 行业运行现状
- 14.2 上海市
  - 14.2.1 行业政策环境
  - 14.2.2 行业发展成果
  - 14.2.3 行业运行现状
  - 14.2.4 行业发展形势
  - 14.2.5 行业建设规划
- 14.3 深圳市
  - 14.3.1 行业政策环境
  - 14.3.2 主要发展任务
  - 14.3.3 行业运行状况
  - 14.3.4 区域发展规划
- 14.4 广州市
  - 14.4.1 行业政策环境

14.4.2 发展行动计划

14.4.3 总体运行状况

14.5 其他城市

14.5.1 天津市

14.5.2 宁波市

14.5.3 杭州市

## 第十五章 中国旅游资源及运作模式

15.1 中国主要地区的旅游资源

15.1.1 西南市场

15.1.2 华东市场

15.1.3 东北市场

15.1.4 华南市场

15.1.5 华北市场

15.1.6 西北市场

15.2 国内景区旅游资源发展分析

15.2.1 景区旅游资源分布情况

15.2.2 典型历史文化类景区介绍

15.2.3 典型海滨旅游类景区介绍

15.2.4 典型自然风景类景区介绍

15.2.5 智慧旅游景区发展方向

15.3 旅游业的商业模式分析

15.3.1 旅游供给模式

15.3.2 旅游商业形态

15.3.3 旅游产业组织

15.4 网络旅游市场的商业模式

15.4.1 在线旅游市场主流商业模式

15.4.2 旅游商品O2O模式分析

15.4.3 在线旅游商业模式创新

15.5 解析主题公园市场化的商业运作模式

15.5.1 国内外主题公园SWOT分析

15.5.2 中国主题公园盈利模式分析

15.5.3 主题公园市场化运作商业设计

15.6 商务旅游及其商业模式探究

15.6.1 商务旅游基本概述

15.6.2 商务旅游市场需求

15.6.3 商务旅游供给类型

15.6.4 市场商业模式分析

15.6.5 商务旅游发展建议

## 第十六章 2020-2024年中国旅游业竞争分析

16.1 中国旅游业的国际竞争力分析

16.1.1 中国旅游业国际竞争力概述

16.1.2 中国旅游业的国际竞争优势

16.1.3 中国旅游业的国际竞争劣势

16.2 2020-2024年中国旅游业市场竞争格局

16.2.1 中国旅游业竞争力排名状况

16.2.2 中国旅游业竞争力有待提高

16.2.3 中国旅游市场价格竞争过度

16.2.4 旅游市场进入个性化竞争时代

16.2.5 旅行社步入品牌竞争时代

16.3 旅游业的人才竞争探讨

16.3.1 旅游业人才竞争层次

16.3.2 旅游业人才竞争特点

16.3.3 旅游业人才竞争策略

16.4 中国旅游业的竞争战略

16.4.1 旅行社增强竞争力策略分析

16.4.2 价格在内地旅游最具竞争力

16.4.3 增强旅游业和企业的竞争力

16.4.4 旅游文化是参与国际竞争的关键

## 第十七章 2020-2024年中国旅游相关行业发展分析

17.1 2020-2024年景区发展分析

17.1.1 景区发展状况

- 17.1.2 景区数量规模
- 17.1.3 景区品牌指数
- 17.1.4 景区价值模型
- 17.1.5 景区发展形势
- 17.2 2020-2024年酒店业发展分析
  - 17.2.1 酒店业与旅游业的关系
  - 17.2.2 酒店行业发展现状
  - 17.2.3 星级酒店规模结构
  - 17.2.4 星级酒店经营状况
  - 17.2.5 经济酒店模式分析
  - 17.2.6 未来酒店发展趋势
- 17.3 2020-2024年餐饮业发展分析
  - 17.3.1 行业发展特点
  - 17.3.2 行业收入规模
  - 17.3.3 行业发展热点
  - 17.3.4 企业发展状况
  - 17.3.5 行业发展机遇
  - 17.3.6 产业发展任务
  - 17.3.7 行业发展方向
- 17.4 2020-2024年会展产业发展分析
  - 17.4.1 会展业与酒店业互动发展
  - 17.4.2 会展行业发展特点
  - 17.4.3 全国总体办展情况
  - 17.4.4 会展行业区域分析
  - 17.4.5 国内展馆建设现状
  - 17.4.6 会展行业问题挑战
  - 17.4.7 会展行业发展建议
  - 17.4.8 会展产业发展趋势
- 17.5 2020-2024年旅游交通业的发展
  - 17.5.1 交通与旅游的关系
  - 17.5.2 铁路旅游交通分析
  - 17.5.3 公路旅游交通分析

17.5.4 水路旅游交通分析

17.5.5 航空旅游交通分析

## 第十八章 2020-2024年中国旅游业重点企业经营状况分析

### 18.1 宋城演艺发展股份有限公司

18.1.1 企业发展概况

18.1.2 经营效益分析

18.1.3 业务经营分析

18.1.4 财务状况分析

18.1.5 核心竞争力分析

18.1.6 公司发展战略

18.1.7 未来前景展望

### 18.2 安徽九华山旅游发展股份有限公司

18.2.1 企业发展概况

18.2.2 经营效益分析

18.2.3 业务经营分析

18.2.4 财务状况分析

18.2.5 核心竞争力分析

18.2.6 公司发展战略

18.2.7 未来前景展望

### 18.3 西安旅游股份有限公司

18.3.1 企业发展概况

18.3.2 经营效益分析

18.3.3 业务经营分析

18.3.4 财务状况分析

18.3.5 核心竞争力分析

18.3.6 未来前景展望

### 18.4 丽江玉龙旅游股份有限公司

18.4.1 企业发展概况

18.4.2 经营效益分析

18.4.3 业务经营分析

18.4.4 财务状况分析

- 18.4.5 核心竞争力分析
- 18.4.6 未来前景展望
- 18.5 黄山旅游发展股份有限公司
  - 18.5.1 企业发展概况
  - 18.5.2 经营效益分析
  - 18.5.3 业务经营分析
  - 18.5.4 财务状况分析
  - 18.5.5 核心竞争力分析
  - 18.5.6 公司发展战略
  - 18.5.7 未来前景展望
- 18.6 张家界旅游集团股份有限公司
  - 18.6.1 企业发展概况
  - 18.6.2 经营效益分析
  - 18.6.3 业务经营分析
  - 18.6.4 财务状况分析
  - 18.6.5 核心竞争力分析
  - 18.6.6 公司发展战略
  - 18.6.7 未来前景展望
- 18.7 桂林旅游股份有限公司
  - 18.7.1 企业发展概况
  - 18.7.2 经营效益分析
  - 18.7.3 业务经营分析
  - 18.7.4 财务状况分析
  - 18.7.5 核心竞争力分析
  - 18.7.6 公司发展战略
  - 18.7.7 未来前景展望

## 第十九章 中国旅游业投资潜力分析

- 19.1 中国旅游业投资现状综合分析
  - 19.1.1 旅游行业投资现状
  - 19.1.2 旅游行业投资主体
  - 19.1.3 旅游行业投资规模

- 19.1.4 旅游行业投资项目
- 19.1.5 旅游行业融资阶段
- 19.1.6 旅游投资事件分布
- 19.1.7 旅游行业投资金额
- 19.1.8 典型旅游投资事件
- 19.2 中国旅游业PPP项目投资状况分析
  - 19.2.1 旅游PPP发展状况
  - 19.2.2 旅游PPP项目特性分析
  - 19.2.3 旅游PPP面临的问题
  - 19.2.4 旅游PPP运作经验
  - 19.2.5 旅游PPP发展建议
- 19.3 中国旅游业投资机遇
  - 19.3.1 国际化机遇
  - 19.3.2 市场需求机遇
  - 19.3.3 金融支持机遇
  - 19.3.4 短视频红利
  - 19.3.5 转型升级机遇
- 19.4 中国旅游业投资壁垒分析
  - 19.4.1 技术壁垒
  - 19.4.2 品牌与网络壁垒
  - 19.4.3 行为性壁垒
  - 19.4.4 退出壁垒
- 19.5 中国旅游业投资误区及建议
  - 19.5.1 旅游业投资存在的误区
  - 19.5.2 旅游业投资存在的问题
  - 19.5.3 旅游业投资的建议
  - 19.5.4 旅游业投资的思考
- 19.6 中国旅游业投资风险及防范措施
  - 19.6.1 宏观经济环境风险
  - 19.6.2 项目投资开发风险
  - 19.6.3 自然等外部因素风险
  - 19.6.4 投资风险的防范措施

- 19.7 基于可持续发展的旅游投资决策
  - 19.7.1 旅游投资的战略决策
  - 19.7.2 旅游投资的项目决策
  - 19.7.3 基于可持续发展的旅游投资效益
- 19.8 中国旅游业投资趋势分析
  - 19.8.1 旅游区域投资机会
  - 19.8.2 旅游投资前景广阔
  - 19.8.3 旅游投资重点领域

## 第二十章 对旅游业相关上市公司投资统计分析

- 20.1 A股及新三板上市公司在旅游产业投资动态分析
  - 20.1.1 投资项目综述
  - 20.1.2 投资区域分布
  - 20.1.3 投资模式分析
  - 20.1.4 典型投资案例
- 20.2 旅游产业上市公司投资动态分析
  - 20.2.1 投资规模统计
  - 20.2.2 投资区域分布
  - 20.2.3 投资模式分析
  - 20.2.4 典型投资案例

## 第二十一章 对旅游业的发展前景与趋势预测分析

- 21.1 中国旅游业发展前景展望
  - 21.1.1 旅游业政策机遇
  - 21.1.2 旅游业发展趋势
  - 21.1.3 旅游业绿色发展
  - 21.1.4 旅游业高质量发展方向
  - 21.1.5 疫情下旅游业发展机遇
  - 21.1.6 后疫情时代旅游业发展展望
- 21.2 “十四五”时期中国旅游业发展前景
  - 21.2.1 “十四五”时期旅游业的发展环境
  - 21.2.2 “十四五”时期旅游业的核心命题

21.2.3 “十四五”旅游业高质量发展内容

21.2.4 “十四五”时期旅游业的发展趋势

21.3 对2025-2031年中国旅游行业预测分析

21.3.1 2025-2031年中国旅游行业影响因素分析

21.3.2 2025-2031年中国旅游总收入预测

21.3.3 2025-2031年中国国内旅游收入预测

21.3.4 2025-2031年中国国内旅游人数预测

附录

附录一：《中华人民共和国旅游法》

附录二：《旅游行政许可办法》

附录三：国家旅游培训基地管理办法（试行）

附录五：关于加强旅游服务质量监管提升旅游服务质量的指导意见

附录六：关于促进乡村旅游可持续发展的指导意见

图表目录

图表1 2020-2024年全球旅游总收入及其增速变化情况

图表2 2020-2024年全球旅游总收入及其增速变化情况

图表3 2024年全球旅游总人次和总收入复苏水平（与2024年相比）

图表4 2020-2024年全球旅游总收入相当于GDP比例

图表5 2020-2024年全球旅游总收入增速与GDP增速比较

图表6 2020-2024年全球航空运输业收入及与全球旅游总收入的比较

图表7 国际旅游人次2024年降幅及2024年复苏情况（与2024年相比）

图表8 2020-2024年国际旅游收入增速与全球贸易增速比较

图表9 国内旅游人次2024年降幅及2024年复苏情况

图表10 国内旅游收入2024年降幅及2024年复苏情况（与2024年相比）

图表11 2020-2024年亚太地区和欧洲地区旅游总收入差值

图表12 2024年部分旅游企业融资措施

图表13 2024年全球五大区域旅游总人次下降水平

图表14 2024年全球五大区域旅游总收入下降水平

图表15 2024年全球五大区域旅游总人次及复苏情况（与2024年相比）

图表16 2020-2024年美洲旅游总收入及GDP增速

图表17 2020-2024年欧洲旅游总收入及GDP增速

- 图表18 2020-2024年亚太旅游总收入及GDP增速
- 图表19 2020-2024年中东旅游总收入及GDP增速
- 图表20 2020-2024年非洲旅游总收入及GDP增速
- 图表21 2020-2024年新兴经济体旅游总人次
- 图表22 2020-2024年新兴经济体旅游总收入
- 图表23 2020-2024年新兴经济体旅游总收入增速与GDP增速比较
- 图表24 2020-2024年新兴经济体国际旅游收入增速与贸易进出口增速
- 图表25 2020-2024年国内生产总值及其增长速度
- 图表26 2020-2024年三次产业增加值占国内生产总值比重
- 图表27 2020-2024年国内生产总值及其增速
- 图表28 2020-2024年三次产业增加值占国内生产总值比重
- 图表29 2024年GDP初步核算数据
- 图表30 2020-2024年GDP同比增长速度

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202503/481204.html>