|  |
| --- |
| [中国旅游行业发展调研与市场前景预测报告（2023-2029年）](https://www.20087.com/M_LvYouCanYin/59/LvYouShiChangXianZhuangYuQianJing.html) |



#### [中国市场调研网](https://www.20087.com/)

[www.20087.com](https://www.20087.com/)

一、基本信息

|  |  |
| --- | --- |
| 名称： | [中国旅游行业发展调研与市场前景预测报告（2023-2029年）](https://www.20087.com/M_LvYouCanYin/59/LvYouShiChangXianZhuangYuQianJing.html) |
| 报告编号： | 1698559　　←电话咨询时，请说明该编号。 |
| 市场价： | 电子版：11200 元　　纸介＋电子版：11500 元 |
| 优惠价： | 电子版：10000 元　　纸介＋电子版：10300 元　　可提供增值税专用发票 |
| 咨询电话： | 400 612 8668、010-66181099、010-66182099、010-66183099 |
| Email： | Kf@20087.com |
| 在线阅读： | [<https://www.20087.com/M_LvYouCanYin/59/LvYouShiChangXianZhuangYuQianJing.html>](https://www.20087.com/2/95/ZhiNengXiWanJiShiChangQianJingYuCe.html) |
| 温馨提示： | 订购英文、日文等版本报告，请拨打订购咨询电话或发邮件咨询。 |

二、内容简介

　　旅游行业在全球范围内一直是一个充满活力的市场，它涉及休闲、商务、探险、教育等多种旅行目的。近年来，随着全球经济的复苏和中产阶级的壮大，尤其是亚洲市场的快速增长，旅游业呈现出强劲的发展势头。科技进步，如在线预订平台和移动支付，极大地便利了旅行安排，使得个性化和即时预订成为常态。同时，可持续旅游和负责任旅行的概念逐渐深入人心，游客更加倾向于选择对环境和社会影响较小的目的地和活动。  
　　未来，旅游行业的发展将更加注重体验化、个性化和数字化。体验化旅游将提供更多沉浸式、文化深度游和冒险体验，以满足旅行者对独特记忆的追求。个性化服务将利用大数据和人工智能技术，为每位旅客提供定制化旅行建议和体验，从行程规划到目的地活动，提供独一无二的服务。数字化方面，虚拟现实（VR）和增强现实（AR）技术将被用于旅游营销和目的地体验，使潜在游客在实际出行前就能预览旅行体验，增强决策信心。  
　　《[中国旅游行业发展调研与市场前景预测报告（2023-2029年）](https://www.20087.com/M_LvYouCanYin/59/LvYouShiChangXianZhuangYuQianJing.html)》基于权威机构及旅游相关协会等渠道的资料数据，全方位分析了旅游行业的现状、市场需求及市场规模。旅游报告详细探讨了产业链结构、价格趋势，并对旅游各细分市场进行了研究。同时，预测了旅游市场前景与发展趋势，剖析了品牌竞争状态、市场集中度，以及旅游重点企业的表现。此外，旅游报告还揭示了行业发展的潜在风险与机遇，为旅游行业企业及相关投资者提供了科学、规范、客观的战略建议，是制定正确竞争和投资决策的重要依据。  
  
第一章 旅游业市场发展分析  
　　1.1 全球旅游市场发展分析  
　　　　1.1.1 全球国际旅游人数分析  
　　　　1.1.2 全球国际旅游收入分析  
　　　　1.1.3 全球国际旅游支出排行  
　　　　1.1.4 全球领先旅游业企业发展分析  
　　　　（1）美国胜腾旅游集团  
　　　　1）企业发展简况  
　　　　2）企业主要业务分析  
　　　　3）企业市场地位分析  
　　　　4）企业经营情况分析  
　　　　（2）万豪国际集团  
　　　　1）企业发展简况  
　　　　2）企业主要业务分析  
　　　　3）企业市场地位分析  
　　　　4）企业经营情况分析  
　　　　5）企业最新发展动向  
　　　　（3）喜达屋集团  
　　　　1）企业发展简况  
　　　　2）企业主要业务分析  
　　　　3）企业市场地位分析  
　　　　4）企业经营情况分析  
　　　　5）企业最新发展动向  
　　　　（4）瑞士旅业集团（Kuoni）  
　　　　1）企业发展简况  
　　　　2）企业主要业务分析  
　　　　3）企业市场地位分析  
　　　　4）企业经营情况分析  
　　1.2 中国国内旅游市场发展分析  
　　　　1.2.1 旅游业界定  
　　　　1.2.2 中国国内旅游概况  
　　　　（1）国内旅游人数  
　　　　（2）国内旅游收入  
　　　　（3）国内旅游人均花费  
　　　　1.2.3 国内旅游的发展特征  
　　　　（1）节假日旅游进一步集中  
　　　　（2）一日游占主导地位  
　　　　（3）观光游仍是主体  
　　　　（4）区域旅游热点更加凸显  
　　　　1.2.4 中国国内旅游市场发展预测  
　　1.3 旅游业发展环境分析  
　　　　1.3.1 旅游业政策环境分析  
　　　　（1）国家支持旅游业发展  
　　　　（2）国家支持西部地区旅游业发展  
　　　　（3）国家扩大内需政策推动旅游市场规模扩大  
　　　　1.3.2 旅游业经济环境分析  
　　　　（1）国际经济环境分析  
　　　　1）国际经济现状  
　　　　2）2016年预测  
　　　　3）国际经济对国内旅游业的影响  
　　　　（2）国内经济环境分析  
　　　　1）宏观经济运行情况  
　　　　2）宏观经济走势预测  
　　　　3）国内经济对旅游业的影响  
　　　　1.3.3 旅游业社会环境分析  
　　　　（1）法定节假日和带薪假期实施  
　　　　（2）人口年龄结构  
　　　　（3）社会结构  
　　1.4 中国入境旅游市场发展分析  
　　　　1.4.1 中国入境旅游概况  
　　　　（1）入境旅游接待人数  
　　　　（2）入境旅游外汇收入  
　　　　1.4.2 入境旅游主要特点  
　　　　（1）入境游客以港澳台同胞为主  
　　　　（2）入境外国游客以亚欧人为主  
　　　　（3）入境外国游客以男性为主  
　　　　（4）旅游目的以观光休闲和商务会议为主  
　　　　（5）入境游客年龄主要在25-65岁之间  
　　　　1.4.3 入境旅游市场发展预测  
　　1.5 中国出境旅游市场发展分析  
　　　　1.5.1 中国出境旅游概况  
　　　　1.5.2 出境游目的地概况  
　　　　（1）已开放的出境旅游目的地  
　　　　（2）出境旅游中的热门目的地  
　　　　1.5.3 网民出境旅游意向调查  
　　　　1.5.4 出境旅游市场发展预测  
　　1.6 中国黄金周旅游市场发展分析  
　　　　1.6.1 十一黄金周旅游市场发展分析  
　　　　（1）十一黄金周旅游人数  
　　　　（2）十一黄金周旅游收入  
　　　　1.6.2 春节黄金周旅游市场发展分析  
　　　　（1）春节黄金周旅游人数  
　　　　（2）春节黄金周旅游收入  
　　1.7 中国旅游业“走出去”机遇分析  
　　　　1.7.1 旅游子行业海外市场扩张现状  
　　　　（1）旅游景区海外市场扩张现状  
　　　　（2）酒店业海外市场扩张现状  
　　　　（3）餐饮业海外市场扩张现状  
　　　　（4）旅行社海外市场扩张现状  
　　　　1.7.2 旅游业海外扩张存在问题  
　　　　1.7.3 未来海外市场前景展望  
　　　　1.7.4 行业海外扩张对策建议  
　　1.8 高铁建设对旅游业影响分析  
　　　　1.8.1 全球掀起高铁建设热潮  
　　　　1.8.2 中国高铁建设情况  
　　　　（1）高铁建设规划  
　　　　（2）高铁建设进展  
　　　　1.8.3 云贵高铁开通对旅游业的影响  
　　　　1.8.4 高铁对中国旅游业影响的路径分析  
　　　　（1）高铁的比较优势分析  
　　　　（2）高铁对旅游业影响的国外案例分析  
　　　　（3）高铁对中国旅游业的直接影响  
　　　　（4）高铁对中国旅游业的间接影响  
  
第二章 互联网+旅游解决方案深度研究与案例分析  
　　2.1 互联网+旅游景区硬件产品分析  
　　　　2.1.1 闸机系列  
　　　　2.1.2 云终端系列+手持机系列  
　　　　2.1.3 自助服务终端  
　　　　2.1.4 其他设备  
　　2.2 互联网+旅游景区软件产品分析  
　　　　2.2.1 智慧景区  
　　　　2.2.2 营销  
　　　　2.2.3 安防  
　　　　2.2.4 决策  
　　　　2.2.5 其它  
　　2.3 互联网+旅游目的地O2O平台架构  
　　　　2.3.1 线上直销  
　　　　（1）官方电商平台  
　　　　（2）淘宝去啊  
　　　　（3）去哪儿  
　　　　2.3.2 线上分销  
　　　　（1）OTA  
　　　　（2）MTA  
　　　　（3）团购网  
　　　　2.3.3 线下分销  
　　　　（1）自助售票点  
　　　　（2）旅行社  
　　　　（3）出租车  
　　　　（4）酒店/客栈  
　　　　2.3.4 移动端营销  
　　　　（1）百度直达号  
　　　　（2）微信服务号  
　　　　（3）淘宝码上游  
　　　　（4）官方微电商  
　　　　2.3.5 产品中心  
　　　　（1）标准单品  
　　　　（2）组合产品  
　　　　（3）其它定制型产品景点  
　　　　2.3.6 决策中心  
　　　　（1）在线客服  
　　　　（2）旅游顾问  
　　　　（3）呼叫中心  
　　　　（4）代销点  
　　　　（5）自主服务点  
　　　　（6）导服团队  
　　　　2.3.7 管理中心  
　　　　（1）管理云应用  
　　　　（2）智慧管理系统  
　　　　2.3.8 服务中心  
　　　　（1）移动端应用  
　　　　（2）WEB端应用  
　　　　（3）指挥大屏应用  
　　　　（4）区域大数据应用  
　　2.4 互联网+旅游公众服务支撑平台建设  
　　　　2.4.1 产品服务  
　　　　2.4.2 成功案例  
　　　　2.4.3 分销平台  
　　　　2.4.4 招商合作  
　　2.5 政府层面的旅游平台建设  
　　　　2.5.1 国家智慧旅游公共服务平台架构及定位  
　　　　（1）旅游产业运行监管平台  
　　　　（2）国家旅游大数据集成平台  
　　　　（3）多语种的旅游形象推广平台  
　　　　（4）旅游公共信息发布与资讯平台  
　　　　（5）全国景区门票预约与客流预警平台  
　　　　2.5.2 各省市（自治区）智慧旅游平台建设  
　　　　（1）四川智慧旅游平台建设  
　　　　（2）江苏智慧旅游平台建设  
　　　　（3）福建智慧旅游平台建设  
　　　　（4）云南智慧旅游平台建设  
　　　　（5）陕西智慧旅游平台建设  
　　　　（6）安徽智慧旅游平台建设  
　　　　（7）其它省市慧旅游平台建设  
　　2.6 企业层面的旅游平台案例分析  
　　　　2.6.1 芝麻游智慧旅游分销平台  
　　　　（1）平台的定位与优势  
　　　　（2）平台的功能与架构  
　　　　（3）平台的产品及服务  
　　　　（4）平台客户及合作伙伴  
　　　　2.6.2 上海联通“智慧沃游”平台  
　　　　（1）平台的定位与优势  
　　　　（2）平台的功能与架构  
　　　　（3）平台的产品及服务  
　　　　（4）平台客户及合作伙伴  
　　　　2.6.3 互联网+”江苏智慧旅游大平台  
　　　　（1）平台的定位与优势  
　　　　（2）平台的功能与架构  
　　　　（3）平台的产品及服务  
　　　　（4）平台客户及合作伙伴  
　　　　2.6.4 中智云游智慧旅游平台  
　　　　（1）平台定位及功能  
　　　　（2）产品及解决方案  
　　　　（3）客户及合作伙伴  
　　　　2.6.5 票付通智慧旅游平台  
　　　　（1）平台定位及功能  
　　　　（2）平台的产品及服务  
　　　　（3）平台客户及合作伙伴  
　　　　（4）平台的应用场景分析  
  
第三章 互联网+旅游成功案例深度解析  
　　3.1 蜀冈瘦西湖风景名胜区  
　　　　3.1.1 互联网+智慧景区建设背景  
　　　　3.1.2 互联网+智慧景区创新举措  
　　　　（1）管理方式创新  
　　　　（2）服务内容创新  
　　　　（3）营销模式创新  
　　　　（4）产品设计创新  
　　　　（5）市场推广创新  
　　　　3.1.3 互联网+智慧景区建设效果  
　　　　3.1.4 互联网+智慧景区经验借鉴  
　　3.2 中国黄山风景名胜区  
　　　　3.2.1 互联网+智慧景区建设背景  
　　　　3.2.2 互联网+智慧景区创新举措  
　　　　（1）管理方式创新  
　　　　（2）服务内容创新  
　　　　（3）营销模式创新  
　　　　（4）产品设计创新  
　　　　（5）市场推广创新  
　　　　3.2.3 互联网+智慧景区建设效果  
　　　　3.2.4 互联网+智慧景区经验借鉴  
　　3.3 杭州西湖风景名胜区  
　　　　3.3.1 互联网+智慧景区建设背景  
　　　　3.3.2 互联网+智慧景区创新举措  
　　　　（1）管理方式创新  
　　　　（2）服务内容创新  
　　　　（3）营销模式创新  
　　　　（4）产品设计创新  
　　　　（5）市场推广创新  
　　　　3.3.3 互联网+智慧景区建设效果  
　　　　3.3.4 互联网+智慧景区经验借鉴  
　　3.4 寨沟风景名胜区  
　　　　3.4.1 互联网+智慧景区建设背景  
　　　　3.4.2 互联网+智慧景区创新举措  
　　　　（1）管理方式创新  
　　　　（2）服务内容创新  
　　　　（3）营销模式创新  
　　　　（4）产品设计创新  
　　　　（5）市场推广创新  
　　　　3.4.3 互联网+智慧景区建设效果  
　　　　3.4.4 互联网+智慧景区经验借鉴  
　　3.5 厦门市鼓浪屿风景名胜区  
　　　　3.5.1 互联网+智慧景区建设背景  
　　　　3.5.2 互联网+智慧景区创新举措  
　　　　（1）管理方式创新  
　　　　（2）服务内容创新  
　　　　（3）营销模式创新  
　　　　（4）产品设计创新  
　　　　（5）市场推广创新  
　　　　3.5.3 互联网+智慧景区建设效果  
　　　　3.5.4 互联网+智慧景区经验借鉴  
  
第四章 中国旅游业子行业发展分析  
　　4.1 旅游景区发展分析  
　　　　4.1.1 旅游景区基本情况  
　　　　4.1.2 旅游景区数量规模  
　　　　4.1.3 旅游景区经营情况  
　　　　（1）接待游客数量  
　　　　（2）营业收入规模  
　　　　（3）门票收入情况  
　　　　（4）新兴旅游景区发展情况  
　　　　4.1.4 旅游景区结构特征  
　　4.2 酒店业发展分析  
　　　　4.2.1 星级酒店发展分析  
　　　　（1）星级酒店数量规模  
　　　　（2）星级酒店构成情况  
　　　　（3）星级酒店收入规模  
　　　　（4）星级酒店经营状况  
　　　　（5）重点旅游城市酒店经营情况  
　　　　（6）星级酒店运行特点总结  
　　　　4.2.2 中国酒店业品牌格局  
　　　　4.2.3 经济型连锁酒店发展分析  
　　　　（1）经济型酒店数量规模  
　　　　（2）经济型酒店市场规模  
　　　　（3）经济型酒店区域分布  
　　　　（4）经济型酒店价格分布  
　　　　（5）经济型酒店市场格局  
　　　　4.2.4 中国酒店业发展趋势  
　　4.3 餐饮业发展分析  
　　　　4.3.1 餐饮业发展概况  
　　　　4.3.2 餐饮业集中度分析  
　　　　4.3.3 餐饮百强企业经营分析  
　　　　4.3.4 餐饮业发展趋势  
　　4.4 旅行社发展分析  
　　　　4.4.1 旅游社发展概况  
　　　　（1）行业发展规模  
　　　　（2）行业经营状况  
　　　　4.4.2 旅行社业务分析  
　　　　（1）旅行社业务结构分析  
　　　　（2）入境旅游业务分析  
　　　　（3）国内旅游业务分析  
　　　　（4）出境旅游业务分析  
　　　　4.4.3 旅行社总体结构分析  
　　　　（1）旅行社区域分布  
　　　　（2）旅行社经营状况  
　　　　（3）旅行社类别分布  
　　　　4.4.4 旅行社行业转型分析  
　　　　（1）旅行社行业发展阶段  
　　　　（2）旅行社行业分工体系  
　　　　（3）旅行社行业集中度  
　　　　（4）旅行社行业盈利能力  
　　　　4.4.5 国际旅行社的发展借鉴  
　　　　（1）国际旅行社以“垂直分工”为主的多样化分工体系  
　　　　（2）欧美旅行社的一体化进程  
　　　　（3）国际成功旅行社“抓两头，带中间”的基本模式  
  
第五章 中国旅游市场消费格局及业态发展分析  
　　5.1 城乡居民旅游消费分析  
　　　　5.1.1 城乡居民收入分析  
　　　　（1）城乡居民收入情况  
　　　　（2）居民收入与旅游消费相关性分析  
　　　　5.1.2 城乡居民旅游消费分析  
　　　　（1）城乡居民出游率变化  
　　　　（2）城乡居民人均旅游消费情况  
　　　　（3）城乡居民出游目的分析  
　　5.2 旅游市场消费格局  
　　　　5.2.1 旅游市场总体消费格局  
　　　　（1）旅游市场高、中、低端协同发展  
　　　　（2）高、中、低端旅游市场特点及细分市场情况  
　　　　5.2.2 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  
　　　　5.2.3 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  
　　　　5.2.4 低端旅游市场分析  
　　5.3 旅游业业态发展分析  
　　　　5.3.1 旅游业态发展总体趋势  
　　　　（1）传统业态升级  
　　　　（2）新兴业态快速成长  
　　　　5.3.2 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  
　　　　5.3.3 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  
　　　　5.3.4 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  
  
第六章 中国城市旅游发展分析  
　　6.1 城市旅游总体状况  
　　6.2 北京市旅游业发展分析  
　　　　6.2.1 北京市旅游消费分析  
　　　　（1）北京市入境游发展情况  
　　　　（2）北京市国内游发展情况  
　　　　6.2.2 北京市旅游景区发展分析  
　　　　（1）北京市旅游资源分类  
　　　　（2）北京市游客旅游消费倾向  
　　　　（3）北京市旅游资源优势分析  
　　　　（4）北京市旅游景区价格分析  
　　　　（5）北京市旅游景区经营分析  
　　　　（6）北京市城市旅游营销分析  
　　　　6.2.3 北京市旅行社发展分析  
　　　　6.2.4 北京市旅游业配套市场分析  
　　　　（1）北京市住宿市场分析  
　　　　（2）北京市餐饮市场分析  
　　　　（3）北京市交通情况分析  
　　　　（4）北京市旅游信息服务市场分析  
　　　　（5）北京市娱乐市场分析  
　　　　6.2.5 北京市旅游市场综合评价  
　　　　6.2.6 北京市旅游发展规划  
　　6.3 上海市旅游业发展分析  
　　　　6.3.1 上海市旅游消费分析  
　　　　（1）上海市游客总量及结构  
　　　　（2）上海市旅游收入及结构  
　　　　6.3.2 上海市旅游景区发展分析  
　　　　（1）上海市旅游资源分类  
　　　　（2）上海市游客旅游消费倾向  
　　　　（3）上海市旅游资源优势分析  
　　　　（4）上海市旅游景区价格分析  
　　　　（5）上海市旅游景区经营分析  
　　　　（6）上海市城市旅游营销分析  
　　　　6.3.3 上海市旅行社发展分析  
　　　　6.3.4 上海市旅游业配套市场分析  
　　　　（1）上海市住宿市场分析  
　　　　（2）上海市餐饮市场分析  
　　　　（3）上海市交通情况分析  
　　　　（4）上海市旅游信息服务市场分析  
　　　　（5）上海市娱乐市场分析  
　　　　6.3.5 上海市旅游市场综合评价  
　　　　6.3.6 上海市旅游发展规划  
　　6.4 广州市旅游业发展分析  
　　　　6.4.1 广州市旅游消费分析  
　　　　6.4.2 广州旅游景区发展分析  
　　　　（1）广州市旅游资源分类  
　　　　（2）广州市游客旅游消费倾向  
　　　　（3）广州市旅游资源优势分析  
　　　　（4）广州市旅游景区价格分析  
　　　　（5）广州市旅游景区经营分析  
　　　　（6）广州市城市旅游营销分析  
　　　　6.4.3 广州市旅行社发展分析  
　　　　6.4.4 广州市旅游业配套市场分析  
　　　　（1）广州市住宿市场分析  
　　　　（2）广州市餐饮市场分析  
　　　　（3）广州市交通情况分析  
　　　　（4）广州市旅游信息服务市场分析  
　　　　（5）广州市娱乐市场分析  
　　　　6.4.5 广州市旅游市场综合评价  
　　　　6.4.6 广州市旅游发展规划  
　　6.5 深圳市旅游业发展分析  
　　　　6.5.1 深圳市旅游消费分析  
　　　　6.5.2 深圳市旅游景区发展分析  
　　　　（1）深圳市旅游资源分类  
　　　　（2）深圳市游客旅游消费倾向  
　　　　（3）深圳市旅游资源优势分析  
　　　　（4）深圳市旅游景区价格分析  
　　　　（5）深圳市旅游景区经营分析  
　　　　（6）深圳市城市旅游营销分析  
　　　　6.5.3 深圳市旅游业配套市场分析  
　　　　（1）深圳市住宿市场分析  
　　　　（2）深圳市餐饮市场分析  
　　　　（3）深圳市交通情况分析  
　　　　（4）深圳市旅游信息服务市场分析  
　　　　（5）深圳市娱乐市场分析  
　　　　6.5.4 深圳市旅游市场综合评价  
　　　　6.5.5 深圳市旅游发展规划  
　　6.6 杭州市旅游业发展分析  
　　　　6.6.1 杭州市旅游消费分析  
　　　　6.6.2 杭州市旅游景区发展分析  
　　　　（1）杭州市旅游资源分类  
　　　　（2）杭州市游客旅游消费倾向  
　　　　（3）杭州市旅游资源优势分析  
　　　　（4）杭州市旅游景区价格分析  
　　　　（5）杭州市旅游景区经营分析  
　　　　（6）杭州市城市旅游营销分析  
　　　　6.6.3 杭州市旅行社发展分析  
　　　　6.6.4 杭州市旅游业配套市场分析  
　　　　（1）杭州市住宿市场分析  
　　　　（2）杭州市餐饮市场分析  
　　　　（3）杭州市交通情况分析  
　　　　（4）杭州市旅游信息服务市场分析  
　　　　（5）杭州市娱乐市场分析  
　　　　6.6.5 杭州市旅游市场综合评价  
　　　　6.6.6 杭州市旅游发展规划  
　　6.7 重庆市旅游业发展分析  
　　　　6.7.1 重庆市旅游消费分析  
　　　　（1）重庆市旅游总体情况  
　　　　（2）国内旅游发展情况  
　　　　（3）入境旅游发展情况  
　　　　6.7.2 重庆市旅游景区发展分析  
　　　　（1）重庆市旅游资源分类  
　　　　（2）重庆市游客旅游消费倾向  
　　　　（3）重庆市旅游资源优势分析  
　　　　（4）重庆市旅游景区价格分析  
　　　　（5）重庆市旅游景区经营分析  
　　　　（6）重庆市城市旅游营销分析  
　　　　6.7.3 重庆市旅行社发展分析  
　　　　6.7.4 重庆市旅游业配套市场分析  
　　　　（1）重庆市住宿市场分析  
　　　　（2）重庆市餐饮市场分析  
　　　　（3）重庆市交通情况分析  
　　　　（4）重庆市旅游信息服务市场分析  
　　　　（5）重庆市娱乐市场分析  
　　　　6.7.5 重庆市旅游市场综合评价  
　　　　6.7.6 重庆市旅游发展规划  
　　6.8 西安市旅游业发展分析  
　　　　6.8.1 西安市旅游消费分析  
　　　　6.8.2 西安市旅游景区发展分析  
　　　　（1）西安市旅游资源分类  
　　　　（2）西安市游客旅游消费倾向  
　　　　（3）西安市旅游资源优势分析  
　　　　（4）西安市旅游景区价格分析  
　　　　（5）西安市旅游景区经营分析  
　　　　（6）西安市城市旅游营销分析  
　　　　6.8.3 西安市旅行社发展分析  
　　　　6.8.4 西安市旅游业配套市场分析  
　　　　（1）西安市住宿市场分析  
　　　　（2）西安市餐饮市场分析  
　　　　（3）西安市交通情况分析  
　　　　（4）西安市旅游信息服务市场分析  
　　　　（5）西安市娱乐市场分析  
　　　　6.8.5 西安市旅游市场综合评价  
　　　　6.8.6 西安市旅游发展规划  
  
第七章 中国领先旅游业企业经营分析  
　　7.1 旅游业企业总体状况  
　　7.2 领先旅游业企业经营分析  
　　　　7.2.1 中国国旅股份有限公司  
　　　　（1）企业发展简况分析  
　　　　（2）主要经济指标分析  
　　　　（3）企业盈利能力分析  
　　　　（4）企业运营能力分析  
　　　　（5）企业偿债能力分析  
　　　　（6）企业发展能力分析  
　　　　（7）企业经营状况优劣势分析  
　　　　（8）企业经营策略及发展战略分析  
　　　　（9）企业最新发展动向分析  
　　　　7.2.2 中青旅控股股份有限公司  
　　　　（1）企业发展简况分析  
　　　　（2）主要经济指标分析  
　　　　（3）企业盈利能力分析  
　　　　（4）企业运营能力分析  
　　　　（5）企业偿债能力分析  
　　　　（6）企业发展能力分析  
　　　　（7）企业经营状况优劣势分析  
　　　　（8）企业经营策略及发展战略分析  
　　　　（9）企业最新发展动向分析  
　　　　7.2.3 中国香港中旅国际投资有限公司  
　　　　（1）企业发展简况分析  
　　　　（2）主要经济指标分析  
　　　　（3）企业盈利能力分析  
　　　　（4）企业运营能力分析  
　　　　（5）企业偿债能力分析  
　　　　（6）企业发展能力分析  
　　　　（7）企业经营状况优劣势分析  
　　　　（8）企业经营策略及发展战略分析  
　　　　（9）企业最新发展动向分析  
　　　　7.2.4 深圳华侨城股份有限公司  
　　　　（1）企业发展简况分析  
　　　　（2）主要经济指标分析  
　　　　（3）企业盈利能力分析  
　　　　（4）企业运营能力分析  
　　　　（5）企业偿债能力分析  
　　　　（6）企业发展能力分析  
　　　　（7）企业经营状况优劣势分析  
　　　　（8）企业经营策略及发展战略分析  
　　　　（9）企业最新发展动向分析  
　　　　7.2.5 北京首旅酒店（集团）股份有限公司  
　　　　（1）企业发展简况分析  
　　　　（2）主要经济指标分析  
　　　　（3）企业盈利能力分析  
　　　　（4）企业运营能力分析  
　　　　（5）企业偿债能力分析  
　　　　（6）企业发展能力分析  
　　　　（7）企业经营状况优劣势分析  
　　　　（8）企业经营策略及发展战略分析  
　　　　（9）企业最新发展动向分析  
　　　　7.2.6 黄山旅游发展股份有限公司  
　　　　（1）企业发展简况分析  
　　　　（2）主要经济指标分析  
　　　　（3）企业盈利能力分析  
　　　　（4）企业运营能力分析  
　　　　（5）企业偿债能力分析  
　　　　（6）企业发展能力分析  
　　　　（7）企业经营状况优劣势分析  
　　　　（8）企业经营策略及发展战略分析  
　　　　（9）企业最新发展动向分析  
　　　　7.2.7 云南旅游股份有限公司  
　　　　（1）企业发展简况分析  
　　　　（2）主要经济指标分析  
　　　　（3）企业盈利能力分析  
　　　　（4）企业运营能力分析  
　　　　（5）企业偿债能力分析  
　　　　（6）企业发展能力分析  
　　　　（7）企业经营状况优劣势分析  
　　　　（8）企业经营策略及发展战略分析  
　　　　（9）企业最新发展动向分析  
　　　　7.2.8 峨眉山旅游股份有限公司  
　　　　（1）企业发展简况分析  
　　　　（2）主要经济指标分析  
　　　　（3）企业盈利能力分析  
　　　　（4）企业运营能力分析  
　　　　（5）企业偿债能力分析  
　　　　（6）企业发展能力分析  
　　　　（7）企业经营状况优劣势分析  
　　　　（8）企业经营策略及发展战略分析  
　　　　（9）企业最新发展动向分析  
　　　　7.2.9 西安旅游股份有限公司  
　　　　（1）企业发展简况分析  
　　　　（2）主要经济指标分析  
　　　　（3）企业盈利能力分析  
　　　　（4）企业运营能力分析  
　　　　（5）企业偿债能力分析  
　　　　（6）企业发展能力分析  
　　　　（7）企业经营状况优劣势分析  
　　　　（8）企业经营策略及发展战略分析  
　　　　（9）企业最新发展动向分析  
　　　　7.2.10 桂林旅游股份有限公司  
　　　　（1）企业发展简况分析  
　　　　（2）主要经济指标分析  
　　　　（3）企业盈利能力分析  
　　　　（4）企业运营能力分析  
　　　　（5）企业偿债能力分析  
　　　　（6）企业发展能力分析  
　　　　（7）企业经营状况优劣势分析  
　　　　（8）企业经营策略及发展战略分析  
　　　　（9）企业最新发展动向分析  
　　　　7.2.11 武汉三特索道集团股份有限公司  
　　　　（1）企业发展简况分析  
　　　　（2）主要经济指标分析  
　　　　（3）企业盈利能力分析  
　　　　（4）企业运营能力分析  
　　　　（5）企业偿债能力分析  
　　　　（6）企业发展能力分析  
　　　　（7）企业经营状况优劣势分析  
　　　　（8）企业经营策略及发展战略分析  
　　　　（9）企业最新发展动向分析  
　　　　7.2.12 北京京西风光旅游开发股份有限公司  
　　　　（1）企业发展简况分析  
　　　　（2）主要经济指标分析  
　　　　（3）企业盈利能力分析  
　　　　（4）企业运营能力分析  
　　　　（5）企业偿债能力分析  
　　　　（6）企业发展能力分析  
　　　　（7）企业经营状况优劣势分析  
　　　　（8）企业经营策略及发展战略分析  
　　　　（9）企业最新发展动向分析  
　　　　7.2.13 丽江玉龙旅游股份有限公司  
　　　　（1）企业发展简况分析  
　　　　（2）主要经济指标分析  
　　　　（3）企业盈利能力分析  
　　　　（4）企业运营能力分析  
　　　　（5）企业偿债能力分析  
　　　　（6）企业发展能力分析  
　　　　（7）企业经营状况优劣势分析  
　　　　（8）企业经营策略及发展战略分析  
　　　　（9）企业最新发展动向分析  
　　　　7.2.14 大连圣亚旅游控股股份有限公司  
　　　　（1）企业发展简况分析  
　　　　（2）主要经济指标分析  
　　　　（3）企业盈利能力分析  
　　　　（4）企业运营能力分析  
　　　　（5）企业偿债能力分析  
　　　　（6）企业发展能力分析  
　　　　（7）企业经营状况优劣势分析  
　　　　（8）企业经营策略及发展战略分析  
　　　　（9）企业最新发展动向分析  
　　　　7.2.15 张家界旅游集团股份有限公司  
　　　　（1）企业发展简况分析  
　　　　（2）主要经济指标分析  
　　　　（3）企业盈利能力分析  
　　　　（4）企业运营能力分析  
　　　　（5）企业偿债能力分析  
　　　　（6）企业发展能力分析  
　　　　（7）企业经营状况优劣势分析  
　　　　（8）企业经营策略及发展战略分析  
　　　　（9）企业最新发展动向分析  
　　　　7.2.16 西藏旅游股份有限公司  
　　　　（1）企业发展简况分析  
　　　　（2）主要经济指标分析  
　　　　（3）企业盈利能力分析  
　　　　（4）企业运营能力分析  
　　　　（5）企业偿债能力分析  
　　　　（6）企业发展能力分析  
　　　　（7）企业经营状况优劣势分析  
　　　　（8）企业经营策略及发展战略分析  
　　　　（9）企业最新发展动向分析  
　　　　7.2.17 杭州宋城旅游发展股份有限公司  
　　　　（1）企业发展简况分析  
　　　　（2）主要经济指标分析  
　　　　（3）企业盈利能力分析  
　　　　（4）企业运营能力分析  
　　　　（5）企业偿债能力分析  
　　　　（6）企业发展能力分析  
　　　　（7）企业经营状况优劣势分析  
　　　　（8）企业经营策略及发展战略分析  
　　　　（9）企业最新发展动向分析  
　　　　7.2.18 重庆新世纪游轮股份有限公司  
　　　　（1）企业发展简况分析  
　　　　（2）主要经济指标分析  
　　　　（3）企业盈利能力分析  
　　　　（4）企业运营能力分析  
　　　　（5）企业偿债能力分析  
　　　　（6）企业发展能力分析  
　　　　（7）企业经营状况优劣势分析  
　　　　（8）企业经营策略及发展战略分析  
　　　　（9）企业最新发展动向分析  
　　　　7.2.19 安徽九华山旅游发展股份有限公司  
　　　　（1）企业发展简况分析  
　　　　（2）主要经济指标分析  
　　　　（3）企业盈利能力分析  
　　　　（4）企业运营能力分析  
　　　　（5）企业偿债能力分析  
　　　　（6）企业发展能力分析  
　　　　（7）企业经营状况优劣势分析  
　　　　（8）企业经营策略及发展战略分析  
　　　　（9）企业最新发展动向分析  
　　　　7.2.20 国旅联合股份有限公司  
　　　　（1）企业发展简况分析  
　　　　（2）主要经济指标分析  
　　　　（3）企业盈利能力分析  
　　　　（4）企业运营能力分析  
　　　　（5）企业偿债能力分析  
　　　　（6）企业发展能力分析  
　　　　（7）企业经营状况优劣势分析  
　　　　（8）企业经营策略及发展战略分析  
　　　　（9）企业最新发展动向分析  
  
第八章 中:智林:中国旅游业投资前景与趋势  
　　8.1 旅游产业融合投资前景  
　　　　8.1.1 旅游产业融合概述  
　　　　8.1.2 文化旅游产业融合投资前景  
　　　　（1）政策支持力度分析  
　　　　（2）文化旅游投资项目成功案例调研  
　　　　1）宋城股份——“千古情”系列  
　　　　2）中青旅——乌镇水乡文化  
　　　　（3）文化旅游项目投资区域分析  
　　　　8.1.3 购物休闲游产业融合投资前景  
　　　　（1）我国居民旅游消费中购物消费倾向  
　　　　（2）免税购物休闲游投资前景  
　　　　8.1.4 其他旅游产业融合投资前景  
　　　　（1）会展旅游投资前景  
　　　　（2）健康养生旅游投资前景  
　　8.2 影响未来几年旅游市场发展的重要因素  
　　　　8.2.1 低端劳动力收入水平快速上升  
　　　　8.2.2 高铁网络逐步贯通  
　　　　8.2.3 中西部景区旅游政策支持  
　　　　8.2.4 人民币趋势性升值  
　　8.3 2023-2029年旅游业发展前景预测  
　　　　8.3.1 旅游业景气度高增长  
　　　　（1）旅游人数将加速增长  
　　　　（2）人均旅游花费将持续增长  
　　　　（3）居民旅游消费倾向将提升  
　　　　8.3.2 二三线景区及中档酒店发展前景更好  
　　　　8.3.3 中西部旅游成长性优于东部  
　　8.4 互联网+旅游行业市场前景及投资机会分析  
　　　　8.4.1 中国互联网+旅游行业发展趋势及前景  
　　　　（1）中国互联网+旅游行业发展机遇剖析  
　　　　（2）中国互联网+旅游行业发展瓶颈剖析  
　　　　（3）中国互联网+旅游行业市场前景预测  
　　　　8.4.2 中国互联网+旅游行业发展趋势及前景  
　　　　（1）中国互联网+旅游行业投资机会  
　　　　（2）中国互联网+旅游行业投资建议  
　　8.5 旅游业投资建议  
　　　　8.5.1 旅游业新投资机会  
　　　　（1）旅游移动互联网  
　　　　（2）出境旅游  
　　　　（3）旅游市场散客化  
　　　　8.5.2 区域旅游投资机会分析  
　　　　（1）红色旅游区  
　　　　（2）“大香格里拉”旅游区  
　　　　（3）关中-天水经济区  
　　　　（4）海南国人离岛免税  
　　　　（5）云贵旅游区  
　　　　8.5.3 旅游业子行业投资分析  
　　　　（1）景区经营  
　　　　（2）酒店经营  
　　　　（3）旅行社  
　　　　8.5.4 旅游业重点关注企业  
　　　　（1）携程旅行网  
　　　　（2）腾邦国际  
　　　　（3）万达集团  
　　　　（4）欣欣旅游网  
　　　　（5）阿里巴巴“去啊”  
　　　　（6）中国国旅  
　　　　（7）首旅股份  
　　　　（8）黄山旅游  
　　　　（9）峨眉山旅游  
　　　　（10）桂林旅游  
　　　　（11）西藏旅游  
略……

了解《[中国旅游行业发展调研与市场前景预测报告（2023-2029年）](https://www.20087.com/M_LvYouCanYin/59/LvYouShiChangXianZhuangYuQianJing.html)》，报告编号：1698559，

请致电：400-612-8668、010-66181099、66182099、66183099，

Email邮箱：[Kf@20087.com](mailto:Kf@20087.com)

详细介绍：<https://www.20087.com/M_LvYouCanYin/59/LvYouShiChangXianZhuangYuQianJing.html>

了解更多，请访问上述链接，以下无内容！