

# 2020年中国扬州旅游行业分析报告- 行业竞争现状与发展规划趋势

报告大纲

观研报告网

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

## 一、报告简介

观研报告网发布的《2020年中国扬州旅游行业分析报告-行业竞争现状与发展规划趋势》涵盖行业最新数据，市场热点，政策规划，竞争情报，市场前景预测，投资策略等内容。更辅以大量直观的图表帮助本行业企业准确把握行业发展态势、市场商机动向、正确制定企业竞争战略和投资策略。本报告依据国家统计局、海关总署和国家信息中心等渠道发布的权威数据，以及我中心对本行业的实地调研，结合了行业所处的环境，从理论到实践、从宏观到微观等多个角度进行市场调研分析。

官网地址：<http://baogao.chinabaogao.com/lyyou/435576435576.html>

报告价格：电子版: 8200元 纸介版：8200元 电子和纸介版: 8500

订购电话: 400-007-6266 010-86223221

电子邮箱: sale@chinabaogao.com

联系人: 客服

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、报告目录及图表目录

国内旅游行业率先回暖，出境旅游和入境旅游步伐放缓，跨省游和跟团游恢复，游客出游意愿被迅速激发，旅游业正在逐步恢复。7月暑期旺季叠加跨省游、组团游的放开，促使全国各级政府为抓住窗口期机遇、促进当地旅游消费各出奇招，比门票打折更吸引人的是，部分省份实施了2.5天小长假及发放旅游消费券等措施。

我国旅游业整体规模稳步上升，到2019年旅游业总收入达到了6.63万亿元，其中在线旅游收入为1.12万亿元，线上渗透率达到16.9%。由于新冠疫情的影响，预计2020年中国旅游业总收入将下降至4.13万亿元；其中在线旅游收入将下降至0.62万亿元。

2011-2020年中国旅游业总收入及预测 数据来源：公开资料整理

2011-2020年中国在线旅游收入及预测 数据来源：公开资料整理

2011-2019年中国在线旅游渗透率 数据来源：公开资料整理

根据数据显示，2020年上半年，用户选择旅游出行的决策信息有63.2%来源于互联网旅游平台；然后通过亲人朋友，分布比例为52.60%；旅游综艺影视途径比例为22.7%；旅行社与电梯等广告比例分别为12.90%、10.20%。

### 2020年H1中国用户选择旅游出行的决策信息途径分布

数据来源：公开资料整理

从线上平台上来看，2020年7月中国旅游户外类公司中，飞猪旅行传播影响力排名第一，影响指数为1335；途牛以1218的影响力指数排名第二；然后是同程旅游、驴妈妈旅游和驴迹科技，指数分别为973、804、743；旅悦集团、携旅、OYO酒店、三毛游、棒槌岛宾馆也进入前十名。

2020年7月中国互联网旅游公司传播影响力 数据来源：公开资料整理（LJ）

### 【报告大纲】

#### 第一部分宏观环境篇

#### 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.世界旅游业已成为全球经济的重要组成部分

### 1.3.2.旅游业已成为中国经济发展的先导部门

### 1.3.3.旅游业成为中国的支柱产业

## 1.4.旅游行业产业链分析

### 1.4.1.产业链结构分析

### 1.4.2.主要环节的增值空间

### 1.4.3.与上下游行业之间的关联性

### 1.4.4.旅游行业相关产业分析

#### (1) 旅游地产项目开发成本构成

#### (2) 酒店行业发展状况及影响

#### (3) 餐饮行业发展状况及影响

#### (4) 旅游服务行业发展状况及影响

#### (5) 电子商务行业发展状况及影响

## 第二章2017-2020年中国旅游行业运行现状分析

### 2.1我国旅游行业发展状况分析

#### 2.1.1我国旅游行业发展阶段

#### 2.1.2.我国旅游行业发展总体概况

#### 2.1.3.传统旅游产业模式已暴露出旅游市场诸多问题

#### 2.1.4.中国旅游业发展需要市场力量

### 2.2.旅游行业发展现状

#### 2.2.1我国旅游行业市场规模

#### 2.2.2.我国旅游行业发展分析

##### (1) 中国旅游业发展的特点

##### (2) 中国旅游业进入快速发展时期

##### (3) 旅游业与环境的发展关系

##### (4) 旅游环境承载力研究分析

### 2.3.旅游市场情况分析

#### 2.3.1中国旅游市场总体概况

- 2.3.2.中国旅游服务市场发展分析
- 2.3.3.旅游产业链下游市场发展现状
- 2.4.中国旅游资源开发中的经济学分析
  - 2.4.1.旅游资源开发作为产品的经济学特征
  - 2.4.2.旅游资源开发的效率机制
  - 2.4.3.旅游资源开发中政府的合理定位
- 2.5.中国旅游业面临的挑战与策略应对
  - 2.5.1.中国旅游资源的产权问题分析
  - 2.5.2.应构建中国现代旅游资源产权制度
  - 2.5.3.中国旅游业持续发展需注意的问题

### 第三章2017-2020年中国旅游行业整体运行指标分析

- 3.1.中国旅游行业总体规模分析
  - 3.1.1.企业数量结构分析
  - 3.1.2.行业市场规模分析
  - 3.1.3.我国旅游景区资源分布
  - 3.1.4.主要景区旅游人次规模及收入
- 3.2.国内旅游市场分析
  - 3.2.1.国内旅游人数
  - 3.2.2.国内旅游综合经营收入
  - 3.2.3.国内旅游人均花费
- 3.3.入境旅游市场发展分析
  - 3.3.1.入境旅游客源情况
  - 3.3.2.客源结构分析
  - 3.3.3.客源入境方式
  - 3.3.4.入境旅游目的
  - 3.3.5.年龄及性别结构
  - 3.3.6.入境旅游过夜游客数
- 3.4.出境游市场统计分析
  - 3.4.1.我国出境游人次规模及目的地分布统计
  - 3.4.2.我国因公与因私出境游人次规模统计
  - 3.4.3.经旅行社组织出境游人次规模统计

### 第四章2017-2020年中国旅游市场供需形势分析

- 4.1.我国旅游市场供需分析

#### 4.1.1.我国旅游行业供给情况

- (1) 我国旅游行业供给分析
- (2) 我国旅游行业旅游景点建设情况
- (3) 重点景区游客数量及增长形势

#### 4.1.2.我国旅游行业需求情况

#### 4.1.3我国旅游行业供需平衡分析

### 4.2.中国旅游市场总体情况

#### 4.2.1.旅游业发展概况

#### 4.2.2.旅游总收入增长情况

#### 4.2.3旅游零售市场规模分析

#### 4.2.4.休闲旅游客户需求分析

### 4.3旅游行业市场的需求预测

#### 4.3.1.旅游市场总体需求分析

#### 4.3.2.重点区域旅游服务需求分析预测

## 第二部分市场分析篇

### 第五章2017-2020年扬州旅游业发展分析

#### 5.1扬州旅游资源基础

##### 5.11旅游资源概况

##### 5.12.人文旅游资源

##### 5.13.自然旅游资源

##### 5.14.旅游资源分布特点

#### 5.2.扬州旅游业发展综述

##### 5.2.1扬州旅游产业的总体成就

##### 5.2.2.扬州旅游产业的成功秘诀

##### 5.2.3.扬州旅游产业的推动措施

#### 5.3.2017-2020年扬州旅游业发展分析

##### 5.3.1旅游市场增长情况

##### 5.3.2.企业效益提升情况

##### 5.3.3.宣传营销成效评估

##### 5.3.4.假日旅游市场情况

##### 5.3.5.政策发布实施状况

#### 5.4.2017-2020年扬州假日旅游发展状况

##### 5.4.1元旦小长假

##### 5.4.2.春节黄金周

5.4.3.清明小长假

5.4.4.五一小长假

5.4.5.端午小长假

5.4.6.中秋小长假

5.4.7十一黄金周

5.5.2020年扬州旅游业发展分析

5.5.1旅游业发展战略

5.5.2.旅游业区域重点

5.5.3.旅游业重点项目

5.6.扬州旅游业发展的问题及对策

5.6.1扬州旅游业发展的突出问题

5.6.2.扬州旅游资源开发的路径思考

5.6.3.促进扬州旅游业发展的建议

第六章2017-2020年扬州文化旅游业发展分析

6.12017-2020年扬州文化旅游业整体概况

6.11资源介绍

6.12.发展基本概况

6.13.发展存在的不足

6.14发展的目标与对策

6.2.2016.-2020年扬州民俗文化旅游发展综述

6.2.1基本情况

6.2.2.发展难题

6.2.3.发展趋向

6.2.4发展对策

6.3.扬州文化旅游产业的社会融资分析

6.3.1主要经验解析

6.3.2.面临的挑战

6.3.3.投资的建议

第七章2017-2020年扬州旅游其他产品分析

7.12017-2020年扬州生态旅游业分析

7.1.1行业发展总况

7.1.2.行业收入规模

7.1.3行业发展热点

#### 7.1.4行业面临的问题

#### 7.15发展前景分析

### 7.2.2017-2020年扬州乡村旅游业分析

#### 7.2.1行业发展概况

#### 7.2.2.行业发展特征

#### 7.2.3行业收入规模

#### 7.2.4面临的挑战及对策

#### 7.2.5行业发展规划

### 7.3其他产品分析

## 第八章2017-2020年扬州旅游业相关行业发展分析

### 8.1.2017-2020年扬州酒店、旅行社分析

#### 8.1.1.扬州星级酒店数量统计

#### 8.1.2.扬州星级酒店发展状况

#### 8.1.3.扬州旅行社的满意度调查

#### 8.1.4.扬州旅行社的特点和需求

#### 8.1.5扬州旅行社标准化建设状况

### 8.2.2017-2020年扬州餐饮业分析

#### 8.2.1.2020年扬州餐饮业发展状况

### 8.3.扬州交通运输配套设施情况

#### 8.3.1.扬州大力推进交通基础设施建设

#### 8.3.2.2020年扬州交通运输业状况

#### 8.3.4.2020年扬州高速公路建设情况

### 8.4.扬州会展业发展分析

#### 8.4.1.扬州积极促进会展业发展

#### 8.4.2.扬州会展业发展现状分析

#### 8.4.3.扬州会展业的机遇和挑战

#### 8.4.4.扬州会展业未来发展规划

## 第三部分景区运营篇

## 第九章2017-2020年扬州旅游景区运营分析

### 9.1.2017-2020年自然类旅游景区分析

#### 9.1.1基本概述

#### 9.1.2.景区发展综况

#### 9.1.3.竞争力评价分析

#### 9.1.4.存在的问题及对策

### 9.2.2017-2020年人文类旅游景区分析

#### 9.2.1基本概述

#### 9.2.2.景区发展综况

#### 9.2.3.竞争力评价分析

#### 9.2.4.存在的问题及对策

### 9.3.2017-2020年复合类旅游景区（风景名胜区）分析

#### 9.3.1基本概述

#### 9.3.2.景区发展综况

#### 9.3.3.竞争力评价分析

#### 9.3.4.存在的问题及对策

### 9.4.2017-2020年主题公园类旅游景区分析

#### 9.4.1基本概述

#### 9.4.2.景区发展综况

#### 9.4.3.竞争力评价分析

#### 9.4.4.存在的问题及对策

### 9.5.2017-2020年社会类旅游景区分析

#### 9.5.1乡村旅游景区

#### 9.5.2.农业观光园

#### 9.5.3.工业旅游区

#### 9.5.4.校园旅游

#### 9.5.5.其他

## 第十章景区门票价格与定价模式分析

### 10.1旅游景区的盈利模式分析

#### 10.11门票经济模式

#### 10.12旅游产业链拓展经济模式

### 10.2景区门票的分类情况

#### 10.21按门票性质分类

#### 10.22按门票材料分类

#### 10.23按门票品种分类

#### 10.24按专题分类

### 10.3旅游景区门票价格构成要素分析

#### 10.31资源品位

#### 10.32成本投入

- 10.33游客满意度
- 10.34市场半径
- 10.35市场物价浮动
- 10.36淡旺季
- 10.37产品的公益性
- 10.4国内旅游景区门票价格水平现状
- 10.415A景区门票价格
- 10.424A景区门票价格
- 10.5扬州旅游景区门票主要定价模式分析
- 10.51提价模式
- 10.52联票模式
- 10.53免票模式
- 10.54比较分析
- 10.6旅游景区门票的定价策略探析
- 10.61旅游景区定价的基本原则
- 10.62旅游景区定价的基本策略
- 10.63旅游景区门票的定价建议
- 10.64旅游景区的差别化定价法
- 10.65旅游景区的公益性定价法

## 第十一章旅游景区的营销策略分析

- 11.14Ps营销理念在旅游景区的运用
- 11.11.产品
- 11.12价格
- 11.13分销
- 11.14促销
- 11.2旅游景区营销要略、战略目标的制定
- 11.21产品营销组合
- 11.22目标市场定位
- 11.23产品定位
- 11.24市场拓展模式
- 11.25战略目标确定
- 11.26品牌建设方略
- 11.3旅游景区的典型营销模式分析
- 11.31公共关系营销模式

### 11.32景区直销模式与分销服务商营销模式

#### 11.33联合协作营销模式

#### 11.34客源地营销模式

#### 11.35产品体验营销模式

### 11.4旅游景区产品营销创新策略研究

#### 11.41产品营销理论概述

#### 11.42产品营销现状分析

#### 11.43产品营销创新对策

### 11.5旅游景区的促销体系框架分析

#### 11.51促销体系构建前提

#### 11.52景区促销主体

#### 11.53景区促销客体

#### 11.54景区促销对象的延伸

### 11.6旅游景区的差异化营销策略探讨

#### 11.61差异化实现途径

#### 11.62差异化营销基础构建

#### 11.63差异化营销策略整合

### 11.7旅游景区的营销案例分析

#### 11.71用户体验商业营销

#### 11.72旅游体验师营销

#### 11.73影视营销

#### 11.74微博营销

#### 11.75高铁旅游促销

## 第十二章旅游景区投资与招商分析

### 12.1旅游景区项目的投资特征

#### 12.11高投入与持续回报

#### 12.12.多产业整合特征

#### 12.13存在严格法律制约

#### 12.14投资主体多元化

#### 12.15政府和社会关注程度提高

### 12.2旅游景区项目投资开发理念

#### 12.21四先定律理念

#### 12.22杠杆运作理念

#### 12.23产业整合链理念

- 12.3旅游景区项目投资方式与渠道
  - 12.31自然景区投资方式
  - 12.32文化景区投资方式
  - 12.33人造景区投资方式
- 12.4政府在旅游景区投资中的作用
  - 12.41加强政府宏观调控作用
  - 12.42实行必要的政府管制
  - 12.43选择旅游景区开发模式
  - 12.44政府招商中的作用
  - 12.45建立旅游专业投资机构
- 12.5民资对旅游景区的投资开发分析
  - 12.51投资开发现状
  - 12.52政策环境分析
  - 12.53产权问题分析
  - 12.54投资开发障碍
  - 12.55投资开发建议
- 12.6旅游景区的投资机会及风险
  - 12.61投资机会
  - 12.62投资风险
  - 12.63投资建议
- 12.7旅游景区项目的招商引资分析
  - 12.71景区招商的成功经验
  - 12.72景区招商的失败教训
  - 12.73招商成功企业情况
  - 12.74景区招商的误区分析
  - 12.75景区招商的影响因素
  - 12.76景区招商的主要渠道
  - 12.77景区潜在的招商对象
  - 12.78景区招商引资策略

#### 第四部分企业策略篇

#### 第十三章优势企业分析

- 13.1中青旅控股股份有限公司
- 13.2深圳华侨城控股股份有限公司
- 13.3扬州旅游股份有限公司

- 13.4北京首都旅游股份有限公司
- 13.5桂林旅游股份有限公司
- 13.6上海锦江国际酒店发展股份有限公司
- 13.7峨眉山旅游股份有限公司
- 13.8黄山旅游发展股份有限公司
- 13.9丽江玉龙旅游股份有限公司
- 13.10西安旅游股份有限公司

#### 第十四章2021-2026年扬州旅游行业前景及趋势预测

- 14.12021-2026年扬州旅游市场发展前景
  - 14.112021-2026年扬州旅游市场发展潜力
  - 14.122021-2026年扬州旅游市场发展前景展望
  - 14.132021-2026年扬州旅游细分行业发展前景分析
  - 14.22021-2026年扬州旅游市场发展趋势预测
    - 14.212021-2026年扬州旅游行业发展趋势
    - 14.222021-2026年扬州旅游市场规模预测
    - 14.232021-2026年扬州旅行社服务信息化趋势预测
    - 14.242021-2026年扬州细分市场发展趋势预测
- 14.3专家对扬州旅游业预测分析
  - 14.312021-2026年扬州旅游业总收入预测
  - 14.322021-2026年扬州国内旅游人数预测
  - 14.332021-2026年扬州入境旅游人数预测、

#### 第十五章2021-2026年扬州旅游行业投资价值评估分析

- 15.1旅游行业投资特性分析
  - 15.11旅游行业进入壁垒分析
  - 15.12旅游行业盈利因素分析
  - 15.13旅游行业盈利模式分析
  - 15.22021-2026年扬州旅游行业发展的影响因素
    - 15.21有利因素
    - 15.22不利因素
  - 15.32021-2026年扬州旅游行业投资价值评估分析
    - 15.31旅游与投资效益分析
    - 15.32产业发展的空白点分析
    - 15.33旅游项目投资的综合效益分析

### 15.34新进入者应注意的障碍因素

## 第十六章扬州旅游业研究结论及建议

### 16.1报告研究结论

### 16.2建议

#### 图表目录

图表：2017-2020年旅游业总收入占GDP的比重

图表：中国入境旅游人数和旅游收入的世界排名

图表：2017-2020年各季度我国城乡居民人均累计收入情况

图表：2017-2020年我国国内年出游人数情况

图表：2017-2020年各季度人民币对美元汇率

图表：2017-2020年我国每年出境旅游人数

图表：2017-2020年各月我国入境旅游外汇收入及增速

图表：2017-2020年全国入境旅游（外汇）收入累计数及同比增长情况

图表：2020年部分地区国内旅游情况

图表：边际社会收益、边际社会成本、边际私人收益曲线

图表：边际社会成本、边际私人成本、边际私人收益曲线

图表：旅游资源的需求与供给曲线

图表详见报告正文 . . . . . (GYSYL)

#### 【简介】

中国报告网是观研天下集团旗下打造的业内资深行业分析报告、市场深度调研报告提供商与综合行业信息门户。《2020年中国扬州旅游行业分析报告-行业竞争现状与发展规划趋势》涵盖行业最新数据，市场热点，政策规划，竞争情报，市场前景预测，投资策略等内容。更辅以大量直观的图表：帮助本行业企业准确把握行业发展态势、市场商机动向、正确制定企业竞争战略和投资策略。本报告依据国家统计局、海关总署和国家信息中心等渠道发布的权威数据，以及我中心对本行业的实地调研，结合了行业所处的环境，从理论到实践、从宏观到微观等多个角度进行市场调研分析。

它是业内企业、相关投资公司及政府部门准确把握行业发展趋势，洞悉行业竞争格局，规避经营和投资风险，制定正确竞争和投资战略决策的重要决策依据之一。本报告是全面了解行业以及对本行业进行投资不可或缺的重要工具。观研天下是国内知名的行业信息咨询机构，拥有资深的专家团队，多年来已经为上万家企业单位、咨询机构、金融机构、行业协

会、个人投资者等提供了专业的行业分析报告，客户涵盖了华为、中国石油、中国电信、中国建筑、惠普、迪士尼等国内外行业领先企业，并得到了客户的广泛认可。

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家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。本研究报告采用的行业分析方法包括波特五力模型分析法、SWOT分析法、PEST分析法，对行业进行全面的内外部环境分析，同时通过资深分析师对目前国家经济形势的走势以及市场发展趋势和当前行业热点分析，预测行业未来的发展方向、新兴热点、市场空间、技术趋势以及未来发展战略等。

更多好文每日分享，欢迎关注公众号

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/lyyou/435576435576.html>