

2020年中国杭州旅游行业分析报告- 产业规模现状与未来规划分析

报告大纲

观研报告网

www.chinabaogao.com

一、报告简介

观研报告网发布的《2020年中国杭州旅游行业分析报告-产业规模现状与未来规划分析》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/390031390031.html>

报告价格：电子版: 7200元 纸介版：7200元 电子和纸介版: 7500

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

2020年初，新型冠状病毒肺炎来袭，国家铁路、民航、文旅部等管理部门先后推出11条出行政策，限制人员流动，“限行令”之下，游客退订酒店机票、旅游景区暂停营业等等，使得我国春节旅游黄金期成为旅游业“寒冬”。从近三年春节假期旅游业数据来看，2019年我国春节旅游收入达5139亿元，出行人次达4.15亿人次，可以判断，2020年春节假期旅游收入损失至少达5000亿元。

2017-2019年我国春节旅游收入及出行人次情况 数据来源：文旅部

为防止疫情扩散，全国各地加强防控力度，如道路管控、社区管控等，民众出行意愿降低，旅游市场急剧萎缩。除此之外，新型冠状病毒肺炎疫情正在全球多个国家蔓延，出、入境旅游同样受较大冲击，尤其是疫情会降低境外游客来华的信心，入境游人数将有所减少。据联合国世界旅游组织预测，受新冠疫情影响，2020全年国际游客人数将下降20-30%，或将致使数百万人失去工作。至此，新型冠状病毒肺炎疫情导致旅游行业全产业链告急。

新型冠状病毒肺炎疫情对旅游业的影响

行业

类别

国内游

出境游

游乐

旅游景区景区关闭

客流量受冲击

出入境客流量减少

出行

旅行社、在线旅游企业

团队旅游及“机票+酒店”旅游产品暂停，企业现金流受到“退改潮”影响

住宿

酒店及民宿

国内酒店及民宿客人多为旅游出行，受冲击

目的地住宿预定量受影响

餐饮

旅游景区及周边餐饮服务

出行意愿低，受冲击

购物

旅游消费

线下旅游消费受冲击

出、入境客流锐减，免税商品消费受影响资料来源：公开资料整理

像刚过去的清明小长假期间，受疫情影响，旅游接待人次、旅游总收入降幅显著，环比春节有所回暖。数据显示，2020年清明小长假国内旅游接待总人数4325.4万人次，同比减少61.4%；实现旅游收入82.6亿元，同比减少80.7%。

2017-2020年我国清明小长假国内旅游接待人次及增速情况 数据来源：中国旅游研究院

2017-2020年我国清明小长假国内旅游总收入及增速情况 数据来源：中国旅游研究院

我国促消费政策频出台，且自3月中旬以来，国内多个省市陆续恢复旅行社、在线旅游企业的辖区内业务，并推出发放消费券、景区门票优惠等措施。还有多地提出2.5天弹性休假，鼓励、引导民众外出度假和旅游。中国旅游研究院、携程旅游大数据联合实验室调查显示，5月有望迎来疫情后的首个旅游高峰。利用当今社会互联网的普及和发达的科技手段，各行业之间联系紧密，因此面对此次新冠肺炎疫情，我国旅游业在应对措施上加强创新，充分利用线上线下资源，与各行业互助共享，跨界合作，共渡难关。

新冠肺炎疫情下旅游业的自救

疫情应对措施

景区

天目湖

1) 旗下旅游景区和酒店等相关业务暂停运营，3月20日恢复营业；2) 以保护员工生命安全和身体健康为首要工作，全力保障全体员工的薪酬福利水平；3) 开展线上办公，启动轮值休的弹性工作机制；4) 积极推进产品研发、经营举措与机制创新工作；5) 摸排检修各类系统与设施设备，做好各类资源的维护保养。

长白山

1) 自1月24日下午，长白山景区实施全面关闭，2月22日起恢复北景区与西景区营业；2) 全资子公司长白山温泉皇冠假日酒店向当地医院捐献食材等物资数万元，并召集40余名党员志愿者派驻地区各交通路口配合交警等部门做好疫情防控工作。

黄山旅游

1) 自1月25日下午3时起，公司暂停对外开放旗下运营的黄山风景区和太平湖风景区，3月18日全面恢复营业；2) 设立专项资金100万元用于疫情物资购买及防控保障；3) 旗下酒店推出餐饮便民服务，以套餐形式打包出售，为区域内定点医院医护人员提供免费中餐和晚餐

九华旅游

1) 自1月24日下午6时起，九华山风景区暂停对外开放游览，公司旗下索道、客运、酒店、旅行社和景区等相关业务暂停运营；2月23日有序开放。2) 积极制定疫情之后及全年市场拓展方案，强化各类设备设施的维护保养。

桂林旅游

1) 自1月26日起,除漓江大瀑布饭店、琴潭客运站和部分出租车外,所有景区及漓江游船客运业务等其他业务暂停运营;2月21日起桂林市A级旅游景区户外场所部分(不含景区内部分),施行分区管控开放,3月14日两江四湖景区开放轻舟游四湖的路线;2)对景区、酒店进行升级改造,提升服务质量;3)加快新的文旅体验项目《境SHOW生动莲花》项目的建设落地;4)加强内部管理,培训员工知识技能,合理控制成本

宋城演艺

1) 1月24日起,旗下旅游演艺项目已全部关园;2)如期准备新项目,推动演艺模式升级。杭州宋城演艺王国将全新亮相,西安、上海、新郑项目将于本年度推出,九寨项目亦将恢复运营,佛山、西塘项目的建设按计划推动。

旅行社

凯撒旅业

1) 自1月24日起,已暂停经营团队旅游及“机票+酒店”旅游产品,自1月27日起,已停止发团;2)积极沟通已报名但尚未出行的游客,为其妥善办理退款或延期手续。对于在途游客,保障全部游客安全归国。3)旗下各航食企业为所在地区医务人员、警队、志愿者、隔离观察群众提供免费餐食服务;4)通过沟通供应商、物业业主等降低固定支出,通过积极宣传和妥善沟通稳定员工,以最低成本实现稳定运营。同步制定疫情结束后的产品策略和资源采购计划,为业务恢复做好各项准备。

中青旅

1) 自1月24日暂停国内组团业务,自1月26日暂停当晚8时后的出境组团业务,下属景区自1月25日暂停开放,部分酒店暂时停业,承接的部分活动项目延期或取消;2)积极倡导和争取境外供应商优化机票、酒店及相关第三方服务的退改政策;3)停业期间加强内部管理,优化流程,压缩成本费用;4)对于因疫情推迟或可能推迟的项目,为客户制定变更预案,为疫情结束后业务的快速启动奠定基础。

岭南控股

1) 自1月27起,子公司广之旅暂停经营团队旅游及“机票+酒店”旅游产品,国内游已于1月24日起停止发团,出境游已于1月27日起停止发团,同时为已报名的游客办理改期、延期、退团等相关手续。住宿及汽车服务等其他业务将继续保持营业状态;2)严控成本费用,发挥现金储备优势;3)加强员工培训,继续聚焦业务、流程、模式创新,扩大战略符合性项目储备,积极争取合理的政策支持。

云南旅游

1) 1月25日起,下属景区景点暂停对外开放游览,下属旅行社、旅游交通、会议婚宴等业务暂时停业;2)属深圳华侨城文化旅游科技集团有限公司全力打造以《爆笑两姐妹》IP为主的疫情防控短视频,并在各大互联网平台积极传播,科普教育知识;3)旅游文化科技业务方面,按计划推进各主题公园项目的开园、项目建设及前期设计规划工作;4)加大技术和研发投入,抓好软硬产品的研发工作,丰富产品的结构,积极获取项目资源资料来源:各

公司公告、官网

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年中国杭州旅游行业分析报告-产业规模现状与未来规划分析》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。

【报告大纲】

第一章 2017-2020年中国杭州旅游行业发展概述

第一节 杭州旅游行业发展情况概述

- 一、杭州旅游行业相关定义
- 二、杭州旅游行业基本情况介绍
- 三、杭州旅游行业发展特点分析

第二节 中国杭州旅游行业上下游产业链分析

- 一、产业链模型原理介绍
- 二、杭州旅游行业产业链条分析
- 三、中国杭州旅游行业产业链环节分析

1、上游产业

2、下游产业

第三节 中国杭州旅游行业生命周期分析

一、杭州旅游行业生命周期理论概述

二、杭州旅游行业所属的生命周期分析

第四节 杭州旅游行业经济指标分析

一、杭州旅游行业的赢利性分析

二、杭州旅游行业的经济周期分析

三、杭州旅游行业附加值的提升空间分析

第五节 中国杭州旅游行业进入壁垒分析

一、杭州旅游行业资金壁垒分析

二、杭州旅游行业技术壁垒分析

三、杭州旅游行业人才壁垒分析

四、杭州旅游行业品牌壁垒分析

五、杭州旅游行业其他壁垒分析

第二章 2017-2020年全球杭州旅游行业市场发展现状分析

第一节 全球杭州旅游行业发展历程回顾

第二节 全球杭州旅游行业市场区域分布情况

第三节 亚洲杭州旅游行业地区市场分析

一、亚洲杭州旅游行业市场现状分析

二、亚洲杭州旅游行业市场规模与市场需求分析

三、亚洲杭州旅游行业市场前景分析

第四节 北美杭州旅游行业地区市场分析

一、北美杭州旅游行业市场现状分析

二、北美杭州旅游行业市场规模与市场需求分析

三、北美杭州旅游行业市场前景分析

第五节 欧盟杭州旅游行业地区市场分析

一、欧盟杭州旅游行业市场现状分析

二、欧盟杭州旅游行业市场规模与市场需求分析

三、欧盟杭州旅游行业市场前景分析

第六节 2021-2026年世界杭州旅游行业分布走势预测

第七节 2021-2026年全球杭州旅游行业市场规模预测

第三章 中国杭州旅游产业发展环境分析

第一节 我国宏观经济环境分析

- 一、中国GDP增长情况分析
- 二、工业经济发展形势分析
- 三、社会固定资产投资分析
- 四、全社会消费品杭州旅游总额
- 五、城乡居民收入增长分析
- 六、居民消费价格变化分析
- 七、对外贸易发展形势分析

第二节 中国杭州旅游行业政策环境分析

- 一、行业监管体制现状
- 二、行业主要政策法规

第三节 中国杭州旅游产业社会环境发展分析

- 一、人口环境分析
- 二、教育环境分析
- 三、文化环境分析
- 四、生态环境分析
- 五、消费观念分析

第四章 中国杭州旅游行业运行情况

第一节 中国杭州旅游行业发展状况情况介绍

- 一、行业发展历程回顾
- 二、行业创新情况分析
- 三、行业发展特点分析

第二节 中国杭州旅游行业市场规模分析

第三节 中国杭州旅游行业供应情况分析

第四节 中国杭州旅游行业需求情况分析

第五节 中国杭州旅游行业供需平衡分析

第六节 中国杭州旅游行业发展趋势分析

第五章 中国杭州旅游所属行业运行数据监测

第一节 中国杭州旅游所属行业总体规模分析

- 一、企业数量结构分析
- 二、行业资产规模分析

第二节 中国杭州旅游所属行业产销与费用分析

- 一、流动资产

二、销售收入分析

三、负债分析

四、利润规模分析

五、产值分析

第三节 中国杭州旅游所属行业财务指标分析

一、行业盈利能力分析

二、行业偿债能力分析

三、行业营运能力分析

四、行业发展能力分析

第六章 2017-2020年中国杭州旅游市场格局分析

第一节 中国杭州旅游行业竞争现状分析

一、中国杭州旅游行业竞争情况分析

二、中国杭州旅游行业主要品牌分析

第二节 中国杭州旅游行业集中度分析

一、中国杭州旅游行业市场集中度分析

二、中国杭州旅游行业企业集中度分析

第三节 中国杭州旅游行业存在的问题

第四节 中国杭州旅游行业解决问题的策略分析

第五节 中国杭州旅游行业竞争力分析

一、生产要素

二、需求条件

三、支援与相关产业

四、企业战略、结构与竞争状态

五、政府的作用

第七章 2017-2020年中国杭州旅游行业需求特点与动态分析

第一节 中国杭州旅游行业消费市场动态情况

第二节 中国杭州旅游行业消费市场特点分析

一、需求偏好

二、价格偏好

三、品牌偏好

四、其他偏好

第三节 杭州旅游行业成本分析

第四节 杭州旅游行业价格影响因素分析

一、供需因素

二、成本因素

三、渠道因素

四、其他因素

第五节 中国杭州旅游行业价格现状分析

第六节 中国杭州旅游行业平均价格走势预测

一、中国杭州旅游行业价格影响因素

二、中国杭州旅游行业平均价格走势预测

三、中国杭州旅游行业平均价格增速预测

第八章 2017-2020年中国杭州旅游行业区域市场现状分析

第一节 中国杭州旅游行业区域市场规模分布

第二节 中国华东地区杭州旅游市场分析

一、华东地区概述

二、华东地区经济环境分析

三、华东地区杭州旅游市场规模分析

四、华东地区杭州旅游市场规模预测

第三节 华中地区市场分析

一、华中地区概述

二、华中地区经济环境分析

三、华中地区杭州旅游市场规模分析

四、华中地区杭州旅游市场规模预测

第四节 华南地区市场分析

一、华南地区概述

二、华南地区经济环境分析

三、华南地区杭州旅游市场规模分析

四、华南地区杭州旅游市场规模预测

第九章 2017-2020年中国杭州旅游行业竞争情况

第一节 中国杭州旅游行业竞争结构分析（波特五力模型）

一、现有企业间竞争

二、潜在进入者分析

三、替代品威胁分析

四、供应商议价能力

五、客户议价能力

第二节 中国杭州旅游行业SWOT分析

- 一、行业优势分析
- 二、行业劣势分析
- 三、行业机会分析
- 四、行业威胁分析

第三节 中国杭州旅游行业竞争环境分析（PEST）

- 一、政策环境
- 二、经济环境
- 三、社会环境
- 四、技术环境

第十章 杭州旅游行业企业分析（随数据更新有调整）

第一节 企业

- 一、企业概况
- 二、主营产品
- 三、发展现状
- 四、优劣势分析

第二节 企业

- 一、企业概况
- 二、主营产品
- 三、发展现状
- 四、优劣势分析

第三节 企业

- 一、企业概况
- 二、主营产品
- 三、发展现状
- 四、优劣势分析

第四节 企业

- 一、企业概况
- 二、主营产品
- 三、发展现状
- 四、优劣势分析

第五节 企业

- 一、企业概况
- 二、主营产品

三、发展现状

四、优劣势分析

第十一章 2021-2026年中国杭州旅游行业发展前景分析与预测

第一节 中国杭州旅游行业未来发展前景分析

一、杭州旅游行业国内投资环境分析

二、中国杭州旅游行业市场机会分析

三、中国杭州旅游行业投资增速预测

第二节 中国杭州旅游行业未来发展趋势预测

第三节 中国杭州旅游行业市场发展预测

一、中国杭州旅游行业市场规模预测

二、中国杭州旅游行业市场规模增速预测

三、中国杭州旅游行业产值规模预测

四、中国杭州旅游行业产值增速预测

五、中国杭州旅游行业供需情况预测

第四节 中国杭州旅游行业盈利走势预测

一、中国杭州旅游行业毛利润同比增速预测

二、中国杭州旅游行业利润总额同比增速预测

第十二章 2021-2026年中国杭州旅游行业投资风险与营销分析

第一节 杭州旅游行业投资风险分析

一、杭州旅游行业政策风险分析

二、杭州旅游行业技术风险分析

三、杭州旅游行业竞争风险

四、杭州旅游行业其他风险分析

第二节 杭州旅游行业企业经营发展分析及建议

一、杭州旅游行业经营模式

二、杭州旅游行业销售模式

三、杭州旅游行业创新方向

第三节 杭州旅游行业应对策略

一、把握国家投资的契机

二、竞争性战略联盟的实施

三、企业自身应对策略

第十三章 2021-2026年中国杭州旅游行业发展战略及规划建议

第一节 中国杭州旅游行业品牌战略分析

- 一、杭州旅游企业品牌的重要性
- 二、杭州旅游企业实施品牌战略的意义
- 三、杭州旅游企业品牌的现状分析
- 四、杭州旅游企业的品牌战略
- 五、杭州旅游品牌战略管理的策略

第二节 中国杭州旅游行业市场重点客户战略实施

- 一、实施重点客户战略的必要性
- 二、合理确立重点客户
- 三、对重点客户的营销策略
- 四、强化重点客户的管理
- 五、实施重点客户战略要重点解决的问题

第三节 中国杭州旅游行业战略综合规划分析

- 一、战略综合规划
- 二、技术开发战略
- 三、业务组合战略
- 四、区域战略规划
- 五、产业战略规划
- 六、营销品牌战略
- 七、竞争战略规划

第十四章 2021-2026年中国杭州旅游行业发展策略及投资建议

第一节 中国杭州旅游行业产品策略分析

- 一、服务产品开发策略
- 二、市场细分策略
- 三、目标市场的选择

第二节 中国杭州旅游行业定价策略分析

第三节 中国杭州旅游行业营销渠道策略

- 一、杭州旅游行业渠道选择策略
- 二、杭州旅游行业营销策略

第四节 中国杭州旅游行业价格策略

第五节 观研天下行业分析师投资建议

- 一、中国杭州旅游行业重点投资区域分析
- 二、中国杭州旅游行业重点投资产品分析

图表详见正文

更多好文每日分享，欢迎关注公众号

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/lvyou/390031390031.html>