

2020年中国旅游行业分析报告- 市场运营现状与前景评估预测

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年中国旅游行业分析报告-市场运营现状与前景评估预测》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/482152482152.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

近年来随着居民收入的增长以及生活水平的改善，我国旅游业不断发展，在国民经济中的地位也越来越重要。根据国家统计局统计，2018年我国旅游业对中国GDP的综合贡献为9.94万亿元人民币，对GDP综合贡献占GDP比例11.04%，对全球GDP的综合贡献居世界第二，旅游业贡献的就业岗位数为7991万个，居世界第一。

而对于此次2020年春节期间疫情对旅游业产生影响分析：旅游产业是属于环境敏感性行业，比较容易受到境内外突发事件的影响，导致行业滑坡，据了解，此次2020年春节的疫情由于具有持续的不确定性持续的不确定性、存在人传人现象等特征，而旅游行业中几乎所有细分领域均涉及人群聚集与社交。同时此次疫情正好发生在春节期间，涉及的旅游企业节后复工也被迫推迟，对旅游业直接间接的影响体现在春节旅游黄金周、第一季度甚至是全年上。

此次疫情对我国旅游业的影响

短期直接影响

对春节旅游黄金周的影响：各大机构预测2020年春节出游人次将突破4.5亿，较2019年春节增加8%，约为5550亿元的市场规模。由于疫情的突然爆发，该预测值瞬间化为泡影。

(1) 交通运输渠道旅客人次大幅下滑：据交通部的数据显示，1月10日-31日，全国铁路、道路、水路、民航共累计发送旅客12.58亿人次，比去年同期下降20.6%。其中铁路发送旅客下降10.7%；道路发送旅客下降22.1%；水路发送旅客下降34.0%；民航发送旅客下降14.4%。

(2) 如果细究今年春节黄金周期间的数据，降幅更大。除夕到大年初六这七天，原本是春节出行人数最多的一周，2019年的春节黄金周（2月4日到2月10日）七天的出行人数高达4.21亿人次，而今年春节黄金周，1月24日至1月30日，全国出行人数总共才1.52亿人次，同比大降63.9%。

后续影响

从旅游供给端来看，旅游业整体受到波及。目前全旅行社业的人都处在失业状态，旅行社出现全面亏损，中小旅行社面临歇业、关闭；酒店遭遇暂停营业，短期内出租率大幅下滑，营业收入受到重创，很多企业甚至处在基本停业状态；航班取消或者停飞，入境旅游严重受创；景区也被要求全部关闭，无法创造收入，且疫情结束后可能也无法马上迎来客流反弹；旅游板块股票市值大幅下跌，景区、旅行社、餐饮等子行业股票大幅度下跌；旅游行业从业人员的工资大幅缩减。

从需求端来看，由于疫情的严峻形势，游客出游意愿锐减。其实在文化和旅游部办公厅通知发布前，已经有不少消费者主动取消了春节期间及节后的旅行计划，最大程度避免人群聚集与外出活动。

因此，在全国人民抗击疫情的紧要关头，国内旅游产业面临着空窗期，甚至是一场空前的行

业危机，整个产业链都将承受巨大的亏损。

长期间接影响

疫情对旅游行业的间接影响反映时间较长，旅游行业的业绩最低值出现在疫情爆发后两个季度。集中表现为，疫情对旅游业业绩影响持续时间长、具有一定滞后性，表现出消费者出游意愿较难在短期内恢复。出境游、入境游或将经历一段时间低迷，影响程度取决于疫情控制速度以及境外管控措施、旅游重振计划的实施。

- 1、旅游市场开始萎缩，会议会展等相继延期或取消；
 - 2、旅游心理发生变化，公众恐惧担忧心理，在一定程度上动摇了消费者信心、出游的意愿。
- 资料来源：互联网

因此综上整体来看，此次2020年春节期间的疫情对我国旅游产业来说，是一个很严重的挑战，其主要表现在收入损失、应对现金流难关、处理善后工作、密切国际合作等方面。例外针对疫情对旅游业的冲击、挑战，中国旅游业也相应的采取一系列的应对措施。

此次在2020年春节期间的疫情下我国旅游产业所面临的挑战

收入损失

国内旅游市场主要就靠3个时间段赚钱：春节假期、暑假以及国庆假期。由于疫情的关系，春节假期的旅游营收大大减少，等于全国旅游行业直接损失了1/3的收入。根据相关人士分析表示，如果按照乐观估计三个月绝收期减少60%，三个月恢复期减少30%来计算，全国旅游业预计今年损失接近3万亿元。

现金流难关

短时间内的订单取消使得包括上游供应商，如航空公司、旅游产品供应商，中游分销商如旅行社、在线旅游平台、代理商等，乃至整个行业的现金流都很紧张。

若实力不足以应对难关，前期或许会选择裁员或减薪，但如果国内旅游市场持续低迷3个月以上，就意味着资金链断裂的风险，大多中小旅企将很难再维系经营，只能面临资金链断裂和破产。

善后工作

疫情发生后，海量退订使得各环节面对巨大的处理压力，如在线旅游平台与航空公司需在短时间内重建免费退票系统、中游环节难扛巨大的订单处理量、上下游矛盾与旅游合同纠纷、国际合作等。

此次疫情构成不可抗力，由于游客行程调整特别是退团退费旅游企业外，还涉及到多个行业、多个领域，甚至是多个国家或地区，对于什么是合理诉求、游客和旅行社根据合同及相关法律协商解决后续问题的理解肯定会存在差异。因此，后续可能引发的矛盾和合同纠纷是潜在的衍生问题。

此外，旅游有天然的国际性，受疫情影响，需要大量的双边和多边合作。出于安全考虑，全球多个国家或地区已对中国游客采取入境管理措施，国际航班等信息也随时变动。如何保障数百万出入境游客的生命安全和身体健康，还要防止疫情的扩散，需要在签证、航空、移民

、海关、公安和旅游部门各领域密切互动，需要大量的双边和多边合作。

资料来源：互联网

中国旅游业应从如下方面采取应对措施

政府、旅游行业方面

抓好旅游行业的防治工作：继续加强对全行业的指挥调度，各级旅游行政管理部门应成立专门的应对疫情领导小组，及时调整工作部署，抓好旅游行业的防治工作。如要求每个旅游经营单位，严格进行清洁消毒，做好科学防控，在旅游接待的各个环节上确保国内外旅游者及旅游行业工作人员不受感染。并专门组成督导检查组，分赴各地检查落实情况。高度重视入境旅游的外国游客的健康安全，与民航、海关等相关部门一起做好防治工作。

对旅游企业给与专项补贴、扶持：在疫情的影响下，旅游业损失惨重，加上一些免费退改的政策等，许多企业造成了巨大的亏损和现金周转困难，政府应当帮助旅游业尽快恢复，避免大批中小旅游企业的倒闭，稳定旅游就业，对旅游业给予专项拨款，增加旅游发展基金，甚至是贷款计划。

制定旅游业重振计划：政府应积极制定促进旅游业的振兴计划，旅游业的防治与营销宣传要双管齐下，尽快让民众生活回复正常状况。疫情一旦结束，迅速实施旅游重振计划，从国内旅游信心恢复、到全球的宣传造势、吸引入境旅游者等，重振中国旅游经济。

加强旅游区域合作：全国各旅游区域开放各自的市场，拆除旅游发展的障碍，打造无政策障碍、无市场障碍、无交通障碍以及无服务障碍的无障碍旅游区，为旅游者提供一个政策宽松、交通畅顺、互惠互利、服务满意的旅游大环境。在区域旅游合作的力度、深度和广度上进一步拓展，使得各合作主体更加积极，合作层次更加丰富，合作内容更加全面，达成多赢局面。

旅游企业方面

短期内调整工作重心，加强自身建设：疫情在短期内还无法马上平复，在此期间，旅游企业势必自行承受亏损。旅游企业应采取应急措施，压缩开支，加强自身建设，强化内部管理，抓好旅游从业人员培训，提升竞争力，塑造品牌，借此休养生息之际进行自我提升，为下一阶段的发展奠定基础，以“化弊为利”。对于旅行社，可以加强管理和人才培训，降低成本，研讨新线路、新产品开发；对于宾馆酒店业，由于家大业大，在目前比较困难的时候，可以安排员工休假，对员工进行业务培训，以降低成本，同时，也可开发餐饮外卖业务，增加收入，还可下调房价，以低价吸引客户；对于景区，可以加强景点建设、新产品开发和景区管理等。

成本把控：对于一个企业来说，资金的安全是保障其在市场存活的基本，即使有政府的支持与帮助，企业自身也需消化此次疫情带来的成本损失，大大小小的旅游企业必须评估并作出决策，包括裁员、业务整合、企业整合等决策。

预购/低价促销：提前制定预购/低价促销策略。在疫情恢复后，旅游企业可以通过预购或低价促销等方案，更好的把控成本，并吸引消费者的消费，包括酒店、交通、景区门票等预定

与促销。资料来源：互联网（ww）

【报告大纲】

第一章 旅游业市场发展分析

第一节 旅游业界定

第二节 全球旅游市场发展分析

一、全球旅游人数及收入情况

（1）全球旅游人数情况

（2）全球旅游收入情况

二、全球各区域旅游市场情况

（1）全球各区域市场旅游人次情况

（2）全球各区域市场旅游收入情况

三、全球领先旅游业企业发展分析

（1）万豪国际酒店

（2）希尔顿国际酒店集团

（3）洲际酒店集团（IHG）

第三节 国内旅游业发展环境分析

一、旅游业政策环境分析

（1）行业监管体系及机构介绍

（2）行业相关规范标准

（3）行业发展相关政策演变历程解读

（4）政策环境对旅游产业发展的影响分析

二、旅游业经济环境分析

（1）国际经济环境分析

（2）国内经济环境分析

（3）经济环境对旅游业的影响

三、旅游业社会环境分析

（1）中国人口环境

（2）居民收入与支出分析

（3）中国城镇化水平分析

（4）其他相关社会因素

（5）社会环境变化趋势及其对旅游产业发展的影响分析

四、旅游业技术环境分析

（1）旅游产业的核心技术及发展现状

（2）技术环境对行业发展的影响分析

第四节 中国国内旅游市场发展分析

一、中国国内旅游概况

- (1) 国内旅游人数
- (2) 国内旅游收入
- (3) 国内旅游收入构成分析
- (4) 国内旅游人均花费

二、国内旅游的发展特征

- (1) 发展：新常态的稳健大步
- (2) 观光：闲暇类旅游是居民旅游生活的主体
- (3) 服务：满意度提升仍然有较大的空间
- (4) 舆情：对服务质量的更加关注

三、中国国内旅游市场发展预测

第五节 中国入境旅游市场发展分析

一、中国入境旅游概况

- (1) 入境旅游接待人数
- (2) 入境客源市场的结构特征
- (3) 入境旅游外汇收入

二、入境旅游主要特点

- (1) 入境游止跌回升
- (2) 历史文化景点受热捧

三、入境旅游市场发展趋势分析

四、入境旅游市场发展建议

第六节 中国出境旅游市场发展分析

一、中国出境旅游概况

- (1) 出境旅游人数
- (2) 客源结构

二、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

三、出境旅游市场发展预测

四、出境旅游市场发展建议

第七节 中国黄金周旅游市场发展分析

一、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

二、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

第八节 中国旅游业“走出去”机遇分析

一、旅游子行业海外市场扩张现状

(1) 旅游海外市场扩张现状

(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

二、旅游企业海外扩张存在问题

三、未来海外市场前景展望

四、行业海外扩张对策建议

第九节 高铁建设对旅游业影响分析

一、全球掀起高铁建设热潮

二、中国高铁建设情况

(1) 高铁建设规划

(2) 高铁建设进展

三、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

第一节 互联网+旅游景区硬件产品分析

一、闸机系列

(1) 基本简介

(2) 主要种类

二、云终端系列+手持机系列

(1) 平板云应用终端

(2) 智游宝第三代云终端

(3) POS消费终端机

(4) 无线手持检票机

三、自助服务终端

四、其他设备

第二节 互联网+旅游景区软件产品分析

一、智慧景区

- (1) 基本简介
- (2) 建设的意义
- (3) 建设的基本原则

二、营销

- (1) 智慧旅游电子商务系统
- (2) 移动智能客户端系统
- (3) 无线旅游信息服务系统
- (4) 营销类型介绍

三、安防

- (1) 景区安防高清智能化
- (2) 景区环境中视频监控的应用：

四、决策

- (1) 智慧旅游客流统计与预警系统
- (2) 智慧旅游企业诚信监管系统
- (3) 导游管理服务系统

第三节 互联网+旅游目的地O2O平台架构

一、线上直销

二、线上分销

- (1) OTA
- (2) MTA
- (3) 团购网

三、线下分销

- (1) 自助售票点
- (2) 旅行社
- (3) 出租车
- (4) 酒店/客栈

四、移动端营销

- (1) 百度直达号
- (2) 微信公众号
- (3) 淘宝码上游
- (4) 官方微电商

五、产品中心

- (1) 组合产品
- (2) 其它定制型产品

六、决策中心

- (1) 在线客服
- (2) 旅游顾问
- (3) 呼叫中心
- (4) 代理人
- (5) 自主服务点
- (6) 导服团队

七、管理中心

- (1) 管理云应用
- (2) 智慧管理系统

八、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

第四节 互联网+旅游公众服务支撑平台建设

一、产品服务

二、成功案例

- (1) 互联网+购票
- (2) 互联网+游园
- (3) 互联网+管理
- (4) 互联网+宣传
- (5) “互联网+龙门”智慧景区建设的意义

三、分销平台

四、招商合作

第五节 政府层面的旅游平台建设

一、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

二、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

第六节 企业层面的旅游平台案例分析

一、芝麻游智慧旅游分销平台

(1) 平台发展简况分析

(2) 平台产品服务分析

(3) 平台发展现状分析

(4) 平台竞争优势分析

二、上海联通“智慧沃游”平台

(1) 平台发展简况分析

(2) 平台产品服务分析

(3) 平台发展现状分析

(4) 平台竞争优势分析

三、“互联网+”江苏智慧旅游大平台

(1) 平台发展简况分析

(2) 平台产品服务分析

(3) 平台发展现状分析

(4) 平台竞争优势分析

四、中智云游智慧旅游平台

(1) 平台发展简况分析

(2) 平台产品服务分析

(3) 平台发展现状分析

(4) 平台竞争优势分析

五、票付通智慧旅游平台

(1) 平台发展简况分析

(2) 平台产品服务分析

(3) 平台发展现状分析

(4) 平台竞争优势分析

第三章 互联网+旅游成功案例深度解析

第一节 蜀冈瘦西湖风景名胜区

一、互联网+智慧景区建设背景

二、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

三、互联网+智慧景区建设效果

四、互联网+智慧景区经验借鉴

第二节 中国黄山风景名胜区

一、互联网+智慧景区建设背景

二、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

三、互联网+智慧景区建设效果

四、互联网+智慧景区经验借鉴

第三节 杭州西湖风景名胜区

一、互联网+智慧景区建设背景

二、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

三、互联网+智慧景区建设效果

四、互联网+智慧景区经验借鉴

第四节 九寨沟风景名胜区

一、互联网+智慧景区建设背景

二、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

三、互联网+智慧景区建设效果

四、互联网+智慧景区经验借鉴

第五节 厦门市鼓浪屿风景名胜区

一、互联网+智慧景区建设背景

二、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

三、互联网+智慧景区建设效果

四、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

第一节 旅游景区发展分析

一、旅游景区基本情况

二、旅游景区经营情况

(1) 接待游客数量

(2) 营业收入规模

(3) 新兴旅游景区发展情况

三、旅游景区分类

(1) 按照旅游资源的主体性质划分

(2) 按照旅游景区管理级别的不同进行划分

四、5A景区口碑情况

第二节 酒店业发展分析

一、星级酒店发展分析

(1) 星级酒店数量规模

(2) 星级酒店收入规模

(3) 星级酒店构成情况

(4) 星级酒店经营状况

(5) 重点旅游城市酒店经营情况

二、中国酒店业品牌格局

三、连锁酒店发展情况分析

(1) 高端酒店

(2) 中端连锁酒店

(3) 经济型酒店

四、中国酒店业发展趋势

第三节 餐饮业发展分析

一、餐饮业发展概况

二、餐饮业集中度分析

三、餐饮百强企业经营分析

四、餐饮业发展趋势

(1) 线上线下融合创新，数据指导未来发展

(2) 组织结构将进一步扁平化

(3) 连锁化程度将继续加强

(4) 餐饮企业继续向品牌化方向发展

(5) 工业化发展或成趋势

第四节 旅行社发展分析

一、旅游社发展概况

(1) 行业发展规模

(2) 中国旅行社区域分布

(3) 中国旅行社市场集中度分析

二、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

三、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) 旅行社行业发展方向

四、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

第一节 城乡居民旅游消费分析

一、城乡居民收入分析

二、城乡居民旅游消费分析

(1) 城乡居民出游人数变化

(2) 城乡居民旅游消费情况

第二节 旅游市场消费格局

一、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

二、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

三、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

四、低端旅游市场分析

第三节 旅游业业态发展分析

一、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

二、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

三、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

四、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

第一节 城市旅游总体状况

第二节 北京市旅游业发展分析

一、北京市旅游发展概况

- (1) 北京市旅游发展情况
- (2) 北京旅游收入分析

二、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) 北京市旅游景区经营分析
- (5) 北京市城市旅游营销分析
- 三、北京市旅行社发展分析
- 四、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
- 五、北京市旅游市场综合评价
- 六、北京市旅游发展规划
- 第三节 上海市旅游业发展分析
 - 一、上海市旅游发展概况
 - 二、上海市旅游景区发展分析
 - (1) 上海市旅游资源分类
 - (2) 上海市旅游资源优势分析
 - (3) 上海市城市旅游营销分析
 - 三、上海市旅游社发展分析
 - 四、上海市旅游业配套市场分析
 - (1) 上海市住宿市场分析
 - (2) 上海市住宿和餐饮业市场分析
 - (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
 - 五、上海市旅游市场综合评价
 - 六、上海市旅游发展规划
 - (1) 发展目标
 - (2) 发展指标
- 第四节 广州市旅游业发展分析
 - 一、广州市旅游发展概况
 - 二、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) 广州市城市旅游营销分析
- 三、广州市旅行社发展分析
- 四、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
- 五、广州市旅游市场综合评价
- 六、广州市旅游发展规划
- 第五节 深圳市旅游业发展分析
 - 一、深圳市旅游发展概况
 - 二、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) 深圳市城市旅游营销分析
 - 三、深圳市旅游社发展分析
 - 四、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
 - 五、深圳市旅游市场综合评价
 - 六、深圳市旅游发展规划
- 第六节 杭州市旅游业发展分析
 - 一、杭州市旅游发展概况
 - 二、杭州市旅游景区发展分析
 - (1) 杭州市旅游资源分类
 - (2) 杭州市旅游资源优势分析
 - (3) 杭州市城市旅游营销分析
 - 三、杭州市旅行社发展分析
 - 四、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
- 五、杭州市旅游市场综合评价
- 六、杭州市旅游发展规划
- 第七章 中国领先旅游行业企业分析（随数据更新有调整）
 - 第一节 旅游业企业总体状况
 - 第二节 领先旅游业企业经营分析
 - 一、中国国旅股份有限公司经营分析
 - (1) 企业发展简况分析
 - (2) 企业产品服务分析
 - (3) 企业发展现状分析
 - (4) 企业竞争优势分析
 - 二、中青旅控股股份有限公司经营分析
 - (1) 企业发展简况分析
 - (2) 企业产品服务分析
 - (3) 企业发展现状分析
 - (4) 企业竞争优势分析
 - 三、中国香港中旅国际投资有限公司经营分析
 - (1) 企业发展简况分析
 - (2) 企业产品服务分析
 - (3) 企业发展现状分析
 - (4) 企业竞争优势分析
 - 四、深圳华侨城股份有限公司经营分析
 - (1) 企业发展简况分析
 - (2) 企业产品服务分析
 - (3) 企业发展现状分析
 - (4) 企业竞争优势分析
 - 五、北京首旅酒店（集团）股份有限公司经营分析
 - (1) 企业发展简况分析
 - (2) 企业产品服务分析
 - (3) 企业发展现状分析
 - (4) 企业竞争优势分析
 - 六、黄山旅游发展股份有限公司经营分析

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业产品服务分析

(3) 企业发展现状分析

(4) 企业竞争优势分析

七、云南旅游股份有限公司经营分析

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业产品服务分析

(3) 企业发展现状分析

(4) 企业竞争优势分析

八、峨眉山旅游股份有限公司经营分析

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业产品服务分析

(3) 企业发展现状分析

(4) 企业竞争优势分析

九、西安旅游股份有限公司经营分析

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业产品服务分析

(3) 企业发展现状分析

(4) 企业竞争优势分析

十、桂林旅游股份有限公司经营分析

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业产品服务分析

(3) 企业发展现状分析

(4) 企业竞争优势分析

十一、武汉三特索道集团股份有限公司经营分析

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业产品服务分析

(3) 企业发展现状分析

(4) 企业竞争优势分析

十二、丽江玉龙旅游股份有限公司经营分析

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业产品服务分析

(3) 企业发展现状分析

(4) 企业竞争优势分析

十三、大连圣亚旅游控股股份有限公司经营分析

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业产品服务分析

(3) 企业发展现状分析

(4) 企业竞争优势分析

十四、张家界旅游集团股份有限公司经营分析

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业产品服务分析

(3) 企业发展现状分析

(4) 企业竞争优势分析

十五、西藏旅游股份有限公司经营分析

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业产品服务分析

(3) 企业发展现状分析

(4) 企业竞争优势分析

第八章 中国旅游业投资前景与趋势

第一节 旅游产业融合投资前景

一、旅游产业融合概述

(1) 旅游产业融合的提出

(2) 旅游与文化产业的融合

二、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

(3) 文化旅游项目投资区域分析

三、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

四、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

第二节 影响未来几年旅游市场发展的重要因素

一、低端劳动力收入水平快速上升

二、高铁网络逐步贯通

三、政策红利加持旅游消费市场

(1) 《十三五旅游业发展规划》

(2) “一带一路”政策

(3) 政策促进旅游消费

第三节 旅游业发展前景预测

一、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) 中国旅游收入持续增长

二、二三线景区及中档酒店发展前景更好

三、中西部旅游成长性优于东部

- (1) 中西部旅游崛起的条件日益成熟
- (2) 成长期的旅游目的地建设
- (3) 中西部经济贸易区建设

第四节 互联网+旅游行业市场前景及投资机会分析

一、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
- (4) 中国互联网+旅游行业市场发展趋势

二、中国互联网+旅游行业发展投资机会与建议

- (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

第五节 旅游业投资建议

一、旅游业新投资机会

- (1) 在线旅游
- (2) 出境旅游
- (3) 精细化领域

二、区域旅游投资机会分析

三、旅游业子行业投资分析

- (1) 景区经营
- (2) 酒店经营
- (3) 旅行社

1) 国家5A级旅游景区名单

图表目录

图表1：2017-2020年全球旅游人数变化及预测情况分析（单位：亿人次，%）

图表2：2017-2020年全球旅游收入变化及预测情况分析（单位：万亿美元，%）

图表3：2020年全球各区域市场旅游人次占比情况（单位：%）

图表4：2020年全球各区域市场旅游收入占比情况（单位：%）

图表5：2017-2020年全球旅游总收入排名前20的国家（T20国家）

图表6：万豪国际酒店集团公司基本信息情况

图表7：万豪国际旗下酒店品牌及特色

图表8：2017-2020年万豪国际酒店集团公司经营业绩走势（单位：亿美元，%）

图表9：2017-2020年希尔顿国际酒店集团公司经营业绩走势（单位：亿美元）

图表10：2017-2020年洲际酒店集团公司经营业绩走势（单位：百万美元）

图表11：旅游行业监管体系及机构介绍

图表12：旅游行业各细分行业监管体系及机构介绍

图表13：现行旅游行业标准统计

图表14：即将实施的旅游行业标准

图表15：中国旅游业发展定位变化图

图表16：中国“入境游”政策演变趋势表

图表17：中国“国内游”政策演变趋势表

图表18：“出境游”政策演变趋势表

图表19：2017-2020年中国假日政策演变趋势图

图表20：国家对旅游产业相关的政策支持表

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年中国旅游行业分析报告-市场运营现状与前景评估预测》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、阿里巴巴、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/lvyou/482152482152.html>