

# 中国旅游行业发展趋势研究与未来投资预测报告 (2023-2030年)

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《中国旅游行业发展趋势研究与未来投资预测报告（2023-2030年）》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://www.chinabaogao.com/baogao/202311/672242.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

### 1、中国旅游市场复苏提速

2020-2022年，由于疫情防控需要，人们出行受到一定限制，使得居民旅游意愿下滑，我国旅游业市场表现低迷，2022年，我国旅游总人次25.30亿，比上年同期减少7.16亿，同比下降22.1%，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%。而进入2023年，在疫情防控政策放开影响下，居民旅游热情重回上升，国内旅游市场复苏提速，截止2023年前三季度，国内旅游总人次36.74亿，比上年同期增加15.80亿，同比增长75.5%，总花费3.69万亿元，比上年增加1.97万亿元，增长114.4%。

数据来源：观研天下整理

数据来源：观研天下整理

### 2、旅游行业进入“理性繁荣周期”

而从周期来看，目前，我国旅游行业已经渡过疫情后所带来的应激反弹阶段，逐渐进入“理性繁荣周期”。以2023年黄金周旅游消费数据进行分析，十一假期期间，我国旅游出游人数8.26亿人次，按可比口径较2019年增长4.1%，实现国内旅游收入7534.3亿元，按可比口径较2019年增长1.5%。整体来看，2019-2023年，我国十一旅游周期经历三年下滑后，首次呈现上升趋势，不难看出旅游业市场复苏提速。

2009-2023年我国前四届年“大黄金周”旅游人次及收入情况

中秋、国庆

总人次(亿人)

同比增长(%)

总收入(亿)

同比增长(%)

2009年

2.28

12.40%

1007

10.60%

2012年

4.25

23.30%

2105

26.30%

2017年

7.05

11.90%

5836

13.90%

2019年(国)

7.82

7.81%

6497

8.47%

2020年

6.37

恢复79.0%

4666

恢复69.9%

2021年(国)

5.15

恢复70.1%

3891

恢复59.9%

2022年(国)

4.22

恢复60.7%

2872

恢复44.2%

2023年

8.26

恢复120%

7534.3

恢复105%

资料来源：文化和旅游部

不过，十一假期期间，国内旅游人均消费912元，较2019年实现个位数增长，单日人均消费水平为114元，而2019年同期单日人均消费则为118元。由此可见，消费者在旅游中更加看重性价比，消费决策也更加理性。

2012-2021年国庆假期全国旅游人均消费对比表

年份

人均消费(元)

2012年(含中秋)

474.12

2013年

521.72

2014年

516.42

2015年

800.95

2016年

813.15

2017年(含中秋)

828.66

2018年

825.18

2019年

830.83

2020年(含中秋)

735.16

2021年

755.53

2022年

680.59

2023年(含中秋)

912.14

资料来源：原国家旅游局、文旅部

### 3、高性价比出行成为一种新风尚，社交媒体成为重要媒介

而在消费理性决策的背后展现的是高性价比出行成为一种新风尚，尤其是在种草和拔草盛行的当下，短视频、微博、小红书等社交媒体逐渐成为旅游内容宣传的重要媒介，消费者在实施旅游消费决策时更加看重平台内容，如一个单人全国游遍所有主要城市景点花费不足10万元的短视频引起很多人共鸣。再者，以淄博烧烤为例，其热度先从短视频、小红书等平台发酵，其烧烤高性价比、人文情怀、热情好客深受人们关注与青睐，进而大幅度提升景区知名度，最后引致淄博旅游产品销量（包括机票、酒店等）的增长。根据数据，目的地为山东的

“十一 蓄 购 琇鹵 痧 暗

瑯麤缀 念止

葛幌

止 愁

麤缀 噪景

.3%，旅游总收入17.2亿元，同比增长191.5%。

#### 4、旅游业逐渐形成以内容为王的时代，携程跑出领先身位

而淄博出圈的背后，不难发现流量平台与OTA平台（全称Online Travel Agency，即在线酒店旅游票务等预定系统平台）对旅游“种草-拔草”过程运营的不同机制。“种草-拔草”过程运营机制又以内容为核心，从种草图文、到短视频，从榜单到AIGC，内容的形式不断演进，对旅游业拉动作用越来越大。目前，越来越多的地方旅游局在微信、微信视频号、微博、小红书、抖音等都开通官方账号，并设有专业团队来负责运营，这些渠道成为当地旅游影响年轻游客的重要阵地所在。

除了官方旅游平台外，各大旅游APP也开始布局旅游内容战略。其中，携程跑出领先身位。携程通过在AI大模型上的先发投入，在智能算法基础上对酒店、景点、行程等常用主题推荐进行人工校验并形成了“携程口碑榜”。目前，携程形成口碑榜、热点榜、特价榜的三大榜单体系，已覆盖全球超3000个目的地，45个常用主题。在这一系列操作下，80%以上的用户在出行前来携程访问相关内容。

#### 携程三大榜单简介

资料来源：观研天下整理

#### 5、出境游市场红利显现，内容平台逐渐崛起

此外，不少国外旅游局也对国内进行内容输出，出境游也逐渐成为国内消费者重要选择之一。例如，斐济旅游局在微信、微信视频号、微博、小红书、抖音等都开通官方账号，并设有专业团队来负责运营，其负责人沈俐说道：“新媒体渠道在中国市场推广中扮演着非常重要的角色，它们为我们提供了与潜在游客互动的机会，也让我们更好地了解他们的需求和反馈，未来我们将继续加大对新媒体的投入，不断提升推广效果。”。

瑞士旅游局负责人常典娜表示，瑞士已经开始为2024年甚至2025年的中国市场制定宣传推广计划，需要重新建立与中国业者的联系，扩展网络，并且在业内培训新的联系人，今年四季度，瑞士还将组织一次媒体&同业考察团，开启冬季推广，让媒体及业者亲临瑞士，体验不同主题旅行，包括艺术、文化及火车之旅，把最真实旅行感受及产品带给更多中国的游客，并努力朝2024年努力，希望届时市场可以恢复常态。

在航班方面，自2023年3月以来，多家航空公司宣布陆续恢复及增开多条国际航线。例如，东航陆续新增莫斯科、仰光、胡志明市、暹粒、新加坡、雅加达等国际航线，加密万象、仰光、达卡等国际航线至每天一班；国航新加坡、迪拜、雅加达航线近日新增多个航班。

#### 国际航班恢复情况

##### 航空公司名称

##### 航班恢复情况

##### 东方航空

3月以来，东航陆续新增莫斯科、仰光、胡志明市、暹粒、新加坡、雅加达等国际航线，加

密万象、仰光、达卡等国际航线至每天一班

中国航空

3月以来，国航新加坡、迪拜、雅加达航线近日新增多个航班

南方航空

3月13日起，南航计划复航广州-乌鲁木齐-巴库往返航线，该航线是恢复的首条中国通往阿塞拜疆的航线，也是中阿两国唯一的通航航线

海南航空

截至3月，海南航空已恢复、新开运营北京—布鲁塞尔、北京—莫斯科、北京—贝尔格莱德、北京—柏林、北京—曼彻斯特、北京—曼谷、北京—圣彼得堡、北京—特拉维夫、上海—特拉维夫、重庆—罗马、重庆—马德里、深圳—温哥华、大连—东京、大连—首尔、海口—中国香港、哈尔滨—哈巴罗夫斯克国际及地区往返客运航线，另有广州—普吉、深圳—金边、海口—曼谷、北京—台北即将开始运营

山东航空

目前，山东航空每一周执行两班济南—中国香港航班，随着政策不断优化，山航将持续增加航班执行频次。此外，山航目前运营济南—东京、青岛—大阪、济南—首尔、青岛—首尔、厦门—雅加达等国际航线，并将在3月底的民航夏秋换季后增开更多国际及地区航线，为旅客出入境旅行带来方便

韩亚航空

2023年3月，韩亚航空共运营15班中韩直飞航班，旅客可从深圳、广州、长春、杭州、延吉、青岛、西安、哈尔滨、上海、天津、成都、北京、南京13座城市往返韩国，经韩国转机前往第三国

资料来源：观研天下整理

据国家移民管理局，2023年中秋国庆假期全国边检机关共查验出入境人员1181.8万人次，日均147.7万人次，较去年同期增长约2.9倍，是2019年同期的85.1%。携程数据也显示，假期期间出境游订单同比增长超8倍。

## 6、总结

综上所述，我国旅游业进入“理性繁荣周期”。同时，在渠道方面，虽然OTA仍是承接旅游业需求的主流渠道，但行业进入存量竞争时代，抖音、小红书等内容平台凭借着丰富的旅游内容和用户规模而逐渐崛起，携程等老牌企业已被劲敌环伺，未来或将对OTA构成实质威胁。

(WYD)

注：上述信息仅供参考，具体内容请以报告正文为准。

观研报告网发布的《中国旅游行业发展趋势研究与未来投资预测报告（2023-2030年）》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，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。

行业报告是业内企业、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。

## 【目录大纲】

### 第一章 2019-2023年中国旅游行业发展概述

#### 第一节 旅游行业发展情况概述

- 一、旅游行业相关定义
- 二、旅游特点分析
- 三、旅游行业基本情况介绍
- 四、旅游行业经营模式
  - 1、生产模式
  - 2、采购模式
  - 3、销售/服务模式
- 五、旅游行业需求主体分析

#### 第二节 中国旅游行业生命周期分析

- 一、旅游行业生命周期理论概述
- 二、旅游行业所属的生命周期分析

#### 第三节 旅游行业经济指标分析

- 一、旅游行业的赢利性分析
- 二、旅游行业的经济周期分析
- 三、旅游行业附加值的提升空间分析

### 第二章 2019-2023年全球旅游行业市场发展现状分析

#### 第一节 全球旅游行业发展历程回顾

#### 第二节 全球旅游行业市场规模与区域分布情况

#### 第三节 亚洲旅游行业地区市场分析

- 一、亚洲旅游行业市场现状分析



## 二、亚洲旅游行业市场规模与市场需求分析

### 三、亚洲旅游行业市场前景分析

#### 第四节北美旅游行业地区市场分析

##### 一、北美旅游行业市场现状分析

##### 二、北美旅游行业市场规模与市场需求分析

##### 三、北美旅游行业市场前景分析

#### 第五节欧洲旅游行业地区市场分析

##### 一、欧洲旅游行业市场现状分析

##### 二、欧洲旅游行业市场规模与市场需求分析

##### 三、欧洲旅游行业市场前景分析

#### 第六节 2023-2030年世界旅游行业分布走势预测

#### 第七节 2023-2030年全球旅游行业市场规模预测

## 第三章 中国旅游行业产业发展环境分析

### 第一节我国宏观经济环境分析

### 第二节我国宏观经济环境对旅游行业的影响分析

### 第三节中国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

#### 三、主要行业标准

### 第四节政策环境对旅游行业的影响分析

### 第五节中国旅游行业产业社会环境分析

## 第四章 中国旅游行业运行情况

### 第一节中国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

### 第二节中国旅游行业市场规模分析

#### 一、影响中国旅游行业市场规模的因素

#### 二、中国旅游行业市场规模

#### 三、中国旅游行业市场规模解析

### 第三节中国旅游行业供应情况分析

#### 一、中国旅游行业供应规模

#### 二、中国旅游行业供应特点

#### 第四节中国旅游行业需求情况分析

##### 一、中国旅游行业需求规模

##### 二、中国旅游行业需求特点

#### 第五节中国旅游行业供需平衡分析

### 第五章 中国旅游行业产业链和细分市场分析

#### 第一节中国旅游行业产业链综述

##### 一、产业链模型原理介绍

##### 二、产业链运行机制

##### 三、旅游行业产业链图解

#### 第二节中国旅游行业产业链环节分析

##### 一、上游产业发展现状

##### 二、上游产业对旅游行业的影响分析

##### 三、下游产业发展现状

##### 四、下游产业对旅游行业的影响分析

#### 第三节我国旅游行业细分市场分析

##### 一、细分市场一

##### 二、细分市场二

### 第六章 2019-2023年中国旅游行业市场竞争分析

#### 第一节中国旅游行业竞争现状分析

##### 一、中国旅游行业竞争格局分析

##### 二、中国旅游行业主要品牌分析

#### 第二节中国旅游行业集中度分析

##### 一、中国旅游行业市场集中度影响因素分析

##### 二、中国旅游行业市场集中度分析

#### 第三节中国旅游行业竞争特征分析

##### 一、企业区域分布特征

##### 二、企业规模分布特征

##### 三、企业所有制分布特征

### 第七章 2019-2023年中国旅游行业模型分析

#### 第一节中国旅游行业竞争结构分析（波特五力模型）

##### 一、波特五力模型原理

##### 二、供应商议价能力

三、购买者议价能力

四、新进入者威胁

五、替代品威胁

六、同业竞争程度

七、波特五力模型分析结论

第二节中国旅游行业SWOT分析

一、SOWT模型概述

二、行业优势分析

三、行业劣势

四、行业机会

五、行业威胁

六、中国旅游行业SWOT分析结论

第三节中国旅游行业竞争环境分析（PEST）

一、PEST模型概述

二、政策因素

三、经济因素

四、社会因素

五、技术因素

六、PEST模型分析结论

第八章 2019-2023年中国旅游行业需求特点与动态分析

第一节中国旅游行业市场动态情况

第二节中国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

第三节旅游行业成本结构分析

第四节旅游行业价格影响因素分析

一、供需因素

二、成本因素

三、其他因素

第五节中国旅游行业价格现状分析

第六节中国旅游行业平均价格走势预测

一、中国旅游行业平均价格趋势分析

## 二、中国旅游行业平均价格变动的影响因素

### 第九章 中国旅游行业所属行业运行数据监测

#### 第一节 中国旅游行业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 中国旅游行业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 中国旅游行业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

### 第十章 2019-2023年中国旅游行业区域市场现状分析

#### 第一节 中国旅游行业区域市场规模分析

##### 一、影响旅游行业区域市场分布的因素

##### 二、中国旅游行业区域市场分布

#### 第二节 中国华东地区旅游行业市场分析

##### 一、华东地区概述

##### 二、华东地区经济环境分析

##### 三、华东地区旅游行业市场分析

###### (1) 华东地区旅游行业市场规模

###### (2) 华南地区旅游行业市场现状

###### (3) 华东地区旅游行业市场规模预测

#### 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、华中地区旅游行业市场分析

###### (1) 华中地区旅游行业市场规模

###### (2) 华中地区旅游行业市场现状

### (3) 华中地区旅游行业市场规模预测

#### 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、华南地区旅游行业市场分析

###### (1) 华南地区旅游行业市场规模

###### (2) 华南地区旅游行业市场现状

###### (3) 华南地区旅游行业市场规模预测

#### 第五节 华北地区旅游行业市场分析

##### 一、华北地区概述

##### 二、华北地区经济环境分析

##### 三、华北地区旅游行业市场分析

###### (1) 华北地区旅游行业市场规模

###### (2) 华北地区旅游行业市场现状

###### (3) 华北地区旅游行业市场规模预测

#### 第六节 东北地区市场分析

##### 一、东北地区概述

##### 二、东北地区经济环境分析

##### 三、东北地区旅游行业市场分析

###### (1) 东北地区旅游行业市场规模

###### (2) 东北地区旅游行业市场现状

###### (3) 东北地区旅游行业市场规模预测

#### 第七节 西南地区市场分析

##### 一、西南地区概述

##### 二、西南地区经济环境分析

##### 三、西南地区旅游行业市场分析

###### (1) 西南地区旅游行业市场规模

###### (2) 西南地区旅游行业市场现状

###### (3) 西南地区旅游行业市场规模预测

#### 第八节 西北地区市场分析

##### 一、西北地区概述

##### 二、西北地区经济环境分析

##### 三、西北地区旅游行业市场分析

###### (1) 西北地区旅游行业市场规模

###### (2) 西北地区旅游行业市场现状

### (3) 西北地区旅游行业市场规模预测

#### 第十一章 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、运营情况

###### 1、主要经济指标情况

###### 2、企业盈利能力分析

###### 3、企业偿债能力分析

###### 4、企业运营能力分析

###### 5、企业成长能力分析

###### 四、公司优势分析

##### 第二节 企业

###### 一、企业概况

###### 二、主营产品

###### 三、运营情况

###### 四、公司优劣势分析

##### 第三节 企业

###### 一、企业概况

###### 二、主营产品

###### 三、运营情况

###### 四、公司优势分析

##### 第四节 企业

###### 一、企业概况

###### 二、主营产品

###### 三、运营情况

###### 四、公司优势分析

##### 第五节 企业

###### 一、企业概况

###### 二、主营产品

###### 三、运营情况

###### 四、公司优势分析

##### 第六节 企业

###### 一、企业概况

## 二、主营产品

## 三、运营情况

## 四、公司优势分析

### 第七节 企业

#### 一、企业概况

#### 二、主营产品

#### 三、运营情况

#### 四、公司优势分析

### 第八节 企业

#### 一、企业概况

#### 二、主营产品

#### 三、运营情况

#### 四、公司优势分析

### 第九节 企业

#### 一、企业概况

#### 二、主营产品

#### 三、运营情况

#### 四、公司优势分析

### 第十节 企业

#### 一、企业概况

#### 二、主营产品

#### 三、运营情况

#### 四、公司优势分析

## 第十二章 2023-2030年中国旅游行业发展前景分析与预测

### 第一节 中国旅游行业未来发展前景分析

#### 一、旅游行业国内投资环境分析

#### 二、中国旅游行业市场机会分析

#### 三、中国旅游行业投资增速预测

### 第二节 中国旅游行业未来发展趋势预测

### 第三节 中国旅游行业规模发展预测

#### 一、中国旅游行业市场规模预测

#### 二、中国旅游行业市场规模增速预测

#### 三、中国旅游行业产值规模预测

#### 四、中国旅游行业产值增速预测

## 五、中国旅游行业供需情况预测

### 第四节中国旅游行业盈利走势预测

## 第十三章 2023-2030年中国旅游行业进入壁垒与投资风险分析

### 第一节中国旅游行业进入壁垒分析

#### 一、旅游行业资金壁垒分析

#### 二、旅游行业技术壁垒分析

#### 三、旅游行业人才壁垒分析

#### 四、旅游行业品牌壁垒分析

#### 五、旅游行业其他壁垒分析

### 第二节旅游行业风险分析

#### 一、旅游行业宏观环境风险

#### 二、旅游行业技术风险

#### 三、旅游行业竞争风险

#### 四、旅游行业其他风险

### 第三节中国旅游行业存在的问题

### 第四节中国旅游行业解决问题的策略分析

## 第十四章 2023-2030年中国旅游行业研究结论及投资建议

### 第一节观研天下中国旅游行业研究综述

#### 一、行业投资价值

#### 二、行业风险评估

### 第二节中国旅游行业进入策略分析

#### 一、行业目标客户群体

#### 二、细分市场选择

#### 三、区域市场的选择

### 第三节 旅游行业营销策略分析

#### 一、旅游行业产品策略

#### 二、旅游行业定价策略

#### 三、旅游行业渠道策略

#### 四、旅游行业促销策略

### 第四节观研天下分析师投资建议