

2021年中国旅游行业分析报告- 市场规模与投资战略研究

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《2021年中国旅游行业分析报告-市场规模与投资战略研究》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/543691543691.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

旅游业，国际上称为旅游产业，是凭借旅游资源和设施，专门或者主要从事招徕、接待游客、为其提供交通、游览、住宿、餐饮、购物、文娱等六个环节的综合性行业。

根据文旅部数据显示，2011-2019年我国旅游人数接待规模保持稳定的增长，从2011年的26.41亿人次增长到2019年的60.06亿人次，年增长率为10.96%，逐渐成为经济增长的重要引擎；进入2020年，在疫情影响下，我国旅游业市场低迷，处于“疫市共存”状态，旅游人数28.79亿人次，比上年同期减少30.22亿人次，下降52.1%，旅游收入2.23万亿元，比上年同期减少3.50万亿元，下降61.1%。

2011-2020年我国旅游人数及增长情况 数据来源：文旅部

2011-2020年我国旅游总收入及增长情况 数据来源：文旅部

不过，疫情也给旅游业带来了改变。比如，疫情改变了消费者的消费行为，无接触度假、近郊游成为了近期的热点，“自助游”和“免接触”走俏。根据相关资料调查结果显示，2020年消费者选择自驾游的人数占比达到71.5%，独家小团游的消费者人数占比为65.5%，而传统的跟团游仅占11%。

2020年消费者对旅游方式选择情况 数据来源：文旅部

而且，针对疫情影响，我国旅游业相关企业可以在游客体验、跨界零售、智能旅游服务、智能运营和未来系统五个方向制定相关的活动来突破困难，并且目前国内有一些企业通过相关活动成功突破疫情困难，比如云南省与腾讯合作开发的“数字云南”就是企业成功整合游客线下线上旅游体验的典范，东航推出了“周末随心飞”通票，客户可以3322元的价格享受全年剩余时间内不限次的周末航班。

我国旅游业五大发展方向、策略及相应企业案例

发展方向

具体策略

相应企业案例

游客体验：借助新技术满足新需求

旅行期间，消费者必将对其获得的一站式体验有着更高期望，尤其是在健康和安全方面。旅游公司可利用5G和虚拟现实（VR）等技术，在无需额外人员接触的情况下，为旅客提供真实与虚拟环境相结合的增强体验

云南省与腾讯合作开发的“数字云南”就是企业成功整合游客线下线上旅游体验的典范。这款APP满足了人群自助旅游的愿望，通过提供必要的信息来帮助他们制定旅行计划，而无需与

他人直接交流互动

跨界零售：建立或重塑价值主张

无论旅游需求回升至何种程度，企业都需富有创造性地思考如何吸引客户参与品牌互动，最终促其完成购买。除此之外，企业还需考虑如何重组现有产品，以及探索新的消费商机，通过调整自身价值主张，提高现有客户的忠诚度。同时，企业还可探索建立跨行业合作生态，以创造新的需求

携程把握住了风头正劲的直播浪潮，多次邀请携程网集团董事长梁建章身着中国传统服饰出境互动，并利用娱乐化的内容吸引平台用户购买旅游产品。在6月的一次直播中，世茂酒店与携程双BOSS组合在一小时内就斩获了2700万元的销售额。2020年第一季度，金陵饭店集团在其位于南京的七家酒店推出了送餐服务，通过改造餐饮服务和重新部署前线员工，集团在短短22天内实现了840万元营收

智能服务：利用数据支持业务和运营战略

旅游企业不能仅仅局限于过去对客户行为的认知。而应充分利用数据分析工具来获取必要的真知灼见，了解客户需求，并据此构建自己的产品

东航便利用分析技术挖掘了一个新机遇：周末旅行。基于这一洞察，公司设计并推出了“周末随心飞”通票，客户可以3322元的价格享受全年剩余时间内不限次的周末航班。仅仅两个周末，就有超过15万人使用了这一通票，并引得竞争对手争相效仿，充分显示了该产品的成功

智能运营：降本举措提高运营效率

而在“市场低迷”情境下，鉴于收入无法回升，企业应全力以赴，采取积极的降本举措。这意味着需通过外包来精简业务流程，减少固定员工岗位数，从而降低人工成本。借助这些措施，企业可在保持正常运维能力的情况下，中短期内维持自身运营

阿里巴巴未来酒店FlyZoo Hotel（菲住布渴）已成功实现酒店前端服务自动化。凭借这些服务，游客可通过APP和人工智能（AI）面部识别享受无缝入住体验。此外，游客还可通过语音AI和机器人订购客房服务，并利用发票机办理退房。借助这些技术，未来酒店可将其“员工顾客比”降至0.5，远低于传统酒店的2.0

未来系统：提高敏捷性和运营效率

在“强劲复苏”或“疫市共存”情境下，人们的旅行需求将逐步回归，预计数字平台端的活动会激增。因此，将业务迁移至云架构，将有助于企业应对这一流量增加。而在“市场低迷”情境下，可扩展性和敏捷性对于企业生存至关重要。在此情况下，向云端迁移并非重点。相反，企业应全面改造核心系统和基础设施，使自身具备应对高波动性的能力，同时实现企业长期存续所需的重大成本节约。数据来源：观研天下整理（WYD）

观研报告网发布的《2021年中国旅游行业分析报告-市场规模与投资战略研究》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。

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。

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。

【目录大纲】

第一章 2017-2021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、旅游行业基本情况介绍
- 三、旅游行业发展特点分析
- 四、旅游行业经营模式
 - 1、生产模式
 - 2、采购模式
 - 3、销售模式
- 五、旅游行业需求主体分析

第二节 中国旅游行业上下游产业链分析

- 一、产业链模型原理介绍
- 二、旅游行业产业链条分析

三、产业链运行机制

（1）沟通协调机制

（2）风险分配机制

（3）竞争协调机制

四、中国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

第四节 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

第五节 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

第二章 2017-2021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 2021-2026年世界旅游行业分布走势预测

第七节 2021-2026年全球旅游行业市场规模预测

第三章 中国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

1、行业技术发展现状

2、行业技术专利情况

3、技术发展趋势分析

三、行业发展特点分析

第二节 中国旅游行业市场规模分析

第三节 中国旅游行业供应情况分析

第四节 中国旅游行业需求情况分析

第五节 我国旅游行业进出口形势分析

1、进口形势分析

2、出口形势分析

3、进出口价格对比分析

第六节、我国旅游行业细分市场分析

1、细分市场一

2、细分市场二

3、其它细分市场

第七节 中国旅游行业供需平衡分析

第八节 中国旅游行业发展趋势分析

第五章 中国旅游所属行业运行数据监测

第一节 中国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 2017-2021年中国旅游市场格局分析

第一节 中国旅游行业竞争现状分析

一、中国旅游行业竞争情况分析

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 中国旅游行业存在的问题

第四节 中国旅游行业解决问题的策略分析

第五节 中国旅游行业钻石模型分析

- 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 2017-2021年中国旅游行业需求特点与动态分析

第一节 中国旅游行业消费市场动态情况

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、渠道因素
- 四、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、中国旅游行业价格影响因素
- 二、中国旅游行业平均价格走势预测
- 三、中国旅游行业平均价格增速预测

第八章 2017-2021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布

第二节 中国华东地区旅游市场分析

- 一、华东地区概述
- 二、华东地区经济环境分析
- 三、华东地区旅游市场规模分析
- 四、华东地区旅游市场规模预测

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、华中地区旅游市场规模分析

四、华中地区旅游市场规模预测

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、华南地区旅游市场规模分析

四、华南地区旅游市场规模预测

第九章 2017-2021年中国旅游行业竞争情况

第一节 中国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 中国旅游行业SCP分析

一、理论介绍

二、SCP范式

三、SCP分析框架

第三节 中国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 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、公司优劣势分析

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、公司优劣势分析

第四节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优劣势分析

第五节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优劣势分析

第十一章 2021-2026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 中国旅游行业市场发展预测

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

- 一、中国旅游行业毛利润同比增速预测
- 二、中国旅游行业利润总额同比增速预测

第十二章 2021-2026年中国旅游行业投资风险与营销分析

第一节 旅游行业投资风险分析

- 一、旅游行业政策风险分析
- 二、旅游行业技术风险分析
- 三、旅游行业竞争风险分析
- 四、旅游行业其他风险分析

第二节 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年中国旅游行业发展战略及规划建议

第一节 中国旅游行业品牌战略分析

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

第二节 中国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年中国旅游行业发展策略及投资建议

第一节 中国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 中国旅游行业营销渠道策略

一、旅游行业渠道选择策略

二、旅游行业营销策略

第三节 中国旅游行业价格策略

第四节 观研天下行业分析师投资建议

一、中国旅游行业重点投资区域分析

二、中国旅游行业重点投资产品分析

图表详见报告正文

更多好文每日分享，欢迎关注公众号

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/lyyou/543691543691.html>