

2020年中国旅游市场分析报告- 市场规模现状与发展规划趋势

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年中国旅游市场分析报告-市场规模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/374306374306.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

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（www）

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年中国旅游市场分析报告-市场规模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

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、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 2017-2020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 欧盟旅游行业地区市场分析

一、欧盟旅游行业市场现状分析

二、欧盟旅游行业市场规模与市场需求分析

三、欧盟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
- 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 中国旅游行业供需平衡分析

第六节 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 2017-2020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分析

二、中国旅游行业企业集中度分析

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 2017-2020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 2017-2020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、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

四、旅游行业其他风险分析

第二节 旅游行业企业经营发展分析及建议

一、旅游行业经营模式

二、旅游行业销售模式

三、旅游行业创新方向

第三节 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 中国旅游行业定价策略分析

第三节 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

第四节 中国旅游行业价格策略

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/lyou/374306374306.html>