

2021年中国红色旅游市场分析报告- 市场规模现状与发展趋势分析

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《2021年中国红色旅游市场分析报告-市场规模现状与发展趋势分析》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/lvyou/537718537718.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

作为一项社会系统工程，红色旅游是伴随中国旅游业逐步发展的一种特色主题旅游，是具有政治、经济、文化、社会和生态多重意义的带有中国特色的一项新创造。近年来，随着国家政策利好不断，全国红色旅游投资增速不断提高，接待人数高速增长，红色旅游已成为文旅融合的新焦点，文旅产业的重要板块。

随着我国旅游热度的提升，红色旅游越来越受到游客青睐。2010年我国红色旅游人数4.3亿人，占当年旅游总人数的20.45%，至2017年，我国红色旅游接待游客数13.24亿人，占全国游客数的26.39%。2010-2017年年均复合增长率超过17.38%。预计到2020年，我国红色旅游人数超过15亿人。

2010-2020年中国红色旅游人数及国内旅游人数占比 数据来源：公开资料整理

一、供应商的议价能力

红色旅游行业的供应商主要包括导游、旅行社、交通、餐饮、红色景区等行业。从旅行社方面来看，旅行社整体竞争激烈，大中型旅行社依靠产品、服务或资本优势，向上下游产业链延伸打造全产业链的经营模式，在线上旅行服务平台和中大型旅行社的夹击下，中小旅行社生存状况不容乐观，势必有一部分无法跟上时代潮流的中小旅行社被市场淘汰，整体来看议价能力不强。

从交通方面看，交通运输都是由国家交通部规划投资，占领绝对的主导权。2017年8月，交通运输部印发的《全国红色旅游公路规划(2017—2020年)》显示，至2020年筛选确定的126个红色旅游公路项目涉及28个省(区、市)，建设总里程约2442公里。

2017—2020年中国红色旅游公路规划 数据来源：公开资料整理

二、购买者的议价能力

作为旅游业,其买方就是来旅游的顾客,即游客。游客可根据自己经济实力、爱好需求及时间安排来选择旅游产品，议价能力较强。而且我国红色旅游缺乏充分展示不同旧址的特定文化内涵,对游客的吸引力较差,使游客呈现出老年人多、青年人少、国内多、国外少的特点,客源市场有很大的局限性。

随着消费水平提升，购买者在旅游方面的消费支出也有所提升。2019年全年国内游客60.1亿人次，比上年增长8.4%；国内旅游收入57251亿元，增长11.7%。入境游客14531万人次，增长2.9%。国际旅游收入1313亿美元，增长3.3%。国内居民出境16921万人次，增长4.5%。

2019年中国旅游消费支出水平 数据来源：公开资料整理

三、新进入者的威胁

由于旅游行业进入的门槛不高,吸引了很多新进入者,但是红色旅游不同于一般性质的旅游活动,它是专项的旅游活动。红色旅游是以中国共产党领导人民在革命和战争时期建树丰功伟绩所形成的纪念地、标志物为载体,以其所承载的革命历史、革命事迹和革命精神为内

涵,组织接待旅游者开展缅怀学习、参观游览的主题性旅游活动。从其界定上,我们可以看出红色旅游具有政治性,是由政府主导的特殊旅游活动,这样对新进入者的门槛就加高了。

四、替代品的威胁

对于红色旅游行业,其替代品是其它类型的旅游行业或是娱乐休闲活动。为确保本行业在市场上的有利竞争地位,常常需要本行业所有企业采取共同措施和集体行动。我国红色旅游在开展经营活动时,抓住本行业本产品或服务的特色,突出其具有政治教育、经济发展和文化传播的三大社会功能,因此其它类型的旅游行业或是娱乐休闲活动对红色旅游的替代威胁不大。

五、同业竞争者的竞争程度

全国有很多红色旅游景区,存在许多开发红色旅游的竞争者。比如,我国开展红色旅游从打造100个“红色旅游经典景区”入手,通过统筹规划、整合资源和基础设施建设,重点推出30条“红色旅游精品线路”,着力培育12个“重点红色旅游区”,形成全国红色旅游发展大格局。我国各地的红色旅游景区面临诸多实力强的竞争者,而如何发挥自己的竞争力,需要打出自己的品牌,创出自己的特色,吸进更多的旅游者。

中国十二个重点红色旅游景区

序号

景区

1

沪浙红色旅游区

2

湘赣闽红色旅游区

3

左右江红色旅游区

4

黔北黔西红色旅游区

5

雪山草地红色旅游区

6

陕甘宁红色旅游区

7

东北红色旅游区

8

鲁苏皖红色旅游区

9

大别山红色旅游区

10

太行山红色旅游区

11

川陕渝红色旅游区

12

京津冀红色旅游区数据来源：公开资料整理

北京、吉安、上海、延安、西安、嘉兴、绍兴、南京、长春、银川，是全国最受旅游者欢迎的红色旅游目的地。这些城市的红色旅游景点密集，红色主题相关活动较多，对于红色文化的挖掘一直在更新迭代。

红色旅游目的地TOP10

排名

城市

1

北京

2

吉安

3

上海

4

延安

5

西安

6

嘉兴

7

绍兴

8

南京

9

长春

10

银川数据来源：公开资料整理（TF）

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。《2021年中国红色旅游市场分析报告-市场规模现状与发展趋势分析》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年中国红色旅游行业发展概述

第一节 红色旅游行业发展情况概述

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

第二节 中国红色旅游行业上下游产业链分析

- 一、产业链模型原理介绍
- 二、红色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、中国红色旅游行业产业链环节分析

1、上游产业

2、下游产业

第三节 中国红色旅游行业生命周期分析

一、红色旅游行业生命周期理论概述

二、红色旅游行业所属的生命周期分析

第四节 红色旅游行业经济指标分析

一、红色旅游行业的赢利性分析

二、红色旅游行业的经济周期分析

三、红色旅游行业附加值的提升空间分析

第五节 中国红色旅游行业进入壁垒分析

一、红色旅游行业资金壁垒分析

二、红色旅游行业技术壁垒分析

三、红色旅游行业人才壁垒分析

四、红色旅游行业品牌壁垒分析

五、红色旅游行业其他壁垒分析

第二章 2017-2020年全球红色旅游行业市场发展现状分析

第一节 全球红色旅游行业发展历程回顾

第二节 全球红色旅游行业市场区域分布情况

第三节 亚洲红色旅游行业地区市场分析

一、亚洲红色旅游行业市场现状分析

二、亚洲红色旅游行业市场规模与市场需求分析

三、亚洲红色旅游行业市场前景分析

第四节 北美红色旅游行业地区市场分析

一、北美红色旅游行业市场现状分析

二、北美红色旅游行业市场规模与市场需求分析

三、北美红色旅游行业市场前景分析

第五节 欧洲红色旅游行业地区市场分析

一、欧洲红色旅游行业市场现状分析

二、欧洲红色旅游行业市场规模与市场需求分析

三、欧洲红色旅游行业市场前景分析

第六节 2021-2026年世界红色旅游行业分布走势预测

第七节 2021-2026年全球红色旅游行业市场规模预测

第三章 中国红色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、全社会消费品红色旅游总额

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 中国红色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 中国红色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 中国红色旅游行业运行情况

第一节 中国红色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 中国红色旅游行业市场规模分析

第三节 中国红色旅游行业供应情况分析

第四节 中国红色旅游行业需求情况分析

第五节 我国红色旅游行业细分市场分析

一、细分市场一

二、细分市场二

三、其它细分市场

第六节 中国红色旅游行业供需平衡分析

第七节 中国红色旅游行业发展趋势分析

第五章 中国红色旅游所属行业运行数据监测

第一节 中国红色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 中国红色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 中国红色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年中国红色旅游市场格局分析

第一节 中国红色旅游行业竞争现状分析

一、中国红色旅游行业竞争情况分析

二、中国红色旅游行业主要品牌分析

第二节 中国红色旅游行业集中度分析

一、中国红色旅游行业市场集中度影响因素分析

二、中国红色旅游行业市场集中度分析

第三节 中国红色旅游行业存在的问题

第四节 中国红色旅游行业解决问题的策略分析

第五节 中国红色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 2017-2020年中国红色旅游行业需求特点与动态分析

第一节 中国红色旅游行业消费市场动态情况

第二节 中国红色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 红色旅游行业成本结构分析

第四节 红色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 中国红色旅游行业价格现状分析

第六节 中国红色旅游行业平均价格走势预测

一、中国红色旅游行业价格影响因素

二、中国红色旅游行业平均价格走势预测

三、中国红色旅游行业平均价格增速预测

第八章 2017-2020年中国红色旅游行业区域市场现状分析

第一节 中国红色旅游行业区域市场规模分布

第二节 中国华东地区红色旅游市场分析

一、华东地区概述

二、华东地区经济环境分析

三、华东地区红色旅游市场规模分析

四、华东地区红色旅游市场规模预测

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、华中地区红色旅游市场规模分析

四、华中地区红色旅游市场规模预测

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、华南地区红色旅游市场规模分析

四、华南地区红色旅游市场规模预测

第九章 2017-2020年中国红色旅游行业竞争情况

第一节 中国红色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 中国红色旅游行业SCP分析

一、理论介绍

二、SCP范式

三、SCP分析框架

第三节 中国红色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 红色旅游行业企业分析（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年中国红色旅游行业发展前景分析与预测

第一节 中国红色旅游行业未来发展前景分析

- 一、红色旅游行业国内投资环境分析
- 二、中国红色旅游行业市场机会分析
- 三、中国红色旅游行业投资增速预测

第二节 中国红色旅游行业未来发展趋势预测

第三节 中国红色旅游行业市场发展预测

- 一、中国红色旅游行业市场规模预测
- 二、中国红色旅游行业市场规模增速预测
- 三、中国红色旅游行业产值规模预测
- 四、中国红色旅游行业产值增速预测
- 五、中国红色旅游行业供需情况预测

第四节 中国红色旅游行业盈利走势预测

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

第十二章 2021-2026年中国红色旅游行业投资风险与营销分析

第一节 红色旅游行业投资风险分析

- 一、红色旅游行业政策风险分析

二、红色旅游行业技术风险分析

三、红色旅游行业竞争风险分析

四、红色旅游行业其他风险分析

第二节 红色旅游行业应对策略

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年中国红色旅游行业发展战略及规划建议

第一节 中国红色旅游行业品牌战略分析

一、红色旅游企业品牌的重要性

二、红色旅游企业实施品牌战略的意义

三、红色旅游企业品牌的现状分析

四、红色旅游企业的品牌战略

五、红色旅游品牌战略管理的策略

第二节 中国红色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 中国红色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

第四节 红色旅游行业竞争力提升策略

一、红色旅游行业产品差异性策略

二、红色旅游行业个性化服务策略

三、红色旅游行业的促销宣传策略

四、红色旅游行业信息智能化策略

五、红色旅游行业品牌化建设策略

六、红色旅游行业专业化治理策略

第十四章 2021-2026年中国红色旅游行业发展策略及投资建议

第一节 中国红色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 中国红色旅游行业营销渠道策略

一、红色旅游行业渠道选择策略

二、红色旅游行业营销策略

第三节 中国红色旅游行业价格策略

第四节 观研天下行业分析师投资建议

一、中国红色旅游行业重点投资区域分析

二、中国红色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/537718537718.html>