

2022年中国特色旅游行业分析报告- 行业发展监测与投资潜力分析

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《2022年中国特色旅游行业分析报告-行业发展监测与投资潜力分析》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://www.chinabaogao.com/baogao/202201/568446.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

特色旅游是旅游内涵延伸的新形式，在我国旅游业大发展的同时，各类旅游形式正竞相发展。这其中以常规旅游为主要形式，而特色旅游亦在悄然兴起，并有蓬勃发展的势头。

特色旅游有别于观光旅游、度假旅游等常规旅游项目的主要特征，在于它的旅游生态环境和文化环境的原始自然性，旅游项目和线路的新奇探险性，旅游形式的自主参与性。

数据来源：观研天下整理

随着旅游者审美层次的提高以及社会经济文化水平的发展，特色旅游产业蓬勃发展，并且在旅游业中的作用和影响也越发充分地表现出来。

特色旅游的功能

功能

释义

产品功能

特色旅游产品的发展，可满足有特殊偏好的旅游者的需求，同时与常规旅游产品不同，在产品开发系列上，特色旅游属于先导性产品，对其他旅游产品的开发有着示范和引导的功能。在旅游产业的链条中，旅游产品是连接经营者与旅游者的媒介，经营者要靠旅游产品吸引旅游者，旅游者通过旅游产品实现消费愿望，旅游产品是提高旅游产业水平的纽带和桥梁之一。特色旅游所具有的在产业结构中的先导性和牵引力，显示了它对整个旅游业的发展具有重要意义

经济功能

特色旅游虽然前期投入成本较高，但是它的独占性和内在价值决定了它同样是一种高附加值的旅游产品，可以给经营者、开发者以较高的回报。开发特色旅游产品不仅是旅行社参与竞争的有效手段，提高整体旅游消费水平的增加，刺激国家旅游外汇收入的增长，对产品的独占程度比常规旅游产品高得多

引导功能

特色旅游的开展，有益于常规旅游产品升级换代。这是因为,一方面，特色旅游消费特征特别强调发挥旅游者的能动性、主导性、参与性，强烈的现场感和在运动过程中的直接体验，属于“消费者主导型”产品，而常规旅游尽管也要考虑旅游者的需求，但本质上是“生产者主导型”产品。另一方面，特色旅游的消费特征反映了现代旅游者的消费倾向和潜在需求，其组织方式、运作形态的基本概念和思想在组织常规旅游产品时有借鉴价值

宣传功能

特色旅游活动受公众瞩目，是舆论兴奋点，实际上为旅游业作了不花钱的广告。特别是一些特色旅游活动经过边远和可进入性较差的地区，对于边远地区的宣传效益，即展示边远地区

的文化，引起各界的关注，提供向当地人民导入旅游文化的机会

数据来源：观研天下整理

从发展架构来看，我国特色旅游行业主要分为旅游吸引、休闲聚焦、商街及居住四个方面。
我国特色旅游发展架构

数据来源：观研天下整理

此外，近年来，有不少旅行社也纷纷开拓特色旅游业务，比如众信旅游开发海岛度假、游学系列、PADI潜水、艺术之旅、情侣/亲子/闺蜜游等项目，凯撒旅游开办健康、户外、体育、游学、滑雪、夏冬令营、亲子、夕阳红、蜜月游等系列主题。

我国部分旅行社开发特色旅游情况

旅行社

主题

凯撒旅游

健康、户外、体育、游学、滑雪、夏冬令营、亲子、夕阳红、蜜月游等系列主题

众信旅游

海岛度假、游学系列、PADI潜水、艺术之旅、情侣/亲子/闺蜜游

中青旅

户外、亲子、海岛度假、定制游

广之旅

温泉、滑雪、亲子、美食、徒步、定制游

数据来源：观研天下整理

数据来源：观研天下整理（WYD）

观研报告网发布的《2022年中国特色旅游行业分析报告-行业发展监测与投资潜力分析》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。

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2018-2022年中国特色旅游行业发展概述

第一节 特色旅游行业发展情况概述

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

第二节 中国特色旅游行业上下游产业链分析

- 一、产业链模型原理介绍
- 二、特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、中国特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 中国特色旅游行业生命周期分析

- 一、特色旅游行业生命周期理论概述
- 二、特色旅游行业所属的生命周期分析

第四节 特色旅游行业经济指标分析

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

第五节 中国特色旅游行业进入壁垒分析

- 一、特色旅游行业资金壁垒分析
- 二、特色旅游行业技术壁垒分析
- 三、特色旅游行业人才壁垒分析
- 四、特色旅游行业品牌壁垒分析
- 五、特色旅游行业其他壁垒分析

第二章2018-2022年全球特色旅游行业市场发展现状分析

第一节 全球特色旅游行业发展历程回顾

第二节 全球特色旅游行业市场区域分布情况

第三节 亚洲特色旅游行业地区市场分析

- 一、亚洲特色旅游行业市场现状分析
- 二、亚洲特色旅游行业市场规模与市场需求分析
- 三、亚洲特色旅游行业市场前景分析

第四节 北美特色旅游行业地区市场分析

- 一、北美特色旅游行业市场现状分析
- 二、北美特色旅游行业市场规模与市场需求分析
- 三、北美特色旅游行业市场前景分析

第五节 欧洲特色旅游行业地区市场分析

- 一、欧洲特色旅游行业市场现状分析
- 二、欧洲特色旅游行业市场规模与市场需求分析
- 三、欧洲特色旅游行业市场前景分析

第六节2022-2027年世界特色旅游行业分布走势预测

第七节2022-2027年全球特色旅游行业市场规模预测

第三章 中国特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、全社会消费品零售总额

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 中国特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 中国特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 中国特色旅游行业运行情况

第一节 中国特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 中国特色旅游行业市场规模分析

第三节 中国特色旅游行业供应情况分析

第四节 中国特色旅游行业需求情况分析

第五节 我国特色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

第六节 中国特色旅游行业供需平衡分析

第七节 中国特色旅游行业发展趋势分析

第五章 中国特色旅游所属行业运行数据监测

第一节 中国特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 中国特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 中国特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2018-2022年中国特色旅游市场格局分析

第一节 中国特色旅游行业竞争现状分析

一、中国特色旅游行业竞争情况分析

二、中国特色旅游行业主要品牌分析

第二节 中国特色旅游行业集中度分析

一、中国特色旅游行业市场集中度影响因素分析

二、中国特色旅游行业市场集中度分析

第三节 中国特色旅游行业存在的问题

第四节 中国特色旅游行业解决问题的策略分析

第五节 中国特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2018-2022年中国特色旅游行业需求特点与动态分析

第一节 中国特色旅游行业消费市场动态情况

第二节 中国特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 特色旅游行业成本结构分析

第四节 特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 中国特色旅游行业价格现状分析

第六节 中国特色旅游行业平均价格走势预测

一、中国特色旅游行业价格影响因素

二、中国特色旅游行业平均价格走势预测

三、中国特色旅游行业平均价格增速预测

第八章2018-2022年中国特色旅游行业区域市场现状分析

第一节 中国特色旅游行业区域市场规模分布

第二节 中国华东地区特色旅游市场分析

一、华东地区概述

二、华东地区经济环境分析

三、华东地区特色旅游市场规模分析

四、华东地区特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、华中地区特色旅游市场规模分析

四、华中地区特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、华南地区特色旅游市场规模分析

四、华南地区特色旅游市场规模预测

第五节 华北地区特色旅游市场分析

一、华北地区概述

二、华北地区经济环境分析

三、华北地区特色旅游市场规模分析

四、华北地区特色旅游市场规模预测

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、东北地区特色旅游市场规模分析
- 四、东北地区特色旅游市场规模预测

第七节 西部地区市场分析

- 一、西部地区概述
- 二、西部地区经济环境分析
- 三、西部地区特色旅游市场规模分析
- 四、西部地区特色旅游市场规模预测

第九章2018-2022年中国特色旅游行业竞争情况

第一节 中国特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 中国特色旅游行业SCP分析

- 一、理论介绍
- 二、SCP范式
- 三、SCP分析框架

第三节 中国特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 特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2022-2027年中国特色旅游行业发展前景分析与预测

第一节 中国特色旅游行业未来发展前景分析

一、特色旅游行业国内投资环境分析

二、中国特色旅游行业市场机会分析

三、中国特色旅游行业投资增速预测

第二节 中国特色旅游行业未来发展趋势预测

第三节 中国特色旅游行业市场发展预测

一、中国特色旅游行业市场规模预测

二、中国特色旅游行业市场规模增速预测

三、中国特色旅游行业产值规模预测

四、中国特色旅游行业产值增速预测

五、中国特色旅游行业供需情况预测

第四节 中国特色旅游行业盈利走势预测

一、中国特色旅游行业毛利润同比增速预测

二、中国特色旅游行业利润总额同比增速预测

第十二章2022-2027年中国特色旅游行业投资风险与营销分析

第一节 特色旅游行业投资风险分析

一、特色旅游行业政策风险分析

二、特色旅游行业技术风险分析

三、特色旅游行业竞争风险分析

四、特色旅游行业其他风险分析

第二节 特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2022-2027年中国特色旅游行业发展战略及规划建议

第一节 中国特色旅游行业品牌战略分析

一、特色旅游企业品牌的重要性

二、特色旅游企业实施品牌战略的意义

三、特色旅游企业品牌的现状分析

四、特色旅游企业的品牌战略

五、特色旅游品牌战略管理的策略

第二节 中国特色旅游行业市场的关键客户战略实施

一、实施关键客户战略的必要性

二、合理确立关键客户

三、对关键客户的营销策略

四、强化关键客户的管理

五、实施关键客户战略要重点解决的问题

第三节 中国特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

第十四章2022-2027年中国特色旅游行业发展策略及投资建议

第一节 中国特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 中国特色旅游行业营销渠道策略

- 一、特色旅游行业渠道选择策略
- 二、特色旅游行业营销策略

第三节 中国特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、中国特色旅游行业重点投资区域分析
- 二、中国特色旅游行业重点投资产品分析

图表详见报告正文

详细请访问：<http://www.chinabaogao.com/baogao/202201/568446.html>