

2019-2025年中国旅游市场 评估及投资前景分析报告

报告目录及图表目录

智研数据研究中心 编制

www.abaogao.com

一、报告报价

《2019-2025年中国旅游市场评估及投资前景分析报告》信息及时，资料详实，指导性强，具有独家，独到，独特的优势。旨在帮助客户掌握区域经济趋势，获得优质客户信息，准确、全面、迅速了解目前行业发展动向，从而提升工作效率和效果，是把握企业战略发展定位不可或缺的重要决策依据。

官方网站浏览地址：<http://www.abaogao.com/b/lvyou/224128P80N.html>

报告价格：印刷版：RMB 8000 电子版：RMB 8000 印刷版+电子版：RMB 8200

智研数据研究中心

订购电话：400-600-8596(免长话费) 010-80993963

海外报告销售：010-80993963

传真：010-60343813

Email：sales@abaogao.com

联系人：刘老师 谭老师 陈老师

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、说明、目录、图表目录

2016年全年旅游总收入预计达4.69万亿元，同比增长13.6%。其中，2016年全年国内旅游44.4亿人次，同比增长11%；国内旅游总收入3.9万亿元，同比增长14%。2012-2016中国旅游市场规模及增长速度走势2012-2018年中国在线旅游度假市场交易规模及渗透率走势

智研数据研究中心发布的《2019-2025年中国旅游市场评估及投资前景分析报告》共十五章。首先介绍了旅游行业市场发展环境、旅游整体运行态势等，接着分析了旅游行业市场运行的现状，然后介绍了旅游市场竞争格局。随后，报告对旅游做了重点企业经营状况分析，最后分析了旅游行业发展趋势与投资预测。您若想对旅游产业有个系统的了解或者想投资旅游行业，本报告是您不可或缺的重要工具。

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。

报告目录：

第一部分产业环境透视

第一章旅游行业发展综述

第一节旅游行业介绍

第二节旅游行业统计标准

一、统计部门和统计口径

二、行业主要统计方法介绍

三、行业涵盖数据种类介绍

第三节最近3-5年中国旅游行业经济指标分析

一、赢利性

二、成长速度

三、附加值的提升空间

四、进入壁垒 / 退出机制

五、风险性

六、行业周期

七、竞争激烈程度指标

第四节旅游行业产业链分析

- 一、产业链结构分析
- 二、主要环节的增值空间
- 三、与上下游行业之间的关联性
- 四、旅游行业相关产业分析
 - 1、旅游地产项目开发成本构成
 - 2、酒店行业发展状况及影响
 - 3、餐饮行业发展状况及影响
 - 4、旅游服务行业发展状况及影响
 - 5、电子商务行业发展状况及影响

第二章旅游行业市场环境及影响分析（PEST）

第一节旅游行业政治法律环境（P）

- 一、行业管理体制分析
- 二、行业主要政策
- 三、旅游行业标准
 - 1、《旅行社服务质量赔偿标准》
 - 2、《旅游景区质量等级评定与划分》
 - 3、《旅游饭店星级的划分及评定》
 - 4、《国家旅游局关于实施“旅游+互联网”行动计划的通知》
- 四、行业相关发展规划
 - 1、《“十三五”旅游业发展规划》
 - 2、《“十三五”全国旅游公共服务规划》
- 五、政策环境对行业的影响

第二节行业经济环境分析（E）

- 一、宏观经济形势分析
- 二、宏观经济环境对行业的影响分析

第三节行业社会环境分析（S）

- 一、旅游产业社会环境
- 二、社会环境对行业的影响
- 三、旅游产业发展对社会发展的影响

第四节行业技术环境分析（T）

- 一、技术嵌入及旅游产品开发

- 二、旅游技术发展水平
- 三、太空旅游技术已经成熟
- 四、旅行社信息化技术分析

第三章国际旅游行业发展分析及经验借鉴

第一节全球旅游市场总体情况分析

- 一、全球旅游行业的发展特点
- 二、世界旅游业发展步伐持续加快
- 三、绿色旅游成为亮点
- 四、世界旅游业动态分析

第二节全球重点旅游项目市场分析

一、美洲旅游

- 1、美洲国家旅游资源及景点分布
- 2、美洲旅游游客人次及重点旅游景点分布
- 3、美洲未开放旅游国受关注

二、欧洲旅游

- 1、欧洲国家旅游资源及景点分布
- 2、欧洲旅游游客人次及重点旅游景点分布
- 3、平均住宿预算：欧洲各国落差大
- 4、欧洲旅游假期平均值及住宿开销

三、亚洲旅游

- 1、亚洲国家旅游资源及景点分布
- 2、亚洲旅游游客人次及重点旅游景点分布
- 3、影响亚洲旅游业未来的宏观趋势分析
- 4、亚洲旅游发展下一步规划远景

四、马尔代夫旅游项目火热程度及借鉴意义

第二部分行业深度分析

第四章我国旅游行业运行现状分析

第一节我国旅游行业发展状况分析

- 一、我国旅游行业发展阶段
- 二、我国旅游行业发展总体概况

三、传统旅游产业模式已暴露出旅游市场诸多问题

四、“大数据”时代旅游产业的变革与对策

五、旅游业的商业模式

1、旅游供给模式

2、旅游商业形态

六、网络旅游市场的商业模式

1、在线旅游市场主流商业模式

2、旅游商品O2O模式

3、在线旅游需要商业模式创新

七、大数据旅游的商业模式

第二节旅游行业发展现状

一、2018年我国旅游行业市场规模

二、我国旅游行业发展分析

1、去产能、去库存产业与旅游的融合带来全新业态

2、农业、乡村与旅游的融合，成为支撑农民创收的新方式

3、文化、教育旅游将为扶贫、脱贫的输送根基

4、老龄化群体对养老、医疗旅游的刚需

5、“体育产业+旅游”成为消费升级下的必需品

6、政策全面利好，旅游行业挑战依旧

第三节旅游市场情况分析

一、中国旅游市场总体概况

二、中国旅游服务市场发展分析

三、旅游产业链下游市场发展现状

第四节大数据与旅游景区营销管理分析

一、数据来源就商业价值

二、大数据旅游业景区应用管理

三、为旅游营销分析大数据

第五节中国旅游资源开发中的经济学分析

一、旅游资源开发作为产品的经济学特征

二、旅游资源开发的效率机制

三、旅游资源开发中政府的合理定位

第六节中国旅游业面临的挑战与策略应对

- 一、中国旅游资源的产权问题分析
- 二、应构建中国现代旅游资源产权制度
- 三、中国旅游业持续发展需注意的问题

第五章2018年我国旅游行业整体运行指标分析

第一节中国旅游行业总体规模分析

- 一、企业数量结构分析
- 二、行业市场规模分析
- 三、我国旅游景区资源分布
- 四、主要景区旅游人次规模及收入

第二节国内旅游市场分析

- 一、国内旅游人数
- 二、国内旅游综合经营收入
- 三、国内旅游人均花费

第三节入境旅游市场发展分析

- 一、入境旅游客源情况
- 二、客源结构分析
- 三、客源入境方式
- 四、入境旅游目的
- 五、年龄及性别结构
- 六、入境旅游过夜游客数

第四节出境游市场统计分析2015-2018年中国出境游人数

第六章2019-2025年我国旅游市场供需形势分析

第一节中国国内旅游市场发展分析

- 一、2018年中国国内旅游经济形势预测
- 二、国内旅游的发展特征
 - 1、节假日旅游进一步集中
 - 2、一日游占主导地位
 - 3、观光游仍是主体
 - 4、区域旅游热点更加凸显
- 三、中国国内旅游市场发展预测

第二节中国黄金周旅游市场发展分析

一、“十一”黄金周旅游市场发展分析

1、“十一”黄金周旅游人数

2、“十一”黄金周旅游收入

二、春节黄金周旅游市场发展分析

第三节大数据成为旅游集团竞争的根本方向

第四节城乡居民旅游消费分析

一、城乡居民收入分析

1、城乡居民收入情况

2、居民收入与旅游消费相关性分析

二、城乡居民旅游消费分析

1、城乡居民出游率变化

2、城乡居民人均旅游消费情况

3、城乡居民出游目的分析

第五节旅游市场消费格局

一、旅游市场总体消费格局

1、旅游市场高、中、低端协同发展

2、高、中、低端旅游市场特点及细分市场情况

二、高端旅游市场分析

1、度假游市场分析

2、出境旅游市场分析

3、商务会展游市场分析

三、中端旅游市场分析

1、休闲度假游市场分析

2、自驾游市场分析

3、自由行市场分析

四、低端旅游市场分析

第三部分市场全景调研

第七章我国主要类型旅游细市场分析及预测

第一节主要类型旅游市场分析预测

一、工业旅游市场分析预测

- 1、工业旅游技术发展进程
- 2、工业旅游市场规模分析
- 3、工业旅游市场结构分析
- 4、工业旅游市场竞争格局
- 5、工业旅游市场趋势预测

二、农业观光园市场分析预测

- 1、农业观光园发展现状
- 2、农业观光园市场结构分析
- 3、农业观光园发展模式与目标
- 4、农业观光园发展趋势预测

三、生态旅游市场分析预测

- 1、生态旅游发展现状
- 2、生态旅游细分种类分析
- 3、生态旅游产业集群特征分析
- 4、生态旅游市场竞争格局
- 5、生态旅游发展趋势预测

四、特色旅游市场分析预测

- 1、特色旅游技术发展进程
- 2、特色旅游市场规模分析
- 3、特色旅游市场竞争格局
- 4、特色旅游市场趋势预测

五、自驾旅游市场分析预测

- 1、自驾旅游发展速度惊人
- 2、我国自驾游发展的环境与条件
- 3、自驾游成旅游消费新亮点
- 4、短途自驾游成出游新趋势

第二节其他类型旅游市场分析预测

一、主题公园

- 1、我国主题公园发展前景广阔
- 2、中国主题公园的市场发展潜力巨大
- 3、中国进入大型主题公园发展的新时期

二、红色旅游

- 1、红色旅游资源特点分析
- 2、开发红色旅游资源对发展红色旅游经济的重要意义
- 3、现阶段红色旅游资源开发中存在的问题
- 4、促进红色旅游资源深度开发的建议
- 5、红色旅游可持续发展的战略思考

三、博物馆旅游

- 1、博物馆的旅游功能越来越突出
- 2、“泛博物馆”与旅游结合越来越紧密
- 3、博物馆旅游经营的三大特色
- 4、博物馆的游客管理
- 5、博物馆特色的旅游市场营销

四、医疗旅游

- 1、中国医疗旅游业发展概况
- 2、我国发展医疗旅游的可行性分析
- 3、医疗旅游联姻开辟经济发展新路

第八章中国旅游业子行业发展分析

第一节旅游景区发展分析

一、旅游景区基本情况

- 1、中国景区资源规模
- 2、中国的世界遗产
- 3、中国5A级旅游景区分析

二、旅游景区数量规模

- 1、自然类的旅游景区规模
- 2、人文类的旅游景区规模
- 3、主题公园类规模
- 4、社会类的旅游景区规模

三、旅游景区经营情况

- 1、接待游客数量
- 2、营业收入规模
- 3、门票收入情况
- 4、新兴旅游景区发展情况

四、旅游景区结构特征

五、中国景区经营模式分析

- 1、政府配置模式
- 2、市场配置模式
- 3、“景政合一”模式
- 4、国家公园模式

六、中国景区收益管理策略分析

七、中国景区管理问题及对策

八、中国旅游消费变化趋势分析

- 1、旅游消费群体变化
- 2、旅游消费功能变化
- 3、旅游消费结构变化

九、景区营销策略

- 1、景区产品科学定位
- 2、景区产品组合
- 3、景区如何选择市场
- 4、同区域的联合营销
- 5、景区的深度开发

第二节酒店业发展分析

一、星级酒店发展分析

- 1、星级酒店数量规模
- 2、星级酒店构成情况
- 3、星级酒店收入规模
- 4、星级酒店经营状况
- 5、重点旅游城市酒店经营情况
- 6、星级酒店运行特点总结

二、酒店竞争格局分析

- 1、酒店行业品牌格局
- 2、酒店产品竞争分析
- 3、酒店住宿及附加服务价格

三、经济型连锁酒店发展分析

- 1、经济型酒店数量规模

2、经济型酒店市场规模

3、经济型酒店区域分布

4、经济型酒店价格分布

5、经济型酒店市场格局

四、中国酒店业发展趋势

第三节餐饮业发展分析

一、餐饮业发展概况

二、餐饮业集中度分析

三、餐饮百强企业经营分析

四、餐饮业发展趋势

第四节旅行社发展分析

一、旅游社发展概况

1、行业发展规模

2、行业经营状况

二、旅行社业务分析

1、旅行社业务结构分析

2、入境旅游业务分析

3、国内旅游业务分析

4、出境旅游业务分析

三、旅行社总体结构分析

1、旅行社区域分布

2、旅行社经营状况

3、旅行社类别分布

四、旅行社行业转型分析

1、旅行社行业发展阶段

2、旅行社行业分工体系

3、旅行社行业集中度

4、旅行社行业盈利能力

五、国际旅行社的发展借鉴

第九章旅游业市场消费者分析

第一节我国部分旅游市场细分及消费者分析

一、商务旅游市场消费者分析

二、民俗旅游市场消费者分析

三、女性旅游消费市场现状浅析

四、大学生旅游市场现状分析

第二节第四代旅游与民族文化

一、第四代旅游的产生

二、国内外民俗文化旅游开发模式

三、民俗文化旅游开发的原则

四、民俗文化旅游开发的内容选择

第三节旅游消费者类型分析

一、观光型旅游者

二、娱乐消遣型旅游者

三、度假保健型旅游者

四、文化教育型旅游者

五、宗教型旅游者

六、寻根、探亲、访友型旅游者

七、商务/公务型旅游者

八、生态/探险型旅游者

第四节体验经济时代的旅游消费者行为特点

一、旅游消费需求向高端转移

二、情感需求的比重增加

三、个性化产品服务受欢迎

四、从产品本身转移到消费体验

五、对文化旅游产品的需求上升

六、绿色旅游需求的呼声越来越高

第五节游客的旅游地选择与购买决策模型分析

一、旅游地选择与决策过程

二、影响游客的选择的主要因素

三、典型案例分析

第六节旅游需求的定量分析方法

一、高峰期需求测定

二、空间面积来度量拥挤程度

三、限度评估法

四、摄像与问卷结合法

第七节影响城市居民国内旅游需求的因素

一、城市居民旅游需求概述

二、城市居民国内旅游需求影响因素指标的选择

三、城市居民国内旅游需求影响因素的量化研究

第八节中国旅游消费市场的流行趋势

一、游客逐渐分化呈现多个层次

二、漫游式度假休闲渐成大趋势

三、在线规划使出行意识更成熟

四、文化宗教类项目成为新主题

第四部分竞争格局分析

第十章中国在线旅游行业运行现状分析

第一节在线旅游行业发展综述

一、中国在线旅游发展阶段

二、在线旅游促进作用分析

第二节在线旅游行业运营情况

一、国内旅游网站数量

二、在线旅游用户规模

三、在线旅游市场规模

1、在线旅游市场交易规模

2、在线机票市场规模

3、在线酒店市场规模

四、在线旅游行业渗透率

五、在线旅游市场结构

第三节在线旅游行业竞争态势

一、在线旅游企业市场份额

二、在线旅游行业集中度

三、在线旅游行业竞争模式

1、旅游站点平台模式

2、“机票+酒店”模式

3、垂直引擎搜索模式

4、直销预订模式

第四节在线旅游行业五力分析

一、现有企业之间的竞争

二、供应商的议价能力

三、下游客户的议价能力

四、行业潜在进入者威胁

五、旅游服务替代品威胁

第五节中美在线旅游行业发展对比

一、中美在线旅游渗透率差异巨大

二、中美OTA业务国际化布局差距巨大

三、中美在线旅游产业结构差异

第六节在线旅游行业发展现状

一、在线市场投融资情况分析

二、细分市场竞争情况分析

三、OTA线下渗透情况分析

第七节中国在线旅游度假市场分析

一、中国在线旅游度假市场发展概述

二、中国在线旅游度假市场结构及竞争格局

1、从跟团游/自助游维度

2、从周边游/国内游/出境游维度

三、中国在线旅游度假市场运营指标分析

1、中国在线旅游企业PC端运营指标分析

2、中国在线旅游企业移动端运营指标分析

第八节中国在线旅游预订用户调研分析

一、在线旅游预订用户特征分析

1、用户性别特征

2、用户年龄特征

3、用户受教育程度

二、在线旅游预订用户行为分析

1、用户出行方式

2、用户旅行方式

- 3、用户预订旅游产品种类
 - 4、用户搜索热点
 - 5、用户在消费时最关注因素
- 三、在线旅游预订用户细分产品预订特征
- 1、旅游预订用户酒店预订特征
 - 2、旅游预订用户机票预订特征
 - 3、旅游预订用户度假产品预订特征

第十一章中国旅游业的信息化发展分析

第一节电子信息技术在中国旅游业的发展探讨

- 一、旅游电子商务概述
- 二、行业“智慧旅游”转型
- 三、智慧旅游未来发展目标
- 四、电子信息技术在旅游业中的运用

第二节信息化对旅游产业发展的意义

- 一、旅游业是信息密集型产业
- 二、信息化保持旅游业可持续发展
- 三、实现管理现代化的重要途径
- 四、拓展旅游业的市场化国际化功能
- 五、信息化成为旅游转型升级的关键

第三节旅游业信息化发展分析

- 一、我国旅游信息化发展成就
- 二、旅游业与信息化融合发展
- 三、旅游信息化发展势头良好
- 四、我国旅游信息化面临的形势
- 五、旅游信息化发展的制约因素
- 六、我国旅游信息化的发展规划

第四节各地区旅游信息化建设情况

- 一、湖南省
- 二、海南省
- 三、贵州省
- 四、安徽省

五、重庆市

第五节解析国内旅游产业信息化的服务需求

- 一、个性化旅游需要信息咨询服务
- 二、旅游电子商务亟需综合服务平台
- 三、联盟化经营需要大网络支持

第六节旅游行业信息化发展对策

- 一、加快我国旅游业信息化发展的策略
- 二、旅游企业信息化的发展建议
- 三、旅游企业信息化服务模式探究
- 四、国家为发展旅游信息化的保障措施

第十二章旅游行业领先企业经营形势分析

第一节中国旅游企业总体发展状况分析

- 一、旅游企业主要类型
- 二、旅游企业资本运作分析
- 三、旅游企业创新及品牌建设

第二节中国领先旅游企业经营形势分析

一、云南世博旅游控股集团有限公司

- 1、企业发展概况
- 2、企业经营情况
- 3、企业资产规模
- 4、企业业务分布
- 5、企业发展热点
- 6、企业盈利能力
- 7、企业投资业务
- 8、企业发展目标

二、中国港中旅集团公司

- 1、企业发展概况
- 2、企业产品与服务
- 3、企业资产规模
- 4、企业组织架构
- 5、企业发展动态

- 6、企业盈利能力
- 7、企业资质荣誉分析
- 8、企业战略规划

三、广东省旅游集团有限公司

- 1、企业发展概况
- 2、企业经营情况
- 3、企业发展规模
- 4、企业业务规模
- 5、企业发展热点
- 6、企业盈利能力
- 7、企业投资业务
- 8、企业战略规划

四、江西南昌旅游集团有限公司

- 1、企业发展概况
- 2、企业经营情况
- 3、企业资产规模
- 4、景区开发现状
- 5、企业偿债能力
- 6、企业盈利能力
- 7、企业投资业务
- 8、企业战略规划

五、北京首都旅游集团有限责任公司

- 1、企业发展概况
- 2、企业财务状况
- 3、企业资产规模
- 4、旅游景区开发状况
- 5、企业组织构架
- 6、企业盈利能力
- 7、企业投资业务
- 8、企业战略规划

六、中国国旅集团有限公司

- 1、企业发展概况

- 2、企业经营情况
- 3、企业组织架构
- 4、企业投资状况
- 5、企业发展热点
- 6、企业盈利能力
- 7、企业投资业务
- 8、企业战略规划

七、华天实业控股集团有限公司

- 1、企业发展概况
- 2、企业经营情况
- 3、企业资产规模
- 4、企业投资状况
- 5、企业发展动态
- 6、企业盈利能力
- 7、企业工程业绩分析
- 8、企业发展前景

八、海航旅业控股（集团）有限公司

- 1、企业发展概况
- 2、企业经营情况
- 3、企业资产规模
- 4、企业投资状况
- 5、企业发展热点
- 6、企业竞争优势
- 7、企业投资业务
- 8、企业发展前景

九、锦江国际（集团）有限公司

- 1、企业发展概况
- 2、企业经营情况
- 3、企业资产规模
- 4、企业投资状况
- 5、企业荣誉及资质
- 6、企业盈利能力

- 7、企业发展前景
- 8、企业战略规划
- 十、广州岭南国际企业集团有限公司
- 1、企业产品动态
- 2、企业经营情况
- 3、企业旅游服务分析
- 4、企业投资状况
- 5、企业荣誉及资质
- 6、企业盈利能力
- 7、企业发展前景
- 8、企业战略规划

第五部分行业前景预测

第十三章2019-2025年旅游行业前景及趋势预测

第一节旅游产业融合投资前景

- 一、旅游产业融合概述
- 二、“大数据+旅游”融合投资前景
- 三、“旅游+互联网”推进旅游互联网融合
- 四、“移动互联网+旅游业”推进智慧旅游融合发展
- 五、其他旅游产业融合投资前景
- 1、会展旅游投资前景
- 2、健康养生旅游投资前景

第二节影响未来几年旅游市场发展的重要因素

- 一、低端劳动力收入水平快速上升
- 二、高铁网络逐步贯通
- 三、中西部景区旅游政策支持
- 四、人民币趋势性升值
- 五、旅游业景气度高增长
- 1、旅游人数将加速增长
- 2、人均旅游花费将持续增长
- 3、居民旅游消费倾向将提升
- 六、二、三线景区及中档酒店发展前景更好

七、中西部旅游成长性优于东部

八、旅游业主题性投资机会

九、区域旅游投资机会分析

1、红色旅游区

2、“大香格里拉”旅游区

3、关中-天水经济区

4、海南国人离岛免税

十、旅游业子行业投资分析

1、景区经营

2、酒店经营

3、旅行社

第三节中国旅游业节能减排与低碳发展

一、低碳旅游概述

1、低碳旅游产生的背景

2、低碳旅游的概念及内涵

3、旅游业在降低碳排放方面的优势

4、发展低碳旅游的影响及意义

二、全球旅游业能耗排放现状及节能减排途径

1、旅游业能源消耗与二氧化碳排放概况

2、旅游业节能减排途径

三、中国旅游业能源消耗及排放现状

1、旅游业能源消耗情况

2、旅游业二氧化碳排放情况

四、中国发展低碳旅游的战略措施

1、旅游主管部门

2、旅游企业

3、旅游者

五、旅游业低碳发展案例分析

1、饭店节能减排案例

2、低碳景区典型案例

第六部分投资战略研究

第十四章 旅游行业投资机会与风险防范

第一节 2019-2025年旅游行业投资机会

- 一、产业链投资机会
- 二、细分市场投资机会
- 三、重点区域投资机会
- 四、旅游行业投资机遇
- 五、旅游业重点关注企业
- 六、互联网+旅游行业市场前景及投资机会分析

第二节 2019-2025年旅游行业投资风险及防范

- 一、政策风险及防范
- 二、市场风险及防范
- 三、供求风险及防范
- 四、行业因素风险防范
- 五、关联产业风险及防范

第三节 “十三五”中国旅游行业发展建议

- 一、旅游行业未来发展方向
 - 1、“十三五”旅游业发展机遇
 - 2、“十三五”旅游业发展趋势
 - 3、发展目标
- 二、旅游行业主要投资建议
- 三、中国旅游企业融资分析
- 四、中国企业投资方向展望

第十五章 旅游行业发展战略研究（ZY GXH）

第一节 旅游行业发展战略研究

- 一、战略综合规划
- 二、区域战略规划
- 三、产业战略规划
- 四、营销品牌战略
- 五、竞争战略规划

第二节 对我国旅游品牌的战略思考

- 一、旅游品牌的重要性

- 二、旅游实施品牌战略的意义
- 三、旅游企业品牌的现状分析
- 四、我国旅游企业的品牌战略
- 五、旅游品牌战略管理的策略
- 第三节旅游经营策略分析
 - 一、旅游市场细分策略
 - 二、旅游市场创新策略
 - 三、品牌定位与品类规划
- 第四节旅游行业投资战略研究
 - 一、2019-2025年旅游行业投资战略
 - 二、2019-2025年旅行社投资战略
 - 三、2019-2025年旅游景区投资战略
 - 四、2019-2025年旅游产业链投资战略（ZY GXH）

图表目录：

- 图表：“十三五”旅游规划主要指标完成情况
- 图表：2011-2018我国在线旅游规模及增速
- 图表：中国GDP季度增长趋势图
- 图表：2018年年末人口数及其构成
- 图表：2012-2018年全国居民人均可支配收入增长情况
- 图表：2011-2018年我国GDP和国内旅游收入增速对比
- 图表：2011-2018年我国国内游和入境游人数情况
- 图表：旅游商业形态
- 图表：通信大数据的定位信息较手机地图导航类应用的定位信息有独特优势
- 图表：运营商大数据在景区客源监测方面的应用
- 图表：江苏移动针对商圈客流的分析
- 图表：2012-2018中国旅行社数量
- 图表：2012-2018中国旅游市场规模及增长速度
- 图表：中国A级旅游资源分布图
- 图表：中国A级旅游景区密度分布
- 图表：2012-2018中国国内游人数
- 图表：2012-2018国内旅游收入

图表：2012-2018国内游人均消费

图表：入境旅游目的

图表：入境游客年龄分布

图表：2018入境过夜游客分析

图表：2018年全年旅游市场预测

图表：2018黄金周全国各省区市旅游收入情况

图表：2011-2018城乡居民出游率

图表：2011-2018我国居民国内旅游人均消费

图表：2012-2018在线旅游度假游市场规模

图表：2011-2018中国出境游规模

图表：2015-2018自驾游目的地选择

图表：2011-2018中国医疗旅游市场规模

图表：2018春节部分景区接待游客数量统计

图表：2018年第四季度全国星级饭店数量结构图

图表：2018年四个季度星级饭店收入情况

图表：2018年第四季度全国星级饭店经营情况

图表：2018年第四季度全国星级饭店经营指标

图表：2018年中国酒店品牌规模分析

图表：2018年各星级酒店房价

图表：2018年中国连锁酒店经济型品牌规模

图表：2012-2015经济型酒店市场规模

图表：2018年十大经济型酒店市场占有率

图表：2018年四个季度旅行社入境业务统计

图表：2018年四个季度旅行社国内业务统计

图表：2018年四个季度旅行社出境业务统计

图表：2011-2018年GDP与旅游人数关系

图表：2015-2018在线旅行用户规模分析

图表：2015-2018中国在线机票市场分析图

图表：2015-2018年在线市场渗透率

图表：2015-2018在线旅游市场结构

图表：2015-2018在线旅游企业市场份额

图表：2018年在线旅游市场集中度分析图

图表：2012-2018度假市场规模
图表：2011-2018年跟团和自助游分析图
图表：2018年中国在线旅游度假市场目的地分析
图表：2015-2018年PC和移动端订单占比
图表：2018年在线旅游用户性别占比
图表：2018年在线旅游用户年龄结构
图表：2018年在线旅游用户学历结构
图表：2018年在线旅游用户出行方式
图表：2018年在线旅游用户旅行方式
图表：2018年在线旅游用户预订产品分类
图表：2018年在线旅游用户搜索热点类别
图表：2018年在线旅游用户关注因素分析
图表：2018年在线旅游用户酒店预定特征
图表：2018年在线旅游用户预订酒店类别
图表：2019-2025旅游业发展主要指标

详细请访问：<http://www.abaogao.com/b/lvyou/224128P80N.html>