

2021-2027年中国旅游商品 行业深度分析与投资分析报告

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

《2021-2027年中国旅游商品行业深度分析与投资分析报告》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/R43802HYZ0.html>

报告价格：印刷版：RMB 9800 电子版：RMB 9800 印刷版+电子版：RMB 10000

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

旅游商品，又称旅游购物品，是旅游目的地向旅游者提供的富有特色，对旅游者具有强烈吸引力，具有纪念性、艺术性、实用性的物质产品。我国的旅游商品品种繁多，有旅游食品、轻工业品、纺织工业品、手工业品、工艺美术品、文物、土特产、旅游纪念品等。其中许多商品驰名中外，如烹调技术高超、风格独特的各种食品菜肴，技艺精湛的工艺美术品、独具一格的金石字画、文房四宝，以及丝绸刺绣、文物古玩、名贵的中药材，反映传统特色的日用小商品和纪念品等。我国旅游商品的生产和供应，主要通过中国旅游产品生产供应公司、工艺美术服务部、友谊商店等进行。一般按当地市场零售价格作价，实行按质论价，同质同价，优质优价的销售原则。

2019年中国旅游市场整体继续保持稳步增长态势，用户旅游需求增长旺盛。预计2019年全年国内旅游人次和旅游总收入同比增长率分别达到9.6%和9.2%，旅游市场经济发展前景向好。2015-2019中国旅游收入情况及预测 数据来源：公共资料整理

智研数据研究中心发布的《2021-2027年中国旅游商品行业深度分析与投资分析报告》共八章。首先介绍了旅游商品行业市场发展环境、旅游商品整体运行态势等，接着分析了旅游商品行业市场运行的现状，然后介绍了旅游商品市场竞争格局。随后，报告对旅游商品做了重点企业经营状况分析，最后分析了旅游商品行业发展趋势与投资预测。您若想对旅游商品产业有个系统的了解或者想投资旅游商品行业，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：

第一章旅游商品行业发展概述

第一节旅游商品简析

一、旅游商品界定

二、旅游商品概念

三、旅游商品八大要素

四、旅游商品分类

五、旅游商品特点

第二节旅游商品与文化的关系

第二章旅游商品行业发展环境分析

第一节旅游商品行业经济环境分析

- 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、居民消费价格变化分析
- 六、对外贸易发展形势分析

第二节旅游商品行业政策环境分析

- 一、近年来中国主要旅游支持政策
- 二、促进文化与旅游结合发展的指导意见
- 三、《国务院关于加快发展旅游业的意见》
- 四、金融支持旅游业加快发展的若干意见
- 五、《旅游质量发展纲要（13-年）》
- 六、旅游局令第号《旅游行政处罚办法》
- 七、国家对旅游业发展扶持力度不断加大
- 八、“十三五”旅游业发展规划
- 九、《关于进一步促进旅游投资和消费的若干意见》

第三节旅游商品行业消费环境分析

- 一、城乡居民收入与消费情况分析
- 二、居民收入与旅游消费相关性
- 三、城乡居民人均旅游花费情况
- 四、居民奢侈品消费情况分析

第四节旅游商品行业交通环境分析

- 一、铁路投资建设情况
- 二、公路投资建设情况
- 三、机场旅客运输情况
- 四、交通行业客货运输情况

第四节旅游商品行业社会环境分析

- 一、中国人口总量及结构
- 二、中国城镇化发展进程

三、法定节假日和带薪假期实施

第五节中国旅游商品相关行业发展分析

一、酒店业发展分析

(一) 星级饭店发展分析

- 1、星级饭店总体统计情况
- 2、各省区市星级饭店情况
- 3、星级饭店分业务经营情况
- 4、旅游城市星级饭店情况

(二) 经济型连锁酒店发展分析

- 1、经济型酒店业规模分析
- 2、经济型酒店抢会议市场
- 3、经济型酒店布局二三线
- 4、经济型酒店消费者分析
- 5、经济型酒店品牌两大趋势

二、餐饮业发展分析

(一) 餐饮行业总体发展概况

(二) 餐饮行业总体规模分析

(三) 餐饮行业资产负债统计

(四) 餐饮行业经营效益分析

(五) 国内餐饮行业发展特点

(六) 国内餐饮行业发展趋势

第三章中国旅游业发展分析

第一节中国旅游业发展概况

一、旅游业市场发展概述

二、旅游业发展方式转变

三、旅游信息化发展情况

四、旅游市场存在的问题

第二节中国旅游市场总体情况

一、国内旅游市场发展分析

(一) 国内旅游人数规模

(二) 国内旅游收入规模

(三) 国内旅游人均花费

(四) 国内旅游业发展特征

二、旅游总收入增长情况

三、入境旅游市场发展分析

(一) 入境旅游接待人数

(二) 入境旅游外汇收入

(三) 入境旅游客源情况

1、客源结构分析

2、客源入境方式

3、入境旅游目的

4、年龄及性别结构

5、入境旅游过夜游客数

四、出境旅游市场发展分析

(一) 出境旅游市场规模分析

(二) 出境旅游市场特征分析

(三) 长线出国旅游发展现状

(四) 出境旅游市场趋势分析

受人均收入增长、国际航线增加、中国护照“含金量”的提高等因素的影响，中国已连续多年保持世界第一大出境旅游客源国地位，出境游规模持续增长，2018年中国出境游达1.5亿人次，较上一年增长14.7%。在出境游消费方面，近两年来中国游客境外消费愈发理性，出境旅游消费增速有所放缓，但中国仍旧为全球最大出境旅游支出国家。2010-2018年中国出境旅游人数及增长率 数据来源:公共资料整理

五、黄金周及小长假旅游市场分析

(一) 2019年元旦黄金周旅游市场分析

(二) 2018年春节黄金周旅游市场分析

(三) 2019年五一黄金周旅游市场分析

(四) 2019年十一黄金周旅游市场分析

第三节中国在线旅游市场分析

一、在线旅游市场发展规模分析

(一) 在线旅行预订用户规模

(二) 在线旅行预订市场规模

(三) 在线旅行预订市场份额

（四）在线旅行市场特点分析

二、在线旅游行业市场结构

三、在线旅游行业主要商业模式

四、在线旅游用户行为调查分析

（一）在线旅游度假用户属性

（二）用户预订度假产品情况

（三）用户选择旅游度假时间段

（四）旅游前和途中行为分析

（五）用户计划旅游地区选择

六、中国在线旅游预订行业SWOT分析

我国宏观经济以及整个旅游业增速放缓直接影响了在线旅游业的增速，除此之外，由于2018年机票市场受到航空公司“提直降代”的竞争和捆绑销售的监管以及酒店市场受到卫生事件的冲击，进一步导致了在线旅游市场交易额增速的放缓，根据数据显示，2018年我国在线旅游交易规模为9754.25亿元，同比增长9.3%。我国在线旅游行业已进入中速增长发展阶段。2013-2018年中国在线旅游交易规模变化分析 数据来源：公共资料整理

七、在线旅游行业市场格局影响因素

第四节中国旅游景区发展分析

一、中国旅游景区基本概况

（一）旅游景区定义及分类

（二）旅游景区盈利模式

1、门票经济模式

2、旅游产业链拓展模式

二、旅游景区市场运营分析

（一）旅游景区面积情况

（二）旅游景区游入量情况

（三）旅游景区收入情况

（四）旅游景区支出情况

第五节中国旅行社发展分析

一、旅行社行业发展规模

（一）旅行社数量规模统计

（二）旅行社地区数量规模

（三）旅行社区域排名情况

二、旅行社行业总体结构分析

(一) 旅行社区域分布情况

(二) 旅行社区域经营情况

(三) 旅行社类别分布情况

三、旅行社行业总体经营状况

(一) 旅行社行业资产总额

(二) 旅行社行业收入规模

(三) 旅行社行业盈利情况

第四章中国旅游商品行业发展分析

第一节中国旅游商品行业发展现状

第二节旅游商品研究现状

第三节旅游商品开发现状

第四节中国旅游商品行业发展存在的问题

第五章中国旅游商品行业市场分析

第一节旅游商品行业市场规模分析

第二节旅游工艺品行业发展分析

一、旅游工艺品发展现状

二、旅游工艺品设计因素

三、旅游工艺品造型的创意设计

四、旅游工艺品消费特点分析

五、旅游工艺品市场开发策略

六、旅游工艺品发展前景

第三节旅游用品行业发展分析

一、旅游用品发展现状

二、旅游用品主要企业/品牌

三、旅游用品市场分析

四、旅游用品发展前景

第四节旅游纪念品行业发展分析

一、旅游纪念品发展现状

二、文化旅游纪念品开发策略

(一) 移植策略

(二) 重构策略

(三) 新创策略

三、旅游纪念品市场发展策略

四、旅游纪念品行业发展前景

第五节地方土特产品行业发展分析

第六章中国旅游商品市场调查分析

第一节中国旅游商品的品类

第二节中国旅游商品的包装

第三节中国旅游商品的价格特点

第四节中国旅游商品购买行为

第五节中国旅游商品购买因素

第六节中国旅游商品开发存在的问题及对策

第七章中国旅游商品行业主要企业分析

第一节旅游工艺品企业

一、福建省佳美集团

(一) 企业基本情况分析

(二) 企业主要产品分析

(三) 企业竞争优势分析

(四) 企业发展战略分析

二、山东云龙绣品有限公司

(一) 企业基本情况分析

(二) 企业主要产品分析

(三) 企业竞争优势分析

(四) 企业发展战略分析

三、衢州醉根艺品有限公司

(一) 企业基本情况分析

(二) 企业主要产品分析

(三) 企业销售网络分析

(四) 企业竞争优势分析

第二节 旅游纪念品企业

一、上海新世界旅游纪念品有限公司

- (一) 企业基本情况分析
- (二) 企业主要产品分析
- (三) 企业竞争优势分析
- (四) 企业发展战略分析

二、义乌市石曲工艺品厂

- (一) 企业基本情况分析
- (二) 企业主要产品分析
- (三) 企业竞争优势分析
- (四) 企业发展战略分析

三、北京叠翠旅游纪念品公司

- (一) 企业基本情况分析
- (二) 企业主要产品分析
- (三) 企业竞争优势分析
- (四) 企业发展战略分析

第三节 旅游用品企业

一、浙江恒艺旅游用品有限公司

- (一) 企业基本情况分析
- (二) 企业主要产品分析
- (三) 企业竞争优势分析
- (四) 企业发展战略分析

二、天津凯森旅游用品有限公司

- (一) 企业基本情况分析
- (二) 企业主要产品分析
- (三) 企业竞争优势分析
- (四) 企业发展战略分析

三、厦门市越崎旅游用品有限公司

- (一) 企业基本情况分析
- (二) 企业主要产品分析
- (三) 企业竞争优势分析
- (四) 企业发展战略分析

第八章2019年中国旅游商品行业发展趋势及投资前景

第一节中国旅游商品行业发展趋势

第二节中国旅游商品市场预测分析

第三节中国旅游商品行业投资机会

一、旅游商品O2O的发展空间

二、旅游商品行业发展前景

第四节中国旅游商品行业投资策略

一、中国旅游商品行业发展策略

二、中国旅游商品行业开发对策

三、中国旅游商品行业市场营销策略

详细请访问：<http://www.abaogao.com/b/lvyou/R43802HYZ0.html>