2027-2033年中国旅游行业发展前景预测及投资价值评估报告

报告大纲

华经情报网
www.huaon.com

一、报告简介

华经情报网发布的《2027-2033年中国旅游行业发展前景预测及投资价值评估报告》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：https://www.huaon.com//channel/jingpin/tour/1189811.html

报告价格：电子版: 9000元　纸介版：9000元　电子和纸介版: 9200元

订购电话: 400-700-0142 010-80392465

电子邮箱: kf@huaon.com

联 系 人: 刘老师

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、报告目录及图表目录

《2027-2033年中国旅游行业发展前景预测及投资价值评估报告》由华经产业研究院研究团队精心研究编制，对旅游行业发展环境、市场运行现状进行了具体分析，还重点分析了行业竞争格局、重点企业的经营现状，结合旅游行业的发展轨迹和实践经验，对未来几年行业的发展趋向进行了专业的预判；为企业、科研、投资机构等单位投资决策、战略规划、产业研究提供重要参考。
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。

报告目录：

第一章 旅游业相关概述
1.1 旅游行业的有关概况
1.1.1 旅游的定义
1.1.2 旅游的特点
1.2 旅游行业经营模式
1.3 旅游的产业链情况
1.3.1 产业链模型介绍
1.3.2 旅游行业产业链分析
1.4 上下游行业对旅游行业的影响分析

第二章 2022-2026年全球旅游业发展分析
2.12021-2026年全球旅游业发展概述
2.1.1旅游业对经济的促进
2.1.2旅游经济增长情况
2.1.3全球旅游业竞争力
2.1.4旅游便利程度提高
2.22021-2026年全球主要区域旅游市场发展分析
2.2.1美国旅游市场
2.2.2欧洲旅游市场
2.2.4中东旅游市场
2.2.5非洲旅游市场

2.3全球旅游业发展前景展望
2.3.1全球旅游业发展趋势
2.3.2全球旅游业发展预测
2.3.3新兴经济体旅游业展望

第三章 2022-2026年中国旅游业发展环境分析
3.1宏观经济环境
3.1.1宏观经济运行状况
3.1.2产业结构优化升级
3.1.3服务业蓬勃发展
3.1.4宏观经济发展走势
3.2政策环境分析
3.2.1行业改革发展意见
3.2.2行业投资消费意见
3.2.3加强旅游市场监管
3.2.4大力发展体育旅游
3.2.5旅游休闲重大工程
3.2.6交通与旅游融合发展
3.2.7加快旅游公共服务建设
3.2.8鼓励运用PPP模式改善旅游服务供给
3.3社会环境分析
3.3.1人口规模与构成
3.3.2民众休闲需求
3.3.3多国签证利好
3.3.4旅游交通改善
3.3.5步入全民旅游时代
3.4消费环境分析
3.4.1居民收入水平
3.4.2社会消费规模
3.4.3居民消费水平

第四章 2022-2026年中国旅游业现状综合分析
4.1中国旅游业发展综述
4.1.1旅游业发展历程
4.1.2旅游业国际地位分析

4.1.3旅游业与环境的关系
4.1.4旅游业发展特征分析
4.1.5旅游业发展效益分析
4.1.6旅游业发展体系分析
4.22021-2026年中国旅游业运行状况
4.2.1行业发展成就
4.2.2游客接待量分析
4.2.3产业收入状况
4.2.4行业发展热点
4.32021-2026年入境旅游市场分析
4.3.1入境游客接待量
4.3.2入境客源市场构成
4.3.3入境旅游外汇收入
4.3.4入境旅游市场特点
4.3.5入境旅游发展思路
4.42021-2026年出境旅游市场分析
4.4.1出境游市场发展现状
4.4.2出境游发展规模分析
4.4.3出境游消费情况分析
4.4.4假期出境游市场现状
4.4.5出境游市场发展趋势
4.52021-2026年节假日旅游市场分析
4.5.1假日旅游市场总析
4.5.2元旦假日旅游市场
4.5.3春节黄金周旅游市场
4.5.4国庆黄金周旅游市场
4.5.5其他节假日旅游市场
4.5.6黄金周旅游市场问题及对策
4.6中国旅游业面临的挑战
4.6.1旅游业需要重视的问题
4.6.2旅游业发展面临的挑战
4.6.3旅游业中存在的不足
4.6.4旅游资源的产权问题
4.7中国旅游行业发展建议
4.7.1旅游业发展措施

4.7.2旅游业发展策略
4.7.3旅游业持续发展策略
4.7.4构建现代旅游资源产权制度

第五章 2022-2026年中国生态旅游发展潜力分析
5.1生态旅游的相关概述
5.1.1生态旅游含义与产生背景
5.1.2生态旅游内涵与经济意义
5.1.3开展生态旅游的社会意义
5.1.4生态旅游的特点分析
5.1.5生态旅游发展推动因素
5.1.6生态旅游与传统旅游的差异
5.22021-2026年中国生态旅游发展情况
5.2.1国内新型生态旅游观
5.2.2生态旅游的研究与实践
5.2.3国内生态旅游示范区
5.2.4生态旅游拒绝人工化
5.2.5特色生态旅游发展道路
5.3生态旅游区建设驱动机制分析
5.3.1生态旅游区建设驱动机制概述
5.3.2生态旅游区建设的制约因素分析
5.3.3生态旅游区建设驱动—制约机制
5.3.4生态旅游区建设驱动机制优化策略
5.4生态旅游面临的问题
5.4.1生态旅游面临的困境
5.4.2中国生态旅游实践中的问题
5.4.3生态旅游存在的误区分析
5.4.4生态旅游被泛化或曲解
5.4.5生态旅游存在的相关法律问题
5.5生态旅游发展建议
5.5.1中国发展生态旅游的建议
5.5.2加强生态旅游区环境管理的途径
5.5.3生态旅游的可持续发展的对策
5.5.4完善我国生态旅游法律规制的对策
5.6全国生态旅游发展规划

5.6.1面临形势
5.6.2规划目标
5.6.3总体布局
5.6.4重点任务
5.6.5配套体系
5.6.6保障措施

第六章 2022-2026年红色旅游发展潜力分析
6.1红色旅游相关概述
6.1.1概念界定
6.1.2发展历程
6.1.3市场定位
6.1.4资源特点
6.1.5社会价值
6.22021-2026年中国红色旅游发展状况
6.2.1红色旅游发展现状
6.2.2红色旅游经典景区
6.2.3红色旅游国际化发展
6.2.4红色旅游公路建设规划
6.2.5红色旅游业前景展望
6.3红色旅游产业化发展分析
6.3.1红色旅游产业化的内涵
6.3.2红色旅游产业化表现形式
6.3.3旅行社在红色旅游中的作用
6.3.4红色旅游产业化发展思路
6.4红色旅游的问题分析
6.4.1红色旅游中的主要问题
6.4.2红色旅游缺乏严肃
6.4.3红色旅游景区存在的问题
6.4.4中国红色旅游发展面临障碍
6.4.5投融资问题成红色旅游发展掣肘
6.5发展红色旅游的策略与建议
6.5.1发展红色旅游的对策
6.5.2打造红色旅游品牌
6.5.3老区建设与红色旅游相互促进

6.5.4社区旅游模式推动红色旅游业
6.5.5红色旅游需可持续发展策略
6.6“十四五”全国红色旅游发展规划纲要解读
6.6.1规划进程
6.6.2重要意义
6.6.3发展目标

第七章 2022-2026年乡村旅游发展潜力分析
7.1乡村旅游相关概述
7.1.1乡村旅游的定义
7.1.2乡村旅游的内涵
7.1.3乡村旅游基本类型
7.1.4乡村旅游发展形式
7.22021-2026年乡村旅游产业运行现状
7.2.1产业发展特征分析
7.2.2产业规模增长迅速
7.2.3行业投资总量较大
7.2.4产业带动作用增强
7.2.5主题类型逐渐丰富
7.3中国乡村旅游存在的主要问题
7.3.1旅游主题不突出
7.3.2产业整合性不强
7.3.3乡村文化逐渐削弱
7.3.4经营者服务水平低
7.3.5专业人才缺口较大
7.4中国乡村旅游发展的对策建议
7.4.1加强政策支持
7.4.2突出主题特色
7.4.3坚持示范引领
7.4.4留住乡村原味
7.4.5重视产业融合
7.4.6优化设施配套
7.4.7注重保护传承
7.5中国乡村旅游业投资形势分析
7.5.1乡村旅游投资持续升温

7.5.2乡村旅游迎来黄金时代
7.5.3政策鼓励社会资本介入

第八章 2022-2026年健康旅游发展潜力分析
8.1健康旅游相关概述
8.1.1健康旅游的含义
8.1.2健康旅游概念诠释
8.1.3健康旅游的资源开发
8.1.4健康旅游主要项目
8.1.5健康旅游的意义
8.22021-2026年国外健康旅游业发展分析
8.2.1世界健康旅游业发展基础
8.2.2世界健康旅游业发展现状
8.2.3泰国积极促进健康旅游业发展
8.2.4马来西亚推广发展健康旅游业
8.2.5印尼打造“世界健康旅游胜地”
8.32021-2026年中国健康旅游业的发展
8.3.1国内健康旅游政策背景
8.3.2中国健康旅游产品供给
8.3.3中国健康旅游市场需求
8.3.4国内健康旅游发展建议
8.3.5中国健康旅游市场前景
8.42021-2026年医疗旅游行业发展分析
8.4.1医疗旅游相关概述
8.4.2国外医疗旅游发展经验
8.4.3中国医疗旅游市场规模
8.4.4中国医疗旅游供需分析
8.4.5中国医疗旅游发展瓶颈
8.4.6中国医疗旅游发展策略
8.4.7中国医疗旅游投资机遇
8.52021-2026年中国中医药健康旅游发展分析
8.5.1中医药健康旅游的意义
8.5.2中医药健康旅游发展现状
8.5.3中医药健康旅游示范基地
8.5.4中医药健康旅游发展问题

8.5.5中医药健康旅游发展对策
8.5.6中医药健康旅游发展目标
8.5.7中医药健康旅游重点任务
8.6国内适宜开发的健康旅游产品
8.6.1文化健康旅游
8.6.2医疗健康旅游
8.6.3游乐健康养生
8.6.4美食健康旅游
8.6.5生理美容养生
8.6.6运动健康旅游
8.6.7生态健康旅游
8.7健康旅游开发的模式分析
8.7.1健康管理模式
8.7.2医疗旅游模式
8.7.3健身俱乐部模式
8.7.4养生休闲目的地
8.7.5养生休闲旅游区

第九章 2022-2026年旅游小城镇发展分析
9.1旅游小城镇相关概述
9.1.1国内相关定义
9.1.2小城镇发展类型
9.1.3小城镇发展意义
9.1.4小城镇存在的问题
9.1.5发展小城镇的策略
9.22021-2026年特色旅游小镇创新发展分析
9.2.1特色小镇政策背景
9.2.2旅游+异域风情
9.2.3旅游+健康发展
9.2.4旅游+工业历史
9.2.5旅游+智能制造
9.2.6旅游+地方资源
9.2.7旅游+金融产业
9.32021-2026年部分区域旅游小城镇发展状况
9.3.1陕西省

9.3.2湖南省
9.3.3齐齐哈尔市
9.3.4内蒙古赤峰市
9.3.5山东平邑县
9.3.6内蒙古西乌旗
9.3.7重庆东温泉镇
9.4国内经典旅游小镇发展案例分析
9.4.1鲁朗国际旅游小镇概述
9.4.2小镇各方利益主体分析
9.4.3利益主体间的矛盾与分化
9.4.4重点方案选择中博弈与协调
9.4.5旅游小镇建设运行建议
9.5中国旅游小城镇发展建议与前景展望
9.5.1旅游小城镇发展建议
9.5.2旅游小城镇规划建议
9.5.3特色旅游小镇发展建议
9.5.4“十四五”发展机遇

第十章 2022-2026年主题公园发展分析
10.12021-2026年世界主题公园发展综述
10.1.1市场运营状况
10.1.2企业模式分析
10.1.3投资建设近况
10.1.4运营趋势剖析
10.1.5成功经验分析
10.22021-2026年中国主题公园市场运行分析
10.2.1市场发展现状
10.2.2行业运营分析
10.2.3区域布局状况
10.2.4市场发展业态
10.2.5盈利模式分析
10.2.6市场热点事件
10.32021-2026年中国主题公园建设动态
10.3.1北京环球影城主题公园
10.3.2上海迪士尼乐园

10.3.3华强方特主题公园
10.3.4郑州文创园建设主题公园
10.3.5银川市主题公园
10.4中国主题公园发展制约因素分析
10.4.1主题公园选址
10.4.2主题文化内涵
10.4.3产品（项目）设计
10.5中国主题公园创新发展的路径
10.5.1主题公园产品创新
10.5.2项目创新
10.5.3主题活动创新
10.5.4表演和服务创新
10.5.5市场营销和管理装修

第十一章 2022-2026年其他热点旅游市场分析
11.1智慧旅游
11.1.1智慧旅游发展动因
11.1.2智慧旅游发展特征
11.1.3智慧旅游市场规模
11.1.4智慧旅游建设推进策略
11.1.5智慧旅游商业模式借鉴
11.1.6智慧旅游建设发展趋势
11.2体育旅游
11.2.1体育旅游发展意义
11.2.2体育旅游现状综述
11.2.3体育旅游市场规模
11.2.4体育旅游发展目标
11.2.5体育旅游重点任务
11.2.6体育旅游保障措施
11.3工业旅游
11.3.1发展工业旅游的意义
11.3.2工业旅游发展现状分析
11.3.3工业旅游的特点与开发模式
11.3.4部分区域工业旅游发展现状
11.3.5中国发展工业旅游的思考

11.3.6进一步推进工业旅游发展的建议
11.4自驾车旅游
11.4.1自驾车旅游概述
11.4.2自驾车旅游发展的环境与条件
11.4.3自驾车旅游发展的现状与趋势
11.4.4自驾车旅游市场特点概述
11.4.5自驾车旅游存在的问题及建议
11.5滨海旅游
11.5.1世界滨海旅游发展背景
11.5.2滨海旅游业影响因素分析
11.5.3国内滨海旅游市场动态
11.5.4中国滨海旅游业开发问题
11.5.5国内滨海旅游业发展建议
11.6影视旅游
11.6.1影视旅游相关概述
11.6.2影视旅游的营销模式
11.6.3旅游+影视需求分析
11.6.4国内热门影视旅游地
11.6.5热门影视带动动旅游业发展
11.7温泉旅游
11.7.1温泉旅游相关概述
11.7.2温泉旅游发展现状
11.7.3温泉旅游发展模式
11.7.4温泉旅游发展问题
11.7.5温泉旅游发展思考
11.7.6温泉旅游发展机遇
11.7.7温泉度假区开发方向

第十二章 2022-2026年旅游市场消费分析
12.12021-2026年旅游消费市场发展分析
12.1.1全球旅游城市消费排名
12.1.2国内旅游消费发展现状
12.1.3国内旅游市场消费潜力
12.1.4国内旅游市场消费趋向
12.2国内各类人群旅游市场发展分析

12.2.1女性旅游市场
12.2.2老年人旅游市场
12.2.3大学生旅游市场
12.2.4商务旅游市场
12.3旅游消费主体分析
12.3.1观光型旅游者
12.3.2娱乐消遣型旅游者
12.3.3度假保健型旅游者
12.3.4文化教育型旅游者
12.3.5宗教型旅游者
12.3.6寻根、探亲、访友型旅游者
12.3.7购物型旅游者
12.3.8商务/公务型旅游者
12.3.9生态/探险型旅游者
12.4体验经济时代的旅游消费者行为特点
12.4.1旅游消费需求向高端转移
12.4.2情感需求的比重增加
12.4.3个性化产品服务受欢迎
12.4.4从产品本身转移到消费体验
12.4.5对文化旅游产品的需求上升
12.4.6绿色旅游需求的呼声越来越高
12.5游客的旅游地选择与购买决策模型分析
12.5.1旅游地选择与决策过程
12.5.2影响游客的选择的主要因素
12.5.3典型案例分析
12.6旅游需求的定量分析方法
12.6.1高峰期需求测定
12.6.2空间面积来度量拥挤程度
12.6.3限度评估法
12.6.4摄像与问卷结合法
12.7影响城市居民国内旅游需求的因素
12.7.1城市居民旅游需求概述
12.7.2城市居民国内旅游需求影响因素指标的选择
12.7.3城市居民国内旅游需求影响因素的量化研究

第十三章 2022-2026年中国主要城市旅游业发展分析
13.1北京市
13.1.1行业发展成就
13.1.2旅游运行现状
13.1.3旅游企业状况
13.1.4旅游资源情况
13.1.5区县旅游业情况
13.1.6“十四五”发展分析
13.2上海市
13.2.1“十四五”发展成就
13.2.2旅游市场分析
13.2.3行业热点分析
13.2.4“十四五”发展目标
13.3深圳市
13.3.1行业发展环境
13.3.2行业发展成就
13.3.3总体运行状况
13.3.4“十四五”发展规划
13.4广州市
13.4.1总体运行状况
13.4.2促进商旅文融合
13.4.3行业改革成效
13.4.4行业发展目标
13.4.5行业主要任务
13.5其他城市
13.5.1天津市
13.5.2宁波市
13.5.3杭州市

第十四章 中国旅游资源及运作模式
14.1中国主要地区的旅游资源
14.1.1西南市场
14.1.2华东市场
14.1.3东北市场
14.1.4华南市场

14.1.5华北市场
14.1.6西北市场
14.2国内景区旅游资源发展分析
14.2.1景区旅游资源分布情况
14.2.2景区旅游PEST环境分析
14.2.3典型历史文化类景区介绍
14.2.4典型海滨旅游类景区介绍
14.2.5典型自然风景类景区介绍
14.2.6智慧旅游景区发展趋势
14.3旅游业的商业模式分析
14.3.1旅游供给模式
14.3.2旅游商业形态
14.3.3旅游产业组织
14.4网络旅游市场的商业模式
14.4.1在线旅游市场主流商业模式
14.4.2旅游商品O2O模式
14.4.3在线旅游需要商业模式创新
14.5解析主题公园市场化的商业运作模式
14.5.1国内外主题公园SWOT分析
14.5.2中国主题公园的盈利模式
14.5.3主题公园市场化运作商业设计
14.6商务旅游及其商业模式探究
14.6.1商务旅游概述
14.6.2商务旅游市场需求
14.6.3商务旅游的供给
14.6.4商旅市场商业模式分析

第十五章 2022-2026年中国旅游业竞争分析
15.1中国旅游业的国际竞争力分析
15.1.1中国旅游业国际竞争力概述
15.1.2中国旅游业的国际竞争优势
15.1.3中国旅游业的国际竞争劣势
15.22021-2026年中国旅游业市场竞争格局
15.2.1中国旅游业业竞争力现状
15.2.2中国旅游市场价格竞争过度

15.2.3旅游市场进入个性化竞争时代
15.2.4旅行社步入品牌竞争时代
15.3旅游业的人才竞争探讨
15.3.1旅游业人才竞争的层次
15.3.2旅游业人才竞争的特点
15.3.3旅游业人才竞争策略
15.4旅游业线上线下的竞争与融合
15.4.1旅游业线上线下竞争情况
15.4.2旅游业线上线下融合状况
15.4.3景区线上线下融合现状分析
15.4.4景区线上拓展营销模式分析
15.4.5线上线下全渠道发展方向
15.5中国旅游业的竞争战略
15.5.1内资旅行社市场竞争战略
15.5.2旅游文化是参与国际竞争的关键
15.5.3价格在内地旅游最具竞争力
15.5.4增强旅游业和企业的竞争力

第十六章 2022-2026年中国旅游相关行业发展分析
16.12021-2026年景区发展分析
16.1.1景区发展特征
16.1.2景区数量规模
16.1.3景区销售渠道
16.1.4景区消费行为
16.1.5景区旅游趋势
16.22021-2026年酒店业发展分析
16.2.1酒店业与旅游业的关系
16.2.2酒店行业现状特征
16.2.3星级酒店规模结构
16.2.4星级酒店经营状况
16.2.5经济酒店模式分析
16.2.6酒店经营发展建议
16.32021-2026年餐饮业发展分析
16.3.1行业发展规模
16.3.2行业经营分析

16.3.3行业发展机遇
16.3.4地区发展格局
16.3.5企业转型态势
16.3.6发展前景展望
16.42021-2026年会展产业发展分析
16.4.1会展业与酒店业互动发展
16.4.2会展行业发展现状
16.4.3会展行业区域分析
16.4.4会展行业“走出去”
16.4.5国内展馆市场现状
16.4.6会展行业问题挑战
16.4.7会展产业前景展望
16.52021-2026年交通业的发展
16.5.1基础设施建设
16.5.2交通运输规模
16.5.3固定资产投资
16.5.4交通对旅游业的影响
16.5.5“十四五”行业展望

第十七章 中国旅游业重点企业经营状况分析
17.1黄山旅游发展股份有限公司
17.1.1企业发展简况分析
17.1.2企业经营情况分析
17.1.3企业经营优劣势分析
17.2张家界旅游集团股份有限公司
17.2.1企业发展简况分析
17.2.2企业经营情况分析
17.2.3企业经营优劣势分析
17.3桂林旅游股份有限公司
17.3.1企业发展简况分析
17.3.2企业经营情况分析
17.3.3企业经营优劣势分析
17.4丽江玉龙旅游股份有限公司
17.4.1企业发展简况分析
17.4.2企业经营情况分析

17.4.3企业经营优劣势分析
17.5西安旅游股份有限公司
17.5.1企业发展简况分析
17.5.2企业经营情况分析
17.5.3企业经营优劣势分析

第十八章 中国旅游业投资潜力分析
18.1中国旅游业投资现状综合分析
18.1.1旅游行业投资背景
18.1.2旅游行业投资特点
18.1.3旅游行业投资规模
18.1.4旅游行业投资结构
18.1.5旅游投资业态分析
18.2中国旅游业投资机遇
18.2.1国际化机遇
18.2.2市场需求机遇
18.2.3金融支持机遇
18.2.4交通支撑机遇
18.2.5转型升级机遇
18.3中国旅游业投资壁垒分析
18.4中国旅游业投资误区及建议
18.5中国旅游业投资风险及防范措施
18.6基于可持续发展的旅游投资决策
18.7中国旅游业投资趋势分析

第十九章 旅游业的发展前景与趋势预测分析
19.1中国旅游业发展前景展望「HJ TF」
19.1.1中国旅游业前景展望
19.1.2国内旅游市场需求增长
19.1.3中国旅游业国际市场前景
19.1.42025年中国旅游业发展重点
19.1.5中国旅游业发展趋势
19.2“十四五”中国旅游业发展规划
19.3未来中国旅游发展战略
19.4 2027-2033年中国旅游业预测分析

19.4.1影响因素分析
19.4.2旅游总收入预测
19.4.3国内旅游收入预测
19.4.4国内旅游人数预测

图表目录：

图表1 2027-2033年全球旅游业对GDP的总贡献
图表2 2022-2026年国内生产总值及其增长速度
图表3 2022-2026年三次产业增加值占全国生产总值比重
图表4 2026年末人口数量及构成
图表5 典型的旅游出行链
图表6 2022-2026年全国居民人均可支配收入及其增速
图表7 2022-2026年居民人均可支配收入平均数与中位数
图表8 2022-2026年全社会消费品零售总额
图表9 2026年全国居民人均消费支出及其构成
图表10 2026年国内旅游人数城镇和农村居民占比
更多图表见正文……

详细请访问：https://www.huaon.com//channel/jingpin/tour/1189811.html