



艾凯咨询  
ICAN Consulting

# 2016-2022年中国旅游产业发展 现状及市场监测报告

# 一、调研说明

《2016-2022年中国旅游产业发展现状及市场监测报告》是艾凯咨询集团经过数月的周密调研，结合国家统计局，行业协会，工商，税务海关等相关数据，由行业内知名专家撰写而成。报告意于成为从事本行业人士经营及投资提供参考的重要依据。

报告主要可分为四大部分，首先，报告对本行业的特征及国内外市场环境进行描述；其次，是本行业的上下游产业链，市场供需状况及竞争格局从宏观到细致的详尽剖析，接着报告中列出数家该行业的重点企业，分析相关经营数据；最后，对该行业未来的发展前景，投资风险给出指导建议。相信该份报告对您把握市场脉搏，知悉竞争对手，进行战略投资具有重要帮助。

官方网址：<https://www.icandata.com/view/281314.html>

报告价格：纸介版9000元 电子版9000元 纸介版+电子版9200元

订购电话：400-700-0142 010-80392465

电子邮箱：sales@icandata.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、摘要、目录、图表

旅游业是世界经济中发展势头最强劲、规模最大的产业之一。从全球范围看，现代旅游业开始于十九世纪中期，到上世纪 50 年代，世界旅游业开始具有一定的规模。从上世纪 60 年代开始，旅游业加快了发展速度，成为世界上最重要的经济活动之一。从 1950 年至 2015 年，全球国际旅游人次从 0.25 亿增加到 11.84 亿，增长超过 46 倍。随着社会和经济的发展，旅游业已成长为世界经济中发展势头最强劲和规模最大的产业之一。

我国旅游业自 20 世纪 80 年代初成为经济产业以来，市场化程度不断提高、产业规模不断扩大。随着国民经济快速发展、居民消费结构持续升级、航空高铁等交通网络日益完善，我国旅游业发展迅速，进入了全民大众化发展阶段。2015 年，国内旅游人数已达 40 亿人次，出境旅游达到 1.17 亿人次，旅游业总收入达到 4.13 万亿元人民币。旅游业对 GDP 的综合贡献超过 10%，旅游业对我国经济社会发展的积极作用更加明显。2001-2015 年中国旅游业总收入统计单位：万亿元

数据来源：中国旅游业统计公报

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 1

##### 第一节 旅游行业定义及分类 1

###### 一、旅游的概念 1

###### 二、旅游的目的 1

###### 三、旅游的起源 1

###### 四、旅游的分类 2

###### 五、旅游的意义 4

##### 第二节 旅游行业统计标准 5

###### 一、统计部门和统计口径 5

###### 二、行业主要统计方法介绍 5

### 第三节 最近3-5年中国旅游行业经济指标分析 13

#### 一、成长速度 13

#### 二、附加值的提升空间 13

#### 三、进入壁垒 / 退出机制 14

#### 四、风险性 15

#### 五、竞争激烈程度指标 17

### 第四节 旅游行业产业链分析 17

#### 一、产业链结构分析 17

#### 二、主要环节的增值空间 18

#### 三、与上下游行业之间的关联性 21

#### 四、旅游行业相关产业分析 22

## 第二章 旅游行业市场环境及影响分析（PEST） 26

### 第一节 旅游行业政治法律环境（P） 26

#### 一、行业管理体制分析 26

#### 二、行业主要法律法规 27

#### 三、旅游行业标准 53

#### 四、行业相关发展规划 68

#### 五、政策环境对行业的影响 76

### 第二节 行业经济环境分析（E） 77

#### 一、宏观经济形势分析 77

#### 二、宏观经济环境对行业的影响分析 104

### 第三节 行业社会环境分析（S） 104

#### 一、旅游产业社会环境 104

#### 二、社会环境对行业的影响 104

#### 三、旅游产业发展对社会发展的影响 105

### 第四节 行业技术环境分析（T） 106

#### 一、旅游技术发展阶段 106

#### 二、行业发展趋势 106

## 第三章 国际旅游行业发展分析及经验借鉴 109

### 第一节 全球旅游市场总体情况分析 109

- 一、全球旅游行业的发展特点 109
- 二、世界旅游业发展步伐加快 112
- 三、绿色旅游成为亮点 114
- 四、世界旅游业动态分析 114
- 第二节 全球主要国家（地区）市场分析 120
  - 一、意大利 120
  - 二、法国 121
  - 三、瑞士 121
  - 四、英国 123
  - 五、其他国家地区 130

#### 第四章 中国旅游行业的国际比较分析 134

- 第一节 中国旅游行业的国际比较分析 134
  - 一、中国旅游行业竞争力指标分析 134
  - 二、中国旅游行业经济指标国际比较分析 136
  - 三、旅游行业国际竞争力比较 137
- 第二节 全球旅游行业市场需求分析 140
  - 一、市场规模现状 140
  - 二、需求结构分析 141
  - 三、重点需求客户 151
- 第三节 全球旅游行业市场供给分析 159
  - 一、旅游人员规模现状 159
  - 二、著名旅游景点分布 160

#### 第二部分 行业深度分析

#### 第五章 我国旅游行业运行现状分析 182

- 第一节 我国旅游行业发展状况分析 182
  - 一、我国旅游行业发展阶段 182
  - 二、我国旅游行业发展总体概况 182
  - 三、我国旅游行业发展特点分析 183
  - 四、我国旅游行业商业模式分析 184
- 第二节 2013-2015年旅游行业发展现状 188

- 一、2013-2015年我国旅游行业市场规模 188
- 二、2013-2015年我国旅游行业发展分析 188
- 三、2013-2015年中国旅游企业发展分析 190
- 第三节 2013-2015年旅游服务市场情况分析 191
- 第四节 中国旅游资源开发中的经济学分析 192
  - 一、旅游资源开发作为产品的经济学特征 192
  - 二、旅游资源开发的效率机制 193
  - 三、旅游资源开发中政府的合理定位 195

## 第六章 我国旅游行业整体运行指标分析 198

### 第一节 2013-2015年中国旅游行业总体规模分析 198

- 一、企业数量结构分析 198
- 二、人员规模状况分析 198
- 三、行业资产规模分析 199
- 四、行业市场规模分析 200

### 第二节 国内旅游人员市场分析 201

- 一、国内旅游人数 201 2001-2015年中国国内旅游人数统计 单位：亿人次  
数据来源：中国旅游业统计公报

- 二、国内旅游综合经营收入 201
- 三、国内旅游人均花费 201

### 第三节 入境旅游市场发展分析 204

- 一、入境旅游客源情况 204
- 二、客源结构分析 218
- 三、客源入境方式 219
- 四、入境目的 220
- 五、入境旅游过夜游客数 221

### 第四节 行业发展能力分析 221

- 一、我国旅游行业总资产增长率 221
- 二、我国旅游行业利润总额增长率 222
- 三、我国旅游行业主营业务收入增长率 223

## 第七章 2016-2022年我国旅游市场供需形势分析 224

- 第一节 我国旅游市场供需分析 224
  - 一、2013-2015年我国旅游行业供给情况 224
  - 二、2013-2015年我国旅游行业需求情况 226
  - 三、2013-2015年我国旅游行业供需平衡分析 227
- 第二节 中国旅游市场总体情况 227
  - 一、旅游业发展概况 227
  - 二、旅游总收入增长情况 228
- 第三节 旅游行业市场需求预测 229
  - 一、旅游市场总体需求分析 229
  - 二、重点行业旅游服务需求分析预测 230

### 第三部分 旅游市场全景调研

#### 第八章 旅游行业产业结构分析 231

##### 第一节 旅游产业结构分析 231

- 一、市场细分充分程度分析 231
- 二、各细分市场领先企业排名 231

##### 第二节 产业价值链的结构分析及整体竞争优势分析 236

- 一、产业价值链的构成 236
- 二、产业链条的定义 236

##### 第三节 产业结构发展预测 237

- 一、产业结构调整指导政策分析 237
- 二、产业结构调整中消费者需求的引导因素 238
- 三、中国旅游行业参与国际竞争的战略市场定位 239
- 四、产业结构调整方向分析 239

#### 第九章 我国旅游细分市场分析及预测 245

##### 第一节 中国旅游行业细分市场结构分析 245

- 一、旅游行业市场结构现状分析 245
- 二、旅游行业细分结构特征分析 248
- 三、旅游行业细分市场发展概况 249

##### 第二节 主要旅游细分领域分析预测 252

- 一、工业旅游市场分析预测 252

二、农业旅游市场分析预测	253
三、度假旅游市场分析预测	258
四、特色旅游市场分析预测	259
五、自驾旅游市场分析预测	265
第三节 其他旅游市场分析预测	270
一、主题公园	270
二、红色旅游	273
三、滨海旅游业	273
四、中国医疗旅游业运行分析	273
五、乡村旅游	274
第十章 我国旅行社产业发展及调查分析	276
第一节 旅行社发展现状分析	276
一、旅行社产业发展现状	276
二、旅行社发展因素分析	276
三、旅行社产业发展趋势	279
第二节 国际旅行社行业的发展借鉴	280
一、国际旅行社垂直分工体系	280
二、欧美旅行社的一体化进程	281
第三节 旅行社行业发展规模及结构	282
一、旅行社行业发展规模	282
二、旅行社行业总体结构分析	283
第四节 旅行社国内游业务经营情况分析	286
一、旅行社国内游营业收入分析	286
二、旅行社国内游组织和接待情况	289
第五节 旅行社入境游业务经营情况分析	290
一、旅行社入境游营业收入分析	290
二、旅行社入境游外联和接待情况	291
第六节 旅行社出境游业务经营情况分析	291
一、旅行社出境游营业收入分析	291
二、旅行社出境游业务利润分析	292
三、旅行社出境游组织情况	292



## 第七节 旅行社其他业务发展潜力分析 293

### 一、旅行社商务会展旅游业务发展潜力 293

### 二、旅行社游轮旅游业务发展潜力分析 294

## 第十一章 旅游关联行业发展现状及前景预测分析 295

### 第一节 中国旅游地产行业发展分析 295

#### 一、旅游地产概述 295

#### 二、旅游地产分类 299

#### 三、旅游地产行业发展回顾 300

#### 四、旅游地产行业发展特征 301

### 第二节 中国酒店业发展现状分析 303

#### 一、星级饭店发展分析 303

#### 二、度假酒店 313

#### 三、观光酒店 316

#### 四、产权酒店 317

#### 五、公寓式酒店 321

#### 六、经济型连锁酒店 324

### 第三节 中国餐饮业发展现状分析 328

#### 一、餐饮业发展概况 328

#### 二、餐饮行业总体规模分析 329

#### 三、餐饮行业经营效益分析 329

#### 四、餐饮行业市场结构分析 335

### 第四节 中国会展业发展现状分析 338

#### 一、中国会展业发展情况 338

#### 二、中国会展场馆分布情况 340

#### 三、中国会展场馆变化分析 341

#### 四、中国会展项目整体分析 343

## 第四部分 竞争格局分析

## 第十二章 中国旅游区域市场发展布局状况分析 346

### 第一节 长三角旅游市场 346

#### 一、长三角城市旅游联合发展对区域城市旅游的影响 346

二、长三角区域旅游合作现状分析	350
三、长三角区域旅游合作存在的问题	351
四、长三角区域旅游合作对策	352
第二节 环渤海区域旅游合作分析	355
一、环渤海区域概念和区域旅游合作历程	355
二、环渤海地区旅游合作的困境	355
三、环渤海区域旅游合作的路径	356
第三节 环鄱阳湖区域旅游发展	358
一、战略性支柱产业对环鄱阳湖区域旅游发展的启示	358
二、环鄱阳湖区域旅游发展面临的问题	359
三、环鄱阳湖区域旅游发展优势	360
第四节 中国旅游重点区域市场分析预测	361
一、旅游区域市场分析	361
二、旅游区域市场前景及趋势	363
第十三章 2016-2022年旅游行业竞争形势及策略	366
第一节 行业总体市场竞争状况分析	366
一、旅游行业竞争结构分析	366
二、旅游行业企业间竞争格局分析	367
三、旅游行业集中度分析	369
四、旅游行业SWOT分析	373
第二节 中国旅游行业竞争格局综述	376
一、旅游行业竞争概况	376
二、中国旅游行业竞争力分析	377
三、中国旅游行业竞争力优势分析	379
四、旅游行业主要企业竞争力分析	379
第三节 2013-2015年旅游行业竞争格局分析	382
一、2013-2015年国内外旅游竞争分析	382
二、2013-2015年我国旅游市场竞争分析	389
三、2013-2015年我国旅游市场集中度分析	392
第四节 旅游行业并购重组分析	394
一、跨国公司在华投资兼并与重组分析	394

- 二、本土企业投资兼并与重组分析 400
- 三、行业投资兼并与重组趋势分析 404

#### 第十四章 2016-2022年旅游行业领先企业经营形势分析 406

##### 第一节 中国旅游企业总体发展状况分析 406

- 一、旅游企业主要类型 406
- 二、旅游企业资本运作分析 407
- 三、旅游企业创新及品牌建设 411

##### 第二节 中国领先旅游企业经营形势分析 419

- 一、中青旅控股股份有限公司 419
- 二、中国港中旅集团公司 433
- 三、携程旅游集团 438
- 四、北京首都旅游集团有限责任公司 444
- 五、北京首都旅游股份有限公司 449
- 六、中国国旅股份有限公司 458
- 七、国旅联合股份有限公司 465
- 八、海航旅业控股（集团）有限公司 465
- 九、锦江国际集团公司 465
- 十、广州岭南国际企业集团有限公司 466
- 十一、西藏旅游股份有限公司 467
- 十二、杭州旅游集团有限公司 467
- 十三、开元旅业集团有限公司 468
- 十四、安徽省旅游集团有限责任公司 468
- 十五、宝中旅游 470
- 十六、上海锦江国际旅游股份有限公司 471
- 十七、丽江玉龙旅游股份有限公司 472
- 十八、厦门建发旅游集团股份有限公司 472
- 十九、广东长隆集团有限公司 473
- 二十、浙江国际旅游集团 473
- 二十一、上海春秋国际旅行社(集团)有限公司 474
- 二十二、内蒙古东联控股集团 475
- 二十三、南山旅游集团 477

- 二十四、桂林旅游股份有限公司 479
- 二十五、青岛银海旅游集团 480
- 二十六、成都文化旅游发展集团有限责任公司 480
- 二十七、山东银座旅游集团 482
- 二十八、峨眉山旅游股份有限公司 482
- 二十九、黄山旅游发展股份有限公司 483
- 三十、常州国旅国内旅游有限公司 483

## 第五部分 投资前景展望

### 第十五章 旅游行业“十三五”规划研究 485

#### 第一节 “十二五”旅游行业发展回顾 485

一、“十二五”旅游行业运行情况 485

二、“十二五”旅游行业发展特点 492

三、“十二五”旅游行业发展成就 493

#### 第二节 旅游行业“十三五”总体规划 495

一、旅游行业“十三五”规划纲要 495

二、旅游行业“十三五”规划指导思想 495

三、旅游行业“十三五”规划主要目标 497

#### 第三节 “十三五”区域产业布局与产业转移 514

### 第十六章 2016-2022年旅游行业前景及趋势预测 516

#### 第一节 2016-2022年旅游市场发展前景 516

一、2016-2022年旅游市场发展潜力 516

二、2016-2022年旅游市场发展前景展望 521

三、2016-2022年旅游细分行业发展前景分析 531

#### 第二节 2016-2022年旅游市场发展趋势预测 538

一、2016-2022年旅游行业发展趋势 538

二、2016-2022年旅游市场规模预测 540

三、2016-2022年旅游行业应用趋势预测 540

四、2016-2022年细分市场发展趋势预测 543

#### 第三节 影响企业经营的关键趋势 545

一、市场整合成长趋势 545

二、需求变化趋势及新的商业机遇预测 546

三、企业区域市场拓展的趋势 547

## 第十七章 2016-2022年旅游行业投资价值评估分析 548

### 第一节 旅游行业投资特性分析 548

一、旅游行业进入壁垒分析 548

二、旅游行业盈利因素分析 551

三、旅游行业盈利模式分析 553

### 第二节 2016-2022年旅游行业发展的影响因素 561

一、有利因素 561

二、不利因素 561

### 第三节 2016-2022年旅游行业投资价值评估分析 562

一、行业投资效益分析 562

二、产业发展的空白点分析 568

三、投资回报率比较高的投资方向 568

四、新进入者应注意的障碍因素 569

## 第十八章 旅游行业投资机会与风险防范 572

### 第一节 旅游行业投融资情况 572

一、行业资金渠道分析 572

二、固定资产投资分析 575

三、兼并重组情况分析 576

四、旅游行业投资现状分析 578

### 第二节 2016-2022年旅游行业投资机会 582

一、产业链投资机会 582

二、细分市场投资机会 584

三、重点区域投资机会 592

四、旅游行业投资机遇 594

### 第三节 2016-2022年旅游行业投资风险及防范 597

一、政策风险及防范 597

二、技术风险及防范 599

三、供求风险及防范 602

四、宏观经济波动风险及防范 603

五、关联产业风险及防范 604

第四节 中国旅游行业投资建议 604

一、旅游行业未来发展方向 604

二、旅游行业主要投资建议 605

三、中国旅游企业融资分析 606

四、中国企业投资渠道方向 608

第六部分 投资战略研究

第十九章 旅游行业案例分析研究 611

第一节 旅游行业并购重组案例分析 611

一、旅游行业并购重组成功案例分析 611

二、经验借鉴 618

第二节 旅游行业企业经营管理案例分析 619

一、旅游行业企业经营管理成功案例分析 619

二、经验借鉴 628

第三节 旅游行业营销案例分析 628

一、旅游行业营销成功案例分析 628

二、经验借鉴 633

第二十章 旅游行业投资战略研究 636

第一节 旅游行业发展战略研究 636

一、战略综合规划 636

二、区域战略规划 636

三、产业战略规划 638

四、营销品牌战略 638

五、竞争战略规划 641

第二节 对我国旅游品牌的战略思考 645

一、旅游品牌的重要性 645

二、旅游实施品牌战略的意义 646

三、旅游企业品牌的现状分析 647

四、我国旅游企业的品牌战略 648

## 五、旅游品牌战略管理的策略 650

### 第三节 旅游经营策略分析 653

#### 一、旅游市场细分策略 653

#### 二、旅游市场创新策略 654

#### 三、品牌定位与品类规划 657

### 第四节 旅游行业投资战略研究 661

图表目录：

图表：国内生产总值同比增长速度

图表：全国粮食产量及其增速

图表：规模以上工业增加值增速（月度同比）（%）

图表：社会消费品零售总额增速（月度同比）（%）

图表：进出口总额（亿美元）

图表：广义货币（M2）增长速度（%）

图表：居民消费价格同比上涨情况

图表：工业生产者出厂价格同比上涨情况（%）

图表：城镇居民人均可支配收入实际增长速度（%）

图表：农村居民人均收入实际增长速度

图表：人口及其自然增长率变化情况

图表：2015年固定资产投资（不含农户）同比增速（%）

图表：2015年房地产开发投资同比增速（%）

图表：2015-2020年中国GDP增长预测

图表：国内外知名机构对2015-2020年中国GDP增速预测

图表。。。。。

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/281314.html>

## 三、研究方法

1、系统分析方法

2、比较分析方法

- 3、具体与抽象方法
- 4、分析与综合方法
- 5、归纳与演绎方法
- 6、定性分析与定量分析方法
- 7、预测研究方法

## 四、数据来源

对行业内相关的专家、厂商、渠道商、业务（销售）人员及客户进行访谈，获取最新的一手市场资料；

艾凯咨询集团长期监测采集的数据资料；

行业协会、国家统计局、海关总署、国家发改委、工商总局等政府部门和官方机构的数据与资料；

行业公开信息；

行业企业及上、下游企业的季报、年报和其它公开信息；

各类中英文期刊数据库、图书馆、科研院所、高等院校的文献资料；

行业资深专家公开发表的观点；

对行业的重要数据指标进行连续性对比，反映行业发展趋势；

中华人民共和国国家统计局 <http://www.stats.gov.cn>

中华人民共和国国家工商行政管理总局 <http://www.saic.gov.cn>

中华人民共和国海关总署 <http://www.customs.gov.cn>

中华人民共和国商务部 <http://www.mofcom.gov.cn>

中国证券监督管理委员会 <http://www.csrc.gov.cn>

中华人民共和国商务部 <http://www.mofcom.gov.cn>

世界贸易组织 <https://www.wto.org>

联合国统计司 <http://unstats.un.org>

联合国商品贸易统计数据库 <http://comtrade.un.org>

## 五、关于艾凯咨询网



艾凯咨询网（[www.icandata.com](http://www.icandata.com)）隶属艾凯咨询集团（北京华经艾凯企业咨询有限公司），艾凯咨询集团专注提供大中华区产业经济情报，为企业商业决策赋能，是领先的市场研究报告和竞争情报提供商

艾凯咨询集团为企业专业提供投资咨询报告、深度研究报告、市场调查、统计数据等。艾凯咨询网每天更新大量行业分析报告、图表资料、竞争情报、投资情报等，为用户及时了解迅速变化中的世界和中国市场提供便利，为企业商业决策赋能。

### 研究力量

高素质的专业的研究分析团队，密切关注市场最新动向。在多个行业，拥有数名经验丰富的专业分析师。对于特定及专属领域，我们有国内外众多合作研究机构，同时我们聘请数名行业资深专家顾问，帮助客户分清市场现状和趋势，找准市场定位和切入机会，提出合适中肯的建议，帮助客户实现价值，与客户一同成长。

### 我们的优势

权威机构 艾凯咨询集团二十年深厚行业背景;  
数量领先 囊括主流研究报告和权威合作伙伴;  
服务齐全 促销、推荐指数、积分、网上支付等;  
良好声誉 广泛知名度、满意度，众多新老客户。