

# 2022-2028年中国旅游商品 行业发展趋势与市场供需预测报告

## 报告目录及图表目录

北京迪索共研咨询有限公司

[www.cction.com](http://www.cction.com)

## 一、报告报价

《2022-2028年中国旅游商品行业发展趋势与市场供需预测报告》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.cction.com/report/202204/281883.html>

报告价格：纸介版8000元 电子版8000元 纸介+电子8500元

北京迪索共研咨询有限公司

订购电话: 400-700-9228(免长话费) 010-69365838

海外报告销售: 010-69365838

Email: kefu@gonyn.com

联系人：李经理

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。

中企顾问网发布的《2022-2028年中国旅游商品行业发展趋势与市场供需预测报告》共十三章。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 研究概述

第一节 研究背景

第二节 研究内容

第三节 研究方法

第四节 研究结论

第二章 中国旅游商品概述

第一节 中国旅游商品范围界定

第二节 中国旅游商品主要特征

第三节 中国旅游商品主要类型

一、中国旅游商品类型概述

- 二、服装/丝绸
- 三、中成药/保健品
- 四、食品/茶叶
- 五、酒类/香烟
- 六、瓷器/陶器
- 七、文复品/字画
- 八、地毯/挂毯
- 九、胶卷/电器
- 十、首饰/珍珠
- 十一、纪念品/工艺品

#### 第四节 中国旅游商品产业链

### 第三章 全球主要旅游国家旅游商品市场现状及发展趋势

#### 第一节 国际旅游商品市场发展特征

#### 第二节 国际旅游商品市场发展现状

#### 第三节 美国旅游商品市场现状、趋势及借鉴

##### 一、美国旅游商品市场特征

##### 二、美国旅游商品市场发展现状

##### 三、美国旅游商品市场主要商品种类与经营模式、特征及趋势

##### 四、美国旅游商品市场经典旅游商品运营模式及运营策略

##### 五、美国旅游商品市场投融资特征及现状

##### 六、美国旅游商品市场发展趋势及借鉴

#### 第四节 欧洲国家

#### 第五节 澳大利亚

#### 第六节 新西兰

#### 第七节 西班牙

#### 第八节 亚太地区

#### 第九节 国际旅游商品市场发展趋势及启示

### 第四章 中国旅游商品市场发展背景分析（PEST）

#### 第一节 中国旅游商品市场发展的经济环境

##### 一、2015-2019中国经济运行状况分析

## 二、2015-2019中国旅游产业经济运行状况分析

### 三、全球贸易战与中国经济下行趋势

#### 第二节 中国旅游商品市场发展的政策环境

#### 第三节 中国旅游商品市场发展的人文环境

#### 第四节 中国旅游商品市场发展的技术环境

## 第五章 中国旅游商品市场现状及发展趋势分析

### 第一节 中国旅游商品市场发展历程

### 第二节 中国旅游商品市场发展特征

- 一、中国旅游业的迅速发展为旅游商品的发展提供了巨大的消费空间
- 二、海外旅游者在我国购物的场所向多元化方向发展
- 三、旅游商品在旅游业的比重增长缓慢
- 四、旅游商品经营中存在品牌缺乏、产品雷同、档次不高、质量偏低等现象

### 第三节 中国旅游商品市场发展现状

### 第四节 中国旅游商品市场发展规模及效益统计分析

- 一、2015-2019中国旅游商品市场规模及需求统计分析
- 二、2015-2019中国旅游商品市场经营规模及经营绩效分析
- 三、2022-2028中国旅游商品市场供求规模预测分析

### 第五节 入境游客感兴趣的旅游商品状况统计分析

- 一、按国别分组
- 二、按旅游目的、团体和散客分组成
- 三、按职业、团体及散客分组
- 四、按性别、年龄、团体及散客分组
- 五、按外国人、港澳台胞、团体及散客分组
- 六、按外国人、港澳台胞分组

### 第六节 中国旅游商品市场运作模式分析

### 第七节 中国旅游商品市场竞争格局分析

### 第八节 中国旅游商品市场发展趋势

## 第六章 中国旅游商品市场关联产业分析

### 第一节 旅游产业发展现状、特征及趋势

- 一、旅游产业发展历程

二、2015-2019年中国旅游市场规模与绩效统计分析

三、中国旅游产业市场竞争格局分析

四、中国旅游产业市场地质战略特征分析

五、中国旅游产业未来发展趋势分析

第二节 创意产业发展现状、特征及趋势

第三节 文化产业发展现状、特征及趋势

## 第七章 中国代表性旅游省市旅游商品现状及发展趋势

### 第一节 北京

一、北京旅游商品市场发展环境分析（PEST）

二、北京旅游商品市场发展特征及现状

三、北京旅游商品市场经济运行状况特征分析

四、北京特色旅游商品运营模式及运营策略分析

五、北京旅游商品市场发展趋势分析

### 第二节 湖南

### 第三节 云南

### 第四节 贵州

### 第五节 安徽

### 第六节 四川

### 第七节 山东

### 第八节 黑龙江

### 第九节 浙江

## 第八章 中国主要旅游商品现状及发展趋势

### 第一节 服装/丝绸

一、服装/丝绸成为旅游商品的历史概述

二、服装/丝绸旅游商品特征及具体分类

三、服装/丝绸旅游商品发展现状

四、服装/丝绸旅游商品的市场及区域分布

五、服装/丝绸旅游商品市场需求与供给分析

六、服装/丝绸旅游商品发展特征、模式及策略

七、服装/丝绸旅游商品市场需求与供给趋势预测

第二节 中成药/保健品

第三节 食品/茶叶

第四节 酒类/香烟

第五节 瓷器/陶器

第六节 文复品/字画

第七节 地毯/挂毯

第八节 首饰/珍珠

第九节 胶卷/电器

第十节 纪念品/工艺品

## 第九章 中国旅游商品市场消费者需求特征及趋势分析

### 第一节 中国旅游商品市场消费者需求现状分析

一、人口变量特征

二、心理变量特征

三、地理变量特征

四、行为变量特征

### 第二节 中国旅游商品市场消费者需求特征分析

一、影响因素

二、品牌特征

三、频率特征

四、区域特征

### 第三节 中国旅游商品市场消费者需求趋势分析

## 第十章 中国旅游商品市场投融资现状及趋势分析

### 第一节 中国旅游商品市场投融资现状

一、行业投资规模

二、投资热点

三、投资分布

四、投资方式及渠道

五、投资回报

### 第二节 中国旅游商品市场投融资特征

一、资金来源

- 二、投资主体
- 三、投资方式
- 四、投资整合
- 五、投资条件

### 第三节 中国旅游商品市场投融资趋势

## 第十一章 中国旅游商品市场主体企业发展战略及竞争力分析

### 第一节 九华山旅游商品开发有限公司

- 一、企业发展背景分析
- 二、企业竞争力SWOT分析
- 三、企业运营指标分析
- 四、公司发展战略预测
- 五、研究成果及战略建议

### 第二节 海南海世界工艺品有限公司

- 一、企业发展背景分析
- 二、企业竞争力SWOT分析
- 三、企业运营指标分析
- 四、公司发展战略预测
- 五、研究成果及战略建议

### 第三节 北京友联旅游商品有限公司

- 一、企业发展背景分析
- 二、企业竞争力SWOT分析
- 三、企业运营指标分析
- 四、公司发展战略预测
- 五、研究成果及战略建议

### 第四节 四川省资中县丰源食品有限责任公司

- 一、企业发展背景分析
- 二、企业竞争力SWOT分析
- 三、企业运营指标分析
- 四、公司发展战略预测
- 五、研究成果及战略建议

### 第五节 北京工美集团



- 一、企业发展背景分析
- 二、企业竞争力SWOT分析
- 三、企业运营指标分析
- 四、公司发展战略预测
- 五、研究成果及战略建议

## 第十二章 中国旅游商品市场投资风险与机会分析

### 第一节 市场风险

### 第二节 政策风险

### 第三节 地质风险

### 第四节 整合风险

## 第十三章 中国旅游商品市场研究成果及战略建议

### 第一节 中国旅游商品市场研究成果

### 第二节 中国旅游商品市场战略建议

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202204/281883.html>