

2022-2028年中国上海旅游 行业分析与市场调查预测报告

报告目录及图表目录

北京迪索共研咨询有限公司

www.cction.com

一、报告报价

《2022-2028年中国上海旅游行业分析与市场调查预测报告》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/202202/271470.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

《上海市城市总体规划（2017-2035年）》明确提出，将上海建设成为世界著名旅游城市、世界一流的旅游目的地城市。至2035年，全市年入境境外旅客总量达到1400万人次。下一步，上海将统筹推进旅游产品、旅游产业、旅游市场、旅游环境全方位升级，全力完成“十三五”规划目标。力争至2020年，实现旅游业总收入达5000亿元左右，入境游客人数达900万人次，国内旅游人数达3.6亿人次。

培育一批世界级旅游精品。以增强旅游核心竞争力为目标，科学布局旅游项目，优化提升重点区域。打造“本土第一、世界精品”的黄浦江旅游休闲区，高标准规划水上游览新线路、新产品、新服务，高品质布局沿江景观带、游览区、服务点，加强水岸联动，激活浦江游览；建设综合性邮轮旅游目的地，加快邮轮港口及周边功能项目布局，开发邮轮入境游精品线路。加快沪郊休闲度假旅游发展，持续放大迪士尼主题乐园辐射效应，全面提升崇明世界级生态岛、佘山国家旅游度假区、临港等地区旅游能级，支持建设郊野公园、旅游特色小镇、田园综合体，形成一批市民游客周末休闲好去处。

中企顾问网发布的《2022-2028年中国上海旅游行业分析与市场调查预测报告》共十章。首先介绍了中国上海旅游行业市场发展环境、上海旅游整体运行态势等，接着分析了中国上海旅游行业市场运行的现状，然后介绍了上海旅游市场竞争格局。随后，报告对上海旅游做了重点企业经营状况分析，最后分析了中国上海旅游行业发展趋势与投资预测。您若想对上海旅游产业有个系统的了解或者想投资中国上海旅游行业，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：

第一章 旅游相关概述

1.1 旅游的相关介绍

1.1.1 旅游的定义

1.1.2 旅游的类型划分

1.1.3 现代旅游的性质

1.1.4 现代旅游的特点

- 1.1.5 现代旅游成因
- 1.2 旅游业的相关介绍
 - 1.2.1 旅游业的定义和特点
 - 1.2.2 旅游业的构成
 - 1.2.3 旅游业在现代社会发展中的作用
 - 1.2.4 衡量旅游业发展状况的指标
- 1.3 旅游资源介绍
 - 1.3.1 旅游资源简介
 - 1.3.2 对旅游资源的再认识
 - 1.3.3 旅游资源与旅游项目的区别与联系
- 1.4 几种旅游方式介绍
 - 1.4.1 自助旅游简介
 - 1.4.2 包价旅游的种类
 - 1.4.3 红色旅游
 - 1.4.4 生态旅游概述
 - 1.4.5 工业旅游
 - 1.4.6 农业旅游的发展

第二章 2015-2019年中国旅游业所属行业整体运行形势分析

- 2.1 2015-2019年中国旅游业的发展综述
 - 2.1.1 新时期的旅游产业特点分析
 - 2.1.2 我国旅游市场消费分析
 - 2.1.3 2019年旅游市场消费情况分析
 - 2.1.4 我国假日调整对旅游的影响分析
- 2.2 2015-2019年中国旅游业经济运行状况
 - 2.2.1 2019年我国旅游业运行状况
 - 2.2.2 2019年中国旅游业发展状况
 - 2.2.3 2019年中国旅游业分析
- 2.3 后奥运与中国旅游业的发展分析
 - 2.3.1 奥运后我国旅游业的发展
 - 2.3.2 “后奥运”旅游时代的特色
 - 2.3.3 “后奥运”旅游业遇人才荒

- 2.3.4 奥运后中国旅游业的发展策略
- 2.4 2015-2019年中国旅游业发展中存在的问题及对策
 - 2.4.1 中国旅游业发展的瓶颈
 - 2.4.2 阻碍我国旅游产业发展的因素分析
 - 2.4.3 我国旅游业的发展对策
 - 2.4.4 引导我国旅游业发展的相关措施
 - 2.4.5 发展中国旅游业六措施

第三章 2015-2019年上海旅游业所属行业运行运动态分析

- 3.1 上海旅游资源介绍
 - 3.1.1 上海旅游的特色综述
 - 3.1.2 上海旅游主要景点介绍
 - 3.1.3 上海朱家角的特色介绍
 - 3.1.4 上海周边地区农家乐
 - 3.1.5 上海旅游的特色节日活动
- 3.2 上海旅游的特色产品介绍
 - 3.2.1 都市观光游
 - 3.2.2 休闲购物游
 - 3.2.3 精品时尚游
 - 3.2.4 金融游
 - 3.2.5 历史文化游
 - 3.2.6 上海郊区“农家游”
- 3.3 2015-2019年中国上海旅游政策分析
 - 3.3.1 上海旅游委强化“三透明”政策
 - 3.3.2 上海旅游行业管理与诚信系统开通
 - 3.3.3 《上海市旅游条例》对上海旅游的影响分析
- 3.4 2015-2019年上海世博会与旅游业的发展分析
 - 3.4.1 上海世博会简介
 - 3.4.2 世博会为上海旅游业助跑
 - 3.4.3 世博会对上海旅游业提出高要求
 - 3.4.4 上海世博会推动“长三角”旅游一体化
 - 3.4.5 上海加紧开发世博特色旅游产品

3.4.6 上海世博旅游的“里应外合”揽客战

3.4.7 上海世博会的旅游战略地位与对策研究

第四章 2015-2019年上海旅游所属行业市场运行形势透析

4.1 上海旅游市场的发展综述

4.1.1 上海旅游城市地位上升

4.1.2 上海入境旅客倍增日渐增多

4.1.3 2019年上海旅游市场消费分析

4.1.4 2019年上海旅游业状况

4.1.5 泛长三角城市群促进上海旅游发展

4.1.6 上海旅游市场投保率高

4.1.7 迪斯尼落户对上海旅游业的影响分析

4.2 2015-2019年黄金周上海旅游业概况

4.2.1 2019年“十一”黄金周上海旅游收入达33亿

4.2.2 2019年“五一”上海旅游进账14亿

4.2.3 2019年“十一”黄金周上海旅游创纪录

4.2.4 黄金周上海旅游业同比分析

4.3 2015-2019年上海旅游节概况

4.3.1 2019年上海旅游节入境游客达5万

4.3.2 2019年上海旅游节吸引800余万游客

4.3.3 2019年上海旅游节“世博之旅”预热

4.4 2015-2019年上海旅游发展中存在的问题分析

4.4.1 阻碍上海旅游业发展的因素分析

4.4.2 上海旅游市场线路单调

4.4.3 低价竞争影响上海旅游发展

4.4.4 上海旅游市场缺少特色纪念品

4.5.1 上海旅游业的发展战略分析

4.5.2 上海开放旅游市场的措施

4.5.3 转变上海旅游业发展方式的策略

4.5.4 设立上海旅游基金的建议

4.5.5 上海旅游需进行体制创新

第五章 2015-2019年上海旅游业相关产业的发展分析

5.1 上海旅行社

5.1.1 上海36家旅行社入围年度百强

5.1.2 上海整顿旅行社市场

5.1.3 上海市旅游委大力促进国际旅行社发展入境旅游

5.1.4 上海旅行社责任险关联其经营情况

5.1.5 上海旅行社的管理战略分析

5.2 上海酒店业

5.2.1 上海酒店业竞争压力增大

5.2.2 跨国公司纷纷拓展上海酒店业

5.2.3 节能减排创建绿色旅游饭店

5.2.4 上海酒店业人才极度缺乏

5.2.5 上海酒店市场前景看好

5.3 上海餐饮业

5.3.1 上海餐饮业的发展特点

5.3.2 上海餐饮市场增幅放缓

5.3.3 上海餐饮业的发展对策

5.3.4 上海餐饮业的未来发展方向

5.4 上海会展业

5.4.1 上海会展业的发展历程

5.4.2 上海会展业迅猛扩张

5.4.3 上海会展业的发展瓶颈

5.4.4 上海会展业的竞争策略

5.4.5 开发会展旅游的策略分析

5.4.6 促进上海会展旅游发展的措施

5.5 上海交通业

5.5.1 上海交通的建设状况

5.5.2 上海铁路运输旅客量持续增长

5.5.3 2019年“五一”上海旅游交通状况

5.5.4 上海铁路客运建设新进展

5.5.5 上海十条旅游线调整

5.5.6 以高速交通促旅游业发展

第六章 2015-2019年上海旅游的营销分析

6.1 2015-2019年中国旅游市场的营销分析

- 6.1.1 我国旅游市场营销的涵义
- 6.1.2 阻碍我国旅游市场营销的因素分析
- 6.1.3 我国旅游市场营销的对策分析
- 6.1.4 我国旅游市场营销的未来发展趋势

6.2 2015-2019年上海旅游市场营销状况

- 6.2.1 上海旅游业推进品牌建设
- 6.2.2 上海旅游节联手全市进行营销
- 6.2.3 上海进一步扩大旅游营销网络
- 6.2.4 上海旅游利用杂志媒体营销

6.3 2015-2019年上海旅游市场营销策略分析

- 6.3.1 提升上海旅游竞争力的策略
- 6.3.2 提高上海旅游信息化竞争力
- 6.3.3 上海开发商务旅游的营销策略
- 6.3.4 上海都市旅游的营销战略分析
- 6.3.5 上海旅游景区应强化品牌经营

第七章 上海旅游业重点企业运行状况透析

7.1 上海锦江国际旅游股份有限公司

- 7.1.1 公司简介
- 7.1.2 锦江旅游经营状况分析

7.2 上海春秋国际旅行社有限公司

- 7.2.1 公司简介
- 7.2.2 上海春秋国旅与建行合作发行龙卡
- 7.2.3 上海春秋国旅携手亿美引入移动短信

7.3 上海旅游集散中心

- 7.3.1 公司简介
- 7.3.2 上海旅游集散中心利用联盟网站扩“地盘”
- 7.3.3 上海旅游集散中心重新布局

第八章 2022-2028年上海旅游的趋势分析与前景预测

8.1 2022-2028年中国旅游业的发展前景

8.1.1 中国旅游发展的未来八大趋势

8.1.2 我国旅游业的未来预测

8.1.3 2019年我国将成亚太地区最大旅游地

8.1.4 2019年中国旅游市场预测

8.2 2022-2028年上海旅游发展的趋势和前景预测

8.2.1 上海奉贤区有望出现“游艇城”

8.2.2 2019前实现上海旅游出入境信息动态追踪

8.2.3 2019上海旅游经济指标预测

第九章 2022-2028年中国旅游业投资潜力与风险防范

9.1 2015-2019年中国旅游业投资环境分析

9.1.1 “国民休闲计划”提振旅游业信心

9.1.2 四川省新政强势注入振兴旅游业

9.1.3 国际贸易战下旅游业的发展契机

9.1.4 中国旅游业应对贸易战的措施

9.2 2015-2019年中国旅游投资现状分析

9.2.1 中国旅游业投资进入增长高峰期

9.2.2 外资加快投资中国旅游业

9.2.3 民营资本争相投向旅游产业

9.2.4 休闲度假产品成为旅游业投资新热点

9.3 2022-2028年中国旅游行业的投资特性分析

9.3.1 旅游业投资的特点分析

9.3.2 行业的赢利性分析

9.3.3 中国发展旅游产业基金面临的问题与风险

9.3.4 旅游业进入壁垒和退出机制

9.4 2022-2028年中国旅游业投资建议及方向

9.4.1 中国旅游业的投资建议

9.4.2 中国旅游业的投资方向和投资重点

9.4.3 “十三五”全国旅游投资势头不减

第十章 2015-2019年中国旅游业产业运行环境解析（）

10.1 2015-2019年中国旅游行业经济环境分析

10.1.1 2019年中国GDP增长指数

10.1.2 城镇居民家庭人均可支配收入与恩格尔系数

10.1.3 物价指数

10.1.4 货币升值

10.2 2015-2019年中国旅游行业政策环境分析

10.2.1 旅游业发展规划

10.2.2 旅游业遭遇流感恐慌采取的政策措施

10.2.3 中国公民出国旅游管理办法

10.2.4 旅游发展规划管理办法

10.3 2015-2019年中国旅游行业社会环境分析

10.3.1 居民消费

10.3.2 消费观念

10.3.3 人们生活水平提高（）

图表目录：

图表 全世界国际旅游人次变化情况

图表 2019年16个主要客源国入境旅游人数和增长情况

图表 2019年各省、自治区、直辖市入境旅游接待与收入情况

图表 2019年我国主要城市入境旅游接待与收入情况

图表 2019年全国星级饭店规模及其经营情况

图表 2019年16个主要客源国入境旅游人数和增长情况

图表 2019年各省、自治区、直辖市入境旅游接待与收入情况

图表 2019年我国主要城市入境旅游接待与收入情况

图表 2019年全国星级饭店规模及其经营情况

图表 2019年春节黄金周期间受灾各省客流量及旅游收入

图表 2019年“五一”部分省份日均客流量及旅游收入

图表 2019年锦江旅游各旅游板块旅游接待人数统计情况

图表 2019年锦江旅游主要财务数据

图表 2019年锦江旅游扣除非经常性损失项目和金额

图表 2015-2019年锦江旅游主要会计数据和财务指标

图表 2019年锦江旅游主营业务分行业情况表

图表 2019年锦江旅游主营业务分地区情况

图表 2019年锦江旅游主要会计数据及财务指标

图表 2019年锦江旅游非经常性损益项目及金额

图表 2019年锦江旅游主营业务分行业情况表

图表 2019年锦江旅游主营业务分地区情况

更多图表见正文.....

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202202/271470.html>