2023-2029年中国旅游行业
前景展望与市场运营趋势报告

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

《2023-2029年中国旅游行业前景展望与市场运营趋势报告》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/202303/346176.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

中企顾问网发布的《2023-2029年中国旅游行业前景展望与市场运营趋势报告》共二十一章。首先介绍了旅游行业市场发展环境、旅游整体运行态势等，接着分析了旅游行业市场运行的现状，然后介绍了旅游市场竞争格局。随后，报告对旅游做了重点企业经营状况分析，最后分析了旅游行业发展趋势与投资预测。您若想对旅游产业有个系统的了解或者想投资旅游行业，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 旅游业相关概述1.1旅游产业相关概念及类型划分1.1.1旅游的定义1.1.2旅游业的定义1.1.3旅游类型的划分1.1.4旅游资源1.2旅游产业的特征1.2.1综合性1.2.2关联性1.2.3敏感性1.2.4季节性1.3旅游产业在国民经济中的地位1.3.1旅游业的经济意义1.3.2旅游业关联带动功能1.3.3旅游业成战略支柱产业 第二章 2019-2022年全球旅游业发展分析2.12019-2022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2.22019-2022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 2019-2022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 2019-2022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4.22019-2022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4.32019-2022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4.42019-2022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4.52019-2022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 中国旅游业重要发展战略分析5.1“515战略”分析5.1.1“515战略”相关解读5.1.2“515战略”实施成效5.2“旅游+”战略5.2.1“旅游+互联网”行动5.2.2“旅游+农业”发展5.2.3“旅游+工业”发展5.2.4其他“旅游+”5.3全域旅游战略5.3.1全域旅游概念界定5.3.2全域旅游发展理念5.3.3全域旅游发展历程5.3.4全域旅游发展现状5.3.5全域旅游发展目标5.4“一带一路”旅游合作战略5.4.1国际旅游合作的兴起与发展5.4.2“一带一路”旅游合作机制框架5.4.3“一带一路”旅游合作的外部条件5.4.4“一带一路”旅游合作面临的挑战5.4.5“一带一路”旅游合作建议 第六章 2019-2022年中国生态旅游发展潜力分析6.1生态旅游的相关概述6.1.1生态旅游含义与产生背景6.1.2生态旅游内涵与经济意义6.1.3开展生态旅游的社会意义6.1.4生态旅游的特点分析6.1.5生态旅游发展推动因素6.1.6生态旅游与传统旅游的差异6.22019-2022年中国生态旅游发展情况6.2.1国内新型生态旅游观6.2.2生态旅游的研究与实践6.2.3国内生态旅游示范区6.2.4生态旅游拒绝人工化6.2.5特色生态旅游发展道路6.3生态旅游区建设驱动机制分析6.3.1生态旅游区建设驱动机制概述6.3.2生态旅游区建设的制约因素分析6.3.3生态旅游区建设驱动—制约机制6.3.4生态旅游区建设驱动机制优化策略6.4生态旅游面临的问题6.4.1生态旅游面临的困境6.4.2中国生态旅游实践中的问题6.4.3生态旅游存在的误区分析6.4.4生态旅游被泛化或曲解6.4.5生态旅游存在的相关法律问题6.5生态旅游发展建议6.5.1中国发展生态旅游的建议6.5.2加强生态旅游区环境管理的途径6.5.3生态旅游的可持续发展的对策6.5.4完善我国生态旅游法律规制的对策6.6全国生态旅游发展规划6.6.1面临形势6.6.2规划目标6.6.3总体布局6.6.4重点任务6.6.5配套体系6.6.6保障措施 第七章 2019-2022年红色旅游发展潜力分析7.1红色旅游相关概述7.1.1概念界定7.1.2发展历程7.1.3市场定位7.1.4资源特点7.1.5社会价值7.22019-2022年中国红色旅游发展状况7.2.1红色旅游发展现状7.2.2红色旅游经典景区7.2.3红色旅游国际化发展7.2.4红色旅游公路建设规划7.2.5红色旅游业前景展望7.3红色旅游产业化发展分析7.3.1红色旅游产业化的内涵7.3.2红色旅游产业化表现形式7.3.3旅行社在红色旅游中的作用7.3.4红色旅游产业化发展思路7.4红色旅游的问题分析7.4.1红色旅游中的主要问题7.4.2红色旅游缺乏严肃7.4.3红色旅游景区存在的问题7.4.4中国红色旅游发展面临障碍7.4.5投融资问题成红色旅游发展掣肘7.5发展红色旅游的策略与建议7.5.1发展红色旅游的对策7.5.2打造红色旅游品牌7.5.3老区建设与红色旅游相互促进7.5.4社区旅游模式推动红色旅游业7.5.5红色旅游需可持续发展策略7.6“十四五”全国红色旅游发展规划纲要解读7.6.1规划进程7.6.2重要意义7.6.3发展目标 第八章

2019-2022年乡村旅游发展潜力分析8.1乡村旅游相关概述8.1.1乡村旅游的定义8.1.2乡村旅游的内涵8.1.3乡村旅游基本类型8.1.4乡村旅游发展形式8.22019-2022年乡村旅游产业运行现状8.2.1产业发展特征分析8.2.2产业规模增长迅速8.2.3行业投资总量较大8.2.4产业带动作用增强8.2.5主题类型逐渐丰富8.3中国乡村旅游存在的主要问题8.3.1旅游主题不突出8.3.2产业整合性不强8.3.3乡村文化逐渐削弱8.3.4经营者服务水平低8.3.5专业人才缺口较大8.4中国乡村旅游发展的对策建议8.4.1加强政策支持8.4.2突出主题特色8.4.3坚持示范引领8.4.4留住乡村原味8.4.5重视产业融合8.4.6优化设施配套8.4.7注重保护传承8.5中国乡村旅游业投资形势分析8.5.1乡村旅游投资持续升温8.5.2乡村旅游迎来黄金时代8.5.3政策鼓励社会资本介入 第九章 2019-2022年健康旅游发展潜力分析9.1健康旅游相关概述9.1.1健康旅游的含义9.1.2健康旅游概念诠释9.1.3健康旅游的资源开发9.1.4健康旅游主要项目9.1.5健康旅游的意义9.22019-2022年国外健康旅游业发展分析9.2.1世界健康旅游业发展基础9.2.2世界健康旅游业发展现状9.2.3泰国积极促进健康旅游业发展9.2.4马来西亚推广发展健康旅游业9.2.5印尼打造“世界健康旅游胜地”9.32019-2022年中国健康旅游业的发展9.3.1国内健康旅游政策背景9.3.2中国健康旅游产品供给9.3.3中国健康旅游市场需求9.3.4国内健康旅游发展建议9.3.5中国健康旅游市场前景9.42019-2022年医疗旅游行业发展分析9.4.1医疗旅游相关概述9.4.2国外医疗旅游发展经验9.4.3中国医疗旅游市场规模9.4.4中国医疗旅游供需分析9.4.5中国医疗旅游发展瓶颈9.4.6中国医疗旅游发展策略9.4.7中国医疗旅游投资机遇9.52019-2022年中国中医药健康旅游发展分析9.5.1中医药健康旅游的意义9.5.2中医药健康旅游发展现状9.5.3中医药健康旅游示范基地9.5.4中医药健康旅游发展问题9.5.5中医药健康旅游发展对策9.5.6中医药健康旅游发展目标9.5.7中医药健康旅游重点任务9.6国内适宜开发的健康旅游产品9.6.1文化健康旅游9.6.2医疗健康旅游9.6.3游乐健康养生9.6.4美食健康旅游9.6.5生理美容养生9.6.6运动健康旅游9.6.7生态健康旅游9.7健康旅游开发的模式分析9.7.1健康管理模式9.7.2医疗旅游模式9.7.3健身俱乐部模式9.7.4养生休闲目的地9.7.5养生休闲旅游区 第十章 2019-2022年旅游小城镇发展分析10.1旅游小城镇相关概述10.1.1国内相关定义10.1.2小城镇发展类型10.1.3小城镇发展意义10.1.4小城镇存在的问题10.1.5发展小城镇的策略10.22019-2022年特色旅游小镇创新发展分析10.2.1特色小镇政策背景10.2.2旅游+异域风情10.2.3旅游+健康发展10.2.4旅游+工业历史10.2.5旅游+智能制造10.2.6旅游+地方资源10.2.7旅游+金融产业10.32019-2022年部分区域旅游小城镇发展状况10.3.1陕西省10.3.2湖南省10.3.3齐齐哈尔市10.3.4内蒙古赤峰市10.3.5山东平邑县10.3.6内蒙古西乌旗10.3.7重庆东温泉镇10.4国内经典旅游小镇发展案例分析10.4.1鲁朗国际旅游小镇概述10.4.2小镇各方利益主体分析10.4.3利益主体间的矛盾与分化10.4.4重点方案选择中博弈与协调10.4.5旅游小镇建设运行建议10.5中国旅游小城镇发展建议与前景展望10.5.1旅游小城镇发展建议10.5.2旅游小城镇规划建议10.5.3特色旅游小镇发展建议10.5.4“十四五”发展机遇 第十一章

2019-2022年主题公园发展分析11.12019-2022年世界主题公园发展综述11.1.1市场运营状况11.1.2企业模式分析11.1.3投资建设近况11.1.4运营趋势剖析11.1.5成功经验分析11.22019-2022年中国主题公园市场运行分析11.2.1市场发展现状11.2.2行业运营分析11.2.3区域布局状况11.2.4市场发展业态11.2.5盈利模式分析11.2.6市场热点事件11.32019-2022年中国主题公园建设动态11.3.1北京环球影城主题公园11.3.2上海迪士尼乐园11.3.3华强方特主题公园11.3.4郑州文创园建设主题公园11.3.5银川市主题公园11.4中国主题公园发展制约因素分析11.4.1主题公园选址11.4.2主题文化内涵11.4.3产品（项目）设计11.5中国主题公园创新发展的路径11.5.1主题公园产品创新11.5.2项目创新11.5.3主题活动创新11.5.4表演和服务创新11.5.5市场营销和管理装修 第十二章 2019-2022年其他热点旅游市场分析12.1智慧旅游12.1.1智慧旅游发展动因12.1.2智慧旅游发展特征12.1.3智慧旅游市场规模12.1.4智慧旅游建设推进策略12.1.5智慧旅游商业模式借鉴12.1.6智慧旅游建设发展趋势12.2体育旅游12.2.1体育旅游发展意义12.2.2体育旅游现状综述12.2.3体育旅游市场规模12.2.4体育旅游发展目标12.2.5体育旅游重点任务12.2.6体育旅游保障措施12.3工业旅游12.3.1发展工业旅游的意义12.3.2工业旅游发展现状分析12.3.3工业旅游的特点与开发模式12.3.4部分区域工业旅游发展现状12.3.5中国发展工业旅游的思考12.3.6进一步推进工业旅游发展的建议12.4自驾车旅游12.4.1自驾车旅游概述12.4.2自驾车旅游发展的环境与条件12.4.3自驾车旅游发展的现状与趋势12.4.4自驾车旅游市场特点概述12.4.5自驾车旅游存在的问题及建议12.5滨海旅游12.5.1世界滨海旅游发展背景12.5.2滨海旅游业影响因素分析12.5.3国内滨海旅游市场动态12.5.4中国滨海旅游业开发问题12.5.5国内滨海旅游业发展建议12.6影视旅游12.6.1影视旅游相关概述12.6.2影视旅游的营销模式12.6.3旅游+影视需求分析12.6.4国内热门影视旅游地12.6.5热门影视带动动旅游业发展12.7温泉旅游12.7.1温泉旅游相关概述12.7.2温泉旅游发展现状12.7.3温泉旅游发展模式12.7.4温泉旅游发展问题12.7.5温泉旅游发展思考12.7.6温泉旅游发展机遇12.7.7温泉度假区开发方向 第十三章 2019-2022年旅游市场消费分析13.12019-2022年旅游消费市场发展分析13.1.1全球旅游城市消费排名13.1.2国内旅游消费发展现状13.1.3国内旅游市场消费潜力13.1.4国内旅游市场消费趋向13.2国内各类人群旅游市场发展分析13.2.1女性旅游市场13.2.2老年人旅游市场13.2.3大学生旅游市场13.2.4商务旅游市场13.3旅游消费主体分析13.3.1观光型旅游者13.3.2娱乐消遣型旅游者13.3.3度假保健型旅游者13.3.4文化教育型旅游者13.3.5宗教型旅游者13.3.6寻根、探亲、访友型旅游者13.3.7购物型旅游者13.3.8商务/公务型旅游者13.3.9生态/探险型旅游者13.4体验经济时代的旅游消费者行为特点13.4.1旅游消费需求向高端转移13.4.2情感需求的比重增加13.4.3个性化产品服务受欢迎13.4.4从产品本身转移到消费体验13.4.5对文化旅游产品的需求上升13.4.6绿色旅游需求的呼声越来越高13.5游客的旅游地选择与购买决策模型分析13.5.1旅游地选择与决策过程13.5.2影响游客的选择的主要因素13.5.3典型案例分析13.6旅游需求的定量分析方法13.6.1高峰期需求测定13.6.2空间面积来度量拥挤程

度13.6.3限度评估法13.6.4摄像与问卷结合法13.7影响城市居民国内旅游需求的因素13.7.1城市居民旅游需求概述13.7.2城市居民国内旅游需求影响因素指标的选择13.7.3城市居民国内旅游需求影响因素的量化研究 第十四章 2019-2022年中国主要城市旅游业发展分析14.1北京市14.1.1行业发展成就14.1.2旅游运行现状14.1.3旅游企业状况14.1.4旅游资源情况14.1.5区县旅游业情况14.1.6“十四五”发展分析14.2上海市14.2.1“十四五”发展成就14.2.2旅游市场分析14.2.3行业热点分析14.2.4“十四五”发展目标14.3深圳市14.3.1行业发展环境14.3.2行业发展成就14.3.3总体运行状况14.3.4“十四五”发展规划14.4广州市14.4.1总体运行状况14.4.2促进商旅文融合14.4.3行业改革成效14.4.4行业发展目标14.4.5行业主要任务14.5其他城市14.5.1天津市14.5.2宁波市14.5.3杭州市 第十五章 中国旅游资源及运作模式15.1中国主要地区的旅游资源15.1.1西南市场15.1.2华东市场15.1.3东北市场15.1.4华南市场15.1.5华北市场15.1.6西北市场15.2国内景区旅游资源发展分析15.2.1景区旅游资源分布情况15.2.2景区旅游PEST环境分析15.2.3典型历史文化类景区介绍15.2.4典型海滨旅游类景区介绍15.2.5典型自然风景类景区介绍15.2.6智慧旅游景区发展趋势15.3旅游业的商业模式分析15.3.1旅游供给模式15.3.2旅游商业形态15.3.3旅游产业组织15.4网络旅游市场的商业模式15.4.1在线旅游市场主流商业模式15.4.2旅游商品O2O模式15.4.3在线旅游需要商业模式创新15.5解析主题公园市场化的商业运作模式15.5.1国内外主题公园SWOT分析15.5.2中国主题公园的盈利模式15.5.3主题公园市场化运作商业设计15.6商务旅游及其商业模式探究15.6.1商务旅游概述15.6.2商务旅游市场需求15.6.3商务旅游的供给15.6.4商旅市场商业模式分析 第十六章 2019-2022年中国旅游业竞争分析16.1中国旅游业的国际竞争力分析16.1.1中国旅游业国际竞争力概述16.1.2中国旅游业的国际竞争优势16.1.3中国旅游业的国际竞争劣势16.22019-2022年中国旅游业市场竞争格局16.2.1中国旅游业业竞争力现状16.2.2中国旅游市场价格竞争过度16.2.3旅游市场进入个性化竞争时代16.2.4旅行社步入品牌竞争时代16.3旅游业的人才竞争探讨16.3.1旅游业人才竞争的层次16.3.2旅游业人才竞争的特点16.3.3旅游业人才竞争策略16.4旅游业线上线下的竞争与融合16.4.1旅游业线上线下竞争情况16.4.2旅游业线上线下融合状况16.4.3景区线上线下融合现状分析16.4.4景区线上拓展营销模式分析16.4.5线上线下全渠道发展方向16.5中国旅游业的竞争战略16.5.1内资旅行社市场竞争战略16.5.2旅游文化是参与国际竞争的关键16.5.3价格在内地旅游最具竞争力16.5.4增强旅游业和企业的竞争力 第十七章 2019-2022年中国旅游相关行业发展分析17.12019-2022年景区发展分析17.1.1景区发展特征17.1.2景区数量规模17.1.3景区销售渠道17.1.4景区消费行为17.1.5景区旅游趋势17.22019-2022年酒店业发展分析17.2.1酒店业与旅游业的关系17.2.2酒店行业现状特征17.2.3星级酒店规模结构17.2.4星级酒店经营状况17.2.5经济酒店模式分析17.2.6酒店经营发展建议17.32019-2022年餐饮业发展分析17.3.1行业发展规模17.3.2行业经营分析17.3.3行业发展机遇17.3.4地区发展格局17.3.5企业转型态势17.3.6发展前景展

望17.42019-2022年会展产业发展分析17.4.1会展业与酒店业互动发展17.4.2会展行业发展现状17.4.3会展行业区域分析17.4.4会展行业“走出去”17.4.5国内展馆市场现状17.4.6会展行业问题挑战17.4.7会展产业前景展望17.52019-2022年交通业的发展17.5.1基础设施建设17.5.2交通运输规模17.5.3固定资产投资17.5.4交通对旅游业的影响17.5.5“十四五”行业展望 第十八章 2019-2022年中国旅游业重点企业经营状况分析18.1黄山旅游发展股份有限公司18.1.1企业发展概况18.1.2经营效益分析18.1.3业务经营分析18.1.4财务状况分析18.1.5未来前景展望18.2张家界旅游集团股份有限公司18.2.1企业发展概况18.2.2经营效益分析18.2.3业务经营分析18.2.4财务状况分析18.2.5未来前景展望18.3桂林旅游股份有限公司18.3.1企业发展概况18.3.2经营效益分析18.3.3业务经营分析18.3.4财务状况分析18.3.5未来前景展望18.4丽江玉龙旅游股份有限公司18.4.1企业发展概况18.4.2经营效益分析18.4.3业务经营分析18.4.4财务状况分析18.4.5未来前景展望18.5西安旅游股份有限公司18.5.1企业发展概况18.5.2经营效益分析18.5.3业务经营分析18.5.4财务状况分析18.5.5未来前景展望18.6安徽九华山旅游发展股份有限公司18.6.1企业发展概况18.6.2经营效益分析18.6.3业务经营分析18.6.4财务状况分析18.6.5未来前景展望18.7宋城演艺发展股份有限公司18.7.1企业发展概况18.7.2经营效益分析18.7.3业务经营分析18.7.4财务状况分析18.7.5未来前景展望18.8上市公司财务比较分析18.8.1盈利能力分析18.8.2成长能力分析18.8.3营运能力分析18.8.4偿债能力分析 第十九章 中国旅游业投资潜力分析19.1中国旅游业投资现状综合分析19.1.1旅游行业投资背景19.1.2旅游行业投资特点19.1.3旅游行业投资规模19.1.4旅游行业投资结构19.1.5旅游投资业态分析19.2中国旅游业投资机遇19.2.1国际化机遇19.2.2市场需求机遇19.2.3金融支持机遇19.2.4交通支撑机遇19.2.5转型升级机遇19.3中国旅游业投资壁垒分析19.3.1技术壁垒19.3.2品牌与网络壁垒19.3.3行为性壁垒19.3.4退出壁垒19.4中国旅游业投资误区及建议19.4.1旅游业投资存在的误区19.4.2旅游业投资存在的问题19.4.3加快旅游业投资的建议19.4.4旅游业投资的思考19.5中国旅游业投资风险及防范措施19.5.1宏观经济环境风险19.5.2项目投资开发风险19.5.3自然等外部因素风险19.5.4投资风险的防范措施19.6基于可持续发展的旅游投资决策19.6.1旅游投资的战略决策19.6.2旅游投资的项目决策19.6.3基于可持续发展的旅游投资效益19.7中国旅游业投资趋势分析19.7.1旅游投资环境向好19.7.2旅游投资前景广阔19.7.3旅游投资重点领域 第二十章 旅游业相关上市公司投资统计分析20.1上市公司在旅游业相关领域投资动态分析20.1.1投资项目综述20.1.2投资区域分布20.1.3子版块投资分布20.1.4产业转型分析20.1.5投资模式分析20.1.6典型投资案例20.2旅游业相关上市公司投资动态分析20.2.1投资规模统计20.2.2投资区域分布20.2.3投资领域分布20.2.4投资模式分析20.2.5典型投资案例 第二十一章 旅游业的发展前景与趋势预测分析21.1中国旅游业发展前景展望21.1.1中国旅游业前景展望21.1.2国内旅游市场需求增长21.1.3中国旅游业国际市场前景21.1.42022年中国旅游业发展重点21.1.5中国旅游业发展趋势21.2“十四五”中国

旅游业发展规划21.2.1行业发展目标21.2.2创新发展模式21.2.3提升行业质量21.2.4构建开放格局21.3未来中国旅游发展战略21.3.1从粗放型到比较集约型21.3.2从比较集约型到较高集约型21.3.3从较高集约型到高度集约型21.42023-2029年中国旅游业预测分析21.4.1影响因素分析21.4.2旅游总收入预测21.4.3国内旅游收入预测21.4.4国内旅游人数预测 图表目录：图表1 2023-2029年全球旅游业对GDP的总贡献图表2 2019-2022年国内生产总值及其增长速度图表3 2019-2022年三次产业增加值占全国生产总值比重图表4 2022年年末人口数量及构成图表5 典型的旅游出行链图表6 2019-2022年全国居民人均可支配收入及其增速图表7 2019-2022年居民人均可支配收入平均数与中位数图表8 2019-2022年全社会消费品零售总额图表9 2022年全国居民人均消费支出及其构成图表10 2022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：http://www.cction.com/report/202303/346176.html