

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旅游小城镇规划建设建议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

16.2 2019-2022年中国旅游业市场竞争格局

16.2.1 中国旅游业竞争力现状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

17.1 2019-2022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

17.2 2019-2022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

17.3 2019-2022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子板块投资分布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>