

2021-2027年中国山地旅游 市场发展现状与市场年度调研报告

报告目录及图表目录

智研数据研究中心 编制

www.abaogao.com

一、报告报价

《2021-2027年中国山地旅游市场发展现状与市场年度调研报告》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.abaogao.com/b/lvyou/O11651OIEA.html>

报告价格：印刷版：RMB 8000 电子版：RMB 8000 印刷版+电子版：RMB 8200

智研数据研究中心

订购电话：400-600-8596(免长话费) 010-80993963

海外报告销售：010-80993963

传真：010-60343813

Email：sales@abaogao.com

联系人：刘老师 谭老师 陈老师

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、说明、目录、图表目录

山地旅游是以山地自然环境为主要的旅游环境载体，以复杂多变的山体景观，各种山地水体，丰富的动植物景观，山地立体气候，区域小气候等自然资源和山地居民适应山地环境所形成的社会文化生活习惯，传统人文活动流传至今形成的特定文化底蕴等人文资源为主要的旅游资源，以山地攀登、探险、考察、野外拓展等为特色旅游项目，兼山地观光、休闲、度假、健身、娱乐、教育、运动为一体的一种现代旅游形式。

智研数据研究中心发布的《2021-2027年中国山地旅游市场发展现状与市场年度调研报告》共十八章。首先介绍了山地旅游行业市场发展环境、山地旅游整体运行态势等，接着分析了山地旅游行业市场运行的现状，然后介绍了山地旅游市场竞争格局。随后，报告对山地旅游做了重点企业经营状况分析，最后分析了山地旅游行业发展趋势与投资预测。您若想对山地旅游产业有个系统的了解或者想投资山地旅游行业，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：

第一部分 行业发展现状

第一章 山地旅游行业发展概述

第一节 行业相关概念

一、山地旅游产业定义

二、山地旅游产业产品范围

三、山地旅游产业的外延及其所隶属的大行

第二节 山地旅游产业产品与服务

一、山地旅游产业主要业态

二、山地旅游产业组织形式

三、山地旅游产品种类与生产数量

第三节 山地旅游产业投资特性分析

一、山地旅游产业赢利性

二、山地旅游产业成长性

三、山地旅游产业风险性

四、山地旅游业进入壁垒

第四节 山地旅游业现行管理体制分析

- 一、现行管理体制制约山地旅游业的发展
- 二、山地旅游协会在市场管理中的作用
- 三、对山地旅游行业行政管理体制改革的建议

第二章 旅游业市场发展分析

第一节 全球旅游市场发展分析

- 一、全球国际旅游人数分析
- 二、全球国际旅游收入分析
 - 1、全球国际旅游收入排行
 - 2、亚洲国际旅游收入排行
 - 3、美洲国际旅游收入分析
- 三、全球领先旅游业企业发展分析
 - 1、美国胜腾旅游集团
 - 2、万豪国际集团
 - 3、喜达屋集团
 - 4、瑞士旅业集团 (Kuoni)

第二节 中国国内旅游市场发展分析

- 一、2019年中国国内旅游概况
 - 1、国内旅游人数
 - 2、国内旅游收入
 - 3、国内旅游人均花费
- 二、2019年国内旅游的发展特征
 - 1、节假日旅游进一步集中
 - 2、一日游占主导地位
 - 3、观光游仍是主体
 - 4、区域旅游热点更加凸显
- 三、中国国内旅游市场“十三五”发展预测

第三节 中国入境旅游市场发展分析

- 一、2019年中国入境旅游概况
 - 1、入境旅游接待人数

2、入境旅游外汇收入

3、入境旅游客源情况

4、入境旅游过夜游客数

二、2019年入境旅游主要特点

1、入境游客以港澳台同胞为主

2、入境外国游客以亚欧人为主

3、旅游目的以观光休闲和商务会议为主

三、入境旅游市场“十三五”发展预测

第四节 中国出境旅游市场发展分析

一、2019年中国出境旅游概况

二、2019年出境旅游目的地概况

1、已开放的出境旅游目的地

2、出境旅游中的热门目的地

三、2019年网民出境旅游意向调查

四、出境旅游市场“十三五”发展预测

第五节 中国黄金周旅游市场发展分析

一、十一黄金周旅游市场发展分析

1、十一黄金周旅游人数

2、十一黄金周旅游收入

二、春节黄金周旅游市场发展分析

1、春节黄金周旅游人数

2、春节黄金周旅游收入

第六节 中国旅游业“走出去”机遇分析

一、旅游子行业海外市场扩张现状

1、旅游景区海外市场扩张现状

2、酒店业海外市场扩张现状

3、餐饮业海外市场扩张现状

二、旅游业海外扩张存在问题

三、未来海外市场前景展望

四、行业海外扩张对策建议

第三章 全球山地旅游市场发展分析

第一节 2019年全球山地旅游市场分析

- 一、2019年全球山地旅游市场回顾
- 二、2019年全球山地旅游市场环境
- 三、2019年全球山地旅游格局分析
- 四、2019年全球山地旅游行业发展分析

第二节 2019年全球山地旅游市场分析

- 一、2019年全球山地旅游需求分析
- 二、2019年全球山地旅游行业发展分析
- 三、2019年全球山地旅游市场环境
- 四、2019年中外山地旅游市场对比

第三节 主要国家地区山地旅游市场分析

- 一、2015-2019年美国山地旅游市场分析
- 二、2015-2019年欧洲山地旅游市场分析
- 三、2015-2019年日本山地旅游市场分析
- 四、2015-2019年澳大利亚山地旅游市场分析
- 五、2015-2019年印度山地旅游市场分析
- 六、2015-2019年印马来西亚山地旅游市场分析
- 七、2015-2019年韩国山地旅游市场分析
- 八、2015-2019年其他国家山地旅游市场

第四章 2015-2019年中国山地旅游业运营态势分析

第一节 2015-2019年中国山地旅游产业的发展分析

- 一、我国山地旅游业的兴起与开发情况
- 二、山地旅游业在中国渐趋升温
- 三、我国山地旅游产生巨大经济效应
- 四、国内山地旅游热掀起流行趋势

第二节 2015-2019年中国山地旅游业存在的问题

- 一、山地旅游开发中存在的阻碍
- 二、我国山地旅游开发的错误观念
- 三、山地旅游相关配套设施不足

第三节 2015-2019年中国山地旅游业开发的对策分析

- 一、山地旅游结合发展需要关注的要点

- 二、加快我国山地旅游业发展的措施
- 三、中国山地旅游开发的途径探析
- 四、山地旅游的品牌塑造与推广策略透析
- 五、山地旅游业的市场经济路径探讨

第五章 中国山地旅游产业消费者行为调研

第一节 消费者旅游偏好调研

- 一、不同性别山地旅游偏好调研
- 二、不同年龄山地旅游偏好调研

第二节 消费者行为习惯调研

- 一、不同性别消费者结构调研
- 二、不同年龄消费者结构调研
- 三、消费者消费频次调研
- 四、消费者旅游时间选择调研
- 五、消费者山地旅游选择考虑因素调研
- 六、消费者选择山地旅游因由调研
- 七、消费者山地旅游的途径调研
- 八、消费者山地旅游地喜好调研

第六章 我国山地旅游市场发展研究

第一节 2019年我国山地旅游市场发展研究

- 一、2019年我国山地旅游市场研究
- 二、2019年我国山地旅游市场研究
- 三、2019年我国山地旅游市场研究
- 四、2019年我国山地旅游市场研究

第二节 2019年我国山地旅游市场情况

- 一、2019年我国山地旅游市场研究
- 二、2019年我国山地旅游市场研究
- 三、2019年我国山地旅游市场研究
- 四、2019年我国山地旅游市场研究

第三节 2019年我国山地旅游市场结构和价格走势分析

- 一、2019年我国山地旅游市场结构和价格走势概述

二、2019年我国山地旅游市场结构分析

三、2019年我国山地旅游市场价格走势分析

第七章 山地旅游区域市场情况分析

第一节 华东地区

一、2015-2019年行业发展现状分析

二、2015-2019年市场需求情况分析

三、2015-2019年市场规模情况分析

四、2015-2019年行业竞争格局分析

五、2021-2027年行业发展趋势分析

第二节 华北地区

一、2015-2019年行业发展现状分析

二、2015-2019年市场需求情况分析

三、2015-2019年市场规模情况分析

四、2015-2019年行业竞争格局分析

五、2021-2027年行业发展趋势分析

第三节 华中地区

一、2015-2019年行业发展现状分析

二、2015-2019年市场需求情况分析

三、2015-2019年市场规模情况分析

四、2015-2019年行业竞争格局分析

五、2021-2027年行业发展趋势分析

第四节 华南地区

一、2015-2019年行业发展现状分析

二、2015-2019年市场需求情况分析

三、2015-2019年市场规模情况分析

四、2015-2019年行业竞争格局分析

五、2021-2027年行业发展趋势分析

第五节 东北地区

一、2015-2019年行业发展现状分析

二、2015-2019年市场需求情况分析

三、2015-2019年市场规模情况分析

四、2015-2019年行业竞争格局分析

五、2021-2027年行业发展趋势分析

第六节 西北地区

一、2015-2019年行业发展现状分析

二、2015-2019年市场需求情况分析

三、2015-2019年市场规模情况分析

四、2015-2019年行业竞争格局分析

五、2021-2027年行业发展趋势分析

第七节 西南地区

一、2015-2019年行业发展现状分析

二、2015-2019年市场需求情况分析

三、2015-2019年市场规模情况分析

四、2015-2019年行业竞争格局分析

五、2021-2027年行业发展趋势分析

第八章 中国山地旅游业子行业发展分析

第一节 旅游景区发展分析

一、旅游景区基本情况

二、旅游景区业绩增长分析

1、旅游景区主体地位增强

2、精品旅游景区业绩突出

3、新兴旅游景区成为热点

三、旅游衍生品行业发展分析

1、行业发展概况

2、行业竞争现状

3、行业进入壁垒

4、行业特有经营模式及行业特征

第二节 酒店业发展分析

一、星级饭店发展分析

1、星级饭店规模及构成情况

2、星级饭店总体经营状况

3、不同星级饭店经营状况

- 4、不同地区星级饭店经营状况
- 5、重点旅游城市酒店经营情况
- 6、酒店市场运行特点总结

二、经济型连锁酒店发展分析

- 1、经济型酒店规模分析
- 2、经济型酒店区域分布情况
- 3、经济型酒店产品结构
- 4、经济型酒店竞争格局

三、中国酒店业发展趋势

第三节 餐饮业发展分析

二、餐饮业集中度分析

三、餐饮百强企业经营分析

- 1、营业额稳步增长
- 2、分化与互渗趋势明显
- 3、占社会餐饮收入比重基本与上年持平
- 4、百强企业规模进一步扩大
- 5、综合业绩表现逊于往年

四、餐饮业发展趋势

第四节 旅行社发展分析

一、旅游社行业发展概况

- 1、行业发展规模
- 2、行业经营状况

二、旅行社业务分析

- 1、入境旅游业务分析
- 2、国内旅游业务分析
- 3、出境旅游业务分析

三、旅行社行业总体结构分析

- 1、旅行社区域分布
- 2、旅行社经营状况
- 3、旅行社类别分布

四、旅行社行业转型分析

- 1、旅行社行业发展阶段

- 2、旅行社行业分工体系
- 3、旅行社行业集中度
- 4、旅行社行业盈利能力
- 五、国际旅行社行业的发展借鉴
- 1、国际旅行社以“垂直分工”为主的多样化分工体系
- 2、欧美旅行社的一体化进程
- 3、国际成功旅行社“抓两头，带中间”的基本模式

第二部分 行业竞争格局

第九章 山地旅游行业竞争格局分析

第一节 行业竞争结构分析

- 一、现有企业间竞争
- 二、潜在进入者分析
- 三、替代品威胁分析
- 四、供应商议价能力
- 五、客户议价能力

第二节 行业集中度分析

- 一、市场集中度分析
- 二、企业集中度分析
- 三、区域集中度分析

第三节 中国山地旅游行业竞争格局综述

- 一、2019年山地旅游行业集中度
- 二、2019年山地旅游行业竞争程度
- 三、2019年山地旅游企业与品牌数量
- 四、2019年山地旅游行业竞争格局分析

第四节 2015-2019年山地旅游行业竞争格局分析

- 一、2015-2019年国内外山地旅游竞争分析
- 二、2015-2019年我国山地旅游市场竞争分析
- 三、2015-2019年我国山地旅游市场集中度分析
- 四、2015-2019年国内主要山地旅游企业动向
- 五、2019年国内山地旅游拟在建项目分析

第十章 山地旅游企业竞争策略分析

第一节 山地旅游市场竞争策略分析

- 一、2019年山地旅游市场增长潜力分析
- 二、2019年山地旅游主要潜力产品分析
- 三、现有山地旅游产品竞争策略分析
- 四、潜力山地旅游品种竞争策略选择
- 五、典型企业竞争策略分析

第二节 山地旅游企业竞争策略分析

- 一、欧债危机对山地旅游行业竞争格局的影响
- 二、欧债危机后山地旅游行业竞争格局的变化
- 三、2015-2019年我国山地旅游市场竞争趋势
- 四、2015-2019年山地旅游竞争格局展望
- 五、2015-2019年山地旅游竞争策略分析
- 六、2015-2019年山地旅游竞争策略分析

第十一章 国内外重点山地旅游景点竞争状况

第一节 南迦巴瓦峰

- 一、概况
- 二、竞争优势
- 三、经营和财务状况
- 四、发展战略

第二节 贡嘎山

- 一、概况
- 二、竞争优势
- 三、经营和财务状况
- 四、发展战略

第三节 珠穆朗玛峰

- 一、概况
- 二、竞争优势
- 三、经营和财务状况
- 四、发展战略

第四节 梅里雪山

- 一、概况
- 二、竞争优势
- 三、经营和财务状况
- 四、发展战略

第五节 黄山

- 一、概况
- 二、竞争优势
- 三、经营和财务状况
- 四、发展战略

第六节 稻城三神山

- 一、概况
- 二、竞争优势
- 三、经营和财务状况
- 四、发展战略

第七节 乔戈里峰

- 一、概况
- 二、竞争优势
- 三、经营和财务状况
- 四、发展战略

第八节 冈仁波齐峰

- 一、概况
- 二、竞争优势
- 三、经营和财务状况
- 四、发展战略

第九节 泰山

- 一、概况
- 二、竞争优势
- 三、经营和财务状况
- 四、发展战略

第十节 峨眉山

- 一、概况
- 二、竞争优势

三、经营和财务状况

四、发展战略

第十二章 国内重点旅游公司竞争状况

第一节 中青旅控股股份有限公司

一、企业发展简况分析

二、企业经营情况分析

三、企业经营优劣势分析

第二节 北京首都旅游股份有限公司

一、企业发展简况分析

二、企业经营情况分析

三、企业经营优劣势分析

第三节 上海锦江国际旅游股份有限公司

一、企业发展简况分析

二、企业经营情况分析

三、企业经营优劣势分析

第四节 黄山旅游发展股份有限公司

一、企业发展简况分析

二、企业经营情况分析

三、企业经营优劣势分析

第五节 峨眉山旅游股份有限公司

一、企业发展简况分析

二、企业经营情况分析

三、企业经营优劣势分析

第六节 国旅联合股份有限公司

一、企业发展简况分析

二、企业经营情况分析

三、企业经营优劣势分析

第三部分 行业前景预测

第十三章 山地旅游行业发展趋势分析

第一节 我国山地旅游行业前景与机遇分析

- 一、我国山地旅游行业发展前景
- 二、我国山地旅游发展机遇分析
- 三、2019年山地旅游的发展机遇分析
- 四、欧债危机对山地旅游行业的影响分析

第二节 2015-2019年中国山地旅游市场趋势分析

- 一、2015-2019年山地旅游市场趋势总结
- 二、2015-2019年山地旅游发展趋势分析
- 三、2015-2019年山地旅游市场发展空间
- 四、2015-2019年山地旅游产业政策趋向
- 五、2015-2019年山地旅游技术革新趋势
- 六、2015-2019年山地旅游价格走势分析
- 七、2015-2019年国际环境对行业的影响

第十四章 未来山地旅游行业发展预测

第一节 未来山地旅游需求与消费预测

- 一、2021-2027年山地旅游消费预测
- 二、2021-2027年山地旅游市场规模预测
- 三、2021-2027年山地旅游行业总产值预测
- 四、2021-2027年山地旅游行业销售收入预测
- 五、2021-2027年山地旅游行业总资产预测

第二节 2021-2027年中国山地旅游行业供需预测

- 一、2021-2027年中国山地旅游供给预测
- 二、2021-2027年中国山地旅游需求预测
- 三、2021-2027年中国山地旅游供需平衡预测
- 四、2021-2027年中国山地旅游价格预测

第四部分 投资战略研究

第十五章 山地旅游行业投资现状分析

第一节 2019年山地旅游行业投资情况分析

- 一、2019年总体投资及结构
- 二、2019年投资规模情况
- 三、2019年投资增速情况

四、2019年分地区投资分析

五、2019年外商投资情况

第二节 2019年山地旅游行业投资情况分析

一、2019年总体投资及结构

二、2019年投资规模情况

三、2019年投资增速情况

四、2019年分地区投资分析

五、2019年外商投资情况

第十六章 山地旅游行业投资环境分析

第一节 经济发展环境分析

一、2021-2027年我国宏观经济运行情况

二、2021-2027年我国宏观经济形势分析

三、2021-2027年投资趋势及其影响预测

第二节 政策法规环境分析

一、2019年山地旅游行业政策环境分析

二、2019年国内宏观政策对其影响

三、2019年行业产业政策对其影响

第三节 技术发展环境分析

一、国内山地旅游技术现状

二、2019年山地旅游技术发展分析

三、2021-2027年山地旅游技术发展趋势分析

第四节 社会发展环境分析

一、国内社会环境发展现状

二、2019年社会环境发展分析

三、2021-2027年社会环境对行业的影响分析

第十七章 山地旅游行业投资机会与风险

第一节 行业活力系数比较及分析

一、2019年相关产业活力系数比较

二、2015-2019年行业活力系数分析

第二节 行业投资收益率比较及分析

一、2019年相关产业投资收益率比较

二、2015-2019年行业投资收益率分析

第三节 山地旅游行业投资效益分析

一、2015-2019年山地旅游行业投资状况分析

二、2021-2027年山地旅游行业投资效益分析

三、2021-2027年山地旅游行业投资趋势预测

四、2021-2027年山地旅游行业的投资方向

五、投资建议

六、新进入者应注意的障碍因素分析

第四节 影响山地旅游行业发展的主要因素

一、2021-2027年影响山地旅游行业运行的有利因素分析

二、2021-2027年影响山地旅游行业运行的稳定因素分析

三、2021-2027年影响山地旅游行业运行的不利因素分析

四、2021-2027年我国山地旅游行业发展面临的挑战分析

五、2021-2027年我国山地旅游行业发展面临的机遇分析

第五节 山地旅游行业投资风险及控制策略分析

一、2021-2027年山地旅游行业市场风险及控制策略

二、2021-2027年山地旅游行业政策风险及控制策略

三、2021-2027年山地旅游行业经营风险及控制策略

四、2021-2027年山地旅游行业技术风险及控制策略

五、2021-2027年山地旅游行业同业竞争风险及控制策略

六、2021-2027年山地旅游行业其他风险及控制策略

第十八章 山地旅游行业投资战略研究

第一节 山地旅游行业发展战略研究

一、战略综合规划

二、技术开发战略

三、业务组合战略

四、区域战略规划

五、产业战略规划

六、营销品牌战略

七、竞争战略规划

第二节 对我国山地旅游品牌的战略思考

一、企业品牌的重要性

二、山地旅游实施品牌战略的意义

三、山地旅游企业品牌的现状分析

四、我国山地旅游企业的品牌战略

五、山地旅游品牌战略管理的策略

第三节 山地旅游企业经营管理策略

一、成本控制策略

二、定价策略

三、竞争策略

四、并购重组策略

五、营销策略

六、人力资源

七、财务管理

八、国际化策略

第四节 我国山地旅游业发展的对策

一、中国山地旅游走出去的问题与对策

二、山地旅游产业化发展意识定位分析

三、山地旅游市场“打建并举”

四、科技助力山地旅游数字化

五、强强联合专职管理

六、风险应降低政策待倾斜

七、参与体制改革进军网络领域

八、多元化战略拓展生存空间

九、大力开发原创产品

第五节 山地旅游行业投资战略研究

一、2019年旅游产业投资战略

二、2019年山地旅游行业投资战略

三、2021-2027年山地旅游行业投资战略

四、2021-2027年细分行业投资战略

部分图表目录：

图表 1 2019年全国入境游接待人次同比下降2.23%

图表 2 2019年入境旅游外国人人数（按目的分）

图表 3 2019年入境旅游接待收汇情况

图表 4 2019年主要客源市场情况

图表 5 2019年全国入境游过夜人次同比下降1.08%

图表 6 2019年我国山地旅游行业销售收入及增长情况

图表 7 2019年我国山地旅游行业销售收入及增长情况

图表 8 2015-2019年华东地区山地旅游行业销售收入增长情况

图表 9 2015-2019年华北地区山地旅游行业销售收入增长情况

图表 10 2015-2019年华中地区山地旅游行业销售收入增长情况

图表 11 2015-2019年华南地区山地旅游行业销售收入增长情况

图表 12 2015-2019年东北地区山地旅游行业销售收入增长情况

图表 13 2015-2019年西北地区山地旅游行业销售收入增长情况

图表 14 2015-2019年西北地区山地旅游行业销售收入增长情况

图表 15 2019年第全国星级饭店经营情况统计表

图表 16 2019年第全国星级饭店经营情况平均指标统计表

图表 17 2019年第全国星级饭店经营情况平均指标比较

图表 18 2019年第重点旅游城市星级饭店平均房价前10名情况表

图表 19 2019年第重点旅游城市星级饭店平均出租率前名情况表

图表 20 2021-2027年我国山地旅游行业工业总产值预测图

图表 21 2021-2027年我国山地旅游行业销售收入预测图

图表 22 2021-2027年我国山地旅游行业资产合计预测图

图表 23 2019年山地旅游投资结构

图表 24 2019年我国山地旅游行业不同所有制企业固定资产投资增速情况

图表 25 2015-2019年我国山地旅游行业资产合计及增长情况

图表 26 2019年我国山地旅游行业分地区固定资产投资增速情况

图表 27 2019年我国山地旅游行业外商投资地区关注情况

图表 28 2019年山地旅游投资结构

图表 29 2015-2019年我国山地旅游行业资产合计及增长对比

图表 30 2019年我国不同所有制企业固定资产投资增速情况

更多图表见正文……

详细请访问：<http://www.abaogao.com/b/lvyou/O11651OIEA.html>