

2025-2031年中国旅游行业市场深度分析及投资前景展望报告

报告大纲

一、报告简介

华经情报网发布的《2025-2031年中国旅游行业市场深度分析及投资前景展望报告》涵盖行业最新数据，市场热点，政策规划，竞争情报，市场前景预测，投资策略等内容。更辅以大量直观的图表帮助本行业企业准确把握行业发展态势、市场商机动向、正确制定企业竞争战略和投资策略。本报告依据国家统计局、海关总署和国家信息中心等渠道发布的权威数据，以及我中心对本行业的实地调研，结合了行业所处的环境，从理论到实践、从宏观到微观等多个角度进行市场调研分析。

官网地址：<https://www.huaon.com/channel/jingpin/tour/1023853.html>

报告价格：电子版: 9000元 纸介版：9000元 电子和纸介版: 9200元

订购电话: 400-700-0142 010-80392465

电子邮箱: kf@huaon.com

联系人: 刘老师

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、报告目录及图表目录

《2025-2031年中国旅游行业市场深度分析及投资前景展望报告》由华经产业研究院研究团队精心研究编制，对旅游行业发展环境、市场运行现状进行了具体分析，还重点分析了行业竞争格局、重点企业的经营现状，结合旅游行业的发展轨迹和实践经验，对未来几年行业的发展趋向进行了专业的预判；为企业、科研、投资机构等单位投资决策、战略规划、产业研究提供重要参考。

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家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 旅游行业的有关概况

1.1.1 旅游的定义

1.1.2 旅游的特点

1.2 旅游行业经营模式

1.3 旅游的产业链情况

1.3.1 产业链模型介绍

1.3.2 旅游行业产业链分析

1.4 上下游行业对旅游行业的影响分析

第二章 2020-2024年全球旅游业发展分析

2.1 2020-2024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

2.2 2020-2024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 2020-2024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 2020-2024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
- 4.22020-2024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
- 4.32020-2024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
- 4.42020-2024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
- 4.52020-2024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 2020-2024年中国生态旅游发展潜力分析

5.1生态旅游的相关概述

5.1.1生态旅游含义与产生背景

5.1.2生态旅游内涵与经济意义

5.1.3开展生态旅游的社会意义

5.1.4生态旅游的特点分析

5.1.5生态旅游发展推动因素

5.1.6生态旅游与传统旅游的差异

5.22020-2024年中国生态旅游发展情况

5.2.1国内新型生态旅游观

5.2.2生态旅游的研究与实践

5.2.3国内生态旅游示范区

5.2.4生态旅游拒绝人工化

5.2.5特色生态旅游发展道路

5.3生态旅游区建设驱动机制分析

5.3.1生态旅游区建设驱动机制概述

5.3.2生态旅游区建设的制约因素分析

5.3.3生态旅游区建设驱动—制约机制

5.3.4生态旅游区建设驱动机制优化策略

5.4生态旅游面临的问题

5.4.1生态旅游面临的困境

5.4.2中国生态旅游实践中的问题

5.4.3生态旅游存在的误区分析

5.4.4生态旅游被泛化或曲解

5.4.5生态旅游存在的相关法律问题

5.5生态旅游发展建议

5.5.1中国发展生态旅游的建议

5.5.2加强生态旅游区环境管理的途径

5.5.3生态旅游的可持续发展的对策

5.5.4完善我国生态旅游法律规制的对策

5.6全国生态旅游发展规划

5.6.1 面临形势

5.6.2 规划目标

5.6.3 总体布局

5.6.4 重点任务

5.6.5 配套体系

5.6.6 保障措施

第六章 2020-2024年红色旅游发展潜力分析

6.1 红色旅游相关概述

6.1.1 概念界定

6.1.2 发展历程

6.1.3 市场定位

6.1.4 资源特点

6.1.5 社会价值

6.2 2020-2024年中国红色旅游发展状况

6.2.1 红色旅游发展现状

6.2.2 红色旅游经典景区

6.2.3 红色旅游国际化发展

6.2.4 红色旅游公路建设规划

6.2.5 红色旅游业前景展望

6.3 红色旅游产业化发展分析

6.3.1 红色旅游产业化的内涵

6.3.2 红色旅游产业化表现形式

6.3.3 旅行社在红色旅游中的作用

6.3.4 红色旅游产业化发展思路

6.4 红色旅游的问题分析

6.4.1 红色旅游中的主要问题

6.4.2 红色旅游缺乏严肃

6.4.3 红色旅游景区存在的问题

6.4.4 中国红色旅游发展面临障碍

6.4.5 投融资问题成红色旅游发展掣肘

6.5 发展红色旅游的策略与建议

6.5.1 发展红色旅游的对策

6.5.2 打造红色旅游品牌

6.5.3 老区建设与红色旅游相互促进

6.5.4社区旅游模式推动红色旅游业

6.5.5红色旅游需可持续发展策略

6.6“十四五”全国红色旅游发展规划纲要解读

6.6.1规划进程

6.6.2重要意义

6.6.3发展目标

第七章 2020-2024年乡村旅游发展潜力分析

7.1乡村旅游相关概述

7.1.1乡村旅游的定义

7.1.2乡村旅游的内涵

7.1.3乡村旅游基本类型

7.1.4乡村旅游发展形式

7.22020-2024年乡村旅游产业运行现状

7.2.1产业发展特征分析

7.2.2产业规模增长迅速

7.2.3行业投资总量较大

7.2.4产业带动作用增强

7.2.5主题类型逐渐丰富

7.3中国乡村旅游存在的主要问题

7.3.1旅游主题不突出

7.3.2产业整合性不强

7.3.3乡村文化逐渐削弱

7.3.4经营者服务水平低

7.3.5专业人才缺口较大

7.4中国乡村旅游发展的对策建议

7.4.1加强政策支持

7.4.2突出主题特色

7.4.3坚持示范引领

7.4.4留住乡村原味

7.4.5重视产业融合

7.4.6优化设施配套

7.4.7注重保护传承

7.5中国乡村旅游业投资形势分析

7.5.1乡村旅游投资持续升温

7.5.2乡村旅游迎来黄金时代

7.5.3政策鼓励社会资本介入

第八章 2020-2024年健康旅游发展潜力分析

8.1健康旅游相关概述

8.1.1健康旅游的含义

8.1.2健康旅游概念诠释

8.1.3健康旅游的资源开发

8.1.4健康旅游主要项目

8.1.5健康旅游的意义

8.22020-2024年国外健康旅游业发展分析

8.2.1世界健康旅游业发展基础

8.2.2世界健康旅游业发展现状

8.2.3泰国积极促进健康旅游业发展

8.2.4马来西亚推广发展健康旅游业

8.2.5印尼打造“世界健康旅游胜地”

8.32020-2024年中国健康旅游业的发展

8.3.1国内健康旅游政策背景

8.3.2中国健康旅游产品供给

8.3.3中国健康旅游市场需求

8.3.4国内健康旅游发展建议

8.3.5中国健康旅游市场前景

8.42020-2024年医疗旅游行业发展分析

8.4.1医疗旅游相关概述

8.4.2国外医疗旅游发展经验

8.4.3中国医疗旅游市场规模

8.4.4中国医疗旅游供需分析

8.4.5中国医疗旅游发展瓶颈

8.4.6中国医疗旅游发展策略

8.4.7中国医疗旅游投资机遇

8.52020-2024年中国中医药健康旅游发展分析

8.5.1中医药健康旅游的意义

8.5.2中医药健康旅游发展现状

8.5.3中医药健康旅游示范基地

8.5.4中医药健康旅游发展问题

8.5.5中医药健康旅游发展对策

8.5.6中医药健康旅游发展目标

8.5.7中医药健康旅游重点任务

8.6国内适宜开发的健康旅游产品

8.6.1文化健康旅游

8.6.2医疗健康旅游

8.6.3游乐健康养生

8.6.4美食健康旅游

8.6.5生理美容养生

8.6.6运动健康旅游

8.6.7生态健康旅游

8.7健康旅游开发的模式分析

8.7.1健康管理模式

8.7.2医疗旅游模式

8.7.3健身俱乐部模式

8.7.4养生休闲目的地

8.7.5养生休闲旅游区

第九章 2020-2024年旅游小城镇发展分析

9.1旅游小城镇相关概述

9.1.1国内相关定义

9.1.2小城镇发展类型

9.1.3小城镇发展意义

9.1.4小城镇存在的问题

9.1.5发展小城镇的策略

9.22020-2024年特色旅游小镇创新发展分析

9.2.1特色小镇政策背景

9.2.2旅游+异域风情

9.2.3旅游+健康发展

9.2.4旅游+工业历史

9.2.5旅游+智能制造

9.2.6旅游+地方资源

9.2.7旅游+金融产业

9.32020-2024年部分区域旅游小城镇发展状况

9.3.1陕西省

9.3.2湖南省

9.3.3齐齐哈尔市

9.3.4内蒙古赤峰市

9.3.5山东平邑县

9.3.6内蒙古西乌旗

9.3.7重庆东温泉镇

9.4国内经典旅游小镇发展案例分析

9.4.1鲁朗国际旅游小镇概述

9.4.2小镇各方利益主体分析

9.4.3利益主体间的矛盾与分化

9.4.4重点方案选择中博弈与协调

9.4.5旅游小镇建设运行建议

9.5中国旅游小城镇发展建议与前景展望

9.5.1旅游小城镇发展建议

9.5.2旅游小城镇规划建设

9.5.3特色旅游小镇发展建议

9.5.4“十四五”发展机遇

第十章 2020-2024年主题公园发展分析

10.12020-2024年世界主题公园发展综述

10.1.1市场运营状况

10.1.2企业模式分析

10.1.3投资建设近况

10.1.4运营趋势剖析

10.1.5成功经验分析

10.22020-2024年中国主题公园市场运行分析

10.2.1市场发展现状

10.2.2行业运营分析

10.2.3区域布局状况

10.2.4市场发展业态

10.2.5盈利模式分析

10.2.6市场热点事件

10.32020-2024年中国主题公园建设动态

10.3.1北京环球影城主题公园

10.3.2上海迪士尼乐园

- 10.3.3华强方特主题公园
- 10.3.4郑州文创园建设主题公园
- 10.3.5银川市主题公园
- 10.4中国主题公园发展制约因素分析
 - 10.4.1主题公园选址
 - 10.4.2主题文化内涵
 - 10.4.3产品（项目）设计
- 10.5中国主题公园创新发展的路径
 - 10.5.1主题公园产品创新
 - 10.5.2项目创新
 - 10.5.3主题活动创新
 - 10.5.4表演和服务创新
 - 10.5.5市场营销和管理装修

第十一章 2020-2024年其他热点旅游市场分析

- 11.1智慧旅游
 - 11.1.1智慧旅游发展动因
 - 11.1.2智慧旅游发展特征
 - 11.1.3智慧旅游市场规模
 - 11.1.4智慧旅游建设推进策略
 - 11.1.5智慧旅游商业模式借鉴
 - 11.1.6智慧旅游建设发展趋势
- 11.2体育旅游
 - 11.2.1体育旅游发展意义
 - 11.2.2体育旅游现状综述
 - 11.2.3体育旅游市场规模
 - 11.2.4体育旅游发展目标
 - 11.2.5体育旅游重点任务
 - 11.2.6体育旅游保障措施
- 11.3工业旅游
 - 11.3.1发展工业旅游的意义
 - 11.3.2工业旅游发展现状分析
 - 11.3.3工业旅游的特点与开发模式
 - 11.3.4部分区域工业旅游发展现状
 - 11.3.5中国发展工业旅游的思考

11.3.6进一步推进工业旅游发展的建议

11.4自驾车旅游

11.4.1自驾车旅游概述

11.4.2自驾车旅游发展的环境与条件

11.4.3自驾车旅游发展的现状与趋势

11.4.4自驾车旅游市场特点概述

11.4.5自驾车旅游存在的问题及建议

11.5滨海旅游

11.5.1世界滨海旅游发展背景

11.5.2滨海旅游业影响因素分析

11.5.3国内滨海旅游市场动态

11.5.4中国滨海旅游业开发问题

11.5.5国内滨海旅游业发展建议

11.6影视旅游

11.6.1影视旅游相关概述

11.6.2影视旅游的营销模式

11.6.3旅游+影视需求分析

11.6.4国内热门影视旅游地

11.6.5热门影视带动旅游业发展

11.7温泉旅游

11.7.1温泉旅游相关概述

11.7.2温泉旅游发展现状

11.7.3温泉旅游发展模式

11.7.4温泉旅游发展问题

11.7.5温泉旅游发展思考

11.7.6温泉旅游发展机遇

11.7.7温泉度假区开发方向

第十二章 2020-2024年旅游市场消费分析

12.12020-2024年旅游消费市场发展分析

12.1.1全球旅游城市消费排名

12.1.2国内旅游消费发展现状

12.1.3国内旅游市场消费潜力

12.1.4国内旅游市场消费趋向

12.2国内各类人群旅游市场发展分析

- 12.2.1 女性旅游市场
- 12.2.2 老年人旅游市场
- 12.2.3 大学生旅游市场
- 12.2.4 商务旅游市场
- 12.3 旅游消费主体分析
 - 12.3.1 观光型旅游者
 - 12.3.2 娱乐消遣型旅游者
 - 12.3.3 度假保健型旅游者
 - 12.3.4 文化教育型旅游者
 - 12.3.5 宗教型旅游者
 - 12.3.6 寻根、探亲、访友型旅游者
 - 12.3.7 购物型旅游者
 - 12.3.8 商务/公务型旅游者
 - 12.3.9 生态/探险型旅游者
- 12.4 体验经济时代的旅游消费者行为特点
 - 12.4.1 旅游消费需求向高端转移
 - 12.4.2 情感需求的比重增加
 - 12.4.3 个性化产品服务受欢迎
 - 12.4.4 从产品本身转移到消费体验
 - 12.4.5 对文化旅游产品的需求上升
 - 12.4.6 绿色旅游需求的呼声越来越高
- 12.5 游客的旅游地选择与购买决策模型分析
 - 12.5.1 旅游地选择与决策过程
 - 12.5.2 影响游客的选择的主要因素
 - 12.5.3 典型案例分析
- 12.6 旅游需求的定量分析方法
 - 12.6.1 高峰期需求测定
 - 12.6.2 空间面积来度量拥挤程度
 - 12.6.3 限度评估法
 - 12.6.4 摄像与问卷结合法
- 12.7 影响城市居民国内旅游需求的因素
 - 12.7.1 城市居民旅游需求概述
 - 12.7.2 城市居民国内旅游需求影响因素指标的选择
 - 12.7.3 城市居民国内旅游需求影响因素的量化研究

第十三章 2020-2024年中国主要城市旅游业发展分析

13.1北京市

13.1.1行业发展成就

13.1.2旅游运行现状

13.1.3旅游企业状况

13.1.4旅游资源情况

13.1.5区县旅游业情况

13.1.6“十四五”发展分析

13.2上海市

13.2.1“十四五”发展成就

13.2.2旅游市场分析

13.2.3行业热点分析

13.2.4“十四五”发展目标

13.3深圳市

13.3.1行业发展环境

13.3.2行业发展成就

13.3.3总体运行状况

13.3.4“十四五”发展规划

13.4广州市

13.4.1总体运行状况

13.4.2促进商旅文融合

13.4.3行业改革成效

13.4.4行业发展目标

13.4.5行业主要任务

13.5其他城市

13.5.1天津市

13.5.2宁波市

13.5.3杭州市

第十四章 中国旅游资源及运作模式

14.1中国主要地区的旅游资源

14.1.1西南市场

14.1.2华东市场

14.1.3东北市场

14.1.4华南市场

- 14.1.5华北市场
- 14.1.6西北市场
- 14.2国内景区旅游资源发展分析
 - 14.2.1景区旅游资源分布情况
 - 14.2.2景区旅游PEST环境分析
 - 14.2.3典型历史文化类景区介绍
 - 14.2.4典型海滨旅游类景区介绍
 - 14.2.5典型自然风景类景区介绍
 - 14.2.6智慧旅游景区发展趋势
- 14.3旅游业的商业模式分析
 - 14.3.1旅游供给模式
 - 14.3.2旅游商业形态
 - 14.3.3旅游产业组织
- 14.4网络旅游市场的商业模式
 - 14.4.1在线旅游市场主流商业模式
 - 14.4.2旅游商品O2O模式
 - 14.4.3在线旅游需要商业模式创新
- 14.5解析主题公园市场化的商业运作模式
 - 14.5.1国内外主题公园SWOT分析
 - 14.5.2中国主题公园的盈利模式
 - 14.5.3主题公园市场化运作商业设计
- 14.6商务旅游及其商业模式探究
 - 14.6.1商务旅游概述
 - 14.6.2商务旅游市场需求
 - 14.6.3商务旅游的供给
 - 14.6.4商旅市场商业模式分析

第十五章 2020-2024年中国旅游业竞争分析

- 15.1中国旅游业的国际竞争力分析
 - 15.1.1中国旅游业国际竞争力概述
 - 15.1.2中国旅游业的国际竞争优势
 - 15.1.3中国旅游业的国际竞争劣势
- 15.22020-2024年中国旅游业市场竞争格局
 - 15.2.1中国旅游业竞争力现状
 - 15.2.2中国旅游市场价格竞争过度

15.2.3 旅游市场进入个性化竞争时代

15.2.4 旅行社步入品牌竞争时代

15.3 旅游业的人才竞争探讨

15.3.1 旅游业人才竞争的层次

15.3.2 旅游业人才竞争的特点

15.3.3 旅游业人才竞争策略

15.4 旅游业线上线下的竞争与融合

15.4.1 旅游业线上线下竞争情况

15.4.2 旅游业线上线下融合状况

15.4.3 景区线上线下融合现状分析

15.4.4 景区线上拓展营销模式分析

15.4.5 线上线下全渠道发展方向

15.5 中国旅游业的竞争战略

15.5.1 内资旅行社市场竞争战略

15.5.2 旅游文化是参与国际竞争的关键

15.5.3 价格在内地旅游最具竞争力

15.5.4 增强旅游业和企业的竞争力

第十六章 2020-2024年中国旅游相关行业发展分析

16.1 2020-2024年景区发展分析

16.1.1 景区发展特征

16.1.2 景区数量规模

16.1.3 景区销售渠道

16.1.4 景区消费行为

16.1.5 景区旅游趋势

16.2 2020-2024年酒店业发展分析

16.2.1 酒店业与旅游业的关系

16.2.2 酒店行业现状特征

16.2.3 星级酒店规模结构

16.2.4 星级酒店经营状况

16.2.5 经济酒店模式分析

16.2.6 酒店经营发展建议

16.3 2020-2024年餐饮业发展分析

16.3.1 行业发展规模

16.3.2 行业经营分析

- 16.3.3行业发展机遇
- 16.3.4地区发展格局
- 16.3.5企业转型态势
- 16.3.6发展前景展望
- 16.42020-2024年会展产业发展分析
- 16.4.1会展业与酒店业互动发展
- 16.4.2会展行业发展现状
- 16.4.3会展行业区域分析
- 16.4.4会展行业“走出去”
- 16.4.5国内展馆市场现状
- 16.4.6会展行业问题挑战
- 16.4.7会展产业前景展望
- 16.52020-2024年交通业的发展
- 16.5.1基础设施建设
- 16.5.2交通运输规模
- 16.5.3固定资产投资
- 16.5.4交通对旅游业的影响
- 16.5.5“十四五”行业展望

第十七章 中国旅游业重点企业经营状况分析

- 17.1黄山旅游发展股份有限公司
- 17.1.1企业发展简况分析
- 17.1.2企业经营情况分析
- 17.1.3企业经营优劣势分析
- 17.2张家界旅游集团股份有限公司
- 17.2.1企业发展简况分析
- 17.2.2企业经营情况分析
- 17.2.3企业经营优劣势分析
- 17.3桂林旅游股份有限公司
- 17.3.1企业发展简况分析
- 17.3.2企业经营情况分析
- 17.3.3企业经营优劣势分析
- 17.4丽江玉龙旅游股份有限公司
- 17.4.1企业发展简况分析
- 17.4.2企业经营情况分析

17.4.3企业经营优劣势分析

17.5西安旅游股份有限公司

17.5.1企业发展简况分析

17.5.2企业经营情况分析

17.5.3企业经营优劣势分析

第十八章 中国旅游业投资潜力分析

18.1中国旅游业投资现状综合分析

18.1.1旅游行业投资背景

18.1.2旅游行业投资特点

18.1.3旅游行业投资规模

18.1.4旅游行业投资结构

18.1.5旅游投资业态分析

18.2中国旅游业投资机遇

18.2.1国际化机遇

18.2.2市场需求机遇

18.2.3金融支持机遇

18.2.4交通支撑机遇

18.2.5转型升级机遇

18.3中国旅游业投资壁垒分析

18.4中国旅游业投资误区及建议

18.5中国旅游业投资风险及防范措施

18.6基于可持续发展的旅游投资决策

18.7中国旅游业投资趋势分析

第十九章 旅游业的发展前景与趋势预测分析

19.1中国旅游业发展前景展望

19.1.1中国旅游业前景展望

19.1.2国内旅游市场需求增长

19.1.3中国旅游业国际市场前景

19.1.42024年中国旅游业发展重点

19.1.5中国旅游业发展趋势

19.2“十四五”中国旅游业发展规划

19.3未来中国旅游发展战略

19.4 2025-2031年中国旅游业预测分析

19.4.1 影响因素分析

19.4.2 旅游总收入预测

19.4.3 国内旅游收入预测

19.4.4 国内旅游人数预测

图表目录：

图表1 2025-2031年全球旅游业对GDP的总贡献

图表2 2020-2024年国内生产总值及其增长速度

图表3 2020-2024年三次产业增加值占全国生产总值比重

图表4 2024年末人口数量及构成

图表5 典型的旅游出行链

图表6 2020-2024年全国居民人均可支配收入及其增速

图表7 2020-2024年居民人均可支配收入平均数与中位数

图表8 2020-2024年全社会消费品零售总额

图表9 2024年全国居民人均消费支出及其构成

图表10 2024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：<https://www.huaon.com/channel/jingpin/tour/1023853.html>