

2022-2028年中国购物旅游行业市场行情动态及投资前景分析报告

报告大纲

智研咨询

www.chyxx.com

一、报告简介

智研咨询发布的《2022-2028年中国购物旅游行业市场行情动态及投资前景分析报告》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.chyxx.com/research/202011/906570.html>

报告价格：电子版: 9800元 纸介版：9800元 电子和纸介版: 10000元

订购电话: 010-60343812、010-60343813、400-600-8596、400-700-9383

电子邮箱: sales@chyxx.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

购物旅游是以购物为主要目的一种特殊旅游方式。购物是旅游的重要组成部分。游客对旅游目的地的商品及具有地方特色的传统产品往往怀有强烈兴趣，有些旅游者甚至以购物为主要旅游动机。不少国家和地区利用游客渴望购物的心理，大力发展具有民族特色的土特产品、手工艺品和精巧美观的各种纪念品以及迎合外国游客口味的名牌烟酒、化妆品和日用消费品，作为招徕游客创收外汇的重要手段。

智研咨询发布的《2022-2028年中国购物旅游行业市场行情动态及投资前景分析报告》共十九章。首先介绍了购物旅游行业市场发展环境、购物旅游整体运行态势等，接着分析了购物旅游行业市场运行的现状，然后介绍了购物旅游市场竞争格局。随后，报告对购物旅游做了重点企业经营状况分析，最后分析了购物旅游行业发展趋势与投资预测。您若想对购物旅游产业有个系统的了解或者想投资购物旅游行业，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 购物旅游行业发展概述

第一节 行业相关概念

一、购物旅游产业定义

二、购物旅游产业产品范围

三、购物旅游产业的外延及其所隶属的大行

第二节 购物旅游产业产品与服务

一、购物旅游产业主要业态

二、购物旅游产业组织形式

三、购物旅游产品种类与生产数量

第三节 购物旅游产业投资特性分析

一、购物旅游产业赢利性

二、购物旅游产业成长性

三、购物旅游产业风险性

四、购物旅游业进入壁垒

第四节 购物旅游业现行管理体制分析

一、现行管理体制制约购物旅游业的发展

二、购物旅游协会在市场管理中的作用

三、对购物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

(1) 企业发展简况

(2) 企业主要业务分析

(3) 企业市场地位分析

(4) 企业经营情况分析

2、万豪国际集团

(1) 企业发展简况

(2) 企业主要业务分析

(3) 企业市场地位分析

(4) 企业经营情况分析

(5) 企业最新发展动向

3、喜达屋集团

(1) 企业发展简况

(2) 企业主要业务分析

(3) 企业市场地位分析

(4) 企业经营情况分析

(5) 企业最新发展动向

4、瑞士旅业集团 (kuoni)

(1) 企业发展简况

(2) 企业主要业务分析

(3) 企业市场地位分析

(4) 企业经营情况分析

第二节 中国国内旅游市场发展分析

一、2017-2021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、2017-2021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、2017-2021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、2017-2021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、2017-2021年中国出境旅游概况

二、2017-2021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、2021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

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 全球购物旅游市场发展分析

第一节 2021年全球购物旅游市场分析

- 一、2019年全球购物旅游市场回顾
- 二、2021年全球购物旅游市场环境
- 三、2021年全球购物旅游格局分析
- 四、2021年全球购物旅游行业发展分析

第二节 2021年全球购物旅游市场分析

- 一、2021年全球购物旅游需求分析
- 二、2021年全球购物旅游行业发展分析
- 三、2021年全球购物旅游市场环境
- 四、2021年中外购物旅游市场对比

第三节 主要国家地区购物旅游市场分析

- 一、2017-2021年美国购物旅游市场分析
- 二、2017-2021年欧洲购物旅游市场分析
- 三、2017-2021年日本购物旅游市场分析
- 四、2017-2021年印度购物旅游市场分析
- 五、2017-2021年泰国购物旅游市场分析
- 六、2017-2021年新加坡购物旅游市场分析
- 七、2017-2021年其他国家购物旅游市场

第四章 2017-2021年中国购物旅游业运营态势分析

第一节 2017-2021年中国购物旅游产业的发展分析

第二节 2017-2021年中国购物旅游业存在的问题

第三节 2017-2021年中国购物旅游业开发的对策分析

第五章 中国购物旅游产业消费者行为调研

第一节 消费者旅游偏好调研

- 一、不同性别购物旅游偏好调研
- 二、不同年龄购物旅游偏好调研
 - 1、20岁以下购物旅游偏好调研
 - 2、20-40岁购物旅游偏好调研
 - 3、40岁以上购物旅游偏好调研

第二节 消费者行为习惯调研

- 一、不同性别消费者结构调研
 - 1、男性消费者结构调研
 - 2、女性消费者结构调研
- 二、不同年龄消费者结构调研

- 1、消费者结构调研总体情况
- 2、15-24岁消费者结构调研
- 3、25-39岁消费者结构调研
- 4、40-50岁消费者结构调研
- 三、消费者消费频次调研
 - 1、不同性别消费者旅游频次调研
 - 2、不同年龄消费者旅游频次调研
 - 3、不同职业消费者旅游频次调研
 - 4、不同学历消费者旅游频次调研
- 四、消费者旅游时间选择调研
 - 1、节假日与非节假日选择调研
 - 2、一年时间内旅游时间选择调研
 - 3、一个月时间内旅游时间选择调研
 - 4、去影视城旅游的时机调研
 - 5、随行人和人数调研
- 五、消费者购物旅游选择考虑因素调研
- 六、消费者选择购物旅游因由调研
- 七、消费者购物旅游的途径调研
- 八、消费者购物旅游地喜好调研
 - 1、消费者购物旅游地地喜好调研总体情况
 - 2、不同年龄消费者购物旅游地喜好调研

第六章 我国购物旅游市场发展研究

第一节 2021年我国购物旅游市场发展研究

第二节 2021年我国购物旅游市场情况

第三节 2021年我国购物旅游市场结构和价格走势分析

第七章 我国购物旅游市场调查分析

第一节 2019年我国购物旅游市场调查分析

一、主要观点

二、市场结构分析

三、价格走势分析

四、经营商分析

第二节 2021年我国购物旅游市场调查分析

一、主要观点

二、市场结构分析

三、价格走势分析

四、经营商分析

第八章 购物旅游区域市场情况分析

第一节 华东地区

第二节 华北地区

第三节 华中地区

第四节 华南地区

第五节 东北地区

第六节 西北地区

第七节 西南地区

第九章 中国购物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、主题公园行业发展分析

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

四、旅游文化产品行业发展分析

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
- 第二部分 行业竞争格局
- 第十章 购物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 中国购物旅游行业竞争格局综述

一、2021年购物旅游行业集中度

二、2021年购物旅游行业竞争程度

三、2021年购物旅游企业与品牌数量

四、2021年购物旅游行业竞争格局分析

第四节 2017-2021年购物旅游行业竞争格局分析

一、2017-2021年国内外购物旅游竞争分析

二、2017-2021年我国购物旅游市场竞争分析

三、2017-2021年我国购物旅游市场集中度分析

四、2017-2021年国内主要购物旅游企业动向

五、2021年国内购物旅游拟在建项目分析

第十一章 购物旅游企业竞争策略分析

第一节 购物旅游市场竞争策略分析

一、2021年购物旅游市场增长潜力分析

二、2021年购物旅游主要潜力产品分析

三、现有购物旅游产品竞争策略分析

四、潜力购物旅游品种竞争策略选择

五、典型企业竞争策略分析

第二节 购物旅游企业竞争策略分析

一、购物旅游行业竞争格局的影响

二、购物旅游行业竞争格局的变化

三、2017-2021年我国购物旅游市场竞争趋势

四、2017-2021年购物旅游竞争格局展望

五、2017-2021年购物旅游竞争策略分析

六、2017-2021年购物旅游竞争策略分析

第十二章 国内外重点购物旅游景点竞争状况

第一节 香港购物旅游

- 一、概况
- 二、竞争优势
- 三、经营和财务状况
- 四、发展战略

第二节 青海购物旅游

- 一、概况
- 二、竞争优势
- 三、经营和财务状况
- 四、发展战略

第三节 上海购物旅游

- 一、概况
- 二、竞争优势
- 三、经营和财务状况
- 四、发展战略

第四节 大连购物旅游

- 一、概况
- 二、竞争优势
- 三、经营和财务状况
- 四、发展战略

第五节 意大利-米兰购物旅游

- 一、概况
- 二、竞争优势
- 三、经营和财务状况
- 四、发展战略

第六节 美国-纽约购物旅游

- 一、概况
- 二、竞争优势
- 三、经营和财务状况
- 四、发展战略

第七节 法国-巴黎购物旅游

- 一、概况
- 二、竞争优势
- 三、经营和财务状况
- 四、发展战略

第八节 英国-伦敦购物旅游

- 一、概况
- 二、竞争优势
- 三、经营和财务状况
- 四、发展战略

第九节 巴西-圣保罗购物旅游

- 一、概况
- 二、竞争优势
- 三、经营和财务状况
- 四、发展战略

第十节 澳大利亚-悉尼购物旅游

- 一、概况
- 二、竞争优势
- 三、经营和财务状况
- 四、发展战略

第十三章 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、企业概况
- 二、企业主要经济指标分析
- 三、企业盈利能力分析
- 四、企业偿债能力分析
- 五、企业运营能力分析
- 六、企业成长能力分析

第二节 北京首都旅游股份有限公司

- 一、企业概况
- 二、企业主要经济指标分析
- 三、企业盈利能力分析
- 四、企业偿债能力分析
- 五、企业运营能力分析
- 六、企业成长能力分析

第三节 上海锦江国际旅游股份有限公司

- 一、企业概况
- 二、企业主要经济指标分析
- 三、企业盈利能力分析
- 四、企业偿债能力分析

五、企业运营能力分析

六、企业成长能力分析

第四节 黄山旅游发展股份有限公司

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业盈利能力分析

四、企业偿债能力分析

五、企业运营能力分析

六、企业成长能力分析

第五节 峨眉山旅游股份有限公司

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业盈利能力分析

四、企业偿债能力分析

五、企业运营能力分析

六、企业成长能力分析

第六节 国旅联合股份有限公司

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业盈利能力分析

四、企业偿债能力分析

五、企业运营能力分析

六、企业成长能力分析

第七节 丽江玉龙旅游股份有限公司

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业盈利能力分析

四、企业偿债能力分析

五、企业运营能力分析

六、企业成长能力分析

第八节 桂林旅游股份有限公司

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业盈利能力分析

四、企业偿债能力分析

五、企业运营能力分析

六、企业成长能力分析

第三部分 行业前景预测

第十四章 购物旅游行业发展趋势分析

第一节 我国购物旅游行业前景与机遇分析

一、我国购物旅游行业发展前景

二、我国购物旅游发展机遇分析

三、2021年购物旅游的发展机遇分析

四、购物旅游行业的影响分析

第二节 2022-2028年中国购物旅游市场趋势分析

一、2017-2021年购物旅游市场趋势总结

二、2022-2028年购物旅游发展趋势分析

三、2022-2028年购物旅游市场发展空间

四、2022-2028年购物旅游产业政策趋向

五、2022-2028年购物旅游技术革新趋势

六、2022-2028年购物旅游价格走势分析

七、2022-2028年国际环境对行业的影响

第十五章 未来购物旅游行业发展预测

第一节 未来购物旅游需求与消费预测

一、2022-2028年购物旅游消费预测

二、2022-2028年购物旅游市场规模预测

三、2022-2028年购物旅游行业总产值预测

四、2022-2028年购物旅游行业销售收入预测

五、2022-2028年购物旅游行业总资产预测

第二节 2022-2028年中国购物旅游行业供需预测

一、2022-2028年中国购物旅游供给预测

二、2022-2028年中国购物旅游需求预测

三、2022-2028年中国购物旅游供需平衡预测

四、2022-2028年中国购物旅游价格预测

第四部分 投资战略研究

第十六章 购物旅游行业投资现状分析

第一节 2021年购物旅游行业投资情况分析

一、2021年总体投资及结构

二、2021年投资规模情况

三、2021年投资增速情况

四、2021年分行业投资分析

五、2021年分地区投资分析

六、2021年外商投资情况

第十七章 购物旅游行业投资环境分析

第一节 经济发展环境分析

一、2022-2028年我国宏观经济运行情况

二、2022-2028年我国宏观经济形势分析

三、2022-2028年投资趋势及其影响预测

第二节 政策法规环境分析

一、2021年购物旅游行业政策环境分析

二、2021年国内宏观政策对其影响

三、2021年行业产业政策对其影响

第三节 技术发展环境分析

一、国内购物旅游技术现状

二、2021年购物旅游技术发展分析

三、2022-2028年购物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、2021年社会环境发展分析

三、2022-2028年社会环境对行业的影响分析

第十八章 购物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

第二节 行业投资收益率比较及分析

第三节 购物旅游行业投资效益分析

第四节 影响购物旅游行业发展的主要因素

第五节 购物旅游行业投资风险及控制策略分析

第十九章 购物旅游行业投资战略研究

第一节 购物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 对我国购物旅游品牌的战略思考

- 一、企业品牌的重要性
- 二、购物旅游实施品牌战略的意义
- 三、购物旅游企业品牌的现状分析
- 四、我国购物旅游企业的品牌战略
- 五、购物旅游品牌战略管理的策略

第三节 购物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 我国购物旅游业发展的对策

- 一、中国购物旅游走出去的问题与对策
- 二、购物旅游出版社产业化发展意识定位分析
- 三、购物旅游市场“打建并举”
- 四、科技助力购物旅游数字化
- 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 购物旅游行业投资战略研究

- 一、2021年文化产业投资战略
- 二、2021年购物旅游行业投资战略
- 三、2022-2028年购物旅游行业投资战略
- 四、2022-2028年细分行业投资战略（ZY ZS）

图表目录：

图表 购物旅游产业链分析

图表 国际购物旅游市场规模

图表 国际购物旅游生命周期

图表 2017-2021年中国购物旅游行业市场规模

图表 2017-2021年全球购物旅游产业市场规模

图表 2017-2021年购物旅游重要数据指标比较

图表 2017-2021年中国购物旅游行业收入情况分析

图表 2017-2021年中国购物旅游行业利润情况分析

图表 2017-2021年中国购物旅游行业资产情况分析

图表 2017-2021年中国购物旅游发展能力分析

图表 2017-2021年中国购物旅游竞争力分析

图表 2022-2028年中国购物旅游产能预测

图表 2022-2028年中国购物旅游消费量预测

图表 2022-2028年中国购物旅游市场前景预测

图表 2022-2028年中国购物旅游市场价格走势预测

图表 2022-2028年中国购物旅游发展前景预测

更多图表见正文.....

详细请访问：<https://www.chyxx.com/research/202011/906570.html>