

# 2023-2029年中国旅游商品行业市场研究分析及竞争战略分析报告

报告大纲

## 一、报告简介

智研咨询发布的《2023-2029年中国旅游商品行业市场研究分析及竞争战略分析报告》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/1127230.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

智研咨询发布的《2023-2029年中国旅游商品行业市场研究分析及竞争战略分析报告》共八章。首先介绍了旅游商品行业市场发展环境、旅游商品整体运行态势等，接着分析了旅游商品行业市场运行的现状，然后介绍了旅游商品市场竞争格局。随后，报告对旅游商品做了重点企业经营状况分析，最后分析了旅游商品行业发展趋势与投资预测。您若想对旅游商品产业有个系统的了解或者想投资旅游商品行业，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 旅游商品行业发展概述

#### 第一节 旅游商品简析

- 一、旅游商品界定
- 二、旅游商品概念
- 三、旅游商品八大要素
- 四、旅游商品分类
- 五、旅游商品特点

#### 第二节 旅游商品与文化的关系

### 第二章 旅游商品行业发展环境分析

#### 第一节 旅游商品行业经济环境分析

- 一、中国GDP增长情况分析
- 二、工业经济发展形势分析
- 三、社会固定资产投资分析
- 四、全社会消费品零售总额
- 五、居民消费价格变化分析
- 六、对外贸易发展形势分析

#### 第二节 旅游商品行业政策环境分析

#### 第三节 旅游商品行业消费环境分析

- 一、城乡居民收入与消费情况分析
- 二、居民收入与旅游消费相关性

三、城乡居民人均旅游花费情况

四、居民奢侈品消费情况分析

第四节 旅游商品行业交通环境分析

一、铁路投资建设情况

二、公路投资建设情况

三、机场旅客运输情况

四、交通行业客货运输情况

第四节 旅游商品行业社会环境分析

一、中国人口总量及结构

二、中国城镇化发展进程

三、法定节假日和带薪假期实施

第五节 中国旅游商品相关行业发展分析

一、酒店业发展分析

二、餐饮业发展分析

第三章 中国旅游业发展分析

第一节 中国旅游业发展概况

一、旅游业市场发展概述

二、旅游业发展方式转变

三、旅游信息化发展情况

四、旅游市场存在的问题

第二节 中国旅游市场总体情况

一、国内旅游市场发展分析

(一) 国内旅游人数规模

(二) 国内旅游收入规模

(三) 国内旅游人均花费

(四) 国内旅游业发展特征

二、旅游总收入增长情况

三、入境旅游市场发展分析

(一) 入境旅游接待人数

(二) 入境旅游外汇收入

(三) 入境旅游客源情况

1、客源结构分析

2、客源入境方式

3、入境旅游目的

#### 4、年龄及性别结构

#### 5、入境旅游过夜游客数

### 四、出境旅游市场发展分析

#### （一）出境旅游市场规模分析

#### （二）出境旅游市场特征分析

#### （三）长线出国旅游发展现状

#### （四）出境旅游市场趋势分析

### 五、黄金周及小长假旅游市场分析

## 第三节 中国在线旅游市场分析

### 一、在线旅游市场发展规模分析

#### （一）在线旅行预订用户规模

#### （二）在线旅行预订市场规模

#### （三）在线旅行预订市场份额

#### （四）在线旅行市场特点分析

### 二、在线旅游行业市场结构

### 三、在线旅游行业主要商业模式

### 四、在线旅游用户行为调查分析

#### （一）在线旅游度假用户属性

#### （二）用户预订度假产品情况

#### （三）用户选择旅游度假时间段

#### （四）旅游前和途中行为分析

#### （五）用户计划旅游地区选择

### 六、中国在线旅游预订行业SWOT分析

### 七、在线旅游行业市场格局影响因素

## 第四节 中国旅游景区发展分析

### 一、中国旅游景区基本概况

#### （一）旅游景区定义及分类

#### （二）旅游景区盈利模式

#### 1、门票经济模式

#### 2、旅游产业链拓展模式

### 二、旅游景区市场运营分析

#### （一）旅游景区面积情况

#### （二）旅游景区游入量情况

#### （三）旅游景区收入情况

#### （四）旅游景区支出情况

## 第五节 中国旅行社发展分析

### 一、旅行社行业发展规模

#### （一）旅行社数量规模统计

#### （二）旅行社地区数量规模

#### （三）旅行社区域排名情况

### 二、旅行社行业总体结构分析

#### （一）旅行社区域分布情况

#### （二）旅行社区域经营情况

#### （三）旅行社类别分布情况

### 三、旅行社行业总体经营状况

#### （一）旅行社行业资产总额

#### （二）旅行社行业收入规模

#### （三）旅行社行业盈利情况

## 第四章 中国旅游商品行业发展分析

### 第一节 中国旅游商品行业发展现状

### 第二节 旅游商品研究现状

### 第三节 旅游商品开发现状

### 第四节 中国旅游商品行业发展存在的问题

## 第五章 中国旅游商品行业市场分析

### 第一节 旅游商品行业市场规模分析

### 第二节 旅游工艺品行业发展分析

#### 一、旅游工艺品发展现状

#### 二、旅游工艺品设计因素

#### 三、旅游工艺品造型的创意设计

#### 四、旅游工艺品消费特点分析

#### 五、旅游工艺品市场开发策略

#### 六、旅游工艺品发展前景

### 第三节 旅游用品行业发展分析

#### 一、旅游用品发展现状

#### 二、旅游用品主要企业/品牌

#### 三、旅游用品市场分析

#### 四、旅游用品发展前景

### 第四节 旅游纪念品行业发展分析

- 一、旅游纪念品发展现状
- 二、文化旅游纪念品开发策略
  - (一) 移植策略
  - (二) 重构策略
  - (三) 新创策略
- 三、旅游纪念品市场发展策略
- 四、旅游纪念品行业发展前景
- 第五节 地方土特产品行业发展分析

## 第六章 中国旅游商品市场调查分析

- 第一节 中国旅游商品的品类
- 第二节 中国旅游商品的包装
- 第三节 中国旅游商品的价格特点
- 第四节 中国旅游商品购买行为
- 第五节 中国旅游商品购买因素
- 第六节 中国旅游商品开发存在的问题及对策

## 第七章 中国旅游商品行业主要企业分析

- 第一节 旅游工艺品企业
  - 一、福建省佳美集团
    - (一) 企业基本情况分析
    - (二) 企业主要产品分析
    - (三) 企业竞争优势分析
    - (四) 企业发展战略分析
  - 二、山东云龙绣品有限公司
    - (一) 企业基本情况分析
    - (二) 企业主要产品分析
    - (三) 企业竞争优势分析
    - (四) 企业发展战略分析
  - 三、衢州醉根艺品有限公司
    - (一) 企业基本情况分析
    - (二) 企业主要产品分析
    - (三) 企业销售网络分析
    - (四) 企业竞争优势分析
- 第二节 旅游纪念品企业

## 一、上海新世界旅游纪念品有限公司

- (一) 企业基本情况分析
- (二) 企业主要产品分析
- (三) 企业竞争优势分析
- (四) 企业发展战略分析

## 二、义乌市石曲工艺品厂

- (一) 企业基本情况分析
- (二) 企业主要产品分析
- (三) 企业竞争优势分析
- (四) 企业发展战略分析

## 三、北京叠翠旅游纪念品公司

- (一) 企业基本情况分析
- (二) 企业主要产品分析
- (三) 企业竞争优势分析
- (四) 企业发展战略分析

### 第三节 旅游用品企业

#### 一、浙江恒艺旅游用品有限公司

- (一) 企业基本情况分析
- (二) 企业主要产品分析
- (三) 企业竞争优势分析
- (四) 企业发展战略分析

#### 二、天津凯森旅游用品有限公司

- (一) 企业基本情况分析
- (二) 企业主要产品分析
- (三) 企业竞争优势分析
- (四) 企业发展战略分析

#### 三、厦门市越崎旅游用品有限公司

- (一) 企业基本情况分析
- (二) 企业主要产品分析
- (三) 企业竞争优势分析
- (四) 企业发展战略分析

## 第八章 2022年中国旅游商品行业发展趋势及投资前景

### 第一节 中国旅游商品行业发展趋势

### 第二节 中国旅游商品市场预测分析



### 第三节 中国旅游商品行业投资机会

一、旅游商品O2O的发展空间

二、旅游商品行业发展前景

### 第四节 中国旅游商品行业投资策略

一、中国旅游商品行业发展策略

二、中国旅游商品行业开发对策

三、中国旅游商品行业市场营销策略

详细请访问：<https://www.chyxx.com/research/1127230.html>