

# 观光旅游行业分析报告及未来 五至十年行业发展报告

# 目录

申明 .....	3
一、观光旅游行业发展状况及市场分析 .....	3
(一)、中国观光旅游市场行业驱动因素分析 .....	3
(二)、观光旅游行业结构分析 .....	4
(三)、观光旅游行业各因素 (PEST) 分析 .....	5
1、政策因素 .....	5
2、经济因素 .....	6
3、社会因素 .....	6
4、技术因素 .....	7
(四)、观光旅游行业市场规模分析 .....	7
(五)、观光旅游行业特征分析 .....	7
(六)、 观光旅游行业相关政策体系不健全 .....	8
二、2023-2028 年观光旅游企业市场突破具体策略 .....	9
(一)、密切关注竞争对手的策略, 提高观光旅游产品在行业内的竞争力 .....	9
(二)、使用观光旅游行业市场渗透策略, 不断开发新客户 .....	9
(三)、实施观光旅游行业市场发展战略, 不断开拓各类市场创新源 .....	9
(四)、不断提高产品质量, 建立覆盖完善的服务体系 .....	10
(五)、实施线上线下融合, 深化观光旅游行业国内外市场拓展 .....	10
(六)、在市场开发中结合渗透和其他策略 .....	10
三、观光旅游产业未来发展前景 .....	11
(一)、我国观光旅游行业市场规模前景预测 .....	11
(二)、观光旅游进入大规模推广应用阶 .....	11
(三)、中国观光旅游行业的市场增长点 .....	12
(四)、细分观光旅游产品将具有最大优势 .....	12
(五)、观光旅游行业与互联网等行业融合发展机遇 .....	13
(六)、观光旅游人才培养市场广阔, 国际合作前景广阔 .....	14
(七)、观光旅游行业发展需要突破创新瓶颈 .....	15
四、观光旅游业数据预测与分析 .....	15
(一)、观光旅游业时间序列预测与分析 .....	15
(二)、 观光旅游业时间曲线预测模型分析 .....	16
(三)、观光旅游行业差分方程预测模型分析 .....	17
(四)、未来 5-10 年观光旅游业预测结论 .....	18
五、2023-2028 年观光旅游行业企业市场突围战略分析 .....	18
(一)、在观光旅游行业树立“战略突破”理念 .....	18
(二)、确定观光旅游行业市场定位、产品定位和品牌定位 .....	19
1、市场定位 .....	19
2、产品定位 .....	19
3、品牌定位 .....	21
(三)、创新寻求突破 .....	21
1、基于消费升级的科技创新模式 .....	22
2、创新推动观光旅游行业更高质量发展 .....	22
3、尝试业态创新和品牌创新 .....	23

4、自主创新+品牌.....	24
(四)、制定宣传计划.....	25
1、策略一：学会做新闻、事件营销——低成本的传播工具.....	25
2、策略二：学会以优秀的品牌视觉设计突出品牌特色.....	26
3、策略三：学会使用网络营销.....	26
六、观光旅游企业战略实施要点.....	27
(一)、打造自主品牌.....	27
(二)、重塑企业价值链.....	27
1、规范研发设计流程.....	27
2、优化生产制造.....	28
(三)、重视市场营销.....	28
(四)、整合线上线下平台.....	30
(五)、宏观环境下观光旅游行业的定位.....	30
(六)、观光旅游行业发展趋势.....	31
七、观光旅游行业存在的问题分析.....	32
(一)、基础工作薄弱.....	32
(二)、地方认识不足,激励作用有限.....	32
(三)、产业结构调整进展缓慢.....	32
(四)、技术相对落后.....	33
(五)、隐私安全问题.....	33
(六)、与用户的互动需不断增强.....	34
(七)、管理效率低.....	34
(八)、盈利点单一.....	35
(九)、过于依赖政府,缺乏主观能动性.....	35
(十)、法律风险.....	35
(十一)、供给不足,产业化程度较低.....	36
(十二)、人才问题.....	36
(十三)、产品质量问题.....	36
八、观光旅游行业风险控制解析.....	37
(一)、观光旅游行业系统风险分析.....	37
(二)、观光旅游业第二产业的经营风险.....	37
九、未来观光旅游企业发展的战略保障措施.....	37
(一)、根据公司发展阶段及时调整组织结构.....	37
(二)、加强人才培养和引进.....	38
1、制定总体人才引进计划.....	38
2、渠道人才引进.....	39
3、内部员工竞聘.....	39
(三)、加速信息化建设步伐.....	40
十、 观光旅游产业投资分析.....	40
(一)、中国观光旅游技术投资趋势分析.....	40
(二)、大项目招商时代已过,精准招商愈发时兴.....	41
(三)、中国观光旅游行业投资风险.....	41
(四)、中国观光旅游行业投资收益.....	42



## 申明

中国的观光旅游业在当前复杂的商业环境下逐步发展，呈现出一个积极整合资源以提高粘连性的耐寒时代。此外，在内部竞争激烈、外部成本压力加大的情况下，观光旅游业的整合步伐加快，进入了竞争与整合的白热化时期。

本报告主要分为七个部分。同时，本报告整合了多家权威机构的数据资源和专家资源，从众多的数据中提炼出观光旅游行业真正有价值的信息，并结合当前观光旅游行业的环境，从理论、实践、宏观和微观的角度进行研究和分析，其结论和观点力求做到前瞻性和实用性的统一。本报告只可当做行业报告模板参考和学习，不可用于商业用途，也不提供其他商业价值，请自行决定是否购买，特此申明。

### 一、观光旅游行业发展状况及市场分析

#### (一)、中国观光旅游市场行业驱动因素分析

观光旅游行业市场热度持续高涨，技术、安全、品种的不断革新是其应用场景得到跨越式发展的根本原因。观光旅游行业用户需求量的激增极大宽泛了其应用的宽度和广度。其一表现为：观光旅游产业链中原材料和供应商的进一步融合推动，对产业源端的升级重组，产业流程的优化更加有利；其二表现为：

以上内容仅为本文档的试下载部分，为可阅读页数的一半内容。

如要下载或阅读全文，请访问：

<https://d.book118.com/267042053124006064>