

# 2025 年中国贵州旅游行业竞争格局及市场发展潜力预测报告

## 第一章贵州旅游行业概况

### 1.1 贵州旅游资源概述

(1) 贵州省位于中国西南部，是一个旅游资源丰富多样的省份。这里拥有壮丽的喀斯特地貌、秀美的自然风光、悠久的历史文化和独特的民族风情，吸引了大量国内外游客。贵州的旅游资源可以分为自然景观、历史文化、民族风情和生态旅游四大类。自然景观方面，黄果树瀑布、荔波小七孔、龙宫景区等都是世界知名的自然景观，展示了大自然的鬼斧神工。历史文化方面，贵州是古代夜郎国的发源地，拥有众多历史遗迹和文化遗产，如梵净山、赤水丹霞、镇远古镇等。民族风情方面，贵州居住着苗族、侗族、布依族等多个少数民族，他们的民俗风情和传统节日为游客提供了丰富多彩的文化体验。生态旅游方面，贵州的生态环境优美，拥有大熊猫、金丝猴等珍稀动植物，是生态旅游的理想之地。

(2)

在自然景观方面，贵州以其独特的喀斯特地貌而闻名于世。黄果树瀑布作为我国最大的瀑布之一，其壮观的瀑布群和瀑布下游的河段风光，吸引了无数游客前来观赏。荔波小七孔以其秀美的自然风光和独特的喀斯特地貌，被誉为“地球腰带上的绿宝石”。此外，贵州还有众多美丽的湖泊、峡谷和森林，如赤水大瀑布、龙宫景区、雷山景区等，都是游客体验自然之美的绝佳去处。

(3) 历史文化方面，贵州拥有悠久的历史和丰富的文化遗产。黔东南苗族侗族自治州以其独特的苗族和侗族文化而闻名，如苗族的银饰、侗族的鼓楼等都是不可多得的文化遗产。贵州还有众多历史古城和古镇，如镇远古镇、黎平古镇等，它们见证了贵州的历史变迁，为游客提供了丰富的历史知识。同时，贵州还有许多革命历史遗迹，如遵义会议会址、四渡赤水战役遗址等，是了解中国革命历史的重要场所。

## 1.2 贵州旅游发展历程

(1) 贵州旅游业的起步可以追溯到 20 世纪 80 年代，当时随着改革开放政策的实施，贵州省开始注重旅游业的发展。这一时期，贵州省主要依靠自然景观和民族风情资源，推出了一系列旅游产品，吸引了少量国内外游客。这一阶段的旅游业发展较为缓慢，基础设施和旅游服务水平也相对落后。

(2) 进入 90 年代，贵州旅游业的快速发展开始显现。随着交通条件的改善和旅游基础设施的逐步完善，贵州旅游业开始迎来快速增长期。政府加大了对旅游业的投入，推出

了一系列扶持政策，吸引了更多的游客。同时，贵州省开始注重旅游产品的创新和品牌建设，如推出“多彩贵州风”旅游品牌，提升了贵州旅游的知名度和美誉度。

(3)

21 世纪以来，贵州旅游业的转型升级进入了一个新阶段。随着全域旅游、智慧旅游等概念的提出，贵州省加快了旅游产业的融合发展，推动旅游业向高端化、智能化、绿色化方向发展。在这一时期，贵州旅游业取得了显著成果，不仅游客数量大幅增长，旅游收入也逐年攀升。同时，贵州省还积极参与国际旅游合作，提升了贵州旅游的国际影响力。

### 1.3 贵州旅游产业规模与结构

(1) 贵州旅游产业规模逐年扩大，已成为贵州省国民经济的重要支柱产业。近年来，贵州省旅游产业规模持续增长，旅游总收入和游客接待量均呈现出稳定上升的趋势。据统计，2019 年贵州省旅游总收入达到 5600 亿元，同比增长 15%；接待游客 7.2 亿人次，同比增长 10%。这一数据显示，贵州旅游产业在国民经济中的地位日益凸显。

(2) 贵州旅游产业规模的增长与旅游产品结构的优化密切相关。目前，贵州省旅游产品结构已由单一的自然风光观光向多元化方向发展，包括自然风光、历史文化、民族风情、生态旅游、休闲度假等多个领域。其中，自然风光旅游仍然是贵州旅游产业的重要组成部分，如黄果树瀑布、荔波小七孔、梵净山等自然景观吸引了大量游客。同时，文化旅游和民族风情旅游也日益受到游客的青睐，如镇远古镇、遵义会议会址、西江千户苗寨等。

(3)

贵州旅游产业规模的增长还体现在旅游基础设施的不断完善。近年来，贵州省加大了对旅游基础设施的投入，包括交通、住宿、餐饮、娱乐等方面。目前，贵州省已形成了较为完善的旅游接待体系，为游客提供了便捷、舒适的旅游体验。此外，随着智慧旅游的推进，贵州旅游产业在信息化、智能化方面也取得了显著成果，为游客提供了更加便捷、个性化的旅游服务。

## 第二章贵州旅游市场竞争力分析

### 2.1 竞争优势分析

(1) 贵州旅游业的竞争优势主要体现在其丰富的自然景观和独特的民族风情上。贵州拥有丰富的喀斯特地貌，如黄果树瀑布、荔波小七孔等自然景观，这些独特的自然景观在全球范围内具有很高的知名度和吸引力。此外，贵州是多民族聚居地，拥有苗族、侗族、布依族等多个少数民族，各民族独特的文化习俗和传统节日为游客提供了丰富的文化体验。这些独特的资源优势使得贵州旅游在国内外市场具有较高的竞争力。

(2) 贵州旅游业的竞争优势还体现在其良好的生态环境和可持续发展的理念上。贵州致力于生态旅游的发展，注重保护生态环境和文化遗产，实现了旅游与生态的和谐共生。这种绿色发展理念吸引了大量追求健康、环保生活方式的游客。同时，贵州省在旅游规划、开发和管理方面也注重可持续发展，为游客提供了高质量的旅游体验。

(3)

贵州旅游业的竞争优势还体现在其旅游产品的创新和品牌建设上。近年来，贵州省通过整合旅游资源，推出了一系列特色旅游产品，如“多彩贵州风”旅游品牌，提升了贵州旅游的整体形象。同时，贵州省还积极参与国际旅游合作，扩大了贵州旅游的国际影响力。这些举措使得贵州旅游在激烈的市场竞争中占据了有利地位。

## 2.2 竞争劣势分析

(1) 贵州旅游业的竞争劣势之一是旅游基础设施相对滞后。虽然近年来贵州省在旅游基础设施建设上投入了大量资金，但与国内一些发达地区相比，贵州的交通、住宿、餐饮等基础设施仍存在一定差距。特别是在部分偏远地区，交通不便、住宿条件有限等问题仍较为突出，这限制了旅游业的进一步发展。

(2) 贵州旅游业的另一个竞争劣势是旅游产品的同质化现象较为严重。尽管贵州拥有丰富的自然景观和民族文化资源，但部分旅游产品在开发过程中存在模仿、跟风的现象，缺乏创新和特色。这导致游客在体验上感到单调，难以形成差异化竞争优势。同时，一些热门景区在旺季时游客数量过多，服务质量难以保证，影响了游客的满意度。

(3) 贵州旅游业的竞争劣势还包括市场营销力度不足。尽管贵州省在旅游宣传推广方面取得了一定的成绩，但与一些旅游大省相比，贵州在国内外市场的知名度仍有待提高。此外，贵州旅游市场营销手段较为单一，缺乏针对不同目标

市场的精准营销策略。这些问题在一定程度上制约了贵州旅游业的进一步发展。

## 2.3 竞争机会分析

### (1)

贵州旅游业的竞争机会首先来自于国家政策的支持。近年来，国家大力推动全域旅游和乡村旅游的发展，为贵州旅游业提供了良好的政策环境。贵州省积极响应国家号召，加大旅游基础设施建设和旅游产品创新力度，这些举措有助于提升贵州旅游的竞争能力。

(2) 随着旅游消费升级，游客对旅游体验的要求越来越高，贵州独特的自然风光和民族风情正好满足了这一市场需求。特别是生态旅游、文化旅游、休闲度假等新兴旅游业态的发展，为贵州旅游业带来了新的增长点。此外，随着互联网和社交媒体的普及，贵州可以通过线上渠道更好地推广旅游资源，吸引更多年轻游客。

(3) 贵州旅游业的竞争机会还在于其与周边地区的协同发展。贵州地处西南地区，与云南、广西等旅游大省相邻，地域优势明显。通过加强与周边地区的旅游合作，贵州可以形成区域旅游圈，共同打造精品旅游线路，吸引更多游客前来体验。同时，贵州还可以借助“一带一路”倡议的机遇，加强与沿线国家的旅游交流与合作，提升贵州旅游的国际影响力。

## 2.4 竞争威胁分析

### (1)

贵州旅游业的竞争威胁之一来自于国内外旅游市场的激烈竞争。随着旅游业的快速发展，越来越多的地区和城市加入了旅游竞争行列，尤其是邻近的云南、广西等地区，拥有丰富的旅游资源，对贵州旅游业构成了一定的竞争压力。同时，国际旅游市场的竞争也日益激烈，贵州需要面对来自世界各地的旅游目的地竞争。

(2) 另一个威胁来自于旅游市场的不确定性。自然灾害、公共卫生事件等因素都可能对旅游业造成严重影响。例如，近年来全球范围内发生的 COVID-19 疫情对旅游业造成了巨大冲击，贵州旅游业也受到了波及。这种不确定性使得贵州旅游业在发展过程中面临较大的风险。

(3) 旅游市场的饱和度和游客需求的变化也是贵州旅游业面临的竞争威胁。随着旅游市场的饱和，部分热门景区和旅游产品可能面临游客数量下降的风险。同时，游客需求的变化也要求贵州旅游业不断进行产品创新和服务升级，以满足游客日益多样化的需求。如果不能及时调整和应对这些变化，贵州旅游业可能会失去竞争优势。

### 第三章贵州旅游行业竞争格局

#### 3.1 竞争主体分析

(1) 贵州旅游市场的竞争主体主要包括政府、旅行社、酒店业、景区管理企业、旅游服务提供商等多个方面。政府作为主导者，通过政策制定和资源配置，对旅游市场的发展起到关键作用。旅行社是连接游客和旅游产品的桥梁，负责

旅游产品的策划、销售和售后服务。酒店业作为旅游接待的重要环节，其服务质量直接影响游客的旅游体验。景区管理企业负责景区的日常运营和管理，确保景区资源的合理开发和保护。旅游服务提供商则涵盖了导游、租车、餐饮、购物等各个环节，为游客提供全方位的服务。

(2) 在贵州旅游市场的竞争主体中，国有企业占据重要地位。如贵州旅游投资集团有限公司、贵州旅游发展股份有限公司等，它们在旅游资源开发、旅游基础设施建设等方面发挥着主导作用。同时，民营企业也在旅游市场中扮演着重要角色，它们通过灵活的市场运作和创新的经营模式，为游客提供多样化的旅游产品和服务。

(3) 随着旅游市场的不断发展，贵州旅游市场的竞争主体逐渐多元化。除了传统旅行社和酒店业外，在线旅游平台、共享住宿、旅游定制服务等新兴旅游企业不断涌现，为游客提供了更加便捷和个性化的旅游体验。这种多元化的竞争格局使得贵州旅游市场更加活跃，同时也对旅游企业提出了更高的要求。

### 3.2 竞争态势分析

(1) 贵州旅游市场的竞争态势呈现出以下特点：首先，市场竞争日益激烈，随着旅游业的快速发展，越来越多的企业和个人进入旅游市场，竞争主体多元化。其次，市场集中度较高，部分大型旅游企业通过兼并重组，形成了较强的市场竞争力。再次，市场竞争格局逐渐由数量扩张转向质量提升，游客对旅游体验的要求越来越高，旅游企业开始注重产品创新和服务质量。

(2)

在贵州旅游市场的竞争态势中，区域合作与竞争并存。贵州省内部各城市之间、与其他省区之间的旅游合作不断加强，共同打造区域旅游品牌。然而，在合作的同时，各旅游目的地之间也存在一定的竞争，特别是在旅游资源相似的区域，竞争尤为激烈。这种竞争促使各旅游目的地不断创新，提升自身竞争力。

(3) 贵州旅游市场的竞争态势还表现在线上线下融合的趋势。随着互联网技术的快速发展，线上旅游平台逐渐成为旅游市场的重要渠道。旅游企业纷纷拓展线上业务，通过线上线下融合，提升市场覆盖面和客户满意度。同时，线上旅游平台也为游客提供了更加便捷的旅游预订和咨询服务，改变了传统旅游市场的竞争格局。

### 3.3 竞争格局演变趋势

(1) 贵州旅游市场的竞争格局演变趋势表明，未来市场竞争将更加激烈和多元化。一方面，随着旅游市场的不断扩大，新的旅游企业和创业项目不断涌现，市场竞争主体将更加丰富。另一方面，传统旅游企业也在积极转型升级，通过创新产品、提升服务质量和拓展市场渠道来增强竞争力。

(2) 在竞争格局的演变中，区域合作将成为推动贵州旅游业发展的重要力量。未来，贵州将加强与周边省市的旅游合作，共同打造跨区域旅游品牌，实现资源共享和优势互补。同时，贵州也将借助“一带一路”等国家战略，拓展国际旅游市场，提升在国际旅游市场的竞争力。

(3)

贵州旅游市场的竞争格局还将呈现出以下趋势：一是旅游产品将更加多样化，满足不同游客的需求；二是旅游服务将更加精细化，提升游客的满意度；三是旅游产业将更加绿色化，注重生态保护和可持续发展。这些趋势将推动贵州旅游业向高质量发展转型，实现旅游产业的长期稳定增长。

## 第四章贵州旅游市场发展潜力

### 4.1 旅游市场需求潜力

(1) 贵州旅游市场需求潜力巨大，主要源于以下几个方面。首先，随着国民经济的持续增长，居民收入水平提高，旅游消费能力增强，越来越多的人选择旅游度假。其次，贵州独特的自然风光和民族风情吸引了大量国内外游客，市场需求旺盛。再次，随着旅游市场的不断拓展，贵州旅游产品逐渐多元化，满足了不同游客的需求，进一步激发了市场需求。

(2) 旅游市场需求潜力还体现在新兴旅游业态的快速发展上。例如，生态旅游、文化旅游、乡村旅游等新兴旅游业态在贵州得到了迅速发展，吸引了大量追求个性化、体验式旅游的游客。这些新兴旅游业态的兴起，不仅丰富了贵州旅游产品体系，也为旅游市场带来了新的增长点。

(3) 此外，随着旅游市场的不断成熟，游客对旅游体验的要求越来越高，对旅游产品的品质和个性化需求日益增长。贵州旅游市场在满足游客基本需求的基础上，不断推出高品质、个性化的旅游产品，如定制旅游、研学旅游等，这些产

品满足了游客多样化的需求，进一步释放了旅游市场的需求潜力。

## 4.2 旅游市场供给潜力

(1) 贵州旅游市场供给潜力巨大，主要体现在以下几个方面。首先，贵州拥有丰富的旅游资源，包括自然景观、历史文化和民族风情，为旅游市场提供了丰富的供给内容。这些资源分布在全省各地，形成了多个特色旅游区域，如黔东南的苗侗风情、黔南的喀斯特地貌、黔西的红色旅游等，为游客提供了多样化的选择。

(2) 其次，贵州旅游市场供给潜力得益于旅游基础设施的不断完善。近年来，贵州省加大了对交通、住宿、餐饮等旅游基础设施的投入，提高了旅游接待能力。同时，智慧旅游的推进也为旅游市场提供了更加便捷、智能的服务，提升了游客的旅游体验。

(3) 此外，贵州旅游市场供给潜力还体现在旅游产品的创新和升级上。随着旅游市场的不断发展，贵州旅游企业不断推出新的旅游产品和服务，如定制旅游、研学旅游、康养旅游等，满足了游客多样化的需求。同时，旅游企业也在提升服务质量和品牌形象上努力，为旅游市场提供了更加优质、高效的供给。

### 4.3 旅游市场增长潜力

(1) 贵州旅游市场的增长潜力显著，主要得益于以下几个因素。首先，国家政策的支持为贵州旅游业提供了良好的发展环境。近年来，国家出台了一系列促进旅游业发展的政策，如全域旅游、乡村旅游等，为贵州旅游业提供了巨大的发展空间。

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/758047114047007016>