

中国

旅游行业发展现状分析与 (2024-2031年)

报告大纲

观研报告网

www.chinabaogao.com

一、报告简介

观研报告网发布的《中国 旅游行业发展现状分析与投资前景研究报告（2024-2030）
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：<http://www.chinabaogao.com/baogao/202410/731122.html>

报告价格：电子版: 8200元 纸介版：8200元 电子和纸介版: 8500

订购电话: 400-007-6266 010-86223221

电子邮箱: sale@chinabaogao.com

联系人: 客服

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

1、我国旅游消费需求呈现加速释放，旅游市场加速升温

旅游业是中国国民经济的重要战略性支柱产业，也是满足人民群众对“诗与远方”追求的幸福产业，拉动内需增长与促进社会就业的民生产业，具有灿烂发展前景和持续发展动力的朝阳产业。2023年以来，中国旅游业在疫情防控转段背景下呈现强劲复苏局面。2024年旅游市场加速复苏。2022年底外部环境优化后，国内旅游市场进入复苏阶段，2023年全年基本保持稳健复苏，2023年，国内出游人次48.9亿，同比增长93.3%。其中，城镇居民国内出游37.6亿人次，同比增长94.9%；农村居民国内出游11.3亿人次，同比增长88.5%。国内游客出游总花费4.9万亿元，同比增长140.3%。其中，城镇居民出游花费4.2万亿元，同比增长147.5%；农村居民出游花费0.7万亿元，同比增长106.4%。

数据来源：文旅部

2021年中国旅游业总收入占GDP的2.55%，较2020年增长0.36%。2022年旅游业总收入占GDP的1.69%，成为近年来低谷，2023年上升至3.90%。随着国民生活水平的提高以及消费主体和消费观念的改变，旅游市场继续平稳增长。

数据来源：文旅部

2010-2019年中国居民旅游花费稳步增长，2021年疫情有所缓解，旅游花费整体上升到了29200亿元同比上升31.02%；2022年中国居民旅游花费为20444亿元,2023年增长至49133亿元，增长率140.33%。

数据来源：观研天下数据中心整理

进入2024年，旅游市场加速升温，从春节假期、“五一”的数据显示，短途游、周边游、自驾游等产品受欢迎，出境游、入境游等业态全线回暖。全国A级旅游景区的县域覆盖率由2012年的73%提升至2023年的93%，旅游景区有力支撑旅游发展和县域经济发展。据世界旅游及旅行理事会与牛津经济研究院数据显示，2024年中国国内全年旅游收入预计将达到创纪录的6.79万亿元(约合9380亿美元)，较2019年高出11%。旅游逐步成为越来越多中国百姓的日常消费，人们更加追求个性化、多样化、创新性的旅游产品和便捷周到的旅游服务，旅游消费需求呈现加速释放的趋势，政策出台&产品创新有望激发旅游消费的更大潜能。从宏观数据看，虽然2024到年国内旅游人次和旅游收入能基本恢复到2019年水平，但在旅游行业恢复到疫情前的常态预计需要在2026年才能实现。

2、免签国家范围扩大，入境游逐步恢复

2023年11月，我国试行扩大单方面免签国家范围，对法国、德国、意大利、荷兰、西班牙、马来西亚6个国家持普通护照人员试行单方面免签政策。随后在今年3月，我国决定对瑞士

、爱尔兰、匈牙利、奥地利、比利时、卢森堡6个国家持普通护照人员试行免签政策。上述12个国家持普通护照人员来华经商、旅游观光、探亲访友和过境不超过十五天，可免办签证入境。6月25日，中方进一步扩大免签国家范围，对新西兰、澳大利亚、波兰3个国家持普通护照人员试行免签政策。截至目前，中国已对15个国家实行单方面免签，与157个国家缔结了涵盖不同护照的互免签证协定，与44个国家达成简化签证手续协定或安排，同包括泰国、新加坡、马尔代夫、阿联酋在内的23个国家实现全面互免签证。中国亦持续推出多项来华签证优化措施，包括减少签证申请表填报内容、阶段性调减签证费、简化来华留学审批手续、免采部分申请人指纹、免签证预约、对部分国家试行免签政策等。截至目前，美国、加拿大、英国等54国公民从指定的37个口岸入境实施144小时过境免签政策，有力推动入境游客数量提高。

我国现行免签政策梳理	免签项目	适用对象	停留时间	入境口岸	活动范围	备注
澳、法、德等15国单方面免签	新西兰、澳大利亚、波兰、法国、德国、意大利、荷兰、西班牙、马来西亚、瑞士、爱尔兰、匈牙利、奥地利、比利时、卢森堡	经商、旅游观光、探亲访友、过境	15天		/ /	
互相免签	新加坡、泰国、安提瓜等23个国家	超过30天需在入境前提出申请	30天		/ /	海南入境免签
俄罗斯、英国、法国、德国、挪威、乌克兰、意大利等59个国家			30天			
海南省所有对外开放口岸	海南省行政区域	因商贸、访问、探亲、医疗、会展、体育竞技				
上海外国旅游团邮轮入境免签	国外旅行团	15天	/	限定沿海省份和北京市	团进团出	
港澳地区外国人组团入境广东免签	在港澳地区的外国公民经香港、澳门旅行社组团，由香港、澳门进入大湾区内地9市和汕头市旅游	144小时		10个城市的对外开放口岸	团进团出	
广州、佛山、肇庆、深圳、东莞、惠州、珠海、中山、江门和汕头市						
东盟旅游团入境广西桂林免签	东盟10国旅行团	144小时		桂林机场口岸	广西桂林市域	
团进团出	144小时过境免签	美国、加拿大、英国等54国	144小时			
北京，天津，河北石家庄，秦皇岛，等37个口岸		旅游、商务、访问、探亲等短期活				

数据来源：观研天下数据中心整理

2024年上半年全国各口岸入境外国人1463.5万人次，同比增长152.7%。签发往来港澳台出入境证件签注4615.2万人次，同比增长7.8%。签发港澳台居民来往内地（大陆）通行证143.1万人次，同比基本持平。签发口岸签证68.6万证次，同比上升267.9%，为在华外国人办理停留居留证件38.8万人次，同比增长2.4%。国家移民管理局预计2024年下半年外国人来华热度将持续升温。

数据来源：文旅部

3、政策助力+城市IP流量撬动旅游市场升温

旅游业具有很强的产业融合属性，旅游与教育、医疗、康养、体育、农业农村、工业等各行业和领域不断融合发展，形成研学旅游、医疗旅游、康养旅游、体育旅游、乡村旅游、工业

旅游等新兴业态，深入推动旅游业多元化发展和满足游客多样性需求。

文旅事业稳步推进，旅游强国战略持续深化。2024年5月17日，党中央首次以旅游发展为主题召开重要会议，习近平总书记对旅游工作作出重要指示。5月19日，文旅部发布《关于拟确认22家旅游度假区为国家级旅游度假区的公示》，这也是首次国家级旅游度假区公示数量最多的一批名单，国家级文旅品牌即将“扩容”。为推动文旅行业发展，国家层面相继出台支持政策和激励措施，2024年7月《关于推进旅游公共服务高质量发展的指导意见》明确提出利用3到5年时间，基本建成结构完备、标准健全、运行顺畅、优质高效，与旅游业高质量发展相匹配的旅游公共服务体系，重点推动旅游与文化产业共同发展，构建类型多样、分布均衡、特色鲜明、品质优良的文旅供给体系，促进文化和旅游业态融合、产品融合、市场融合，文旅融合已经上升为国家文化及旅游业发展的重要方向。

近年我国文旅相关主要政策

政策	时间	颁布单位	主要内容
“十四五”旅游业发展规划	2022年1月	国务院	发展环境，坚持创新驱动发展，优化旅游空间布局，构建科学保护利用体系，完善旅游产品供给体系拓展大众旅游消费体系，建立现代旅游治理体系，完善旅游开放合作体系，健全旅游综合保障体系。

《国民旅游休闲发展纲要（2022-2030年）》

2022年7月	发改委、文旅部联合印发	培育现代休闲观念、保障旅游休闲时间、优化旅游休闲空间、丰富优质产品供给、完善旅游休闲设施、发展现代休闲业态、提升旅游休闲体验、推进产品创新升级、等10项重点任务。
---------	-------------	---

文化和旅游部关于加强5G+智慧旅游协同创新发展的通知

2023年4月	工信部、文旅部	加强重点旅游区域5G网络覆盖，鼓励重点单位网络建设资源开放，创新5G+智慧旅游服务新体验，探索5G+智慧旅游营销新模式，提升5G+智慧旅游管理能力，加强5G+智慧旅游产品供给，增强5G+智慧旅游主体创新活力，打造5G+智慧旅游示范标杆，建设5G+智慧旅游样板村镇。
---------	---------	--

《关于释放旅游消费潜力推动旅游业高质量发展的若干措施》

2023年9月	国务院	加大优质旅游产品和服务供给，激发旅游消费需求，加强入境旅游工作。
---------	-----	----------------------------------

《国内旅游提升计划（2023-2025年）》

2023年11月	文旅部	加强国内旅游宣传推广，丰富优质旅游供给，改善旅游消费体验，提升公共服务效能，支持经营主体转型升级，深化重点领域改革，提升旅游市场服务质量，加强市场综合监管，实施“信用+”工程。
----------	-----	--

全国文化和旅游产业发展工作会议

2024年3月		进一步发挥文化和旅游产业在稳增长、扩内需中的重要作用，推动文化和旅游产业成为发展新质生产力的重要动能和实现高质量发展的重要着力点。
---------	--	---

《关于打造消费新场景培育消费新增长点的措施》

2024年6月	发改委、文旅部等五部门	培育文旅体育消费新场景。深化旅游业态融合创新，积极发展冰雪旅游、海洋旅游等业态，鼓励发展旅游专列等旅游新产品。推动城乡文旅提质增效，优化入境旅游产品和服务，提升入境旅游便利水平。
---------	-------------	---

《关于推进旅游公共服务高质量发展的指导意见》

2024年7月	文旅部、发改委等九部门	利用3到5年时间，基本建成结构完备、标准健全、运行顺畅、优质高效，与旅游业高质量发展相匹配的旅游公共服务体系，旅游公共服务有效供给明显扩大，服务效能明显提升，对薄弱
---------	-------------	--

领域、高峰时段和特殊人群的服务保障能力明显增强，人民群众对旅游公共服务的满意度明显提高。

资料来源：观研天下整理

“特种兵”、“反向游”、“Citywalk”逐渐成了Z世代的热门选择，市场有望出现品质化、融合化、多样化的旅游产品。年轻人的执行力&中青年的消费力&银发族的“钞能力”，不同年龄段旅游经济呈现新活力，持续驱动旅游市场做大做强，旅游人次&旅游消费再上新台。

全国多城出现以高流量IP赋能文旅市场强势升温的典型案例。2016年以来，北京故宫文创、重庆洪崖洞、长沙茶颜悦色、西安大唐不夜城等文旅IP相继“爆红”。尤其2023年以来，淄博烧烤、贵州“村超”、哈尔滨冰雪大世界、上海《繁花》、天水麻辣烫等现象级文旅IP加速涌现，从增强经济动能、提升区域形象等多个维度助力城市发展繁荣。相对于传统营销模式，高流量IP赋能文旅市场火爆背后是以小视频、直播电商等数字化和智能化营销的支撑。2016年以来，小视频和直播电商市场呈现高速增长，成为互联网内容消费的重要组成部分、各行各业深化营销模式变革的重要载体。小视频、直播电商等网络传播的大众化、实时性、互动性、个性化、社群化等特征优势，提升和改善了全行业市场营销效率和方式，增强了创造城市文旅IP。

文化IP引爆旅游消费市场案例	地名	当地文旅IP	文旅IP最初火爆年份	带动旅游消费情况	
淄博	淄博烧烤	2023	淄博2023年实现国内旅游收入约630亿元，同比增长68.42%	榕江	
贵州“村超”	2023	2023年，榕江接待游客765.85万人次，同比增长52.16%，实现旅游综合收入83.98亿元，同比增长73.94%	哈尔滨	第二十五届哈尔滨冰雪大世界	2023
全市2024年元旦假期旅游订单同比增长158%	上海	《繁花》	2023	据携程平台，《繁花》开播以来至1月5日，上海私家团、跟团游产品预订单量分别环比增长75%、30%	天水
天水麻辣烫	2024	2024年3月至“五一”	花费（76.95亿元）分别同比增长35.69%、36.52%	鸚 倂 蕩 嶼 疋 獾 嶼	

资料来源：观研天下整理

从更广阔的产业发展研究视角来看，近年中国旅游业无论消费端的需求结构升级、客源流量变化，还是供给端的技术和商业模式转型、旅游业态更新，都呈现出新的有利变化。（zpp eng）

注：上述信息仅供参考，图表均为样式展示，具体数据、坐标轴与数据标签详见报告正文。

个别图表由于行业特性可能会有出入，具体内容请联系客服确认，以报告正文为准。

更多图表和内容详见报告正文。

观研报告网发布的《中国 旅游行业发展现状分析与投资前景研究报告（2024-2030）》 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，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。

行业报告是业内企业、相关投资公司及政府部门准确把握行业发展趋势，洞悉行业竞争格局，规避经营和投资风险，制定正确竞争和投资战略决策的重要决策依据之一。

本报告是全面了解行业以及对本行业进行投资不可或缺的重要工具。观研天下是国内知名的行业信息咨询机构，拥有资深的专家团队，多年来已经为上万家企业单位、咨询机构、金融机构、行业协会、个人投资者等提供了专业的行业分析报告，客户涵盖了华为、中国石油、中国电信、中国建筑、惠普、迪士尼等国内外行业领先企业，并得到了客户的广泛认可。

【目录大纲】

第一章 2019-2023年中国	旅游行业发展概述
第一节	旅游行业发展情况概述
一、	旅游行业相关定义
二、	旅游特点分析
三、	旅游行业基本情况介绍
四、	旅游行业经营模式
1、生产模式	
2、采购模式	
3、销售/服务模式	
五、	旅游行业需求主体分析
第二节 中国	旅游行业生命周期分析
一、	旅游行业生命周期理论概述
二、	旅游行业所属的生命周期分析
第三节	旅游行业经济指标分析
一、	旅游行业的赢利性分析
二、	旅游行业的经济周期分析
三、	旅游行业附加值的提升空间分析
第二章 2019-2023年全球	旅游行业市场发展现状分析
第一节 全球	旅游行业发展历程回顾
第二节 全球	旅游行业市场规模与区域分布情况
第三节 亚洲	旅游行业地区市场分析
一、亚洲	旅游行业市场现状分析
二、亚洲	旅游行业市场规模与市场需求分析
三、亚洲	旅游行业市场前景分析
第四节 北美	旅游行业地区市场分析
一、北美	旅游行业市场现状分析
二、北美	旅游行业市场规模与市场需求分析

三、北美	旅游行业市场前景分析
第五节 欧洲	旅游行业地区市场分析
一、欧洲	旅游行业市场现状分析
二、欧洲	旅游行业市场规模与市场需求分析
三、欧洲	旅游行业市场前景分析
第六节 2024-2031年世界	旅游行业分布走势预测
第七节 2024-2031年全球	旅游行业市场规模预测
第三章 中国	旅游行业产业发展环境分析
第一节 我国宏观经济环境分析	
第二节 我国宏观经济环境对	旅游行业的影响分析
第三节 中国	旅游行业政策环境分析
一、行业监管体制现状	
二、行业主要政策法规	
三、主要行业标准	
第四节 政策环境对	旅游行业的影响分析
第五节 中国	旅游行业产业社会环境分析
第四章 中国	旅游行业运行情况
第一节 中国	旅游行业发展状况情况介绍
一、行业发展历程回顾	
二、行业创新情况分析	
三、行业发展特点分析	
第二节 中国	旅游行业市场规模分析
一、影响中国	旅游行业市场规模的因素
二、中国	旅游行业市场规模
三、中国	旅游行业市场规模解析
第三节 中国	旅游行业供应情况分析
一、中国	旅游行业供应规模
二、中国	旅游行业供应特点
第四节 中国	旅游行业需求情况分析
一、中国	旅游行业需求规模
二、中国	旅游行业需求特点
第五节 中国	旅游行业供需平衡分析
第五章 中国	旅游行业产业链和细分市场分析
第一节 中国	旅游行业产业链综述
一、产业链模型原理介绍	

二、产业链运行机制

三、

旅游行业产业链图解

第二节 中国

旅游行业产业链环节分析

一、上游产业发展现状

二、上游产业对

旅游行业的影响分析

三、下游产业发展现状

四、下游产业对

旅游行业的影响分析

第三节 我国

旅游行业细分市场分析

一、细分市场一

二、细分市场二

第六章 2019-2023年中国

旅游行业市场竞争分析

第一节 中国

旅游行业竞争现状分析

一、中国

旅游行业竞争格局分析

二、中国

旅游行业主要品牌分析

第二节 中国

旅游行业集中度分析

一、中国

旅游行业市场集中度影响因素分析

二、中国

旅游行业市场集中度分析

第三节 中国

旅游行业竞争特征分析

一、企业区域分布特征

二、企业规模分布特征

三、企业所有制分布特征

第七章 2019-2023年中国

旅游行业模型分析

第一节 中国

旅游行业竞争结构分析（波特五力模型）

一、波特五力模型原理

二、供应商议价能力

三、购买者议价能力

四、新进入者威胁

五、替代品威胁

六、同业竞争程度

七、波特五力模型分析结论

第二节 中国

旅游行业SWOT分析

一、SOWT模型概述

二、行业优势分析

三、行业劣势

四、行业机会

五、行业威胁

六、中国

旅游行业SWOT分析结论

第三节 中国

旅游行业竞争环境分析（PEST）

一、PEST模型概述

二、政策因素

三、经济因素

四、社会因素

五、技术因素

六、PEST模型分析结论

第八章 2019-2023年中国

旅游行业需求特点与动态分析

第一节 中国

旅游行业市场动态情况

第二节 中国

旅游行业消费市场特点分析

一、需求偏好

二、价格偏好

三、品牌偏好

四、其他偏好

第三节

旅游行业成本结构分析

第四节

旅游行业价格影响因素分析

一、供需因素

二、成本因素

三、其他因素

第五节 中国

旅游行业价格现状分析

第六节 中国

旅游行业平均价格走势预测

一、中国

旅游行业平均价格趋势分析

二、中国

旅游行业平均价格变动的影响因素

第九章 中国

旅游行业所属行业运行数据监测

第一节 中国

旅游行业所属行业总体规模分析

一、企业数量结构分析

二、行业资产规模分析

第二节 中国

旅游行业所属行业产销与费用分析

一、流动资产

二、销售收入分析

三、负债分析

四、利润规模分析

五、产值分析

第三节 中国

旅游行业所属行业财务指标分析

一、行业盈利能力分析

二、行业偿债能力分析

三、行业营运能力分析

四、行业发展能力分析

第十章 2019-2023年中国

旅游行业区域市场现状分析

第一节 中国

旅游行业区域市场规模分析

一、影响

旅游行业区域市场分布的因素

二、中国

旅游行业区域市场分布

第二节 中国华东地区

旅游行业市场分析

一、华东地区概述

二、华东地区经济环境分析

三、华东地区

旅游行业市场分析

(1) 华东地区

旅游行业市场规模

(2) 华东地区

旅游行业市场现状

(3) 华东地区

旅游行业市场规模预测

第三节 华中地区市场分析

一、华中地区概述

二、华中地区经济环境分析

三、华中地区

旅游行业市场分析

(1) 华中地区

旅游行业市场规模

(2) 华中地区

旅游行业市场现状

(3) 华中地区

旅游行业市场规模预测

第四节 华南地区市场分析

一、华南地区概述

二、华南地区经济环境分析

三、华南地区

旅游行业市场分析

(1) 华南地区

旅游行业市场规模

(2) 华南地区

旅游行业市场现状

(3) 华南地区

旅游行业市场规模预测

第五节 华北地区

旅游行业市场分析

一、华北地区概述

二、华北地区经济环境分析

三、华北地区

旅游行业市场分析

(1) 华北地区

旅游行业市场规模

(2) 华北地区	旅游行业市场现状
(3) 华北地区	旅游行业市场规模预测
第六节 东北地区市场分析	
一、东北地区概述	
二、东北地区经济环境分析	
三、东北地区	旅游行业市场分析
(1) 东北地区	旅游行业市场规模
(2) 东北地区	旅游行业市场现状
(3) 东北地区	旅游行业市场规模预测
第七节 西南地区市场分析	
一、西南地区概述	
二、西南地区经济环境分析	
三、西南地区	旅游行业市场分析
(1) 西南地区	旅游行业市场规模
(2) 西南地区	旅游行业市场现状
(3) 西南地区	旅游行业市场规模预测
第八节 西北地区市场分析	
一、西北地区概述	
二、西北地区经济环境分析	
三、西北地区	旅游行业市场分析
(1) 西北地区	旅游行业市场规模
(2) 西北地区	旅游行业市场现状
(3) 西北地区	旅游行业市场规模预测
第十一章	旅游行业企业分析（随数据更新有调整）
第一节 企业	
一、企业概况	
二、主营产品	
三、运营情况	
1、主要经济指标情况	
2、企业盈利能力分析	
3、企业偿债能力分析	
4、企业运营能力分析	
5、企业成长能力分析	
四、公司优势分析	
第二节 企业	

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优劣势分析

第三节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优势分析

第四节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优势分析

第五节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优势分析

第六节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优势分析

第七节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优势分析

第八节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优势分析

第九节 企业

- 一、企业概况
- 二、主营产品
- 三、运营情况
- 四、公司优势分析

第十节 企业

- 一、企业概况
- 二、主营产品
- 三、运营情况
- 四、公司优势分析

第十二章 2024-2031年中国

旅游行业发展前景分析与预测

第一节 中国

旅游行业未来发展前景分析

一、

旅游行业国内投资环境分析

二、中国

旅游行业市场机会分析

三、中国

旅游行业投资增速预测

第二节 中国

旅游行业未来发展趋势预测

第三节 中国

旅游行业规模发展预测

一、中国

旅游行业市场规模预测

二、中国

旅游行业市场规模增速预测

三、中国

旅游行业产值规模预测

四、中国

旅游行业产值增速预测

五、中国

旅游行业供需情况预测

第四节 中国

旅游行业盈利走势预测

第十三章 2024-2031年中国

旅游行业进入壁垒与投资风险分析

第一节 中国

旅游行业进入壁垒分析

一、

旅游行业资金壁垒分析

二、

旅游行业技术壁垒分析

三、

旅游行业人才壁垒分析

四、

旅游行业品牌壁垒分析

五、

旅游行业其他壁垒分析

第二节

旅游行业风险分析

一、

旅游行业宏观环境风险

二、

旅游行业技术风险

三、

旅游行业竞争风险

四、

旅游行业其他风险

第三节 中国

旅游行业存在的问题

第四节 中国	旅游行业解决问题的策略分析
第十四章 2024-2031年中国	旅游行业研究结论及投资建议
第一节 观研天下中国	旅游行业研究综述
一、行业投资价值	
二、行业风险评估	
第二节 中国	旅游行业进入策略分析
一、行业目标客户群体	
二、细分市场选择	
三、区域市场的选择	
第三节	旅游行业营销策略分析
一、	旅游行业产品策略
二、	旅游行业定价策略
三、	旅游行业渠道策略
四、	旅游行业促销策略
第四节 观研天下分析师投资建议	
图表详见报告正文	

详细请访问：<http://www.chinabaogao.com/baogao/202410/731122.html>