



艾凯咨询
ICAN Consulting

2012-2016年中国旅游业市场运营态势及投资前景预测报告

一、调研说明

《2012-2016年中国旅游业市场运营态势及投资前景预测报告》是艾凯咨询集团经过数月的周密调研，结合国家统计局，行业协会，工商，税务海关等相关数据，由行业内知名专家撰写而成。报告意于成为从事本行业人士经营及投资提供参考的重要依据。

报告主要可分为四大部分，首先，报告对本行业的特征及国内外市场环境进行描述；其次，是本行业的上下游产业链，市场供需状况及竞争格局从宏观到细致的详尽剖析，接着报告中列出数家该行业的重点企业，分析相关经营数据；最后，对该行业未来的发展前景，投资风险给出指导建议。相信该份报告对您把握市场脉搏，知悉竞争对手，进行战略投资具有重要帮助。

官方网址：<https://www.icandata.com/view/213470.html>

报告价格：纸介版9000元 电子版9000元 纸介版+电子版9200元

订购电话：400-700-0142 010-80392465

电子邮箱：sales@icandata.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、摘要、目录、图表

第一章、旅游业相关概述

第一节、旅游产业相关概念及旅游类型划分

- 一、旅游的定义
- 二、旅游业的定义
- 三、旅游类型的划分
- 四、旅游资源

第二节、旅游产业的特征

- 一、综合性
- 二、关联性
- 三、敏感性
- 四、季节性

第三节、旅游产业在国民经济中的地位

- 一、世界旅游业已成为全球经济的重要组成部分
- 二、旅游业已成为中国经济发展的先导部门
- 三、旅游业成为中国的支柱产业

第二章、旅游业发展的宏观环境

第一节、宏观经济环境

- 一、2010年中国经济发展状况
- 二、2011年中国经济发展状况
- 三、2012年一季度中国经济发展状况
- 四、中国经济发展走势预测

第二节、政策环境分析

- 一、旅游业首次被确定为国民经济支柱产业
- 二、国家政策大力推动旅游业快速发展
- 三、2011年国家旅游局要求进一步加快旅游业发展
- 四、2012年多部门联合支持旅游业再融资问题
- 五、内地与香港将共同推动旅游业发展

第三节、相关政策文件

- 一、《国务院关于推进海南国际旅游岛建设发展的若干意见》

- 二、《财政部关于开展海南离岛旅客免税购物政策试点的公告》
- 三、《中国旅游业"十二五"发展规划纲要》
- 四、《国家旅游局关于进一步加快发展旅游业促进社会主义文化大发展大繁荣的指导意见》
- 五、《关于金融支持旅游业加快发展的若干意见》

第三章、相关行业及因素推动旅游业发展

第一节、酒店业

- 一、酒店业是旅游产业中系统组合与资源配置的基础力量
- 二、2009年中国酒店业发展分析
- 三、2010年中国酒店业逐渐回暖
- 四、2011年中国酒店业发展分析
- 五、中国酒店业发展前景广阔

第二节、餐饮业

- 一、餐饮业对酒店业的影响
- 二、2009年中国餐饮业的发展分析
- 三、2010年中国餐饮业的发展分析
- 四、2011年中国餐饮业的发展分析
- 五、中国餐饮业发展趋势展望

第三节、会展产业

- 一、会展业与酒店业互动发展分析
- 二、2010年中国会展业发展综述
- 三、2011年中国会展业发展状况
- 四、中国会展业的SWOT分析及发展建议
- 五、"十二五"中国会展业将有更大发展

第四节、交通业

- 一、2009年中国交通运输行业发展分析
- 二、2010年中国交通运输行业发展分析
- 三、2011年中国交通运输行业发展分析
- 四、2012年一季度中国交通运输业运行概况
- 五、区域交通网络对旅游业的影响与发展策略

第四章、旅游业的发展现状分析

第一节、全球旅游业发展概述

- 一、世界旅游业的起源
- 二、2009年世界旅游业发展状况
- 三、2010年全球旅游业发展概况
- 四、2011年全球旅游业发展概况

第二节、中国旅游业发展综述

- 一、“十一五”中国旅游业发展走势概述
- 二、中国旅游业正迈入全民消费新时代
- 三、旅游业与环境的发展关系
- 四、旅游环境承载力研究分析
- 五、中国旅游业转型与产业政策选择分析

第三节、2009-2012年一季度中国旅游业发展分析

- 一、2009年中国旅游业的发展状况
- 二、2010年中国旅游业的发展状况
- 三、2011年中国旅游业发展分析
- 四、2012年一季度中国旅游业发展分析

第四节、旅游资源开发中的经济学分析

- 一、旅游资源开发作为产品的经济学特征
- 二、旅游资源开发的效率机制
- 三、旅游资源开发中政府的合理定位

第五节、中国旅游业面临的挑战

- 一、中国旅游业发展仍然面临许多挑战
- 二、中国旅游业中存在的问题
- 三、中国旅游资源的产权问题分析

第六节、中国旅游业发展策略

- 一、中国当前旅游业发展的措施
- 二、中国旅游业发展中的策略
- 三、应构建中国现代旅游资源产权制度
- 四、中国旅游业持续发展需注意的问题

第五章、入境旅游市场分析

第一节、入境旅游的产业地位探讨

- 一、入境旅游概述
- 二、从国民经济角度分析入境旅游的产业地位
- 三、从旅游业角度分析入境旅游的产业地位
- 四、提高中国入境旅游产业地位的建议分析

第二节、入境旅游现状分析

- 一、2009年入境旅游状况
- 二、2010年入境旅游状况
- 三、2011年入境旅游状况
- 四、2012年一季度入境旅游状况

第三节、对入境旅游消费结构状况的分析

- 一、入境过夜旅游消费者旅游消费概述
- 二、入境过夜旅游者旅游消费结构的现状
- 三、影响旅游消费结构的因素分析

第四节、入境旅游市场的发展趋势与建议

- 一、2015年中国将成为全球第一大入境旅游接待国
- 二、我国入境旅游面临的新形势及战略方向
- 三、提高中国入境旅游行业竞争力的建议
- 四、开拓入境旅游市场的建议

第六章、生态旅游

第一节、生态旅游的相关概述

- 一、生态旅游含义与产生的背景
- 二、生态旅游的内涵与经济意义分析
- 三、生态旅游与传统旅游的差异
- 四、生态旅游得以发展的原因
- 五、生态旅游的特点
- 六、开展生态旅游的意义

第二节、中国生态旅游的发展概况

- 一、生态旅游成为一种新的旅游观
- 二、对中国生态旅游的理论研究与实践
- 三、中国生态旅游要拒绝人工化

四、有中国特色的生态旅游发展道路探索

第三节、中国部分区域生态旅游发展动态

- 一、2010年张家界武陵源打造中国生态旅游品质农业先导区
- 二、2010年大香格里拉生态旅游圈建设加快推进
- 三、2011年四川生态旅游业再创佳绩
- 四、2011年广西出台新政扶持生态旅游发展
- 五、2011年云南南涧县生态旅游亮点初现
- 六、2011年湖北恩施计划建中部地区最大生态旅游休闲城
- 七、2012年一季度四川生态旅游业快速发展
- 八、“十二五”山西平顺将大力发展生态旅游

第四节、中国西部地区生态旅游发展浅析

- 一、西部地区的生态旅游及其可持续发展
- 二、西部生态旅游发展中农村社区就业与旅游收入分配的研究
- 三、西部生态旅游模式与融资分析

第五节、生态旅游区建设驱动机制分析

- 一、生态旅游区建设驱动机制概述
- 二、生态旅游区建设的制约因素分析
- 三、生态旅游区建设驱动—制约机制
- 四、生态旅游区建设驱动机制的优化策略

第六节、生态旅游面临的问题

- 一、生态旅游面临的困境
- 二、中国生态旅游实践中的问题
- 三、生态旅游存在的误区分析
- 四、生态旅游被泛化或曲解

第七节、生态旅游发展建议与规划

- 一、中国发展生态旅游的建议
- 二、加强生态旅游区环境管理的途径
- 三、生态旅游的可持续发展的对策
- 四、生态旅游的发展与规划

第七章、黄金周旅游

第一节、中国黄金周旅游的发展现状

- 一、2009年春节黄金周旅游经济发展概况
- 二、2009年"十一"超长黄金周旅游市场兴旺
- 三、2010年春节黄金周旅游市场概况
- 四、2010年"十一"黄金周旅游市场状况
- 五、2011年春节黄金周旅游市场状况
- 六、2011年"十一"黄金周旅游市场状况
- 七、2012年春节黄金周旅游市场状况

第二节、2010年"十一"黄金周部分省市旅游业的发展

- 一、四川
- 二、深圳
- 三、南京
- 四、西安
- 五、郑州

第三节、2011年"十一"黄金周部分省市旅游业的发展

- 一、广州
- 二、深圳
- 三、江苏
- 四、丽江
- 五、武汉

第四节、2012年春节黄金周部分省市旅游业的发展

- 一、北京
- 二、深圳
- 三、南京
- 四、浙江
- 五、福建

第五节、黄金周旅游市场面临的问题分析

- 一、取消"五一"黄金周未能缓解扎堆出行
- 二、黄金周旅游压力大
- 三、黄金周旅游亟须走出"低价竞争"误区
- 四、黄金周旅游的主要问题

第六节、中国黄金周旅游的建议与启示

- 一、黄金周旅游两种现象要注意

- 二、把握黄金周旅游的新趋向
- 三、中国实行黄金周的启示

第八章、红色旅游

第一节、红色旅游相关概述

- 一、红色旅游的概念和界定
- 二、红色旅游资源的特点
- 三、红色旅游的社会价值分析

第二节、中国红色旅游的发展概况

- 一、我国红色旅游的发展历程
- 二、中国涌现红色旅游潮
- 三、中国红色旅游业发展形势喜人
- 四、2011年我国红色旅游繁荣发展

第三节、部分省市红色旅游产业分析

- 一、红色旅游拉动湖南产业大发展
- 二、陕西省红色旅游蓬勃发展
- 三、四川大力推进红色旅游发展
- 四、广西加快红色旅游业发展
- 五、甘肃会宁加快步伐全力打造红色旅游
- 六、江西省红色旅游业发展提速
- 七、贵州省红色旅游业规模初现
- 八、云南省红色旅游业发展迅速
- 九、辽宁着力打造红色旅游品牌地位

第四节、红色旅游的问题分析

- 一、红色旅游中的主要问题
- 二、红色旅游缺乏严肃
- 三、红色旅游景区存在的问题
- 四、中国红色旅游发展面临障碍
- 五、投融资问题成红色旅游发展掣肘

第五节、发展红色旅游的策略与建议

- 一、发展红色旅游的对策
- 二、打造红色旅游品牌推动红色旅游发展

- 三、老区建设与"红色旅游"事业相互促进
- 四、以社区旅游模式来推动红色旅游和谐发展
- 五、红色旅游需可持续发展
- 六、利用资本市场打造红色旅游业

第六节、2011-2015年红色旅游业发展规划

- 一、指导思想
- 二、基本原则
- 三、发展目标
- 四、主要任务
- 五、主要措施

第九章、温泉旅游

第一节、温泉的历史回顾

- 一、温泉文化的起源及变迁
- 二、《水经注》中的温泉记载

第二节、温泉的相关疗效及分类

- 一、温泉的成因与疗效
- 二、温泉的主要类型
- 三、温泉旅游基本构成条件分析

第三节、各地名泉介绍

- 一、全球十个城市的别致温泉
- 二、中国十大温泉度假区
- 三、"赤城"关外第一泉
- 四、北京昌平小汤山温泉旅游度假区

第四节、中国温泉旅游发展现状

- 一、温泉旅游渐成旅游时尚首选
- 二、温泉旅游受热捧掀起开发热潮
- 三、同质化成温泉旅游业发展制约因素
- 四、浅析温泉旅游的发展走向

第五节、广东温泉旅游业发展分析

- 一、广东温泉旅游业逐步加快发展
- 二、广东温泉旅游发展特点剖析

- 三、广东温泉旅游应以品牌为核心推动发展
- 四、广东温泉旅游应以文化为切入点走特色经营道路
- 五、广东温泉旅游向国际化迈进的对策

第六节、其他地区温泉旅游发展概述

- 一、江西
- 二、重庆
- 三、福建
- 四、辽宁
- 五、湖北咸宁
- 六、甘肃通渭

第七节、温泉旅游项目成功的关键要素

- 一、温泉发展变化
- 二、市场
- 三、定位
- 四、产品

第十章、健康旅游

第一节、健康旅游相关概述

- 一、健康旅游概念诠释
- 二、健康旅游发展背景
- 三、健康旅游主要项目
- 四、健康旅游的意义

第二节、国外健康旅游业的发展

- 一、世界健康旅游业的发展概况
- 二、世界健康旅游业的发展基础
- 三、全球健康旅游业逐渐兴盛
- 四、东南亚健康养生旅游客源市场分析
- 五、马来西亚推广发展健康旅游业

第三节、中国健康旅游业的发展

- 一、中国健康旅游业发展方兴未艾
- 二、中国健康旅游产品供给丰富
- 三、中国健康旅游的市场需求

四、中国健康旅游市场大有可为

第四节、海南省健康旅游业发展分析

- 一、海南将建成国际级健康旅游目的地
- 二、海南促进中医康复保健旅游业发展
- 三、海南舟山市健康旅游业发展分析
- 四、海南五指山市医疗健康旅游产业发展分析

第五节、云南省健康旅游业发展分析

- 一、云南健康旅游业的发展优势及意义
- 二、云南腾冲全力打造健康旅游品牌
- 三、云南保山将建成一流休闲健康旅游目的地
- 四、云南健康旅游业的发展重点及对策

第六节、其他地区健康旅游发展概况

- 一、广东积极推动中医药养生健康旅游业发展
- 二、珠海发展健康旅游产业优势明显
- 三、广西将促进养生健康旅游产业的发展
- 四、河北廊坊燕郊积极发展健康旅游业
- 五、湖北十堰将发展武当山健康旅游业

第七节、我国适宜开发的健康旅游产品

- 一、文化健康旅游
- 二、医疗健康旅游
- 三、游乐健康养生
- 四、美食健康旅游
- 五、生理美容养生
- 六、运动健康旅游
- 七、生态健康旅游

第八节、健康旅游开发的模式分析

- 一、健康管理模式
- 二、医疗旅游模式
- 三、健身俱乐部模式
- 四、养生休闲目的地
- 五、养生休闲旅游区

第十一章、旅游小城镇

第一节、国外旅游小城镇的发展模式

- 一、澳大利亚郊区城市群体发展模式
- 二、英国郊区城市群体发展模式
- 三、美国小城镇的管理体制概述
- 四、世界小城镇发展的经验借鉴

第二节、中国小城镇发展现状

- 一、小城镇发展简述
- 二、小城镇发展的类型分析
- 三、小城镇的发展意义分析
- 四、中国小城镇存在的问题分析
- 五、发展中国小城镇的策略
- 六、"十二五"将开启绿色重点小城镇试点示范

第三节、中国各城市旅游小城镇的发展概况

- 一、南昌梅岭镇旅游小城镇规模初现
- 二、海南出台旅游小城镇建设规划
- 三、济南历城区将建造南部山区特色旅游小城镇
- 四、新疆巩留县财政支持旅游小城镇建设
- 五、西乌旗将打造草原生态旅游城镇
- 六、渝北区统景镇将建旅游城镇
- 七、未来几年云南全力打造特色小镇

第四节、中国旅游小城镇建设与生态学

- 一、旅游小城镇的优势和特色中的生态学内容
- 二、小城镇的生态现状不容乐观
- 三、小城镇生态建设的措施

第五节、旅游小城镇的问题分析

- 一、当前小城镇建设存在的主要问题
- 二、中国小城镇发展制度上的制约因素
- 三、中国小城镇发展局面亟需突破

第六节、中国旅游小城镇的出路与方向

- 一、小城镇旅游风景点的发展规划
- 二、加速小城镇的建设与发展

- 三、应突出都市休闲旅游特色
- 四、努力推进生态型城镇建设进程

第十二章、主题公园在中国的发展

第一节、世界主题公园的发展历程与趋势分析

- 一、主题公园的定义
- 二、世界主题公园的产生
- 三、全球主题公园游客量概况
- 四、世界著名主题公园的经营管理模式分析
- 五、世界主题公园发展的主要特征及发展方向

第二节、中国主题公园的发展综述

- 一、中国主题公园的发展历程回顾
- 二、中国主题公园发展取得的成就
- 三、中国主题公园的发展现状概述
- 四、中国主题公园的政策环境概况
- 五、中国主题公园的经营模式概述

第三节、2010-2011年中国主题公园的建设动态

- 一、2010年大连开建国内最大汽车主题公园
- 二、2010年海南文昌开建航天主题公园
- 三、2011年海南省陵水海洋主题公园正式开建
- 四、2011年中国内地首个迪士尼乐园项目在上海开建
- 五、2011年昆明滇池开建滇越铁路主题公园

第四节、2012年中国主题公园的建设动态

- 一、2012年山东寿光规划建设海洋主题公园
- 二、2012年赤壁市拟打造全国首家爱情主题公园
- 三、2012年江苏丹阳建成亚洲最大石刻主题公园
- 四、2012年华中地区首个大型文化主题公园开园
- 五、2012年安徽欲建首个军事文化主题公园

第五节、中国主题公园的盈利能力现状分析

- 一、中国主题公园盈利能力现状概述
- 二、中国主题公园盈利现状形成的原因
- 三、世界著名主题公园的经营对我国主题公园的启示

四、中国主题公园盈利能力提升的构想

第六节、世博会与主题公园发展的互动影响分析

一、世博会对主题公园的起源与发展的影响

二、当今的世博会与主题公园的互动影响

三、世博会的主题公园化发展趋势

四、世博会与主题公园关联的实证分析

五、世博会和主题公园本质的差异

第七节、主题公园成功开发的因素分析

一、主题选择与定位

二、主题公园区位选择

三、主题创意

四、主题产品开发与更新

五、主题公园文化内涵

第十三章、奖励旅游

第一节、奖励旅游发展概况

一、奖励旅游的定义

二、奖励旅游市场的特点

三、亚洲奖励旅游市场备受青睐

四、中国奖励旅游市场的发展状况

第二节、中国发展奖励旅游存在的问题

一、客户企业对奖励旅游重视不够

二、奖励旅游产品日趋大众化

三、税收政策的影响

第三节、中国发展奖励旅游的对策与建议

一、政府应采取扶持政策

二、旅游企业应采取创新战略

三、客户企业应注重奖励旅游的激励性

四、奖励旅游与拓展培训相结合

第四节、企业发展奖励旅游的分析

一、奖励旅游在现代企业管理的重要作用

二、奖励旅游作为奖励手段的特点

三、国内企业奖励旅游存在的问题

四、在企业中推广奖励旅游的策略

第十四章、其他

第一节、工业旅游

一、发展工业旅游的意义

二、中国工业旅游发展概况

三、我国部分区域工业旅游示范点创建现状

四、中国工业旅游的特点与开发模式

五、中国发展工业旅游的思考

六、进一步推进工业旅游发展的建议

第二节、农业旅游

一、农业旅游是中国旅游业的新亮点

二、我国休闲农业与乡村旅游发展现状

三、西部地区发展农业旅游分析

四、我国农业旅游发展潜力大

五、高科技农业生态旅游的潜力巨大

六、促进中国农业旅游发展的途径

第三节、科技旅游

一、科技旅游成为旅游业新热点

二、科技旅游开发的意义分析

三、国外科技旅游的种类与特点分析

四、中国科技旅游的现状与存在的问题

五、中国科技旅游开发的策略分析

第四节、自驾车旅游

一、自驾车旅游概述

二、中国自驾车旅游的市场特点

三、国内自驾车旅游的现状与存在的问题

四、油价对自驾车旅游市场的影响分析

五、中国自驾车旅游的发展建议分析

第十五章、旅游业市场细分与消费者分析

第一节、旅游业的市场细分

- 一、中国旅游业缺乏市场细分
- 二、市场细分满足了旅游消费者的消费需求
- 三、旅游产品开发的创新也要求市场细分

第二节、我国部分旅游市场细分及消费者分析

- 一、商务旅游市场细分及消费者分析
- 二、民俗旅游市场细分及消费者分析
- 三、女性旅游消费市场现状浅析
- 四、大学生旅游市场现状分析

第三节、第四代旅游与民族文化

- 一、第四代旅游的产生
- 二、国内外民俗文化旅游开发的模式
- 三、民俗文化旅游开发的原则
- 四、民俗文化旅游开发的内容选择

第四节、旅游消费者类型分析

- 一、观光型旅游者
- 二、娱乐消遣型旅游者
- 三、度假保健型旅游者
- 四、文化教育型旅游者
- 五、宗教型旅游者
- 六、寻根、探亲、访友型旅游者
- 七、购物型旅游者
- 八、商务/公务型旅游者
- 九、生态/探险型旅游者

第五节、旅游消费结构分析

- 一、入境游客的消费结构
- 二、国内游客的消费结构
- 三、星级酒店消费结构的比较

第六节、消费选择与消费趋势分析

- 一、游客对住宿设施的选择
- 二、游客的旅行目的
- 三、入境游客感兴趣的商品

四、消费者的消费评价

第七节、体验经济时代的旅游消费者行为特点

- 一、旅游消费者需求层次向高端转移
- 二、情感需求的比重增加
- 三、个性化产品和服务越来越受欢迎
- 四、从注重产品本身转移到注重接受产品时的感受
- 五、旅游者对文化旅游产品的需求上升
- 六、绿色旅游需求的呼声越来越高

第八节、游客的旅游地选择与购买决策模型分析

- 一、游客的旅游地选择与决策的过程
- 二、影响游客的旅游地选择与决策的主要因素
- 三、案例分析

第九节、旅游需求的定量分析方法

- 一、高峰期需求测定
- 二、空间面积来度量拥挤程度
- 三、限度评估法
- 四、摄像与问卷结合法

第十节、影响城市居民国内旅游需求的因素

- 一、城市居民旅游需求概述
- 二、城市居民国内旅游需求影响因素指标的选择
- 三、城市居民国内旅游需求影响因素的量化研究

第十六章、旅游产业的电子运用以及网络构建

第一节、电子信息技术在中国旅游业的发展探讨

- 一、旅游电子商务概述
- 二、电子信息技术在旅游业中的运用
- 三、电子信息技术在旅游业的运用现状分析
- 四、电子信息技术在国内旅游业的发展态势

第二节、中国旅游网站建设现状与构建要素分析

- 一、中国旅游网站发展概况
- 二、一般构建要素
- 三、特殊构建要素

第三节、长三角旅游网络发展途径分析

- 一、发展目标的提出
- 二、长三角旅游城市的网络化发展路径
- 三、长三角旅游市场的网络化发展途径
- 四、长三角旅游产业网络化的发展途径
- 五、长三角旅游企业网络化发展的整合手段

第四节、中美旅游电子商务比较分析及未来展望

- 一、美国旅游电子商务发展概况
- 二、中国旅游电子商务网站的建设
- 三、中美旅游电子商务的比较分析
- 四、中国旅游电子商务市场展望

第十七章、旅游类上市公司分析

第一节、深圳华侨城股份有限公司

- 一、公司简介
- 二、2010年1-12月华侨城经营状况分析
- 三、2011年1-12月华侨城经营状况分析
- 四、2012年1-3月华侨城经营状况分析

第二节、中青旅控股股份有限公司

- 一、公司简介
- 二、2010年1-12月中青旅经营状况分析
- 三、2011年1-12月中青旅经营状况分析
- 四、2012年1-3月中青旅经营状况分析

第三节、北京首都旅游股份有限公司

- 一、公司简介
- 二、2010年1-12月首旅股份经营状况分析
- 三、2011年1-12月首都股份经营状况分析
- 四、2012年1-3月首都股份经营状况分析

第四节、丽江玉龙旅游股份有限公司

- 一、公司简介
- 二、2010年1-12月丽江旅游经营状况分析
- 三、2011年1-12月丽江旅游经营状况分析

四、2012年1-3月丽江旅游经营状况分析

第五节、桂林旅游股份有限公司

一、公司简介

二、2010年1-12月桂林旅游经营状况分析

三、2011年1-12月桂林旅游经营状况分析

四、2012年1-3月桂林旅游经营状况分析

第六节、上市公司财务比较分析

一、盈利能力分析

二、成长能力分析

三、营运能力分析

四、偿债能力分析

第十八章、国内旅游资源介绍

第一节、中国主要地区的旅游资源

一、西南市场

二、华东市场

三、东北市场

四、华南市场

五、华北市场

六、西北市场

第二节、国内典型旅游景点分析

一、历史文化类

二、海滨旅游区

三、自然风景游览区

第三节、其他个性景点介绍

一、杭州未来世界

二、深圳微缩景区——锦绣中华

三、丰都鬼文化主题乐园

第十九章、旅游业竞争分析

第一节、中国旅游业的国际竞争力分析

一、中国旅游国际竞争力的整体水平概述

二、中国旅游业参与国际竞争的优势分析

三、中国旅游业参与国际竞争的劣势分析

四、中国旅游业全球竞争力现状

第二节、中国旅游业市场竞争概况

一、中国旅游业产业竞争力的现状分析

二、中国旅游市场价格竞争过度

三、旅游市场进入个性化竞争时代

四、旅游业对外放开旅行社步入品牌竞争时代

第三节、旅游业的人才竞争探讨

一、旅游业人才竞争的层次

二、旅游业人才竞争的特点

三、旅游业人才竞争策略

第四节、中国旅游业的竞争战略

一、中国内资旅行社的市场竞争战略

二、旅游文化是中国旅游业参与国际竞争的关键

三、价格在内地旅游最具竞争力

四、应增强旅游业和企业的竞争力

五、科技成为旅游业未来的竞争力

第二十章、旅游业的产业链构成及价值分析

第一节、旅游产业链概述

一、旅游产业链的内涵

二、旅游产业链上各群体利益相连

三、会展旅游产业链的介绍

四、旅游产业链各体需协调发展

第二节、各区域大力打造旅游产业链

一、北京积极促进完整的旅游产业链形成

二、黄山大力发展旅游综合体延长产业链

三、烟台旅游深化产业链打造旅游集散地

四、河北张家口拓展冰雪旅游产业链

五、浙江舟山欲借传统帆船赛拓展旅游系列产业链

六、澳门博彩旅游业亟需不断深化产业链

第三节、商旅产业链及进入模式探究

- 一、商务旅游概述
- 二、商务旅游市场需求
- 三、商务旅游的供给
- 四、商务旅游市场的竞争
- 五、进入商旅市场的切入点及盈利模式剖析

第四节、优化中部地区旅游产业链的思路

- 一、旅游产业链的特征
- 二、中部地区旅游产业链存在的问题及成因
- 三、中部地区打造旅游产业链的路径选择

第五节、我国旅游产业链发展的问题及对策

- 一、国内旅游产业链发展存在的不足
- 二、构建旅游产业链的政策措施
- 三、旅游产业链发展的建议
- 四、构建旅游产业链的思路

第二十一章、旅游业的商业模式分析

第一节、旅游业的商业模式

- 一、旅游供给模式
- 二、旅游商业形态
- 三、旅游产业组织

第二节、网络旅游市场的商业模式

- 一、解析中国邮政网络旅游运作的商业模式
- 二、我国在线旅游市场亟需商业模式的创新
- 三、团购为在线旅游提供新的商业模式

第三节、周庄旅游业商业模式的创新探究

- 一、商业冲动与文化底蕴的完美交融
- 二、水乡情结下商业价值与文化期待的艰难平衡
- 三、未来商业模式的创新与品牌价值的重塑

第四节、解析主题公园市场化的商业运作模式

- 一、国内外主题公园的SWOT分析
- 二、中国主题公园的盈利模式

三、主题公园市场化运作的商业设计步骤

第五节、景区的商业模式设计分析

一、景区的商业模式

二、景区商业模式设计存在的弊端

第二十二章、中国旅游业的信息化发展分析

第一节、信息化对旅游产业发展的意义

一、旅游业是信息密集型产业

二、信息化保持旅游业可持续发展

三、实现旅游经营管理现代化的重要途径

四、拓展了现代旅游业的市场化国际化功能

第二节、旅游业信息化发展分析

一、我国旅游信息化的发展现状与形势分析

二、我国旅游信息化迎来黄金发展期

三、旅游信息化发展的制约因素

四、“十二五”我国旅游信息化的发展目标

五、“十二五”我国旅游信息化发展的主要任务

第三节、解析国内旅游产业信息化的服务需求

一、个性化旅游需要信息咨询服务

二、旅游电子商务亟需综合服务平台

三、联盟化经营需要大网络支持

第四节、各地区旅游信息化建设情况

一、贵州旅游信息化的建设现状

二、广东旅游业实施信息化技术新工程

三、云南积极推动旅游产业信息化

四、温州全力推进旅游信息化建设

五、安徽旅游信息化发展现状及目标方向

第五节、旅游行业信息化发展对策

一、加快我国旅游业信息化发展的策略

二、旅游企业信息化的发展建议

三、旅游企业信息化服务模式探究

四、国家为发展旅游信息化的保障措施

第二十三章、旅游业的投资分析

第一节、投资环境分析

- 一、国家发布政策力挺"国际旅游岛"建设
- 二、中国旅游业投资稳定增长
- 三、我国旅游业将迎来一系列利好政策
- 四、高铁对我国旅游业发展带来的影响

第二节、行业投资特性

- 一、旅游业投资的特点分析
- 二、行业的赢利性分析
- 三、中国发展旅游产业基金的问题与风险
- 四、旅游业进入壁垒和退出机制

第三节、投资机会分析

- 一、我国旅游业投资发展面临的机遇
- 二、我国旅游业发展潜力巨大
- 三、二三线城市旅游业的关注度明显提升
- 四、风险投资集中扎堆我国在线旅游市场

第四节、投资误区及建议

- 一、中国旅游业投资存在的误区
- 二、中国旅游业投资加快的建议
- 三、新时期中国旅游业投资的思考
- 四、中国旅游业的投资方向和投资重点

第五节、基于可持续发展的旅游投资决策

- 一、旅游投资的战略决策
- 二、旅游投资的项目决策
- 三、基于可持续发展的旅游投资效益

第二十四章、旅游业的发展前景与趋势

第一节、国际旅游业的发展前景

- 一、2012年全球旅游业预测
- 二、全球旅游业远景展望
- 三、未来新兴经济体贡献将进一步加大
- 四、亚太地区旅游业发展将更受瞩目

第二节、中国旅游业的发展前景

一、我国旅游业将进入黄金发展时期

二、2012年中国旅游业市场展望

三、“十二五”我国旅游业发展目标

四、2012-2016年中国旅游业预测分析

第三节、“十二五”我国部分地区旅游业规划

一、“十二五”期间上海旅游业的发展规划

二、“十二五”期间安徽旅游业的发展规划

三、“十二五”期间福建旅游业的发展规划

四、“十二五”期间湖北旅游业的发展规划

五、“十二五”期间四川旅游业的发展规划

六、“十二五”期间甘肃旅游业的发展规划

七、“十二五”期间吉林旅游业的发展规划

第四节、中国旅游业市场的发展趋势

一、中国旅游发展趋势研究

二、中国旅游市场的发展走向

三、中国旅游行业的发展趋势

四、中国旅游服务的文化趋势

附录

附录一：旅行社条例

附录二：中国旅游饭店行业规范

附录三：中国公民出国旅游管理办法

附录四：旅游安全管理暂行办法

附录五：边境旅游暂行管理办法

图表目录：

图表1 中国旅游业总收入与国内生产总值一览

图表2 旅游业总收入占GDP比重趋势图

图表3 旅游行业总收入逐年增长情况一览表

图表4 2006-2010年国内生产总值及其增长速度

图表5 2010年居民消费价格涨跌幅度（月度同比）

图表6 2006-2010年居民消费价格涨跌幅度

- 图表7 2010年70个大中城市房屋及新建商品住宅销售价格涨跌幅度（月度同比）
- 图表8 2006-2010年城镇新增就业人数
- 图表9 2006-2010年年末国家外汇储备及其增长速度
- 图表10 2006-2010年财政收入及其增长速度
- 图表11 2010-2011年我国国内生产总值同比增长速度
- 图表12 2004-2011年全国粮食产量及其增速
- 图表13 2010-2011年我国规模以上工业增加值增速（月度同比）
- 图表14 2011年我国固定资产投资（不含农户）同比增速
- 图表15 2011年我国房地产开发投资同比增速
- 图表16 2010-2011年我国社会消费品零售总额增速（月度同比）
- 图表17 2008-2011年我国进出口总额情况
- 图表18 2010-2011年我国广义货币（M2）增长速度
- 图表19 2010-2011年我国居民消费价格同比上涨情况
- 图表20 2010-2011年我国工业生产者出厂价格同比上涨情况
- 图表21 2010-2011年我国城镇居民人均可支配收入实际增长速度
- 图表22 2010-2011年我国农村居民人均收入实际增长速度
- 图表23 2006-2011年我国人口及其自然增长率变化情况
- 图表24 其他指标环比数据表
- 图表25 2011年1-12月份国民经济主要统计数据
- 图表26 2011-2012年一季度国内生产总值同比增长速度
- 图表27 2011-2012年一季度规模以上工业增加值增速（月度同比）
- 图表28 2011-2012年一季度固定资产投资（不含农户）同比增速
- 图表29 2011-2012年一季度房地产开发投资同比增速
- 图表30 2011-2012年一季度社会消费品零售总额增速（月度同比）
- 图表31 2011-2012年一季度居民消费价格同比上涨
- 图表32 2011-2012年一季度工业生产者出厂价格同比涨跌情况
- 图表33 2011-2012年一季度城镇居民人均可支配收入实际增长速度
- 图表34 2011-2012年一季度农村居民人均收入实际增长速度
- 图表35 其他指标环比数据表
- 图表36 2012年3月份及一季度国民经济主要统计数据
- 图表37 中国经济增长率的波动（1990年-2010年）
- 图表38 居民消费价格月同比上涨率

- 图表39 离岛旅客每人每次购买免税商品数量范围
- 图表40 2009年餐饮业各月销售额及增长率示意图
- 图表41 五种旅游交通工具的选用情况比较
- 图表42 使用水平与影响之间关系
- 图表43 中国入境旅游人数和旅游收入的世界排名
- 图表44 2008-2011年各季度我国城乡居民人均累计收入情况
- 图表45 2000-2011年我国国内年出游人数情况
- 图表46 2008-2011年各季度人民币对美元汇率
- 图表47 2002-2011年我国每年出境旅游人数
- 图表48 2010-2011年各月我国入境旅游外汇收入及增速
- 图表49 2010-2011年全国入境旅游（外汇）收入累计数及同比增长情况
- 图表50 边际社会收益、边际社会成本、边际私人收益曲线
- 图表51 边际社会成本、边际私人成本、边际私人收益曲线
- 图表52 旅游资源的需求与供给曲线
- 图表53 历年来入境旅游对GDP的贡献率
- 图表54 历年来入境旅游对全社会就业的贡献率
- 图表55 近年入境旅游的外汇收入构成
- 图表56 2009年1-11月入境旅游接待收汇情况
- 图表57 2010年1-12月入境旅游接待收汇情况
- 图表58 2011年入境旅游各类人数情况
- 图表59 2011年全年及第四季度主要入境旅游客源市场情况
- 图表60 2010-2011年我国各年龄段累计入境外国旅游者人数情况
- 图表61 2012年1-3月入境旅游接待收汇情况
- 图表62 2012年1-3月入境游主要客源市场情况
- 图表63 入境过夜旅游者的消费支出的构成
- 图表64 旅游-自然旅游-生态旅游之关系示意图
- 图表65 传统旅游与生态旅游的目标区别
- 图表66 传统旅游与生态旅游管理方式的区别
- 图表67 传统旅游与生态旅游正面影响的区别
- 图表68 传统旅游与生态旅游负面影响的区别
- 图表69 西部生态旅游的三元网络结构
- 图表70 生态旅游区建设驱动-制约机制模型

- 图表71 中国旅游行业企业私募融资交易事件
- 图表72 温泉旅游的基本构件
- 图表73 温泉旅游体验曲线
- 图表74 2005-2009年东盟5国入境旅游者人数统计
- 图表75 2005-2009年东盟5国入境旅游者人数统计
- 图表76 2005-2009年东盟5国入境游客占外国游客人数比重
- 图表77 2005-2009年东盟5国入境游客占外国游客人数百分比
- 图表78 2008、2009年来华旅游外国游客入境人数前10位
- 图表79 2005-2009年东南亚主要旅游客源国观光休闲旅游者人数比重统计
- 图表80 日本环球影城入场券种类与价格
- 图表81 欧洲，美国，日本主题乐园的比较
- 图表82 主题乐园成功开发的要素
- 图表83 我国国内旅游的消费构成
- 图表84 2009年我国国内旅游的消费构成
- 图表85 2009年全国星级饭店规模及其经营情况
- 图表86 游客的旅游地选择与决策模型
- 图表87 都市白领对香港旅游的选择与购买决策过程
- 图表88 城市居民旅游需求影响因子分析表
- 图表89 城市居民国内旅游情况统计
- 图表90 城市居民出游率、旅游人均花费与影响因素的灰色关联度分析
- 图表91 旅游城市网络化发展的阶段性特征
- 图表92 长江三角洲旅游城市网络化发展路径的意见
- 图表93 长三角旅游产业集群纵向网络化
- 图表94 长三角旅游产业集群横向网络化
- 图表95 市场形势、层级形势与网络形势的企业组织比较
- 图表96 旅游企业市场交换与网络交换对比
- 图表97 2010年1-12月华侨城主要财务数据
- 图表98 2010年1-12月华侨城非经常性损益项目及金额
- 图表99 2008年-2010年华侨城主要会计数据和主要财务指标
- 图表100 2010年1-12月华侨城主营业务分行业、产品情况
- 图表101 2011年1-12月华侨城主要财务数据
- 图表102 2011年1-12月华侨城非经常性损益项目及金额

- 图表103 2009年-2011年华侨城主要会计数据和主要财务指标
- 图表104 2011年1-12月华侨城主营业务分行业、产品情况
- 图表105 2012年1-3月华侨城主要会计数据及财务指标
- 图表106 2012年1-3月华侨城非经常性损益项目及金额
- 图表107 2010年1-12月中青旅主要财务数据
- 图表108 2010年1-12月中青旅非经常性损益项目及金额
- 图表109 2008年-2010年中青旅主要会计数据
- 图表110 2008年-2010年中青旅主要财务指标
- 图表111 2010年1-12月中青旅主营业务分行业、产品情况
- 图表112 2010年1-12月中青旅主营业务分地区情况
- 图表113 2011年1-12月中青旅主要财务数据
- 图表114 2011年1-12月中青旅非经常性损益项目及金额
- 图表115 2009年-2011年中青旅主要会计数据和主要财务指标
- 图表116 2011年1-12月中青旅主营业务分行业、产品情况
- 图表117 2011年1-12月中青旅主营业务分地区情况
- 图表118 2012年1-3月中青旅主要会计数据及财务指标
- 图表119 2012年1-3月中青旅非经常性损益项目及金额
- 图表120 2010年1-12月首旅股份主要财务数据
- 图表121 2010年1-12月首旅股份非经常性损益项目及金额
- 图表122 2008年-2010年首旅股份主要会计数据
- 图表123 2008年-2010年首旅股份主要财务指标
- 图表124 2010年1-12月首旅股份主营业务分行业、产品情况
- 图表125 2010年1-12月首旅股份主营业务分地区情况
- 图表126 2011年1-12月首都股份主要财务数据
- 图表127 2011年1-12月首都股份非经常性损益项目及金额
- 图表128 2009年-2011年首都股份主要会计数据和主要财务指标
- 图表129 2011年1-12月首都股份主营业务分行业、产品情况
- 图表130 2011年1-12月首都股份主营业务分地区情况
- 图表131 2012年1-3月首都股份主要会计数据及财务指标
- 图表132 2012年1-3月首都股份非经常性损益项目及金额
- 图表133 2010年1-12月丽江旅游主要财务数据
- 图表134 2010年1-12月丽江旅游非经常性损益项目及金额

- 图表135 2008年-2010年丽江旅游主要会计数据
- 图表136 2008年-2010年丽江旅游主要财务指标
- 图表137 2010年1-12月丽江旅游主营业务分行业况
- 图表138 2010年1-12月丽江旅游主营业务分产品情况
- 图表139 2011年1-12月丽江旅游非经常性损益项目及金额
- 图表140 2009年-2011年丽江旅游主要会计数据
- 图表141 2009年-2011年丽江旅游主要财务指标
- 图表142 2011年1-12月丽江旅游主营业务分行业、产品情况
- 图表143 2011年1-12月丽江旅游主营业务分地区情况
- 图表144 2012年1-3月丽江旅游主要会计数据及财务指标
- 图表145 2012年1-3月丽江旅游非经常性损益项目及金额
- 图表146 2010年1-12月桂林旅游主要财务数据
- 图表147 2010年1-12月桂林旅游非经常性损益项目及金额
- 图表148 2008年-2010年桂林旅游主要会计数据和主要财务指标
- 图表149 2010年1-12月桂林旅游主营业务分行业、产品情况
- 图表150 2010年1-12月桂林旅游占公司营业收入或营业利润10%以上的产品或服务
- 图表151 2011年1-12月桂林旅游主要财务数据
- 图表152 2011年1-12月桂林旅游非经常性损益项目及金额
- 图表153 2009年-2011年桂林旅游主要会计数据和主要财务指标
- 图表154 2011年1-12月桂林旅游主营业务分行业、产品情况
- 图表155 2012年1-3月桂林旅游主要会计数据及财务指标
- 图表156 2012年1-3月桂林旅游非经常性损益项目及金额
- 图表157 2012年第一季度旅游业上市公司盈利能力指标分析
- 图表158 2011年旅游业上市公司盈利能力指标分析
- 图表159 2010年旅游业上市公司盈利能力指标分析
- 图表160 2012年第一季度旅游业上市公司成长能力指标分析
- 图表161 2011年旅游业上市公司成长能力指标分析
- 图表162 2010年旅游业上市公司成长能力指标分析
- 图表163 2012年第一季度旅游业上市公司营运能力指标分析
- 图表164 2011年旅游业上市公司营运能力指标分析
- 图表165 2010年旅游业上市公司营运能力指标分析
- 图表166 2012年第一季度旅游业上市公司偿债能力指标分析

- 图表167 2011年旅游业上市公司偿债能力指标分析
- 图表168 2010年旅游业上市公司偿债能力指标分析
- 图表169 上海主要景点一览
- 图表170 休闲旅游和商务旅游的差异
- 图表171 四种类型的商务旅游供应商
- 图表172 网民选择自助旅游的原因
- 图表173 旅游者最想了解各类信息所占的比例
- 图表174 旅游者对旅游网站不满意的各种因素所占比例
- 图表175 旅游联盟对网络和IT系统的关注度
- 图表176 W-C-I网络服务模式示意图
- 图表177 具体客户端系统的框架结构
- 图表178 2011-2015年我国旅游规划指标增长率测算表
- 图表179 2011-2015年我国旅游规划指标体系总表
- 图表180 2012-2016年中国旅游总收入预测
- 图表181 2012-2016年中国国内旅游人数预测
- 图表182 2012-2016年中国入境旅游人数预测
- 图表183 福建省旅游业"十一五"规划目标完成情况与"十二五"主要发展指标

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/213470.html>

三、研究方法

- 1、系统分析方法
- 2、比较分析方法
- 3、具体与抽象方法
- 4、分析与综合方法
- 5、归纳与演绎方法
- 6、定性分析与定量分析方法
- 7、预测研究方法

四、数据来源

对行业内相关的专家、厂商、渠道商、业务（销售）人员及客户进行访谈，获取最新的一手市场资料；

艾凯咨询集团长期监测采集的数据资料；

行业协会、国家统计局、海关总署、国家发改委、工商总局等政府部门和官方机构的数据与资料；

行业公开信息；

行业企业及上、下游企业的季报、年报和其它公开信息；

各类中英文期刊数据库、图书馆、科研院所、高等院校的文献资料；

行业资深专家公开发表的观点；

对行业的重要数据指标进行连续性对比，反映行业发展趋势；

中华人民共和国国家统计局 <http://www.stats.gov.cn>

中华人民共和国国家工商行政管理总局 <http://www.saic.gov.cn>

中华人民共和国海关总署 <http://www.customs.gov.cn>

中华人民共和国商务部 <http://www.mofcom.gov.cn>

中国证券监督管理委员会 <http://www.csrc.gov.cn>

中华人民共和国商务部 <http://www.mofcom.gov.cn>

世界贸易组织 <https://www.wto.org>

联合国统计司 <http://unstats.un.org>

联合国商品贸易统计数据库 <http://comtrade.un.org>

五、关于艾凯咨询网

艾凯咨询网（www.icandata.com）隶属艾凯咨询集团（北京华经艾凯企业咨询有限公司），艾凯咨询集团专注提供大中华区产业经济情报，为企业商业决策赋能，是领先的市场研究报告和竞争情报提供商

艾凯咨询集团为企业专业提供投资咨询报告、深度研究报告、市场调查、统计数据等。艾凯咨询网每天更新大量行业分析报告、图表资料、竞争情报、投资情报等，为用户及时了解迅速变化中的世界和中国市场提供便利，为企业商业决策赋能。

研究力量

高素质的专业的研究分析团队，密切关注市场最新动向。在多个行业，拥有数名经验丰富的专业分析师。对于特定及专属领域，我们有国内外众多合作研究机构，同时我们聘请数名行业资深专家顾问，帮助客户分清市场现状和趋势，找准市场定位和切入机会，提出合适中肯的建议，帮助客户实现价值，与客户一同成长。

我们的优势

权威机构 艾凯咨询集团二十年深厚行业背景;

数量领先 囊括主流研究报告和权威合作伙伴;

服务齐全 促销、推荐指数、积分、网上支付等;

良好声誉 广泛知名度、满意度，众多新老客户。