



艾凯咨询  
ICAN Consulting

# 2016-2022年中国西藏旅游市场发展现状及战略咨询报告

# 一、调研说明

《2016-2022年中国西藏旅游市场发展现状及战略咨询报告》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/278474.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

西藏是国内最美的地方之一，它有雄壮的喜马拉雅山、奇特的地貌景观、绚丽的自然风光以及悠久的历史文化和少数民族风情，是比较理想的旅游胜地。

在当今国际旅游市场中，旅游正向多元化方向发展，生态旅游等专题旅游产品的市场潜力日益凸显。而西藏旅游业总体上是以传统文化观光旅游为主，其它旅游形式为辅，旅游缺乏多样化，市场潜力有限，没有充分发挥西藏旅游资源的比较优势。充分发挥比较优势，吸引更多的游客是西藏旅游经济发展的直接目标。西藏的藏东三江流域高山峡谷区、雅砻河国家级旅游资源区、南迦巴瓦和雅鲁藏布江深切峡谷区、珠峰自然保护区以及高原湖泊地区等是适合发展生态旅游等专题旅游的世界极品旅游资源的区域。因此，应充分发挥这些具有比较优势和绝对优势的旅游资源，提升传统的文化旅游产品，推出各种旅游精品，特别是具有资源条件和市场潜力的专题旅游产品，如生态旅游、登山旅游、徒步旅游等，以培育稳定的客源市场，创建国际精品旅游胜地，来实现西藏旅游经济的持续发展。

2012年雅鲁藏布大峡谷、珠穆朗玛、纳木错国家公园正式挂牌；布达拉宫为西藏第一个国家5A级景区，新增A级景区25处，已达70处。此外，新增星级饭店34家，达到211家，新评家庭旅馆39家，达到640家。2012年西藏累计接待游客达1058.4万人次，实现旅游总收入126.47亿元，分别增长21.7%和30.3%。2012年西藏共接待游客1058.4万人次，实现旅游业总收入126.47亿元，旅游人员突破千万次大关。2013年西藏坚持"特色、高端、精品"的旅游发展原则，努力转变旅游业发展方式，力争全年接待国内外游客1260万人次以上，实现旅游总收入158亿元。旅游产业已经由原来的民间友好往来范畴成长为一个完整的产业，并日益成为西藏经济新的增长点、经济社会发展的支柱产业。

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 2016年中国旅游业总体发展状况分析 13

第一节 中国旅游行业发展概况 13

一、中国旅游市场发展概述 13

二、旅游业发展方式转变 21

三、旅游信息化发展情况 24

四、旅游市场存在的问题 26

## 第二节 中国旅游市场发展分析 30

### 一、居民旅游市场规模分析 30

#### （一）中国居民旅游人数规模 30

#### （二）城镇居民国内旅游情况 30

#### （三）农村居民国内旅游情况 31

#### （四）国内居民旅游花费总额 31

### 二、入境旅游市场规模分析 32

#### （一）入境游客人数规模分析 32

#### （二）入境旅游收入规模分析 32

#### （三）入境旅游客源分布情况 32

#### （四）港澳台入境游客规模分析 33

### 三、国内出境旅游市场分析 36

#### （一）居民出境旅游人数分析 36

#### （二）因私出境旅游人数分析 37

#### （三）赴日旅游市场状况分析 38

#### （四）赴台旅游市场状况分析 40

## 第三节 黄金周及假日旅游市场分析 41

### 一、十一黄金周旅游市场分析 41

### 二、元旦小长假旅游市场分析 46

### 三、春节黄金周旅游市场分析 47

### 四、清明小长假旅游市场分析 51

## 第四节 旅游景区市场发展现状 59

### 一、旅游景区定价政策分析 59

### 二、旅游景区市场规模分析 63

### 三、中国旅游景区百强分析 65

### 四、旅游景区行业排名情况 71

#### （一）旅游景区营业收入排名 71

#### （二）景区接待游客人数排名 72

### 五、中国5A级旅游景区分析 76

#### （一）5A级旅游景区发展变迁 76

#### （二）5A级旅游景区分布情况 92

## 第二章 2016年西藏旅游市场环境分析 100

## 第一节 2016年西藏宏观经济环境分析 100

### 一、西藏GDP增长情况分析 100

### 二、西藏工业经济形势分析 100

### 三、西藏固定资产投资分析 101

### 四、西藏经济形势发展展望 102

## 第二节 2016年西藏旅游政策环境分析 104

### 一、中国旅游行业相关政策分析 104

### 二、国家金融支持旅游相关政策 111

### 三、西藏旅游行业相关政策分析 116

### 四、西藏旅游产业规划政策分析 118

## 第三节 西藏旅游行业社会环境分析 119

### 一、西藏人口规模及结构分析 119

### 二、法定节假日带薪假期实施 119

### 三、城乡居民收入与消费状况 120

### 四、西藏交通基础设施建设情况 121

## 第五节 西藏旅游相关产业环境分析 122

### 一、西藏星级酒店接待人数 122

### 二、西藏餐饮行业发展分析 123

### 三、西藏会展行业发展分析 124

### 四、西藏环境与交通状况分析 126

## 第三章 2016年西藏旅游市场发展状况分析 129

### 第一节 西藏旅游资源分析 129

#### 一、西藏旅游资源概述 129

#### 二、西藏旅游景区介绍 133

#### 三、西藏旅游景区建设开发 134

### 第二节 西藏旅游市场发展分析 136

#### 一、西藏旅游市场开发 136

#### 二、西藏旅游业发展迅猛 137

#### 三、西藏国内游市场规模分析 138

##### （一）西藏国内游收入规模分析 138

##### （二）西藏国内游人数分析 138

##### （三）西藏国内游者来源划分 139

四、西藏入境游市场规模分析	139
(一) 西藏入境游收入规模分析	139
(二) 西藏入境游人数规模分析	140
(三) 西藏入境游客源分布情况	140
五、西藏旅游发展影响因素	141
六、西藏旅游发展对策分析	143
第三节 西藏黄金周及假日旅游市场分析	145
一、十一黄金周旅游市场分析	145
二、春节黄金周旅游市场分析	146
第四节 西藏旅游细分市场发展分析	147
一、西藏生态旅游市场分析	147
二、西藏红色旅游市场分析	150
三、西藏乡村旅游市场分析	151
四、西藏温泉旅游市场分析	152
第四章 西藏旅游管理及服务市场分析	157
第一节 旅游行业管理及服务分析	157
一、旅游业标准化建设分析	157
二、旅游饭店管理服务现状	165
三、旅游投资及信息化建设	167
第二节 西藏旅游管理及服务分析	170
一、西藏旅游公共服务情况	170
二、西藏旅游安全应急管理	171
三、西藏旅游规划建设情况	172
四、西藏旅游教育培训分析	176
第三节 西藏旅游行业发展策略及建议	176
一、西藏旅游行业发展的问題	176
二、西藏旅游行业发展的对策	177
三、西藏旅游行业发展的建议	178
第五章 西藏旅行社发展分析	179
第一节 西藏旅行社现状分析	179
一、西藏旅行社发展现状	179
二、西藏旅行社竞争情况	180

三、西藏旅行社瞄准高端自由行市场	181
四、西藏旅行社管理现存问题	181
五、西藏旅行社发展对策建议	182
第二节 西藏旅行社10强排名	183
第三节 西藏旅行社导游现状调查	184
一、西藏旅行社导游现状	184
二、西藏旅行社导游群体现存问题	185
三、西藏旅行社导游群体管理对策	185
第六章 2016年西藏旅游企业竞争力分析	187
第一节 西藏旅游股份有限公司	187
一、企业发展基本情况	187
二、企业经营情况分析	187
三、企业服务网络分析	194
四、企业竞争优势分析	194
五、企业发展战略分析	195
第二节 西藏中国旅行社	195
一、企业发展基本情况	195
二、企业经营情况分析	195
三、企业服务网络分析	197
四、企业竞争优势分析	198
五、企业发展战略分析	198
第三节 拉萨市旅游有限公司	199
一、企业发展基本情况	199
二、企业经营情况分析	199
三、企业服务网络分析	201
四、企业发展战略分析	201
第四节 西藏铁道国际旅游有限公司	202
一、企业发展基本情况	202
二、企业经营情况分析	202
三、企业竞争优势分析	204
四、企业发展战略分析	204
第五节 西藏融智旅游有限公司	204

一、企业发展基本情况	204
二、企业经营情况分析	205
三、企业服务网络分析	207
四、企业竞争优势分析	207
第七章 2016-2022年西藏旅游市场趋势与前景分析	208
第一节 2016-2022年中国旅游市场前景预测分析	208
一、中国将成全球最大国内游市场	208
二、华南地区旅游业发展将提速	208
三、高端旅游成未来新的旅游热点	210
四、“十三五”旅游行业发展目标	211
第二节 2016-2022年西藏旅游市场预测分析	214
一、西藏旅游行业发展目标	214
二、西藏旅游市场前景分析	215
三、西藏旅游市场前景预测	216
（一）国内游市场规模预测	216
（二）入境游市场规模预测	216
第八章 2016-2022年西藏旅游市场投资风险及对策分析	217
第一节 2016-2022年西藏旅游市场投资环境分析	217
第二节 2016-2022年西藏旅游市场风险分析	218
一、产业政策风险	218
二、市场竞争风险	218
三、市场需求风险	218
四、经营管理风险	218
五、自然灾害风险	220
第三节 2016-2022年西藏旅游市场投资策略	222
一、高铁旅游开发策略建议	222
二、旅游免税行业投资策略	222
三、中国酒店业投资策略分析	224
四、多元化经营景区投资潜力	226
五、旅游业风险投资未来走势	227
第九章 西藏旅游企业投融资战略规划分析	229
第一节 旅游企业发展战略规划背景意义	229



一、企业转型升级的需要	229
二、企业强做大做的需要	229
三、企业可持续发展需要	229
第二节 旅游企业发展战略规划制定原则	230
一、科学性	230
二、实践性	230
三、前瞻性	230
四、创新性	230
五、全面性	231
六、动态性	231
第三节 西藏旅游企业战略规划制定依据	231
一、国家产业政策	231
二、行业发展规律	233
三、企业资源与能力	233
四、可预期的战略定位	235
第四节 西藏旅游企业战略规划策略分析	236
一、战略综合规划	236
二、技术开发战略	236
三、区域战略规划	237
四、产业战略规划	237
五、营销品牌战略	239
六、竞争战略规划	240 (AK WZY)

#### 图表目录:

图表 1 2013-2016年Q1E中国在线旅游市场交易规模	14
图表 2 2016年1-4月入境旅游者构成	16
图表 3 2016年1-4月外国旅游者区域构成	17
图表 4 2016年1-4月外国旅游者目的构成	18
图表 5 2016年1-4月外国旅游者性别构成	18
图表 6 2016年1-4月外国旅游者年龄构成	19
图表 7 2013-2016年4月城镇居民国内旅游人数分析	30
图表 8 2013-2016年4月农村居民国内旅游人数分析	31

图表 9 2013年主要客源国入境旅游情况	33
图表 10 分地区国际旅游（外汇）收入和接待入境过夜游客情况	34
图表 11 2013年我国居民出境情况统计	36
图表 12 2013-2016年4月赴台旅游市场分析	40
图表 13 2015年"十一"黄金周全国各省区市旅游收入情况统计	41
图表 14 清明小长假出游热度指数	51
图表 15 清明小长假旅游需求结构分析	52
图表 16 清明小长假出游形式选择	53
图表 17 清明小长假旅客性别占比	53
图表 18 清明小长假出境旅游十大热门目的地	56
图表 19 清明小长假国内旅游十大热门目的地	57
图表 20 清明出游预定渠道选择	57
图表 21 景区产业链示意图	72
图表 22 2015年中国百强景区排行榜前20位名单	72
图表 23 2013-2016年西藏星级酒店接待人数	122
图表 24 2013-2016年4月西藏国内游收入规模统计	138
图表 25 2013-2016年4月西藏国内游人数统计	138
图表 26 2016年1-4月西藏国内游者来源划分	139
图表 27 2013-2016年4月西藏入境游收入规模统计	139
图表 28 2013-2016年4月西藏入境游人数统计	140
图表 29 2016年1-4月西藏入境游客源分布	140
图表 30 2016年1-4月西藏旅行社10强排名	183
图表 31 2014-2016年4月西藏旅游资产负债表	187
图表 32 2014-2016年4月西藏旅游利润表	189
图表 33 2014-2016年4月西藏旅游财务指标	191
图表 34 近4年西藏中国旅行社固定资产周转次数情况	195
图表 35 近4年西藏中国旅行社流动资产周转次数变化情况	196
图表 36 近4年西藏中国旅行社销售毛利率变化情况	196
图表 37 近4年西藏中国旅行社资产负债率变化情况	196
图表 38 近4年西藏中国旅行社产权比率变化情况	197
图表 39 近4年西藏中国旅行社总资产周转次数变化情况	197
图表 40 近4年拉萨市旅游有限公司固定资产周转次数情况	199

图表 41	近4年拉萨市旅游有限公司流动资产周转次数变化情况	199
图表 42	近4年拉萨市旅游有限公司销售毛利率变化情况	200
图表 43	近4年拉萨市旅游有限公司资产负债率变化情况	200
图表 44	近4年拉萨市旅游有限公司产权比率变化情况	200
图表 45	近4年拉萨市旅游有限公司总资产周转次数变化情况	201
图表 46	近4年西藏铁道国际旅游有限公司固定资产周转次数情况	202
图表 47	近4年西藏铁道国际旅游有限公司流动资产周转次数变化情况	202
图表 48	近4年西藏铁道国际旅游有限公司销售毛利率变化情况	203
图表 49	近4年西藏铁道国际旅游有限公司资产负债率变化情况	203
图表 50	近4年西藏铁道国际旅游有限公司产权比率变化情况	203
图表 51	近4年西藏铁道国际旅游有限公司总资产周转次数变化情况	204
图表 52	近4年西藏融智旅游有限公司固定资产周转次数情况	205
图表 53	近4年西藏融智旅游有限公司流动资产周转次数变化情况	205
图表 54	近4年西藏融智旅游有限公司销售毛利率变化情况	205
图表 55	近4年西藏融智旅游有限公司资产负债率变化情况	206
图表 56	近4年西藏融智旅游有限公司产权比率变化情况	206
图表 57	近4年西藏融智旅游有限公司总资产周转次数变化情况	206
图表 58	2016-2022年西藏旅游国内游收入规模预测	216
图表 59	2016-2022年西藏旅游入境游收入规模预测	216
图表 60	2016-2022年西藏旅游行业经营风险及控制策略	219

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/278474.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](http://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提供专业投资咨询报告、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。