



艾凯咨询  
ICAN Consulting

# 2017-2022年中国山地旅游市场 分析及投资策略研究报告

# 一、调研说明

《2017-2022年中国山地旅游市场分析及投资策略研究报告》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/285149.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

山地旅游是以山地自然环境为主要的旅游环境载体，以复杂多变的山体景观，各种山地水体，丰富的动植物景观，山地立体气候，区域小气候等自然资源和山地居民适应山地环境所形成的社会文化生活习惯，传统人文活动流传至今形成的特定文化底蕴等人文资源为主要的旅游资源，以山地攀登、探险、考察、野外拓展等为特色旅游项目，兼山地观光、休闲度假、健身、娱乐、教育、运动为一体的一种现代旅游形式。

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：

### 第一部分 行业发展现状 32

#### 第一章 山地旅游行业发展概述 32

##### 第一节 行业相关概念 32

###### 一、山地旅游产业定义 32

###### 二、山地旅游产业产品范围 32

###### 三、山地旅游产业的外延及其所隶属的大行 34

##### 第二节 山地旅游产业产品与服务 35

###### 一、山地旅游产业主要业态 35

###### 二、山地旅游产业组织形式 35

###### 三、山地旅游产品种类与生产数量 36

##### 第三节 山地旅游产业投资特性分析 37

###### 一、山地旅游产业赢利性 37

###### 二、山地旅游产业成长性 37

###### 三、山地旅游产业风险性 38

###### 四、山地旅游业进入壁垒 39

##### 第四节 山地旅游业现行管理体制分析 40

###### 一、现行管理体制制约山地旅游业的发展 40

###### 二、山地旅游协会在市场管理中的作用 41

### 三、对山地旅游行业行政管理体制改革的建议 42

## 第二章 旅游业市场发展分析 43

### 第一节 全球旅游市场发展分析 43

#### 一、全球国际旅游人数分析 43

#### 二、全球国际旅游收入分析 44

##### 1、全球国际旅游收入排行 44

##### 2、亚洲国际旅游收入排行 44

##### 3、美洲国际旅游收入分析 44

#### 三、全球领先旅游业企业发展分析 44

##### 1、美国胜腾旅游集团 44

##### 2、万豪国际集团 49

##### 3、喜达屋集团 55

##### 4、瑞士旅业集团 ( Kuoni ) 61

### 第二节 中国国内旅游市场发展分析 62

#### 一、2016年中国国内旅游概况 62

##### 1、国内旅游人数 62

##### 2、国内旅游收入 62

##### 3、国内旅游人均花费 63

#### 二、2016年国内旅游的发展特征 63

##### 1、节假日旅游进一步集中 63

##### 2、一日游占主导地位 63

##### 3、观光游仍是主体 63

##### 4、区域旅游热点更加凸显 64

#### 三、中国国内旅游市场"十三五"发展预测 64

### 第三节 中国入境旅游市场发展分析 65

#### 一、2016年中国入境旅游概况 65

##### 1、入境旅游接待人数 65

##### 2、入境旅游外汇收入 67

##### 3、入境旅游客源情况 68

##### 4、入境旅游过夜游客数 69

#### 二、2016年入境旅游主要特点 70

- 1、入境游客以港澳台同胞为主 70
- 2、入境外国游客以亚欧人为主 71
- 3、旅游目的以观光休闲和商务会议为主 72
- 三、入境旅游市场"十三五"发展预测 72

#### 第四节 中国出境旅游市场发展分析 74

##### 一、2016年中国出境旅游概况 74

2016年，中国继续蝉联全球出境旅游人次和消费额的双料世界冠军。根据国家旅游局近日发布的2016年上半年的旅游统计数据，中国公民出境旅游人数达5903万人次，比上年同期增长4.3%。 2014-2016年中国出境游人数

##### 二、2016年出境旅游目的地概况 74

- 1、已开放的出境旅游目的地 74
- 2、出境旅游中的热门目的地 74
- 三、2016年网民出境旅游意向调查 75

##### 四、出境旅游市场"十三五"发展预测 77

#### 第五节 中国黄金周旅游市场发展分析 78

##### 一、十一黄金周旅游市场发展分析 78

- 1、十一黄金周旅游人数 78
- 2、十一黄金周旅游收入 78

##### 二、春节黄金周旅游市场发展分析 80

- 1、春节黄金周旅游人数 80
- 2、春节黄金周旅游收入 80

#### 第六节 中国旅游业"走出去"机遇分析 80

##### 一、旅游子行业海外市场扩张现状 80

- 1、旅游景区海外市场扩张现状 80
- 2、酒店业海外市场扩张现状 81
- 3、餐饮业海外市场扩张现状 81

##### 二、旅游业海外扩张存在问题 82

##### 三、未来海外市场前景展望 83

##### 四、行业海外扩张对策建议 84

### 第三章 全球山地旅游市场发展分析 86

#### 第一节 2016年全球山地旅游市场分析 86

|                              |     |
|------------------------------|-----|
| 一、2015年全球山地旅游市场回顾            | 86  |
| 二、2016年全球山地旅游市场环境            | 88  |
| 三、2016年全球山地旅游格局分析            | 89  |
| 四、2016年全球山地旅游行业发展分析          | 89  |
| 第二节 2016年全球山地旅游市场分析          | 90  |
| 一、2016年全球山地旅游需求分析            | 90  |
| 二、2016年全球山地旅游行业发展分析          | 91  |
| 三、2016年全球山地旅游市场环境            | 93  |
| 四、2016年中外山地旅游市场对比            | 93  |
| 第三节 主要国家地区山地旅游市场分析           | 94  |
| 一、2013-2016年美国山地旅游市场分析       | 94  |
| 二、2013-2016年欧洲山地旅游市场分析       | 96  |
| 三、2013-2016年日本山地旅游市场分析       | 97  |
| 四、2013-2016年澳大利亚山地旅游市场分析     | 98  |
| 五、2013-2016年印度山地旅游市场分析       | 98  |
| 六、2013-2016年印马来西亚山地旅游市场分析    | 99  |
| 七、2013-2016年韩国山地旅游市场分析       | 100 |
| 八、2013-2016年其他国家山地旅游市场       | 101 |
| 第四章 2013-2016年中国山地旅游业运营态势分析  | 102 |
| 第一节 2013-2016年中国山地旅游产业的发展分析  | 102 |
| 一、我国山地旅游业的兴起与开发情况            | 102 |
| 二、山地旅游业在中国渐趋升温               | 102 |
| 三、我国山地旅游产生巨大经济效应             | 103 |
| 四、国内山地旅游热掀起流行趋势              | 104 |
| 第二节 2013-2016年中国山地旅游业存在的问题   | 105 |
| 一、山地旅游开发中存在的阻碍               | 105 |
| 二、我国山地旅游开发的错误观念              | 106 |
| 三、山地旅游相关配套设施不足               | 107 |
| 第三节 2013-2016年中国山地旅游业开发的对策分析 | 108 |
| 一、山地旅游结合发展需要关注的要点            | 108 |
| 二、加快我国山地旅游业发展的措施             | 108 |

- 三、中国山地旅游开发的路径探析 111
- 四、山地旅游的品牌塑造与推广策略透析 111
- 五、山地旅游业的市场经营路径探讨 112

## 第五章 中国山地旅游产业消费者行为调研 115

### 第一节 消费者旅游偏好调研 115

- 一、不同性别山地旅游偏好调研 115
- 二、不同年龄山地旅游偏好调研 115

### 第二节 消费者行为习惯调研 118

- 一、不同性别消费者结构调研 118
- 二、不同年龄消费者结构调研 120
- 三、消费者消费频次调研 122
- 四、消费者旅游时间选择调研 123
- 五、消费者山地旅游选择考虑因素调研 125
- 六、消费者选择山地旅游因由调研 130
- 七、消费者山地旅游的途径调研 131
- 八、消费者山地旅游地喜好调研 132

## 第六章 我国山地旅游市场发展研究 135

### 第一节 2016年我国山地旅游市场发展研究 135

### 第二节 2016年我国山地旅游市场情况 141

### 第三节 2016年我国山地旅游市场结构和价格走势分析 144

- 一、2016年我国山地旅游市场结构和价格走势概述 144
- 二、2016年我国山地旅游市场结构分析 147
- 三、2016年我国山地旅游市场价格走势分析 147

## 第七章 山地旅游区域市场情况分析 149

### 第一节 华东地区 149

- 一、2013-2016年行业发展现状分析 149
- 二、2013-2016年市场需求情况分析 149
- 三、2013-2016年市场规模情况分析 150
- 四、2013-2016年行业竞争格局分析 150

## 五、2017-2022年行业发展趋势分析 150

### 第二节 华北地区 151

#### 一、2013-2016年行业发展现状分析 151

#### 二、2013-2016年市场需求情况分析 151

#### 三、2013-2016年市场规模情况分析 152

#### 四、2013-2016年行业竞争格局分析 152

#### 五、2017-2022年行业发展趋势分析 153

### 第三节 华中地区 153

#### 一、2013-2016年行业发展现状分析 153

#### 二、2013-2016年市场需求情况分析 153

#### 三、2013-2016年市场规模情况分析 154

#### 四、2013-2016年行业竞争格局分析 154

#### 五、2017-2022年行业发展趋势分析 155

### 第四节 华南地区 155

#### 一、2013-2016年行业发展现状分析 155

#### 二、2013-2016年市场需求情况分析 155

#### 三、2013-2016年市场规模情况分析 156

#### 四、2013-2016年行业竞争格局分析 156

#### 五、2017-2022年行业发展趋势分析 157

### 第五节 东北地区 157

#### 一、2013-2016年行业发展现状分析 157

#### 二、2013-2016年市场需求情况分析 157

#### 三、2013-2016年市场规模情况分析 158

#### 四、2013-2016年行业竞争格局分析 158

#### 五、2017-2022年行业发展趋势分析 159

### 第六节 西北地区 159

#### 一、2013-2016年行业发展现状分析 159

#### 二、2013-2016年市场需求情况分析 160

#### 三、2013-2016年市场规模情况分析 160

#### 四、2013-2016年行业竞争格局分析 160

#### 五、2017-2022年行业发展趋势分析 161

### 第七节 西南地区 161



- 一、2013-2016年行业发展现状分析 161
- 二、2013-2016年市场需求情况分析 162
- 三、2013-2016年市场规模情况分析 162
- 四、2013-2016年行业竞争格局分析 162
- 五、2017-2022年行业发展趋势分析 163

## 第八章 中国山地旅游业子行业发展分析 164

### 第一节 旅游景区发展分析 164

- 一、旅游景区基本情况 164
- 二、旅游景区业绩增长分析 165
  - 1、旅游景区主体地位增强 165
  - 2、精品旅游景区业绩突出 165
  - 3、新兴旅游景区成为热点 166
- 三、旅游衍生品行业发展分析 166
  - 1、行业发展概况 166
  - 2、行业竞争现状 166
  - 3、行业进入壁垒 167
  - 4、行业特有经营模式及行业特征 168

### 第二节 酒店业发展分析 168

- 一、星级饭店发展分析 168
  - 1、星级饭店规模及构成情况 168
  - 2、星级饭店总体经营状况 169
  - 3、不同星级饭店经营状况 170
  - 4、不同地区星级饭店经营状况 171
  - 5、重点旅游城市酒店经营情况 172
  - 6、酒店市场运行特点总结 173
- 二、经济型连锁酒店发展分析 176
  - 1、经济型酒店规模分析 176
  - 2、经济型酒店区域分布情况 177
  - 3、经济型酒店产品结构 177
  - 4、经济型酒店竞争格局 178
- 三、中国酒店业发展趋势 179

### 第三节 餐饮业发展分析 183

#### 一、餐饮业集中度分析 183

#### 二、餐饮百强企业经营分析 183

##### 1、营业额稳步增长 183

##### 2、分化与互渗趋势明显 185

##### 3、占社会餐饮收入比重基本与上年持平 187

##### 4、百强企业规模进一步扩大 188

##### 5、综合业绩表现逊于往年 189

#### 三、餐饮业发展趋势 190

### 第四节 旅行社发展分析 190

#### 一、旅游社行业发展概况 190

##### 1、行业发展规模 190

##### 2、行业经营状况 191

#### 二、旅行社业务分析 191

##### 1、入境旅游业务分析 191

##### 2、国内旅游业务分析 192

##### 3、出境旅游业务分析 193

#### 三、旅行社行业总体结构分析 194

##### 1、旅行社区域分布 194

##### 2、旅行社经营状况 194

##### 3、旅行社类别分布 195

#### 四、旅行社行业转型分析 196

##### 1、旅行社行业发展阶段 196

##### 2、旅行社行业分工体系 197

##### 3、旅行社行业集中度 198

##### 4、旅行社行业盈利能力 198

#### 五、国际旅行社行业的发展借鉴 198

##### 1、国际旅行社以"垂直分工"为主的多样化分工体系 198

##### 2、欧美旅行社的一体化进程 200

##### 3、国际成功旅行社"抓两头，带中间"的基本模式 201

## 第二部分 行业竞争格局 202

## 第九章 山地旅游行业竞争格局分析 202

### 第一节 行业竞争结构分析 202

一、现有企业间竞争 202

二、潜在进入者分析 202

三、替代品威胁分析 203

四、供应商议价能力 203

五、客户议价能力 203

### 第二节 行业集中度分析 204

一、市场集中度分析 204

二、企业集中度分析 204

三、区域集中度分析 205

### 第三节 中国山地旅游行业竞争格局综述 206

一、2016年山地旅游行业集中度 206

二、2016年山地旅游行业竞争程度 206

三、2016年山地旅游企业与品牌数量 208

四、2016年山地旅游行业竞争格局分析 210

### 第四节 2013-2016年山地旅游行业竞争格局分析 211

一、2013-2016年国内外山地旅游竞争分析 211

二、2013-2016年我国山地旅游市场竞争分析 211

三、2013-2016年我国山地旅游市场集中度分析 212

四、2013-2016年国内主要山地旅游企业动向 213

五、2016年国内山地旅游拟在建项目分析 213

## 第十章 山地旅游企业竞争策略分析 215

### 第一节 山地旅游市场竞争策略分析 215

一、2016年山地旅游市场增长潜力分析 215

二、2016年山地旅游主要潜力产品分析 216

三、现有山地旅游产品竞争策略分析 218

四、潜力山地旅游品种竞争策略选择 220

五、典型企业竞争策略分析 223

### 第二节 山地旅游企业竞争策略分析 224

一、欧债危机对山地旅游行业竞争格局的影响 224

- 二、欧债危机后山地旅游行业竞争格局的变化 225
- 三、2016年我国山地旅游市场竞争趋势 226
- 四、2016年山地旅游竞争格局展望 228
- 五、2016年山地旅游竞争策略分析 228
- 六、2016年山地旅游竞争策略分析 230

## 第十一章 国内外重点山地旅游景点竞争状况 233

### 第一节 南迦巴瓦峰 233

- 一、概况 233
- 二、竞争优势 233
- 三、经营和财务状况 233
- 四、发展战略 234

### 第二节 贡嘎山 235

- 一、概况 235
- 二、竞争优势 235
- 三、经营和财务状况 236
- 四、发展战略 236

### 第三节 珠穆朗玛峰 237

- 一、概况 237
- 二、竞争优势 237
- 三、经营和财务状况 237
- 四、发展战略 238

### 第四节 梅里雪山 239

- 一、概况 239
- 二、竞争优势 239
- 三、经营和财务状况 239
- 四、发展战略 240

### 第五节 黄山 241

- 一、概况 241
- 二、竞争优势 241
- 三、经营和财务状况 242
- 四、发展战略 242

## 第六节 稻城三神山 243

### 一、概况 243

### 二、竞争优势 244

### 三、经营和财务状况 244

### 四、发展战略 246

## 第七节 乔戈里峰 246

### 一、概况 246

### 二、竞争优势 247

### 三、经营和财务状况 247

### 四、发展战略 248

## 第八节 冈仁波齐峰 249

### 一、概况 249

### 二、竞争优势 249

### 三、经营和财务状况 249

### 四、发展战略 251

## 第九节 泰山 252

### 一、概况 252

### 二、竞争优势 252

### 三、经营和财务状况 253

### 四、发展战略 253

## 第十节 峨眉山 255

### 一、概况 255

### 二、竞争优势 256

### 三、经营和财务状况 256

### 四、发展战略 256

## 第十二章 国内重点旅游公司竞争状况 258

### 第一节 中青旅控股股份有限公司 258

#### (1) 企业发展简况分析

#### (2) 企业经营情况分析

#### (3) 企业经营优劣势分析

### 第二节 北京首都旅游股份有限公司 266

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业经营情况分析

(3) 企业经营优劣势分析

### 第三节 上海锦江国际旅游股份有限公司 274

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业经营情况分析

(3) 企业经营优劣势分析

### 第四节 黄山旅游发展股份有限公司 282

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业经营情况分析

(3) 企业经营优劣势分析

### 第五节 峨眉山旅游股份有限公司 290

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业经营情况分析

(3) 企业经营优劣势分析

### 第六节 国旅联合股份有限公司 297

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业经营情况分析

(3) 企业经营优劣势分析

### 第七节 丽江玉龙旅游股份有限公司 305

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业经营情况分析

(3) 企业经营优劣势分析

### 第八节 桂林旅游股份有限公司 313

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业经营情况分析

(3) 企业经营优劣势分析

## 第三部分 行业前景预测 322

## 第十三章 山地旅游行业发展趋势分析 322

### 第一节 我国山地旅游行业前景与机遇分析 322

#### 一、我国山地旅游行业发展前景 322

- 二、我国山地旅游发展机遇分析 322
- 三、2016年山地旅游的发展机遇分析 323
- 四、欧债危机对山地旅游行业的影响分析 323
- 第二节 2013-2016年中国山地旅游市场趋势分析 324
- 一、2013-2016年山地旅游市场趋势总结 324
- 二、2016年山地旅游发展趋势分析 325
- 三、2016年山地旅游市场发展空间 326
- 四、2016年山地旅游产业政策趋向 328
- 五、2016年山地旅游技术革新趋势 329
- 六、2016年山地旅游价格走势分析 330
- 七、2016年国际环境对行业的影响 330

#### 第十四章 未来山地旅游行业发展预测 333

##### 第一节 未来山地旅游需求与消费预测 333

- 一、2017-2022年山地旅游消费预测 333
- 二、2017-2022年山地旅游市场规模预测 334
- 三、2017-2022年山地旅游行业总产值预测 334
- 四、2017-2022年山地旅游行业销售收入预测 336
- 五、2017-2022年山地旅游行业总资产预测 337

##### 第二节 2017-2022年中国山地旅游行业供需预测 338

- 一、2017-2022年中国山地旅游供给预测 338
- 二、2017-2022年中国山地旅游需求预测 339
- 三、2017-2022年中国山地旅游供需平衡预测 339
- 四、2017-2022年中国山地旅游价格预测 340

#### 第四部分 投资战略研究 341

##### 第十五章 山地旅游行业投资现状分析 341

##### 第一节 2015年山地旅游行业投资情况分析 341

- 一、2015年总体投资及结构 341
- 二、2015年投资规模情况 341
- 三、2015年投资增速情况 342
- 四、2015年分地区投资分析 343

## 五、2015年外商投资情况 343

## 第二节 2015年山地旅游行业投资情况分析 344

### 一、2016年总体投资及结构 344

### 二、2016年投资规模情况 345

### 三、2016年投资增速情况 345

### 四、2016年分地区投资分析 346

### 五、2016年外商投资情况 347

## 第十六章 山地旅游行业投资环境分析 348

### 第一节 经济发展环境分析 348

#### 一、2017-2022年我国宏观经济运行情况 348

#### 二、2017-2022年我国宏观经济形势分析 348

#### 三、2017-2022年投资趋势及其影响预测 349

### 第二节 政策法规环境分析 350

#### 一、2016年山地旅游行业政策环境分析 350

#### 二、2016年国内宏观政策对其影响 351

#### 三、2016年行业产业政策对其影响 351

### 第三节 技术发展环境分析 351

#### 一、国内山地旅游技术现状 351

#### 二、2016年山地旅游技术发展分析 352

#### 三、2017-2022年山地旅游技术发展趋势分析 353

### 第四节 社会发展环境分析 354

#### 一、国内社会环境发展现状 354

#### 二、2016年社会环境发展分析 355

#### 三、2017-2022年社会环境对行业的影响分析 35

## 第十七章 山地旅游行业投资机会与风险 360

### 第一节 行业活力系数比较及分析 360

#### 一、2016年相关产业活力系数比较 360

#### 二、2013-2016年行业活力系数分析 360

### 第二节 行业投资收益率比较及分析 361

#### 一、2016年相关产业投资收益率比较 361



## 二、2013-2016年行业投资收益率分析 362

### 第三节 山地旅游行业投资效益分析 362

#### 一、2013-2016年山地旅游行业投资状况分析 362

#### 二、2017-2022年山地旅游行业投资效益分析 363

#### 三、2017-2022年山地旅游行业投资趋势预测 365

#### 四、2017-2022年山地旅游行业的投资方向 366

#### 五、投资建议 373

#### 六、新进入者应注意的障碍因素分析 374

### 第四节 影响山地旅游行业发展的主要因素 374

#### 一、2017-2022年影响山地旅游行业运行的有利因素分析 374

#### 二、2017-2022年影响山地旅游行业运行的稳定因素分析 374

#### 三、2017-2022年影响山地旅游行业运行的不利因素分析 375

#### 四、2017-2022年我国山地旅游行业发展面临的挑战分析 375

#### 五、2017-2022年我国山地旅游行业发展面临的机遇分析 375

### 第五节 山地旅游行业投资风险及控制策略分析 376

#### 一、2017-2022年山地旅游行业市场风险及控制策略 376

#### 二、2017-2022年山地旅游行业政策风险及控制策略 377

#### 三、2017-2022年山地旅游行业经营风险及控制策略 378

#### 四、2017-2022年山地旅游行业技术风险及控制策略 378

#### 五、2017-2022年山地旅游行业同业竞争风险及控制策略 379

#### 六、2017-2022年山地旅游行业其他风险及控制策略 379

## 第十八章 山地旅游行业投资战略研究 380(AK WZY)

### 第一节 山地旅游行业发展战略研究 380

#### 一、战略综合规划 380

#### 二、技术开发战略 380

#### 三、业务组合战略 382

#### 四、区域战略规划 383

#### 五、产业战略规划 384

#### 六、营销品牌战略 386

#### 七、竞争战略规划 388

### 第二节 对我国山地旅游品牌的战略思考 394

|                        |     |
|------------------------|-----|
| 一、企业品牌的重要性             | 394 |
| 二、山地旅游实施品牌战略的意义        | 396 |
| 三、山地旅游企业品牌的现状分析        | 397 |
| 四、我国山地旅游企业的品牌战略        | 398 |
| 五、山地旅游品牌战略管理的策略        | 398 |
| 第三节 山地旅游企业经营管理策略       | 399 |
| 一、成本控制策略               | 399 |
| 二、定价策略                 | 400 |
| 三、竞争策略                 | 402 |
| 四、并购重组策略               | 403 |
| 五、营销策略                 | 406 |
| 六、人力资源                 | 412 |
| 七、财务管理                 | 414 |
| 八、国际化策略                | 414 |
| 第四节 我国山地旅游业发展的对策       | 420 |
| 一、中国山地旅游走出去的问题与对策      | 420 |
| 二、山地旅游产业化发展意识定位分析      | 421 |
| 三、山地旅游市场"打建并举"         | 422 |
| 四、科技助力山地旅游数字化          | 422 |
| 五、强强联合专职管理             | 425 |
| 六、风险应降低政策待倾斜           | 425 |
| 七、参与体制改革进军网络领域         | 426 |
| 八、多元化战略拓展生存空间          | 427 |
| 九、大力开发原创产品             | 428 |
| 第五节 山地旅游行业投资战略研究       | 429 |
| 一、2016年旅游产业投资战略        | 429 |
| 二、2016年山地旅游行业投资战略      | 429 |
| 三、2017-2022年山地旅游行业投资战略 | 430 |
| 四、2017-2022年细分行业投资战略   | 432 |

附件 433

附件：山地旅游业投资案例分析；各地区相关政策； 433

1、各地区相关政策收集（不一定非要山地旅游项目）随机选择。 433

2、案例分析: 446

长白山：200亿万达长白山地产 446

黄山：东黄山旅游度假区、黄山徽府、黄山中信湾 447

峨眉山：峨眉山天颐温泉度假小镇、峨秀湖国际度假区、峨眉半山七里坪国际度假区、峨眉山蜀尚国 449

庐山：天沐星子温泉、中信庐山西海旅游度假区地产 451

华山：320亿打造华山太湖生态旅游度假区 452

武夷山：万达集团武夷山地产、武夷新区旅游地产 453

张家界：20亿，阳和国际休闲度假区、150亿天门山仙境国际养生度假区 454

部分图表目录：

图表1 2016年全国入境游接待人次同比下降2.23% 65

图表2 2016年入境旅游外国人人数（按目的分） 66

图表3 2016年入境旅游接待收汇情况 67

图表4 2016年主要客源市场情况 68

图表5 2016年全国入境游过夜人次同比下降1.08% 69

图表6 2016年我国山地旅游行业销售收入及增长情况 135

图表7 2016年我国山地旅游行业销售收入及增长情况 141

图表8 2009-2016年华东地区山地旅游行业销售收入增长情况 150

图表9 2009-2016年华北地区山地旅游行业销售收入增长情况 152

图表10 2009-2016年华中地区山地旅游行业销售收入增长情况 154

图表11 2009-2016年华南地区山地旅游行业销售收入增长情况 156

图表12 2009-2016年东北地区山地旅游行业销售收入增长情况 158

图表13 2009-2016年西北地区山地旅游行业销售收入增长情况 160

图表14 2009-2016年西北地区山地旅游行业销售收入增长情况 162

图表15 2016年全国星级饭店经营情况统计表 169

图表16 2016年全国星级饭店经营情况平均指标统计表 169

图表17 2016年全国星级饭店经营情况平均指标比较 170

图表18 2016年重点旅游城市星级饭店平均房价前10名情况表 172

图表19 2016年重点旅游城市星级饭店平均出租率前名情况表 172

图表20 近3年中青旅控股股份有限公司销售毛利率变化情况 260

图表21 近3年中青旅控股股份有限公司资产负债率变化情况 262  
图表22 近3年中青旅控股股份有限公司产权比率变化情况 262  
图表23 近3年中青旅控股股份有限公司固定资产周转次数情况 263  
图表24 近3年中青旅控股股份有限公司流动资产周转次数变化情况 264  
图表25 近3年中青旅控股股份有限公司总资产周转次数变化情况 265  
图表26 近3年北京首都旅游股份有限公司销售毛利率变化情况 268  
图表27 近3年北京首都旅游股份有限公司资产负债率变化情况 269  
图表28 近3年北京首都旅游股份有限公司产权比率变化情况 270  
图表29 近3年北京首都旅游股份有限公司固定资产周转次数情况 271  
图表30 近3年北京首都旅游股份有限公司流动资产周转次数变化情况 272  
更多图表见正文.....

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/285149.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。