



艾凯咨询
ICAN Consulting

2008年中国观光旅游业市场研究 发展报告

一、调研说明

《2008年中国观光旅游业市场研究发展报告》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/47280.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

【描述】

观光旅游是指观赏自然风光、城市风光、名胜古迹为目的的旅游，通过观光游览获得美的享受和愉悦身心，调节体力，这是世界上最古老、最常见、最基本的旅游类型。其特点是：知名度高，吸引力大的旅游目的地成为旅游热点；旅游者以观赏、游览为主，流动性大；旅游者在目的地逗留时间不长，且重游率低；旅游者消费水平不高，对价格比较敏感，旅游活动自由度大；受气候影响较大，观光旅游淡旺季十分明显。

2007年12月11日之前旅游业全面开放。这一切必将对中国旅游业的发展产生重要的影响。届时中国旅游业将会迎来一个更有机遇的市场，同时也是一个更加严峻的竞争环境，旅游企业对渠道、技术和价格为主导的商业模式争夺无疑将更加惨烈。自2007年至2016年，中国的旅游业将取得8.7%的实际年增长率，中国将在十年内成为世界上第二大旅游和旅行经济强国。

近年中国的观光旅游行业发展迅猛。旅游行业的3个主要领域——入境游、国内游和出境游得到了快速发展，旅游业规模无论从人数上还是收入上都不断扩大。目前我国旅游行业已经进入长期快速增长的上升通道。“十一五”时期是我国产业结构调整、构建和谐社会的重要时期，旅游业由于在增加就业、促进农村发展、缩小地区差距、节约资源等多方面的优势，将获得良好的发展机遇，进入黄金发展期。预计“十一五”期间旅游收入年均增长10%。而到2010年，中国旅游业总收入将达12260亿元人民币，年均增长10%左右，相当于GDP的7%。到2020年，中国将成为世界第一大旅游目的地国和第四大客源输出国，旅游业总收入达到25000亿元人民币以上，年均增长7%，占GDP的比重提高到8%左右。2010年和2020年国际旅游人数将分别增长到10亿人次和15.6亿人次，1995~2020年的平均增长速度将达到4.1%。

2008年中国的国民经济将继续保持一个平稳、较快增长，消费需求仍将呈现扩张趋势。经济发展促进旅游业繁荣。经济发展推动消费升级，随着旅游休闲的观念逐渐深入人心，旅游消费也势必成为消费升级的必然之选；根据历年的统计数据，我国旅游行业收入与GDP的相关性十分强，旅游业的发展在国民经济中亦日益扮演越来越重要的角色。2008年北京奥运、2010年上海世博会两个国际性盛会的举行将是未来几年旅游行业迎来的难得机遇。

本研究咨询报告依据国家旅游局、世界旅游组织（NTO）、国家商务部、全国商业信息中心、国民经济景气监测中心、《旅游管理》、中国旅游报、中国行业研究网以及国内外相关报刊杂志的基础信息以及旅游专业研究单位等公布和提供的大量资料，对我国观光旅游行业的发展现状、各子行业的发展状况、国际、国内旅游形势、旅游行业的市场竞争进行了分析，并指出了中国旅游业将面临的冲击以及各旅游企业的应对策略。报告综合了国际旅游、国内旅游、各细分行业市场、各地区旅游市场等重要板块的内容，并介绍了国际旅游强国的旅游管理体制和国内外典型旅游企业的成功经营模式。是国内旅游饭店、旅行社及旅游景点、旅游研究机构等单位准确了解目前国内外旅游行业发展动态，把握企业定位和发展方向不可多得的精品。

【 目录 】

第一章 观光旅游相关理论综述

第一节 相关概念界定

一、观光旅游概念

二、农业观光园概念

三、观光旅游农业定义

四、采摘观光旅游概念

第二节 观光旅游特点

第三节 观光旅游类型

第二章 观光旅游行业发展分析

第一节 旅游行业运行现状分析

一、国际旅游行业发展整体持续向好

二、我国旅游行业随国民经济同成长

三、政策支持下旅游行业可以走的更远

第二节 我国入境观光旅游发展分析

第三节 国内观光旅游市场发展分析

第四节 我国出境旅游发展分析

第五节 中国观光旅游行业市场运行分析

- 一、2007年按年龄性别入境旅游接待收汇情况
- 二、2007年按入境方式旅游接待收汇情况
- 三、2007年按目的接待收汇情况
- 四、2007年主要城市旅游接待情况

第三章 我国观光旅游农业发展分析

第一节 观光旅游农业的主要类型

- 一、农业公园
- 二、观光休闲农园
- 三、教育与科技农园
- 四、森林公园
- 五、民俗观光村

第二节 我国观光旅游农业发展的特点

第三节 发展观光旅游农业的效益

- 一、改造传统农业和促进新产业的形成
- 二、丰富我国旅游产品的类型和内涵
- 三、密切城乡交流和促进城乡一体化
- 四、缓解农村劳动力就业问题和增加农民收入
- 五、促进观光旅游农业和良好生态效益的统一
- 六、能深入挖掘利用和保护当地旅游文化资源
- 七、观光旅游农业还是市民和中小学生的科普教育基地

第四节 观光旅游农业发展中存在的问题

- 一、缺乏科学和合理的旅游发展规划
- 二、不合理开发导致原有生态和人文环境被破坏
- 三、从业人员观念落后和管理粗放
- 四、建园指导思想缺乏创新理念
- 五、没有形成规模经营和知名品牌

第五节 观光旅游农业的发展对策

- 一、按市场经济运行规律办事
- 二、园区规划应把握市场定位和确立发展模式
- 三、政府部门要加强组织和协调工作
- 四、提高管理水平

第四章 我国采摘观光旅游发展分析

第一节 采摘观光旅游生产的背景

- 一、旅游者需求的变化
- 二、出游时间的保证
- 三、采摘观光旅游发展的趋势

第二节 采摘观光旅游的特点

- 一、一种较高层次的旅游活动
- 二、短期游和近地游受到游客青睐
- 三、旅游地市场的季节波动较大
- 四、中国目前采摘观光旅游地主要分布在大中城市周边地带
- 五、采摘果园建设投入少收益高

第三节 采摘观光旅游在开发过程中存在的问题

- 一、旅游者对物质满足的需求多于对精神满足的追求
- 二、经营者经营理念与顾客需求之间存在差异
- 三、经营者缺乏商品意识，没有自己的品牌
- 四、农村的基础设施和服务设施不完善
- 五、造成新的生态失衡
- 六、没有形成规模化经营

第四节 采摘观光旅游的开发策略

- 一、针对目标市场进行定位
- 二、提高思想认识，搞好农业和旅游业的结合
- 三、科学规划采摘观光旅游产品，突出特色，打造品牌
- 四、在开发的模式上采用“复合性开发”
- 五、拓展投资渠道，加大投资力度，搞好基础设施建设
- 六、培养农业旅游管理服务人才
- 七、政府部门制定激励机制
- 八、开发与保护并重，走可持续发展的战略

第五章 中国农业观光园发展状况分析

第一节 我国农业观光园产生背景分析

第二节 我国农业观光园发展现状分析

第三节 我国农业观光园发展问题分析

- 一、数量众多，竞争激烈
- 二、项目结构简单，特色不鲜明
- 三、重复建设，功能雷同
- 四、季节性强，旅游观光旺季短
- 五、建设水平比较低，缺乏精品工程

第四节 国内典型地区农业观光园发展分析

- 一、台湾的农业观光园
- 二、北京的农业观光园
- 三、广东的农业观光园
- 四、张家界的农业观光园

第六章 国外农业观光园发展概况

第一节 国外农业观光发展历程概述

第二节 欧洲的农业观光

第三节 美国的农业观光

第四节 亚洲的农业观光

第七章 中国旅游行业优势企业分析

第一节 中青旅控股股份有限公司

- 一、企业概述
- 二、公司经营状况
- 三、公司展望
- 四、公司财务数据

第二节 深圳华侨城控股股份有限公司

- 一、公司概况
- 二、公司经营状况分析
- 三、公司发展前景
- 四、公司财务数据

第三节 昆明世博园股份有限公司

- 一、公司简介
- 二、2007年经营业绩

三、公司发展前景

四、2007年公司财务数据

第四节 北京首都旅游股份有限公司

一、公司概况

二、2007年公司业绩

三、发展前景

四、2007年公司财务数据

第五节 桂林旅游股份有限公司

一、公司概况

二、2007年公司业绩

三、2007年公司财务数据

第六节 上海锦江国际酒店发展股份有限公司

一、公司概况

二、公司经营宗旨和发展战略

三、2007年公司经营情况分析

四、2007年公司财务数据

第七节 峨眉山旅游股份有限公司

一、公司概况

二、2007年公司经营情况

三、2007年公财务数据

第八节 黄山旅游发展股份有限公司

一、公司概况

二、2007年公司经营情况

三、2007年公司财务数据

第九节 丽江玉龙旅游股份有限公司

一、公司概况

二、2007年公司经营情况

三、2007年公司财务数据

第十节 西安旅游股份有限公司

一、公司概况

二、2007年公司业绩

三、2007年公司财务数据

第八章 中国观光旅游行业发展趋势分析

第一节 中国旅游业发展趋势分析

- 一、2020年旅游业增加值分析
- 二、我国未来旅游营销的发展趋势
- 三、奥运会旅游产业的前景与对策
- 四、未来旅游的发展方向

第二节 2008年中国观光旅游发展趋势分析

第九章 中国观光旅游业发展策略

第一节 我国旅游业发展策略分析

- 一、关于城乡统筹的乡村旅游发展分析
- 二、城市旅游形象战略分析
- 三、关于促进旅游业发展的建议
- 四、旅游目的地营销主体分析

第二节 县域城镇旅游的区域形象整合

- 一、县域城镇地理空间特征与认知
- 二、县域城镇旅游形象认知弱势分析
- 三、区域形象整合的作用分析
- 四、区域形象整合新思路

第三节 红色旅游的蓝海战略

- 一、红与蓝的由来
- 二、红色旅游的市场边界
- 三、红色旅游的蓝色概念
- 四、红色旅游的蓝海战略
- 五、红色旅游的蓝海发展策略

第四节 中国农民旅游市场开发探析

- 一、开发农民旅游市场的可行性分析
- 二、农民旅游活动中存在的问题分析
- 三、中国农民旅游市场开发对策研究

附表

表2.1 国家对旅游行业政策支持

表2.2 2007年1 - 12月入境外国人人数（按年龄、性别分）

表2.3 2007年1 - 12月来华旅游入境人数（按入境方式分）

表2.4 2007年1-12月入境旅游外国人人数（按目的分）

表2.5 2007年1-12月主要城市接待情况(一)

表2.6 2007年1-12月主要城市接待情况(二)

表7.1 2007年中青旅经营状况统计

表7.2 2007-2008年1-3月中青旅简要财务指标

表7.3 2007-2008年1-3月中青旅利润构成与盈利能力

表7.4 2007-2008年1-3月中青旅经营与发展能力

表7.5 2007-2008年1-3月中青旅资产与负债

表7.6 2007-2008年1-3月中青旅现金流量

表7.7 2007年华侨城旅游经营状况统计

表7.8 2007-2008年1-3月深圳华侨城简要财务指标

表7.9 2007-2008年1-3月深圳华侨城利润构成与盈利能力

表7.10 2007-2008年1-3月深圳华侨城经营与发展能力

表7.11 2007-2008年1-3月深圳华侨城资产与负债

表7.12 2007-2008年1-3月深圳华侨城现金流量

表7.13 2007年昆明世博园股份经营状况统计

表7.14 2007年-2008年3月份昆明世博股份简要财务指标

表7.15 2007年-2008年3月份昆明世博股份利润构成与盈利能力

表7.16 2007年-2008年3月份昆明世博股份经营与发展能力

表7.17 2007年-2008年3月份昆明世博股份资产与负债

表7.18 2007年-2008年3月份昆明世博股份现金流量

表7.19 2007年首旅股份经营状况统计

表7.20 2007-2008年3月北京首都旅游股份简要财务指标

表7.21 2007-2008年3月北京首都旅游股份利润构成与盈利能力

表7.22 2007-2008年3月北京首都旅游股份经营与发展能力

表7.23 2007-2008年3月北京首都旅游股份资产与负债

表7.24 2007-2008年3月北京首都旅游股份现金流量

表7.25 2007年桂林旅游经营状况统计

表7.26 2007-2008年3月桂林旅游简要财务指标

表7.27 2007-2008年3月桂林旅游利润构成与盈利能力
表7.28 2007-2008年3月桂林旅游经营与发展能力
表7.29 2007-2008年3月桂林旅游资产与负债
表7.30 2007-2008年3月桂林旅游现金流量
表7.31 2007年锦江酒店集团经营状况统计
表7.32 2007-2008年3月锦江股份简要财务指标
表7.33 2007-2008年3月锦江股份利润构成与盈利能力
表7.34 2007-2008年3月锦江股份经营与发展能力
表7.35 2007-2008年3月锦江股份资产与负债
表7.36 2007-2008年3月锦江股份现金流量
表7.37 2007年峨眉山旅游股份经营状况
表7.38 2007-2008年3月峨眉山旅游股份简要财务指标
表7.39 2007-2008年3月峨眉山旅游股份利润构成与盈利能力
表7.40 2007-2008年3月峨眉山旅游股份经营与发展能力
表7.41 2007-2008年3月峨眉山旅游股份资产与负债
表7.42 2007-2008年3月峨眉山旅游股份现金流量
表7.43 2007年黄山旅游经营状况统计
表7.44 2007-2008年3月黄山旅游简要财务指标
表7.45 2007-2008年3月黄山旅游利润构成与盈利能力
表7.46 2007-2008年3月黄山旅游经营与发展能力
表7.47 2007-2008年3月黄山旅游资产与负债
表7.48 2007-2008年3月黄山旅游现金流量
表7.49 2007年丽江玉龙旅游股份经营状况统计
表7.50 2007-2008年3月丽江玉龙旅游股份简要财务指标
表7.51 2007-2008年3月丽江玉龙旅游股份利润构成与盈利能力
表7.52 2007-2008年3月丽江玉龙旅游股份经营与发展能力
表7.53 2007-2008年3月丽江玉龙旅游股份资产与负债
表7.54 2007-2008年3月丽江玉龙旅游股份现金流量
表7.55 2007年西安旅游营业情况统计
表7.56 2007-2008年3月西安旅游简要财务指标
表7.57 2007-2008年3月西安旅游利润构成与盈利能力
表7.58 2007-2008年3月西安旅游经营与发展能力

表7.59 2007-2008年3月西安旅游资产与负债

表7.60 2007-2008年3月西安旅游现金流量

表8.1 历届奥运会旅游接待人数及收入情况

附图

图2.1 1995年-2006年国际旅游收入与国际旅游接待人数

图2.2 2006年国际旅游出游目的结构图

图2.3 1994年-2007年全国旅游收入情况

图2.4 1997年-2007年入境旅游情况

图2.5 1997年-2007年旅游外汇收入情况

图2.6 1996年-2007年国内旅游人数情况

图2.7 1994年-2007年国内旅游收入情况

图2.8 1995年-2007年出境旅游情况

图7.1 2007年中青旅营业收入构成

图7.2 2007年中青旅分业务毛利贡献

图7.3 2007年中青旅分业务毛利率

图7.4 2007年华侨城公司营业收入构成

图7.5 2007年华侨城公司营业利润构成

图7.6 2007年首旅股份营业收入构成

图7.7 2007年首旅股份营业利润构成

图7.8 2007年锦江股份营业利润构成

图7.9 2007年锦江股份各业务毛利率

图8.1 1995年-2007年澳大利亚旅游接待人数情况（万人）

图8.2 2001年-2007年北京市接待游客人数情况

图8.3 1994年-2007年美国旅游相关指数变化情况

图8.4 1994年-2002年澳大利亚旅游相关指数变化情况

图8.5 雅典奥运会希腊旅游上市公司股价情况（欧元）

图8.6 希腊旅游上市公司奥运前后收入情况

图8.7 悉尼奥运会澳大利亚旅游上市公司股价情况（澳元）

图8.8 澳大利亚旅游上市公司奥运前后收入

图8.9 亚特兰大奥运会美国旅游上市公司股价情况（美元）

图8.10 美国旅游上市公司奥运前后收入

图10.1多元化旅游目的地营销主体的协同机制

图10.2地理空间认知连

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/47280.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。