



艾凯咨询
ICAN Consulting

2006年度旅游饭店行业市场分析 及发展趋势研究报告

一、调研说明

《2006年度旅游饭店行业市场分析及发展趋势研究报告》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/47413.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

第一部分 2007年旅游饭店行业运行分析及预测	1
第一章 2007年旅游饭店行业供需分析	2
第一节 旅游饭店业发展现状分析	2
一、旅游饭店业新局面及未来发展走势	2
(一) 市场细化	2
(二) 经营优化	2
(三) 区域扩大化	2
(四) 经济型酒店崛起	2
(五) 大型活动积极推动	3
二、我国旅游饭店业在国际上的业绩地位	3
(一) 国际地位	3
(二) 行业业绩	3
第二节 2006年旅游饭店行业需求分析	5
一、住宿和餐饮行业	5
二、旅游接待及收入情况	7
三、不同旅游市场分析	9
(一) 入境游市场发展分析	9
(二) 国内游市场发展分析	13
(三) 其它旅游市场发展分析	14
四、旅游饭店需求分析及预测	16
第三节 2006年旅游饭店行业供给及运营分析	17
一、2006年酒店业运行情况	17
(一) 酒店数量俱增	17
(二) 市场需求量增加	17
(三) 采购需求空前高涨	18
二、不同类型酒店发展情况	18
(一) 经济型酒店发展概况	18
(二) 高级酒店发展概况	22
第四节 2007年旅游饭店行业预测	23

- 一、旅游饭店需求快速增长 23
- 二、经济型酒店可能出现泡沫 23
- 三、高端酒店增长势头强劲 24
- 四、度假型酒店前景看好 24

第二章 2007年旅游饭店行业市场竞争分析及预测 26

第一节 旅游饭店业产业结构分析 26

- 一、档次结构不合理 26
- 二、区域结构不合理 26

第二节 旅游饭店业竞争力分析 27

- 一、潜在竞争对手的威胁 27
- 二、替代竞争对手的威胁 27
- 三、来自买方(顾客)的压力 28
- 四、来自供应厂商的压力 28
- 五、现有饭店之间的争夺 29

第三节 其它竞争力分析 30

- 一、产权主体的竞争 30
- 二、产业集中度的竞争 30
- 三、产业竞争态势分析 30

第三章 2007年行业投资与效益分析 32

第一节 行业在国民经济中的地位 32

第二节 行业投资状况分析 34

- 一、投资主体多元化 34
 - (一) 景区的旅游投资 34
 - (二) 地产商旅游投资 34
 - (三) 其它主体的旅游投资 34
- 二、行业投资存在问题 34

第三节 行业投资预测 36

第四章 2007年行业环境特征评价 37

第一节 宏观经济环境及影响 37

一、GDP快速增长	37
二、居民消费结构升级	37
三、人民币升值影响	39
第二节 政策环境及影响	40
一、“十一五”规划	40
二、旅游业入世履约开放	40
三、提升旅游文明	41
四、中非合作加强	41
五、奥运、世博会利好机会	41
六、《关于大力发展入境旅游的指导意见》	41
第三节 相关行业发展及影响分析	43
一、景区业发展分析	43
（一）基本情况	43
（二）景区行业结构特点	44
（三）景区规模经济特性	44
（四）旅游景区的进入退出壁垒	45
（五）景区业存在问题及未来发展	45
二、旅游社业发展分析	46
（一）基本情况	46
（二）旅游社业存在问题及未来发展	48
三、交通运输业发展分析	50
（一）公路运输	50
（二）铁路运输	51
（三）水路运输	52
（四）航空运输	52
（五）固定资产投资完成情况	52
（六）交通运输业存在问题及未来发展	53
第二部分 旅游饭店行业细分分析及预测	56
第五章 2007年旅游饭店行业细分区域分析	57
第一节 北京市旅游饭店业发展分析	57
一、旅游市场	57

二、酒店市场	59
三、2007年预测	60
第二节 上海市旅游饭店业发展分析	61
一、旅游市场	61
二、酒店市场	63
三、2007年预测	65
第三部分 旅游饭店行业典型企业分析	66
第六章 2007年旅游饭店行业典型企业分析	67
第一节 企业总体分析	67
第二节 景点类公司	69
一、桂林旅游股份有限公司	69
（一）公司概况（000978）	69
（二）经营情况	69
（三）发展前景	71
二、峨眉山旅游股份有限公司	72
（一）公司概况（000888）	72
（二）经营情况	72
（三）发展前景	74
第三节 酒店类公司	75
一、锦江酒店集团	75
（一）公司概况（600754）	75
（二）经营情况	75
（三）发展前景	77
二、华天集团	77
（一）公司概况（000428）	77
（二）经营情况	78
（三）发展前景	79
第四节 旅行社类公司	80
一、中青旅	80
（一）公司概况（600138）	80
（二）经营情况	80

(三) 发展前景	82
二、首都旅游国际酒店集团	82
(一) 公司概况(600258)	82
(二) 经营情况	83
(三) 发展前景	84
第四部分 2007年旅游饭店行业风险提示	85
第七章 2007年旅游饭店行业授信风险分析	86
第一节 经济环境风险分析	86
一、经济发展	86
二、收入水平	86
三、人民币汇率	87
第二节 政策环境风险分析	88
一、入世承诺兑现	88
(一) 取消对外商投资旅行社设立分支机构的限制	88
(二) 全面取消对内资旅行社设立分支机构的限制	88
二、“十一五”规划促进行业发展	89
第三节 其它风险	90
一、重大事件风险	90
二、景点门票上涨风险	90
三、政治风险	91
四、周边地区竞争风险	91
第八章 2007年旅游饭店业授信建议	92
第一节 旅游饭店行业整体授信建议	92
一、授信额度的控制	92
二、授信期限的控制	92
第二节 旅游饭店行业授信投向控制	93
一、规模选择	93
二、地区选择	93
三、子行业选择	93
四、性质选择	94

五、类型选择 94

第三节 旅游饭店业其他授信策略 95

一、建立明确的授信标准 95

二、根据企业具体情况授信 95

附表

表1 2006年国内旅游基本情况 7

表2 经济型酒店品牌目前状况及未来目标对比 22

表3 我国饭店注册类型统计表 32

表4 近几年我国不同类别旅行社数量及其增长比率 47

表5 近几年旅行社业盈利情况 47

表6 2006年按对象划分旅游投诉数量 49

表7 2006年北京市客源国客源数量变化 58

表8 2006年各洲际游客数量增长率 59

表9 2006年北京市星级饭店数量 59

表10 2006年上海市客源国客源数量变化 62

表11 2006年上海市星级饭店出租率变化情况 64

表12 2006年上海市星级饭店平均房价变化情况 65

表13 2006年旅游饭店行业企业经营指标(一) 67

表14 2006年旅游饭店行业企业经营指标(二) 68

表15 2006年桂林旅游财务分析各项指标 70

表16 2006年桂林旅游经营指标状况 71

表17 2006年峨眉山财务分析各项指标 73

表18 2006年峨眉山经营指标状况 73

表19 2006年锦江股份财务分析各项指标 76

表20 2006年锦江股份经营指标状况 76

表21 2006年华天酒店财务分析各项指标 78

表22 2006年华天酒店经营指标状况 78

表23 2006年中青旅财务分析各项指标 81

表24 2006年中青旅经营指标状况 81

表25 2006年S首旅财务分析各项指标 83

表26 2006年S首旅经营指标状况 83

附图

- 图1 2006年1-12月住宿和餐饮业零售额变化图 5
- 图2 2006年1-12月住宿和餐饮业占社会消费品零售总额所占比例 6
- 图3 2006年1-12月住宿和餐饮业零售额增长率对比图 6
- 图4 2006年我国国际旅游外汇收入组成图 7
- 图5 2006年我国接待旅客人数(人次)组成图 8
- 图6 2006年我国接待旅客人数(人天)组成图 8
- 图7 2006年入境旅游人数月度同比变化 9
- 图8 2006年入境旅游人数月度环比变化 9
- 图9 2006年外国入境游客人数月度同比变化 10
- 图10 2006年入境过夜旅客人数月度同比变化 10
- 图11 2006年入境过夜游客与外国过夜游客月度数据 11
- 图12 2006年我国入境游人均外汇收入月度变化图 11
- 图13 2006年入境过夜游客占比变化 12
- 图14 2006年入境过夜游客占比变化 12
- 图15 2006年外国入境过夜过客及总体人数月度数据 12
- 图16 国内游人数变化图 13
- 图17 2000-2006年国内游收入及增长率变化图 13
- 图18 国内旅游收入占GDP比重变化图 14
- 图19 2002-2008年我国在线旅游市场规模与预测 15
- 图20 经济型酒店主要客源构成情况 18
- 图21 星级饭店与经济型酒店出租率、规模对比图 19
- 图22 经济型酒店核心竞争力排序 20
- 图23 经济型酒店分地区房价情况 20
- 图24 经济型酒店分地区出租率情况 21
- 图25 经济型酒店市场占有率 21
- 图26 旅游饭店业竞争力分析 27
- 图27 1993年-2006年我国旅游业总收入及GDP占比(亿元、%) 33
- 图28 近几年我国不同规模饭店营业收入对比图 36
- 图29 1998年1季度-2006年4季度GDP季度累计同比增长率(%) 37
- 图30 1999年8月-2006年12月社会消费品零售总额月度同比增长率(%) 38

- 图31 2006年1-12月我国人民币汇率走势图 39
- 图32 近几年我国A级景区数量 43
- 图33 我国旅行社行业数量增长图 47
- 图34 近几年我国旅行社营业收入增长变化图 48
- 图35 近几年我国旅行社毛利率变化图 48
- 图36 2006年各月公路旅客运输量 51
- 图37 2006年各月规模以上港口旅客吞吐量 52
- 图38 2006年各月交通固定资产投资完成情况 53
- 图39 2006年交通运输业分地区固定资产投资完成情况 53
- 图40 2006年北京市旅游接待人数变化图 57
- 图41 2006年北京市星级饭店接待国内客人人数变化图 58
- 图42 2006年上海市旅游接待人数变化图 61
- 图43 2006年上海市接待过夜入境旅游者组成情况 62
- 图44 2006年上海市旅游饭店客房平均出租率 63
- 图45 2006年上海市旅游饭店客房平均房价变化图 64
- 图46 2006年桂林旅游净利润构成情况 70
- 图47 2006年峨眉山旅游人数变化及预测 74
- 图48 城市居民家庭人均收入同比变动(单位：%) 87

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/47413.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。