



艾凯咨询  
ICAN Consulting

# 2007年中国旅游景区现状深度调研及投资前景分析报告

## 一、调研说明

《2007年中国旅游景区现状深度调研及投资前景分析报告》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/47467.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

1.报告精练，层次分明，思路清晰。省去一般报告的繁琐和大量二手资料。用最准确的语言描述市场，分析竞争，研究趋势。

2.全面分析了景区的市场规模、发展动态，竞争主体，未来发展趋势；报告对景区的运营管理现状和投资现状、发展走向、投资特点进行了深入研究，专业判断。

### 【 目录 】

#### 第一章 2007年中国旅游市场现状分析 1

##### 第一节 宏观经济及居民消费现状 1

###### 一 GDP高速增长 1

###### 二 旅游占GDP的比重分析 1

###### 三 人均GDP同旅游行业相关性分析 2

###### 四 人均可支配收入分析 4

###### 五 居民恩格尔系数 5

##### 第二节 2007年旅游行业规模分析 6

###### 一 旅游行业收入变化 6

###### 二 2010年旅游行业未来成长 7

###### 三 2007年国内游市场规模分析 7

###### 四 2007年入境游市场规模分析 8

###### 五 2007年出境游市场规模分析 10

##### 第三节 旅游服务特征分析 11

###### 一 旅游主体普及性 11

###### 二 旅游影响多元化 11

###### 三 旅游时间季节性 12

###### 四 旅游范围集中性 12

###### 五 旅游发展持续性 12

###### 六 旅游产品多元化 12

第四节 旅游市场需求的变化	13
一、旅游消费群体变化	13
二、旅游消费功能变化	13
三、旅游消费结构变化	13
第五节 中国旅游产业竞争现状	14
一、产业竞争环境的演变	14
二、旅游产品竞争现状	14
三、旅游行业竞争模式及特点分析	15
四、资本竞争及盈利模式	15
第六节 中国旅游企业的竞争及评价	16
一 国内旅行社的竞争力评价	16
二 国内旅游饭店的竞争力评价	17
三 国内旅游景区（点）的竞争力评价	18

## 第二章 景区旅游市场现状及动态分析 19

第一节 全国旅游景区分类	19
一 自然类的旅游景区	19
二 人文类的旅游景区	19
三 主题公园类	19
四 社会类的旅游景区	20
第二节 中国景区资源现状分析	20
一 中国景区资源规模	20
二 中国的世界遗产	20
三 中国5A级旅游景区分析	22
第三节 中国景区价格分析	24
一 景区价格不断上涨分析	24
二 景区涨价同游客数量关系分析	26
三 景区门票政策变化分析	27
第四节 旅游景区的竞争力分析	27
一、中国旅游市场格局的变化	27
二、旅游景区产销结构的变化	28
三、景区三力竞争理论	28

#### 四、从产品力、销售力和形象力构建景区竞争力 29

### 第三章 旅游景区经营管理分析 30

#### 第一节 景区收益链分析 30

##### 一 基础性收益 30

##### 二 支持性收益 30

##### 三 延伸性收益 30

#### 第二节 旅游景区经营模式 30

##### 一 “政府专营”模式 31

##### 二 租赁、承包或卖断模式 31

##### 三 现代企业制度模式 31

#### 第三节 旅游景区收益管理策略 31

##### 一 建立灵活科学的旅游景区价格体系 31

##### 二 加强游客管理 32

##### 三 重点管理支持性收益点和延伸性收益点 32

##### 四 注重开源和节流 33

#### 第四节 我国景区管理问题及对策 33

##### 一 旅游景区管理所面临的主要问题 33

##### 二 存在问题原因分析 34

##### 三 提高景区管理的对策 34

### 第四章 旅游景区投资盈利分析 35

#### 第一节 旅游收入模式简析 35

##### 一 旅游景区收入规模分析 35

##### 二 景区收入结构 35

##### 三 影响旅游收入的主要因素 36

#### 第二节 景区盈利模式选择 37

##### 一 景区产业价值链 37

##### 二 拓宽景区产业价值链 37

##### 三 延伸景区产业价值链 38

#### 第三节 旅游景区投资分析 38

##### 一 产业规模投资分析 38

二 投资主体结构分析	38
第四节 旅游业的投资方向及重点	39
一 旅游业投资历史分析	39
二 旅游业投资现状分析	40
第五节 旅游业区域投资重点分析	40
一 区域旅游投资分析	40
二 中西部旅游开发分析	40
三 东南沿海旅游市场分析	41

## 第五章 热点景区分析 - 红色旅游 42

### 第一节 红色旅游现状分析 42

- 一 红色旅游的概述 42
- 二 中国红色旅游经典景区 43
- 三 红色旅游规划纲要分析 48

### 第二节 红色旅游资源特点分析 49

- 一 巨大的数量 49
- 二 内容和主题 50
- 三 分布广泛与地区性 50
- 四 多种多样的类型构成 51

## 第六章 热点景区分析 - 西藏旅游 52

### 第一节 西藏旅游优势分析 52

- 一.自然生态环境比较优势。 52
- 二.宗教人文环境比较优势。 52
- 三.产业政策环境比较优势。 52
- 四.旅游资源比较优势。 53
- 五.旅游产业比较优势。 53

### 第二节 西藏旅游特性深度分析 53

- 一 西藏旅游市场规模 53
- 二 西藏交通成本分析 54
- 三 西藏旅游客源格局分析 54
- 四 西藏旅游交通方式 55

## 五 西藏客源群体层次分析 55

### 第三节 2006 - 2007年西藏旅游分析 57

#### 一 西藏2006年旅游总收入预计达到27亿元 57

#### 二 2007年上半年西藏旅游发展呈现新特点 57

#### 三 2007年上半年西藏旅游增长原因 58

## 第七章 旅游景区营销策略分析 58

### 第一节 营销策略制定依据 58

#### 一 景区旅游资源的特色与品位 58

#### 二 景区客源市场的范围 59

#### 三 旅游产品的特殊性 59

### 第二节 旅游景区品牌传播分析 59

#### 一 品牌传播的意义 59

#### 二 品牌传播的主体 60

#### 三 品牌传播的内容 60

#### 五 品牌传播的方式 61

#### 六 品牌传播的媒介 61

## 第八章 旅游景区经营企业投资分析 62

### 第一节 桂林旅游 62

#### 一 企业概括 62

#### 二 公司组织结构 63

#### 三 公司竞争力分析 64

#### 四 2006 - 2007年企业经营分析 64

#### 五 企业主营业务结构 65

### 第二节 峨眉山 66

#### 一 企业概括 66

#### 二 2006 - 2007年企业经营 66

#### 三 公司主营业务结构分析 67

### 第三节 黄山旅游 68

#### 一 企业概括 68

#### 二 2004 - 2007年企业经营分析 68

### 三 企业主营业务结构分析 69

#### 第四节 丽江旅游 70

##### 一 企业概括 70

##### 二 2004 - 2007年企业经营分析 71

##### 三 企业主营业务结构分析 71

##### 四 公司竞争力分析 72

#### 第五节 华侨城 A 73

##### 一 企业概括 73

##### 二 2004 - 2007年企业经营分析 74

##### 三 企业主营业务结构分析 75

#### 第六节 世博股份 76

##### 一 企业概括 76

##### 二 公司竞争力分析 77

##### 三 2004 - 2007年企业经营分析 78

##### 四 企业主营业务结构分析 78

## 第九章 旅游景区发展趋势分析 79

### 第一节 我国旅游业发展前景分析 79

#### 一 人民币持续升值的趋势 79

#### 二 居民收入水平不断提高 79

#### 三 居民消费观念的转变 79

#### 四 旅游消费层次将不断提高 80

#### 五 旅游消费品数量将会增多 80

#### 六 旅游消费市场将更加规范 80

#### 七 奥运等活动将引领旅游业快速增长 80

### 第二节 旅游景区发展趋势分析 80

#### 一 旅游景区市场发展趋势 80

#### 二 旅游景区产品发展趋势 80

#### 四 旅游景区人力资源发展趋势 81

#### 五 旅游景区运营发展趋势 81

## 第十章 旅游景区投资现状分析 82



## 第一节 旅游业投资特性分析 82

### 一 我国旅游业发展进入快速成长期 82

### 二 旅游产业资源消耗相对较小 82

### 三 我国的旅游业市场需求旺盛 83

### 四 旅游业是一个产业关联度很高的行业 83

### 五 我国旅游市场投资环境大大改善，出现一系列投资机会 84

### 六 我国旅游市场投资前景看好，投资回报较快 84

## 第二节 旅游景区投资特性分析 85

### 一 旅游景区产业结构的特点 85

### 二 旅游景区规模经济特性 86

### 三 旅游景区的进入退出壁垒 87

图表 1 1994 - 2006年旅游收入占GDP的比重变化趋势图 1

图表 2 人均GDP变化同旅游行业的关系图 2

图表 3 人均GDP变化同旅游业态的关系图 2

图表 4 1994 - 2006年中国人均GDP与国内旅游人数关系图 3

图表 5 1994 - 2006年中国人均GDP与出境旅游人数关系图 4

图表 6 1978 - 2005年中国城乡人均可支配收入对比图 5

图表 7 城乡居民恩格尔系数变化趋势图 5

图表 8 1994 - 2006年中国旅游收入变化趋势图 6

图表 9 2000 - 2006年旅游收入增长率变化趋势图 6

图表 10 1994 - 2006年中国旅游收入占GDP的比重图 7

图表 11 1994 - 2008年国内旅游人数增长趋势图 8

图表 12 1994 - 2008年国内旅游收入增长趋势图 8

图表 13 1990 - 2008年中国入境游人数增长趋势图 9

图表 14 1990 - 2008年中国入境游收入增长趋势图 9

图表 15 1993 - 2007年出境游人数增长趋势图 10

图表 16 1993 - 2007年因私出境游人数增长趋势图 10

图表 17 2003 - 2006年中国旅游人数和旅游收入一览表 11

图表 18 现代旅游活动的特点分析图 12

图表 19 我国主要旅游景区数量统计一览表 20

图表 20 中国世界遗产一览表 21

图表 21 国内主要景点门票价格上涨一览表	24
图表 22 沪深两市主要景观景点类上市公司门票一览表	24
图表 23 中国主要景区律羽哦人次增长一览表	26
图表 24 中国2000 - 2006年中国部分景区门票价格及游客规模变化统计图	27
图表 25 不同类型旅游者旅游消费特点对比一览表	36
图表 26 进出西藏航空与铁路交通费（单程）对照表	54
图表 27 去过西藏游客性别、年龄及与全国国内游客比较 单位：%	56
图表 28 去过西藏游客文化程度与全国国内游客比较 单位：%	56
图表 29 去过西藏游客家庭月收入调查统计与全国国内游客比较 单位：%	56
图表 30 西藏旅游人均花费	56
图表 31 国内游客在西藏人均停留天数比重分布抽样结果 单位：%	57
图表 32 桂林旅游股份有限公司基本信息一览表	62
图表 33 2004 - 2007年桂林旅游利润构成与盈利能力一览表	65
图表 34 2006年桂林旅游主营业务构成与盈利能力一览表	65
图表 35 峨眉山旅游股份有限公司基本信息一览表	66
图表 36 2004 - 2007年峨眉山旅游股份有限公司财务运行一览表	67
图表 37 2006年峨眉山旅游股份有限公司主营业务结构一览表	67
图表 38 黄山旅游发展股份有限公司基本信息一览表	68
图表 39 2004 - 2007年黄山旅游发展股份有限公司财务运行指标一览表	69
图表 40 2006年黄山旅游发展股份有限公司主营业务结构一览表	69
图表 41 公司组织结构图	70
图表 42 丽江旅游基本信息一览表	70
图表 43 2004 - 2007年丽江旅游企业经营指标一览表	71
图表 44 2006年丽江旅游主营业务结构一览表	72
图表 45 深圳华侨城控股股份有限公司基本信息一览表	73
图表 46 2004 - 2007年深圳华侨城企业经营一览表	74
图表 47 深圳华侨城主营业务结构一览表	75
图表 48 昆明世博园股份有限公司基本信息一览表	76
图表 49 昆明世博园股份有限公司经营指标一览表	78
图表 50 2006年昆明世博园股份有限公司主营业务结构一览表	78
图表 51 2020年世界十大旅游目的地和十大客源国表	85

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/47467.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。