



艾凯咨询
ICAN Consulting

2007-2008年中国旅游市场分析 及产业投资机会分析报告

一、调研说明

《2007-2008年中国旅游市场分析及产业投资机会分析报告》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/47468.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

第一篇 旅游综合篇 1

第一章 旅游业基础和特性分析 1

第一节 旅游业基础分析 1

一 旅游的定义 1

二 旅游业的定义 1

三 旅游产业的定义 1

四 旅游资源的定义 2

第二节 产业性质和特点 3

一 旅游业的性质 3

二 旅游业的特点 3

第三节 旅游业的分类 4

一 旅游资源的分类 4

二 旅游活动内容的分类 7

第四节 中国旅游业SWOT分析 8

一 中国旅游业优势分析 8

二 中国旅游业劣势分析 9

三 中国旅游业机会分析 10

四 中国旅游业威胁分析 12

第二章 中国旅游业市场环境发展分析 13

第一章 宏观经济同旅游的关系 13

一 2006年GDP高速增长 13

二 2006年旅游占GDP的比重分析 13

三 人均GDP同旅游行业相关性分析 14

第二节 居民消费现状分析 16

一 2006年人均可支配收入分析 17

二 2006年居民恩格尔系数 17

第三章 2007年中国旅游市场现状分析 18

第一节 旅游行业规模分析 18

一 旅游行业收入变化 18

二 2010年旅游行业未来成长	19
第二节 旅游行业发展分析	20
一 2007年国内游市场规模分析	20
二 2007年入境游市场规模分析	21
三 2007年出境游市场规模分析	22
第三节 中国旅游产业竞争现状	24
一 产业竞争环境的演变	24
二 旅游产品竞争现状	24
三 旅游行业竞争模式及特点分析	24
四 资本竞争及盈利模式	25
第四节 中国旅游企业的竞争及评价	26
一 国内旅行社的竞争力评价	26
二 国内旅游饭店的竞争力评价	27
三 国内旅游景区（点）的竞争力评价	28
第五节 旅游业消费者特征分析	28
一 异地性	29
二 闲暇性	29
三 享受性	29
四 消费性	29
五 地域性	29
第六节 旅游市场需求的变化	29
一 旅游消费群体变化	30
二 旅游消费功能变化	30
三 旅游消费结构变化	30

第二篇 细分 - 酒店产业篇 31

第四章 酒店产业发展现状分析 31

第一节 2006年中国酒店业现状 31

- 一 星级饭店规模继续加速扩大 31
- 二 经济型酒店成为发展热点 31
- 三 未来酒店建设发展趋势 31
- 四 未来酒店行业面临的挑战 32

第二节 酒店行业变革的驱动因素	33
一 影响供应的变革因素	33
二 影响酒店行业需求的变革因素	33
三 影响企业经营的因素	34
第五章 中国星级酒店市场分析	34
第一节 2001 - 2006年中国星级酒店	34
一 2001 - 2006年星级酒店数量	34
二 2006年星级酒店结构分析	35
三 中国星级旅游饭店客房数量	35
四 中国星级旅游饭店客房出租率	36
五 中国星级旅游饭店营业收入分析	37
六 2007 - 2010年高星级酒店供给能力分析	38
第二节 星级品牌酒店管理市场分析	39
一 酒店管理业务空间巨大	39
二 2003 - 2006年酒店管理集团化程度	39
三 酒店管理核心竞争力分析	40
四 外资酒店管理发展现状	40
五 内资酒店管理发展现状	41
第六章 中国经济型酒店市场分析	42
第一节 经济型酒店发展历史	42
一 中国经济型酒店投资	42
二 中国经济型酒店发展阶段分析	43
第二节 中国经济性酒店供给规模分析	43
一 2006年经济性酒店的数量	43
二 2006年经济型酒店规模	44
三 2006年经济型酒店品牌	45
四 2006年经济酒店品牌增长分析	46
第三节 2006年经济型酒店消费者调研	47
一 消费者构成	47
二 消费行为分析	47
三 消费支付分析	48
四 消费者评价与选择	49

第三篇 细分 - 景区产业篇	52
第七章 景区旅游市场现状及动态分析	52
第一节 中国景区资源现状分析	52
一 中国景区资源规模	52
二 中国的世界遗产	53
三 中国5A级旅游景区分析	54
第二节 中国景区价格分析	56
一 景区价格不断上涨分析	56
二 景区涨价同游客数量关系分析	58
三 景区门票政策变化分析	59
第三节 旅游景区的竞争力分析	60
一、中国旅游市场格局的变化	60
二、旅游景区产销结构的变化	60
三、景区三力竞争理论	61
四、从产品力、销售力和形象力构建景区竞争力	61
第八章 旅游景区经营管理分析	62
第一节 景区收益链分析	62
一 基础性收益	62
二 支持性收益	63
三 延伸性收益	63
第二节 旅游景区经营模式	63
一 “政府专营”模式	63
二 租赁、承包或卖断模式	63
三 现代企业制度模式	64
第三节 旅游收入模式简析	64
一 旅游景区收入规模分析	64
二 景区收入结构	64
三 影响旅游收入的主要因素	65
第四节 景区盈利模式选择	66
一 景区产业价值链	66
二 拓宽景区产业价值链	66

三 延伸景区产业价值链 67

第五节 旅游景区投资分析 67

一 产业规模投资分析 67

二 投资主体结构分析 67

第六节 旅游业的投资方向及重点 68

一 旅游业投资历史分析 68

二 旅游业投资现状分析 69

第七节 旅游业区域投资重点分析 69

一 区域旅游投资分析 69

二 中西部旅游开发分析 69

三 东南沿海旅游市场分析 70

第四篇 细分 - 旅行社篇 71

第九章 2006-2007年中国旅行社市场分析 72

第一节 旅行社市场规模分析 72

一 旅行社的行业地位分析 72

二 旅行社分类 72

三 2006年旅行社市场规模 72

四 2006年旅行社数量分析 73

五 2006年旅行社盈利能力分析 73

六 2006年旅行社竞争格局分析 74

第二节 旅行社竞争现状分析 75

一 外资旅行社7月1日起享受国民待遇 75

二 内外资旅行社竞争开始升级 75

三 旅行社品牌竞争分析 76

第三节 旅行社产品竞争策略 76

一、市场细分是旅行社产品创新的前提 76

二、线路设计是产品创新的基础 77

三、实效推广是旅行社产品创新的必要条件 78

四、专利经营是旅行社产品创新的保障 78

五、网络化联盟是旅行社产品创新的必经之路 79

第五篇 国内行业标杆企业篇 79

第十章 酒店业重点企业分析 79

第一节 锦江国际 79

一 集团概括 79

二 下属酒店企业分析 81

三 2004 - 2007年锦江股份财务分析 82

第二节 华天集体 83

一 集团简介 83

二 华天酒店 83

三 2004 - 2007年华天酒店财务分析 84

第三节 如家快捷 85

一 企业简介 85

二 企业优势分析 85

三 如家发展重点区域 85

四 如家连锁规模分析 86

五 如家加盟盈利分析 86

第四节 锦江之星 86

一 企业简介 86

二 企业规模分析 87

三 锦江之星合作分析 87

第五节 7天 87

一 企业简介 87

二 7天酒店合作方式 88

三 7天酒店盈利收益分析 88

第十一章 旅游景区重点企业分析 89

第一节 桂林旅游 89

一 企业概括 89

二 公司组织结构 90

三 公司竞争力分析 91

四 2006 - 2007年企业经营分析 91

五 企业主营业务结构 92

第二节 黄山旅游 92

一 企业概括	92
二 2004 - 2007年企业经营分析	93
三 企业主营业务结构分析	94
第三节 华侨城 A	94
一 企业概括	94
二 2004 - 2007年企业经营分析	96
三 企业主营业务结构分析	96
第四节 丽江旅游	97
一 企业概括	97
二 2004 - 2007年企业经营分析	99
三 企业主营业务结构分析	99
四 公司竞争力分析	100
第十二章 旅行社重点企业分析	101
第一节 中国国际旅行社总社	101
一、企业概括	101
二 主营业务分析	101
第二节 中国青年旅行社总社	102
一 企业概括	102
二 2004 - 2007年企业财务分析	103
第三节 首旅股份	104
一、企业概括	104
二 2004 - 2007年财务运行分析	105

第六篇 未来行业发展趋势篇 106

第十三章 未来旅游业发展趋势分析 106

第一节 我国旅游业发展前景分析 106

一 人民币持续升值的趋势 106

二 居民收入水平不断提高 106

三 居民消费观念的转变 107

四 旅游消费层次将不断提高 107

五 旅游消费品数量将会增多 107

六 旅游消费市场将更加规范 107

七 奥运等活动将引领旅游业快速增长	107
第二节 旅游景区发展趋势分析	108
一 旅游景区市场发展趋势	108
二 旅游景区产品发展趋势	108
四 旅游景区人力资源发展趋势	108
五 旅游景区运营发展趋势	108
第三节 酒店行业发展趋势分析	109
一 集团化超级化	109
二 信息化发展趋势	110
三 国际化	111
第七篇 未来行业投资前景篇	112
第十四章 旅游业投资特性及趋势	112
第一节 旅游业投资特性分析	112
一 我国旅游业发展进入快速成长期	112
二 旅游产业资源消耗相对较小	112
三 我国的旅游业市场需求旺盛	113
四 旅游业是一个产业关联度很高的行业	113
五 我国旅游市场投资环境大大改善，出现一系列投资机会	114
六 我国旅游市场投资前景看好，投资回报较快	114
第二节 我国旅游业投资趋势分析	115
一 西部地区将成为旅游投资的重点区域	115
二 社会资本将成为旅游业的投资主体	115
三 传统领域和产品创新具有不同投资价值	116
四 可持续发展成为旅游业未来投资和发展的根本出发点	117
第十五章 产业重点投资机会分析	117
第一节 经济型酒店投资分析	117
一 经济型酒店机遇分析	117
二 经济型酒店风险分析	119
第二节 旅游景区投资特性分析	120
一 旅游景区产业结构的特点	120
二 旅游景区规模经济特性	121

三 旅游景区的进入退出壁垒 122

第三节 酒店行业投资动态分析 122

一 国有集团占据着半壁江山 122

二 国际知名品牌占据着高端市场 122

三 2006年酒店行业投资现状 123

四 外资进入重点领域分析 124

图表 1 中国旅游资源分类系统表 4

图表 2 中国旅游资源景型分级系统表 5

图表 3 2020年世界十大旅游目的地和十大客源国 11

图表 4 1994 - 2006年旅游收入占GDP的比重变化趋势图 14

图表 5 人均GDP变化同旅游行业的关系图 14

图表 6 人均GDP变化同旅游业态的关系图 14

图表 7 1994 - 2006年中国人均GDP与国内旅游人数关系图 15

图表 8 1994 - 2006年中国人均GDP与出境旅游人数关系图 16

图表 9 1978 - 2005年中国城乡人均可支配收入对比图 17

图表 10 城乡居民恩格尔系数变化趋势图 17

图表 11 1994 - 2006年中国旅游收入变化趋势图 18

图表 12 2000 - 2006年旅游收入增长率变化趋势图 18

图表 13 1994 - 2006年中国旅游收入占GDP的比重图 19

图表 14 1994 - 2008年国内旅游人数增长趋势图 20

图表 15 1994 - 2008年国内旅游收入增长趋势图 20

图表 16 1990 - 2008年中国入境游人数增长趋势图 21

图表 17 1990 - 2008年中国入境游收入增长趋势图 22

图表 18 1993 - 2007年出境游人数增长趋势图 23

图表 19 1993 - 2007年因私出境游人数增长趋势图 23

图表 20 2001 - 2006年中国星级酒店数量一览表 34

图表 21 2001 - 2006年中国星级酒店数量变化趋势图 35

图表 22 2006年中国星级酒店数量按星级分类一览表 单位：个 35

图表 23 2006年中国星级酒店数量按星级分类比率图 35

图表 24 2000年—2004年我国星级旅游饭店客房数量比较图 35

图表 25 2007年1 - 6月份上海，深圳酒店经营一览表 36

图表 26	2001 - 2005年中国星级酒店出租率一览表 %	36
图表 27	2001 - 2005年中国星级酒店出租率变化趋势图 %	36
图表 28	2001 - 2005年中国星级酒店收入一览表	37
图表 29	2001 - 2005年中国星级酒店收入变化趋势图	37
图表 30	2006年 - 2010年高星级酒店供给预测一览表	38
图表 31	2004年我国各地星级旅游饭店基本情况一览表	38
图表 32	2003 - 2006年中国酒店管理集团化变化趋势图	39
图表 33	十大外资酒店管理集团在中国的发展情况一览表（一）	40
图表 34	十大外资酒店管理集团在中国的发展情况一览表（二）	41
图表 35	国内主要酒店管理品牌一览表	41
图表 36	2004 - 2006年中国经济型酒店前十名扩张情况一览表	43
图表 37	2005中国经济型饭店市场供应前十名	44
图表 38	2000 - 2006年中国经济酒店（酒店数量及客房数）发展情况变化趋势图	44
图表 39	2006年中国住宿市场上供应量最大的前十家经济型酒店一览表	45
图表 40	2005年市场供应量最大的前十家经济型酒店一览表	45
图表 41	2006年中国经济型酒店品牌增长一览表	46
图表 42	中国经济型酒店住客分布比例图	47
图表 43	消费者对经济型酒店的满意度比率图	49
图表 44	我国主要旅游景区数量统计一览表	53
图表 45	中国世界遗产一览表	53
图表 46	国内主要景点门票价格上涨一览表	56
图表 47	沪深两市主要景观景点类上市公司门票一览表	57
图表 48	中国主要景区律羽哦人次增长一览表	59
图表 49	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	59
图表 50	不同类型旅游者旅游消费特点对比一览表	65
图表 51	2000 - 2006年旅行社行业收入及其增长趋势图	72
图表 52	2000 - 2006年中国旅行社数量及收入变化趋势图	73
图表 53	1998 - 2006年旅行社数量增长趋势图	73
图表 54	2004 - 2006年旅行社行业毛利率变化趋势图	74
图表 55	1999 - 2006年中国国际社，国内社数量变化一览表	74
图表 56	1998 - 2006年旅行社数量结构变化图	74
图表 57	锦江国家组织结构图	80

图表 58	2004 - 2007年锦江股份财务指标一览表	82
图表 59	2006年度锦江股份营业收入结构一览表	82
图表 60	2006年华天酒店营业收入结构一览表	84
图表 61	2004 - 2007年年华天酒店财务指标一览表	84
图表 62	如家酒店连锁优势一览表	85
图表 63	如家加盟盈利能力分析一览表	86
图表 64	桂林旅游股份有限公司基本信息一览表	89
图表 65	2004 - 2007年桂林旅游利润构成与盈利能力一览表	91
图表 66	2006年桂林旅游主营业务构成与盈利能力一览表	92
图表 67	黄山旅游发展股份有限公司基本信息一览表	92
图表 68	2004 - 2007年黄山旅游发展股份有限公司财务运行指标一览表	93
图表 69	2006年黄山旅游发展股份有限公司主营业务结构一览表	94
图表 70	深圳华侨城控股股份有限公司基本信息一览表	95
图表 71	2004 - 2007年深圳华侨城企业经营一览表	96
图表 72	深圳华侨城主营业务结构一览表	96
图表 73	公司组织结构图	98
图表 74	丽江旅游基本信息一览表	98
图表 75	2004 - 2007年丽江旅游企业经营指标一览表	99
图表 76	2006年丽江旅游主营业务结构一览表	99
图表 77	中青旅控股股份有限公司基本信息一览表	102
图表 78	2004 - 2007年1 - 3月中青旅控股股份有限公司财务运行指标一览表	103
图表 79	2006年中青旅控股股份有限公司主营业务一览表	103
图表 80	北京首都旅游股份有限公司基本信息一览表	104
图表 81	2004 - 2007年北京首都旅游股份有限公司财务指标一览表	105
图表 82	2006年北京首都旅游股份有限公司主营业务结构一览表	105
图表 83	2020年世界十大旅游目的地和十大客源国表	115
图表 84	2005 - 2006年中国主要地区经济型酒店房价及入住率变化图	123
图表 85	主要地区高星级酒店投资一览表	124

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/47468.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。