



艾凯咨询
ICAN Consulting

2007年中国旅游业市场分析及发展趋势研究报告

一、调研说明

《2007年中国旅游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/47480.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

内容简介

2007年12月11日之前旅游业将全面开放。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%。

2007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纸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，对我国旅游行业的供给与需求状况、各关联行业的发展状况、国际、国内旅游形势、游客的消费心理和旅游偏好等进行了分析，并重点剖析了中国旅游业的发展状况，以及面对WTO时代，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。

第一部分 国内外行业现状

第一章 全球旅游行业市场发展分析 1

第一节 全球旅游业市场分析 1

一、世界旅游业市场现状分析 1

二、世界旅游业市场的发展展望 3

第二节 世界旅游各国乡村旅游发展模式分析 6

一、乡村旅游的发展进程与发展模式 6

二、乡村旅游运行机制的国际比较 8

三、中国乡村旅游发展的现状与未来 16

第三节 国外农业旅游发展概况及借鉴 18

一、农业旅游的概念、特点及发展模式 18

二、国外农业旅游发展概况 20

三、对我国发展农业旅游的启示 23

第四节 全球在线旅游行业发展分析 26

第二章 全球各地区旅游业市场分析 30

第一节 亚太地区旅游业市场分析 30

一、亚太地区旅游业概况 30

二、新加坡旅游业 34

三、韩国旅游业 36

四、澳大利亚旅游业 38

第二节 欧洲旅游业市场分析 41

一、欧洲旅游业现状及欧洲乡村旅游 41

二、德国旅游业 44

三、法国旅游业 49

四、西班牙旅游业	51
五、瑞典旅游业	57
六、波兰旅游业	62
七、俄罗斯旅游业	76
第三节 美洲旅游业市场分析	83
一、美洲旅游业概述	83
二、美国旅游业	84
第四节 非洲旅游业市场分析	111
第三章 中国旅游业的发展现状	113
第一节 中国旅游业发展概述	113
一、近年行业发展概况	113
二、入世以来行业发展	116
三、目前行业所处周期	120
四、中国旅游标准化进程	120
第二节 中国旅游业发展现状	126
一、中国旅游业各项经济指标分析	126
二、旅游行业增长态势分析	127
三、各子行业规模情况	128
第三节 2005-2006年我国旅游业运行情况分析	132
一、2005年我国全年旅游业运行情况	132
二、2006年中国旅游业运行情况	143
第二部分 行业市场分析	
第四章 中国旅游市场分析	149
第一节 中国三大旅游市场现状	149
一、国内旅游市场分析	149
二、入境旅游市场分析	151
三、出境旅游市场分析	153
第二节 黄金周旅游市场分析	155
一、2006年“五一”黄金周旅游市场分析	155
二、2006年“十一”黄金周旅游市场分析	156

三、旅游“黄金周”的供需分析 159

第三节 旅游消费者分析 164

一、旅游者类型分析 164

二、中国大学生旅游分析 169

三、老龄人口旅游分析 175

四、中国商务旅游分析 179

第五章 中国旅游业细分行业市场分析 192

第一节 中国旅行社行业分析 192

一、全国旅行社业现状 192

二、中国旅行社行业竞争分析 201

三、中国旅行社业发展趋势分析 203

第二节 中国旅游酒店行业分析 207

一、2006中国饭店业运行分析 207

二、2006中国经济型饭店调查分析 209

三、2007年中国酒店产业发展趋势 214

第三节 中国旅游景区行业分析 220

一、全国旅游景区的现状 220

二、中国旅游景区发展趋势 222

第四节 中国交通运输行业分析 225

一、铁路运输 225

二、航空运输 230

三、公路运输 231

第六章 中国旅游业的区域比较 235

第一节 长三角区域市场比较 235

一、长三角市场总体概况 235

二、上海旅游市场分析 240

三、苏杭旅游市场分析 247

四、南京旅游市场分析 253

第二节 珠三角区域市场比较 260

一、珠三角市场总体概况 260

二、广州旅游市场分析	264
三、深圳旅游市场分析	265
第三节 环渤海区域市场比较	287
一、环渤海市场总体概况	287
二、北京旅游市场分析	288
三、天津旅游市场分析	310
第四节 中西部地区市场比较	314
一、中西部地区旅游概况	314
二、湖南旅游市场分析	318
三、四川旅游市场分析	321
四、云南旅游市场分析	323
五、西藏旅游市场分析	325
第五节 其他地区市场比较	350
一、海南旅游市场分析	350
二、东北旅游市场分析	362
三、香港旅游市场分析	364
四、澳门旅游市场分析	366

第三部分 竞争格局分析

第七章 中国旅游行业竞争分析	371
第一节 当前中国旅游行业竞争现状	371
一、当前行业竞争格局	371
二、中国日本旅游业竞争	371
三、汇率风险对国际旅游业竞争力的影响	373
四、旅游业提前开放面对外资竞争	375
第二节 2007年中国旅游业竞争态势	376
一、渠道竞争态势	376
二、技术竞争态势	377
三、价格竞争态势	377

第八章 中国旅游业领先企业分析 379

第一节 中青旅控股股份有限公司	379
-----------------	-----

一、企业概述	379
二、2006年财务分析	383
三、竞争优势	385
第二节 深圳华侨城控股股份有限公司	392
一、公司概况	392
二、2006年财务分析	394
三、最新动态	396
第三节 昆明世博园股份有限公司	399
一、公司简介	399
二、2006年财务分析	401
三、竞争优势	404
第四节 北京首都旅游股份有限公司	408
一、公司概况	408
二、2006年财务分析	412
第五节 桂林旅游股份有限公司	414
一、公司概况	414
二、2006年财务分析	416
三、发展战略	419
第六节 上海锦江国际酒店发展股份有限公司	419
一、公司概况	419
二、2006年财务分析	422
三、公司主营业务分析	424
四、公司发展战略分析	433
五、公司SWOT分析	436
第七节 峨眉山旅游股份有限公司	437
一、公司概况	437
二、2006年财务分析	440
第八节 黄山旅游发展股份有限公司	442
一、公司概况	442
二、2006年财务分析	444
三、2007年前景预测	447
第九节 丽江玉龙旅游股份有限公司	447

一、公司概况	447
二、2006年财务分析	449
第十节 西安旅游(集团)股份有限公司	452
一、公司概况	452
二、2006年财务分析	453

第四部分 行业发展趋势及投资分析

第九章 我国旅游业趋势与展望	457
第一节 中国旅游业发展趋势	457
一、行业发展进入快速增长时期	457
二、行业发展面临重大历史性机遇	458
三、各子行业发展趋势	473
第二节 2007-2010年中国旅游市场预测	475
一、旅游业在国家扩大内需中的增长空间分析	475
二、2010年中国旅游行业发展潜力预测	480
第三节 中国在线旅游分销市场发展未来	483
一、技术进步带来的变革	483
二、中国在线旅游市场	483
三、在线预订旅行产品	485
四、在线预订面临的困难和挑战	486
五、在线旅游提供个性化服务	486

第十章 旅游业投资与策略分析	487
第一节 旅游业投资环境分析	487
一、2007-2016年中国经济展望	487
二、影响中国旅游市场的深层次变化因素	488
三、外部环境和条件支持旅游产业加快发展	491
四、当前旅游产业发展过程中存在的问题	492
五、我国旅游产业的战略调整	493
第二节 中国旅游投资机会分析	495
一、中国旅游投资的现状与机遇	495
二、乡村旅游业蕴藏的机会	498

三、中国红色旅游前景广阔	503
四、城乡、中外、人与自然和谐将成旅游发展着力点	504
第三节 旅游行业投资风险分析	505
一、旅游行业对社会经济的高依托性所引致的风险	505
二、市场竞争风险	505
三、价格风险	506
四、自然条件变化的风险	506
五、进入本行业的主要障碍	506
六、影响行业发展的不利因素	506
七、恐怖事件对旅游业的影响	507
第四节 中国旅游业的投资方向和投资重点	512
第五节 旅游项目融资方式的选择	524

图表目录

图表：2006年旅客最喜爱国家排名	3
图表：我国乡村居民国内旅游基本情况	9
图表：国外乡村旅游的活动项目	12
图表：全球在线旅游企业类别	26
图表：纳斯达克上市在线旅游服务商Expedia财务情况	27
图表：在线旅游市场向上游渗透和供应商向下游渗透的市场预期图	27
图表：澳大利亚人出境旅游目的结构图	39
图表：澳大利亚人出境旅游目的地国家	40
图表：2004-2005年波兰旅游进出口情况	63
图表：2001-2005年波兰旅游总值占GDP比重情况	64
图表：2001-2007年波兰入境过夜游客年份比较	68
图表：2000-2005年波兰入境人数年份比较	69
图表：2002-2005年波兰月入境人数年份比较	69
图表：2000-2005年波兰入境人数国别年份比较	70
图表：2001-2005年波兰国际旅游外汇收入统计表	71
图表：1996-2005年波兰入境过夜游客人均消费支出年份比较	72
图表：1996-2005年波兰入境过夜游客人均日消费支出年份比较	72
图表：1995-2005年波兰境内游人数年份比较	73

图表：2003-2005年波兰境内、出境旅游人均消费年份比较	74
图表：2003-2008年美国旅游市场规模及增长率	96
图表：美国东部都市群主要城市国际旅游人数	98
图表：美国东部都市群主要城市个性组合	100
图表：美国分时度假开发商销售额增长情况	106
图表：消费者在美国分时度假村所拥有的度假单元周次	106
图表：美国分时度假行业的发展变化	107
图表：美国分时度假行业的发展现状	108
图表：1978-2005年我国入境旅游人数和旅游创汇在世界的排名	114
图表：旅游总人数重回快速增长轨道	128
图表：旅游业收入重回快速增长轨道	128
图表：A级景区日趋丰富，规模增速有所加快	129
图表：星级饭店家数、客房数增速有所回升	129
图表：星级饭店营业收入呈现高速增长	130
图表：旅行社规模增速有所下降	130
图表：旅行社收入明显回升	131
图表：2005年中国旅游业发展情况	132
图表：2005年主要城市国际旅游收入情况	133
图表：2005年国内旅游基本情况	134
图表：2005年国际旅游收入构成	134
图表：2005年各月国际旅游收入	135
图表：2005年地方国际旅游收入情况	136
图表：2005年1-12月入境旅游人数（按入境方式）	137
图表：2005年1-12月入境外国游客人数（按目的分）	138
图表：2005年1-12月地方接待情况（一）	139
图表：2005年1-12月地方接待情况（二）	140
图表：2005年1-12月主要城市接待情况（一）	141
图表：2005年1-12月主要城市接待情况（二）	142
图表：2006年报1-10月入境旅游人数（按入境方式）	143
图表：2006年报1-10月主要城市接待情况（一）	144
图表：2006年报1-10月主要城市接待情况（二）	145
图表：2006年报1-10月地方接待情况（一）	146

图表：2006年报1-10月地方接待情况（二）	147
图表：2006年1-10月途径旅游接待收汇情况	148
图表：国内旅游人数继续保持快速增长	149
图表：国内旅游收入继续保持快速增长	150
图表：黄金周旅游接待游客人数增速有所加快	150
图表：近年黄金周旅游收入增速有所加快	151
图表：入境旅游人数增速继续快速增长	151
图表：国际旅游收入继续快速增长	152
图表：出境旅游人数增速有所趋缓	154
图表：因私出境人数占总出境人数的比重继续提高	154
图表：2001-2006年“十一”黄金周接待游客增速	157
图表：2001-2006年一日游游客仍占“十一”黄金周游客总人数的主体	158
图表：历年“十一”黄金周旅游收入及其构成部分的增速变化	158
图表：历年“十一”黄金周旅游收入及其构成部分的占比变化	159
图表：中国10大商务旅游城市排名	185
图表：各主要城市商务旅游主要业务构成	186
图表：2005年度全国国际旅行社100强名单	196
图表：2005年度全国国内旅行社100强名单	198
图表：旅行社收入及其增长、占比	202
图表：旅行社数量及国内、国际旅行社增长变化	202
图表：2005中国经济型饭店市场供应前十强	210
图表：主要品牌企业市场增长情况	211
图表：历年中国公路与铁路基本建设投资额	226
图表：铁路客货运输能力瓶颈效应明显	229
图表：历年各运输方式旅客周转量趋势对比	232
图表：历年各运输方式货物周转量趋势对比	232
图表：2005年1-12月上海市接待过夜入境旅游者人数	242
图表：2005年1-12月上海市接待过夜外国人按主要客源国分	242
图表：2005年1-12月上海市旅游饭店客房平均出租率和平均房价	243
图表：2006年1-9月上海市接待过夜入境旅游者人数	243
图表：2006年1-9月上海接待过夜外国人按主要客源国分	243
图表：2006年1-9月上海旅游饭店客房平均出租率和平均房价	244

图表：2005年上海旅游星级饭店基本情况	244
图表：上海旅游星级饭店历年客房数量、床位及出租率	245
图表：2001-2005年国内旅游者来沪人数和人均消费支出	245
图表：2000-2005年苏州境外游客接待	247
图表：2000-2005年苏州旅游创汇	247
图表：2000-2005年苏州境外旅游者洲际接待	248
图表：2000-2005年苏州境外旅游者主要客源国接待	248
图表：2000-2005年苏州国内游客接待	248
图表：2000-2005年苏州国内旅游收入	249
图表：2006年1-11月苏州入境旅游情况	251
图表：“十五”期间杭州市主要旅游指标一览表（一）	252
图表：“十五”期间杭州市主要旅游指标一览表（二）	252
图表：2005年度全国重点旅游城市旅游经济指标一览	258
图表：2006年1-11月南京市接待外国人分国别情况表	258
图表：2006年1-11月南京市星级饭店接待及经营情况表	259
图表：2006年1-11月深圳市旅游主要统计指标	265
图表：2006年深圳入境游客过夜比例	266
图表：2006年深圳不同职业入境游客的过夜比例	267
图表：2006年深圳入境游客来深次数与在深过夜的情况	268
图表：2006年深圳不同旅游目的入境游客的过夜比例	268
图表：2006年深圳入境旅游者在深圳的停留时间	269
图表：2006年深圳入境游客在深停留时间段	270
图表：2006年深圳不同职业入境旅游者的停留时间	271
图表：2006年深圳不同旅游目的入境旅游者的停留时间	272
图表：2006年深圳入境旅游者在各住宿设施的停留时间	272
图表：2006年深圳入境旅游者在宾馆/饭店和私人住所住宿比例的变化	273
图表：2006年深圳不同客源地入境旅游者的住宿构成	274
图表：2006年深圳入境游客在深人均天旅游花费项目构成	274
图表：2006年深圳入境旅游者与入境一日游游客在深人均天花费	275
图表：2006年深圳旅游者在各住宿设施的住宿比例	276
图表：2006年上半年国内游客在深过夜情况	277
图表：2006年上半年游览景点的游客过夜比例	277

图表：2006年深圳不同职业国内游客在深圳旅游的过夜情况	278
图表：2006年深圳不同性别、年龄段国内游客过夜比例	278
图表：2006年深圳不同旅游目的游客在深圳旅游过夜情况	279
图表：2006年来深国内旅游者过夜天数	280
图表：2006年来深国内旅游者停留天数	281
图表：2006年不同年龄段国内旅游者在深圳人均停留时间	281
图表：2006年不同职业的国内旅游者在深圳人均停留时间	282
图表：2006年不同旅游目的旅游者在深圳停留时间情况	283
图表：2006年不同住宿设施的国内旅游者在深圳人均停留时间	283
图表：2006年不同旅游方式的国内旅游者在深圳人均停留时间	284
图表：2006年来深国内旅游者的住宿情况	284
图表：2006年省内省外旅游者住宿情况	285
图表：2006年不同旅游目的国内旅游者在深圳旅游住宿的情况	285
图表：2006年不同旅游方式的国内旅游者在深圳旅游住宿的情况	286
图表：2006年上半年国内游客来深主要所在地	287
图表：2005年12月份及全年主要客源国（地区）来京人数情况	290
图表：2006年1-10月份主要客源国（地区）来京人数情况	291
图表：1998-2005年北京国内和国际旅行社数量	292
图表：2006-2009年北京高星级酒店供应状况	294
图表：1999-2005年北京高星级酒店家数	294
图表：1999-2005年北京高星级酒店收入和利润率	295
图表：1999-2007年北京五星级酒店市场业绩	295
图表：2000-2007年北京四星级酒店市场业绩	296
图表：1995-2005年北京境外游客变化状况	296
图表：1998年至今各月北京入境游客波动状况	297
图表：1988-2004年奥运会的旅游效应	298
图表：奥运会举办国入境人次统计	298
图表：奥运前后年份之主办城市入境游客变化百分比	299
图表：奥运前后年份主办城市酒店入住率	299
图表：Sydneyoccupancyrate1999-2001	300
图表：2008年北京市星级饭店分布状况	301
图表：北京旅游潜力增长空间巨大	305

图表：2005年与2004年英国来京游客数量的比较	308
图表：西部极品旅游资源分布表	316
图表：西部地区已确认的世界级、国家级旅游资源	317
图表：云南省旅游行业总体发展目标	324
图表：进出西藏航空与铁路交通费（单程）对照表	336
图表：对“5城市居民”和“网友”的调查，旅藏交通工具的选择意向	339
图表：去过西藏游客性别、年龄及与全国国内游客比较	340
图表：去过西藏游客文化程度与全国国内游客比较	340
图表：去过西藏游客家庭月收入调查统计与全国国内游客比较	340
图表：西藏旅游人均花费	340
图表：国内游客在西藏人均停留天数比重分布抽样结果	342
图表：2004-2005年澳门主要客源市场排序	367
图表：2003-2005中青旅净利润构成	381
图表：2005年中青旅主营业务收入构成	381
图表：中青旅业务架构	382
图表：中青旅主要股东	382
图表：2006年中青旅获利能力分析	383
图表：2006年中青旅经营能力分析	383
图表：2006年中青旅偿债能力分析	383
图表：2006年中青旅资本结构分析	383
图表：2006年中青旅发展能力分析	384
图表：2006年中青旅现金流量分析	384
图表：2006年中青旅利润分配表	384
图表：1994-2005年中青旅接待游客人数增长	386
图表：1994-2005年中青旅旅行社收入增长	386
图表：中青旅旅行社业务主要资产	387
图表：1998-2005年中青旅毛利率、营业费用率及管理费用率变化	387
图表：中青旅旅行社业务运作机制	389
图表：华侨城主要股东	393
图表：2006年华侨城获利能力分析	394
图表：2006年华侨城经营能力分析	394
图表：2006年华侨城偿债能力分析	394

图表：2006年华侨城资本结构分析	395
图表：2006年华侨城发展能力分析	395
图表：2006年华侨城现金流量分析	395
图表：2006年华侨城利润分配表	395
图表：世博股份主要股东	400
图表：世博园门票收入及游客情况	401
图表：2006年世博股份获利能力分析	401
图表：2006年世博股份经营能力分析	401
图表：2006年世博股份偿债能力分析	402
图表：2006年世博股份资本结构分析	402
图表：2006年世博股份发展能力分析	402
图表：2006年世博股份现金流量分析	402
图表：2006年世博股份利润分配表	403
图表：2005年首旅股份收入结构	409
图表：2005年首旅股份成本结构	409
图表：2005年首旅股份经营利润率	410
图表：2001-2005年公司各板块主营业务收入	410
图表：2001-2005年公司各板块净利润	411
图表：首旅股份主要股东	411
图表：2006年首旅股份获利能力分析	412
图表：2006年首旅股份经营能力分析	412
图表：2006年首旅股份偿债能力分析	412
图表：2006年首旅股份资本结构分析	412
图表：2006年首旅股份发展能力分析	413
图表：2006年首旅股份现金流量分析	413
图表：2006年首旅股份利润分配表	413
图表：2005年桂林旅游收入结构	415
图表：2005年桂林旅游成本结构	416
图表：桂林旅游主要股东	416
图表：2006年桂林旅游获利能力分析	416
图表：2006年桂林旅游经营能力分析	417
图表：2006年桂林旅游偿债能力分析	417

图表：2006年桂林旅游资本结构分析	417
图表：2006年桂林旅游发展能力分析	417
图表：2006年桂林旅游现金流量分析	418
图表：2006年桂林旅游利润分配表	418
图表：锦江股份主要股东	421
图表：2006年锦江股份获利能力分析	422
图表：2006年锦江股份经营能力分析	422
图表：2006年锦江股份偿债能力分析	422
图表：2006年锦江股份资本结构分析	422
图表：2006年锦江股份发展能力分析	423
图表：2006年锦江股份现金流量分析	423
图表：2006年锦江股份利润分配表	423
图表：锦江酒店主要参股控股企业历年盈利情况	424
图表：锦江酒店自投星级酒店历年房价	425
图表：锦江酒店自投经济型酒店历年房价	425
图表：锦江酒店自投星级酒店历年出租率	426
图表：锦江酒店自投经济型酒店历年出租率	426
图表：锦江酒店自投星级酒店历年盈利	426
图表：锦江酒店管理的主要酒店名录	428
图表：锦江酒店主要投资企业历年业绩	430
图表：锦江酒店三星级以下酒店列表	434
图表：锦江国际集团SWOT与发展战略	437
图表：2005年峨眉山收入结构	438
图表：2005年峨眉山成本结构	439
图表：2004-2008年峨眉山经营利润率	439
图表：峨眉山主要股东	439
图表：2006年峨眉山获利能力分析	440
图表：2006年峨眉山经营能力分析	440
图表：2006年峨眉山偿债能力分析	440
图表：2006年峨眉山资本结构分析	441
图表：2006年峨眉山发展能力分析	441
图表：2006年峨眉山现金流量分析	441

图表：2006年峨眉山利润分配表	441
图表：2005年黄山旅游收入结构	443
图表：2005年黄山旅游成本结构	443
图表：2005年黄山旅游经营利润率	444
图表：黄山旅游主要股东	444
图表：2006年黄山旅游获利能力分析	444
图表：2006年黄山旅游经营能力分析	445
图表：2006年黄山旅游偿债能力分析	445
图表：2006年黄山旅游资本结构分析	445
图表：2006年黄山旅游发展能力分析	445
图表：2006年黄山旅游现金流量分析	446
图表：2006年黄山旅游利润分配表	446
图表：丽江旅游主要股东	448
图表：2006年丽江旅游获利能力分析	449
图表：2006年丽江旅游经营能力分析	449
图表：2006年偿债能力分析	449
图表：2006年丽江旅游资本结构分析	450
图表：2006年丽江旅游发展能力分析	450
图表：2006年丽江旅游现金流量分析	450
图表：2006年丽江旅游利润分配表	450
图表：西安旅游主要股东	452
图表：2006年西安旅游获利能力分析	453
图表：2006年西安旅游经营能力分析	453
图表：2006年西安旅游偿债能力分析	453
图表：2006年西安旅游资本结构分析	453
图表：2006年西安旅游发展能力分析	454
图表：2006年西安旅游现金流量分析	454
图表：2006年西安旅游利润分配表	454
图表：旅游行业面临的机遇图示	458
图表：城乡居民家庭恩格尔系数变化趋势	459
图表：伴随着城乡居民人均收入提高国内旅游人均消费额逐年增长	460
图表：文教娱乐等发展性和享受性消费支出增长情况	460

图表：人均GDP增长与旅游人数增长关系图示	461
图表：人均GDP增长与旅游收入增长关系图示	461
图表：未来几年中国经济和人均GDP、居民人均收入增长趋势	462
图表：2000年澳大利亚各州国内过夜旅游者市场份额变化	464
图表：澳大利亚酒店和类似住宿设施接待国内旅游者人数及其增长率	464
图表：中国假日天数与欧盟国家比较	465
图表：中国已步入老龄社会，老龄化趋势明显加快	466
图表：近年国内旅游人数占旅游总人数的比例	466
图表：各省市自治区旅游业的产业定位	468
图表：近年来旅游目的地开放速度明显加快	468
图表：通车里程是国内旅游人数一个显著的解释变量	469
图表：未来交通运输行业固定资产投资力度仍将加大	469
图表：日元升值过程中出境旅游人数变化趋势	470
图表：日元小幅升值对出境旅游人数变化的影响	470
图表：韩元升值过程中出境旅游人数变化趋势	471
图表：韩元相对小幅升值，大幅升值对出入境旅游人数的影响	471
图表：近年来出境人数，尤其是因私出境人数增速明显加快	472
图表：国内旅游人数占旅游总人数的比例	472
图表：国内旅游收入占旅游总收入的比例	473
图表：中国旅游业收入/GDP比重低于部分发达国家和地区	481
图表：中国出游率明显低于部分发达国家	481
图表：国内外主要旅游机构看好中国旅游行业	482
图表：2005年中国传统旅游规模增长率和新兴网络旅游规模增长率的对比	483
图表：2003-2010年中国互联网用户数量及增长率	484
图表：互联网常态用户比例	484
图表：旅游是最大的网络产业	485
图表：2002年-2008年中国网络旅游市场规模与预测	485

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/47480.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。