



艾凯咨询
ICAN Consulting

2005年中国旅游业市场 市场分析及 发展趋势研究报告

一、调研说明

《2005年中国旅游业市场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/47519.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

2004年我国旅游业全面恢复振兴并有突破性发展，入境游、国内游、出境游三大市场全面振兴，旅游总收入达到6840亿元，相当于全国GDP的5.01%，自此，旅游业总收入占全国GDP的比重已经连续5年稳定在5%以上。 全年全国接待入境游人数达1.09亿人次，分别比2003年和2002年增长19%和11%，接待的入境过夜游客人数居世界第四位。旅游外汇收入达257亿美元，分别比2003年和2002年增长48%和26%，跃居世界第五位。国内游市场，全年全国总出游人数达到11.02亿人次，总花费4710.71亿元，人均花费427.5元。 2005年旅游行业景气继续高涨。2005年1至2月，我国入境人数和国际旅游外汇收入再创历史新高，分别达到856万人次和42亿美元，同比分别增长14.84%和23.6%。尽管2005年政府有意通过宏观调控放缓国民经济增长速度，但我们认为，在居民可支配收入增加、休闲时间增多等预期下，未来中国旅游行业市场继续保持两位数以上的增长应是可以期待的。 本研究报告依据国家统计局、国家经贸委、中国消费者协会、中国国家旅游局、全国商业信息中心、国民经济景气监测中心、全国及海外1100多种相关报纸杂志的基础信息以及各省市相关统计单位等公布和提供的大量资料，对我国旅游业的供给与需求状况、竞争格局、消费变化等进行了分析，并对几种新型旅游业态、旅游业的发展趋势与策略、国内外著名旅游企业的经营管理、重点城市的旅游业现状与趋势等方面进行了深入探讨。是旅游经营企业以及相关企业和单位及计划投资于旅游的企业和个人等准确了解目前中国旅游市场发展动态，把握旅游行业消费现状与趋势，制定市场策略的必备的精品！

第一章 2004-2005年中国旅游业发展环境分析

第一节 2004-2005年中国旅游业宏观经济环境分析

一、2004年我国经济总体运行状况分析 二、2005年我国经济发展走势预测

第二节 中国旅游相关产业发展分析

一、国内旅行社经营情况分析 二、国内旅游饭店业发展现状分析 三、我国旅游交通发展现状分析 四、中国餐饮业发展状况分析

（一）2004年中国餐饮市场运行分析 （二）旅游餐饮业发展状况分析 五、旅游商贸业

第二章 国际旅游业发展现状及前景分析

第一节 国际旅游业发展现状分析

一、总体状况分析 二、重点地区市场发展状况分析 （一）美国市场 （二）日本市场 （三）台湾市场 （四）俄罗斯市场 （五）其他市场

第二节 国际旅游业发展前景分析

一、世界旅游业的发展前景 二、世界旅游业的变化趋势 三、国际旅游市场需求预测 （一）、世界旅游总体需求预测 （二）、各区域旅游需求预测 （三）、旅游市场特点的发展趋势

第三章 中国旅游业发展现状分析

第一节、中国旅游发展现状及旅游环境分析

第二节 中国旅游业与国际旅游强国的比较分析

一、入境旅游 二、国内旅游及旅游总收入 三、出境旅游 四、旅游住宿旅游设施 五、管理体制

第三节 中国旅游业的国际竞争力及区域对比分析

一、中国旅游业竞争力现状分析 二、国内旅游业的地区和市场格局分析 三、我国东西部地区旅游产业开发的比较分析

第四章 旅游行业

发展影响因素分析 第一节 国际形势对旅游的影响 一、战争对旅游业的影响分析 二、自然灾害对旅游的影响分析 第二节 经济和社会因素分析 一、经济发展程度决定旅游消费水平 二、生活方式变动拉动旅游消费 三、国家城市化水平决定旅游消费潜量的形成和释放 第三节 奥运对中国旅游业的影响分析 一、国际旅游业发展加快 二、旅游饭店服务管理水平提高 三、国内景区及旅游服务业建设加快 第五章 中国旅游业与WTO 一、WTO对我国旅游业的影响 二、加入WTO后，我国旅游业的对策建议 三 入世后我国旅游市场的竞争新动向 第六章 中国旅游业的发展趋势分析 第一节 旅游产业大趋势 一、旅游电子商务的趋势和市场定位 二、建设中国旅游电子商务平台 三、旅游电子商务发展的关键问题 四、西部旅游产业跨越式发展所面临的主要障碍 五、西部旅游业发展趋势及对策 六、民营资本进入景区资源 第二节 中国旅游行业发展趋势 一、现阶段我国旅游业发展存在的主要问题 二、我国旅游业中长期发展的前景预测 三、国内旅游产业的新热点 四、旅游企业加大购并重组 五、中国成为全球重要商务旅游消费市场 第三节 主题公园的特点及发展趋势 一、世界主题公园发展的主要特征及发展趋势 二、中国主题公园产业特性分析 三、中国主题公园产业存在问题 四、中国主题公园产业前景分析 第四节 中国旅游市场需求预测 第七章 2004-2005年中国旅游市场运行状况分析 第一节 2004年中国十大旅游热点分析 第二节 总体运营状况分析 一、游客接待情况分析 二、旅游业收入情况分析 第三节 中国旅游业经营情况 一、旅馆业经营情况 二、旅行社经营情况 三、旅游景区（点）经营情况 第四节 各地旅游接待情况 一、2004年地方接待情况 二、各地旅游接待情况比较分析 第五节 2005年第一季度旅游市场分析 第八章 2004年度中国重点旅游城市市场分析 第一节 上海旅游市场分析 一、游客接待情况分析 二、旅游业收入情况分析 三、企业经营分析 第二节 北京市旅游市场分析 一、游客接待情况分析 二、旅游业收入情况分析 三、企业经营分析 第三节 广州市旅游市场分析 一、全年总体情况（一）城市接待游客（二）旅游业收入情况 二、广州旅游业经营情况（一）旅馆业经营情况（二）旅行社经营情况（三）旅游景区（点）经营情况 第四节 深圳市旅游市场分析 一、深圳市旅游业总体概况 二、游客市场的特点分析 三、出境游市场迅猛增长 四、旅游企业经营分析 五、发展深圳旅游市场的对策措施 第五节 其他重点城市市场分析 第九章 2004-2005年假日旅游市场特点及发展对策 第一节 2004-2005年假日旅游基本情况 一、2004年“五一”黄金周旅游市场 二、2004年“十一”黄金周旅游市场 三、2005年春节旅游市场 第二节 假日旅游市场特点分析及应对 一、假日旅游市场特点 二、假日旅游发展存在问题 三、假日旅游发展对策 第十章 2004-2005年热点类型旅游分析 第一节 工业旅游 第二节 农业旅游 第三节 特色旅游——红色之旅 第十一章 2004-2005年旅游行业消费者分析 第一节 国内旅游消费者分析 一、城镇居民国内旅游市场分析 二、农村居民国内旅游市场分析 第二节 中国出境旅游消费者 一、出境旅游消费者分析 二、出境旅游目的地概况 三、出境旅游主要客源地 第三节 入境旅游消费者 第四节 假日

旅游满意度调查 一、消费者旅游计划情况 二、消费者对旅游时间的选择情况 三、决定旅游的关键因素 四、消费者旅游选择旅行社的主要条件 五、消费者对旅行社报价的反应 第五节 细分不同类型消费者 第十二章 旅游行业代表企业分析 第一节 中国国际旅行社总社 第二节 中国旅行社总社 第三节 中青旅控股股份有限公司 第四节 首旅集团 第五节 湖北东星旅行社 第六节 华侨城 第七节 美国运通 第八节 香港中旅集团 第九节 世界著名主题公园 一、迪斯尼乐园 二、香港海洋公园 三、日本环球影城 四、世界最大的室内迪斯尼乐园——韩国乐天世界 第十三章 旅游产业策略、投资分析 第一节 行业的投资特性分析 一、我国旅游业正步入快速成长期 二、中国旅游地位分析 三、旅游行业前景看好 四、行业的赢利性分析 五、旅游业进入壁垒和退出机制 第二节 我国主题公园发展的营销策略 一、主题公园经营成败的要素 二、中国主题公园企业取得竞争优势的要素 三、准确的细分市场 四、独特的主题创意 五、品牌的快速渗透 六、与旅行社的合作营销 七、灵活定价 八、旅游项目投资方向建议 第三节 部分重点旅游地区（城市）竞争策略 一、深圳150亿打造旅游名城 二、上海打造三个旅游圈 三、北京市国内旅游的市场战略 第四节 第四代旅游与民族文化 一、第四代旅游的产生 二、国内外民俗文化旅游开发的六种模式 三、民俗文化旅游开发的两大原则 四、民俗文化旅游开发的内容选择 第五节 旅游业极限容量及其确定 一、旅游地的“临界点”定位 二、旅游需求的定量分析方法 三、确定旅游容量的障碍 第六节 旅游产业的市场细分与定位策略 一、中国旅游业缺乏市场细分 二、市场细分的必然性 三、市场细分渗透旅游产品开发的创新 第七节 特色旅游成为旅游支柱产业 一、特色旅游市场潜力巨大 二、发展特色旅游四在理由 三、特色旅游动作区域及方式参考 部分图表目录 图表 2005年1-3月主要城市接待情况 图表 2005年1-3月地方接待情况 图表 2005年1-3月入境旅游人数（按入境方式） 图表 2005年1-3月入境旅游人数 图表 2005年1-3月入境旅游外汇收入 图表 2005年1-3月入境外国旅游者人数（按目的分） 图表 2005年1-3月入境外国旅游者人数（按年龄、性别分） 图表 2004年全国国内旅游基本情况 图表 2004年1-12月主要城市接待情况 图表 2004年1-12月地方接待情况 图表 2004年1-12月入境旅游人数（按入境方式） 图表 2004年1-12月入境旅游人数 图表 2004年1-12月入境旅游外汇收入 图表 2004年1-12月入境外国旅游者人数（按目的分） 图表 2004年1-12月入境外国旅游者人数（按年龄、性别分） 图表 2004年旅游市场基本情况 图表 2004年广州接待游客分类统计表 图表 2004年广州市接待入境游客结构变动表 图表 2004年广州市旅行社接待游客结构变化 图表 2004年广州市旅游景点（区）接待游客情况 图表 2004年全市主要宾馆经营情况 图表 2004年广州住宿业139家宾馆（酒店）主要指标 图表 2002-2004年广州市各类旅游景区（点）接待经营指标 图表 2004年广州旅行社接待游客季度分布表 图表 2004年深圳市接待旅游者人数统计表 图表 2004年深圳市接待过夜旅游者人数统计表 图表 2004年深圳市旅游业总收入、外汇收入构成 图表 2000-2004年深圳市旅游业增加值 图表 2000-2004年深圳市旅游服务业增加值构成

图表 2000-2004年深圳市接待海外游客对比表 图表 2000-2005年深圳市接待外国游客对比表 图表 2000-2004年深圳市接待过夜外国游客增长趋势图 图表 2004年来深过夜外国人前10位客源地一览表 图表 2004年度接待国内游客前10位客源地一览表 图表 2000-2005年深圳市接待过夜国内游客增长趋势图 图表 2004年深圳市“黄金周”旅游接待情况 图表 2004年深圳市纳入统计的旅游企业分布情况 图表 2004年深圳市旅游企业从业人员基本情况（单位：人） 图表 2004年深圳市酒店基本情况 图表 2004年深圳市宾馆酒店客房出租率一览表 图表 2004年深圳市宾馆酒店平均房价一览表 图表 2004年宾馆酒店营业收入构成 图表 2004年旅游企业主要经济指标（酒店） 图表 2004年宾馆酒店每间客房的年收入情况 图表 2004年深圳市酒店客房基本情况（单位：间） 图表 2004年深圳市酒店床位基本情况（单位：张） 图表 2004年深圳市旅行社主要经济指标对比表 图表 2000-2004年深圳出境游情况对比表 图表 2004年深圳旅游企业主要经济指标（旅行社） 图表 2004年各区旅游景点（区）接待游客情况表 图表 2004年接待游客和营业收入前五名的旅游景点名单 图表 2004年深圳旅游企业主要经济指标（旅游景点） 图表 2004年旅行社招徕组团游客和营业收入前十名排名表 图表 2000-2004年深圳出入境人数对比表 图表 2004年深圳入境旅客入境方式一览表 图表 2004年全国主要旅游城市统计数据 图表 2004年上海市游客接待情况 图表 2004年度上海市各区县旅行社数量排序一览表 图表 2004年度上海市旅行社经济指标 图表 2004年北京市接待海外游客情况 图表 2003年主要城市国际旅行社主要经济指标(按城市分) 图表 2004全球十大旅游胜地排行榜 图表 1994-2004年餐饮业零售额 图表 1978-2004年国际旅游外汇收入 图表 2004年国际旅游（外汇）收入构成 图表 1978-2004年中国入境旅游人数 图表 入境游客游览我国城市数目情况 图表 入境过夜游客在华住宿设施的选择情况 图表 入境游客对我国旅游服务质量的评价 图表 入境游客对我国旅游价格的评价 图表 入境游客感兴趣的旅游资源 图表 居民旅游情况 图表 旅游者旅游时间的选择 图表 决定旅游的因素 图表 选择旅游的方式 图表 游客选择旅行社的关键因素 图表 游客对旅行社服务的评价 图表 游客对旅行社价格的评价 图表 2020年世界各地旅游人数占潜在旅游总人数的比例预测

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/47519.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。