

2016-2022年中国旅游行业发展现状分析及市场供需预测报告

报告大纲

一、报告简介

华经情报网发布的《2016-2022年中国旅游行业发展现状分析及市场供需预测报告》涵盖行业最新数据，市场热点，政策规划，竞争情报，市场前景预测，投资策略等内容。更辅以大量直观的图表帮助本行业企业准确把握行业发展态势、市场商机动向、正确制定企业竞争战略和投资策略。本报告依据国家统计局、海关总署和国家信息中心等渠道发布的权威数据，以及我中心对本行业的实地调研，结合了行业所处的环境，从理论到实践、从宏观到微观等多个角度进行市场调研分析。

官网地址：<https://www.huaon.com/detail/286577.html>

报告价格：电子版: 9000元 纸介版：9000元 电子和纸介版: 9200元

订购电话: 400-700-0142 010-80392465

电子邮箱: kf@huaon.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、报告目录及图表目录

2016年一季度，全国旅行社入境游外联人次同比维持不变，接待人次下降4.94%。旅行社入境游外联人次客源国前三位依次为香港地区、韩国及台湾地区；接待人次客源国前三位依次为香港地区、台湾地区及韩国。值得注意的是，今年一季度外国人入境旅游达到622.3万人次，同比增长10.9%；外国人过夜旅游达到478.9万人次，同比增长8.6%。外国人入境游情况持续改善。

2013-2016年中国入境游接待人次（万人次）

2013-2016年入境游接待人次：外国人（万人次）

2016年一季度入境旅游外联人次排名前十位的客源地国家或地区

本研究报告数据主要采用国家统计局数据，海关总署，问卷调查数据，商务部采集数据等数据库。其中宏观经济数据主要来自国家统计局，部分行业统计数据主要来自国家统计局及市场调研数据，企业数据主要来自于国统计局规模企业统计数据库及证券交易所等，价格数据主要来自于各类市场监测数据库。

报告目录：

第1章：旅游业市场发展分析

1.1 全球旅游市场发展分析

1.1.1 全球国际旅游人数分析

1.1.2 全球国际旅游收入分析

2000-2015年我国国际旅游收入

1.1.3 全球国际旅游支出排行

1.1.4 全球领先旅游业企业发展分析

（1）美国胜腾旅游集团

1）企业发展简况

2）企业主要业务分析

3）企业市场地位分析

4）企业经营情况分析

(2) 万豪国际集团

- 1) 企业发展简况
- 2) 企业主要业务分析
- 3) 企业市场地位分析
- 4) 企业经营情况分析
- 5) 企业最新发展动向

(3) 喜达屋集团

- 1) 企业发展简况
- 2) 企业主要业务分析
- 3) 企业市场地位分析
- 4) 企业经营情况分析
- 5) 企业最新发展动向

(4) 瑞士旅业集团 (Kuoni)

- 1) 企业发展简况
- 2) 企业主要业务分析
- 3) 企业市场地位分析
- 4) 企业经营情况分析

1.2 中国国内旅游市场发展分析

1.2.1 旅游业界定

1.2.2 中国国内旅游概况

(1) 国内旅游人数

旅游行业增速平稳。2015年我国旅游行业依然维持稳健增长态势。根据国家旅游局的统计，2015年国内旅游收入达到4万亿元，同比增15%，10年CAGR高达22.43%；国际旅游收入预计达到583亿美元，同比增4%。国家旅游局数据显示，我国国内旅游、出境旅游人次和国内旅游消费、境外旅游消费均列世界第一。

2010-2015年中国国内旅游人数

(2) 国内旅游收入

2000-2015年我国国内旅游业收入

(3) 国内旅游人均花费

1.2.3 国内旅游的发展特征

- (1) 节假日旅游进一步集中
- (2) 一日游占主导地位
- (3) 观光游仍是主体

- (4) 区域旅游热点更加凸显
- 1.2.4 中国国内旅游市场发展预测
- 1.3 旅游业发展环境分析
 - 1.3.1 旅游业政策环境分析
 - (1) 国家支持旅游业发展
 - (2) 国家支持西部地区旅游业发展
 - (3) 国家扩大内需政策推动旅游市场规模扩大
 - 1.3.2 旅游业经济环境分析
 - (1) 国际经济环境分析
 - 1) 国际经济现状
 - 2) 2016年预测
 - 3) 国际经济对国内旅游业的影响
 - (2) 国内经济环境分析
 - 1) 宏观经济运行情况
 - 2) 宏观经济走势预测
 - 3) 国内经济对旅游业的影响
 - 1.3.3 旅游业社会环境分析
 - (1) 法定节假日和带薪假期实施
 - (2) 人口年龄结构
 - (3) 社会结构
- 1.4 中国入境旅游市场发展分析
 - 1.4.1 中国入境旅游概况
 - (1) 入境旅游接待人数
 - (2) 入境旅游外汇收入
 - 1.4.2 入境旅游主要特点
 - (1) 入境游客以港澳台同胞为主
 - (2) 入境外国游客以亚欧人为主
 - (3) 入境外国游客以男性为主
 - (4) 旅游目的以观光休闲和商务会议为主
 - (5) 入境游客年龄主要在25-65岁之间
 - 1.4.3 入境旅游市场发展预测
- 1.5 中国出境旅游市场发展分析
 - 1.5.1 中国出境旅游概况

从目的地分布来看，国内 1.2亿的出境游游客中有 64%去往港澳台，其中香港 4,635万人次，澳门 2,636万人次，台湾 427万人次；20%去往亚洲其他国家，包括韩国（6

11万人次)、日本(490万人次)、泰国(349万人次);7%去往欧洲、北美、澳洲,包括美国(256万人次)、俄罗斯(148万人次)、澳大利亚(98万人次)、德国(92万人次)

。

2011-2015年全国出境游人次情况

2015年出境游目的地分布

1.5.2 出境游目的地概况

- (1) 已开放的出境旅游目的地
- (2) 出境旅游中的热门目的地

1.5.3 网民出境旅游意向调查

1.5.4 出境旅游市场发展预测

1.6 中国黄金周旅游市场发展分析

1.6.1 十一黄金周旅游市场发展分析

- (1) 十一黄金周旅游人数
- (2) 十一黄金周旅游收入

1.6.2 春节黄金周旅游市场发展分析

- (1) 春节黄金周旅游人数
- (2) 春节黄金周旅游收入

1.7 中国旅游业“走出去”机遇分析

1.7.1 旅游子行业海外市场扩张现状

- (1) 旅游景区海外市场扩张现状
- (2) 酒店业海外市场扩张现状
- (3) 餐饮业海外市场扩张现状
- (4) 旅行社海外市场扩张现状

1.7.2 旅游业海外扩张存在问题

1.7.3 未来海外市场前景展望

1.7.4 行业海外扩张对策建议

1.8 高铁建设对旅游业影响分析

1.8.1 全球掀起高铁建设热潮

1.8.2 中国高铁建设情况

- (1) 高铁建设规划
- (2) 高铁建设进展

1.8.3 云贵高铁开通对旅游业的影响

1.8.4 高铁对中国旅游业影响的路径分析

- (1) 高铁的比较优势分析
- (2) 高铁对旅游业影响的国外案例分析
- (3) 高铁对中国旅游业的直接影响
- (4) 高铁对中国旅游业的间接影响

第2章：互联网+旅游解决方案深度研究与案例分析

2.1 互联网+旅游景区硬件产品分析

2.1.1 闸机系列

2.1.2 云终端系列+手持机系列

2.1.3 自助服务终端

2.1.4 其他设备

2.2 互联网+旅游景区软件产品分析

2.2.1 智慧景区

2.2.2 营销

2.2.3 安防

2.2.4 决策

2.2.5 其它

2.3 互联网+旅游目的地O2O平台架构

2.3.1 线上直销

(1) 官方电商平台

(2) 淘宝去啊

(3) 去哪儿

2.3.2 线上分销

(1) OTA

(2) MTA

(3) 团购网

2.3.3 线下分销

(1) 自助售票点

(2) 旅行社

(3) 出租车

(4) 酒店/客栈

2.3.4 移动端营销

(1) 百度直达号

(2) 微信服务号

(3) 淘宝码上游

(4) 官方微电商

2.3.5 产品中心

(1) 标准单品

(2) 组合产品

(3) 其它定制型产品景点

2.3.6 决策中心

(1) 在线客服

(2) 旅游顾问

(3) 呼叫中心

(4) 代销点

(5) 自主服务点

(6) 导购团队

2.3.7 管理中心

(1) 管理云应用

(2) 智慧管理系统

2.3.8 服务中心

(1) 移动端应用

(2) WEB端应用

(3) 指挥大屏应用

(4) 区域大数据应用

2.4 互联网+旅游公众服务支撑平台建设

2.4.1 产品服务

2.4.2 成功案例

2.4.3 分销平台

2.4.4 招商合作

2.5 政府层面的旅游平台建设

2.5.1 国家智慧旅游公共服务平台架构及定位

(1) 旅游产业运行监管平台

(2) 国家旅游大数据集成平台

(3) 多语种的旅游形象推广平台

(4) 旅游公共信息发布与资讯平台

(5) 全国景区门票预约与客流预警平台

2.5.2 各省市(自治区)智慧旅游平台建设

(1) 四川智慧旅游平台建设

(2) 江苏智慧旅游平台建设

- (3) 福建智慧旅游平台建设
- (4) 云南智慧旅游平台建设
- (5) 陕西智慧旅游平台建设
- (6) 安徽智慧旅游平台建设
- (7) 其它省市慧旅游平台建设
- 2.6 企业层面的旅游平台案例分析
 - 2.6.1 芝麻游智慧旅游分销平台
 - (1) 平台的定位与优势
 - (2) 平台的功能与架构
 - (3) 平台的产品及服务
 - (4) 平台客户及合作伙伴
 - 2.6.2 上海联通“智慧沃游”平台
 - (1) 平台的定位与优势
 - (2) 平台的功能与架构
 - (3) 平台的产品及服务
 - (4) 平台客户及合作伙伴
 - 2.6.3 互联网+”江苏智慧旅游大平台
 - (1) 平台的定位与优势
 - (2) 平台的功能与架构
 - (3) 平台的产品及服务
 - (4) 平台客户及合作伙伴
 - 2.6.4 中智云游智慧旅游平台
 - (1) 平台定位及功能
 - (2) 产品及解决方案
 - (3) 客户及合作伙伴
 - 2.6.5 票付通智慧旅游平台
 - (1) 平台定位及功能
 - (2) 平台的产品及服务
 - (3) 平台客户及合作伙伴
 - (4) 平台的应用场景分析

第3章：互联网+旅游成功案例深度解析

- 3.1 蜀冈瘦西湖风景名胜区
 - 3.1.1 互联网+智慧景区建设背景
 - 3.1.2 互联网+智慧景区创新举措

- (1) 管理方式创新
- (2) 服务内容创新
- (3) 营销模式创新
- (4) 产品设计创新
- (5) 市场推广创新
- 3.1.3 互联网+智慧景区建设效果
- 3.1.4 互联网+智慧景区经验借鉴
- 3.2 中国黄山风景名胜区
- 3.2.1 互联网+智慧景区建设背景
- 3.2.2 互联网+智慧景区创新举措
 - (1) 管理方式创新
 - (2) 服务内容创新
 - (3) 营销模式创新
 - (4) 产品设计创新
 - (5) 市场推广创新
- 3.2.3 互联网+智慧景区建设效果
- 3.2.4 互联网+智慧景区经验借鉴
- 3.3 杭州西湖风景名胜区
- 3.3.1 互联网+智慧景区建设背景
- 3.3.2 互联网+智慧景区创新举措
 - (1) 管理方式创新
 - (2) 服务内容创新
 - (3) 营销模式创新
 - (4) 产品设计创新
 - (5) 市场推广创新
- 3.3.3 互联网+智慧景区建设效果
- 3.3.4 互联网+智慧景区经验借鉴
- 3.4 寨沟风景名胜区
- 3.4.1 互联网+智慧景区建设背景
- 3.4.2 互联网+智慧景区创新举措
 - (1) 管理方式创新
 - (2) 服务内容创新
 - (3) 营销模式创新
 - (4) 产品设计创新
 - (5) 市场推广创新

3.4.3 互联网+智慧景区建设效果

3.4.4 互联网+智慧景区经验借鉴

3.5 厦门市鼓浪屿风景名胜区

3.5.1 互联网+智慧景区建设背景

3.5.2 互联网+智慧景区创新举措

(1) 管理方式创新

(2) 服务内容创新

(3) 营销模式创新

(4) 产品设计创新

(5) 市场推广创新

3.5.3 互联网+智慧景区建设效果

3.5.4 互联网+智慧景区经验借鉴

第4章：中国旅游业子行业发展分析

4.1 旅游景区发展分析

4.1.1 旅游景区基本情况

4.1.2 旅游景区数量规模

4.1.3 旅游景区经营情况

(1) 接待游客数量

(2) 营业收入规模

(3) 门票收入情况

(4) 新兴旅游景区发展情况

4.1.4 旅游景区结构特征

4.2 酒店业发展分析

4.2.1 星级酒店发展分析

(1) 星级酒店数量规模

(2) 星级酒店构成情况

(3) 星级酒店收入规模

(4) 星级酒店经营状况

(5) 重点旅游城市酒店经营情况

(6) 星级酒店运行特点总结

4.2.2 中国酒店业品牌格局

4.2.3 经济型连锁酒店发展分析

(1) 经济型酒店数量规模

(2) 经济型酒店市场规模

- (3) 经济型酒店区域分布
- (4) 经济型酒店价格分布
- (5) 经济型酒店市场格局
- 4.2.4 中国酒店业发展趋势
- 4.3 餐饮业发展分析
 - 4.3.1 餐饮业发展概况
 - 4.3.2 餐饮业集中度分析
 - 4.3.3 餐饮百强企业经营分析
 - 4.3.4 餐饮业发展趋势
- 4.4 旅行社发展分析
 - 4.4.1 旅游社发展概况
 - (1) 行业发展规模
 - (2) 行业经营状况
 - 4.4.2 旅行社业务分析
 - (1) 旅行社业务结构分析
 - (2) 入境旅游业务分析
 - (3) 国内旅游业务分析
 - (4) 出境旅游业务分析
 - 4.4.3 旅行社总体结构分析
 - (1) 旅行社区域分布
 - (2) 旅行社经营状况
 - (3) 旅行社类别分布
 - 4.4.4 旅行社行业转型分析
 - (1) 旅行社行业发展阶段
 - (2) 旅行社行业分工体系
 - (3) 旅行社行业集中度
 - (4) 旅行社行业盈利能力
 - 4.4.5 国际旅行社的发展借鉴
 - (1) 国际旅行社以“垂直分工”为主的多样化分工体系
 - (2) 欧美旅行社的一体化进程
 - (3) 国际成功旅行社“抓两头，带中间”的基本模式

第5章：中国旅游市场消费格局及业态发展分析

5.1 城乡居民旅游消费分析

5.1.1 城乡居民收入分析

- (1) 城乡居民收入情况
- (2) 居民收入与旅游消费相关性分析
- 5.1.2 城乡居民旅游消费分析
 - (1) 城乡居民出游率变化
 - (2) 城乡居民人均旅游消费情况
 - (3) 城乡居民出游目的分析
- 5.2 旅游市场消费格局
 - 5.2.1 旅游市场总体消费格局
 - (1) 旅游市场高、中、低端协同发展
 - (2) 高、中、低端旅游市场特点及细分市场情况
 - 5.2.2 高端旅游市场分析
 - (1) 度假游市场分析
 - (2) 出境旅游市场分析
 - (3) 商务会展游市场分析
 - 5.2.3 中端旅游市场分析
 - (1) 休闲度假游市场分析
 - (2) 自驾游市场分析
 - (3) 自由行市场分析
 - 5.2.4 低端旅游市场分析
- 5.3 旅游业业态发展分析
 - 5.3.1 旅游业态发展总体趋势
 - (1) 传统业态升级
 - (2) 新兴业态快速成长
 - 5.3.2 高端旅游市场业态发展分析
 - (1) 传统业态——高星级酒店发展分析
 - (2) 新兴业态——邮轮旅游发展分析
 - (3) 新兴业态——免税业发展分析
 - 5.3.3 中端旅游市场业态发展分析
 - (1) 传统业态——传统景区发展分析
 - (2) 新兴业态——自由行业务发展分析
 - (3) 新兴业态——旅游文化演艺发展分析
 - 5.3.4 低端旅游市场业态发展分析
 - (1) 传统业态——传统景区发展分析
 - (2) 新兴业态——经济型酒店发展分析

第6章：中国城市旅游发展分析

6.1 城市旅游总体状况

6.2 北京市旅游业发展分析

6.2.1 北京市旅游消费分析

(1) 北京市入境游发展情况

(2) 北京市国内游发展情况

6.2.2 北京市旅游景区发展分析

(1) 北京市旅游资源分类

(2) 北京市游客旅游消费倾向

(3) 北京市旅游资源优势分析

(4) 北京市旅游景区价格分析

(5) 北京市旅游景区经营分析

(6) 北京市城市旅游营销分析

6.2.3 北京市旅行社发展分析

6.2.4 北京市旅游业配套市场分析

(1) 北京市住宿市场分析

(2) 北京市餐饮市场分析

(3) 北京市交通情况分析

(4) 北京市旅游信息服务市场分析

(5) 北京市娱乐市场分析

6.2.5 北京市旅游市场综合评价

6.2.6 北京市旅游发展规划

6.3 上海市旅游业发展分析

6.3.1 上海市旅游消费分析

(1) 上海市游客总量及结构

(2) 上海市旅游收入及结构

6.3.2 上海市旅游景区发展分析

(1) 上海市旅游资源分类

(2) 上海市游客旅游消费倾向

(3) 上海市旅游资源优势分析

(4) 上海市旅游景区价格分析

(5) 上海市旅游景区经营分析

(6) 上海市城市旅游营销分析

6.3.3 上海市旅行社发展分析

6.3.4 上海市旅游业配套市场分析

- (1) 上海市住宿市场分析
- (2) 上海市餐饮市场分析
- (3) 上海市交通情况分析
- (4) 上海市旅游信息服务市场分析
- (5) 上海市娱乐市场分析
- 6.3.5 上海市旅游市场综合评价
- 6.3.6 上海市旅游发展规划
- 6.4 广州市旅游业发展分析
 - 6.4.1 广州市旅游消费分析
 - 6.4.2 广州旅游景区发展分析
 - (1) 广州市旅游资源分类
 - (2) 广州市游客旅游消费倾向
 - (3) 广州市旅游资源优势分析
 - (4) 广州市旅游景区价格分析
 - (5) 广州市旅游景区经营分析
 - (6) 广州市城市旅游营销分析
 - 6.4.3 广州市旅行社发展分析
 - 6.4.4 广州市旅游业配套市场分析
 - (1) 广州市住宿市场分析
 - (2) 广州市餐饮市场分析
 - (3) 广州市交通情况分析
 - (4) 广州市旅游信息服务市场分析
 - (5) 广州市娱乐市场分析
 - 6.4.5 广州市旅游市场综合评价
 - 6.4.6 广州市旅游发展规划
- 6.5 深圳市旅游业发展分析
 - 6.5.1 深圳市旅游消费分析
 - 6.5.2 深圳市旅游景区发展分析
 - (1) 深圳市旅游资源分类
 - (2) 深圳市游客旅游消费倾向
 - (3) 深圳市旅游资源优势分析
 - (4) 深圳市旅游景区价格分析
 - (5) 深圳市旅游景区经营分析
 - (6) 深圳市城市旅游营销分析
 - 6.5.3 深圳市旅游业配套市场分析

- (1) 深圳市住宿市场分析
- (2) 深圳市餐饮市场分析
- (3) 深圳市交通情况分析
- (4) 深圳市旅游信息服务市场分析
- (5) 深圳市娱乐市场分析
- 6.5.4 深圳市旅游市场综合评价
- 6.5.5 深圳市旅游发展规划
- 6.6 杭州市旅游业发展分析
 - 6.6.1 杭州市旅游消费分析
 - 6.6.2 杭州市旅游景区发展分析
 - (1) 杭州市旅游资源分类
 - (2) 杭州市游客旅游消费倾向
 - (3) 杭州市旅游资源优势分析
 - (4) 杭州市旅游景区价格分析
 - (5) 杭州市旅游景区经营分析
 - (6) 杭州市城市旅游营销分析
 - 6.6.3 杭州市旅行社发展分析
 - 6.6.4 杭州市旅游业配套市场分析
 - (1) 杭州市住宿市场分析
 - (2) 杭州市餐饮市场分析
 - (3) 杭州市交通情况分析
 - (4) 杭州市旅游信息服务市场分析
 - (5) 杭州市娱乐市场分析
 - 6.6.5 杭州市旅游市场综合评价
 - 6.6.6 杭州市旅游发展规划
- 6.7 重庆市旅游业发展分析
 - 6.7.1 重庆市旅游消费分析
 - (1) 重庆市旅游总体情况
 - (2) 国内旅游发展情况
 - (3) 入境旅游发展情况
 - 6.7.2 重庆市旅游景区发展分析
 - (1) 重庆市旅游资源分类
 - (2) 重庆市游客旅游消费倾向
 - (3) 重庆市旅游资源优势分析
 - (4) 重庆市旅游景区价格分析

- (5) 重庆市旅游景区经营分析
- (6) 重庆市城市旅游营销分析
- 6.7.3 重庆市旅行社发展分析
- 6.7.4 重庆市旅游业配套市场分析
 - (1) 重庆市住宿市场分析
 - (2) 重庆市餐饮市场分析
 - (3) 重庆市交通情况分析
 - (4) 重庆市旅游信息服务市场分析
 - (5) 重庆市娱乐市场分析
- 6.7.5 重庆市旅游市场综合评价
- 6.7.6 重庆市旅游发展规划
- 6.8 西安市旅游业发展分析
 - 6.8.1 西安市旅游消费分析
 - 6.8.2 西安市旅游景区发展分析
 - (1) 西安市旅游资源分类
 - (2) 西安市游客旅游消费倾向
 - (3) 西安市旅游资源优势分析
 - (4) 西安市旅游景区价格分析
 - (5) 西安市旅游景区经营分析
 - (6) 西安市城市旅游营销分析
 - 6.8.3 西安市旅行社发展分析
 - 6.8.4 西安市旅游业配套市场分析
 - (1) 西安市住宿市场分析
 - (2) 西安市餐饮市场分析
 - (3) 西安市交通情况分析
 - (4) 西安市旅游信息服务市场分析
 - (5) 西安市娱乐市场分析
 - 6.8.5 西安市旅游市场综合评价
 - 6.8.6 西安市旅游发展规划

第7章：中国领先旅游业企业经营分析

- 7.1 旅游业企业总体状况
- 7.2 领先旅游业企业经营分析
 - 7.2.1 中国国旅股份有限公司经营分析
 - (1) 企业发展简况分析

- (2) 主要经济指标分析
- (3) 企业盈利能力分析
- (4) 企业运营能力分析
- (5) 企业偿债能力分析
- (6) 企业发展能力分析
- (7) 企业特色服务分析
- (8) 企业销售网络分析
- (9) 企业经营状况优劣势分析
- (10) 企业经营策略及发展战略分析
- (11) 企业最新发展动向分析

7.2.2 中青旅控股股份有限公司经营分析

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 主要经济指标分析
- (3) 企业盈利能力分析
- (4) 企业运营能力分析
- (5) 企业偿债能力分析
- (6) 企业发展能力分析
- (7) 企业特色服务分析
- (8) 企业销售网络分析
- (9) 企业经营状况优劣势分析
- (10) 企业经营策略及发展战略分析
- (11) 企业最新发展动向分析

7.2.3 香港中旅国际投资有限公司经营分析

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 主要经济指标分析
- (3) 企业盈利能力分析
- (4) 企业运营能力分析
- (5) 企业偿债能力分析
- (6) 企业发展能力分析
- (7) 企业特色服务分析
- (8) 企业销售网络分析
- (9) 企业经营状况优劣势分析
- (10) 企业最新发展动向分析

7.2.4 深圳华侨城股份有限公司经营分析

- (1) 企业发展简况分析

- (2) 主要经济指标分析
- (3) 企业盈利能力分析
- (4) 企业运营能力分析
- (5) 企业偿债能力分析
- (6) 企业发展能力分析
- (7) 企业特色服务分析
- (8) 企业销售网络分析
- (9) 企业经营状况优劣势分析
- (10) 企业投资兼并与重组分析
- (11) 企业经营策略及发展战略分析
- (12) 企业最新发展动向分析

7.2.5 北京首旅酒店（集团）股份有限公司经营分析

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 主要经济指标分析
- (3) 企业盈利能力分析
- (4) 企业运营能力分析
- (5) 企业偿债能力分析
- (6) 企业发展能力分析
- (7) 企业特色服务分析
- (8) 企业销售网络分析
- (9) 企业经营状况优劣势分析
- (10) 企业投资兼并与重组分析
- (11) 企业经营策略及发展战略分析
- (12) 企业最新发展动向分析

7.2.6 黄山旅游发展股份有限公司经营分析

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 主要经济指标分析
- (3) 企业盈利能力分析
- (4) 企业运营能力分析
- (5) 企业偿债能力分析
- (6) 企业发展能力分析
- (7) 企业特色服务分析
- (8) 企业销售网络分析
- (9) 企业经营状况优劣势分析
- (10) 企业经营策略及发展战略分析

(11) 企业最新发展动向分析

7.2.7 云南旅游股份有限公司经营分析

(1) 企业发展简况分析

(2) 主要经济指标分析

(3) 企业盈利能力分析

(4) 企业运营能力分析

(5) 企业偿债能力分析

(6) 企业发展能力分析

(7) 企业特色服务分析

(8) 企业销售网络分析

(9) 企业经营状况优劣势分析

(10) 企业经营策略及发展战略分析

(11) 企业最新发展动向分析

7.2.8 峨眉山旅游股份有限公司经营分析

(1) 企业发展简况分析

(2) 主要经济指标分析

(3) 企业盈利能力分析

(4) 企业运营能力分析

(5) 企业偿债能力分析

(6) 企业发展能力分析

(7) 企业特色服务分析

(8) 企业销售网络分析

(9) 企业经营状况优劣势分析

(10) 企业投资兼并与重组分析

(11) 企业经营策略及发展战略分析

(12) 企业最新发展动向分析

7.2.9 西安旅游股份有限公司经营分析

(1) 企业发展简况分析

(2) 主要经济指标分析

(3) 企业盈利能力分析

(4) 企业运营能力分析

(5) 企业偿债能力分析

(6) 企业发展能力分析

(7) 企业销售网络分析

(8) 企业经营状况优劣势分析

(9) 企业经营策略及发展战略分析

(10) 企业最新发展动向分析

7.2.10 桂林旅游股份有限公司经营分析

(1) 企业发展简况分析

(2) 主要经济指标分析

(3) 企业盈利能力分析

(4) 企业运营能力分析

(5) 企业偿债能力分析

(6) 企业发展能力分析

(7) 企业特色服务分析

(8) 企业经营状况优劣势分析

(9) 企业经营策略及发展战略分析

(10) 企业最新发展动向分析

7.2.11 武汉三特索道集团股份有限公司经营分析

(1) 企业发展简况分析

(2) 主要经济指标分析

(3) 企业盈利能力分析

(4) 企业运营能力分析

(5) 企业偿债能力分析

(6) 企业发展能力分析

(7) 企业特色服务分析

(8) 企业销售网络分析

(9) 企业经营状况优劣势分析

(10) 企业投资兼并与重组分析

(11) 企业经营策略及发展战略分析

(12) 企业最新发展动向分析

7.2.12 北京京西风光旅游开发股份有限公司经营分析

(1) 企业发展简况分析

(2) 主要经济指标分析

(3) 企业盈利能力分析

(4) 企业运营能力分析

(5) 企业偿债能力分析

(6) 企业发展能力分析

(7) 企业销售网络分析

(8) 企业经营状况优劣势分析

(9) 企业经营策略及发展战略分析

(10) 企业最新发展动向分析

7.2.13 丽江玉龙旅游股份有限公司经营分析

(1) 企业发展简况分析

(2) 主要经济指标分析

(3) 企业盈利能力分析

(4) 企业运营能力分析

(5) 企业偿债能力分析

(6) 企业发展能力分析

(7) 企业特色服务分析

(8) 企业经营状况优劣势分析

(9) 企业投资兼并与重组分析

(10) 企业经营策略及发展战略分析

(11) 企业最新发展动向分析

7.2.14 大连圣亚旅游控股股份有限公司经营分析

(1) 企业发展简况分析

(2) 主要经济指标分析

(3) 企业盈利能力分析

(4) 企业运营能力分析

(5) 企业偿债能力分析

(6) 企业发展能力分析

(7) 企业特色服务分析

(8) 企业销售网络分析

(9) 企业经营状况优劣势分析

(10) 企业投资兼并与重组分析

(11) 企业最新发展动向分析

7.2.15 张家界旅游集团股份有限公司经营分析

(1) 企业发展简况分析

(2) 主要经济指标分析

(3) 企业盈利能力分析

(4) 企业运营能力分析

(5) 企业偿债能力分析

(6) 企业发展能力分析

(7) 企业销售网络分析

(8) 企业经营状况优劣势分析

(9) 企业最新发展动向分析

7.2.16 西藏旅游股份有限公司经营分析

(1) 企业发展简况分析

(2) 主要经济指标分析

(3) 企业盈利能力分析

(4) 企业运营能力分析

(5) 企业偿债能力分析

(6) 企业发展能力分析

(7) 企业经营状况优劣势分析

(8) 企业经营策略及发展战略分析

(9) 企业最新发展动向分析

7.2.17 杭州宋城旅游发展股份有限公司经营分析

(1) 企业发展简况分析

(2) 主要经济指标分析

(3) 企业盈利能力分析

(4) 企业运营能力分析

(5) 企业偿债能力分析

(6) 企业发展能力分析

(7) 企业组织架构分析

(8) 企业特色服务分析

(9) 企业销售网络分析

(10) 企业经营状况优劣势分析

(11) 企业投资兼并与重组分析

(12) 企业经营策略及发展战略分析

(13) 企业最新发展动向分析

7.2.18 重庆新世纪游轮股份有限公司经营分析

(1) 企业发展简况分析

(2) 主要经济指标分析

(3) 企业盈利能力分析

(4) 企业运营能力分析

(5) 企业偿债能力分析

(6) 企业发展能力分析

(7) 企业组织架构分析

(8) 企业特色服务分析

(9) 企业销售网络分析

- (10) 企业经营状况优劣势分析
- (11) 企业经营策略及发展战略分析
- (12) 企业最新发展动向分析

7.2.19 安徽九华山旅游发展股份有限公司经营分析

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业经营情况分析
- (3) 企业采购模式分析
- (4) 企业生产模式分析
- (5) 企业销售模式分析
- (6) 企业特色服务分析
- (7) 企业销售网络分析
- (8) 企业经营状况优劣势分析
- (9) 企业经营策略及发展战略分析

7.2.20 国旅联合股份有限公司经营分析

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 主要经济指标分析
- (3) 企业盈利能力分析
- (4) 企业运营能力分析
- (5) 企业偿债能力分析
- (6) 企业发展能力分析
- (7) 企业特色服务分析
- (8) 企业经营状况优劣势分析
- (9) 企业投资兼并与重组分析
- (10) 企业经营策略及发展战略分析
- (11) 企业最新发展动向分析

7.2.21 华天酒店集团股份有限公司经营分析

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 主要经济指标分析
- (3) 企业盈利能力分析
- (4) 企业运营能力分析
- (5) 企业偿债能力分析
- (6) 企业发展能力分析
- (7) 企业销售网络分析
- (8) 企业经营状况优劣势分析
- (9) 企业经营策略及发展战略分析

(10) 企业最新发展动向分析

7.2.22 中科云网科技集团股份有限公司经营分析

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 主要经济指标分析
- (3) 企业盈利能力分析
- (4) 企业运营能力分析
- (5) 企业偿债能力分析
- (6) 企业发展能力分析
- (7) 企业特色服务分析
- (8) 企业销售网络分析
- (9) 企业经营状况优劣势分析
- (10) 企业投资兼并与重组分析
- (11) 企业经营策略及发展战略分析
- (12) 企业最新发展动向分析

7.2.23 金陵饭店股份有限公司经营分析

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 主要经济指标分析
- (3) 企业盈利能力分析
- (4) 企业运营能力分析
- (5) 企业偿债能力分析
- (6) 企业发展能力分析
- (7) 企业销售网络分析
- (8) 企业经营状况优劣势分析
- (9) 企业投资兼并与重组分析
- (10) 企业经营策略及发展战略分析
- (11) 企业最新发展动向分析

7.2.24 广州市东方宾馆股份有限公司经营分析

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 主要经济指标分析
- (3) 企业盈利能力分析
- (4) 企业运营能力分析
- (5) 企业偿债能力分析
- (6) 企业发展能力分析
- (7) 企业特色服务分析
- (8) 企业经营状况优劣势分析

(9) 企业经营策略及发展战略分析

(10) 企业最新发展动向分析

7.2.25 深圳新都酒店股份有限公司经营分析

(1) 企业发展简况分析

(2) 主要经济指标分析

(3) 企业盈利能力分析

(4) 企业运营能力分析

(5) 企业偿债能力分析

(6) 企业发展能力分析

(7) 企业经营状况优劣势分析

(8) 企业最新发展动向分析

7.2.26 如家酒店集团经营分析

(1) 企业发展简况分析

(2) 主要经济指标分析

1) 利润分析

2) 资产负债分析

3) 现金流量分析

4) 主要指标分析

(3) 企业特色服务分析

(4) 企业销售网络分析

(5) 企业经营状况优劣势分析

(6) 企业投资兼并与重组分析

(7) 企业最新发展动向分析

7.2.27 上海锦江国际酒店发展股份有限公司经营分析

(1) 企业发展简况分析

(2) 主要经济指标分析

(3) 企业盈利能力分析

(4) 企业运营能力分析

(5) 企业偿债能力分析

(6) 企业发展能力分析

(7) 企业特色服务分析

(8) 企业销售网络分析

(9) 企业经营状况优劣势分析

(10) 企业经营策略及发展战略分析

(11) 企业最新发展动向分析

7.2.28 7天连锁酒店集团经营分析

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 主要经济指标分析
 - 1) 利润分析
 - 2) 资产负债分析
 - 3) 现金流量分析
 - 4) 主要指标分析
- (3) 企业特色服务分析
- (4) 企业销售网络分析
- (5) 企业经营状况优劣势分析
- (6) 企业投资兼并与重组分析
- (7) 企业最新发展动向分析

7.2.29 北部湾旅游股份有限公司经营分析

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 主要经济指标分析
- (3) 企业盈利能力分析
- (4) 企业运营能力分析
- (5) 企业偿债能力分析
- (6) 企业发展能力分析
- (7) 企业特色服务分析
- (8) 企业销售网络分析
- (9) 企业经营状况优劣势分析
- (10) 企业经营策略及发展战略分析
- (11) 企业最新发展动向分析

第8章：中国旅游业投资前景与趋势

8.1 旅游产业融合投资前景

8.1.1 旅游产业融合概述

8.1.2 文化旅游产业融合投资前景

- (1) 政策支持力度分析
- (2) 文化旅游投资项目成功案例调研
 - 1) 宋城股份——“千古情”系列
 - 2) 中青旅——乌镇水乡文化
- (3) 文化旅游项目投资区域分析

8.1.3 购物休闲游产业融合投资前景

- (1) 我国居民旅游消费中购物消费倾向
- (2) 免税购物休闲游投资前景
- 8.1.4 其他旅游产业融合投资前景
 - (1) 会展旅游投资前景
 - (2) 健康养生旅游投资前景
- 8.2 影响未来几年旅游市场发展的重要因素
 - 8.2.1 低端劳动力收入水平快速上升
 - 8.2.2 高铁网络逐步贯通
 - 8.2.3 中西部景区旅游政策支持
 - 8.2.4 人民币趋势性升值
- 8.3 2016-2022年旅游业发展前景预测
 - 8.3.1 旅游业景气度高增长
 - (1) 旅游人数将加速增长
 - (2) 人均旅游花费将持续增长
 - (3) 居民旅游消费倾向将提升
 - 8.3.2 二三线景区及中档酒店发展前景更好
 - 8.3.3 中西部旅游成长性优于东部
- 8.4 互联网+旅游行业市场前景及投资机会分析
 - 8.4.1 中国互联网+旅游行业发展趋势及前景
 - (1) 中国互联网+旅游行业发展机遇剖析
 - (2) 中国互联网+旅游行业发展瓶颈剖析
 - (3) 中国互联网+旅游行业市场前景预测
 - 8.4.2 中国互联网+旅游行业发展趋势及前景
 - (1) 中国互联网+旅游行业投资机会
 - (2) 中国互联网+旅游行业投资建议
- 8.5 旅游业投资建议
 - 8.5.1 旅游业新投资机会
 - (1) 旅游移动互联网
 - (2) 出境旅游
 - (3) 旅游市场散客化
 - 8.5.2 区域旅游投资机会分析
 - (1) 红色旅游区
 - (2) “大香格里拉”旅游区
 - (3) 关中-天水经济区
 - (4) 海南国人离岛免税

(5) 云贵旅游区

8.5.3 旅游业子行业投资分析

(1) 景区经营

(2) 酒店经营

(3) 旅行社

8.5.4 旅游业重点关注企业

(1) 携程旅行网

(2) 腾邦国际

(3) 万达集团

(4) 欣欣旅游网

(5) 阿里巴巴“去啊”

(6) 中国国旅

(7) 首旅股份

(8) 黄山旅游

(9) 峨眉山旅游

(10) 桂林旅游

(11) 西藏旅游

1) 国家5A级旅游景区名单

图表目录：

图表1：全球国际旅游人数变化情况（单位：亿人次，%）

图表2：全球旅游收入增幅TOP5排行（单位：%）

图表3：全球旅游支出增幅TOP6排行（单位：%）

图表4：喜达屋集团经营情况分析（单位：亿美元，%）

图表5：中国国内旅游人数增长情况（单位：亿人次，%）

图表6：中国国内旅游收入增长情况（单位：亿元，%）

图表7：中国国内旅游人均花费及增长率（单位：元，%）

图表8：2016-2022年中国国内旅游人数预测（单位：亿人次，%）

图表9：2016-2022年中国国内旅游收入预测（单位：亿元，%）

图表10：各旅游区的规划及政策研究

图表11：2015年发达经济体增长情况（单位：%）

图表12：2015年主要新兴经济体增长情况（单位：%）

图表13：2015年世界银行和IMF对于世界主要经济体的预测（单位：%）

图表14：2005-2015年中国国内生产总值及其增长速度（单位：亿元，%）

图表15：2016-2022年中国经济预测（单位：%）

图表16：中国GDP增速与旅游行业总收入增速对比图（单位：%）

图表17：中国法定节假日安排

图表18：中国人口年龄结构表（单位：万人，%）

图表19：中国人口年龄结构图（单位：%）

图表20：中国人口年龄结构变化趋势（单位：%）

图表21：中国目前“金字塔型”社会结构具体表现

图表22：2015年中国入境旅游接待人数（单位：万人次，%）

图表23：2015年中国入境旅游外汇收入（单位：亿美元，%）

图表24：2015年中国入境旅游客源结构（单位：%）

图表25：2015年中国入境旅游主要客源市场情况（单位：%）

图表26：2015年入境旅游外国人性别结构（单位：%）

图表27：2015年外国人入境旅游目的（单位：%）

图表28：2015年入境旅游外国人年龄结构（单位：%）

图表29：2004-2015年中国出境旅游人数走势图（单位：万人次，%）

图表30：网民关注的出境旅游区域排行（单位：亿）

图表31：网民关注的出境旅游国家（地区）排行（单位：万）

图表32：是否有境外旅游计划（包括商务出差和留学）（单位：%）

图表33：打算去旅游的国家（单位：%）

图表34：出境旅游的主要目的调查（单位：%）

图表35：计划利用哪些假期进行境外旅行（单位：%）

图表36：对以下哪些境外主题旅游感兴趣（单位：%）

图表37：如果去境外旅游会选择哪种旅游方式（单位：%）

图表38：如果准备境外自助或半自助旅行时会选择哪种住宿方式（单位：%）

图表39：在选择旅行社时最关注的因素调查（单位：%）

图表40：个人境外旅游预算调查（单位：%）

图表41：“十一”黄金周旅游人数及增长率（单位：万人次，%）

图表42：“十一”黄金周旅游收入及增长率（单位：亿元，%）

图表43：春节黄金周旅游人数及增长率（单位：万人次，%）

图表44：春节黄金周旅游收入及增长率（单位：亿元，%）

图表45：世界高速铁路发展历程

图表46：高速铁路网（至2020年）

图表47：中国高铁客运专线“四纵四横”规划方案

图表48：四纵四横高铁及后续高铁网示意图

图表49：中国已有和在建的高铁

图表50：世界主要高铁国家的运营时速对比（单位：公里/小时）

图表51：主要交通方式速度对比（单位：公里/小时）

图表52：国内主要高铁线路运行情况分析（单位：人次，%）

图表53：主要交通工具性价比对比分析

图表54：日本新干线示意图

图表55：日本山阳新干线开通后沿线旅客增长明显（单位：千人次）

图表56：日本山阳新干线开通后沿线主要旅游目的地外地游客增长情况（单位：千人次）

图表57：法国TGV高铁网络图

图表58：从巴黎出发乘坐TGV所需时间

图表59：自1981年以来TGV累计乘客量

图表60：自1981年以来TGV年度乘客量

图表61：“五一”小长假旅游市场数据（单位：万人次，亿元，%）

图表62：高铁民航高速优势比较

图表63：高铁通车为区域旅游合作提供良好契机

图表64：四川智慧旅游平台建设情况分析

图表65：江苏智慧旅游平台建设情况分析

图表66：福建智慧旅游平台建设情况分析

图表67：云南智慧旅游平台建设情况分析

图表68：陕西智慧旅游平台建设情况分析

图表69：安徽智慧旅游平台建设情况分析

图表70：芝麻游智慧旅游分销平台发展基本情况

图表71：芝麻游智慧旅游分销平台的定位与优势

图表72：芝麻游智慧旅游分销平台的功能与架构

图表73：芝麻游智慧旅游分销平台的产品及服务

图表74：蜀冈瘦西湖风景名胜区互联网+智慧景区建设背景

图表75：蜀冈瘦西湖风景名胜区管理方式创新情况分析

图表76：蜀冈瘦西湖风景名胜区服务内容创新情况分析

图表77：蜀冈瘦西湖风景名胜区营销模式创新情况分析

图表78：蜀冈瘦西湖风景名胜区产品设计创新情况分析

图表79：蜀冈瘦西湖风景名胜区市场推广创新情况分析

图表80：蜀冈瘦西湖风景名胜区互联网+智慧景区建设效果

图表81：蜀冈瘦西湖风景名胜区互联网+智慧景区经验借鉴

图表82：中国旅游景区分类情况

图表83：中国旅游景区构成情况（单位：家，%）

图表84：中国星级酒店数及增速（单位：家，%）

图表85：中国星级酒店类型结构（单位：%）

- 图表86：中国星级酒店营业收入及增速（单位：亿元，%）
- 图表87：全国星级饭店经营情况表（按星级分）（单位：元，%）
- 图表88：全国星级饭店经营情况平均指标表（按星级分）（单位：家，元/间夜，%，元/间）
- 图表89：重点旅游城市星级饭店平均房价前10名情况表（按星级分）（单位：元/间夜）
- 图表90：重点旅游城市星级饭店平均出租率前10名情况表（按星级分）（单位：%）
- 图表91：重点旅游城市同比增长前10名（单位：%）
- 图表92：重点旅游城市同比下降前10名（单位：%）
- 图表93：国内酒店品牌排名
- 图表94：中国经济型酒店门店数量及预测（单位：家，%）
- 图表95：2012-2015年中国经济型酒店市场规模（单位：亿元，%）
- 图表96：经济型酒店客房数城市份额（单位：%）
- 图表97：中国经济型酒店产品结构（单位：%）
- 图表98：经济型酒店门店数前10名（按客房数排名）（单位：间，家）
- 图表99：我国酒店行业发展趋势
- 图表100：中国住宿和餐饮业零售额、GDP、社会消费品零售总额增速比较（单位：%）
- 图表101：中国住宿和餐饮业零售额占社会消费品零售总额比重（单位：%）
- 图表102：百强餐饮业营业额情况（单位：亿元，%）
- 图表103：餐饮百强企业营业额占全社会住宿餐饮业营业额的比重（单位：%）
- 图表104：餐饮百强企业按营业额划分情况（单位：亿元，个）
- 图表105：我国餐饮行业发展趋势
- 图表106：旅行社数量规模及增长情况（单位：家，%）
- 图表107：全国旅行社财务状况表（单位：千元，人）
- 图表108：中国旅行社经营情况（单位：亿元，%）
- 图表109：三大旅游市场人次情况比较（单位：%）
- 图表110：三大旅游市场人天情况比较（单位：%）
- 图表111：接待入境旅游人次排名前十位的客源地国家或地区情况（单位：%）
- 图表112：外联入境旅游人次排名前十位的客源地国家或地区情况（单位：%）
- 图表113：旅行社入境游毛利率（单位：%）
- 图表114：组织国内旅游人次排名前十位的地区情况（单位：%）
- 图表115：接待国内旅游人次排名前十位的地区情况（单位：%）
- 图表116：旅行社国内游毛利率（单位：%）
- 图表117：组织出境旅游人次排名前十位的目的地国家或地区情况（单位：%）
- 图表118：旅行社出境游毛利率（单位：%）
- 图表119：中国旅行社行业的历史发展阶段

图表120：旅行社垂直分工体系

图表121：垂直分工体系下旅行社的经营模式

图表122：旅行社水平分工体系

图表123：旅行社行业集中度变化（一）（单位：%）

图表124：旅行社行业集中度变化（二）（单位：%）

图表125：中国旅行社收入结构（单位：%）

图表126：中国旅行社毛利率对比（单位：%）

图表127：国际旅行社分工体系

图表128：欧美旅行社行业的发展历程

图表129：欧美旅行社行业一体化进程的主要表现

图表130：欧美旅行社国际一体化案例

图表131：日本JTB、美国罗森布鲁斯公司、美国运通公司的发展模式

图表132：国际成功旅行社的基本模式

图表133：我国城镇居民人均可支配收入及其变化趋势（单位：元，%）

图表134：我国农村居民人均纯收入及其变化趋势（单位：元，%）

图表135：1999年以来国内旅游收入增速与名义GDP增速的关系图（单位：%）

图表136：1994年以来人均GDP与居民出游率相关性（单位：元，次）

图表137：近年人均GDP与居民出游率的线性拟合图（单位：元，次）

图表138：中国城镇和农村居民出游率变化（单位：次/年）

详细请访问：<https://www.huaon.com/detail/286577.html>