

2011-2015年中国旅游行业 市场供需分析与投资前景研究报告

报告目录及图表目录

博思数据研究中心编制

www.bosidata.com

报告报价

《2011-2015年中国旅游行业市场供需分析与投资前景研究报告》信息及时，资料详实，指导性强，具有独家，独到，独特的优势。旨在帮助客户掌握区域经济趋势，获得优质客户信息，准确、全面、迅速了解目前行业发展动向，从而提升工作效率和效果，是把握企业战略发展定位不可或缺的重要决策依据。

官方网站浏览地址：<http://www.bosidata.com/lyyou1107/W3504374J6.html>

【报告价格】纸介版6500元 电子版6800元 纸介+电子7000元

【出版日期】2011-07-22

【交付方式】Email电子版/特快专递

【订购电话】全国统一客服务热线：400-700-3630(免长话费) 010-57272732/57190630

博思数据研究中心

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。

说明、目录、图表目录

博思数据研究中心 <http://www.bosidata.com>

报告说明:

博思数据研究中心发布的《2011-2015年中国旅游行业市场供需分析与投资前景研究报告》共二十二章。首先介绍了旅游行业相关概述、中国旅游产业运行环境等，接着分析了中国旅游行业的现状，然后介绍了中国旅游行业竞争格局。随后，报告对中国旅游行业做了重点企业经营状况分析，最后分析了中国旅游产业发展前景与投资预测。您若想对旅游产业有个系统的了解或者想投资旅游行业，本报告是您不可或缺的重要工具。

随着因特网的发展，计算机技术的不断成熟，旅游网站纷纷落户。旅游这个行业近年来在网络上大力发展，旅游网经这些年的发展后已多如牛毛，旅游网站的发展也日趋成熟。开发特色旅游是前言在激烈的市场竞争中立足的根本。

第一章 旅游业相关概述

第一节 旅游产业简述

- 一、旅游业产业链透析
- 二、旅游类型的划分
- 三、旅游资源

第二节 旅游产业的特征

- 一、综合性
- 二、关联性
- 三、敏感性
- 四、季节性

第三节 旅游产业在国民经济中的地位

- 一、世界旅游业已成为全球经济的重要组成部分
- 二、旅游业已成为中国经济发展的先导部门
- 三、旅游业成为中国的支柱产业

第二章 2010-2011年中国旅游业相关行业运行透析

第一节 酒店业

- 一、中国星级饭店数据回顾
- 二、特许业新规实施带动酒店业连锁洗牌

三、重点旅游城市酒店业运行动态分析

四、酒店业是旅游产业中系统组合与资源配置的基础力量

五、旅游业增长促进酒店业收入大幅提升

第二节 餐饮业

一、中国餐饮业的发展特点

二、中国餐饮业销售额增长逾千倍

三、2010年住宿餐饮零售状况

四、餐饮连锁瓜分旅游市场的营销创新手段分析

五、中国餐饮业的发展走向

第三节 会展产业

一、会展业与旅游业的关系

二、中国会展旅游的现状与功能分析

三、会展旅游发展路径研究

第四节 交通业

一、中国交通运输完成情况概述

二、交通运输是经济发展的前提

三、区域交通网络对旅游业的影响与发展策略

四、区域旅游交通的需求预测

第三章 2010-2011年中国旅游业整体运行形势透析

第一节 2010-2011年国际旅游业运行总况

一、世界旅游业发展步伐持续加快

二、绿色旅游成为亮点

三、世界旅游业动态分析

1、撒哈拉以南非洲国家带动世界旅游业增长

2、受甲型H1N1流感影响，美国泰国旅游业急剧降温

3、墨西哥旅游业受流感重创

第二节 2010-2011年中国旅游业运行综述

一、中国旅游业发展的特点

二、中国旅游业进入快速发展时期

三、旅游业与环境的发展关系

四、旅游环境承载力研究分析

五、中国旅游业转型与产业政策选择分析

六、中国旅游业关键经济数据分析

第三节 2010-2011年中国旅游业重点区域市场动态分析

一、大连全年拟建设旅游项目102个

二、北京进一步规范旅游市场

三、新疆暴力事件对当地旅游带来冲击

第四节 2010-2011年中国旅游资源开发中的经济学分析

一、旅游资源开发作为产品的经济学特征

二、旅游资源开发的效率机制

三、旅游资源开发中政府的合理定位

第五节 2010-2011年中国旅游业面临的挑战与策略应对

一、经济增长下行冲击旅游业

二、中国旅游资源的产权问题分析

三、应构建中国现代旅游资源产权制度

四、中国旅游业持续发展需注意的问题

第四章 2010-2011年中国入境旅游市场运行透析

第一节 2010-2011年中国入境旅游的产业地位探讨

一、入境旅游概述

二、从国民经济角度分析入境旅游的产业地位

三、从旅游业角度分析入境旅游的产业地位

四、提高中国入境旅游产业地位的建议分析

第二节 2008-2010年中国入境游数据统计分析

一、中国入境旅游接待收汇情况

二、中国入境旅游主要客源市场情况

三、中国入境游主要城市接待情况

四、中国入境游地区接待情况

五、来华旅游入境人数统计

第三节 2010-2011年中国入境旅游消费结构状况的分析

一、入境过夜旅游消费者旅游消费概述

二、入境过夜旅游者旅游消费结构的现状

三、影响旅游消费结构的因素分析

第四节 未来中国入境旅游市场的发展趋势与建议

一、2015年中国将成为全球第一大入境旅游接待国

二、提高中国入境旅游行业竞争力的建议

三、开拓入境旅游市场的建议

第五章 2010-2011年中国生态旅游业运行形势透析

第一节 生态旅游的相关概述

一、生态旅游的特点

二、生态旅游的内涵与经济意义分析

三、生态旅游与传统旅游的差异

四、生态旅游得以发展的原因

第二节 2010-2011年中国生态旅游的运行概况

一、生态旅游成为一种新的旅游观

二、对中国生态旅游的理论研究与实践

三、中国生态旅游要拒绝人工化

四、有中国特色的生态旅游发展道路探索

第三节 2010-2011年中国西部地区的生态旅游业运行分析

一、西部地区的生态旅游及其可持续发展

二、西部生态旅游发展中农村社区就业与旅游收入分配的研究

三、西部生态旅游模式与融资分析

第四节 2010-2011年中国生态旅游区建设驱动机制分析

一、生态旅游区建设驱动机制概述

二、生态旅游区建设的制约因素分析

三、生态旅游区建设驱动—制约机制

四、生态旅游区建设驱动机制的优化策略

第五节 2010-2011年中国生态旅游面临的问题透析

一、生态旅游面临的困境

二、中国生态旅游实践中的问题

三、生态旅游存在的误区分析

四、生态旅游被泛化或曲解

第六节 2010-2011年中国生态旅游发展建议与规划分析

一、中国发展生态旅游的建议

- 二、加强生态旅游区环境管理的途径
- 三、生态旅游的可持续发展的对策
- 四、生态旅游的发展与规划

第六章 2010-2011年中国黄金周旅游业运行分析

第一节 2010-2011年中国黄金周旅游现状

- 一、黄金周旅游拉动消费十分明显
- 二、取消“五一”黄金周的影响分析
- 三、2010年中国“十一”黄金周旅游市场消费情况分析
- 四、2011年春节黄金周旅游收入情况

第二节 2011年“春节”黄金周各省市旅游业动态分析

- 一、广西
- 二、云南
- 三、深圳
- 四、成都
- 五、陕西

第三节 2010-2011年中国黄金周旅游市场面临的问题分析

- 一、黄金周末扎堆出行成首要难题
- 二、黄金周旅游压力大
- 三、黄金周旅游亟须走出“低价竞争”误区
- 四、黄金周旅游的主要问题

第四节 2010-2011年中国黄金周旅游的建议与启示

- 一、黄金周旅游两种现象要注意
- 二、把握黄金周旅游的新趋向
- 三、中国实行黄金周的启示

第七章 2010-2011年中国红色旅游业动态分析

第一节 红色旅游相关概述

- 一、红色旅游意义与涵盖
- 二、红色旅游资源的特点
- 三、红色浪潮的掀起
- 四、红色旅游的社会价值分析

第二节 2010-2011年中国红色旅游运行总况

- 一、中国涌现红色旅游潮
- 二、中国红色旅游保持健康发展
- 三、《红色旅游发展规划纲要》出台后成绩显著
- 四、全国红色旅游工作已全面展开

第三节 2010-2011年中国部分省市红色旅游产业分析

- 一、红色旅游拉动湖南产业大发展
- 二、陕西红色旅游的可持续发展探讨
- 三、江西红色旅游发展的战略分析
- 四、井冈山红色旅游的发展研究
- 五、河北省红色旅游的发展探讨

第四节 2010-2011年中国红色旅游的问题分析

- 一、红色旅游缺乏严肃
- 二、红色旅游景区存在的问题
- 三、中国红色旅游发展面临障碍

第五节 2010-2011年中国发展红色旅游的策略与建议

- 一、打造红色旅游品牌推动红色旅游发展
- 二、老区建设与“红色旅游”事业相互促进
- 三、以社区旅游模式来推动红色旅游和谐发展
- 四、红色旅游需可持续发展

第八章 2010-2011年中国温泉旅游市场研究

第一节 温泉的相关概述

- 一、温泉文化的起源及变迁
- 二、温泉的主要类型
- 三、温泉的成因与疗效
- 四、温泉旅游基本构成条件分析

第二节 2010-2011年中国各地温泉业来运行分析

- 一、贵州
- 二、临沂
- 三、常州
- 四、四川

第三节 2010-2011年中国温泉旅游运行综述

- 一、温泉旅游成为朝阳产业中的朝阳
- 二、温泉旅游形成跨地域发展新格局
- 三、中国温泉企业进入品牌竞争时代
- 四、温泉旅游期待全国性标准的出台

第四节 2010-2011年国内外各地名泉浅析

- 一、全球十个城市的别致温泉
- 二、中国十大温泉度假区
- 三、“赤城”关外第一泉
- 四、北京昌平小汤山温泉旅游度假区

第五节 广东温泉旅游业发展分析

- 一、广东温泉旅游业年收入过百亿
- 二、广东温泉旅游应以品牌为核心推动发展
- 三、广东温泉旅游应以文化为切入点走特色经营道路
- 四、广东温泉旅游向国际化迈进的对策

第六节 温泉旅游项目成功的关键要素

- 一、温泉发展变化
- 二、市场
- 三、定位
- 四、产品

第九章 2010-2011年中国旅游小城镇新格局透析

第一节 2010-2011年国外旅游小城镇的发展模式

- 一、澳大利亚郊区城市群体发展模式
- 二、英国郊区城市群体发展模式
- 三、美国小城镇的管理体制概述
- 四、世界小城镇发展的经验借鉴

第二节 2010-2011年中国各城市旅游小城镇综述

- 一、桂林涌现一批主题旅游城镇
- 二、陕西小城镇发展探讨
- 三、西乌旗将打造草原生态旅游城镇
- 四、渝北区统景镇将建旅游城镇

五、云南旅游小镇的开发与建设

第三节 2010-2011年中国旅游小城镇建设与生态学研究

一、旅游小城镇的优势和特色中的生态学内容

二、小城镇的生态现状不容乐观

三、小城镇生态建设的措施

第四节 2010-2011年中国旅游小城镇热点问题探讨

一、中国小城镇发展制度上的制约因素

二、中国小城镇发展局面亟需突破

第五节 2010-2011年中国旅游小城镇的出路方向

一、小城镇旅游风景点的发展规划

二、加速小城镇的建设与发展

三、应突出都市休闲旅游特色

四、努力推进生态型城镇建设进程

第十章 2010-2011年主题公园在中国发展形势分析

第一节 世界主题公园的发展历程与趋势分析

一、世界主题公园的产生

二、主题公园的世界性普及

三、亚洲主题园的发展

四、世界著名主题公园的经营管理模式分析

五、世界主题公园发展的主要特征及发展方向

第二节 2010-2011年中国典型主题公园比较

一、中国主题公园的经营模式概述

二、苏州乐园的成功之道分析

三、深圳主题公园成功的经验

四、主题公园上市公司比较

第三节 2010-2011年主题公园发展的营销策略

一、准确的细分市场

二、独特的主题创意

三、品牌的快速渗透

四、与旅行社的合作营销

五、灵活定价

第四节 未来中国旅游项目投资方向建议

- 一、准确的主题选择
- 二、恰当的园址选择
- 三、主题公园选址实例分析

第十一章 2010-2011年中国奖励旅游业动态分析

第一节 2010-2011年中国奖励旅游业概述

- 一、奖励旅游意义涵盖
- 二、奖励旅游市场的特点
- 三、亚洲奖励旅游市场备受青睐

第二节 2010-2011年中国发展奖励旅游热点问题探讨

- 一、客户企业对奖励旅游重视不够
- 二、奖励旅游产品日趋大众化
- 三、税收政策的影响

第三节 2010-2011年中国发展奖励旅游的对策与建议

- 一、政府应采取扶持政策
- 二、旅游企业应采取创新战略
- 三、客户企业应注重奖励旅游的激励性
- 四、奖励旅游与拓展培训相结合

第四节 2010-2011年中国企业发展奖励旅游的分析

- 一、奖励旅游在现代企业管理的重要作用
- 二、奖励旅游作为奖励手段的特点
- 三、国内企业奖励旅游存在的问题
- 四、在企业中推广奖励旅游的策略

第十二章 2010-2011年中国其他其它旅游业运行分析

第一节 工业旅游

- 一、在中国工业旅游成为新时尚
- 二、中国工业旅游现状与发展
- 三、中国工业旅游的特点与开发模式
- 四、长三角区域工业旅游运行形势分析
- 五、中国发展工业旅游的思考

第二节 农业旅游

- 一、农业旅游是中国旅游业的新亮点
- 二、中国农业旅游的发展意义
- 三、国内农业旅游市场需求旺盛
- 四、西部地区发展农业旅游分析
- 五、高科技农业生态旅游的潜力巨大
- 六、促进中国农业旅游发展的途径

第三节 科技旅游

- 一、科技旅游成为旅游业新热点
- 二、科技旅游开发的意义分析
- 三、国外科技旅游的种类与特点分析
- 四、中国科技旅游的现状与存在的问题
- 五、中国科技旅游开发的策略分析

第四节 自驾车旅游

- 一、自驾车旅游概述
- 二、中国自驾车旅游的市场特点
- 三、国内自驾车旅游的现状与存在的问题
- 四、中国自驾车旅游的发展建议分析

第十三章 2010-2011年旅游业市场细分与消费者分析

第一节 旅游业的市场细分

- 一、中国旅游业缺乏市场细分
- 二、市场细分满足了旅游消费者的消费需求
- 三、旅游产品开发的创新也要求市场细分

第二节 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模式
- 三、民俗文化旅游开发的原则
- 四、民俗文化旅游开发的内容选择

第三节 旅游消费者类型分析

- 一、观光型旅游者
- 二、娱乐消遣型旅游者

- 三、度假保健型旅游者
- 四、文化教育型旅游者
- 五、宗教型旅游者
- 六、寻根、探亲、访友型旅游者
- 七、购物型旅游者
- 八、商务 / 公务型旅游者
- 九、生态 / 探险型旅游者

第四节 游客的旅游地选择与购买决策模型分析

- 一、游客的旅游地选择与决策的过程
- 二、影响游客的旅游地选择与决策的主要因素
- 三、案例分析

第五节 旅游需求的定量分析方法

- 一、高峰期需求测定
- 二、空间面积来度量拥挤程度
- 三、限度评估法
- 四、摄像与问卷结合法

第六节 影响城市居民国内旅游需求的因素

- 一、城市居民旅游需求概述
- 二、城市居民国内旅游需求影响因素指标的选择
- 三、城市居民国内旅游需求影响因素的量化研究

第十四章 2010-2011年中国旅游产业的电子运用以及网络构建研究

第一节 电子信息技术在中国旅游业的发展探讨

- 一、旅游电子商务概述
- 二、电子信息技术在旅游业中的运用
- 三、电子信息技术在旅游业的运用现状分析
- 四、电子信息技术在国内旅游业的发展态势

第二节 中国旅游网站建设现状与构建要素分析

- 一、中国旅游网站发展概况
- 二、一般构建要素
- 三、特殊构建要素

第三节 长三角旅游网络发展途径分析

- 一、发展目标的提出
- 二、长三角旅游城市的网络化发展路径
- 三、长三角旅游市场的网络化发展途径
- 四、长三角旅游产业网络化的发展途径
- 五、长三角旅游企业网络化发展的整合手段
- 第四节 中美旅游电子商务比较分析及未来展望
- 一、美国旅游电子商务发展现状
- 二、中国旅游电子商务网站的建设
- 三、中美旅游电子商务的比较分析
- 四、中国旅游电子商务市场展望

第十五章 2010-2011年中国旅游业竞争态势分析

第一节 2010-2011年中国旅游业的国际竞争力分析

- 一、中国旅游国际竞争力的整体水平概述
- 二、中国旅游业参与国际竞争的优势分析
- 三、中国旅游业参与国际竞争的劣势分析

第二节 2010-2011年中国旅游业市场竞争概况

- 一、中国旅游业产业竞争力的现状分析
- 二、中国旅游市场价格竞争过度
- 三、旅游市场进入个性化竞争时代
- 四、旅游业对外放开旅行社步入品牌竞争时代
- 五、中国在线旅游业群雄争霸

第三节 2010-2011年旅游业的人才竞争探讨

- 一、旅游业人才竞争的层次
- 二、旅游业人才竞争的特点
- 三、旅游业人才竞争策略

第四节 2010-2011年中国旅游业的竞争战略

- 一、中国内资旅行社的市场竞争战略
- 二、旅游文化是中国旅游业参与国际竞争的关键
- 三、价格在内地旅游最具竞争力
- 四、应增强旅游业和企业的竞争力
- 五、科技成为旅游业未来的竞争力

第十六章 2010-2011年中国旅游类上市公司企业运行关键性财力数据分析

第一节 中青旅控股股份有限公司

- 一、企业概况
- 二、企业主要经济指标分析
- 三、企业盈利能力分析
- 四、企业偿债能力分析
- 五、企业运营能力分析
- 六、企业成长能力分析

第二节 北京首都旅游股份有限公司

- 一、企业概况
- 二、企业主要经济指标分析
- 三、企业盈利能力分析
- 四、企业偿债能力分析
- 五、企业运营能力分析
- 六、企业成长能力分析

第三节 上海锦江国际旅游股份有限公司

- 一、企业概况
- 二、企业主要经济指标分析
- 三、企业盈利能力分析
- 四、企业偿债能力分析
- 五、企业运营能力分析
- 六、企业成长能力分析

第四节 黄山旅游发展股份有限公司

- 一、企业概况
- 二、企业主要经济指标分析
- 三、企业盈利能力分析
- 四、企业偿债能力分析
- 五、企业运营能力分析
- 六、企业成长能力分析

第五节 峨眉山旅游股份有限公司

- 一、企业概况
- 二、企业主要经济指标分析

三、企业盈利能力分析

四、企业偿债能力分析

五、企业运营能力分析

六、企业成长能力分析

第六节 国旅联合股份有限公司

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业盈利能力分析

四、企业偿债能力分析

五、企业运营能力分析

六、企业成长能力分析

第七节 丽江玉龙旅游股份有限公司

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业盈利能力分析

四、企业偿债能力分析

五、企业运营能力分析

六、企业成长能力分析

第八节 桂林旅游股份有限公司

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业盈利能力分析

四、企业偿债能力分析

五、企业运营能力分析

六、企业成长能力分析

第九节 略……

第十七章 2010-2011年国内重点区域旅游资源阐述

第一节 2010-2011年中国主要地区的旅游资源

一、西南市场

二、华东市场

三、东北市场

四、华南市场

五、华北市场

第二节 2010-2011年国内典型旅游景点分析

一、历史文化类

二、海滨旅游区

三、自然风景游览区

第三节 2010-2011年其他个性景点分析

一、杭州未来世界

二、深圳微缩景区——锦绣中华

三、丰都鬼文化主题乐园

第十八章 2010-2011年中国旅游业的产业链构成及价值研究

第一节 2010-2011年中国旅游产业链概述

一、旅游产业链内涵

二、旅游产业链上各群体利益相连

三、简析会展旅游产业链

四、网络旅游市场增长产业链趋于成熟

五、探析区域合作旅游产业链的知识整合

六、旅游产业链各体需协调发展

第二节 2010-2011年中国各区域大力打造旅游产业链

一、张家界面对挑战延伸旅游产业链

二、烟台旅游深化产业链打造旅游集散地

三、河北张家口拓展冰雪旅游产业链

四、浙江舟山欲借传统帆船赛拓展旅游系列产业链

五、澳门博彩旅游业亟需不断深化产业链

第三节 2010-2011年中国商旅产业链解析及进入模式探究

一、商务旅游概述

二、商务旅游市场需求

三、商务旅游的供给

四、商务旅游市场的竞争

五、进入商旅市场的切入点及盈利模式剖析

第四节 2010-2011年中国优化中部地区旅游产业链的思路

一、旅游产业链的特征

二、旅游产业链存在的问题及成因

三、打造旅游产业链的路径选择

第五节 2010-2011年中国旅游产业链发展的问题及对策

一、国内旅游产业链发展存在的不足

二、构建旅游产业链的政策措施

三、旅游产业链发展的建议

四、构建旅游产业链的思路

第十九章 2010-2011年中国旅游业的商业模式解析

第一节 2010-2011年中国旅游业的商业模式概述

一、旅游供给模式

二、旅游商业形态

三、旅游产业组织

第二节 2010-2011年中国网络旅游市场的商业模式研究

一、解析中国邮政网络旅游运作的商业模式

二、我国在线旅游市场亟需商业模式的创新

三、旅游企业需关注网络旅游新商业运作模式

第三节 2010-2011年周庄旅游业商业模式的创新探究

一、商业冲动与文化底蕴的完美交融

二、水乡情结下商业价值与文化期待的艰难平衡

三、未来商业模式的创新与品牌价值的重塑

第四节 2010-2011年中国主题公园市场化的商业运作模式解析

一、国内外主题公园的SWOT分析

二、中国主题公园的盈利模式

三、主题公园市场化运作的商业设计步骤

第五节 2010-2011年中国景区的商业模式设计分析

一、景区的商业模式

二、景区商业模式设计存在的弊端

第二十章 2010-2011年中国旅游业的信息化新进展

第一节 信息化对旅游产业发展的意义

- 一、旅游业是信息密集型产业
- 二、信息化保持旅游业可持续发展
- 三、实现旅游经营管理现代化的重要途径
- 四、拓展了现代旅游业的市场化国际化功能

第二节 2010-2011年中国旅游业信息化程度分析

- 一、我国旅游业信息化建设情况
- 二、信息化激活旅游产业电子商务尤为突显
- 三、我国旅游信息化受风投青睐
- 四、旅游业信息化促使行业发展升级
- 五、我国旅游业信息化亟需进一步提升
- 六、旅游业信息化服务发展的制约因素

第三节 解析国内旅游产业信息化的服务需求

- 一、个性化旅游需要信息咨询服务
- 二、旅游电子商务亟需综合服务平台
- 三、联盟化经营需要大网络支持

第四节 2010-2011年中国各地区旅游信息化建设情况分析

- 一、广西北海加快旅游信息化步伐
- 二、四川将加速推动旅游业信息化建设
- 三、打造旅游信息化示范区粤北旅游将飞速发展
- 四、福建省旅游业信息化建设提速发展
- 五、西藏旅游热助推信息化建设步伐
- 六、山东长岛旅游业将迈入信息化时代

第五节 2010-2011年中国旅游相关行业的信息化建设分析

- 一、海南牵手电信推进旅游业信息化建设
- 二、天津移动为旅游业发展提供助力
- 三、安徽移动提速旅游信息化建设
- 四、Mapbar与51766合作优化旅游服务
- 五、浙江电信将加速旅游信息化建设发展
- 六、甘肃省电信助力旅游业信息化建设发展

第六节 2010-2011年中国旅游行业信息化发展对策

- 一、加快我国旅游业信息化发展的策略
- 二、打造旅游强国需要信息化的支撑

三、旅游企业信息化服务模式探究

第二十一章 2010-2011年中国旅游业的投资战略研究

第一节 2010-2011年中国旅游业投资环境分析

- 一、“国民休闲计划”提振旅游业信心
- 二、四川省新政强势注入振兴旅游业
- 三、国际金融危机下旅游业的发展契机
- 四、甲型H1N1流感对中国旅游业的影响研究

第二节 2010-2011年中国旅游业投资特性分析

- 一、旅游业投资的特点分析
- 二、行业的赢利性分析
- 三、中国发展旅游产业基金面临的问题与风险
- 四、旅游业进入壁垒和退出机制

第三节 2010-2011年中国旅游投资现状分析

- 一、中国旅游业投资进入增长高峰期
- 二、外资加快投资中国旅游业
- 三、民营资本争相投向旅游产业
- 四、休闲度假产品成为旅游业投资新热点

第四节 2011-2015年中国旅游业投资建议及方向

- 一、中国旅游业的投资建议
- 二、中国旅游业的投资方向和投资重点
- 三、全国旅游投资势头不减

第二十二章 2011-2015年中国旅游业前景展望与趋势预测

第一节 2011-2015年国际旅游业的发展前景

- 一、未来国际旅游市场的发展特征分析
- 二、世界旅游业的发展空间巨大
- 三、未来五年世界旅游业的发展新走向
- 四、全球蜜月旅游市场的前景诱人

第二节 2011-2015年中国旅游业前景预测分析

- 一、中国旅游业两大潜力市场亟待挖掘
- 二、2011-2015年中国出境旅游业发展预测

三、中国旅游发展趋势研究

四、中国旅游业发展的新走向

第三节 2011-2015年中国旅游市场的发展趋势探析

一、中国旅游市场趋势瞻望

二、现代中国旅游市场需求的发展趋势

三、中国旅游服务的文化趋势

图表目录：（部分）

图表：中国旅游业总收入与国内生产总值一览

图表：旅游业总收入占GDP比重趋势图

图表：旅游行业总收入逐年增长情况一览表

图表：2007年中国星级酒店构成情况

图表：中国餐饮业百强企业（前10位）

图表：澳大利亚国际入境游客的增长图

图表：主要的交通运输方式对比

图表：中国各种交通运输方式增长情况

图表：五种旅游交通工具的选用情况比较

图表：区域旅游交通需求预测流程图

图表：使用水平与影响之间关系

图表：中国旅游产业发展规模

图表：中国入境旅游人数和旅游收入的世界排名

图表：历年来各地区国际旅游外汇收入

图表：历年来各地区接待入境旅游人数

图表：历年来国内旅游情况

图表：16个主要客源国2007年的入境旅游人数和增长情况

图表：2007年各省、自治区、直辖市入境旅游接待与收入情况

图表：2007年主要城市入境旅游接待与收入情况

图表：边际社会收益、边际社会成本、边际私人收益曲线

图表：边际社会成本、边际私人成本、边际私人收益曲线

图表：旅游资源的需求与供给曲线

图表：历年来入境旅游对GDP的贡献率

图表：历年来入境旅游对全社会就业的贡献率

图表：近年入境旅游的外汇收入构成

图表：入境过夜旅游者的消费支出的构成

图表：旅游-自然旅游-生态旅游之关系示意图

图表：传统旅游与生态旅游的目标区别

图表：传统旅游与生态旅游管理方式的区别

图表：传统旅游与生态旅游正面影响的区别

图表：传统旅游与生态旅游负面影响的区别

图表：西部生态旅游的三元网络结构

图表：生态旅游区建设驱动-制约机制模型

图表：温泉旅游的基本构件

图表：温泉旅游体验曲线

图表：日本环球影城入场券种类与价格

图表：欧洲，美国，日本主题公园的比较

图表：中国主题公园按主题类别划分

图表：三家主题公园上市公司基本情况比较

图表：三家企业股东背景比较

图表：三家企业异同点比较

图表：三家企业竞争优势比较

图表：游客的旅游地选择与决策模型

图表：都市白领对香港旅游的选择与购买决策过程

图表：城市居民旅游需求影响因子分析表

图表：城市居民国内旅游情况统计

图表：城市居民出游率、旅游人均花费与影响因素的灰色关联度分析

图表：旅游城市网络化发展的阶段性特征

图表：长江三角洲旅游城市网络化发展路径的意见

图表：长三角旅游产业集群纵向网络化

图表：长三角旅游产业集群横向网络化

图表：市场形势、层级形势与网络形势的企业组织比较

图表：旅游企业市场交换与网络交换对比

图表：旅游电子商务未来发展趋势

图表：中青旅控股股份有限公司主要经济指标走势图

图表：中青旅控股股份有限公司经营收入走势图

图表：中青旅控股股份有限公司盈利指标走势图

图表：中青旅控股股份有限公司负债情况图

图表：中青旅控股股份有限公司负债指标走势图

图表：中青旅控股股份有限公司运营能力指标走势图

图表：中青旅控股股份有限公司成长能力指标走势图

图表：北京首都旅游股份有限公司主要经济指标走势图

图表：北京首都旅游股份有限公司经营收入走势图

图表：北京首都旅游股份有限公司盈利指标走势图

图表：北京首都旅游股份有限公司负债情况图

图表：北京首都旅游股份有限公司负债指标走势图

图表：北京首都旅游股份有限公司运营能力指标走势图

图表：北京首都旅游股份有限公司成长能力指标走势图

图表：上海锦江国际旅游股份有限公司主要经济指标走势图

图表：上海锦江国际旅游股份有限公司经营收入走势图

图表：上海锦江国际旅游股份有限公司盈利指标走势图

图表：上海锦江国际旅游股份有限公司负债情况图

图表：上海锦江国际旅游股份有限公司负债指标走势图

图表：上海锦江国际旅游股份有限公司运营能力指标走势图

图表：上海锦江国际旅游股份有限公司成长能力指标走势图

图表：黄山旅游发展股份有限公司主要经济指标走势图

图表：黄山旅游发展股份有限公司经营收入走势图

图表：黄山旅游发展股份有限公司盈利指标走势图

图表：黄山旅游发展股份有限公司负债情况图

图表：黄山旅游发展股份有限公司负债指标走势图

图表：黄山旅游发展股份有限公司运营能力指标走势图

图表：黄山旅游发展股份有限公司成长能力指标走势图

图表：峨眉山旅游股份有限公司主要经济指标走势图

图表：峨眉山旅游股份有限公司经营收入走势图

图表：峨眉山旅游股份有限公司盈利指标走势图

图表：峨眉山旅游股份有限公司负债情况图

图表：峨眉山旅游股份有限公司负债指标走势图

图表：峨眉山旅游股份有限公司运营能力指标走势图

图表：峨眉山旅游股份有限公司成长能力指标走势图

图表：国旅联合股份有限公司主要经济指标走势图

图表：国旅联合股份有限公司经营收入走势图

图表：国旅联合股份有限公司盈利指标走势图

图表：国旅联合股份有限公司负债情况图

图表：国旅联合股份有限公司负债指标走势图

图表：国旅联合股份有限公司运营能力指标走势图

图表：国旅联合股份有限公司成长能力指标走势图

图表：丽江玉龙旅游股份有限公司主要经济指标走势图

图表：丽江玉龙旅游股份有限公司经营收入走势图

图表：丽江玉龙旅游股份有限公司盈利指标走势图

图表：丽江玉龙旅游股份有限公司负债情况图

图表：丽江玉龙旅游股份有限公司负债指标走势图

图表：丽江玉龙旅游股份有限公司运营能力指标走势图

图表：丽江玉龙旅游股份有限公司成长能力指标走势图

图表：桂林旅游股份有限公司主要经济指标走势图

图表：桂林旅游股份有限公司经营收入走势图

图表：桂林旅游股份有限公司盈利指标走势图

图表：桂林旅游股份有限公司负债情况图

图表：桂林旅游股份有限公司负债指标走势图

图表：桂林旅游股份有限公司运营能力指标走势图

图表：桂林旅游股份有限公司成长能力指标走势图

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。

详细请访问：<http://www.bosidata.com/lvyou1107/W3504374J6.html>