中国旅游行业最佳商业模式分析与开发策略报告

目 录

CONTENTS

第1章：旅游行业发展的背景与阶段
1.1 旅游行业发展现状
1.1.1 中国国内旅游市场发展现状
（1）国内旅游人数
（2）国内旅游收入
（3）国内旅游人均花费
1.1.2 中国入境旅游市场发展现状
（1）入境旅游接待人数
（2）入境旅游外汇收入
（3）入境旅游客源情况
（4）入境旅游过夜游客数
1.1.3 中国黄金周旅游市场发展现状
（1）“十一”黄金周旅游市场发展分析
（2）春节黄金周旅游市场发展分析
1.2 旅游行业发展环境
1.2.1 旅游行业政策环境分析
（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
1.2.2 旅游行业经济环境分析
（1）国际经济环境分析
1）国际宏观经济运行情况
2）国际宏观经济走势预测
3）国际经济对国内旅游业的影响
（2）国内经济环境分析
1）国内宏观经济运行情况
2）国内宏观经济走势预测
3）国内经济对旅游业的影响
1.2.3 旅游行业消费环境分析
（1）居民收入情况
（2）消费品零售市场分析
（3）居民消费性支出分析
（4）消费结构升级
1.2.4 旅游行业社会环境分析
（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
1.2.5 中国旅游行业发展机遇与威胁分析
第2章：互联网+旅游建设模式深度解析
2.1 互联网+旅游景区硬件建设模式分析
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+旅游景区软件产品模式分析
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平台架构模式分析

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）导服团队
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模式分析
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
第3章：中国“互联网+旅游”平台建设模式与典型案例分析
3.1 政府层面的“互联网+旅游”平台建设
3.1.1 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
3.1.2 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
3.2 企业层面的“互联网+旅游”平台案例分析

3.2.1 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
3.2.2 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
3.2.3 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
3.2.4 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
3.2.5 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4章：旅游主题社区商业模式分析
4.1 旅游主题社区模式特征与分类
4.1.1 旅游主题社区属性特征
（1）旅游主题社区属性
（2）旅游主题社区特征
4.1.2 旅游主题社区模式分类
（1）自建型模式
（2）依托型模式
（3）伴生型模式
4.2 自建型旅游主题社区模式典型案例分析
4.2.1 自建型旅游主题社区模式概述
（1）自建型旅游主题社区演变历程
（2）自建型旅游主题社区发展模式
4.2.2 北京华侨城商业模式分析
（1）北京华侨城简介
（2）北京华侨城的发展商
（3）北京华侨城经营情况
（4）北京华侨城建设经验
4.2.3 西安曲江新区商业模式分析
（1）西安曲江新区简介
（2）西安曲江新区的发展商
（3）西安曲江新区经营情况
（4）西安曲江新区建设经验
4.2.4 三亚凤凰水城商业模式分析
（1）三亚凤凰水城简介
（2）三亚凤凰水城的发展商
（3）三亚凤凰水城经营情况
（4）三亚凤凰水城建设经验
4.3 依托型旅游主题社区模式典型案例分析
4.3.1 依托型旅游主题社区模式概述
4.3.2 广州南湖国家级旅游度假区生态社区商业模式分析
（1）广州南湖国家级旅游度假区简介
（2）广州南湖国家级旅游度假区经营情况
（3）广州南湖国家级旅游度假区建设经验
4.4 伴生型旅游主题社区模式典型案例分析

4.4.1 伴生型旅游主题社区模式概述
4.4.2 广州祈福新村商业模式分析
（1）广州祈福新村简介
（2）广州祈福新村的发展商
（3）广州祈福新村经营情况
（4）广州祈福新村建设经验
4.4.3 平遥古城商业模式分析
（1）平遥古城简介
（2）平遥古城的发展商
（3）平遥古城经营情况
（4）平遥古城建设经验
4.4.4 丽江古城商业模式分析
（1）丽江古城简介
（2）丽江古城的发展商
（3）丽江古城经营情况
（4）丽江古城建设经验
4.4.5 北京高碑店国际民俗旅游文化村商业模式分析
（1）北京高碑店国际民俗旅游文化村简介
（2）北京高碑店国际民俗旅游文化村的发展商
（3）北京高碑店国际民俗旅游文化村经营情况
（4）北京高碑店国际民俗旅游文化村建设经验
4.5 中国企业旅游主题社区模式运作策略
4.5.1 旅游主题社区三种模式对比分析
（1）自建型旅游主题社区
1）建设时序
2）位置环境
3）优劣势
4）发展前景
（2）依托型旅游主题社区
1）建设时序
2）位置环境
3）优劣势
4）发展前景
（3）伴生型旅游主题社区
1）建设时序
2）位置环境
3）优劣势
4）发展前景
4.5.2 中国企业旅游主题社区模式运作策略
（1）社区发展布局策略
（2）项目设计开发策略
（3）社区生活环境策略
（4）配套设施建设策略
（5）社区文化品位策略
4.6 城郊型社区旅游开发模式分析
4.6.1 城郊型社区界定与分类
（1）城郊型社区界定
（2）城郊型社区分类
4.6.2 城郊型社区旅游开发成功模式分析
（1）海南省琼海市博鳌镇南强村开发模式分析
1）社区概况
2）经营情况
3）成功经验
（2）贵州省平坝县天龙镇天龙村开发模式分析
1）社区概况
2）经营情况
3）成功经验
（3）四川省成都市郫县友爱镇农科村开发模式分析
1）社区概况

2）经营情况
3）成功经验
（4）河北省邢台县前南峪村开发模式分析
1）社区概况
2）经营情况
3）成功经验
4.6.3 城郊型社区旅游开发成功模式经验总结
（1）投资模式总结
（2）经营管理模式总结
（3）旅游产品模式总结
4.6.4 不同类型下城郊型社区合适的旅游开发模式分析
（1）旅游投资模式
（2）经营管理模式
1）经营管理
2）市场定位
（3）旅游产品体系
1）旅游开发方向
2）旅游产品策划
4.6.5 城郊型社区旅游开发模式实证研究——以武汉木兰旅游区为例
（1）木兰旅游区及其典型社区概况
（2）木兰典型社区旅游开发现状与适宜开发模式对比研究
（3）木兰典型社区旅游开发建议
第5章：旅游综合体商业模式分析
5.1 旅游综合体开发模式的界定与特征
5.1.1 旅游综合体开发模式的界定
（1）业界研究
（2）本文界定
5.1.2 旅游综合体开发模式的特征
（1）综合性突出，休闲产品多样
（2）以旅游休闲功能为主导，休闲地产产品为核心
（3）多元混合性突出，服务品质高
（4）政府参与主导，资金依赖性强
5.2 旅游综合体开发模式典型案例分析
5.2.1 以娱乐功能为核心的旅游综合体开发模式
（1）模式开发特征
（2）模式开发战略
（3）典型案例分析——日本东京迪斯尼乐园
1）模式简图
2）经营情况
3）经营优势分析
4）建设经验
5.2.2 以休闲度假功能为核心的旅游综合体开发模式
（1）模式开发特征
（2）模式开发战略
（3）典型案例分析——珠海海泉湾度假城
1）模式简图
2）经营情况
3）经营优势分析
4）建设经验
5.2.3 以综合购物功能为核心的旅游综合体开发模式
（1）模式开发特征
（2）模式开发战略
（3）典型案例分析——杭州大厦
1）模式简图
2）经营情况
3）经营优势分析
4）建设经验
5.2.4 以会展功能为核心的旅游综合体开发模式
（1）模式开发特征

（2）模式开发战略
（3）典型案例分析——成都国际会展中心
1）模式简图
2）经营情况
3）经营优势分析
4）建设经验
5.3 旅游综合体开发模式战略规划分析
5.3.1 旅游综合体开发模式必要性分析
（1）解决旅游服务资源配置低效问题
（2）解决服务与旅游市场需求不协调问题
（3）解决营销推广相互冲突的潜在威胁
5.3.2 旅游综合体开发模式选择影响因素
（1）影响因素分析
1）资源禀赋
2）价值协同强度
3）投资回收期
4）城市经济环境
5）城市社会环境
6）城市旅游环境
7）区位环境
8）利益相关者
（2）因子整合战略
5.3.3 旅游综合体发展模式战略规划分析
（1）确定旅游综合体核心驱动功能
（2）其他功能子系统配置原则
5.3.4 旅游综合体发展模式优化战略
（1）我国旅游综合体发展存在问题研究
（2）我国旅游综合体发展模式优化思路
5.3.5 旅游综合体发展的未来趋势分析
（1）旅游综合体的消费结构多元化
（2）旅游综合体的主题文化鲜明化
（3）旅游综合体开发注重参与性项目的建设
（4）旅游综合体的多元角色互动性增强
第6章：工业旅游商业模式分析
6.1 工业旅游特征与模式分类
6.1.1 工业旅游属性特征
（1）工业旅游属性
（2）工业旅游特征
6.1.2 工业旅游开发模式
（1）工业遗产旅游
（2）工业科普旅游
（3）产业公园旅游
（4）企业文化旅游
6.2 工业遗产旅游模式典型案例分析
6.2.1 工业遗产旅游开发模式概述
6.2.2 英国艾思布里奇峡博物馆开发模式分析
（1）工业旅游资源背景
（2）工业旅游开发模式
（3）工业旅游经营情况
6.2.3 德国杜伊斯堡景观公园开发模式分析
（1）工业旅游资源背景
（2）工业旅游开发模式
（3）工业旅游经营情况
6.2.4 德国奥伯豪森购物中心开发模式分析
（1）工业旅游资源背景
（2）工业旅游开发模式
（3）工业旅游经营情况
6.2.5 德国鲁尔区工业遗产旅游开发模式分析
（1）工业旅游资源背景

（2）工业旅游开发模式
（3）工业旅游经营情况
6.2.6 美国SOHO社区开发模式分析
（1）工业旅游资源背景
（2）工业旅游开发模式
（3）工业旅游经营情况
6.2.7 南非约翰内斯堡黄金公园开发模式分析
（1）工业旅游资源背景
（2）工业旅游开发模式
（3）工业旅游经营情况
6.2.8 北京798大山子艺术区开发模式分析
（1）工业旅游资源背景
（2）工业旅游开发模式
（3）工业旅游经营情况
6.2.9 中华儿女美术馆开发模式分析
（1）工业旅游资源背景
（2）工业旅游开发模式
（3）工业旅游经营情况
（4）工业旅游最新动向
6.2.10 中山岐江公园开发模式分析
（1）工业旅游资源背景
（2）工业旅游开发模式
（3）工业旅游经营情况
6.3 工业科普旅游模式典型案例分析
6.3.1 工业科普旅游开发模式概述
6.3.2 英国斯尼伯斯顿发现者公园开发模式分析
（1）工业旅游资源背景
（2）工业旅游开发模式
（3）工业旅游经营情况
6.3.3 欧洲航天局地面控制中心开发模式分析
（1）工业旅游资源背景
（2）工业旅游开发模式
（3）工业旅游经营情况
6.3.4 美国芝加哥科学工业博物馆开发模式分析
（1）工业旅游资源背景
（2）工业旅游开发模式
（3）工业旅游经营情况
6.3.5 胜利油田科技展览中心开发模式分析
（1）工业旅游资源背景
（2）工业旅游开发模式
（3）工业旅游经营情况
6.3.6 沈阳新光航天科普基地开发模式分析
（1）工业旅游资源背景
（2）工业旅游开发模式
（3）工业旅游经营情况
6.3.7 西昌卫星发射中心开发模式分析
（1）工业旅游资源背景
（2）工业旅游开发模式
（3）工业旅游经营情况
6.4 产业公园旅游模式典型案例分析
6.4.1 产业公园旅游开发模式概述
6.4.2 美国沃尔瑟姆研究开发区公园·沃尔瑟姆产业中心开发模式分析
（1）工业旅游资源背景
（2）工业旅游开发模式
（3）工业旅游经营情况
6.4.3 三峡大坝旅游区开发模式分析
（1）工业旅游资源背景
（2）工业旅游开发模式
（3）工业旅游经营情况

（4）工业旅游最新动向
6.5 企业文化旅游模式典型案例分析
6.5.1 企业文化旅游开发模式概述
6.5.2 英国利兹泰德雷酿酒码头工业旅游开发模式分析
（1）工业旅游资源背景
（2）工业旅游开发模式
（3）工业旅游经营情况
6.5.3 英国伯明翰卡德布里世界工业旅游开发模式分析
（1）工业旅游资源背景
（2）工业旅游开发模式
（3）工业旅游经营情况
6.5.4 苏格兰威士忌文化遗产中心开发模式分析
（1）工业旅游资源背景
（2）工业旅游开发模式
（3）工业旅游经营情况
6.5.5 烟台张裕葡萄酒博物馆开发模式分析
（1）工业旅游资源背景
（2）工业旅游开发模式
（3）工业旅游经营情况
6.5.6 一汽中国长春汽车博物馆开发模式分析
（1）工业旅游资源背景
（2）工业旅游开发模式
（3）工业旅游经营情况
6.5.7 茅台国酒文化城开发模式分析
（1）工业旅游资源背景
（2）工业旅游开发模式
（3）工业旅游经营情况
6.5.8 辽宁鞍山钢铁集团工业旅游开发模式分析
（1）工业旅游资源背景
（2）工业旅游开发模式
（3）工业旅游经营情况
6.5.9 青岛啤酒博物馆工业旅游开发模式分析
（1）工业旅游资源背景
（2）工业旅游开发模式
（3）工业旅游经营情况
6.5.10 海尔科技馆工业旅游开发模式分析
（1）工业旅游资源背景
（2）工业旅游开发模式
（3）工业旅游经营情况
6.5.11 华富玻璃器皿有限公司工业旅游开发模式分析
（1）工业旅游资源背景
（2）工业旅游开发模式
（3）工业旅游经营情况
第7章：红色旅游商业模式分析
7.1 中国红色旅游发展现状分析
7.1.1 红色旅游界定及特征
（1）红色旅游界定
（2）红色旅游特征
7.1.2 红色旅游发展背景综述
（1）红色旅游产生过程
（2）红色旅游发展历程
7.1.3 红色旅游发展现状
（1）形成一定的市场规模
（2）投资热潮短期将延续
7.2 红色景区分类及发展模式确定
7.2.1 红色景区分类及理论解释
（1）红色景区A、B、C、D分类体系
（2）理论解释：因子分析启迪
7.2.2 红色景区两条发展道路及优劣势辨析

（1）政府主导发展道路及优劣势分析
1）政府主导的含义
2）政府主导的优劣势
（2）市场主导发展道路及优劣势分析
1）市场主导的含义
2）市场主导的优劣势
（3）红色景区发展模式的确定
7.3 政府主导发展道路下的发展模式分析
7.3.1 “A类红色景区”发展模式
（1）模式特征及模式图分析
（2）案例——遵义会议纪念馆
（3）案例——台儿庄大战遗址
（4）案例——洛川会议纪念馆
7.3.2 “B类红色景区”发展模式
（1）模式特征及模式图分析
（2）案例——英山革命烈士陵园
7.4 市场主导发展道路下的发展模式分析
7.4.1 “C类红色景区”发展模式
（1）模式特征及模式图分析
（2）案例——抗日战争纪念馆
（3）案例——西安事变纪念馆
（4）中国共产党第一次全国代表大会会址纪念馆
7.4.2 “D类红色景区”发展模式
（1）模式特征及模式图分析
（2）案例——岳麓山景区
（3）案例——龙华革命烈士陵园
7.5 红色旅游资源可持续开发模式的实证分析
7.5.1 韶山红色旅游资源可持续开发态势
（1）开发的优势
1）资源优势
2）政策优势
（2）存在的不足
7.5.2 韶山红色旅游资源可持续开发的原则
（1）原真性开发原则
（2）科学性开发原则
（3）市场性开发原则
7.5.3 韶山红色旅游资源可持续开发的措施
（1）坚持保护性开发路线
（2）提升红色文化特色品位
（3）打造体验性旅游产品
（4）提高居民参与度
（5）整合相关旅游资源
第8章：主题公园旅游商业模式分析
8.1 主题公园旅游界定与经营分析
8.1.1 主题公园旅游界定
8.1.2 主题公园数量规模分析
8.1.3 主题公园旅游收入规模分析
8.1.4 主题公园旅游效益情况分析
8.2 中国文化类主题公园旅游典型案例商业模式分析
8.2.1 文化类主题公园发展分析
（1）文化类主题公园发展现状
（2）文化类主题公园分布情况
（3）文化类主题公园经营分析
（4）文化类主题公园发展前景
8.2.2 中国民俗文化村商业模式分析
（1）公园商业模式分析
（2）公园经营情况分析
1）公园游客规模
2）公园重游率

3）公园收费情况
（3）公园成功经验借鉴
8.2.3 杭州宋城商业模式分析
（1）公园商业模式分析
（2）公园经营情况分析
1）公园游客规模
2）公园重游率
3）公园收费情况
（3）公园成功经验借鉴
8.3 中国游乐类主题公园旅游典型案例商业模式分析
8.3.1 游乐类主题公园发展分析
（1）游乐类主题公园发展现状
（2）游乐类主题公园分布情况
（3）游乐类主题公园经营分析
（4）游乐类主题公园发展前景
8.3.2 欢乐谷商业模式分析
（1）公园商业模式分析
（2）公园经营情况分析
1）公园游客规模
2）公园重游率
3）公园收费情况
（3）公园成功经验借鉴
8.3.3 芜湖方特欢乐世界商业模式分析
（1）公园商业模式分析
（2）公园经营情况分析
1）公园游客规模
2）公园重游率
3）公园收费情况
（3）公园成功经验借鉴
8.4 中国观光类主题公园旅游典型案例商业模式分析
8.4.1 观光类主题公园发展分析
（1）观光类主题公园发展现状
（2）观光类主题公园分布情况
（3）观光类主题公园经营分析
（4）观光类主题公园发展前景
8.4.2 东部华侨城商业模式分析
（1）公园商业模式分析
（2）公园经营情况分析
1）公园游客规模
2）公园重游率
3）公园收费情况
（3）公园成功经验借鉴
8.4.3 深圳世界之窗商业模式分析
（1）公园商业模式分析
（2）公园经营情况分析
1）公园游客规模
2）公园重游率
3）公园收费情况
（3）公园成功经验借鉴
8.5 中国情景模拟类主题公园旅游典型案例商业模式分析
8.5.1 情景模拟类主题公园发展分析
（1）情景模拟类主题公园发展现状
（2）情景模拟类主题公园分布情况
（3）情景模拟类主题公园经营分析
（4）情景模拟类主题公园发展前景
8.5.2 横店影视城商业模式分析
（1）公园商业模式分析
（2）公园经营情况分析
1）公园游客规模

2）公园重游率
3）公园收费情况
（3）公园成功经验借鉴
8.5.3 中视传媒无锡影视基地商业模式分析
（1）公园商业模式分析
（2）公园经营情况分析
1）公园游客规模
2）公园重游率
3）公园收费情况
（3）公园成功经验借鉴
第9章：生态旅游商业模式分析
9.1 生态旅游界定与发展趋势
9.1.1 生态旅游及产生背景
9.1.2 生态旅游的发展历程
9.1.3 生态旅游未来发展趋势分析
9.2 生态旅游模式典型案例分析
9.2.1 肯尼亚生态旅游开发模式分析
（1）生态旅游资源背景
（2）生态旅游开发模式
（3）生态旅游经营情况
9.2.2 中国乌镇生态旅游开发模式分析
（1）生态旅游资源背景
（2）生态旅游开发模式
（3）生态旅游经营情况
（4）生态旅游最新动向
9.2.3 张家界国家森林公园生态旅游开发模式分析
（1）生态旅游资源背景
（2）生态旅游开发模式
（3）生态旅游经营情况
（4）生态旅游最新动向
9.2.4 太湖源生态旅游营销模式分析
（1）生态旅游资源背景
（2）生态旅游营销模式
（3）生态旅游经营情况
（4）生态旅游最新动向
9.2.5 四川九寨沟风景区生态旅游开发模式分析
（1）生态旅游资源背景
（2）生态旅游开发模式
（3）生态旅游经营情况
（4）生态旅游最新动向
9.2.6 香格里拉生态旅游开发模式分析
（1）生态旅游资源背景
（2）生态旅游开发模式
（3）生态旅游经营情况
9.2.7 西双版纳生态旅游开发模式分析
（1）生态旅游资源背景
（2）生态旅游开发模式
（3）生态旅游经营情况
（4）生态旅游最新动向
9.2.8 长白山生态旅游开发模式分析
（1）生态旅游资源背景
（2）生态旅游开发模式
（3）生态旅游经营情况
（4）生态旅游最新动向
9.2.9 澜沧江流域生态旅游开发模式分析
（1）生态旅游资源背景
（2）生态旅游开发模式
（3）生态旅游经营情况
9.2.10 肇庆鼎湖山生态旅游开发模式分析

（1）生态旅游资源背景
（2）生态旅游开发模式
（3）生态旅游经营情况
（4）生态旅游最新动向
9.2.11 新疆哈纳斯生态旅游开发模式分析
（1）生态旅游资源背景
（2）生态旅游开发模式
（3）生态旅游经营情况
9.2.12 武夷山自然保护区生态旅游开发模式分析
（1）生态旅游资源背景
（2）生态旅游开发模式
（3）生态旅游经营情况
（4）生态旅游最新动向
9.3 “RPEE”新型生态旅游模式分析
9.3.1 “RPEE”模式的界定
9.3.2 “RPEE”模式应用案例
（1）具体实施方案
（2）案例可行性分析
9.3.3 “RPEE”模式经验借鉴

图表目录

图表1：2007-2015年中国国内旅游人数及同比增速（单位：亿人次，%）
图表2：2007-2015年中国国内旅游业收入及同比增速（单位：亿元，%）
图表3：2007-2015年中国国内旅游人均花费及增长率（单位：元，%）
图表4：2007-2015年中国入境旅游接待人数（单位：万人次，%）
图表5：2007-2015年中国国际旅游外汇收入（单位：亿美元，%）
图表6：中国入境旅游客源结构（单位：%）
图表7：2015年中国入境旅游客源结构（单位：%）
图表8：外国人入境旅游目的（单位：%）
图表9：2015年外国人入境旅游目的（单位：%）
图表10：入境旅游外国人年龄结构（单位：%）
图表11：2015年入境旅游外国人年龄结构（单位：%）
图表12：入境旅游外国人性别结构（单位：%）
图表13：2015年入境旅游外国人性别结构（单位：%）
图表14：中国入境旅游主要客源市场情况（单位：%）
图表15：2015年中国入境旅游主要客源市场情况（单位：%）
图表16：2015年中国入境旅游过夜游客数（单位：万人次，%）
图表17：中国入境旅游过夜游客数（单位：万人次，%）
图表18：“十一”黄金周旅游人数及增长率（单位：万人次，%）
图表19：“十一”黄金周旅游收入及增长率（单位：亿元，%）
图表20：春节黄金周旅游人数及增长率（单位：万人次，%）
图表21：春节黄金周旅游收入及增长率（单位：亿元，%）
图表22：重点任务分工及安排表
图表23：各旅游区的规划及政策研究
图表24：2012-2015年美国实际GDP季度同比增长率走势（单位：%）
图表25：2010-2015年欧元区GDP季度同比增长变化（单位：%）
图表26：2011-2015年（季调后）日本实际GDP同比变化（单位：%）
图表27：2015-2015年IMF对于世界主要经济体的预测（单位：%）
图表28：2007-2015年中国国内生产总值及其增长速度（单位：亿元，%）
图表29：2007-2015年中国GDP增速与旅游行业总收入增速对比图（单位：%）
图表30：2002-2015年中国城镇居民人均可支配收入（单位：元，%）
图表31：2007-2015年中国农村居民人均纯收入及同比增速（单位：元，%）
图表32：2008-2015年社会消费品零售总额及增速（单位：亿元，%）
图表33：中国人均消费性支出结构（单位：%）
图表34：2015年中国法定节假日安排

图表35：中国人口年龄结构（单位：%）
图表36：中国目前“金字塔型”社会结构具体表现
图表37：中国旅游行业发展机遇与威胁分析
图表38：四川智慧旅游平台建设情况分析
图表39：江苏智慧旅游平台建设情况分析
图表40：福建智慧旅游平台建设情况分析
图表41：云南智慧旅游平台建设情况分析
图表42：陕西智慧旅游平台建设情况分析
图表43：安徽智慧旅游平台建设情况分析
图表44：芝麻游智慧旅游分销平台发展基本情况
图表45：芝麻游智慧旅游分销平台的定位与优势
图表46：芝麻游智慧旅游分销平台的功能与架构
图表47：芝麻游智慧旅游分销平台的产品及服务
图表48：自建型旅游主题社区形成的演变历程
图表49：自建型旅游主题社区发展模式简图
图表50：北京华侨城旅游主题社区功能配套
图表51：北京华侨城旅游经营优劣势分析
图表52：西安曲江新区旅游经营优劣势分析
图表53：三亚凤凰水城旅游经营优劣势分析
图表54：广州南湖国家级旅游度假区旅游经营优劣势分析
图表55：广州祈福新村旅游经营优势分析
图表56：平遥古城旅游经营优劣势分析
图表57：丽江古城发展商职责介绍
图表58：丽江古城旅游经营优劣势分析
图表59：北京高碑店国际民俗旅游文化村旅游经营优劣势分析
图表60：自建型旅游主题社区优劣势分析
图表61：依托型旅游主题社区优劣势分析
图表62：伴生型旅游主题社区优劣势分析
图表63：旅游资源的价值分类研究
图表64：旅游资源条件评价模型（单位：分，%）
图表65：城郊型社区分类标准
图表66：海南省琼海市博鳌镇南强村旅游经营优劣势分析
图表67：贵州省平坝县天龙镇天龙村旅游经营优劣势分析
图表68：四川省成都市郫县友爱镇农科村旅游经营优劣势分析
图表69：河北省邢台县前南峪村旅游经营优劣势分析
图表70：城郊型社区旅游开发成功模式总结（投资模式）
图表71：城郊型社区旅游开发成功模式总结（经营管理模式）
图表72：城郊型社区旅游开发成功模式总结（旅游产品模式）
图表73：我国社区旅游开发的投资模式分析
图表74：不同类型城郊型社区资金来源和结构表
图表75：自然风光型社区适宜的经营管理模式分析
图表76：民俗文化型社区适宜的经营管理模式分析
图表77：古遗迹型社区适宜的经营管理模式分析
图表78：科技农业型社区适宜的经营管理模式分析
图表79：不同类型城郊型社区市场定位分析
图表80：不同类型城郊型社区的开发方向
图表81：游憩机会分类指标图
图表82：城郊型社区游憩机会谱系
图表83：原始郊野区域社区旅游产品策划建议
图表84：半原始郊野区域社区旅游产品策划建议
图表85：通道路的自然区域社区旅游产品策划建议
图表86：乡村化区域社区旅游产品策划建议
图表87：城市化区域社区旅游产品策划建议
图表88：木兰生态旅游区典型社区——刘家山村基本情况
图表89：木兰生态旅游区典型社区——大余湾基本情况
图表90：木兰生态旅游区典型社区——官田村基本情况
图表91：木兰生态旅游区典型社区类型
图表92：刘家山村社区旅游开发现状与适宜的模式研究
图表93：大余湾社区旅游开发现状与适宜的模式研究

图表94：官田村社区旅游开发现状与适宜的模式研究
图表95：刘家山村社区旅游开发建议
图表96：大余湾社区旅游开发建议
图表97：官田村社区旅游开发建议
图表98：旅游综合体概念研究
图表99：以娱乐功能为核心的旅游综合体开发特征
图表100：以休闲度假功能为核心的旅游综合体开发特征
图表101：珠海海泉湾度假城服务业态构成
图表102：珠海海泉湾度假城所获荣誉汇总
图表103：珠海海泉湾度假城承办的大型活动汇总
图表104：以综合购物功能为核心的旅游综合体开发特征
图表105：杭州大厦服务业态构成分析
图表106：以会展功能为核心的旅游综合体开发特征
图表107：旅游综合体功能子系统价值协同强度分析
图表108：旅游综合体发展模式选择影响因素分析
图表109：旅游综合体功能子系统间的价值链矩阵
图表110：我国旅游综合体发展中的主要问题
图表111：工业遗产旅游开发模式分析
图表112：工业科普旅游开发模式分析
图表113：产业公园旅游开发模式分析
图表114：企业文化旅游开发模式分析
图表115：英国艾思布里奇峡博物馆工业旅游经营优劣势分析
图表116：德国杜伊斯堡景观公园工业旅游经营优劣势分析
图表117：德国奥伯豪森购物中心工业旅游经营优劣势分析
图表118：德国鲁尔区工业遗产旅游经营优劣势分析
图表119：美国SOHO社区工业旅游经营优劣势分析
图表120：南非约翰内斯堡黄金公园工业旅游经营优劣势分析
略····完整目录请咨询客服

如需了解报告详细内容，请直接致电前瞻客服中心。

全国免费服务热线：400-068-7188 0755-82925195 82925295 83586158

或发电子邮件：service@qianzhan.com

或登录网站：https://bg.qianzhan.com/

我们会竭诚为您服务！