

2015-2020年中国旅游行业细分市场需求与投资前景分析报告

目 录

CONTENTS

第1章：旅游行业研究背景**1.1 旅游业市场需求测算工具**

- 1.1.1 前瞻旅游业市场数据来源
- 1.1.2 前瞻旅游业需求测算原则
- 1.1.3 前瞻旅游市场先行指数 (FTLI)
- 1.1.4 前瞻旅游业需求测算局限性

1.2 旅游行业细分市场界定

- 1.2.1 旅游业细分市场分类
- 1.2.2 旅游业目标细分市场
 - (1) 目标细分市场选择
 - (2) 目标细分市场地位

1.3 旅游业市场发展阶段分析

- 1.3.1 旅游业市场发展阶段划分
- 1.3.2 中国旅游业市场发展阶段分析
- 1.3.3 中国旅游业市场发展阶段预测

1.4 旅游业市场发展环境分析

- 1.4.1 旅游业政策环境分析
 - (1) 2008-2013年中国旅游业政策汇总
 - (2) 旅游业政策瓶颈：金融、土地
 - (3) 重点旅游业市场政策分析
 - 1) 国家支持西部地区旅游业发展
 - 2) 国家扩大内需政策推动旅游市场规模扩大
 - 3) 新《旅游法》对旅游市场影响
 - (4) 旅游相关政策倾向分析
- 1.4.2 旅游业经济环境分析
 - (1) 国际经济环境分析
 - 1) 国际经济环境现状和趋势
 - 2) 国际经济环境对出境游影响
 - 3) 国际经济环境对入境游影响
 - (2) 国内经济环境分析
 - 1) 宏观经济运行情况
 - 2) 2014年宏观经济走势预测
 - 3) 国内经济环境对旅游市场需求的影响
- 1.4.3 旅游业交通环境分析
 - (1) 铁路运输业发展对旅游市场影响分析
 - (2) 公路运输业发展对旅游市场影响分析
 - (3) 航空运输业发展对旅游市场影响分析
 - (4) 港口运输业发展对旅游市场影响分析
 - (5) 交通环境对旅游市场需求影响对比
 - (6) 交通环境影响趋势分析
- 1.4.4 旅游业社会环境分析
 - (1) 假期对旅游市场需求的影响分析
 - (2) 人口结构对旅游市场需求的影响分析
 - (3) 社会结构对旅游市场需求的影响分析

1.5 旅游业市场投资促进因素

- 1.5.1 行业准入条件放宽
- 1.5.2 鼓励多种资本参与

第2章：旅游业国内外市场发展分析**2.1 旅游业中国市场发展分析**

- 2.1.1 中国国内旅游市场发展分析
 - (1) 中国国内旅游市场规模

- 1) 国内旅游人数
 - 2) 国内旅游收入
 - 3) 国内旅游人均花费
 - (2) 国内旅游市场特征分析
 - 1) 节假日旅游市场分析
 - 2) 节假日旅游形式分析
 - (3) 基于国内FTLI的旅游市场需求预测
 - 1) 前瞻国内旅游市场先行指数（国内FTLI）分析
 - 2) 基于国内FTLI的旅游市场需求预测
 - 2.1.2 中国入境旅游市场发展分析
 - (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
 - 3) 入境旅游主要特点
 - (2) 入境旅游市场发展预测
 - 2.1.3 中国出境旅游市场发展分析
 - (1) 中国出境旅游概况
 - 1) 出境游人数
 - 2) 出境游主要特点
 - (2) 出境旅游市场发展预测
 - 2.1.4 中国在线旅游业市场发展分析
 - (1) 在线旅游业市场需求规模
 - (2) 在线旅游业市场需求特征
 - (3) 在线旅游市场投资情况
 - 2.2 旅游业国际市场发展分析**
 - 2.2.1 全球旅游市场竞争情况
 - (1) 全球旅游市场对比分析
 - (2) 全球旅游市场排名分析
 - (3) 区域市场对全球旅游业GDP贡献对比
 - (4) 各国旅游业主要政策出台时间比较
 - 2.2.2 全球旅游市场需求分析
 - (1) 全球旅游市场需求现状
 - (2) 全球旅游市场需求预测
 - (3) 全球旅游市场收入分析
 - (4) 全球旅游市场支出分析
 - 2.3 全球旅游对我国旅游市场供需影响**
 - 2.3.1 中国旅游业在全球的地位
 - 2.3.2 全球旅游对我国旅游市场供给影响
 - 2.3.3 全球旅游对我国旅游市场需求影响
- 第3章：中国旅游市场消费需求调研分析**
- 3.1 中国旅游市场旅游目的地相关调研分析**
 - 3.1.1 消费者选择旅游目的地考虑因素调研
 - (1) 消费者选择旅游目的地考虑因素结构调研
 - (2) 重点旅游目的地考虑因素区域结构调研
 - 3.1.2 消费者选择旅游类型调研分析
 - (1) 消费者选择旅游类型结构调研
 - (2) 重点旅游类型区域结构调研
 - 3.1.3 消费者选择旅游区域调研分析
 - (1) 消费者选择旅游区域结构调研
 - (2) 重点旅游区域不同地区结构调研
 - 3.2 中国旅游市场消费相关调研分析**
 - 3.2.1 消费者单次旅游消费支出调研分析
 - (1) 消费者单次旅游消费支出结构调研
 - (2) 重点单次旅游消费支出区域结构调研
 - 3.2.2 消费者单次旅游花费时间调研分析
 - (1) 消费者单次旅游花费时间结构调研
 - (2) 重点单次旅游花费时间区域结构调研
 - 3.3 中国旅游市场旅游方式相关调研分析**
 - 3.3.1 消费者旅游方式调研分析

- (1) 消费者旅游方式结构调研
- (2) 重点旅游方式区域结构调研
- 3.3.2 消费者旅游陪伴方式调研分析
 - (1) 消费者旅游陪伴方式结构调研
 - (2) 重点旅游陪伴方式区域结构调研
- 1) 市场篇

第4章：生态旅游市场需求分析

4.1 生态旅游发展概况

- 4.1.1 生态旅游市场发展环境
- 4.1.2 生态旅游发展规模
 - (1) 生态旅游市场规模
 - (2) 自然保护区数量规模
 - (3) 生态旅游市场区域分布
- 4.1.3 生态旅游在旅游业中的地位

4.2 生态旅游市场需求

- 4.2.1 生态旅游主要产品需求分析
 - (1) 生态旅游现有产品分析
 - (2) 生态旅游游客需求分析
- 4.2.2 生态旅游在线市场需求分析
- 4.2.3 生态旅游市场需求潜力分析
 - (1) 生态旅游市场饱和度
 - (2) 生态旅游市场需求特点
 - (3) 生态旅游市场需求影响因素

4.3 生态旅游重点区域市场

- 4.3.1 四川省生态旅游需求潜力
 - (1) 四川省生态旅游发展环境
 - (2) 四川省生态旅游发展规模
 - (3) 四川省生态旅游重点项目分析
 - (4) 四川省生态旅游市场需求特点
 - (5) 四川省生态旅游市场需求预测
- 4.3.2 广东省生态旅游需求潜力
 - (1) 广东省生态旅游发展环境
 - (2) 广东省生态旅游发展规模
 - (3) 广东省生态旅游重点项目分析
 - (4) 广东省生态旅游市场需求特点
 - (5) 广东省生态旅游市场需求预测
- 4.3.3 内蒙古生态旅游需求潜力
 - (1) 内蒙古生态旅游发展环境
 - (2) 内蒙古生态旅游发展规模
 - (3) 内蒙古生态旅游重点项目分析
 - (4) 内蒙古生态旅游市场需求特点
 - (5) 内蒙古生态旅游市场需求预测
- 4.3.4 湖南省生态旅游需求潜力
 - (1) 湖南省生态旅游发展环境
 - (2) 湖南省生态旅游发展规模
 - (3) 湖南省生态旅游重点项目分析
 - (4) 湖南省生态旅游市场需求特点
 - (5) 湖南省生态旅游市场需求预测
- 4.3.5 云南省生态旅游需求潜力
 - (1) 云南省生态旅游发展环境
 - (2) 云南省生态旅游发展规模
 - (3) 云南省生态旅游重点项目分析
 - (4) 云南省生态旅游市场需求特点
 - (5) 云南省生态旅游市场需求预测

4.4 基于生态FTLI的投资前景

- 4.4.1 生态旅游的发展趋势
- 4.4.2 生态旅游的市场规模预测
- 4.4.3 生态旅游市场投资潜力

第5章：红色旅游市场需求分析

5.1 红色旅游发展概况

- 5.1.1 红色旅游市场发展环境
- 5.1.2 红色旅游发展规模
 - (1) 红色旅游市场规模
 - (2) 红色旅游市场区域分布
- 5.1.3 红色旅游在旅游业中的地位

5.2 红色旅游市场需求

- 5.2.1 红色旅游主要产品需求分析
 - (1) 红色旅游现有产品分析
 - (2) 红色旅游游客需求分析
- 5.2.2 红色旅游在线市场需求分析
- 5.2.3 红色旅游市场需求潜力分析
 - (1) 红色旅游市场饱和度
 - (2) 红色旅游市场需求特点
 - (3) 红色旅游市场需求影响因素

5.3 红色旅游重点区域市场

- 5.3.1 江西省红色旅游需求潜力
 - (1) 江西省红色旅游发展环境
 - (2) 江西省红色旅游发展规模
 - (3) 江西省红色旅游重点项目分析
 - (4) 江西省红色旅游市场需求特点
 - (5) 江西省红色旅游市场需求预测
- 5.3.2 湖南省红色旅游需求潜力
 - (1) 湖南省红色旅游发展环境
 - (2) 湖南省红色旅游发展规模
 - (3) 湖南省红色旅游重点项目分析
 - (4) 湖南省红色旅游市场需求特点
 - (5) 湖南省红色旅游市场需求预测
- 5.3.3 陕西省红色旅游需求潜力
 - (1) 陕西省红色旅游发展环境
 - (2) 陕西省红色旅游发展规模
 - (3) 陕西省红色旅游重点项目分析
 - (4) 陕西省红色旅游市场需求特点
 - (5) 陕西省红色旅游市场需求预测
- 5.3.4 四川省红色旅游需求潜力
 - (1) 四川省红色旅游发展环境
 - (2) 四川省红色旅游发展规模
 - (3) 四川省红色旅游重点项目分析
 - (4) 四川省红色旅游市场需求特点
 - (5) 四川省红色旅游市场需求预测
- 5.3.5 河南省红色旅游需求潜力
 - (1) 河南省红色旅游发展环境
 - (2) 河南省红色旅游发展规模
 - (3) 河南省红色旅游重点项目分析
 - (4) 河南省红色旅游市场需求特点
 - (5) 河南省红色旅游市场需求预测

5.4 基于红色FTLI的投资前景

- 5.4.1 红色旅游的发展趋势
- 5.4.2 红色旅游的市场规模预测
- 5.4.3 红色旅游市场投资潜力

第6章：休闲旅游市场需求分析

6.1 休闲旅游发展概况

- 6.1.1 休闲旅游市场发展环境
- 6.1.2 休闲旅游发展规模
 - (1) 休闲旅游市场规模
 - (2) 农家乐市场规模
 - (3) 温泉景区市场规模
 - (4) 休闲旅游市场区域分布
- 6.1.3 休闲旅游在旅游业中的地位

6.2 休闲旅游市场需求

- 6.2.1 休闲旅游主要产品需求分析
 - (1) 休闲旅游现有产品分析
 - (2) 休闲旅游游客需求分析
- 6.2.2 休闲旅游在线市场需求分析
- 6.2.3 休闲旅游市场需求潜力分析
 - (1) 休闲旅游市场饱和度
 - (2) 休闲旅游市场需求特点
 - (3) 休闲旅游市场需求影响因素

6.3 休闲旅游重点区域市场

- 6.3.1 广东省休闲旅游需求潜力
 - (1) 广东省休闲旅游发展环境
 - (2) 广东省休闲旅游发展规模
 - (3) 广东省休闲旅游重点项目分析
 - (4) 广东省休闲旅游市场需求特点
 - (5) 广东省休闲旅游市场需求预测
- 6.3.2 浙江省休闲旅游需求潜力
 - (1) 浙江省休闲旅游发展环境
 - (2) 浙江省休闲旅游发展规模
 - (3) 浙江省休闲旅游重点项目分析
 - (4) 浙江省休闲旅游市场需求特点
 - (5) 浙江省休闲旅游市场需求预测
- 6.3.3 山东省休闲旅游需求潜力
 - (1) 山东省休闲旅游发展环境
 - (2) 山东省休闲旅游发展规模
 - (3) 山东省休闲旅游重点项目分析
 - (4) 山东省休闲旅游市场需求特点
 - (5) 山东省休闲旅游市场需求预测
- 6.3.4 北京市休闲旅游需求潜力
 - (1) 北京市休闲旅游发展环境
 - (2) 北京市休闲旅游发展规模
 - (3) 北京市休闲旅游重点项目分析
 - (4) 北京市休闲旅游市场需求特点
 - (5) 北京市休闲旅游市场需求预测
- 6.3.5 江西省休闲旅游需求潜力
 - (1) 江西省休闲旅游发展环境
 - (2) 江西省休闲旅游发展规模
 - (3) 江西省休闲旅游重点项目分析
 - (4) 江西省休闲旅游市场需求特点
 - (5) 江西省休闲旅游市场需求预测

6.4 基于休闲FTLI的投资前景

- 6.4.1 休闲旅游的发展趋势
- 6.4.2 休闲旅游的市场规模预测
- 6.4.3 休闲旅游市场投资潜力

第7章：主题公园旅游市场需求分析

7.1 主题公园旅游发展概况

- 7.1.1 主题公园旅游市场发展环境
- 7.1.2 主题公园旅游发展规模
 - (1) 主题公园旅游市场规模
 - (2) 主题公园旅游市场区域分布
- 7.1.3 主题公园旅游在旅游业中的地位

7.2 主题公园旅游市场需求

- 7.2.1 主题公园旅游主要产品需求分析
 - (1) 主题公园旅游现有产品分析
 - (2) 主题公园旅游游客需求分析
- 7.2.2 主题公园旅游在线市场需求分析
- 7.2.3 主题公园旅游市场需求潜力分析
 - (1) 主题公园旅游市场饱和度
 - (2) 主题公园旅游市场需求特点

(3) 主题公园旅游市场需求影响因素

7.3 主题公园旅游重点区域市场

7.3.1 广东省主题公园旅游需求潜力

- (1) 广东省主题公园旅游发展环境
- (2) 广东省主题公园旅游发展规模
- (3) 广东省主题公园旅游重点项目分析
- (4) 广东省主题公园旅游市场需求特点
- (5) 广东省主题公园旅游市场需求预测

7.3.2 北京市主题公园旅游需求潜力

- (1) 北京市主题公园旅游发展环境
- (2) 北京市主题公园旅游发展规模
- (3) 北京市主题公园旅游重点项目分析
- (4) 北京市主题公园旅游市场需求特点
- (5) 北京市主题公园旅游市场需求预测

7.3.3 上海市主题公园旅游需求潜力

- (1) 上海市主题公园旅游发展环境
- (2) 上海市主题公园旅游发展规模
- (3) 上海市主题公园旅游重点项目分析
- (4) 上海市主题公园旅游市场需求特点
- (5) 上海市主题公园旅游市场需求预测

7.3.4 浙江省主题公园旅游需求潜力

- (1) 浙江省主题公园旅游发展环境
- (2) 浙江省主题公园旅游发展规模
- (3) 浙江省主题公园旅游重点项目分析
- (4) 浙江省主题公园旅游市场需求特点
- (5) 浙江省主题公园旅游市场需求预测

7.3.5 江苏省主题公园旅游需求潜力

- (1) 江苏省主题公园旅游发展环境
- (2) 江苏省主题公园旅游发展规模
- (3) 江苏省主题公园旅游重点项目分析
- (4) 江苏省主题公园旅游市场需求特点
- (5) 江苏省主题公园旅游市场需求预测

7.4 基于主题公园FTLI的投资前景

7.4.1 主题公园旅游的发展趋势

7.4.2 主题公园旅游的市场规模预测

7.4.3 主题公园旅游市场投资潜力

第8章：不同组织形式旅游市场需求分析

8.1 家庭旅游市场需求分析

8.1.1 家庭旅游市场发展分析

- (1) 家庭旅游市场发展历程
- (2) 家庭旅游市场发展规模
- (3) 家庭旅游市场份额
- (4) 家庭旅游在线预订市场

8.1.2 家庭旅游市场需求特点

- (1) 消费行为
- (2) 旅游目的
- (3) 交通方式
- (4) 出行距离
- (5) 旅游价格
- (6) 旅游质量

8.1.3 家庭旅游需求度分析

8.1.4 城市核心家庭旅游市场需求分析

8.1.5 家庭旅游市场竞争分析

8.1.6 家庭旅游产品开发策略

8.1.7 家庭旅游市场需求趋势

8.2 公司旅游市场需求分析

8.2.1 公司旅游市场发展分析

- (1) 公司旅游市场发展现状
- (2) 公司旅游市场份额

- 8.2.2 公司旅游市场需求特点
 - (1) 旅游时间
 - (2) 旅游目的
 - (3) 交通方式
 - (4) 出行距离
 - (5) 旅游价格
 - (6) 旅游质量
 - 8.2.3 公司旅游市场竞争分析
 - 8.2.4 公司旅游产品开发策略
 - 8.2.5 公司旅游市场需求趋势
 - 8.3 散客旅游市场需求分析**
 - 8.3.1 散客旅游市场发展分析
 - (1) 散客旅游市场发展现状
 - (2) 散客旅游市场发展规模
 - (3) 散客旅游市场份额
 - (4) 散客旅游在线预订市场
 - 8.3.2 散客旅游市场需求特点
 - (1) 消费行为
 - (2) 旅游目的
 - (3) 交通方式
 - (4) 出行距离
 - (5) 旅游价格
 - (6) 旅游质量
 - 8.3.3 散客旅游市场竞争分析
 - 8.3.4 散客旅游产品开发策略
 - 8.3.5 散客旅游市场需求趋势
 - 8.4 不同组织形式旅游市场区域发展潜力**
- 第9章：不同出行方式旅游市场需求分析**
- 9.1 穷游市场需求分析**
 - 9.1.1 穷游市场发展概况
 - (1) 穷游市场发展现状
 - (2) 穷游在线业务分析
 - 9.1.2 穷游市场特征分析
 - 9.1.3 穷游市场需求潜力
 - 9.2 自驾游市场需求分析**
 - 9.2.1 自驾游市场发展概况
 - (1) 自驾游市场发展现状
 - (2) 自驾游市场发展规模
 - (3) 自驾游在线业务分析
 - 9.2.2 自驾游市场特征分析
 - (1) 人群特征
 - (2) 动机特征
 - (3) 行为特征
 - 9.2.3 自驾游市场需求潜力
 - 9.3 参团游市场需求分析**
 - 9.3.1 参团游市场发展概况
 - (1) 参团游市场发展现状
 - (2) 参团游市场发展规模
 - (3) 参团游在线业务分析
 - 9.3.2 参团游市场特征分析
 - 9.3.3 参团游市场需求潜力
 - 9.4 不同出行方式旅游市场区域发展潜力**
 - 9.4.1 前景篇
 - (1) 中国旅游业市场投资前景
 - 9.5 中国旅游业市场总体投资前景**
 - 9.5.1 中国旅游业FTLI分析
 - 9.5.2 基于中国FTLI的旅游业市场规模预测
 - 9.5.3 基于中国FTLI的旅游业市场结构预测
 - 9.5.4 中国旅游业投资前景

9.6 中国旅游业细分市场投资前景

- 9.6.1 细分市场需求对比
 - (1) 不同主题旅游市场需求对比
 - (2) 不同形式旅游市场需求对比
- 9.6.2 细分市场发展制约因素
 - (1) 不同主题旅游市场发展制约因素
 - (2) 不同形式旅游市场发展制约因素
- 9.6.3 细分市场投资前景
 - (1) 不同主题旅游市场投资前景
 - (2) 不同形式旅游市场投资前景
 - 1) 中国旅游行业市场蓝海展望

9.7 中国智慧旅游市场展望

- 9.7.1 智慧旅游市场概念
- 9.7.2 国家智慧旅游试点城市
- 9.7.3 智慧旅游市场发展环境展望
- 9.7.4 智慧旅游市场需求潜力
 - (1) 线上旅游市场需求潜力
 - 1) 交易规模预测
 - 2) 市场结构预测
 - 3) 在线预订服务渗透率预测
 - (2) 其它智慧旅游市场需求潜力
- 9.7.5 智慧旅游市场发展趋势
 - (1) 一体化智慧旅游市场趋势
 - (2) 基于新《旅游法》的发展趋势
 - (3) 移动线上市场需求趋势

9.8 中国旅游业低碳旅游市场展望

- 9.8.1 低碳旅游特征分析
- 9.8.2 低碳旅游目标客户
- 9.8.3 低碳旅游需求潜力
- 9.8.4 低碳旅游效益分析
 - (1) 低碳旅游对旅游企业的效益
 - (2) 低碳旅游对旅游者的效益
- 9.8.5 低碳旅游发展趋势

图表目录

- 图表1: 前瞻中国旅游市场先行指数(中国FTLI)选取指标分析
- 图表2: 前瞻中国旅游市场先行指数(中国FTLI)预测效果分析
- 图表3: 旅游业不同发展阶段与一国人均GDP的关系图(单位:美元)
- 图表4: 2013-2020年中国旅游业市场发展阶段预测
- 图表5: 2008-2013年中国旅游业政策汇总
- 图表6: 各旅游区的规划及政策研究
- 图表7: 2012-2013年发达经济体增长情况(单位:%)
- 图表8: 2012-2013年主要新兴经济体增长情况(单位:%)
- 图表9: 2014年世界银行和IMF对于世界主要经济体的预测(单位:%)
- 图表10: 2005-2013年中国国内生产总值及其增长速度(单位:亿元,%)
- 图表11: 2014年中国经济预测(单位:%)
- 图表12: 2008-2013年中国GDP增速与旅游行业总收入增速对比图(单位:%)
- 图表13: 2008-2013年主要国家GDP增速与我国出境游总收入增速对比图(单位:%)
- 图表14: 2012-2013年全国铁路旅客运输量与游客人数对比分析(单位:万人,%)
- 图表15: “十二五”期间中国公路投资建设情况(单位:亿元,万公里,%)
- 图表16: 2012-2013年全国公路旅客运输量与游客人数对比分析(单位:万人,%)
- 图表17: 2012-2013年我国民航旅客运输量与游客人数对比分析(单位:万人,%)
- 图表18: 2012-2013年我国民航旅客周转量及同比增速(单位:亿人公里,%)
- 图表19: 2012-2013年我国港口旅客吞吐量与游客人数对比分析(单位:万人,%)
- 图表20: 2013-2014年中国法定节假日安排

- 图表21: 2012年中国人口年龄结构表(单位:万人,%)
- 图表22: 2008-2013年中国15-64岁人口数量与旅游人数对比分析(单位:万人)
- 图表23: 中国目前“金字塔型”社会结构具体表现
- 图表24: 2008-2013年中国国内旅游人数增长情况(单位:亿人次,%)
- 图表25: 2012年度中国旅游百强城市排行榜(单位:万人次,%)
- 图表26: 2008-2013年中国国内旅游收入增长情况(单位:亿元,%)
- 图表27: 2008-2013年中国国内旅游人均花费及增长率(单位:元,%)
- 图表28: 2008-2013年中国主要节假日旅游市场对比分析(单位:万人,亿元,%)
- 图表29: 2008-2013年中国节假日旅游接待一日游游客比重分析(单位:%)
- 图表30: 2008-2013年前瞻国内旅游市场先行指数(国内FTLI)走势
- 图表31: 2014-2018年中国旅游业市场需求预测(单位:元,%)
- 图表32: 2012-2013年中国入境旅游接待人数(单位:万人次,%)
- 图表33: 2012-2013年中国入境旅游外汇收入(单位:亿美元,%)
- 图表34: 2012-2013年中国入境旅游客源结构(单位:%)
- 图表35: 2012-2013年中国入境旅游主要客源市场情况(单位:%)
- 图表36: 2012-2013年入境旅游外国人性别结构(单位:%)
- 图表37: 2012-2013年外国人入境旅游目的(单位:%)
- 图表38: 2012-2013年入境旅游外国人年龄结构(单位:%)
- 图表39: 2004-2013年中国出境旅游人数走势图(单位:万人次,%)
- 图表40: 2012-2013年网民关注的出境旅游区域排行(单位:亿)
- 图表41: 2012-2013年网民关注的出境旅游国家(地区)排行(单位:万)
- 图表42: 2008-2013年中国在线旅游预订交易规模(单位:亿元,%)
- 图表43: 2008-2013年中国在线旅游预订渗透率变化情况(单位:%)
- 图表44: 全球旅游市场对比分析
- 图表45: WEF全球旅游市场竞争排名条件分析
- 图表46: 2011-2013年WEF全球旅游市场竞争总指数排名
- 图表47: 2011-2013年WEF全球旅游市场竞争分项指数排名
- 图表48: 区域市场对全球旅游业GDP贡献对比
- 图表49: 各国旅游业出台主要政策时间比较
- 图表50: 2005-2013年全球旅游人数变化情况(单位:亿人次,%)
- 图表51: 2014-2018年全球旅游人数变化情况(单位:亿人次,%)
- 图表52: 2012年全球旅游收入增幅TOP5排行(单位:%)
- 图表53: 2012年全球旅游支出增幅TOP6排行(单位:%)
- 图表54: 2005-2013年中国旅游业收入占全球旅游业收入的比重(单位:%)
- 图表55: 2005-2013年中国入境游收入占全球旅游业收入的比重(单位:%)
- 图表56: 2005-2013年中国接待入境游客人次占全球旅游人次的比重(单位:%)
- 图表57: 2005-2013年中国出境游收入占全球旅游业收入的比重(单位:%)
- 图表58: 2005-2013年中国出境游客人次占全球旅游人次的比重(单位:%)
- 图表59: 旅游者选择目的地考虑因素结构
- 图表60: 旅游者喜欢的旅游类型结构
- 图表61: 旅游者选择旅游区域结构
- 图表62: 旅游者单次旅游花费支出结构
- 图表63: 旅游者单次旅游花费时间结构
- 图表64: 旅游者旅游方式结构
- 图表65: 旅游者旅游陪伴方式结构
- 图表66: 我国生态旅游市场发展外部环境汇总
- 图表67: 我国生态旅游接待游客人数(单位:万人,%)
- 图表68: 2000-2013年我国自然保护区数量变化(单位:个,%)
- 图表69: 我国生态旅游景区分类
- 图表70: 2012年我国自然保护区区域分布(单位:个,%)
- 图表71: 我国生态旅游收入与旅游业收入关联性(单位:%)
- 图表72: 2013年我国生态旅游主要产品分析
- 图表73: 我国生态旅游游客需求分析
- 图表74: 2013年生态旅游在线市场需求分析
- 图表75: 四川省生态旅游相关政策汇总
- 图表76: 四川省生态旅游优势自然资源分析
- 图表77: 四川省生态旅游主要景点分析
- 图表78: 广东省生态旅游相关政策汇总
- 图表79: 广东省生态旅游优势自然资源分析

- 图表80: 广东省生态旅游主要景点分析
图表81: 内蒙古生态旅游相关政策汇总
图表82: 内蒙古生态旅游优势自然资源分析
图表83: 内蒙古生态旅游主要景点分析
图表84: 湖南省生态旅游相关政策汇总
图表85: 湖南省生态旅游优势自然资源分析
图表86: 湖南省生态旅游主要景点分析
图表87: 云南省生态旅游相关政策汇总
图表88: 云南省生态旅游优势自然资源分析
图表89: 云南省生态旅游主要景点分析
图表90: 2014-2018年中国生态旅游市场收入预测 (单位: 亿元, %)
图表91: 我国红色旅游市场发展外部环境汇总
图表92: 我国红色旅游接待游客人数 (单位: 万人, %)
图表93: 2000-2013年我国红色旅游景区数量变化 (单位: 个, %)
图表94: 我国A级红色旅游景区分布
图表95: 我国红色旅游收入与旅游业收入关联性 (单位: %)
图表96: 2013年我国红色旅游主要产品分析
图表97: 我国红色旅游游客需求分析
图表98: 2013年红色旅游在线市场需求分析
图表99: 江西省红色旅游相关政策汇总
图表100: 江西省红色旅游历史文化遗产分析
图表101: 江西省红色旅游主要景点分析
图表102: 湖南省红色旅游相关政策汇总
图表103: 湖南省红色旅游历史文化遗产分析
图表104: 湖南省红色旅游主要景点分析
图表105: 陕西省红色旅游相关政策汇总
图表106: 陕西省红色旅游历史文化遗产分析
图表107: 陕西省红色旅游主要景点分析
图表108: 四川省红色旅游相关政策汇总
图表109: 四川省红色旅游历史文化遗产分析
图表110: 四川省红色旅游主要景点分析
图表111: 河南省红色旅游相关政策汇总
图表112: 河南省红色旅游历史文化遗产分析
图表113: 河南省红色旅游主要景点分析
图表114: 2014-2018年中国红色旅游市场收入预测 (单位: 亿元, %)
图表115: 我国休闲旅游市场发展外部环境汇总
图表116: 2008-2013年我国休闲旅游收入变化 (单位: 万人, %)
图表117: 2008-2013年我国农家乐规模变化 (单位: 个, %)
图表118: 我国休闲旅游市场分布
图表119: 我国休闲旅游收入与旅游业收入关联性 (单位: %)
图表120: 2013年我国休闲旅游主要产品分析

……略

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！