

# 2016-2022年中国湖泊湿地 旅游行业分析及投资方向研究报告

## 报告目录及图表目录

## 一、报告报价

《2016-2022年中国湖泊湿地旅游行业分析及投资方向研究报告》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.chinairr.org/report/R09/R0901/201608/25-211882.html>

产品价格：纸介版9800元 电子版9800元 纸介+电子10000元

订购电话: 400-600-8596 010-80993936

传真: 010-60343813

网址: <http://www.chinairr.org>

Email: [sales@chyxx.com](mailto:sales@chyxx.com)

联系人：刘老师 陈老师 谭老师

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、说明、目录、图表目录

报告目录：

### 第一部分 行业发展现状

#### 第一章 湖泊湿地旅游行业发展概述

##### 第一节 行业相关概念

- 一、湖泊湿地旅游产业定义
- 二、湖泊湿地旅游产业产品范围
- 三、湖泊湿地旅游产业的外延及其所隶属的大行

##### 第二节 湖泊湿地旅游产业产品与服务

- 一、湖泊湿地旅游产业主要业态
- 二、湖泊湿地旅游产业组织形式
- 三、湖泊湿地旅游产品种类与生产数量

##### 第三节 湖泊湿地旅游产业投资特性分析

- 一、湖泊湿地旅游产业赢利性
- 二、湖泊湿地旅游产业成长性
- 三、湖泊湿地旅游产业风险性
- 四、湖泊湿地旅游业进入壁垒

##### 第四节 湖泊湿地旅游业现行管理体制分析

- 一、现行管理体制制约湖泊湿地旅游业的发展
- 二、湖泊湿地旅游协会在市场管理中的作用
- 三、对湖泊湿地旅游行业行政管理体制改革的建议

### 第二章 旅游业市场发展分析

#### 第一节 全球旅游市场发展分析

- 一、全球国际旅游人数分析
- 二、全球国际旅游收入分析
  - 1、全球国际旅游收入排行
  - 2、亚洲国际旅游收入排行
  - 3、美洲国际旅游收入分析
- 三、全球领先旅游业企业发展分析

## 1、美国胜腾旅游集团

### (1) 企业发展简况分析

### (2) 企业经营情况分析

### (3) 企业经营优劣势分析

## 2、万豪国际集团

### (1) 企业发展简况分析

### (2) 企业经营情况分析

### (3) 企业经营优劣势分析

## 3、喜达屋集团

### (1) 企业发展简况分析

### (2) 企业经营情况分析

### (3) 企业经营优劣势分析

## 第二节 中国国内旅游市场发展分析

### 一、2015-2016年中国国内旅游概况

#### 1、国内旅游人数

#### 2、国内旅游收入

#### 3、国内旅游人均花费

### 二、2015-2016年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

### 三、中国国内旅游市场“十三五”发展预测

## 第三节 中国入境旅游市场发展分析

### 一、2015-2016年中国入境旅游概况

#### 1、入境旅游接待人数

#### 2、入境旅游外汇收入

#### 3、入境旅游客源情况

#### 4、入境旅游过夜游客数

### 二、2015-2016年入境旅游主要特点

#### 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、旅游目的以观光休闲和商务会议为主

三、入境旅游市场“十三五”发展预测

第四节 中国出境旅游市场发展分析

一、2015-2016年中国出境旅游概况

二、2015-2016年出境旅游目的地概况

1、已开放的出境旅游目的地

2、出境旅游中的热门目的地

三、2016年网民出境旅游意向调查

四、出境旅游市场“十三五”发展预测

第五节 中国黄金周旅游市场发展分析

一、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

二、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

第六节 中国旅游业“走出去”机遇分析

一、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

二、旅游业海外扩张存在问题

三、未来海外市场前景展望

四、行业海外扩张对策建议

第三章 全球湖泊湿地旅游市场发展分析

第一节 2015年全球湖泊湿地旅游市场分析

一、2015年全球湖泊湿地旅游市场回顾

二、2015年全球湖泊湿地旅游市场环境

三、2015年全球湖泊湿地旅游格局分析

四、2015年全球湖泊湿地旅游行业发展分析

第二节 2016年全球湖泊湿地旅游市场分析

- 一、2016年全球湖泊湿地旅游需求分析
- 二、2016年全球湖泊湿地旅游行业发展分析
- 三、2016年全球湖泊湿地旅游市场环境
- 四、2016年中外湖泊湿地旅游市场对比

### 第三节 主要国家地区湖泊湿地旅游市场分析

- 一、2015-2016年美国湖泊湿地旅游市场分析
- 二、2015-2016年欧洲湖泊湿地旅游市场分析
- 三、2015-2016年日本湖泊湿地旅游市场分析
- 四、2015-2016年澳大利亚湖泊湿地旅游市场分析
- 五、2015-2016年印度湖泊湿地旅游市场分析
- 六、2015-2016年印马来西亚湖泊湿地旅游市场分析
- 七、2015-2016年韩国湖泊湿地旅游市场分析
- 八、2015-2016年其他国家湖泊湿地旅游市场

## 第四章 2015-2016年中国湖泊湿地旅游业运营态势分析

### 第一节 2015-2016年中国湖泊湿地旅游产业的发展分析

- 一、我国湖泊湿地旅游业的兴起与开发情况
- 二、湖泊湿地旅游业在中国渐趋升温
- 三、我国湖泊湿地旅游产生巨大经济效应
- 四、国内湖泊湿地旅游热掀起流行趋势

### 第二节 2015-2016年中国湖泊湿地旅游业存在的问题

- 一、湖泊湿地旅游开发中存在的阻碍
- 二、我国湖泊湿地旅游开发的错误观念
- 三、湖泊湿地旅游相关配套设施不足

### 第三节 2015-2016年中国湖泊湿地旅游业开发的对策分析

- 一、湖泊湿地旅游结合发展需要关注的要点
- 二、加快我国湖泊湿地旅游业发展的措施
- 三、中国湖泊湿地旅游开发的路径探析
- 四、湖泊湿地旅游的品牌塑造与推广策略透析
- 五、湖泊湿地旅游业的市场经济路径探讨

## 第五章 中国湖泊湿地旅游产业消费者行为调研

## 第一节 消费者旅游偏好调研

### 一、不同性别湖泊湿地旅游偏好调研

### 二、不同年龄湖泊湿地旅游偏好调研

#### 1、20岁以下湖泊湿地旅游偏好调研

#### 2、20-40岁湖泊湿地旅游偏好调研

#### 3、40岁以上湖泊湿地旅游偏好调研

## 第二节 消费者行为习惯调研

### 一、不同性别消费者结构调研

#### 1、男性消费者结构调研

#### 2、女性消费者结构调研

### 二、不同年龄消费者结构调研

#### 1、消费者结构调研总体情况

#### 2、15-24岁消费者结构调研

#### 3、25-39岁消费者结构调研

#### 4、40-50岁消费者结构调研

### 三、消费者消费频次调研

#### 1、不同性别消费者旅游频次调研

#### 2、不同年龄消费者旅游频次调研

#### 3、不同职业消费者旅游频次调研

#### 4、不同学历消费者旅游频次调研

### 四、消费者旅游时间选择调研

#### 1、节假日与非节假日选择调研

#### 2、一年时间内旅游时间选择调研

#### 3、一个月时间内旅游时间选择调研

#### 4、随行人和人数调研

### 五、消费者湖泊湿地旅游选择考虑因素调研

### 六、消费者选择湖泊湿地旅游因由调研

### 七、消费者湖泊湿地旅游的途径调研

### 八、消费者湖泊湿地旅游地喜好调研

#### 1、消费者湖泊湿地旅游地地喜好调研总体情况

#### 2、不同年龄消费者湖泊湿地旅游地喜好调研

## 第六章 我国湖泊湿地旅游市场发展研究

### 第一节 2013-2016年我国湖泊湿地旅游市场发展研究

#### 一、2013年我国湖泊湿地旅游市场研究

#### 二、2014年我国湖泊湿地旅游市场研究

#### 三、2015年我国湖泊湿地旅游市场研究

#### 四、2016年我国湖泊湿地旅游市场研究

### 第二节 2016年我国湖泊湿地旅游市场情况

#### 一、2016年1月我国湖泊湿地旅游市场研究

#### 二、2016年2月我国湖泊湿地旅游市场研究

#### 三、2016年3月我国湖泊湿地旅游市场研究

#### 四、2016年4月我国湖泊湿地旅游市场研究

### 第三节 2016年我国湖泊湿地旅游市场结构和价格走势分析

#### 一、2016年我国湖泊湿地旅游市场结构和价格走势概述

#### 二、2016年我国湖泊湿地旅游市场结构分析

#### 三、2016年我国湖泊湿地旅游市场价格走势分析

## 第七章 湖泊湿地旅游区域市场情况分析

### 第一节 华东地区

#### 一、2015-2016年行业发展现状分析

#### 二、2015-2016年市场需求情况分析

#### 三、2015-2016年市场规模情况分析

#### 四、2015-2016年行业竞争格局分析

#### 五、2016-2022年行业发展趋势分析

### 第二节 华北地区

#### 一、2015-2016年行业发展现状分析

#### 二、2015-2016年市场需求情况分析

#### 三、2015-2016年市场规模情况分析

#### 四、2015-2016年行业竞争格局分析

#### 五、2016-2022年行业发展趋势分析

### 第三节 华中地区

#### 一、2015-2016年行业发展现状分析

#### 二、2015-2016年市场需求情况分析



三、2015-2016年市场规模情况分析

四、2015-2016年行业竞争格局分析

五、2016-2022年行业发展趋势分析

#### 第四节 华南地区

一、2015-2016年行业发展现状分析

二、2015-2016年市场需求情况分析

三、2015-2016年市场规模情况分析

四、2015-2016年行业竞争格局分析

五、2016-2022年行业发展趋势分析

#### 第五节 东北地区

一、2015-2016年行业发展现状分析

二、2015-2016年市场需求情况分析

三、2015-2016年市场规模情况分析

四、2015-2016年行业竞争格局分析

五、2016-2022年行业发展趋势分析

#### 第六节 西北地区

一、2015-2016年行业发展现状分析

二、2015-2016年市场需求情况分析

三、2015-2016年市场规模情况分析

四、2015-2016年行业竞争格局分析

五、2016-2022年行业发展趋势分析

#### 第七节 西南地区

一、2015-2016年行业发展现状分析

二、2015-2016年市场需求情况分析

三、2015-2016年市场规模情况分析

四、2015-2016年行业竞争格局分析

五、2016-2022年行业发展趋势分析

### 第八章 中国湖泊湿地旅游业子行业发展分析

#### 第一节 旅游景区发展分析

一、旅游景区基本情况

二、旅游景区业绩增长分析

1、旅游景区主体地位增强

2、精品旅游景区业绩突出

3、新兴旅游景区成为热点

### 三、旅游衍生品行业发展分析

1、行业发展概况

2、行业竞争现状

3、行业进入壁垒

4、行业特有经营模式及行业特征

## 第二节 酒店业发展分析

### 一、星级饭店发展分析

1、星级饭店规模及构成情况

2、星级饭店总体经营状况

3、不同星级饭店经营状况

4、不同地区星级饭店经营状况

5、重点旅游城市酒店经营情况

6、酒店市场运行特点总结

### 二、经济型连锁酒店发展分析

1、经济型酒店规模分析

2、经济型酒店区域分布情况

3、经济型酒店产品结构

4、经济型酒店竞争格局

### 三、中国酒店业发展趋势

## 第三节 餐饮业发展分析

### 二、餐饮业集中度分析

### 三、餐饮百强企业经营优劣势分析

1、营业额稳步增长

2、分化与互渗趋势明显

3、占社会餐饮收入比重基本与上年持平

4、百强企业规模进一步扩大

5、综合业绩表现逊于往年

### 四、餐饮业发展趋势

## 第四节 旅行社发展分析

## 一、旅游社行业发展概况

### 1、行业发展规模

### 2、行业经营状况

## 二、旅行社业务分析

### 1、入境旅游业务分析

### 2、国内旅游业务分析

### 3、出境旅游业务分析

## 三、旅行社行业总体结构分析

### 1、旅行社区域分布

### 2、旅行社经营状况

### 3、旅行社类别分布

## 四、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

## 五、国际旅行社行业的发展借鉴

### 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

## 第二部分 行业竞争格局

### 第九章 湖泊湿地旅游行业竞争格局分析

#### 第一节 行业竞争结构分析

##### 一、现有企业间竞争

##### 二、潜在进入者分析

##### 三、替代品威胁分析

##### 四、供应商议价能力

##### 五、客户议价能力

#### 第二节 行业集中度分析

##### 一、市场集中度分析

##### 二、企业集中度分析

### 三、区域集中度分析

#### 第三节 中国湖泊湿地旅游行业竞争格局综述

##### 一、2016年湖泊湿地旅游行业集中度

##### 二、2016年湖泊湿地旅游行业竞争程度

##### 三、2016年湖泊湿地旅游企业与品牌数量

##### 四、2016年湖泊湿地旅游行业竞争格局分析

#### 第四节 2015-2016年湖泊湿地旅游行业竞争格局分析

##### 一、2015-2016年国内外湖泊湿地旅游竞争分析

##### 二、2015-2016年我国湖泊湿地旅游市场竞争分析

##### 三、2015-2016年我国湖泊湿地旅游市场集中度分析

##### 四、2015-2016年国内主要湖泊湿地旅游企业动向

##### 五、2016年国内湖泊湿地旅游拟在建项目分析

### 第十章 湖泊湿地旅游企业竞争策略分析

#### 第一节 湖泊湿地旅游市场竞争策略分析

##### 一、2016年湖泊湿地旅游市场增长潜力分析

##### 二、2016年湖泊湿地旅游主要潜力产品分析

##### 三、现有湖泊湿地旅游产品竞争策略分析

##### 四、潜力湖泊湿地旅游品种竞争策略选择

##### 五、典型企业竞争策略分析

#### 第二节 湖泊湿地旅游企业竞争策略分析

##### 一、欧债危机对湖泊湿地旅游行业竞争格局的影响

##### 二、欧债危机后湖泊湿地旅游行业竞争格局的变化

##### 三、2015-2016年我国湖泊湿地旅游市场竞争趋势

##### 四、2015-2016年湖泊湿地旅游竞争格局展望

##### 五、2015-2016年湖泊湿地旅游竞争策略分析

##### 六、2015-2016年湖泊湿地旅游竞争策略分析

### 第十一章 国内外重点湖泊湿地旅游景点竞争状况

#### 第一节 吉林长白山天池

##### 一、企业发展简况分析

##### 二、企业经营情况分析

### 三、企业经营优劣势分析

#### 第二节 四川九寨沟

##### 一、企业发展简况分析

##### 二、企业经营情况分析

##### 三、企业经营优劣势分析

#### 第三节 西溪湿地公园

##### 一、企业发展简况分析

##### 二、企业经营情况分析

##### 三、企业经营优劣势分析

## 第十二章 国内重点旅游公司竞争状况

### 第一节 中青旅控股股份有限公司

#### 一、企业发展简况分析

#### 二、企业经营情况分析

#### 三、企业经营优劣势分析

### 第二节 北京首都旅游股份有限公司

#### 一、企业发展简况分析

#### 二、企业经营情况分析

#### 三、企业经营优劣势分析

### 第三节 上海锦江国际旅游股份有限公司

#### 一、企业发展简况分析

#### 二、企业经营情况分析

#### 三、企业经营优劣势分析

## 第三部分 行业前景预测

## 第十三章 湖泊湿地旅游行业发展趋势分析

### 第一节 我国湖泊湿地旅游行业前景与机遇分析

#### 一、我国湖泊湿地旅游行业发展前景

#### 二、我国湖泊湿地旅游发展机遇分析

#### 三、2016年湖泊湿地旅游的发展机遇分析

#### 四、欧债危机对湖泊湿地旅游行业的影响分析

### 第二节 2015-2016年中国湖泊湿地旅游市场趋势分析

- 一、2015-2016年湖泊湿地旅游市场趋势总结
- 二、2015-2016年湖泊湿地旅游发展趋势分析
- 三、2015-2016年湖泊湿地旅游市场发展空间
- 四、2015-2016年湖泊湿地旅游产业政策趋向
- 五、2015-2016年湖泊湿地旅游技术革新趋势
- 六、2015-2016年湖泊湿地旅游价格走势分析
- 七、2015-2016年国际环境对行业的影响

部分图表目录：

图表：2016年旅游收入浙江省合计

图表：2016年旅游收入安徽省合计

图表：2016年旅游收入福建省合计

图表：2016年旅游收入江西省合计

图表：2016年旅游收入山东省合计

图表：2016年旅游收入河南省合计

图表：2016年旅游收入湖北省合计

图表：2016年旅游收入湖南省合计

图表：2016年旅游收入广东省合计

图表：2016年旅游收入广西区合计

图表：2016年旅游收入海南省合计

图表：2016年旅游收入重庆市合计

图表：2016年旅游收入四川省合计

图表：2016年旅游收入贵州省合计

图表：2016年旅游收入云南省合计

图表：2016年旅游收入陕西省合计

图表：2016年旅游收入甘肃省合计

图表：2016年旅游收入新疆区合计

图表：2016年旅游收入内蒙古合计

更多图表见正文&hellip;&hellip;

详细请访问：<http://www.chinairr.org/report/R09/R0901/201608/25-211882.html>