2007-2008年中国旅游业市场研究发展分析报告

报告大纲

智研咨询
www.chyxx.com

一、报告简介

智研咨询发布的《2007-2008年中国旅游业市场研究发展分析报告》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.chyxx.com/research/200805/62098C76E58D060B.html

报告价格：电子版: 9800元　纸介版：9800元　电子和纸介版: 10000元

订购电话: 010-60343812、010-60343813、400-600-8596、400-700-9383

电子邮箱: sales@chyxx.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

第一章、旅游业相关概述
第一节、旅游产业相关概念及旅游类型划分
一、旅游的定义
二、旅游业的定义
三、旅游类型的划分
四、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、相关行业分析
第一节、酒店业
一、2006年中国星级饭店数据回顾
二、酒店业是旅游产业中系统组合与资源配置的基础力量
三、旅游业增长促进酒店业收入大幅提升
四、奥运助力旅游酒店业景气提升
第二节、餐饮业
一、中国餐饮业的发展特点
二、2007年1-11月国内餐饮业市场增幅描述
三、中国餐饮业面临的挑战分析
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、奥运会
一、奥运会对旅游业的效应分析
二、悉尼奥运旅游后续效应及对中国奥运旅游的经验借鉴
三、2008年奥运会对中国旅游业的影响探讨
四、奥运会助动中国体育旅游兴起
第四节、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
第五节、交通业
一、2007年1-11月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、旅游业的发展现状分析
第一节、国际旅游业状况
一、世界旅游业的起源
二、世界旅游市场格局
三、2007年国际旅游业发展势头良好
第二节、中国旅游业概况
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
第三节、2005-2007年中国旅游业发展分析
一、2005年中国旅游业发展回顾
二、2006年中国旅游业总结
三、2006年中国国内旅游稳健发展及成因分析
四、2006年国内旅游业经营回顾
五、2007年1-11月中国旅游业数据分析
六、2007年旅游业十大焦点分析
第四节、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、中国旅游业面临的挑战
一、中国的旅游业发展缓慢
二、中国旅游业中存在的问题
三、中国旅游资源的产权问题分析
第六节、中国旅游业发展策略

一、中国当前旅游业发展的措施
二、中国旅游业发展中的策略
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、入境旅游市场分析
第一节、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、入境旅游现状分析
一、世界入境旅游概况
二、2005-2006年中国入境旅游分析
三、外国入境旅游主要客源市场分析
四、中国入境旅游发展的汇率因素分析
第三节、对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、入境游客的消费选择与消费趋势分析
一、游客对住宿设施的选择
二、游客的停留时间及变化
三、游客的旅行目的
四、入境游客感兴趣的商品
五、消费者的消费评价
第五节、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、生态旅游
第一节、生态旅游的相关概述
一、生态旅游含义与产生的背景
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

五、生态旅游的特点
六、开展生态旅游的意义
第二节、中国生态旅游的发展概况
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、中国西部地区的生态旅游
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、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、生态旅游面临的问题
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、生态旅游发展建议与规划
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、黄金周旅游
第一节、中国黄金周旅游的发展现状
一、黄金周成为中国一种新民俗
二、2008年取消五一黄金周对旅游业的影响
三、“五一”黄金周取消无碍旅游业发展
四、“五一”黄金周取消给西北旅游业带来机遇
五、假日调整对黄金周旅游产品格局的影响
第二节、2007年“十一”黄金周各省市旅游业回顾
一、广西

二、云南
三、深圳
四、成都
五、陕西
第三节、黄金周旅游市场面临的问题分析
一、黄金周旅游压力大
二、“黄金周”旅游市场的烦恼
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、中国黄金周旅游的建议与启示
一、黄金周旅游两种趋势要注意
二、黄金周市场需创新与突破
三、中国15个黄金周的启示
第五节、黄金周对2008年奥运会的影响分析
一、黄金周的基本特点和形式
二、黄金周与奥运会的连结点
三、黄金周对奥运会的借鉴意义分析
第七章、红色旅游
第一节、红色旅游相关概述
一、红色旅游的概念和界定
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、中国红色旅游的发展概况
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》出台三年成绩显著
四、全国红色旅游工作已全面展开
第三节、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、红色旅游的问题分析

一、红色旅游中的主要问题
二、红色旅游缺乏严肃
三、红色旅游景区存在的问题
四、中国红色旅游发展面临障碍
第五节、发展红色旅游的策略与建议
一、发展红色旅游的对策
二、打造红色旅游品牌推动红色旅游发展
三、老区建设与“红色旅游”事业相互促进
四、以社区旅游模式来推动红色旅游和谐发展
五、红色旅游需可持续发展
第八章、温泉旅游
第一节、温泉的历史回顾
一、温泉文化的起源及变迁
二、《水经注》中的温泉记载
第二节、温泉的相关疗效及分类
一、温泉的成因与疗效
二、温泉的主要类型
三、温泉旅游基本构成条件分析
第三节、中国各地温泉业发展概述
一、贵州
二、临沂
三、常州
四、四川
第四节、中国温泉旅游发展现状
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
第五节、各地名泉介绍
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
第九章、旅游小城镇
第一节、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、中国小城镇发展现状
一、小城镇的概念界定
二、小城镇发展的类型分析
三、小城镇的发展意义分析
四、中国小城镇存在的问题分析
五、发展中国小城镇的策略
第三节、中国各城市旅游小城镇的发展概况
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
第四节、中国旅游小城镇建设与生态学
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
第五节、旅游小城镇的问题分析
一、当前小城镇建设存在的主要问题
二、中国小城镇发展制度上的制约因素
三、中国小城镇发展局面亟需突破
第六节、中国旅游小城镇的出路与方向
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、主题公园在中国的发展
第一节、世界主题公园的发展历程与趋势分析
一、主题公园的定义
二、世界主题公园的产生
三、主题公园的世界性普及
四、亚洲主题园的发展

五、世界著名主题公园的经营管理模式分析
六、世界主题公园发展的主要特征及发展方向
第二节、中国主题公园的现状分析
一、中国主题公园的发展回顾
二、中国主题公园产业特性
三、中国主题公园产业存在问题
四、中国主题公园产业发展前景
第三节、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
第四节、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
第五节、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、其他
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、2008年长三角区域工业旅游火热
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
第十二章、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
第十三章、旅游产业的电子运用以及网络构建
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
第十四章、旅游类上市公司分析
第一节、华侨城
一、公司简介
二、2006年华侨城经营状况分析

三、2007年前三季度华侨城经营状况分析
四、华侨城遵循西部战略攻进成都旅游地产
第二节、中青旅
一、公司简介
二、2006年中青旅的经营状况
三、2007年前三季度中青旅经营状况分析
四、中青旅大力进军旅游地产
第三节、首旅股份
一、公司简介
二、2006年首旅股份经营状况
三、2007年前三季度首旅股份经营状况分析
四、首旅股份存在的优势和困难
第四节、丽江旅游
一、公司简介
二、2006年丽江旅游经营状况分析
三、2007年前三季度丽江股份经营状况分析
四、丽江旅游存在的优势和困难
五、丽江旅游的经营风险与对策
六、未来丽江旅游发展的展望
第五节、桂林旅游
一、公司简介
二、2006年桂林旅游经营状况分析
三、2007年前三季度桂林旅游经营状况分析
四、桂林旅游的风险因素及对策
五、未来桂林旅游发展的展望
第十五章、国内旅游资源介绍
第一节、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、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、其他个性景点介绍
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
第十六章、旅游业竞争分析
第一节、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、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、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、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
第十七章、旅游业的投资分析
第一节、行业的投资特性分析
一、旅游业投资的特点分析
二、中国旅游业正步入快速成长期
三、行业的赢利性分析
四、中国发展旅游产业基金面临的问题与风险
五、旅游业进入壁垒和退出机制
第二节、中国旅游投资现状
一、2007年中国旅游投资概况

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
第三节、中国旅游业投资趋势预测
一、2008年中国旅游投资预测
二、“十一五”全国旅游投资势头不减
第十八章、旅游业的发展前景与趋势
第一节、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、中国旅游业的展望
一、2008年中国旅游产业五大悬念猜测
二、2008年中国旅游市场走向猜想
三、2010-2015年中国出境旅游业发展预测
四、中国旅游发展趋势研究
五、中国旅游业发展的新走向
第三节、中国旅游市场的发展趋势
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
附录
附录一：旅行社管理条例
附录二：中国公民出国旅游管理办法
附录三：旅游安全管理暂行办法
附录四：边境旅游暂行管理办法
附录五：旅游发展规划管理办法
附录六：旅行社质量保证金暂行规定实施细则
附录七：漂流旅游安全管理暂行办法
图表目录：
图表1 中国旅游业总收入与国内生产总值一览
图表2 旅游业总收入占GDP比重趋势图
图表3 旅游行业总收入逐年增长情况一览表
图表4 2005-2008年北京旅游业数据分析

图表5 中国餐饮业百强企业（前10位）
图表6 2007年1-11月全国住宿和餐饮业零售额数据
图表7 2007年1-11月全国住宿和餐饮业零售额对比情况
图表8 2007年1-11月限额上、下住宿和餐饮企业经营对比情况
图表9 节事对旅游目的地的影响
图表10 澳大利亚国际入境游客的增长图
图表11 后奥运效应形成的动力型模型
图表12 中国入境游客统计
图表13 2007年1-11月国家铁路各月日均装车
图表14 2007年1-11月国家铁路各月煤炭运量
图表15 2007年1-11月城市公共交通业城镇固定资产投资情况
图表16 2005年-2007年各月城市公共交通业城镇固定资产投资及累计同比增长
图表17 主要的交通运输方式对比
图表18 中国各种交通运输方式增长情况
图表19 五种旅游交通工具的选用情况比较
图表20 区域旅游交通需求预测流程图
图表21 使用水平与影响之间关系
图表22 中国旅游产业发展规模
图表23 中国入境旅游人数和旅游收入的世界排名
图表24 2001-2005年中国旅游事业发展情况
图表25 2004-2005年国际旅游外汇收入及构成
图表26 2004-2005年按性别、年龄和事由分外国入境旅游人数
图表27 历年来按国别分外国入境旅游人数
图表28 历年来各地区国际旅游外汇收入
图表29 历年来各地区接待入境旅游人数
图表30 历年来国内旅游情况
图表31 2006年12月入境旅游外国人人数（按年龄、性别分）
图表32 2006年12月入境旅游外国人人数（按目的分）
图表33 2006年12月来华旅游入境人数（按入境方式分）
图表34 2006年1-12月入境旅游外国人人数（按年龄、性别分）
图表35 2006年1-12月入境旅游外国人人数（按目的分）
图表36 2006年1-12月来华旅游入境人数（按入境方式分）
图表37 1995-2006年中国国内旅游人数和收入增长表
图表38 2006年全国各省市自治区国内旅游接待情况一览表
图表39 2006年主要城市国际旅游（外汇）收入情况

图表40 2006年1-12月主要城市接待情况（一）
图表41 2006年1-12月主要城市接待情况（二）
图表42 2006年地方国际旅游（外汇）收入情况
图表43 2006年1-12月地方接待情况（一）
图表44 2006年1-12月地方接待情况（二）
图表45 2006年国内旅游基本情况
图表46 2006年国际旅游（外汇）收入构成
图表47 2007年1-11月主要城市接待情况（一）
图表48 2007年1-11月主要城市接待情况（二）
图表49 2007年1-11月地方接待情况（一）
图表50 2007年1-11月地方接待情况（二）
图表51 2007年1-11月入境旅游外国人人数（按目的分）
图表52 2007年11月入境旅游外国人人数（按目的分）
图表53 2007年1-11月外国来华旅游入境人数（按年龄、性别分）
图表54 2007年11月外国来华旅游入境人数（按年龄、性别分）
图表55 2007年1-11月来华旅游入境人数（按入境方式分）
图表56 2007年11月来华旅游入境人数（按入境方式分）
图表57 2007年11月入境旅游接待收汇情况
图表58 边际社会收益、边际社会成本、边际私人收益曲线
图表59 边际社会成本、边际私人成本、边际私人收益曲线
图表60 旅游资源的需求与供给曲线
图表61 历年来入境旅游对GDP的贡献率
图表62 历年来入境旅游对全社会就业的贡献率
图表63 近年入境旅游的外汇收入构成
图表64 入境过夜旅游者的消费支出的构成
图表65 入境过夜旅游者在华对住宿设施的选择
图表66 国内旅游者对住宿设施的选择
图表67 男性过夜旅游者对住宿设施的选择比例
图表68 女性过夜旅游者对住宿设施的选择比例
图表69 不同年龄游客对住宿设施选择比例
图表70 不同文化程度的游客在不同的住宿设施中住宿时间比例
图表71 不同目的的出游者选择不同住宿设施住宿的时间比例
图表72 入境游客在华停留时间变化表
图表73 国内城镇游客出游情况（按目的分）
图表74 国内农民出游目的比例表

图表75 入境外国游客人数和比例（按目的分）
图表76 入境外国游客不同目的人数比例图
图表77 入境旅游者对中国各旅游资源感兴趣的比例
图表78 外国旅游者对中国各旅游资源感兴趣的比例
图表79 国内游客对住宿设施的评价
图表80 国内游客对餐饮的评价
图表81 国内游客对交通的评价
图表82 国内游客对娱乐的评价
图表83 国内游客对购物的评价
图表84 旅游－自然旅游－生态旅游之关系示意图
图表85 传统旅游与生态旅游的目标区别
图表86 传统旅游与生态旅游管理方式的区别
图表87 传统旅游与生态旅游正面影响的区别
图表88 传统旅游与生态旅游负面影响的区别
图表89 西部生态旅游的三元网络结构
图表90 生态旅游区建设驱动－制约机制模型
图表91 2000-2006年中国居民旅游消费连年上升（忽略2003年非典因素）
图表92 温泉旅游的基本构件
图表93 温泉旅游体验曲线
图表94 日本环球影城入场券种类与价格
图表95 欧洲，美国，日本主题公园的比较
图表96 中国主题公园按主题类别划分
图表97 三家主题公园上市公司基本情况比较
图表98 三家企业股东背景比较
图表99 三家企业异同点比较
图表100 三家企业竞争优劣势比较
图表101 游客的旅游地选择与决策模型
图表102 都市白领对香港旅游的选择与购买决策过程
图表103 城市居民旅游需求影响因子分析表
图表104 城市居民国内旅游情况统计
图表105 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106 旅游城市网络化发展的阶段性特征
图表107 长江三角洲旅游城市网络化发展路径的意见
图表108 长三角旅游产业集群纵向网络化
图表109 长三角旅游产业集群横向网络化

图表110 市场形势、层级形势与网络形势的企业组织比较
图表111 旅游企业市场交换与网络交换对比
图表112 旅游电子商务未来发展趋势
图表113 华侨城前十名股东、前十名流通股股东持股表
图表114 2006年华侨城主要会计数据
图表115 2006年华侨城非经常性损益项目及金额
图表116 2006年华侨城利润表附表
图表117 2004-2006年华侨城主要会计数据及财务指标
图表118 2006年华侨城总体经营状况分析
图表119 2006年华侨城利润构成情况
图表120 2006年华侨城主营业务情况
图表121 2007年前三季度华侨城主要会计数据及财务指标
图表122 2007年前三季度华侨城非经常性损益项目及金额
图表123 中青旅前十名股东构成及持股比例
图表124 2006年中青旅主要财务数据
图表125 2006年中青旅非经常性损益项目及金额
图表126 2004-2006年中青旅主要会计数据及财务指标
图表127 2006年中青旅主营业务分行业情况
图表128 2006年中青旅主营业务分地区情况
图表129 2007年前三季度中青旅主要会计数据及财务指标
图表130 2007年前三季度中青旅主要会计数据及财务指标
图表131 2005年首旅股份的主要股东构成及持股比例
图表132 2006年首旅股份主要财务数据
图表133 2006年首旅股份非经常性损益项目及金额
图表134 2004-2006年首旅股份主要会计数据及财务指标
图表135 2006年首旅股份利润表附表
图表136 2006年首旅股份主营业务分行业情况
图表137 2006年首旅股份主营业务分地区情况
图表138 2007年前三季度首旅股份主要会计数据及财务指标
图表139 2007年前三季度首旅股份非经常性损益项目及金额
图表140 2006年丽江旅游主要财务指标
图表141 2006年丽江旅游非经常性损益项目及金额
图表142 2004-2006年丽江旅游主要会计数据
图表143 2004-2006年丽江旅游主要财务指标
图表144 2006年丽江旅游利润表附表

图表145 2006年丽江旅游主营业务分行业情况
图表146 2006年丽江旅游主营业务分产品情况
图表147 2007年前三季度丽江旅游主要会计数据及财务指标
图表148 2007年前三季度丽江旅游非经常性损益项目及金额
图表149 2006年桂林旅游会计数据
图表150 2006年桂林旅游非经常性损益项目及金额
图表151 2004-2006年桂林旅游主要会计数据及财务指标
图表152 2006年桂林旅游利润表附表
图表153 2006年桂林旅游主营业务分行业、产品情况表
图表154 2006年占桂林旅游主营业务10%以上产品情况
图表155 2007年前三季度桂林旅游主要会计数据及财务指标
图表156 2007年前三季度桂林旅游非经常性损益项目及金额
图表157 上海主要景点一览
图表158 2020年世界各地区旅游人数占潜在旅游总人数的比例预测
图表159 未来国际旅游业的增长趋势

详细请访问：https://www.chyxx.com/research/200805/62098C76E58D060B.html