

2017-2022年中国山地旅游 市场现状调查与前景趋势研究报告

报告目录及图表目录

智研数据研究中心 编制

www.abaogao.com

一、报告报价

《2017-2022年中国山地旅游市场现状调查与前景趋势研究报告》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.abaogao.com/b/lvyou/2241281J4N.html>

报告价格：印刷版：RMB 7000 电子版：RMB 7200 印刷版+电子版：RMB 7500

智研数据研究中心

订购电话： 400-600-8596(免长话费) 010-80993963

海外报告销售：010-80993963

传真： 010-60343813

Email： sales@abaogao.com

联系人： 刘老师 谭老师 陈老师

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

山地旅游是以山地自然环境为主要的旅游环境载体，以复杂多变的山体景观，各种山地水体，丰富的动植物景观，山地立体气候，区域小气候等自然资源和山地居民适应山地环境所形成的社会文化生活习惯，传统人文活动流传至今形成的特定文化底蕴等人文资源为主要的旅游资源，以山地攀登、探险、考察、野外拓展等为特色旅游项目，兼山地观光、休闲、度假、健身、娱乐、教育、运动为一体的一种现代旅游形式。

智研数据研究中心发布的《2017-2022年中国山地旅游市场现状调查与前景趋势研究报告》共十八章。首先介绍了山地旅游相关概念及发展环境，接着分析了中国山地旅游规模及消费需求，然后对中国山地旅游市场运行态势进行了重点分析，最后分析了中国山地旅游面临的机遇及发展前景。您若想对中国山地旅游有个系统的了解或者想投资该行业，本报告将是您不可或缺的重要工具。

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家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。

报告目录：

第一部分行业发展现状32

第一章山地旅游行业发展概述32

第一节行业相关概念32

一、山地旅游产业定义32

二、山地旅游产业产品范围32

三、山地旅游产业的外延及其所隶属的大行34

第二节山地旅游产业产品与服务35

一、山地旅游产业主要业态35

二、山地旅游产业组织形式35

三、山地旅游产品种类与生产数量36

第三节山地旅游产业投资特性分析37

一、山地旅游产业赢利性37

二、山地旅游产业成长性37

三、山地旅游产业风险性38

四、山地旅游业进入壁垒39

第四节山地旅游业现行管理体制分析40

- 一、现行管理体制制约山地旅游业的发展40
- 二、山地旅游协会在市场管理中的作用41
- 三、对山地旅游行业行政管理体制改革的建议42

第二章旅游业市场发展分析43

第一节全球旅游市场发展分析43

- 一、全球国际旅游人数分析43
- 二、全球国际旅游收入分析44
 - 1、全球国际旅游收入排行44
 - 2、亚洲国际旅游收入排行44
 - 3、美洲国际旅游收入分析44
- 三、全球领先旅游业企业发展分析44
 - 1、美国胜腾旅游集团44
 - 2、万豪国际集团49
 - 3、喜达屋集团55
 - 4、瑞士旅业集团 (Kuoni) 61

第二节中国国内旅游市场发展分析62

- 一、2016年中国国内旅游概况62
 - 1、国内旅游人数62
 - 2、国内旅游收入62
 - 3、国内旅游人均花费63
- 二、2016年国内旅游的发展特征63
 - 1、节假日旅游进一步集中63
 - 2、一日游占主导地位63
 - 3、观光游仍是主体63
 - 4、区域旅游热点更加凸显64
- 三、中国国内旅游市场“十三五”发展预测64

第三节中国入境旅游市场发展分析65

- 一、2016年中国入境旅游概况65
 - 1、入境旅游接待人数65

- 2、入境旅游外汇收入67
- 3、入境旅游客源情况68
- 4、入境旅游过夜游客数69
- 二、2016年入境旅游主要特点70
 - 1、入境游客以港澳台同胞为主70
 - 2、入境外国游客以亚欧人为主71
 - 3、旅游目的以观光休闲和商务会议为主72
- 三、入境旅游市场“十三五”发展预测72
- 第四节中国出境旅游市场发展分析74
 - 一、2016年中国出境旅游概况74
 - 二、2016年出境旅游目的地概况74
 - 1、已开放的出境旅游目的地74
 - 2、出境旅游中的热门目的地74
 - 三、2016年网民出境旅游意向调查75
 - 四、出境旅游市场“十三五”发展预测77
- 第五节中国黄金周旅游市场发展分析78
 - 一、十一黄金周旅游市场发展分析78
 - 1、十一黄金周旅游人数78
 - 2、十一黄金周旅游收入78
 - 二、春节黄金周旅游市场发展分析80
 - 1、春节黄金周旅游人数80
 - 2、春节黄金周旅游收入80
- 第六节中国旅游业“走出去”机遇分析80
 - 一、旅游子行业海外市场扩张现状80
 - 1、旅游景区海外市场扩张现状80
 - 2、酒店业海外市场扩张现状81
 - 3、餐饮业海外市场扩张现状81
 - 二、旅游业海外扩张存在问题82
 - 三、未来海外市场前景展望83
 - 四、行业海外扩张对策建议84
- 第三章全球山地旅游市场发展分析86

第一节2016年全球山地旅游市场分析86

- 一、2015年全球山地旅游市场回顾86
- 二、2016年全球山地旅游市场环境88
- 三、2016年全球山地旅游格局分析89
- 四、2016年全球山地旅游行业发展分析89

第二节2016年全球山地旅游市场分析90

- 一、2016年全球山地旅游需求分析90
- 二、2016年全球山地旅游行业发展分析91
- 三、2016年全球山地旅游市场环境93
- 四、2016年中外山地旅游市场对比93

第三节主要国家地区山地旅游市场分析94

- 一、2013-2016年美国山地旅游市场分析94
- 二、2013-2016年欧洲山地旅游市场分析96
- 三、2013-2016年日本山地旅游市场分析97
- 四、2013-2016年澳大利亚山地旅游市场分析98
- 五、2013-2016年印度山地旅游市场分析98
- 六、2013-2016年印马来西亚山地旅游市场分析99
- 七、2013-2016年韩国山地旅游市场分析100
- 八、2013-2016年其他国家山地旅游市场101

第四章2013-2016年中国山地旅游业运营态势分析102

第一节2013-2016年中国山地旅游产业的发展分析102

- 一、我国山地旅游业的兴起与开发情况102
- 二、山地旅游业在中国渐趋升温102
- 三、我国山地旅游产生巨大经济效应103
- 四、国内山地旅游热掀起流行趋势104

第二节2013-2016年中国山地旅游业存在的问题105

- 一、山地旅游开发中存在的阻碍105
- 二、我国山地旅游开发的错误观念106
- 三、山地旅游相关配套设施不足107

第三节2013-2016年中国山地旅游业开发的对策分析108

- 一、山地旅游结合发展需要关注的要点108

- 二、加快我国山地旅游业发展的措施108
- 三、中国山地旅游开发的途径探析111
- 四、山地旅游的品牌塑造与推广策略透析111
- 五、山地旅游业的市场经济路径探讨112

第五章中国山地旅游产业消费者行为调研115

第一节消费者旅游偏好调研115

- 一、不同性别山地旅游偏好调研115
- 二、不同年龄山地旅游偏好调研115

第二节消费者行为习惯调研118

- 一、不同性别消费者结构调研118
- 二、不同年龄消费者结构调研120
- 三、消费者消费频次调研122
- 四、消费者旅游时间选择调研123
- 五、消费者山地旅游选择考虑因素调研125
- 六、消费者选择山地旅游因由调研130
- 七、消费者山地旅游的途径调研131
- 八、消费者山地旅游地喜好调研132

第六章我国山地旅游市场发展研究135

第一节2016年我国山地旅游市场发展研究135

第二节2016年我国山地旅游市场情况141

第三节2016年我国山地旅游市场结构和价格走势分析144

- 一、2016年我国山地旅游市场结构和价格走势概述144
- 二、2016年我国山地旅游市场结构分析147
- 三、2016年我国山地旅游市场价格走势分析147

第七章山地旅游区域市场情况分析149

第一节华东地区149

- 一、2013-2016年行业发展现状分析149
- 二、2013-2016年市场需求情况分析149
- 三、2013-2016年市场规模情况分析150

四、2013-2016年行业竞争格局分析150

五、2017-2022年行业发展趋势分析150

第二节华北地区151

一、2013-2016年行业发展现状分析151

二、2013-2016年市场需求情况分析151

三、2013-2016年市场规模情况分析152

四、2013-2016年行业竞争格局分析152

五、2017-2022年行业发展趋势分析153

第三节华中地区153

一、2013-2016年行业发展现状分析153

二、2013-2016年市场需求情况分析153

三、2013-2016年市场规模情况分析154

四、2013-2016年行业竞争格局分析154

五、2017-2022年行业发展趋势分析155

第四节华南地区155

一、2013-2016年行业发展现状分析155

二、2013-2016年市场需求情况分析155

三、2013-2016年市场规模情况分析156

四、2013-2016年行业竞争格局分析156

五、2017-2022年行业发展趋势分析157

第五节东北地区157

一、2013-2016年行业发展现状分析157

二、2013-2016年市场需求情况分析157

三、2013-2016年市场规模情况分析158

四、2013-2016年行业竞争格局分析158

五、2017-2022年行业发展趋势分析159

第六节西北地区159

一、2013-2016年行业发展现状分析159

二、2013-2016年市场需求情况分析160

三、2013-2016年市场规模情况分析160

四、2013-2016年行业竞争格局分析160

五、2017-2022年行业发展趋势分析161

第七节西南地区161

- 一、2013-2016年行业发展现状分析161
- 二、2013-2016年市场需求情况分析162
- 三、2013-2016年市场规模情况分析162
- 四、2013-2016年行业竞争格局分析162
- 五、2017-2022年行业发展趋势分析163

第八章中国山地旅游业子行业发展分析164

第一节旅游景区发展分析164

- 一、旅游景区基本情况164
- 二、旅游景区业绩增长分析165
 - 1、旅游景区主体地位增强165
 - 2、精品旅游景区业绩突出165
 - 3、新兴旅游景区成为热点166
- 三、旅游衍生品行业发展分析166
 - 1、行业发展概况166
 - 2、行业竞争现状166
 - 3、行业进入壁垒167
 - 4、行业特有经营模式及行业特征168

第二节酒店业发展分析168

- 一、星级饭店发展分析168
 - 1、星级饭店规模及构成情况168
 - 2、星级饭店总体经营状况169
 - 3、不同星级饭店经营状况170
 - 4、不同地区星级饭店经营状况171
 - 5、重点旅游城市酒店经营情况172
 - 6、酒店市场运行特点总结173
- 二、经济型连锁酒店发展分析176
 - 1、经济型酒店规模分析176
 - 2、经济型酒店区域分布情况177
 - 3、经济型酒店产品结构177
 - 4、经济型酒店竞争格局178

三、中国酒店业发展趋势179

第三节餐饮业发展分析183

一、餐饮业集中度分析183

二、餐饮百强企业经营分析183

1、营业额稳步增长183

2、分化与互渗趋势明显185

3、占社会餐饮收入比重基本与上年持平187

4、百强企业规模进一步扩大188

5、综合业绩表现逊于往年189

三、餐饮业发展趋势190

第四节旅行社发展分析190

一、旅游社行业发展概况190

1、行业发展规模190

2、行业经营状况191

二、旅行社业务分析191

1、入境旅游业务分析191

2、国内旅游业务分析192

3、出境旅游业务分析193

三、旅行社行业总体结构分析194

1、旅行社区域分布194

2、旅行社经营状况194

3、旅行社类别分布195

四、旅行社行业转型分析196

1、旅行社行业发展阶段196

2、旅行社行业分工体系197

3、旅行社行业集中度198

4、旅行社行业盈利能力198

五、国际旅行社行业的发展借鉴198

1、国际旅行社以“垂直分工”为主的多样化分工体系198

2、欧美旅行社的一体化进程200

3、国际成功旅行社“抓两头，带中间”的基本模式201

第二部分行业竞争格局	202
第九章山地旅游行业竞争格局分析	202
第一节行业竞争结构分析	202
一、现有企业间竞争	202
二、潜在进入者分析	202
三、替代品威胁分析	203
四、供应商议价能力	203
五、客户议价能力	203
第二节行业集中度分析	204
一、市场集中度分析	204
二、企业集中度分析	204
三、区域集中度分析	205
第三节中国山地旅游行业竞争格局综述	206
一、2016年山地旅游行业集中度	206
二、2016年山地旅游行业竞争程度	206
三、2016年山地旅游企业与品牌数量	208
四、2016年山地旅游行业竞争格局分析	210
第四节2013-2016年山地旅游行业竞争格局分析	211
一、2013-2016年国内外山地旅游竞争分析	211
二、2013-2016年我国山地旅游市场竞争分析	211
三、2013-2016年我国山地旅游市场集中度分析	212
四、2013-2016年国内主要山地旅游企业动向	213
五、2016年国内山地旅游拟在建项目分析	213
第十章山地旅游企业竞争策略分析	215
第一节山地旅游市场竞争策略分析	215
一、2016年山地旅游市场增长潜力分析	215
二、2016年山地旅游主要潜力产品分析	216
三、现有山地旅游产品竞争策略分析	218
四、潜力山地旅游品种竞争策略选择	220
五、典型企业竞争策略分析	223
第二节山地旅游企业竞争策略分析	224

- 一、欧债危机对山地旅游行业竞争格局的影响224
- 二、欧债危机后山地旅游行业竞争格局的变化225
- 三、2016年我国山地旅游市场竞争趋势226
- 四、2016年山地旅游竞争格局展望228
- 五、2016年山地旅游竞争策略分析228
- 六、2016年山地旅游竞争策略分析230

第十一章国内外重点山地旅游景点竞争状况233

第一节南迦巴瓦峰233

- 一、概况233
- 二、竞争优势233
- 三、经营和财务状况233
- 四、发展战略234

第二节贡嘎山235

- 一、概况235
- 二、竞争优势235
- 三、经营和财务状况236
- 四、发展战略236

第三节珠穆朗玛峰237

- 一、概况237
- 二、竞争优势237
- 三、经营和财务状况237
- 四、发展战略238

第四节梅里雪山239

- 一、概况239
- 二、竞争优势239
- 三、经营和财务状况239
- 四、发展战略240

第五节黄山241

- 一、概况241
- 二、竞争优势241
- 三、经营和财务状况242

四、发展战略242

第六节稻城三神山243

一、概况243

二、竞争优势244

三、经营和财务状况244

四、发展战略246

第七节乔戈里峰246

一、概况246

二、竞争优势247

三、经营和财务状况247

四、发展战略248

第八节冈仁波齐峰249

一、概况249

二、竞争优势249

三、经营和财务状况249

四、发展战略251

第九节泰山252

一、概况252

二、竞争优势252

三、经营和财务状况253

四、发展战略253

第十节峨眉山255

一、概况255

二、竞争优势256

三、经营和财务状况256

四、发展战略256

第十二章国内重点旅游公司竞争状况258

第一节中青旅控股股份有限公司258

一、企业概况258

二、企业主要经济指标分析259

三、企业盈利能力分析260

四、企业偿债能力分析	261
五、企业运营能力分析	263
六、企业成长能力分析	265
第二节北京首都旅游股份有限公司	266
一、企业概况	266
二、企业主要经济指标分析	267
三、企业盈利能力分析	268
四、企业偿债能力分析	269
五、企业运营能力分析	271
六、企业成长能力分析	273
第三节上海锦江国际旅游股份有限公司	274
一、企业概况	274
二、企业主要经济指标分析	275
三、企业盈利能力分析	276
四、企业偿债能力分析	277
五、企业运营能力分析	279
六、企业成长能力分析	281
第四节黄山旅游发展股份有限公司	282
一、企业概况	282
二、企业主要经济指标分析	283
三、企业盈利能力分析	284
四、企业偿债能力分析	285
五、企业运营能力分析	287
六、企业成长能力分析	289
第五节峨眉山旅游股份有限公司	290
一、企业概况	290
二、企业主要经济指标分析	290
三、企业盈利能力分析	291
四、企业偿债能力分析	292
五、企业运营能力分析	294
六、企业成长能力分析	296
第六节国旅联合股份有限公司	297

- 一、企业概况297
- 二、企业主要经济指标分析298
- 三、企业盈利能力分析299
- 四、企业偿债能力分析300
- 五、企业运营能力分析302
- 六、企业成长能力分析304
- 第七节丽江玉龙旅游股份有限公司305
 - 一、企业概况305
 - 二、企业主要经济指标分析306
 - 三、企业盈利能力分析307
 - 四、企业偿债能力分析308
 - 五、企业运营能力分析310
 - 六、企业成长能力分析312
- 第八节桂林旅游股份有限公司313
 - 一、企业概况313
 - 二、企业主要经济指标分析314
 - 三、企业盈利能力分析316
 - 四、企业偿债能力分析317
 - 五、企业运营能力分析319
 - 六、企业成长能力分析321

- 第三部分行业前景预测322
- 第十三章山地旅游行业发展趋势分析322
 - 第一节我国山地旅游行业前景与机遇分析322
 - 一、我国山地旅游行业发展前景322
 - 二、我国山地旅游发展机遇分析322
 - 三、2016年山地旅游的发展机遇分析323
 - 四、欧债危机对山地旅游行业的影响分析323
 - 第二节2013-2016年中国山地旅游市场趋势分析324
 - 一、2013-2016年山地旅游市场趋势总结324
 - 二、2016年山地旅游发展趋势分析325
 - 三、2016年山地旅游市场发展空间326

- 四、2016年山地旅游产业政策趋向328
- 五、2016年山地旅游技术革新趋势329
- 六、2016年山地旅游价格走势分析330
- 七、2016年国际环境对行业的影响330

第十四章未来山地旅游行业发展预测333

第一节未来山地旅游需求与消费预测333

- 一、2017-2022年山地旅游消费预测333
- 二、2017-2022年山地旅游市场规模预测334
- 三、2017-2022年山地旅游行业总产值预测334
- 四、2017-2022年山地旅游行业销售收入预测336
- 五、2017-2022年山地旅游行业总资产预测337

第二节2017-2022年中国山地旅游行业供需预测338

- 一、2017-2022年中国山地旅游供给预测338
- 二、2017-2022年中国山地旅游需求预测339
- 三、2017-2022年中国山地旅游供需平衡预测339
- 四、2017-2022年中国山地旅游价格预测340

第四部分投资战略研究341

第十五章山地旅游行业投资现状分析341

第一节2015年山地旅游行业投资情况分析341

- 一、2015年总体投资及结构341
- 二、2015年投资规模情况341
- 三、2015年投资增速情况342
- 四、2015年分地区投资分析343
- 五、2015年外商投资情况343

第二节2015年山地旅游行业投资情况分析344

- 一、2016年总体投资及结构344
- 二、2016年投资规模情况345
- 三、2016年投资增速情况345
- 四、2016年分地区投资分析346
- 五、2016年外商投资情况347

第十六章山地旅游行业投资环境分析348

第一节经济发展环境分析348

- 一、2017-2022年我国宏观经济运行情况348
- 二、2017-2022年我国宏观经济形势分析348
- 三、2017-2022年投资趋势及其影响预测349

第二节政策法规环境分析350

- 一、2016年山地旅游行业政策环境分析350
- 二、2016年国内宏观政策对其影响351
- 三、2016年行业产业政策对其影响351

第三节技术发展环境分析351

- 一、国内山地旅游技术现状351
- 二、2016年山地旅游技术发展分析352
- 三、2017-2022年山地旅游技术发展趋势分析353

第四节社会发展环境分析354

- 一、国内社会环境发展现状354
- 二、2016年社会环境发展分析355
- 三、2017-2022年社会环境对行业的影响分析355

第十七章山地旅游行业投资机会与风险360

第一节行业活力系数比较及分析360

- 一、2016年相关产业活力系数比较360
- 二、2013-2016年行业活力系数分析360

第二节行业投资收益率比较及分析361

- 一、2016年相关产业投资收益率比较361
- 二、2013-2016年行业投资收益率分析362

第三节山地旅游行业投资效益分析362

- 一、2013-2016年山地旅游行业投资状况分析362
- 二、2017-2022年山地旅游行业投资效益分析363
- 三、2017-2022年山地旅游行业投资趋势预测365
- 四、2017-2022年山地旅游行业的投资方向366
- 五、投资建议373

六、新进入者应注意的障碍因素分析374

第四节影响山地旅游行业发展的主要因素374

一、2017-2022年影响山地旅游行业运行的有利因素分析374

二、2017-2022年影响山地旅游行业运行的稳定因素分析374

三、2017-2022年影响山地旅游行业运行的不利因素分析375

四、2017-2022年我国山地旅游行业发展面临的挑战分析375

五、2017-2022年我国山地旅游行业发展面临的机遇分析375

第五节山地旅游行业投资风险及控制策略分析376

一、2017-2022年山地旅游行业市场风险及控制策略376

二、2017-2022年山地旅游行业政策风险及控制策略377

三、2017-2022年山地旅游行业经营风险及控制策略378

四、2017-2022年山地旅游行业技术风险及控制策略378

五、2017-2022年山地旅游行业同业竞争风险及控制策略379

六、2017-2022年山地旅游行业其他风险及控制策略379

第十八章山地旅游行业投资战略研究380(ZYWZY)

第一节山地旅游行业发展战略研究380

一、战略综合规划380

二、技术开发战略380

三、业务组合战略382

四、区域战略规划383

五、产业战略规划384

六、营销品牌战略386

七、竞争战略规划388

第二节对我国山地旅游品牌的战略思考394

一、企业品牌的重要性394

二、山地旅游实施品牌战略的意义396

三、山地旅游企业品牌的现状分析397

四、我国山地旅游企业的品牌战略398

五、山地旅游品牌战略管理的策略398

第三节山地旅游企业经营管理策略399

一、成本控制策略399

二、定价策略400

三、竞争策略402

四、并购重组策略403

五、营销策略406

六、人力资源412

七、财务管理414

八、国际化策略414

第四节我国山地旅游业发展的对策420

一、中国山地旅游走出去的问题与对策420

二、山地旅游产业化发展意识定位分析421

三、山地旅游市场“打建并举”422

四、科技助力山地旅游数字化422

五、强强联合专职管理425

六、风险应降低政策待倾斜425

七、参与体制改革进军网络领域426

八、多元化战略拓展生存空间427

九、大力开发原创产品428

第五节山地旅游行业投资战略研究429

一、2016年旅游产业投资战略429

二、2016年山地旅游行业投资战略429

三、2017-2022年山地旅游行业投资战略430

四、2017-2022年细分行业投资战略432

附件433

附件：山地旅游业投资案例分析；各地区相关政策；433

1、各地区相关政策收集（不一定非要山地旅游项目）随机选择。433

2、案例分析:446

长白山：200亿万达长白山地产446

黄山：东黄山旅游度假区、黄山徽府、黄山中信湾447

峨眉山：峨眉山天颐温泉度假小镇、峨秀湖国际度假区、峨眉半山七里坪国际度假区、峨眉山蜀尚国449

庐山：天沐星子温泉、中信庐山西海旅游度假区地产451

华山：320亿打造华山太湖生态旅游度假区452

武夷山：万达集团武夷山地产、武夷新区旅游地产453

张家界：20亿，阳和国际休闲度假区、150亿天门山仙境国际养生度假区454

图表目录：

图表12016年全国入境游接待人次同比下降2.23%65

图表22016年入境旅游外国人人数（按目的分）66

图表32016年入境旅游接待收汇情况67

图表42016年主要客源市场情况68

图表52016年全国入境游过夜人次同比下降1.08%69

图表62016年我国山地旅游行业销售收入及增长情况135

图表72016年我国山地旅游行业销售收入及增长情况141

图表82009-2016年华东地区山地旅游行业销售收入增长情况150

图表92009-2016年华北地区山地旅游行业销售收入增长情况152

图表102009-2016年华中地区山地旅游行业销售收入增长情况154

图表112009-2016年华南地区山地旅游行业销售收入增长情况156

图表122009-2016年东北地区山地旅游行业销售收入增长情况158

图表132009-2016年西北地区山地旅游行业销售收入增长情况160

图表142009-2016年西北地区山地旅游行业销售收入增长情况162

图表152016年全国星级饭店经营情况统计表169

图表162016年全国星级饭店经营情况平均指标统计表169

图表172016年全国星级饭店经营情况平均指标比较170

图表182016年重点旅游城市星级饭店平均房价前10名情况表172

图表192016年重点旅游城市星级饭店平均出租率前名情况表172

图表20近3年中青旅控股股份有限公司销售毛利率变化情况260

图表21近3年中青旅控股股份有限公司资产负债率变化情况262

图表22近3年中青旅控股股份有限公司产权比率变化情况262

图表23近3年中青旅控股股份有限公司固定资产周转次数情况263

图表24近3年中青旅控股股份有限公司流动资产周转次数变化情况264

图表25近3年中青旅控股股份有限公司总资产周转次数变化情况265

图表26近3年北京首都旅游股份有限公司销售毛利率变化情况268

图表27近3年北京首都旅游股份有限公司资产负债率变化情况269

图表28近3年北京首都旅游股份有限公司产权比率变化情况270

图表29近3年北京首都旅游股份有限公司固定资产周转次数情况271

图表30近3年北京首都旅游股份有限公司流动资产周转次数变化情况272

更多图表见正文.....

详细请访问：<http://www.abaogao.com/b/lvyou/2241281J4N.html>