

2014-2019年生态旅游行业 监测与投资战略咨询报告

报告目录及图表目录

北京迪索共研咨询有限公司

www.cction.com

一、报告报价

《2014-2019年生态旅游行业监测与投资战略咨询报告》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.cction.com/report/201403/102232.html>

报告价格：纸介版8000元 电子版8000元 纸介+电子8500元

北京迪索共研咨询有限公司

订购电话: 400-700-9228(免长话费) 010-69365838

海外报告销售: 010-69365838

Email: kefu@gonyn.com

联系人：李经理

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

生态旅游产业是以生态旅游资源为依托，以旅游设施为基础，为生态旅游活动创造便利条件并提供所需的商品和服务的综合性产业。旅游活动既然是人类重要的消费行为和世界上最大的产业，那么，可持续旅游发展就理所当然地成为世界旅游业发展的重要目标，而生态旅游是实现旅游业可持续发展的保障。由于人们生活水平的提高，社会、经济和科技等方面的发展，生态旅游快速发展起来。它以回归大自然为基调，以保护自然资源、自然环境、促进区域社会和谐发展为目的，提倡人们在保护环境的过程中感受大自然的美丽。

目前，在国内开放的生态旅游区主要有森林公园、风景名胜区、自然保护区等。生态旅游开发较早、开发较为成熟的地区主要有香格里拉、中甸、西双版纳、长白山、鼎湖山、新疆哈纳斯等地区。按开展生态旅游的类型划分，中国目前著名的生态旅游景区可以分为以下九大类：山岳生态景区，以五岳、道教名山等为代表；湖泊生态景区，以长白山天池、肇庆星湖等为代表；森林生态景区以吉林长白山、湖北神农架等为代表；草原生态景区以内蒙古呼伦贝尔草原等为代表；海洋生态景区海南文昌的红树林海岸等为代表；观鸟生态景区以江西鄱阳湖越冬候鸟自然保护区等为代表；冰雪生态旅游区；以云南丽江玉龙雪山、吉林延边长白山等为代表；漂流生态景区，以湖北神农架等为代表；徒步探险生态景区，以西藏珠穆朗玛峰、罗布泊沙漠等为代表。

“十一五”末期，全国已建立各级森林公园2600多处，年接待游客4亿多次，直接旅游收入超过300亿元。截至2012年底，全国（不含港、澳、台地区）共建立国家级自然保护区363个，面积9415万公顷，占国土面积的9.7%。“十一五”开局之年，全国A级旅游景区门票收入1149.94亿元，占营收总额的43.25%，依然是主要收入来源。全国A级旅游景区接待游客规模前50位基本上都是4A、5A级旅游景区，平均接待规模达到752.52万人次，最低也达到423.82万人次，前8位A级景区的接待规模都超过1000万人次。2013年，我国生态旅游总收入将达5500亿元。

生态旅游作为一种新的旅游形式在中国得到了迅速的发展。虽然也曾出现了这样或者那样的问题，但是，这种旅游形式将在未来获得更加广阔的发展空间。目前在我国，环保意识不断增强，绿色消费也已初见端倪。人们开始更多地关注自然、热爱自然、走进自然、保护自然，提倡绿色消费，倾向于选择不受污染的生态产品。这种市场需求的转变为生态旅游提供了广阔的市场空间。

本《2014-2019年生态旅游行业全景调研与投资战略研究咨询报告》，在大量周密的市场调研基础上，主要依据了国家统计局、国家林业局、国家旅游局、世界旅游城市联合会、世界旅游理事会、世界自然保护联盟（IUCN）、亚太旅游协会（PATA）、全国及海外多种相

关报刊杂志以及专业研究机构公布和提供的大量资料，对我国生态旅游及各子行业的发展状况、上下游行业发展状况、竞争替代产品、发展趋势、新产品与技术等进行了分析，并重点分析了我国生态旅游行业发展状况和特点，以及中国生态旅游行业将面临的挑战、企业的发展策略等。报告还对全球的生态旅游行业发展态势作了详细分析，并对生态旅游行业进行了趋向研判，是生态旅游经营、开发企业，服务、管理、投资机构等单位准确了解目前生态旅游发展动态，把握企业定位和发展方向不可多得的精品。

报告目录

第一部分 产业环境透视

第一章 生态旅游行业发展综述 1

第一节 旅游行业定义及分类 1

一、旅游的概念 1

1、旅游的定义 1

2、生态旅游概念 1

3、生态旅游历史背景 1

4、生态旅游内涵及意义 3

二、旅游的目的 4

三、旅游的起源 4

四、旅游的分类 5

五、旅游的意义 7

第二节 生态旅游资源 8

一、生态旅游资源概念 8

二、生态资源开发利用总结 8

三、生态旅游资源研究实践 8

四、国际生态旅游资源主要分布 9

第三节 旅游产业园的理论模式与实践发展 9

一、旅游产业园的概念模式 9

二、生态旅游产业园的建设背景与战略意义 13

1、建设背景 13

2、战略意义 13

3、园区命名 14

三、生态旅游产业园的发展定位与建设内容 14

1、发展定位 14

2、	总体布局	16
3、	保障措施	16
	第四节 生态旅游的经济意义	18
一、	生态旅游是对不可再生性资源的保护	18
二、	生态旅游能够满足人类对生活品质的不断需求	18
三、	生态旅游是对历史资源的传承和延续	19
四、	生态旅游的社会生态价值链	19
五、	生态旅游的经济影响体现的三个方面	20
	第五节 生态旅游行业产业链分析	20
一、	产业链结构分析	20
二、	主要环节的增值空间	21
三、	与上下游行业之间的关联性	21
四、	旅游行业相关产业分析	22
1、	旅游项目成本控制	22
2、	酒店行业发展状况及影响	23
3、	餐饮行业发展状况及影响	23
4、	旅游服务（导游、旅行社）行业发展状况及影响	24
5、	电子商务行业发展状况及影响	27
6、	旅游地产项目发展状况及影响	27
	第二章 生态旅游行业市场环境及影响分析（PEST）	28
	第一节 生态旅游行业政治法律环境（P）	28
一、	行业管理体制分析	28
二、	行业主要法律法规	30
1、	旅行社条例	30
2、	旅行社投保旅行社责任保险办法	47
3、	《中国旅游饭店行业规范》	51
三、	旅游行业标准	57
1、	《旅行社服务质量赔偿标准》	57
2、	《旅行社责任保险管理办法》	58
3、	《旅游饭店星级的划分及评定》	62
4、	《中华人民共和国旅店业卫生标准》	72
四、	行业相关发展规划	74

- 1、 国务院关于加快发展旅游业的意见 74
- 2、 国家环境保护“十二五”规划 75
- 3、 中国旅游业“十二五”发展规划纲要 97
- 五、 政策环境对行业的影响 99
- 第二节 行业经济环境分析（E） 100
- 一、 宏观经济形势分析 100
- 1、 国际宏观经济形势分析 100
- 2、 国内宏观经济形势分析 104
- 3、 产业宏观经济环境分析 107
- 二、 宏观经济环境对行业的影响分析 109
- 1、 经济复苏对行业的影响 109
- 2、 货币政策对行业的影响 110
- 3、 区域规划对行业的影响 111
- 第三节 行业社会环境分析（S） 114
- 一、 旅游产业社会环境 114
- 1、 人口环境分析 114
- 2、 教育环境分析 116
- 3、 文化环境分析 117
- 4、 中国城镇化率 117
- 二、 社会环境对行业的影响 118
- 三、 旅游产业发展对社会发展的影响 118
- 第四节 行业技术环境分析（T） 119
- 一、 旅游技术分析 119
- 二、 旅游技术发展水平 134
- 三、 旅游技术发展分析 134
- 四、 行业主要技术发展趋势 135
- 五、 技术环境对行业的影响 138
- 第三章 国际生态旅游行业发展分析及经验借鉴 140
- 第一节 全球旅游市场总体情况分析 140
- 一、 全球旅游行业的发展特点 140
- 二、 世界旅游业发展步伐持续加快 143
- 三、 绿色旅游成为亮点 144

- 四、肯尼亚生态旅游经验分析 144
- 第二节 世界生态旅游发展模式 147
 - 一、世界生态旅游发展模式分类 147
 - 1、经济发达--生态旅游成熟型 148
 - 2、经济发达--生态旅游滞缓型 149
 - 3、经济欠发达--生态旅游新兴型 150
 - 4、经济欠发达--生态旅游超前型 151
 - 二、世界生态旅游发展模式成因分析 151
 - 1、立法保护 152
 - 2、计划指导 152
 - 3、环保宣传 152
 - 4、利益协调 152
 - 5、技术支撑 152
 - 三、世界生态旅游实践对中国的启示 153
 - 1、充分发挥国家的主动性 153
 - 2、积极调动地方政府积极性 153
 - 3、保证具体工作的完善性 153
- 第三节 世界生态旅游区划 154
 - 一、概述 154
 - 二、生态旅游区划的定义与理论依据 155
 - 1、生态旅游区划定义 155
 - 2、理论依据 155
 - 三、生态旅游区划的原则 156
 - 1、全局谋划原则 156
 - 2、综合分析原则 156
 - 3、主导因素原则 156
 - 4、与行政区协调原则 157
 - 5、兼顾自然区划原则 157
 - 四、世界生态旅游区划方案 157
 - 五、各洲生态旅游的特点 159
 - 1、亚洲 159
 - 2、欧洲 159

3、非洲	160
4、北美洲	160
5、南美洲	161
6、大洋洲和南极洲	162
第四节 全球主要国家市场分析	162
一、加拿大	162
二、美国	163
三、澳大利亚	167
四、肯尼亚	169
五、哥斯达黎加	175
六、日本	175
第二部分 行业深度分析	
第四章 我国生态旅游行业运行现状分析	181
第一节 我国生态旅游行业发展状况分析	181
一、我国生态旅游行业发展阶段	181
二、我国生态旅游行业发展总体概况	181
三、我国生态旅游行业发展特点分析	182
四、我国生态旅游行业商业模式分析	183
第二节 生态旅游行业发展现状	189
一、我国生态旅游行业市场规模	189
二、我国生态旅游行业发展分析	189
三、中国生态旅游企业发展分析	190
第三节 生态旅游市场情况分析	194
一、中国生态旅游市场总体概况	194
二、中国生态旅游产品市场发展分析	195
第四节 我国生态旅游价格分析	196
一、生态旅游市场价格影响因素	196
二、重点生态旅游景区收费分析	197
三、生态旅游景区门票收费分析	199
四、生态旅游景区住宿餐饮价格参考	202
第五章 我国生态旅游行业整体运行指标分析	207
第一节 中国旅游行业总体规模分析	207

- 一、企业数量结构分析 207
- 二、人员规模状况分析 207
- 三、行业资产规模分析 208
- 四、行业市场规模分析 208
- 第二节 国内旅游人员市场分析 209
 - 一、国内旅游人数 209
 - 二、国内旅游综合经营收入 209
 - 三、国内旅游人均花费 210
- 第三节 入境旅游市场发展分析 211
 - 一、入境旅游客源情况 211
 - 二、客源结构分析 212
 - 三、客源入境方式 213
 - 四、入境旅游目的 214
 - 五、年龄及性别结构 215
 - 六、入境旅游过夜游客数 216
- 第四节 行业发展能力分析 217
 - 一、我国生态旅游行业总资产增长率 217
 - 二、我国生态旅游行业利润总额增长率 217
 - 三、我国生态旅游行业主营业务收入增长率 218
- 第六章 我国生态旅游市场供需形势分析 219
 - 第一节 我国生态旅游市场供给分析 219
 - 一、我国生态旅游行业供给分析 219
 - 二、我国生态旅游景点建设情况 220
 - 三、重点景区游客数量及增长形势 220
 - 第二节 我国生态旅游市场需求分析 221
 - 一、生态旅游行业需求市场 221
 - 二、生态旅游行业客户结构 222
 - 三、生态旅游行业需求的地区差异 222
 - 第三节 我国生态旅游市场供需平衡分析 224
- 第七章 生态旅游区规划分析 227
 - 第一节 生态旅游区的类型及特点 227
 - 一、生态旅游区发展历程 227

二、生态旅游区类型	227
第二节 各类生态旅游区规划的内容	229
一、生态旅游区规划的定义	229
二、生态旅游区规划的基本内容	229
三、各类生态旅游区规划的内容	231
第三节 生态旅游区规划的一般方法与技术	237
一、生态旅游区规划方法研究	237
二、生态旅游区规划的目标	247
三、生态旅游区规划的原则	248
四、生态旅游区规划的程序	249
第四节 生态旅游区认证等级评价	249
一、生态旅游区认证的概念及其意义	250
二、生态旅游区认证指标体系构建	250
1、指标体系框架	250
2、指标权重的确定	251
第五节 生态旅游区的环境承载力分析与调控	252
一、概述	252
二、生态旅游环境承载量的含义	253
三、生态环境承载力测算与评价	255
四、生态旅游环境容量的调控	259
第三部分 市场全景调研	
第八章 我国生态旅游细分市场分析及预测	262
第一节 中国生态旅游行业细分市场结构分析	262
一、生态旅游行业市场结构现状分析	262
二、生态旅游行业细分市场发展概况	262
三、生态旅游行业市场结构变化趋势	267
第二节 森林旅游市场分析预测	269
一、森林旅游概况	269
二、森林旅游市场规模分析	271
三、森林旅游市场结构分析	278
四、森林旅游环境承载力分析	290
五、森林旅游发展趋势分析	296

第三节 生态旅游景区旅游市场分析	299
一、生态旅游景区概况	299
二、生态旅游景区数量规模分析	300
三、生态旅游景区市场结构分析	306
四、生态旅游景区环境承载力分析	311
五、生态旅游景区发展趋势分析	312
第四节 自然保护区旅游市场分析	313
一、自然保护区概况	313
二、自然保护区市场规模分析	314
三、自然保护区市场结构分析	314
四、自然保护区环境承载力分析	319
五、自然保护区发展趋势分析	322
第五节 农业观光园旅游市场分析	323
一、农业观光园概况	323
二、农业观光园市场规模分析	323
三、农业观光园市场结构分析	324
四、农业观光园环境承载力分析	325
五、农业观光园发展趋势分析	325
第九章 我国生态旅游行业营销趋势及策略分析	328
第一节 生态旅游行业销售渠道分析	328
一、营销分析及与旅游营销分析	328
二、生态旅游营销环境分析与对策	330
三、销售渠道的类型及影响因素	331
四、营销渠道发展趋势与策略	334
第二节 生态旅游行业营销策略分析	338
一、中国生态旅游营销概况	338
二、生态旅游营销策略探讨	339
1、中国生态旅游产品营销策略浅析	339
2、生态旅游新产品的市场推广策略	340
3、生态旅游市场细分营销策略分析	345
第三节 生态旅游市场营销模式分析	350
第四部分 竞争格局分析	

第十章 我国生态旅游产业集群化趋势分析	352
第一节 中国生态旅游产业集群	352
一、我国生态旅游产业集群的概念	352
二、生态旅游产业集群特征分析	354
1、以复杂聚集为要素资源	354
2、以生态伦理为指导思想	355
3、以集群文化为竞争优势	355
4、以多方共赢为最终目标	356
第二节 我国生态旅游产业集群的组织结构	356
一、我国生态旅游产业集群的内部组织结构	356
二、生态旅游者	358
1、生态旅游者定义及划分	358
2、生态旅游者特性与旅游动机分析	359
3、生态旅游者行为	360
第三节 我国生态旅游产业集群的关系结构	360
一、内部关系网络	360
二、外部关系网络	361
第四节 我国生态旅游产业集群的运行分析	362
一、我国生态旅游产业集群的成因	362
1、我国生态旅游产业集群成因的经济学分析	362
2、我国生态旅游产业集群成因的生态伦理学分析	363
二、我国生态旅游产业集群的动力机制	364
1、我国生态旅游产业集群的内源动力机制	365
2、我国生态旅游产业集群的外源动力机制	367
三、我国生态旅游产业集群的运行机制	368
1、我国生态旅游产业集群的产业政策	368
2、我国生态旅游企业的初期开发战略	372
3、我国生态旅游产业集群的形成	377
第十一章 2014-2019年生态旅游行业竞争形势分析	379
第一节 行业总体市场竞争状况分析	379
一、生态旅游行业竞争结构分析	379
1、现有企业间竞争	379

- 2、潜在进入者分析 382
- 3、替代品威胁分析 383
- 4、供应商议价能力 383
- 5、客户议价能力 384
- 6、竞争结构特点总结 384
- 二、生态旅游行业企业间竞争格局分析 385
 - 1、不同地域企业竞争格局 385
 - 2、不同规模企业竞争格局 386
 - 3、不同所有制企业竞争格局 387
- 三、生态旅游行业集中度分析 388
 - 1、市场集中度分析 388
 - 2、区域集中度分析 389
- 四、生态旅游行业SWOT分析 389
 - 1、生态旅游行业优势分析 389
 - 2、生态旅游行业劣势分析 390
 - 3、生态旅游行业机会分析 391
 - 4、生态旅游行业威胁分析 391
- 第二节 中国生态旅游行业竞争格局综述 392
 - 一、生态旅游行业竞争概况 392
 - 二、中国生态旅游行业竞争力分析 393
 - 1、我国生态旅游行业竞争力剖析 393
 - 2、我国生态旅游企业市场竞争的优势 394
 - 3、国内生态旅游企业竞争能力提升途径 395
 - 三、中国生态旅游产品（服务）竞争力优势分析 398
- 第三节 生态旅游行业竞争格局分析 403
 - 一、国内外生态旅游竞争分析 403
 - 二、我国生态旅游市场竞争分析 403
 - 三、国内生态旅游企业发展动向 404
 - 四、国内生态旅游拟在建项目分析 405
- 第四节 生态旅游行业并购重组分析 407
 - 一、跨国公司在华投资兼并与重组分析 407
 - 二、本土企业投资兼并与重组分析 412

三、行业投资兼并与重组趋势分析	416
第十二章 2014-2019年生态旅游行业领先企业经营形势分析	418
第一节 中国生态旅游企业总体发展状况分析	418
一、生态旅游企业主要类型	418
二、生态旅游企业资本运作分析	419
三、生态旅游企业创新及品牌建设	425
四、生态旅游企业国际竞争力分析	427
第二节 中国重点生态旅游企业经营形势分析	428
一、深圳华侨城股份有限公司	428
1、企业主营业务及资产状况	428
2、企业主要投资运营景区分析	431
3、企业发展能力分析	438
4、企业发展动态及投资项目	439
二、丽江玉龙旅游股份有限公司	441
1、企业主营业务及资产状况	441
2、企业主要投资运营景区分析	443
3、企业发展能力分析	444
4、企业发展动态及投资项目	445
三、利海生态旅游开发股份有限公司	447
1、企业主营业务及资产状况	447
2、企业主要投资运营景区分析	448
3、企业发展能力分析	450
4、企业发展动态及投资项目	451
四、峨眉山旅游股份有限公司	453
1、企业主营业务及资产状况	453
2、企业主要投资运营景区分析	454
3、企业发展能力分析	455
4、企业发展动态及投资项目	456
五、北京京西风光旅游开发股份有限公司	457
1、企业主营业务及资产状况	457
2、企业主要投资运营景区分析	457
3、企业发展能力分析	459

- 4、企业发展动态及投资项目 460
- 六、张家界旅游集团股份有限公司 463
 - 1、企业主营业务及资产状况 463
 - 2、企业主要投资运营景区分析 464
 - 3、企业发展能力分析 464
 - 4、企业发展动态及投资项目 465
- 七、重庆长江三峡旅游开发有限公司 466
 - 1、企业主营业务及资产状况 466
 - 2、企业主要投资运营景区分析 467
 - 3、企业发展动态及投资项目 467
- 八、河南省祥元旅游开发有限公司 468
 - 1、企业主营业务及资产状况 468
 - 2、企业发展动态及投资项目 469
- 九、崆峒旅游有限责任公司 474
 - 1、企业主营业务及资产状况 474
 - 2、企业主要投资运营景区分析 474
- 十、焦作云台山旅游发展有限公司 475
 - 1、企业主营业务及资产状况 475
 - 2、企业主要投资运营景区分析 476
- 十一、洛阳万山湖旅游有限公司 476
 - 1、企业主营业务及资产状况 476
 - 2、企业主要投资运营景区分析 477
- 十二、湖北神农旅游投资集团有限公司 478
 - 1、企业主营业务及资产状况 478
 - 2、企业主要投资运营景区分析 479
- 十三、山海关旅游开发总公司 483
- 十四、南昆山生态旅游发展有限责任公司 484
 - 1、企业主营业务及资产状况 484
 - 2、企业主要投资运营景区分析 484
- 第三节 中国重点生态旅游景区投资规划分析 485
 - 一、韶关市丹霞山风景名胜区 485
 - 1、景区景点介绍 485

- 2、景区地理环境 489
- 3、景区投资规划 491
- 4、景区运营及日常管理 493
- 二、广州市白云山风景名胜区 495
 - 1、景区景点介绍 495
 - 2、景区地理环境 497
 - 3、景区投资规划 497
 - 4、景区运营及日常管理 498
- 三、洛阳市龙门石窟景区 502
 - 1、景区景点介绍 502
 - 2、景区地理环境 510
 - 3、景区投资规划 511
- 四、青海省青海湖景区 513
 - 1、景区景点介绍 513
 - 2、景区地理环境 514
 - 3、景区投资规划 516
- 五、哈尔滨太阳岛风景区 517
 - 1、景区景点介绍 517
 - 2、景区地理环境 518
 - 3、景区投资规划 518
- 六、阿坝藏族羌族自治州九寨沟旅游景区 520
 - 1、景区景点介绍 520
 - 2、景区地理环境 522
- 七、厦门市鼓浪屿-万石山风景名胜区 523
 - 1、景区景点介绍 523
 - 2、景区地理环境 523
 - 3、景区运营及日常管理 524
- 八、温州市雁荡山风景区 524
 - 1、景区景点介绍 524
 - 2、景区地理环境 526
 - 3、景区投资规划 527
 - 4、景区运营及日常管理 528

九、青岛市崂山风景区 529

1、景区景点介绍 529

2、景区地理环境 532

3、景区投资规划 533

十、山东威海刘公岛景区 534

1、景区景点介绍 534

2、景区地理环境 535

十一、天津盘山风景名胜区 536

1、景区景点介绍 536

2、景区地理环境 543

十二、阿勒泰地区喀纳斯景区 544

1、景区景点介绍 544

2、景区地理环境 545

十三、新疆天山天池风景名胜区 545

1、景区景点介绍 545

2、景区地理环境 548

十四、丽江市玉龙雪山景区 549

1、景区景点介绍 549

2、景区地理环境 552

十五、杭州市千岛湖风景名胜区 553

1、景区景点介绍 553

2、景区地理环境 556

十六、舟山市普陀山风景名胜区 557

1、景区景点介绍 557

2、景区地理环境 562

第五部分 投资前景展望

第十三章 生态旅游行业“十二五”规划研究 563

第一节 “十一五”生态旅游行业发展回顾 563

一、“十一五”生态旅游行业运行情况 563

二、“十一五”生态旅游行业发展特点 568

三、“十一五”生态旅游行业发展成就 569

第二节 生态旅游行业“十二五”总体规划 574

- 一、生态旅游行业“十二五”规划纲要 574
- 二、生态旅游行业“十二五”规划指导思想 575
- 三、生态旅游行业“十二五”规划主要目标 575
- 第三节 “十二五”规划解读 576
 - 一、“十二五”规划的总体战略布局 576
 - 二、“十二五”规划对经济发展的影响 580
 - 三、“十二五”规划的主要精神解读 582
- 第四节 “十二五”区域产业发展分析 582
 - 一、“十一五”区域发展态势与存在问题 582
 - 二、“十二五”区域产业布局与产业转移 586
- 第十四章 2014-2019年生态旅游行业前景及趋势预测 588
 - 第一节 2014-2019年生态旅游市场发展前景 588
 - 一、2014-2019年生态旅游市场发展潜力 588
 - 二、2014-2019年生态旅游市场发展前景展望 589
 - 三、2014-2019年生态旅游细分行业发展前景分析 590
 - 第二节 2014-2019年生态旅游市场发展趋势预测 594
 - 一、2014-2019年生态旅游行业发展趋势 594
 - 二、2014-2019年生态旅游市场规模预测 595
 - 三、2014-2019年生态旅游行业应用趋势预测 595
 - 四、2014-2019年细分市场发展预测 597
 - 第三节 2014-2019年中国生态旅游行业供需预测 599
 - 一、2014-2019年中国生态旅游行业供给预测 599
 - 二、2014-2019年中国生态旅游行业需求预测 600
 - 三、2014-2019年中国生态旅游行业供需平衡预测 600
- 第十五章 2014-2019年生态旅游行业投资价值评估分析 602
 - 第一节 生态旅游行业投资特性分析 602
 - 一、生态旅游行业进入壁垒分析 602
 - 二、生态旅游行业盈利因素分析 605
 - 三、生态旅游行业盈利模式分析 606
 - 第二节 2014-2019年生态旅游行业发展的影响因素 615
 - 一、有利因素 615
 - 二、不利因素 615

第三节 2014-2019年生态旅游行业投资价值评估分析	616
一、行业投资效益分析	616
二、产业发展的空白点分析	621
三、投资回报率比较高的投资方向	622
四、新进入者应注意的障碍因素	622
第十六章 2014-2019年生态旅游行业投资机会与风险防范	625
第一节 生态旅游行业投融资情况	625
一、行业资金渠道分析	625
二、固定资产投资分析	627
三、兼并重组情况分析	628
四、生态旅游行业投资现状分析	629
第二节 2014-2019年生态旅游行业投资机会	630
一、产业链投资机会	630
二、细分市场投资机会	631
三、重点区域投资机会	632
四、生态旅游行业投资机遇	633
第三节 2014-2019年生态旅游行业投资风险及防范	636
一、政策风险及防范	636
二、技术风险及防范	638
三、供求风险及防范	640
四、宏观经济波动风险及防范	641
五、关联产业风险及防范	643
第六部分 投资战略研究	
第十七章 2014-2019年生态旅游行业面临的困境及对策	644
第一节 生态旅游行业面临的困境	644
第二节 生态旅游企业面临的困境及对策	644
一、重点生态旅游企业面临的困境及对策	644
二、中小生态旅游企业发展困境及策略分析	647
三、国内生态旅游企业的出路分析	651
第三节 中国生态旅游行业存在的问题及对策	652
一、中国生态旅游行业存在的主要问题	652
1、旅游资源的粗放开发和盲目利用	652

- 2、风景区生态环境系统失调 652
- 3、风景名胜区环境污染严重 653
- 二、生态旅游行业发展的建议对策 654
 - 1、加强森林公园建设,保护森林资源 654
 - 2、统一规划、有序开发 656
 - 3、增强环保意识,强化法制观念 657
- 三、市场的重点客户战略实施 658
 - 1、实施重点客户战略的必要性 658
 - 2、合理确立重点客户 659
 - 3、重点客户战略管理 659
- 第四节 中国生态旅游市场发展面临的挑战与对策 660
 - 一、中国生态旅游市场发展面临的挑战 660
 - 二、中国生态旅游市场发展对策 661
 - 三、建议 663
- 第十八章 生态旅游行业案例分析研究 665
 - 第一节 生态旅游行业并购重组案例分析 665
 - 一、生态旅游行业并购重组成功案例分析 665
 - 1、国外生态旅游行业并购重组成功案例解析 665
 - 2、国内生态旅游行业并购重组成功案例解析 667
 - 二、经验借鉴 672
 - 第二节 生态旅游行业经营管理案例分析 674
 - 一、生态旅游行业经营管理成功案例分析 674
 - 1、国外生态旅游行业经营管理成功案例解析 674
 - 2、国内生态旅游行业经营管理成功案例解析 678
 - 二、经验借鉴 682
 - 第三节 生态旅游行业服务营销案例分析 683
 - 一、生态旅游行业服务营销案例分析 683
 - 二、经验借鉴 687
- 第十九章 生态旅游行业投资战略研究 691
 - 第一节 生态旅游行业发展战略研究 691
 - 一、战略综合规划 691
 - 二、技术开发战略 693

三、业务组合战略	696
四、区域战略规划	699
五、产业战略规划	709
六、营销品牌战略	711
七、竞争战略规划	714
第二节 对我国生态旅游品牌的战略思考	716
一、生态旅游品牌的重要性	716
二、生态旅游实施品牌战略的意义	717
三、生态旅游企业品牌的现状分析	718
四、我国生态旅游企业的品牌战略	719
五、生态旅游品牌战略管理的策略	720
第三节 生态旅游经营策略分析	724
一、生态旅游市场细分策略	724
二、生态旅游市场创新策略	726
三、品牌定位与品类规划	728
四、生态旅游新产品差异化战略	732
第四节 生态旅游行业投资战略研究	735
一、生态旅游行业投资战略	735
二、2014-2019年生态旅游行业投资战略	736
三、2014-2019年细分行业投资战略	739
第二十章 研究结论及投资建议	741
第一节 生态旅游行业研究结论及建议	741
第二节 生态旅游子行业研究结论及建议	741
第三节 生态旅游行业投资建议	742
一、行业发展策略建议	742
二、行业投资方向建议	743
三、行业投资方式建议	746
图表目录	
图表：国内部分旅游产业园基本概况	11
图表：“十二五”环境保护重点工程	92
图表：2008-2012年中国国内生产总值增长速度	105
图表：2012年中国国内生产总值分产业分析	106

图表：2013年上半年国内生产总值初步核算数据 106

图表：2011-2013年季度GDP环比增长速度 107

图表：2010-2012年国内旅游人数及增长率 108

图表：2010-2012年国内旅游人总收入及增长率 108

图表：2010-2012年国内旅游人人均花费及增长率 109

图表：2012年年末人口数及其构成 114

图表：2008-2012年农村居民人均纯收入及其实际增长速度 115

图表：2008-2012年城镇居民人均可支配收入及其实际增长速度 115

图表：2008-2012年普通高等教育、中等职业教育及普通高中招生人数 117

图表：世界生态旅游发展模式分类 148

图表：世界生态旅游区划系统 158

图表：我国目前生态旅游景区分类 182

图表：2011年旅游行业企业数量结构 207

图表：2011年旅游行业人员数量规模 207

图表：2011年旅游行业固定资产规模 208

图表：2010-2012年旅游行业市场规模 208

图表：2010-2012年国内旅游人数及增长率 209

图表：2010-2012年国内旅游人总收入及增长率 210

图表：2010-2012年国内旅游人人均花费及增长率 210

图表：2012年12月入境旅游接待接待人数 211

图表：2012年入境旅游主要客源市场情况 211

图表：2012年入境旅游外国人人数按国家分析 212

图表：2012年入境旅游外国人人数按区域分析 212

图表：2012年我国入境旅游客源入境方式 213

图表：2012年入境旅游外国人人数按目的分析 214

图表：2012年1-12月按年龄、性别分来华旅游入境人数 215

图表：2012年12月入境旅游过夜游客数 216

图表：2010-2012年生态旅游行业固定资产规模增长率 217

图表：2010-2012年生态旅游行业利润总额增长率 217

图表：2010-2012年生态旅游行业主营收入增长率 218

图表：2010-2012年生态旅游行业人员数量供给 219

图表：2010-2012年生态旅游行业全员劳动生产率 219

图表：2013年我国重点景区游客数量增长情况 221

图表：2010-2012年生态旅游行业需求市场规模 221

图表：2012年生态旅游行业客户结构 222

图表：生态旅游认证指标体系框架与权重表 251

图表：准则层对目标层的贡献值 252

图表：生态环境容量的概念体系 254

图表：旅游场所旅游承载量的空间标准（日本） 256

图表：2012年生态旅游行业市场结构分析 262

图表：2012年森林公园总数超百的省（区）名单 272

图表：2008-2012年中国森林公园总数分析 272

图表：2008-2012年中国森林公园总面积分析 272

图表：2008-2012年中国国家级森林公园总数分析 273

图表：2008-2012年中国省级森林公园总数分析 273

图表：2008-2012年中国县级森林公园总数分析 273

图表：2012年游客人数前30位的公园名单 274

图表：2012年旅游收入排名前30位的国家级森林公园名单 274

图表：2008-2012年中国森林公园旅游总人数分析 276

图表：2008-2012年中国森林公园旅游总收入分析 276

图表：2008-2012年中国森林公园门票收入分析 276

图表：2008-2012年中国森林公园食宿收入分析 277

图表：2008-2012年中国森林公园娱乐收入分析 277

图表：2008-2012年中国森林公园其他收入分析 277

图表：2012年中国森林公园市场结构分析 278

图表：2012年底上海森林公园数量结构分析 278

图表：2012年底江苏森林公园数量结构分析 279

图表：2012年底浙江森林公园数量结构分析 279

图表：2012年底安徽森林公园数量结构分析 279

图表：2012年底福建森林公园数量结构分析 280

图表：2012年底山东森林公园数量结构分析 280

图表：2012年底北京森林公园数量结构分析 280

图表：2012年底天津森林公园数量结构分析 281

图表：2012年底河北森林公园数量结构分析 281

图表：2012年底山西森林公园数量结构分析 281

图表：2012年底内蒙古森林公园数量结构分析 282

图表：2012年底内蒙森工森林公园数量结构分析 282

图表：2012年底江西森林公园数量结构分析 282

图表：2012年底河南森林公园数量结构分析 283

图表：2012年底湖北森林公园数量结构分析 283

图表：2012年底湖南森林公园数量结构分析 283

图表：2012年底广东森林公园数量结构分析 284

图表：2012年底广西森林公园数量结构分析 284

图表：2012年底海南森林公园数量结构分析 284

图表：2012年底辽宁森林公园数量结构分析 285

图表：2012年底吉林森林公园数量结构分析 285

图表：2012年底吉林森工森林公园数量结构分析 285

图表：2012年底黑龙江森林公园数量结构分析 286

图表：2012年底龙江森工森林公园数量结构分析 286

图表：2012年底大兴安岭森林公园数量结构分析 286

图表：2012年底陕西森林公园数量结构分析 287

图表：2012年底甘肃森林公园数量结构分析 287

图表：2012年底青海森林公园数量结构分析 287

图表：2012年底宁夏森林公园数量结构分析 288

图表：2012年底新疆森林公园数量结构分析 288

图表：2012年底重庆森林公园数量结构分析 288

图表：2012年底四川森林公园数量结构分析 289

图表：2012年底贵州森林公园数量结构分析 289

图表：2012年底云南森林公园数量结构分析 289

图表：2012年底西藏森林公园数量结构分析 290

图表：2012年我国风景名胜区基本情况湖南统计 301

图表：2012年我国风景名胜区基本情况浙江统计 301

图表：2012年我国风景名胜区基本情况贵州统计 302

图表：2012年我国风景名胜区基本情况福建统计 302

图表：2012年我国风景名胜区基本情况四川统计 302

图表：2012年我国风景名胜区基本情况江西统计 302

图表：2012年我国风景名胜区基本情况云南统计 302

图表：2012年我国风景名胜区基本情况河北统计 303

图表：2012年我国风景名胜区基本情况安徽统计 303

图表：2012年我国风景名胜区基本情况河南统计 303

图表：2012年我国风景名胜区基本情况辽宁统计 303

图表：2012年我国风景名胜区基本情况广东统计 303

图表：2012年我国风景名胜区基本情况山西统计 303

图表：2012年我国风景名胜区基本情况湖北统计 303

图表：2012年我国风景名胜区基本情况江苏统计 304

图表：2012年我国风景名胜区基本情况山东统计 304

图表：2012年我国风景名胜区基本情况陕西统计 304

图表：2012年我国风景名胜区基本情况吉林统计 304

图表：2012年我国风景名胜区基本情况新疆统计 304

图表：2012年我国风景名胜区基本情况西藏统计 304

图表：2012年我国风景名胜区基本情况重庆统计 304

图表：2012年我国风景名胜区基本情况重庆统计 304

图表：2012年我国风景名胜区基本情况黑龙江统计 305

图表：2012年我国风景名胜区基本情况广西统计 305

图表：2012年我国风景名胜区基本情况甘肃统计 305

图表：2012年我国风景名胜区基本情况北京统计 305

图表：2012年我国风景名胜区基本情况宁夏统计 305

图表：2012年我国风景名胜区基本情况天津统计 305

图表：2012年我国风景名胜区基本情况内蒙古统计 305

图表：2012年我国风景名胜区基本情况海南统计 305

图表：2012年我国风景名胜区基本情况青海统计 306

图表：生态旅游环境承载力指标体系 312

图表：2008-2011年全国自然保护区情况 314

图表：2011年底我国自然保护区基本情况全国统计 315

图表：2011年底我国自然保护区基本情况北京统计 315

图表：2011年底我国自然保护区基本情况天津统计 315

图表：2011年底我国自然保护区基本情况河北统计 315

图表：2011年底我国自然保护区基本情况山西统计 315

图表：2011底我国自然保护区基本情况内蒙古统计 316

图表：2011底我国自然保护区基本情况辽宁统计 316

图表：2011底我国自然保护区基本情况吉林统计 316

图表：2011底我国自然保护区基本情况黑龙江统计 316

图表：2011底我国自然保护区基本情况上海统计 316

图表：2011底我国自然保护区基本情况江苏统计 316

图表：2011底我国自然保护区基本情况浙江统计 316

图表：2011底我国自然保护区基本情况安徽统计 316

图表：2011底我国自然保护区基本情况福建统计 317

图表：2011底我国自然保护区基本情况江西统计 317

图表：2011底我国自然保护区基本情况山东统计 317

图表：2011底我国自然保护区基本情况河南统计 317

图表：2011底我国自然保护区基本情况湖北统计 317

图表：2011底我国自然保护区基本情况湖南统计 317

图表：2011底我国自然保护区基本情况广东统计 317

图表：2011底我国自然保护区基本情况广西统计 317

图表：2011底我国自然保护区基本情况海南统计 318

图表：2011底我国自然保护区基本情况重庆统计 318

图表：2011底我国自然保护区基本情况四川统计 318

图表：2011底我国自然保护区基本情况贵州统计 318

图表：2011底我国自然保护区基本情况云南统计 318

图表：2011底我国自然保护区基本情况西藏统计 318

图表：2011底我国自然保护区基本情况陕西统计 318

图表：2011底我国自然保护区基本情况甘肃统计 318

图表：2011底我国自然保护区基本情况青海统计 319

图表：2011底我国自然保护区基本情况宁夏统计 319

图表：2011底我国自然保护区基本情况新疆统计 319

图表：自然保护区生态旅游环境承载力评价指标体系 320

图表：生态旅游市场营销内涵 330

图表：生态旅游不同SWOT状态下的营销策略 331

图表：生态旅游市场细分简表 346

图表：生态旅游景区全程核心能力营销模型 351

图表：生态旅游产业集群的组织结构图 357

图表：广东东鼎湖山生物圈保护区生态旅游者的旅游动机 359

图表：产业集群的发展逻辑 365

图表：生态旅游企业战略定位分析 373

图表：目前我国生态旅游风景区划分示意图 381

图表：2012年底中国旅游企业按区域分析 385

图表：生态旅游产业链模型 390

图表：2005-2012年深圳华侨城股份有限公司成长能力指标 438

图表：2005-2012年深圳华侨城股份有限公司盈利能力指标 439

图表：2005-2012年深圳华侨城股份有限公司盈利质量指标 439

图表：2005-2012年深圳华侨城股份有限公司运营能力指标 439

图表：2005-2012年深圳华侨城股份有限公司财务风险指标 439

图表：2005-2012年丽江玉龙旅游股份有限公司成长能力指标 444

图表：2005-2012年丽江玉龙旅游股份有限公司盈利能力指标 444

图表：2005-2012年丽江玉龙旅游股份有限公司盈利质量指标 444

图表：2005-2012年丽江玉龙旅游股份有限公司运营能力指标 444

图表：2005-2012年丽江玉龙旅游股份有限公司运营能力指标 445

图表：利海生态旅游开发股份有限公司主营业务 448

图表：利海生态旅游开发股份有限公司投资项目情况 453

图表：2005-2012年峨眉山旅游股份有限公司成长能力指标 455

图表：2005-2012年峨眉山旅游股份有限公司盈利能力指标 455

图表：2005-2012年峨眉山旅游股份有限公司盈利质量指标 455

图表：2005-2012年峨眉山旅游股份有限公司运营能力指标 455

图表：2005-2012年峨眉山旅游股份有限公司财务风险指标 456

图表：2005-2012年北京京西风光旅游开发股份有限公司成长能力指标 459

图表：2005-2012年北京京西风光旅游开发股份有限公司盈利能力指标 459

图表：2005-2012年北京京西风光旅游开发股份有限公司盈利质量指标 459

图表：2005-2012年北京京西风光旅游开发股份有限公司运营能力指标 459

图表：2005-2012年北京京西风光旅游开发股份有限公司财务风险指标 460

图表：2005-2012年张家界集团股份有限公司成长能力指标 464

图表：2005-2012年张家界集团股份有限公司盈利能力指标 464

图表：2005-2012年张家界集团股份有限公司盈利质量指标 465

图表：2005-2012年张家界集团股份有限公司盈运营能力指标 465
图表：2005-2012年张家界集团股份有限公司财务风险指标 465
图表："十二五"我国旅游市场发展规划 589
图表：2014-2019年生态旅游市场规模预测 595
图表：2014-2019年我国森林公园旅游市场规模预测 597
图表：2014-2019年我国自然保护区旅游市场规模预测 597
图表：2014-2019年我国农业观光旅游市场规模预测 598
图表：2014-2019年我国生态旅游景区市场规模预测 598
图表：2014-2019年我国生态旅游行业供给预测 599
图表：2014-2019年我国森生态旅游行业全员劳动生产率预测 599
图表：2014-2019年生态旅游行业需求预测 600
图表：成本习性变量模型 618
图表：区域发展战略咨询流程图 706
图表：区域SWOT战略分析图 708

详细请访问：<http://www.cction.com/report/201403/102232.html>