

2015-2020年上海旅游行业 监测及投资机遇研究报告

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

《2015-2020年上海旅游行业监测及投资机遇研究报告》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.cction.com/report/201412/117302.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

2013年全年实现旅游产业增加值1400.8亿元，比上年下降7.3%。至年末，上海市已有星级宾馆271家，旅行社1302家，A级旅游景区（点）88个，红色旅游基地34个

2013年旅游设施情况

资料来源：中企顾问网中心整理

上海旅游，可以用“都市”两个字作为其旅游特色的缩写：“都市风光”、“都市文化”、“都市商业”，即是以人民广场和浦江两岸为中心的城市观光、商务、购物旅游圈；以公共活动中心和社区为主的环城都市文化旅游圈；以佘山、淀山湖、深水港、崇明岛等为重点的远郊休闲度假旅游圈。

2014年，上海接待国际旅游入境人数817.57万人次，比上年下降3.9%；全年接待国内旅游者23079.17万人次，比上年增长2.9%；全年入境旅游外汇收入58.35亿美元，比上年下降8.9%；国内旅游收入2786.54亿元，增长9.6%。

2014年，上海旅游市场东南亚、欧美主要客源国游客明显减少，入境旅游人数出现小幅下降，上海市接待国际旅游入境人数800.4万人次，比上年减少2.1%；国内旅游稳定增长，2014年上海市接待国内旅游者25093.69万人次，比上年增长8.7%。全年实现国内旅游收入3224.39亿元。

2013年，上海旅游业总体状况良好，假日旅游产品丰富，旅游市场繁荣有序。但入境旅游人数仍然有所下降，1-6月，上海共接待国际旅游入境人数364.66万人次，比上年下降10.1。

“十二五”期间，上海旅游发展的总体目标和定位是：将上海基本建成魅力独具、环境一流、集散便捷、服务完善、旅游产业体系健全、旅游产品丰富多样、旅游企业充满活力的世界著名旅游城市，打造国际都市观光旅游目的地、国际都市时尚购物目的地、国际都市商务会展目的地、国际都市文化旅游目的地、国际都市休闲度假目的地以及国际旅游集散地。到2015年，上海旅游市场规模将进一步扩大，旅游消费稳步增长，经济社会效益更加明显，旅游业总收入将达到5100亿元。

中企顾问网发布的《2015-2020年上海旅游行业监测及投资机遇研究报告》共八章。首先介绍了上海旅游相关概述、中国上海旅游市场运行环境等，接着分析了中国上海旅游市场发展的现状，然后介绍了中国上海旅游重点区域市场运行形势。随后，报告对中国上海旅游重点企业经营状况分析，最后分析了中国上海旅游行业发展趋势与投资预测。您若想对上海旅游产业有个系统的了解或者想投资上海旅游行业，本报告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。

第一章 旅游业相关概述

1.1 旅游产业相关概念及旅游类型划分

1.1.1 旅游的定义

1.1.2 旅游业的定义

1.1.3 旅游类型的划分

1.1.4 旅游资源

1.2 旅游产业的特征

1.2.1 综合性

1.2.2 关联性

1.2.3 敏感性

1.2.4 季节性

1.3 旅游产业在国民经济中的地位

1.3.1 世界旅游业已成为全球经济的重要组成部分

1.3.2 旅游业已成为中国经济发展的先导部门

1.3.3 旅游业成为中国的支柱产业

第二章 2013-2014年中国旅游业的发展分析

2.1 中国旅游业发展综述

2.1.1 “十一五”中国旅游业发展回顾

2.1.2 中国旅游业正迈入全民消费新时代

2.1.3 旅游业与环境的发展关系

2.1.4 旅游环境承载力研究分析

2.1.5 中国旅游业转型与产业政策选择分析

2.2 2013-2014年中国旅游业发展分析

2.2.1 2014年中国旅游业发展回顾

2.2.2 2014年中国旅游业发展状况

2.2.3 2014年中国旅游业特点分析

2.2.4 2013年旅游业运行分析

2.3 旅游资源开发中的经济学分析

2.3.1 旅游资源开发作为产品的经济学特征

2.3.2 旅游资源开发的效率机制

2.3.3 旅游资源开发中政府的合理定位

2.4 中国旅游业面临的挑战

2.4.1 中国旅游业发展仍然面临许多挑战

2.4.2 中国旅游业中存在的问题

2.4.3 中国旅游资源的产权问题分析

2.5 中国旅游业发展策略

2.5.1 中国当前旅游业发展的措施

2.5.2 中国旅游业发展中的策略

2.5.3 应构建中国现代旅游资源产权制度

2.5.4 中国旅游业持续发展需注意的问题

第三章 2013-2014年上海旅游业的发展

3.1 上海旅游资源介绍

3.1.1 上海旅游资源概况

3.1.2 上海旅游的特色综述

3.1.3 上海旅游主要景点介绍

3.1.4 上海朱家角的特色介绍

3.1.5 上海周边地区农家乐

3.1.6 上海旅游的特色节日活动

3.2 上海旅游的特色产品介绍

3.2.1 都市观光游

3.2.2 休闲购物游

3.2.3 精品时尚游

3.2.4 金融游

3.2.5 历史文化游

3.2.6 上海郊区“农家游”

3.3 上海旅游政策分析

3.3.1 上海旅游委强化“三透明”政策

3.3.2 上海旅游行业管理与诚信系统开通

3.3.3 《上海市旅游条例》对上海旅游的影响分析

第四章 2013-2014年上海旅游市场分析

4.1 2013-2014年上海旅游市场的发展综述

4.1.1 上海旅游业发展特点

- 4.1.2 2014年上海旅游市场发展状况
- 4.1.3 2014年上海旅游市场发展状况
- 4.1.4 2013年上海旅游业发展状况
- 4.1.5 泛长三角城市群促进上海旅游发展
- 4.1.6 迪斯尼公园对上海旅游业的影响分析
- 4.2 2013-2014年黄金周上海旅游业概况
 - 4.2.1 2014年国庆黄金周上海旅游市场回顾
 - 4.2.2 2014年春节黄金周上海旅游市场状况
 - 4.2.3 2014年国庆黄金周上海旅游市场状况
 - 4.2.4 2013年春节黄金周上海旅游市场状况
- 4.3 2013-2014年上海旅游节概况
 - 4.3.1 2010年上海旅游节接待游客回顾
 - 4.3.2 2014年上海旅游节接待游客情况
 - 4.3.3 2014年上海旅游节接待游客情况
- 4.4 上海旅游发展中存在的问题分析
 - 4.4.1 阻碍上海旅游业发展的因素分析
 - 4.4.2 上海旅游市场线路单调
 - 4.4.3 低价竞争影响上海旅游发展
 - 4.4.4 上海旅游市场缺少特色纪念品
- 4.5 发展上海旅游业的策略
 - 4.5.1 上海旅游业的发展战略分析
 - 4.5.2 上海开放旅游市场的措施
 - 4.5.3 转变上海旅游业发展方式的策略
 - 4.5.4 设立上海旅游基金的建议
 - 4.5.5 上海旅游需进行体制创新
- 第五章 2013-2014年相关产业的发展分析
 - 5.1 2013-2014年上海旅行社
 - 5.1.1 上海整顿旅行社市场
 - 5.1.2 上海市旅游委大力促进国际旅行社发展入境旅游
 - 5.1.3 上海旅行社责任险关联其经营情况
 - 5.1.4 上海旅行社的管理战略分析
 - 5.2 2013-2014年上海酒店业

- 5.2.1 上海酒店业竞争压力增大
- 5.2.2 跨国公司纷纷拓展上海酒店业
- 5.2.3 节能减排创建绿色旅游饭店
- 5.2.4 上海酒店业人才极度缺乏
- 5.2.5 上海酒店市场前景看好
- 5.3 2013-2014年上海餐饮业
 - 5.3.1 上海餐饮业的发展特点
 - 5.3.2 上海餐饮市场增幅放缓
 - 5.3.3 上海餐饮业的发展对策
 - 5.3.4 上海餐饮业的未来发展方向
- 5.4 2013-2014年上海会展业
 - 5.4.1 上海会展业的发展历程
 - 5.4.2 上海会展业迅猛扩张
 - 5.4.3 上海会展业的发展瓶颈
 - 5.4.4 上海会展业的竞争策略
 - 5.4.5 开发会展旅游的策略分析
 - 5.4.6 促进上海会展旅游发展的措施
- 5.5 2013-2014年上海交通业
 - 5.5.1 上海交通的建设状况
 - 5.5.2 上海铁路运输旅客量持续增长
 - 5.5.3 上海铁路客运建设新进展
 - 5.5.4 上海十条旅游线调整
 - 5.5.5 以高速交通促旅游业发展

第六章 2013-2014年上海旅游的营销分析

- 6.1 2013-2014年中国旅游市场的营销分析
 - 6.1.1 我国旅游市场营销的涵义
 - 6.1.2 阻碍我国旅游市场营销的因素分析
 - 6.1.3 我国旅游市场营销的对策分析
 - 6.1.4 我国旅游市场营销的未来发展趋势
- 6.2 2013-2014年上海旅游市场营销状况
 - 6.2.1 上海旅游业推进品牌建设
 - 6.2.2 上海旅游节联手全市进行营销

6.2.3 上海进一步扩大旅游营销网络

6.2.4 上海旅游利用杂志媒体营销

6.3 上海旅游市场营销策略分析

6.3.1 提升上海旅游竞争力的策略

6.3.2 提高上海旅游信息化竞争力

6.3.3 上海开发商务旅游的营销策略

6.3.4 上海都市旅游的营销战略分析

6.3.5 上海旅游景区应强化品牌经营

第七章 2013-2014年上海旅游业重点企业分析

7.1 上海锦江国际旅游股份有限公司

7.1.1 公司简介

7.1.2 2014年锦江旅游经营状况分析

7.1.3 2014年锦江国际经营状况分析

7.1.4 2013年1-12月锦江国际经营状况分析

7.2 上海春秋国际旅行社有限公司

7.2.1 公司简介

7.2.2 上海春秋国旅与建行合作发行龙卡

7.2.3 上海春秋国旅携手亿美引入移动短信

7.3 上海旅游集散中心

7.3.1 公司简介

7.3.2 上海旅游集散中心利用联盟网站扩“地盘”

7.3.3 上海旅游集散中心重新布局

第八章 上海旅游业的趋势分析与前景预测

8.1 中国旅游业的发展前景

8.1.1 中国旅游发展的未来八大趋势

8.1.2 我国旅游业的未来预测

8.1.3 我国将成亚太地区最大旅游地

8.2 上海旅游发展的趋势和前景预测

8.2.1 未来上海旅游业发展前景

8.2.2 上海旅游业的发展趋势

8.2.3 “十二五”上海旅游业展望

8.3 2015-2020年上海旅游业预测分析

8.3.1 2015-2020年上海旅游业总收入预测

8.3.2 2015-2020年上海国内旅游人数预测

8.3.3 2015-2020年上海入境旅游人数预测

图表目录：

图表 2013-2014年我国国内年出游人数情况

图表 2013-2014年各季度人民币对美元汇率

图表 2013-2014年我国每年出境旅游人数

图表 2013-2014年各月我国入境旅游外汇收入及增速

图表 2013-2014年全国入境旅游（外汇）收入累计数及同比增长情况

图表 2014年我国入境旅游人数

图表 2014年我国入境旅游（外汇）收入

图表 2013年1-12月我国入境旅游人数

图表 2013年1-12月我国入境旅游（外汇）收入

图表 边际社会收益、边际社会成本、边际私人收益曲线

图表 边际社会成本、边际私人成本、边际私人收益曲线

图表 旅游资源的需求与供给曲线

图表 2014年上海市接待国际旅游入境人数

图表 2014年上海市接待国际旅游入境人数

图表 2013年1-12月上海市接待国际旅游入境人数

图表 2014年锦江旅游主要会计数据及财务指标

图表 2014年锦江旅游非经常性损益项目及金额

图表 2013-2014年锦江旅游主要会计数据和财务指标

图表 2014年锦江旅游主营业务分行业情况表

图表 2014年锦江旅游主营业务分地区情况

图表 2014年锦江旅游主要会计数据及财务指标

图表 2014年锦江旅游非经常性损益项目及金额

图表 2013-2014年锦江旅游主要会计数据和财务指标

图表 2014年锦江旅游主营业务分行业情况表

图表 2014年锦江旅游主营业务分地区情况

图表 2013年1-12月锦江旅游主要财务数据

图表 2013年1-12月锦江旅游扣除非经常性损失项目和金额

图表 2015-2020年上海旅游总收入预测

图表 2015-2020年上海国内旅游人数预测

图表 2015-2020年上海入境旅游人数预测

详细请访问：<http://www.cction.com/report/201412/117302.html>