

# 2014-2019年中国生态养生 旅游行业监测与发展前景预测报告

## 报告目录及图表目录

北京迪索共研咨询有限公司

[www.cction.com](http://www.cction.com)

## 一、报告报价

《2014-2019年中国生态养生旅游行业监测与发展前景预测报告》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/201404/104017.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

国家旅游局公布“2013年1 - 6月来华生态养生旅游入境人数”、“2013年6月入境生态养生旅游接待收汇情况”等统计数据。数据显示，1 - 6月来华生态养生旅游入境人数6411.16万人，同比降低2.70%。数据显示，1 - 6月来华生态养生旅游入境人数6411.16万人，同比降低2.70%。其中入境日本游客为139.92万人，同比降低25.50%。6月入境日本游客为22.15万人，同比降低30.22%。在世界范围内，1 - 6月来华生态养生旅游入境人数除了非洲游客有小幅增加，亚洲、美洲、欧洲、大洋洲都有不同程度的减少。6月入境生态养生旅游接待收汇39.30亿美元，同比降低5.85%，其中针对外国人入境生态养生旅游接待收汇23.63亿美元，同比降低7.49%。

旅游基础设施规模初具，产业要素较为齐备，具备了加快发展的条件。自90年代中期以后，随着中国经济的加快发展和各方面对生态养生旅游业投入的加大，中国生态养生旅游业结束了改革开放之初的设施落后状态，高速公路、高等级公路加快建设，铁路客运提速提质，航空运力不断提升，制约旅游产业发展的大交通问题得到了很大缓解。旅游住宿、旅行社、旅游车船和其它配套性要素得到较快发展，已形成一定的产业规模和较好的生产体系，不仅旅游接待、经营和服务可达到较大的量，而且相当的旅游接待设施和服务已达到较高水平，可以生产满足旅游者较高档次需求的旅游产品，例如，中国拥有大批在硬件和软件上与国际水平接轨的高档次旅游住宿设施，有成千上万家的旅行社，一大批旅游景点被评定了等级，旅游交通工具的质量也在不断提高，其中，在长江营运的一批游轮已经依照国际标准评定了星级。在中国从“复关”转为“入世”的1995年，中国旅游饭店已达3720座（其中，星级饭店有1747座），旅行社有3826家，到中国入世以后的2002年末，全国星级饭店就达到8880座，旅行社11552家。中国旅游产业要素的这一发展规模和发展水平，在WTO的发展中国家成员中是为数不多的，应该说具备了加快发展和参与国际竞争的基础条件。

2012年9月是开学的季节，每年这个时候都有不少大学新生的家长随孩子一起去报到，顺便也借这个机会举家出游。江城武汉日前就迎来不少这样的游客。有媒体将此称为“开学经济”，这是生态养生旅游融入普通百姓生活的一个缩影。伴随着生活水平的提高和国家假日制度的调整，生态养生旅游近年来已经成为普通百姓的一种生活方式。一到周末，农家乐就成为城里人亲近自然的好去处……如果把清明、五一、端午、中秋这样的小长假和带薪休假衔接，就可以安排一次长途出游；每到黄金周，各地生态养生旅游市场全面火爆，热门目的地即使出现拥挤也挡不住人们高涨的出游热情。据调查，近年来我国消费者的个人收入年均增长10%，超过半数的消费者计划把节余的资金花在休闲生态养生旅游上。2011年，我国国内生态养生旅游人数达26.4亿人次，是2002年的3倍；国内生态养生旅游总收

入1.93万亿元，是2002年的近5倍；出境生态养生旅游人数7025万人次，是2002年的4倍多；出境生态养生旅游消费达726亿美元，排名世界第三。

本行业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、国家商务部、国家海关总署、国际旅游业协会、中国旅游协会、中国生态养生旅游协会、国内外相关报刊杂志的基础信息、生态养生旅游行业研究单位等公布和提供的大量资料以及对行业内企业调研访谈所获得的大量第一手数据，对我国生态养生旅游市场的发展状况、供需状况、竞争格局、赢利水平、发展趋势、投资机会、风险预测等进行了分析。报告重点分析了生态养生旅游的产销、战略、经营状况等。报告还对生态养生旅游市场风险进行了预测，为生态养生旅游旅行社、流通企业以及零售商提供了新的投资机会和可借鉴的操作模式，对欲在生态养生旅游行业从事资本运作的经济实体等单位准确了解目前中国生态养生旅游行业发展动态，把握企业定位和发展方向有重要参考价值。

## 报告目录

### 第一部分 生态养生旅游行业发展综述

#### 第一章 世界生态养生旅游行业发展分析 1

##### 第一节 2012-2013年全球生态养生旅游业发展分析 1

###### 一、2012-2013年全球生态养生旅游业发展分析 1

###### 二、2012-2013年亚洲生态养生旅游业发展分析 2

###### 三、2012-2013年全球生态养生旅游与经济分析 3

##### 第二节 2012-2014年全球生态养生旅游业分析预测 4

###### 一、2013年全球生态养生旅游业复苏情况分析 4

###### 二、2013年全球生态养生旅游业增长情况分析 5

###### 三、2014年全年世界生态养生旅游业增长预测 5

##### 第三节 主要国家地区生态养生旅游业发展分析 11

###### 一、2013年中国生态养生旅游市场的规模 11

###### 二、2013年美国生态养生旅游业发展分析 12

###### 三、2013年法国生态养生旅游业发展分析 16

###### 四、2013年泰国生态养生旅游业发展分析 17

###### 五、2013年南非生态养生旅游业发展分析 18

#### 第二章 中国生态养生旅游行业发展分析 20

##### 第一节 2012年生态养生旅游市场运行分析 20

###### 一、2012年我国生态养生旅游经济运行分析 20

###### 二、2012年我国生态养生旅游接待收汇情况 22

三、2012年我国生态养生旅游客源市场情况	23
四、2012年我国生态养生旅游人数情况分析	25
五、2012年我国生态养生旅游地方接待情况	25
六、2012年主要城市生态养生旅游接待情况	27
第二节 2013年生态养生旅游市场运行分析	31
一、2013年我国生态养生旅游经济运行分析	31
二、2013年我国生态养生旅游接待收汇情况	32
三、2013年我国生态养生旅游客源市场情况	33
四、2013年我国生态养生旅游地方接待情况	35
五、2013年主要城市生态养生旅游接待情况	37
六、2013年中国生态养生旅游市场的发展形势	38
第三章 中国生态养生旅游产业消费者行为调研	39
第一节 消费者旅游偏好调研	39
一、不同性别生态养生旅游偏好调研	39
二、不同年龄生态养生旅游偏好调研	42
1、20岁以下生态养生旅游偏好调研	42
2、20-40岁生态养生旅游偏好调研	46
3、40岁以上生态养生旅游偏好调研	46
第二节 消费者行为习惯调研	48
一、不同年龄消费者结构调研	48
1、消费者结构调研总体情况	48
2、14-25岁消费者结构调研	48
3、25-65岁消费者结构调研	48
4、65岁以上消费者结构调研	49
二、消费者消费频次调研	49
1、不同性别消费者旅游频次调研	49
2、不同年龄消费者旅游频次调研	50
3、不同收入消费者旅游频次调研	51
4、不同学历消费者旅游频次调研	52
三、消费者旅游时间选择调研	53
1、节假日与非节假日选择调研	53
2、一年时间内旅游时间选择调研	54

3、去影视城旅游的时机调研	59
四、消费者生态养生旅游选择考虑因素调研	60
五、消费者选择生态养生旅游因由调研	65
六、消费者生态养生旅游的途径调研	66
七、消费者生态养生旅游地喜好调研	66
1、消费者生态养生旅游地喜好调研总体情况	66
2、不同年龄消费者生态养生旅游地喜好调研	67
第四章 中国生态养生旅游行业区域市场分析	72
第一节 华北地区生态养生旅游行业分析	72
一、2012-2013年行业发展现状分析	72
二、2012-2013年市场规模情况分析	76
三、2014-2019年行业发展前景预测	78
第二节 东北地区生态养生旅游行业分析	83
一、2012-2013年行业发展现状分析	83
二、2012-2013年市场规模情况分析	91
三、2014-2019年行业发展前景预测	92
第三节 华东地区生态养生旅游行业分析	94
一、2012-2013年行业发展现状分析	94
二、2012-2013年市场规模情况分析	102
三、2014-2019年行业发展前景预测	104
第四节 华南地区生态养生旅游行业分析	107
一、2012-2013年行业发展现状分析	107
二、2012-2013年市场规模情况分析	122
三、2014-2019年行业发展前景预测	124
第五节 华中地区生态养生旅游行业分析	131
一、2012-2013年行业发展现状分析	131
二、2012-2013年市场规模情况分析	133
三、2014-2019年行业发展前景预测	134
第六节 西南地区生态养生旅游行业分析	135
一、2012-2013年行业发展现状分析	135
二、2012-2013年市场规模情况分析	136
三、2014-2019年行业发展前景预测	140

第七节 西北地区生态养生旅游行业分析	141
一、2012-2013年行业发展现状分析	141
二、2012-2013年市场规模情况分析	146
三、2014-2019年行业发展前景预测	150
第五章 生态养生旅游行业投资与发展前景分析	153
第一节 2013年生态养生旅游行业投资情况分析	153
一、2013年生态养生旅游行业总体投资结构	153
二、2013年生态养生旅游行业投资规模情况	153
三、2013年生态养生旅游行业投资增速情况	154
四、2013年生态养生旅游分行业投资分析	161
五、2013年生态养生旅游分地区投资分析	168
第二节 生态养生旅游行业投资机会分析	170
一、生态养生旅游投资项目分析	170
二、生态养生旅游投资模式	173
三、2014年生态养生旅游投资机会	184
四、2014年生态养生旅游细分行业投资机会	186
五、2014年生态养生旅游投资新方向	187
第三节 生态养生旅游行业发展前景分析	199
一、生态养生旅游市场发展前景分析	199
二、我国生态养生旅游市场蕴藏的商机	200
三、后危机时代生态养生旅游市场的发展前景	201
四、2014年生态养生旅游市场面临的发展商机	202
五、2014-2019年生态养生旅游市场面临的发展商机	204
第二部分 生态养生旅游行业竞争格局分析	
第六章 生态养生旅游行业竞争格局分析	206
第一节 中国生态养生旅游业竞争力	206
一、2013年中国生态养生旅游竞争力排名	206
二、2014年中国生态养生旅游竞争力优劣势	207
三、2014年中国生态养生旅游业国际地位分析	211
四、2014年中国生态养生旅游竞争力前景趋势	212
第二节 生态养生旅游行业竞争分析	217
一、国际生态养生旅游岛与国际竞争分析	217

二、2014年生态养生旅游业竞争存在的问题	217
三、2014年生态养生旅游行业竞争焦点分析	217
四、2014年生态养生旅游行业竞争策略分析	219
第三节 在线生态养生旅游市场竞争分析	223
一、2013年在线生态养生旅游市场竞争分析	223
二、2014年在线生态养生旅游市场竞争激烈	224
三、2014年在线生态养生旅游市场价格竞争	226
第七章 2014-2019年中国生态养生旅游行业发展形势分析	230
第一节 生态养生旅游行业发展概况	230
一、生态养生旅游行业发展特点分析	230
二、生态养生旅游行业投资现状分析	231
三、生态养生旅游行业总产值分析	234
四、生态养生旅游行业技术发展分析	234
第二节 2013-2014年生态养生旅游行业市场情况分析	236
一、生态养生旅游行业市场发展分析	236
二、生态养生旅游市场存在的问题	237
三、生态养生旅游市场规模分析	238
第八章 2012-2013年中国生态养生旅游行业总体规模分析	240
第一节 企业数量结构分析	240
第二节 行业发展能力分析	240
第九章 生态养生旅游行业赢利水平分析	242
第一节 成本分析	242
一、2012-2013年生态养生旅游价格走势分析	242
二、2012-2013年生态养生旅游行业人工成本分析	242
第二节 运营能力分析	243
一、2012-2013年生态养生旅游行业门票收入情况	243
二、2012-2013年生态养生旅游行业其他相关收入情况	244
三、2012-2013年生态养生旅游行业资金周转情况	245
第三节 盈利水平分析	245
一、2012-2013年生态养生旅游行业营业收入情况	245
二、2012-2013年生态养生旅游行业毛利率情况	246
三、2012-2013年生态养生旅游行业赢利能力	246



第十章 生态养生旅游行业盈利能力分析	248
第一节 2012-2013年中国生态养生旅游行业利润总额分析	248
第二节 2012-2013年中国生态养生旅游行业销售利润率	249
第三节 2012-2013年中国生态养生旅游行业净利润率分析	250
第四节 2012-2013年中国生态养生旅游行业经营利润率分析	250
第十一章 生态养生旅游重点企业发展分析	251
第一节 杭州西湖	251
一、概况	251
二、竞争优势	252
三、经营和财务状况	252
四、发展战略	255
第二节 昆明世博园	258
一、概况	258
二、竞争优势	259
三、经营和财务状况	260
四、发展战略	263
第三节 海南三亚	265
一、概况	265
二、竞争优势	265
三、经营和财务状况	267
四、发展战略	271
第四节 八达岭长城	271
一、概况	271
二、竞争优势	272
三、经营和财务状况	272
四、发展战略	276
第五节 上海锦江酒店	276
一、概况	276
二、竞争优势	277
三、经营和财务状况	277
四、发展战略	280
第六节 西安碑林博物馆	281

一、概况	281
二、竞争优势	281
三、经营和财务状况	282
四、发展战略	285
第七节 四川峨眉山	286
一、概况	286
二、竞争优势	287
三、经营和财务状况	287
四、发展战略	290
第八节 丽江香格里拉	290
一、概况	290
二、竞争优势	291
三、经营和财务状况	293
四、发展战略	296
第九节 深圳华侨城	296
一、概况	296
二、竞争优势	297
三、经营和财务状况	298
四、发展战略	301
第十节 安徽黄山	302
一、概况	302
二、竞争优势	302
三、经营和财务状况	304
四、发展战略	308
第三部分 生态养生旅游行业投资策略分析	
第十二章 生态养生旅游行业投资策略分析	309
第一节 行业发展特征	309
一、行业的周期性	309
二、行业的区域性	311
三、行业的上下游	312
四、行业经营模式	313
第二节 行业投资形势分析	314

一、行业发展格局	314
二、行业进入壁垒	321
三、行业SWOT分析	323
四、行业五力模型分析	323
第三节 生态养生旅游行业投资效益分析	325
一、2013年生态养生旅游行业投资状况分析	325
二、2013年生态养生旅游行业投资效益分析	325
三、2014-2019年生态养生旅游行业投资建议	326
第四节 生态养生旅游行业投资策略研究	327
一、2012年生态养生旅游行业投资策略	327
二、2013年生态养生旅游行业投资策略	328
三、2014-2019年生态养生旅游行业和分行业投资策略	329
第十三章 生态养生旅游行业投资风险预警	331
第一节 影响生态养生旅游行业发展的主要因素	331
一、2014年影响生态养生旅游行业运行的有利因素	331
二、2014年影响生态养生旅游行业运行的稳定因素	333
三、2014年影响生态养生旅游行业运行的不利因素	334
四、2014年我国生态养生旅游行业发展面临的挑战	335
五、2014年我国生态养生旅游行业发展面临的机遇	335
第二节 生态养生旅游行业投资风险预警	337
一、2014-2019年生态养生旅游行业市场风险预测	337
二、2014-2019年生态养生旅游行业政策风险预测	338
三、2014-2019年生态养生旅游行业经营风险预测	339
四、2014-2019年生态养生旅游行业竞争风险预测	339
五、2014-2019年生态养生旅游行业其他风险预测	340
第十四章 生态养生旅游行业发展趋势分析	341
第一节 2014-2019年中国生态养生旅游市场趋势分析	341
一、2012-2013年我国生态养生旅游市场趋势总结	341
二、2014-2019年我国生态养生旅游发展趋势分析	342
第二节 2014-2019年生态养生旅游产品发展趋势分析	347
一、2014-2019年生态养生旅游产品转型趋势分析	347
二、2014-2019年生态养生旅游产品价格趋势分析	350

第三节 2014-2019年中国生态养生旅游行业供需预测	351
一、2014-2019年中国生态养生旅游供给预测	351
二、2014-2019年中国生态养生旅游需求预测	353
第四节 2014-2019年生态养生旅游行业规划建议	354
一、生态养生旅游行业“十二五”规划	354
二、2014-2019年生态养生旅游行业“十二五”规划商机	356
第十五章 生态养生旅游企业管理策略建议	359
第一节 市场策略分析	359
一、生态养生旅游价格策略分析	359
二、生态养生旅游渠道策略分析	359
第二节 销售策略分析	359
一、媒介选择策略分析	359
二、产品定位策略分析	361
三、企业宣传策略分析	361
第三节 提高生态养生旅游企业竞争力的策略	362
一、提高中国生态养生旅游企业核心竞争力的对策	362
二、生态养生旅游企业核心竞争力构成及提升途径	363
三、提高生态养生旅游企业竞争力的策略	365
第四节 对我国生态养生旅游品牌的战略思考	368
一、生态养生旅游实施品牌战略的意义	368
二、生态养生旅游企业品牌的现状分析	370
三、我国生态养生旅游企业的品牌战略管理	370
四、生态养生旅游品牌战略管理的策略	372
图表目录	
图表：2012年国内游人次及收入幅度	20
图表：2012年中国入境旅游接待收入情况	23
图表：2012年主要客源国入境旅游情况	24
图表：2012年湖北省主要旅游景点旅客接待情况	27
图表：2012年11月全国重点省份国内游接待人次同比变化情况	29
图表：2012年重庆市接待国内旅游者情况	29
图表：2012年重庆市接待国内旅游者收入情况	30
图表：2013年6月入境旅游接待收汇情况	32

图表：2013年11月中国主要客源市场情况 33

图表：上半年我区国内旅游接待人数基本情况 34

图表：上半年我区国际旅游增速基本情况 35

图表：2013年重点景区接待游客及旅游收入情况 36

图表：2013年二季度中国旅行社接待人数前十名城市 37

图表：大学生出国意愿 43

图表：大学生生态养生旅游信息的来源 44

图表：大学生每月消费 45

图表：频数的人数 46

图表：生态养生旅游消费者结构人数 48

图表：2010年1-12月中国在线旅游预订用户性别月均分布情况 50

图表：不同年龄群体将来去异地出差或旅游频次变化 51

图表：2010年1-12月中国在线旅游预订用户个人收入月均分布情况 52

图表：2010年1-12月中国在线旅游预订用户教育程度月均分布情况 53

图表：2010年-2013年元旦主要景区接待游客人数情况 54

图表：各五一黄金周所占当年生态养生旅游收入比重 54

图表：消费者出游方式（N=1500） 66

图表：2013年旅游（外汇）收入累计数及同比增速 154

图表：2012年以来住宿和餐饮业累计投资总额及同比增速 155

图表：2013年我国生态养生旅游分地区投资项目 169

图表：生态养生旅游投资逻辑分析构架 170

图表：2012年分行业投资完成情况 172

图表：2020年世界前5大旅游目的地国 201

图表：2020年世界十大旅游客源国 201

图表：中国在线生态养生旅游交易规模增速与行业整体收入增速比较示意图 202

图表：后危机时代生态养生旅游市场统计分析 202

图表：2013年中国生态养生旅游省市竞争力排名 207

图表：2014年在线生态养生旅游市场竞争激烈图 224

图表：2012年中国在线生态养生旅游行业渗透率达到6.7% 225

图表：2012年全球主要国家和地区在线生态养生旅游渗透率对比 226

图表：中国生态养生旅游企业数量占比例 240

图表：北京到青岛旅游价格走势图 242

图表：2013年中国景区门票收入占营业收入比重 244

图表：2011-2013年生态养生旅游行业旅游外汇收入增长 244

图表：2012-2013年生态养生旅游行业资金周转图 245

图表：2012-2013年中国生态养生旅游行业总收入 245

图表：2011-2013年生态养生旅游上市公司营业毛利率 246

图表：2012-2013年中国生态养生旅游行业利润总额构成比例 248

图表：2012-2013年中国生态养生旅游行业旅行社销售利润率 249

图表：2011-2013年中国生态养生旅游行业旅行社净利润率 250

图表：2012-2013年中国生态养生旅游行业旅行社经营利润 250

图表：杭州宋城旅游发展股份有限公司发行相关 251

图表：杭州宋城旅游发展股份有限公司经营发展能力 253

图表：杭州宋城旅游发展股份有限公司每股指标 253

图表：杭州宋城旅游发展股份有限公司成长能力指标 254

图表：杭州宋城旅游发展股份有限公司盈利指标 254

图表：杭州宋城旅游发展股份有限公司运营能力指标 254

图表：杭州宋城旅游发展股份有限公司财务风险指标 255

图表：云南旅游股份有限公司发行相关 259

图表：云南旅游股份有限公司主营构成 261

图表：云南旅游股份有限公司每股指标 262

图表：云南旅游股份有限公司成长能力指标 262

图表：云南旅游股份有限公司盈利指标 263

图表：云南旅游股份有限公司运营能力指标 263

图表：云南旅游股份有限公司财务风险指标 263

图表：海南大东海旅游中心股份有限公司发行相关 265

图表：海南大东海旅游中心股份有限公司主营构成 267

图表：海南大东海旅游中心股份有限公司每股指标 269

图表：海南大东海旅游中心股份有限公司成长能力指标 269

图表：海南大东海旅游中心股份有限公司盈利能力 270

图表：海南大东海旅游中心股份有限公司营运能力指标 270

图表：海南大东海旅游中心股份有限公司财务风险指标 270

图表：北京京西风光旅游开发股份有限公司发行相关 271

图表：北京京西风光旅游开发股份有限公司主营构成 273

图表：北京京西风光旅游开发股份有限公司每股指标 274

图表：北京京西风光旅游开发股份有限公司成长能力指标 274

图表：北京京西风光旅游开发股份有限公司盈利能力指标 275

图表：北京京西风光旅游开发股份有限公司运营能力指标 275

图表：北京京西风光旅游开发股份有限公司财务风险指标 275

图表：上海锦江国际酒店发展股份有限公司发行相关 276

图表：上海锦江国际酒店发展股份有限公司主营构成 278

图表：上海锦江国际酒店发展股份有限公司每股指标 278

图表：上海锦江国际酒店发展股份有限公司成长能力指标 279

图表：上海锦江国际酒店发展股份有限公司盈利指标 279

图表：上海锦江国际酒店发展股份有限公司运营能力指标 280

图表：上海锦江国际酒店发展股份有限公司财务风险指标 280

图表：西安饮食股份有限公司发行相关 281

图表：西安饮食股份有限公司主营构成 282

图表：西安饮食股份有限公司每股指标 283

图表：西安饮食股份有限公司成长能力指标 284

图表：西安饮食股份有限公司盈利指标 284

图表：西安饮食股份有限公司运营能力指标 285

图表：西安饮食股份有限公司财务风险指标 285

图表：峨眉山旅游股份有限公司发行相关 287

图表：峨眉山旅游股份有限公司主营构成 288

图表：峨眉山旅游股份有限公司每股指标 288

图表：峨眉山旅游股份有限公司成长能力指标 289

图表：峨眉山旅游股份有限公司盈利指标 289

图表：峨眉山旅游股份有限公司运营能力指标指标 289

图表：峨眉山旅游股份有限公司财务风险指标 290

图表：丽江玉龙旅游股份有限公司发行相关 291

图表：丽江玉龙旅游股份有限公司主营构成 293

图表：丽江玉龙旅游股份有限公司每股指标 294

图表：丽江玉龙旅游股份有限公司成长能力指标 294

图表：丽江玉龙旅游股份有限公司盈利指标 295

图表：丽江玉龙旅游股份有限公司运营能力指标 295

图表：丽江玉龙旅游股份有限公司财务风险指标 295

图表：深圳华侨城股份有限公司发行相关 297

图表：东部华侨城旅游资源循环开发过程模式 297

图表：深圳华侨城股份有限公司主营构成 298

图表：深圳华侨城股份有限公司每股指标 299

图表：深圳华侨城股份有限公司成长能力指标 300

图表：深圳华侨城股份有限公司盈利指标 300

图表：深圳华侨城股份有限公司运营能力指标 301

图表：深圳华侨城股份有限公司财务风险指标 301

图表：黄山旅游发展股份有限公司发行相关 302

图表：黄山旅游发展股份有限公司主要构成 305

图表：黄山旅游发展股份有限公司每股指标 306

图表：黄山旅游发展股份有限公司成长能力指标 306

图表：黄山旅游发展股份有限公司盈利能力 307

图表：黄山旅游发展股份有限公司运营能力指标 307

图表：黄山旅游发展股份有限公司财务风险指标 307

图表：生态养生旅游行业的周期性 309

图表：生态养生旅游行业个数区域分散 312

图表：生态养生旅游行业SWOT分析 323

图表：生态养生旅游产业竞争性分析&mdash;五力模型 324

图表：近三年生态养生旅游行业主动离职率 339

图表：2014-2019年我国生态养生旅游发展趋势 345

图表：2014-2019年中国生态养生旅游行业总收入趋势预测 346

图表：2014-2019年中国出游率预测 346

图表：2014-2019年入境过夜人数比重预测 347

图表：2014-2019年中国生态养生旅游供给与产品价格曲线移动预测 352

图表：2014-2019年中国生态养生旅游需求量与产品价格关系预测 354

详细请访问：<http://www.cction.com/report/201404/104017.html>