

2009-2012年旅游地产行业竞争格局与投资战略研究咨询报告

报告大纲

观研报告网

www.chinabaogao.com

一、报告简介

观研报告网发布的《2009-2012年旅游地产行业竞争格局与投资战略研究咨询报告》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：<http://baogao.chinabaogao.com/lyyou/6741367413.html>

报告价格：电子版: 6000元 纸介版：7000元 电子和纸介版: 8000

订购电话: 400-007-6266 010-86223221

电子邮箱: sale@chinabaogao.com

联系人: 客服

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

中国旅游业经过了30年的发展，在不断的经验摸索和国际经验学习中，快速成长起来，已经开始走上转型增效的成熟道路，在不断的实践创新和理论提升基础上实现与国际接轨，成功融入了世界休闲产业革命的发展大趋势之中。特别是进入21世纪以来，在休闲时代的引领下，中国开始进入旅游大发展的新时期，涌现了一批新的旅游产业模式和形态，更加推动了旅游与地方经济发展、社会和谐以及国际化进程，突显出旅游的广阔开发前景和巨大的发展潜力。目前出现的很多旅游新变化正是休闲旅游时代的具体表现，如投资主体的多元化，旅游产品的多样化，旅游线路的组合化，旅游服务的精细化，旅游目的地的差异化，旅游经营的标准化，景区营销的数字化，旅游经济的产业化等等。这些表现进一步催生着旅游新业态的不断涌现。

随着人们收入水平的提高，可自由支配时间的增多，一个休闲时代正在来临。5+2的生活方式，三个黄金假期，不同程度的带薪休假，私家车的普及，高速公路网的建设，时尚的假日消费，人们的休闲需求不断膨胀，旅游作为休闲的一种方式，也在从单纯的观光向度假转变，结合了旅游休闲度假与房地产开发的旅游房地产正酝酿着新一轮旅游和地产经济的兴奋点，成为中国休闲市场和房地产市场消费的新时尚。休闲度假房地产主要是满足城市居民短期居住，作为置业者第二居所的可售物业，它以满足客户休闲、度假或部分商务活动需求为主要功能。

GDP人均3000美金就进入了休闲时代。华东地区、北京等中心城市的人均GDP大大超过了这个指标。再加上中国已经进入了老龄化时代，养老养生需求发展成为了不可逆转的需要，因此旅游地产发展的黄金时代已经到来。2009年，随着住宅开发竞争加剧，利润减薄，风险加大，更多的开发商转移投资旅游房地产。旅游作为不良项目的救命稻草，一直是房地产投资开发的一个重要领域，旅游房地产就是在主流市场逐渐趋于饱和之后，在边缘产生的新的市场，现在这个市场的价值正日益凸显出来。除按传统方式开发经营的酒店和度假村外，目前旅游房地产按其所有权和使用权的大小可分为若干形态。在我国，海南的博鳌、深圳的华侨城、观澜湖、杭州的宋城、广州的华南板块，近年来一大批旅游房地产项目得益于“假日经济”、“会议经济”以及房地产开发从市区向城市边缘地带的挺进，势头强劲。除了国外和港台颇具实力的公司外，国内目前涉足旅游房地产的公司超过百家，包括首创、海航、中信、中旅等大型企业，珠江地产、天鸿集团、万科集团、万达集团、万通集团、青岛汇泉旅业等一大批房地产投资商、开发商、旅游企业，各路开发商均看好未来中国的旅游房地产市场。

本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、国家商务部、国家旅游局、国家发改委、国务院发展研究中心、中国房地产业协会、国际景区及主题公园协会、国内外多种相关报刊杂志的基础信息以及专业研究单位等公布、提供的大量的内容翔实、统计精确的资料和数据，立足于全国旅游地产行业发展概况，从国外旅游地产的行业概况

、发展方向，到我国旅游地产行业的发展策略、旅游地产行业的竞争格局、旅游地产行业未来发展趋势等多方面进行了深度剖析。本报告内容丰富、数据详细，在撰写的过程中，运用了大量的图、表，分析深入、透彻，且有独到的见解，是旅游地产企业、策划机构、运营管理及相关企业、计划投资于旅游地产行业的企业等准确了解目前中国旅游地产行业市场发展动态，把握旅游地产行业发展趋势，制定市场策略的必备的精品。

目 录

CONTENTS

第一部分 行业发展现状

第一章 旅游地产发展概况

第一节 中国旅游地产的含义及兴起

一、旅游房地产的定义及相关概念

二、旅游房地产的形成与发展

三、旅游地产概念细分

第二节 中国旅游地产的市场开发分析

一、房地产与旅游的内在联系

二、中国旅游地产的特征

三、旅游地产开发的特殊性

四、旅游资源发掘与地产项目开发的双增值

五、中国旅游地产项目开发成功的重要措施

六、旅游地产项目的成功要素

第三节 发展旅游地产的前景与现实意义

一、旅游地产的前景展望

二、旅游地产的现实意义

三、旅游地产的产业特点

四、旅游地产的发展对策

第二章 世界旅游地产发展概况

第一节 世界旅游房地产开发理念的演进过程

一、单一的大中型文化主题公园

二、综合性、区域性开发的雏形

三、大型旅游休闲社区的出现

第二节 旅游房地产项目开发分析

一、旅游房地产项目开发的原则

二、项目开发中应特别注意的问题

第三章 中国旅游地产发展分析

第一节 旅游地产的发展现状分析

- 一、中国旅游地产业发展前景分析
- 二、旅游房地产的发展空间分析
- 三、创新旅游地产以度假的理念开发地产
- 四、我国旅游地产发展呈现的问题分析
- 五、旅游地产充分发展的“瓶颈”因素分析
- 六、旅游地产的发展趋势

第二节 2009年旅游地产发展态势分析

- 一、中国旅游地产现状分析
- 二、旅游地产是房地产业发展战略的新定位
- 三、旅游地产进入快速发展阶段
- 四、中国旅游房地产迎来快速发展
- 五、城市旅游地产投资情况
- 六、中部旅游地产调查
- 七、2009-2012年旅游地产的机遇与挑战分

第三节 多角度分析旅游房地产业发展机遇

- 一、从资本市场分析
- 二、从社会角度分析
- 三、从政策法规角度分析

第四节 2009年旅游地产主要发展城市分析

- 一、环渤海区域的旅游地产分析
- 二、海南旅游地产的发展
- 三、大连旅游地产的发展
- 四、青岛旅游地产的发展
- 五、威海旅游地产的发展
- 六、秦皇岛旅游地产的发展
- 七、烟台旅游地产的发展
- 八、上海旅游地产的发展

第四章 我国房地产市场发展分析

第一节 中国房地产供需分析

- 一、住房潜在需求分析
- 二、我国购置未开发土地情况
- 三、我国房地产价格情况
- 四、我国房地产市场调整分析
- 五、我国房地产购买力的外部抽离解析

第二节 2008年房地产市场运行分析

- 一、2008年中国房地产市场整体情况
- 二、2008年中国房地产市场热点问题
- 三、2008年房地产开发完成情况
- 四、2008年商品房销售和空置情况
- 五、2008年房地产开发企业资金来源情况
- 六、2008年全国房地产开发景气指数
- 七、2008年四季度企业景气指数分析

第三节 2008年我国大中城市房屋市场销售价格指数

- 一、2008年1季度全国70个大中城市房屋销售价格指数
- 二、2008年2季度全国70个大中城市房屋销售价格指数
- 三、2008年3季度全国70个大中城市房屋销售价格指数
- 四、2008年4季度全国70个大中城市房屋销售价格指数

第四节 2009年上半年全国房地产市场运行情况

- 一、2009年上半年房地产开发完成情况
- 二、2009年上半年商品房销售情况
- 三、2009年上半年房地产开发企业资金来源情况
- 四、2009年上半年全国房地产开发景气指数

第五节 2009年我国大中城市房屋市场销售价格指数

- 一、2009年1季度全国70个大中城市房屋销售价格情况
- 二、2009年2季度全国70个大中城市房屋销售价格情况
- 三、2009年上半年全国70个大中城市房屋销售价格情况

第六节 2009年中国房地产市场发展分析

- 一、2008-2009年中国房地产行业发展概述
- 二、2009年中国房地产全行业发展形势
- 三、2009年我国房地产调整空间情况
- 四、2009年中国房地产市场调控分析
- 五、2009年中国房地产市场发展的关键

第七节 2009年房地产市场形势分析与影响因素

- 一、2009年我国房地产市场形势分析
- 二、影响2009年房地产市场走势的因素分析
- 三、我国房地产政策建议

第八节 金融危机对中国房地产市场影响分析

- 一、经济危机对房地产市场的影响
- 二、金融危机对中国楼市外资投资的影响
- 三、金融危机对中国住房消费能力的影响

四、金融危机对中国房地产企业融资的影响

第二部分 行业竞争格局

第五章 旅游地产行业竞争分析

第一节 2009年旅游地产竞争分析

一、2008年旅游地产市场竞争情况分析

二、2009年旅游地产市场竞争形势分析

第二节 2008-2009年中国旅游地产行业竞争分析及预测

一、2008-2009年集中度分析及预测

二、2008-2009年SWOT分析及预测

三、2008-2009年进入退出状况分析及预测

四、2008-2009年生命周期分析及预测

第六章 旅游地产企业竞争策略分析

第一节 旅游地产市场竞争策略分析

一、2009年旅游地产市场增长潜力分析

二、2009年旅游地产主要潜力项目分析

三、现有旅游地产竞争策略分析

四、旅游地产潜力项目竞争策略选择

五、典型企业项目竞争策略分析

第二节 旅游地产企业竞争策略分析

一、金融危机对旅游地产行业竞争格局的影响

二、金融危机后旅游地产行业竞争格局的变化

三、2009-2012年我国旅游地产市场竞争趋势

四、2009-2012年旅游地产行业竞争格局展望

五、2009-2012年旅游地产行业竞争策略分析

六、2009-2012年旅游地产企业竞争策略分析

第七章 旅游地产重点企业竞争分析

第一节 华侨城

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、2008-2009年经营状况

四、2009-2012年发展战略

第二节 宋城集团

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、2008-2009年经营状况

四、2009-2012年发展战略

第三节 金融街

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、2008-2009年经营状况

四、2009-2012年发展战略

第四节 中坤集团

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、2008-2009年经营状况

四、2009-2012年发展战略

第五节 首创

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、2008-2009年经营状况

四、2009-2012年发展战略

第六节 海航

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、2008-2009年经营状况

四、2009-2012年发展战略

第七节 中信

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、2008-2009年经营状况

四、2009-2012年发展战略

第八节 中旅

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、2008-2009年经营状况

四、2009-2012年发展战略

第三部分 行业前景预测

第八章 中国旅游地产发展趋势

第一节 未来旅游地产发展形势展望

一、优厚的旅游地产发展资源

二、规划、开发向专业化发展

第二节 2009年旅游房地产在我国的发展趋势

- 一、旅游房地产发展的环境日渐成熟
- 二、旅游房地产的市场需求潜力巨大
- 三、政策法规将直接影响旅游房地产的步伐
- 四、资金和品牌将成为旅游房地产未来的决定力量
- 五、与国情适合与国际接轨的特色产品将不断出现
- 六、旅游地产逆势发展成地产新宠

第三节 2009年旅游地产的发展趋势

- 一、旅游地产发展前景广阔
- 二、从“小旅游、大地产”到“大旅游、小地产”
- 三、旅游地产开发的多元化趋势加深
- 四、旅游地产投资开发重心将从销售转向经营
- 五、旅游地产需要全盘策划和动态规划
- 六、旅游地产的多方共赢趋势

第九章 旅游地产行业发展预测

第一节 2009-2012年旅游地产市场趋势分析

- 一、2008-2009年旅游地产市场趋势总结
- 二、2009-2012年旅游地产发展趋势分析
- 三、2009-2012年旅游地产市场发展空间
- 四、2009-2012年旅游地产产业政策趋向
- 五、2009-2012年旅游地产价格走势分析

第二节 2009-2012年旅游地产市场预测

- 一、2009-2012年旅游地产市场结构预测
- 二、2009-2012年旅游地产市场需求前景
- 三、2009-2012年旅游地产市场价格预测
- 四、2009-2012年旅游地产行业集中度预测

第四部分 投资战略研究

第十章 旅游地产行业投资现状分析

第一节 2008年旅游地产行业投资情况分析

- 一、2008年总体投资及结构
- 二、2008年投资规模情况
- 三、2008年投资增速情况
- 四、2008年分行业投资分析
- 五、2008年分地区投资分析

六、2008年外商投资情况

第二节 2009年上半年旅游地产行业投资情况分析

一、2009年上半年总体投资及结构

二、2009年上半年投资规模情况

三、2009年上半年投资增速情况

四、2009年上半年分行业投资分析

五、2009年上半年分地区投资分析

六、2009年上半年外商投资情况

第十一章 旅游地产行业投资环境分析

第一节 经济发展环境分析

一、2008-2009年我国宏观经济运行情况

二、2009-2012年我国宏观经济形势分析

三、2009-2012年投资趋势及其影响预测

第二节 政策法规环境分析

一、2009年旅游地产行业政策环境

二、2009年国内宏观政策对其影响

三、2009年行业产业政策对其影响

第三节 社会发展环境分析

一、国内社会环境发展现状

二、2009年社会环境发展分析

三、2009-2012年社会环境对行业的影响分析

第十二章 旅游地产行业投资机会与风险

第一节 旅游地产行业投资效益分析

一、2008-2009年旅游地产行业投资状况分析

二、2009-2012年旅游地产行业投资效益分析

三、2009-2012年旅游地产行业投资趋势预测

四、2009-2012年旅游地产行业的投资方向

五、2009-2012年旅游地产行业投资的建议

六、新进入者应注意的障碍因素分析

第二节 影响旅游地产行业发展的主要因素

一、2009-2012年影响旅游地产行业运行的有利因素分析

二、2009-2012年影响旅游地产行业运行的稳定因素分析

三、2009-2012年影响旅游地产行业运行的不利因素分析

四、2009-2012年我国旅游地产行业发展面临的挑战分析

五、2009-2012年我国旅游地产行业发展面临的机遇分析

第三节 旅游地产行业投资风险及控制策略分析

- 一、2009-2012年旅游地产行业市场风险及控制策略
- 二、2009-2012年旅游地产行业政策风险及控制策略
- 三、2009-2012年旅游地产行业经营风险及控制策略
- 四、2009-2012年旅游地产同业竞争风险及控制策略
- 五、2009-2012年旅游地产行业其他风险及控制策略

第十三章 旅游地产行业投资战略研究

第一节 旅游地产行业发展战略研究

- 一、战略综合规划
- 二、业务组合战略
- 三、区域战略规划
- 四、产业战略规划
- 五、营销品牌战略
- 六、竞争战略规划

第二节 对旅游地产品牌的战略思考

- 一、企业品牌的重要性
- 二、旅游地产实施品牌战略的意义
- 三、旅游地产企业品牌的现状分析
- 四、旅游地产企业的品牌战略
- 五、旅游地产品牌战略管理的策略

第三节 旅游地产行业投资战略研究

- 一、2008年旅游地产行业投资战略
- 二、2009年旅游地产行业投资战略
- 三、2009-2012年旅游地产行业投资战略
- 四、2009-2012年细分行业投资战略

第十四章 中国旅游地产发展策略

第一节 旅游房地产开发的基本模式

- 一、以旅游区域开发带动旅游房地产开发
- 二、以产权式酒店为主体的房地产开发
- 三、以度假地第二居所为主体的旅游房地产开发
- 四、经营服务类旅游房地产的开发
- 五、酒店式公寓的开发

第二节 旅游地产项目的成功基础

- 一、天生的资质
- 二、良好的题材

三、完善的规划

四、持续的投资

五、完备网络

第三节 旅游地产开发与生态景观保护

一、中华石苑凤凰岭风景区规划

二、郑州黄河大观

三、武汉盘龙城

四、天津珠江温泉城规划

第四节 促进旅游地产发展的策略

一、地产定位应面向国际

二、注重保护稀缺的生态景观资源

三、加强宏观及微观的把握能力

五、旅游房地产成功开发策略分析

第五节 旅游地产发展政策建议

一、发展政策建议

二、建立严格的市场准入制度

三、建立有效的旅游交换系统

第六节 二线城市旅游地产差异化经营

图表目录

图表：2008年1-12月全国房地产开发投资完成情况

图表：2008年1-12月东部地区房地产开发投资完成情况

图表：2008年1-12月中部地区房地产开发投资完成情况

图表：2008年1-12月西部地区房地产开发投资完成情况

图表：2008年1-12月全国商品房销售情况

图表：2008年1-12月东部地区商品房销售情况

图表：2008年1-12月中部地区商品房销售情况

图表：2008年1-12月西部地区商品房销售情况

图表：2009年1-6月全国房地产开发投资完成情况

图表：2009年1-6月东部地区房地产开发投资完成情况

图表：2009年1-6月中部地区房地产开发投资完成情况

图表：2009年1-6月西部地区房地产开发投资完成情况

图表：2009年1-6月全国商品房销售情况

图表：2009年1-6月东部地区商品房销售情况

图表：2009年1-6月中部地区商品房销售情况

图表：2009年1-6月西部地区商品房销售情况

图表：2008年10月份70个大中城市房屋销售价格指数（一）

图表：2008年10月份70个大中城市房屋销售价格指数（二）

图表：2008年10月份70个大中城市房屋销售价格指数（三）

图表：2008年10月份70个大中城市房屋销售价格指数（四）

图表：2008年10月份70个大中城市房屋销售价格指数（五）

图表：2008年10月份70个大中城市房屋销售价格指数（六）

图表：2008年10月份70个大中城市房屋销售价格指数（七）

图表：2008年10月份70个大中城市房屋销售价格指数（八）

图表：2008年11月份70个大中城市房屋销售价格指数（一）

图表：2008年11月份70个大中城市房屋销售价格指数（二）

图表：2008年11月份70个大中城市房屋销售价格指数（三）

图表：2008年11月份70个大中城市房屋销售价格指数（四）

图表：2008年11月份70个大中城市房屋销售价格指数（五）

图表：2008年11月份70个大中城市房屋销售价格指数（六）

图表：2008年11月份70个大中城市房屋销售价格指数（七）

图表：2008年11月份70个大中城市房屋销售价格指数（八）

图表：2008年12月份70个大中城市房屋销售价格指数（一）

图表：2008年12月份70个大中城市房屋销售价格指数（二）

图表：2008年12月份70个大中城市房屋销售价格指数（三）

图表：2008年12月份70个大中城市房屋销售价格指数（四）

图表：2008年12月份70个大中城市房屋销售价格指数（五）

图表：2008年12月份70个大中城市房屋销售价格指数（六）

图表：2008年12月份70个大中城市房屋销售价格指数（七）

图表：2008年12月份70个大中城市房屋销售价格指数（八）

图表：2009年1月份70个大中城市房屋销售价格指数（一）

图表：2009年1月份70个大中城市房屋销售价格指数（二）

图表：2009年1月份70个大中城市房屋销售价格指数（三）

图表：2009年1月份70个大中城市房屋销售价格指数（四）

图表：2009年1月份70个大中城市房屋销售价格指数（五）

图表：2009年1月份70个大中城市房屋销售价格指数（六）

图表：2009年1月份70个大中城市房屋销售价格指数（七）

图表：2009年1月份70个大中城市房屋销售价格指数（八）

图表：2009年2月份70个大中城市房屋销售价格指数（一）

图表：2009年2月份70个大中城市房屋销售价格指数（二）

图表：2009年2月份70个大中城市房屋销售价格指数（三）

图表：2009年2月份70个大中城市房屋销售价格指数（四）

图表：2009年2月份70个大中城市房屋销售价格指数（五）

图表：2009年2月份70个大中城市房屋销售价格指数（六）

图表：2009年2月份70个大中城市房屋销售价格指数（七）

图表：2009年2月份70个大中城市房屋销售价格指数（八）

图表：2009年3月份70个大中城市房屋销售价格指数（一）

图表：2009年3月份70个大中城市房屋销售价格指数（二）

图表：2009年3月份70个大中城市房屋销售价格指数（三）

图表：2009年3月份70个大中城市房屋销售价格指数（四）

图表：2009年3月份70个大中城市房屋销售价格指数（五）

图表：2009年3月份70个大中城市房屋销售价格指数（六）

图表：2009年3月份70个大中城市房屋销售价格指数（七）

图表：2009年3月份70个大中城市房屋销售价格指数（八）

图表：2009年4月份70个大中城市房屋销售价格指数（一）

图表：2009年4月份70个大中城市房屋销售价格指数（二）

图表：2009年4月份70个大中城市房屋销售价格指数（三）

图表：2009年4月份70个大中城市房屋销售价格指数（四）

图表：2009年4月份70个大中城市房屋销售价格指数（五）

图表：2009年4月份70个大中城市房屋销售价格指数（六）

图表：2009年4月份70个大中城市房屋销售价格指数（七）

图表：2009年4月份70个大中城市房屋销售价格指数（八）

图表：2009年5月份70个大中城市房屋销售价格指数（一）

图表：2009年5月份70个大中城市房屋销售价格指数（二）

图表：2009年5月份70个大中城市房屋销售价格指数（三）

图表：2009年5月份70个大中城市房屋销售价格指数（四）

图表：2009年5月份70个大中城市房屋销售价格指数（五）

图表：2009年5月份70个大中城市房屋销售价格指数（六）

图表：2009年5月份70个大中城市房屋销售价格指数（七）

图表：2009年5月份70个大中城市房屋销售价格指数（八）

图表：2009年6月份70个大中城市房屋销售价格指数（一）

图表：2009年6月份70个大中城市房屋销售价格指数（二）

图表：2009年6月份70个大中城市房屋销售价格指数（三）

图表：2009年6月份70个大中城市房屋销售价格指数（四）

图表：2009年6月份70个大中城市房屋销售价格指数（五）

图表：2009年6月份70个大中城市房屋销售价格指数（六）

图表：2009年6月份70个大中城市房屋销售价格指数（七）

图表：2009年6月份70个大中城市房屋销售价格指数（八）

图表：2009年7月份70个大中城市房屋销售价格指数（一）

图表：2009年7月份70个大中城市房屋销售价格指数（二）

图表：2009年7月份70个大中城市房屋销售价格指数（三）

图表：2009年7月份70个大中城市房屋销售价格指数（四）

图表：2009年7月份70个大中城市房屋销售价格指数（五）

图表：2009年7月份70个大中城市房屋销售价格指数（六）

图表：2009年7月份70个大中城市房屋销售价格指数（七）

图表：2009年7月份70个大中城市房屋销售价格指数（八）

图表：根据主题内容不同对主题公园的分类

图表：全国部分倒闭的重要主题公园

图表：国外部分大型主题公园基本数据

图表：国外主题公园游客访问率比较

图表：2008-2009年全球主题公园发展状况

图表：主题公园成功开发的六大要素

图表：顾客了解到各大主题公园的途径

图表：顾客偏好的游乐方式

图表：顾客的出游方式

图表：顾客希望主题公园的售票方式

图表：主题公园吸引顾客的促销方式

图表：主题公园赠送初体验会对顾客的吸引力

图表：优质的服务是否会增强主题公园的吸引力

图表：顾客在主题公园总的花费（不包含门票）

图表：去主题公园游玩的顾客的年龄

图表：去主题公园游玩的顾客的职业

图表：旅游房地产开发、投资价值比较

图表：高尔夫旅游地产之高尔夫主体开发运作模式

图表：高尔夫旅游地产增值与业绩

图表：高尔夫旅游地产之旅游主体开发运作模式

图表：高尔夫旅游地产之房产主体开发模式

图表：旅游地产的投资特点

图表：2008年1-4季度国内生产总值

图表：2004-2008年国内生产总值及其增长速度

图表：2004-2008年居民消费价格指数涨跌幅度

图表：2008年居民消费价格比上年涨跌幅度

图表：2004-2008年年末国家外汇储备

图表：2004-2008年税收收入及其增长速度

图表：2004-2008年粮食产量及其增长速度

图表：2008年主要工业产品产量及其增长速度

图表：2008年规模以上工业企业实现利润及其增长速度

图表：2004-2008年建筑业增加值及其增长速度

图表：2004-2008年固定资产投资及其增长速度

图表：2008年分行业城镇固定资产投资及其增长速度

图表：2008年固定资产投资新增主要生产能力

图表：2008年房地产开发和销售主要指标完成情况

图表：2004-2008年社会消费品零售总额及其增长速度

图表：2008年1-12月中国PPI发展情况

图表：2008年货物进出口总额及其增长速度

图表：2008年主要商品出口数量、金额及其增长速度

图表：2008年主要商品进口数量、金额及其增长速度

图表：2008年对主要国家和地区货物进出口额及其增长速度

图表：2004-2008年货物进出口总额及其增长速度

图表：2008年分行业外商直接投资及其增长速度

图表：2008年人口数及其构成

图表：2004-2008年农村居民人均可支配收入及其增长速度

图表：2004-2008年城镇居民人均可支配收入及其增长速度

图表：2008年1月国家宏观经济景气指数

图表：2008年2月国家宏观经济景气指数

图表：2008年3月国家宏观经济景气指数

图表：2008年4月国家宏观经济景气指数

图表：2008年5月国家宏观经济景气指数

图表：2008年6月国家宏观经济景气指数

图表：2008年7月国家宏观经济景气指数

图表：2008年8月国家宏观经济景气指数

图表：2008年9月国家宏观经济景气指数

图表：2008年10月国家宏观经济景气指数

图表：2008年10月国家宏观经济景气指数

图表：2008年11月国家宏观经济景气指数

图表：2008年12月国家宏观经济景气指数

图表：2009年2月我国宏观经济景气指数

图表：2009年3月我国宏观经济景气指数

图表：2009年4月我国宏观经济景气指数

图表：2009年5月我国宏观经济景气指数

图表：2009年6月我国宏观经济景气指数

图表：2008-2009年6月国房景气指数

图表：2008-2009年6月房地产开发投资指数

图表：2008-2009年6月全国GDP、CPI和PPI涨幅

图表：2009年上半年居民消费价格指数走势图

图表：2009年上半年我国进出口贸易情况走势图

图表：2009年上半年我国国民经济运行数据

图表：2008-2009年8月CPI、PPI涨幅走势图

图表：2008-2009年8月全国70大中城市房价涨幅走势图

图表：2008-2009年8月进出口总值

图表：2007-2009年8月中国宏观经济景气指数气势

图表：2008-2009年8月中国宏观经济景气指数预警信号图

图表：2007-2009年8月中国消费信心指数走势图

图表：2007-2009年居民收入感受和预期指数

图表：2009年6月CPI创近十年新低

图表：汇率升值对旅游业影响的主要路径

图表：人均GDP与旅游业态存在一定对应关系（旅游范围视角）

图表：人均GDP与旅游业态存在一定对应关系（旅游目的视角）

图表：2008年1月居民消费价格分类指数分析

图表：2008年2月居民消费价格分类指数分析

图表：2008年3月居民消费价格分类指数分析

图表：2008年4月居民消费价格分类指数分析

图表：2008年5月居民消费价格分类指数分析

图表：2008年6月居民消费价格分类指数分析

图表：2008年7月居民消费价格分类指数分析

图表：2008年8月居民消费价格分类指数分析

图表：2008年9月居民消费价格分类指数分析

图表：2008年10月居民消费价格分类指数分析

图表：2008年11月居民消费价格分类指数分析

图表：2008年12月居民消费价格分类指数分析

图表：2009年1月居民消费价格分类指数分析

图表：2009年2月居民消费价格分类指数分析

图表：2009年3月居民消费价格分类指数分析

图表：2009年4月居民消费价格分类指数分析

图表：2009年5月居民消费价格分类指数分析

图表：2009年6月居民消费价格分类指数分析

图表：2009年1-2月城镇固定资产投资情况

图表：2009年1-3月城镇固定资产投资情况

图表：2009年1-4月城镇固定资产投资情况

图表：2009年1-5月城镇固定资产投资情况

图表：2009年1-6月城镇固定资产投资情况

图表：2009年1-2月各行业城镇投资情况

图表：2009年1-3月各行业城镇投资情况

图表：2009年1-4月各行业城镇投资情况

图表：2009年1-5月各行业城镇投资情况

图表：2009年1-6月各行业城镇投资情况

图表：2009年1-2月各地区城镇投资情况

图表：2009年1-3月各地区城镇投资情况

图表：2009年1-4月各地区城镇投资情况

图表：2009年1-5月各地区城镇投资情况

图表：2009年1-6月各地区城镇投资情况

图表：根据投资规模和市场腹地等对主题公园的分类

图表：华侨城开创的“旅游+房地产”经营模式

图表：深圳华侨城控股股份有限公司酒店地产项目开发流程

图表：华侨城主要地产项目概况

图表：2008-2009年2季度深圳华侨城控股股份有限公司主营构成表

图表：2008-2009年2季度深圳华侨城控股股份有限公司每股指标

图表：2008-2009年2季度深圳华侨城控股股份有限公司获利能力表

图表：2008-2009年2季度深圳华侨城控股股份有限公司经营能力表

图表：2008-2009年2季度深圳华侨城控股股份有限公司偿债能力表

图表：2008-2009年2季度深圳华侨城控股股份有限公司资本结构表

图表：2008-2009年2季度深圳华侨城控股股份有限公司发展能力表

图表：2008-2009年2季度深圳华侨城控股股份有限公司现金流量分析表

图表：2008-2009年2季度深圳华侨城控股股份有限公司利润分配表

图表：2008-2009年深圳华侨城控股股份有限公司未来项目结转计划

图表：华侨城旅游景点简况一览表

图表：2008-2009年深圳华侨城控股股份有限公司主题公园业务概况

图表：2008-2009年深圳华侨城控股股份有限公司主题公园部分业绩预测

图表：2008-2010年深圳华侨城控股股份有限公司整体上市后盈利预测

图表：2009年深圳华侨城控股股份有限公司盈利预测

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/lyyou/6741367413.html>