

2018-2023年中国旅游产业市场运营规模现状与投资发展前景研究报告

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《2018-2023年中国旅游产业市场运营规模现状与投资发展前景研究报告》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/lvyou/297244297244.html>

报告价格：电子版: 7200元 纸介版：7200元 电子和纸介版: 7500

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

一个旅游项目除去外在交通区位条件，最终是要靠产品说话的。这是从资源主导向产品开发的必然路径，原因一是具备足够好的交通区位叠加资源禀赋的景区已被各方旅游投资大潮瓜分的七零八落；原因二是地方政府明确意识到资源是其摇钱树，轻易不让夺给外来投资方；原因三是旅游阶段和消费者诉求的不断升级，从观光打卡向休闲度假继而向体验消费过渡；原因四是门票经济的弱化倒逼景区运营方推陈出新，要设计开发能够延长停留时间和提升客单价的旅游产品类型。

产品观——资源为王向产品开发转变

资料来源：中国报告网整理

产品开发模式 对于传统五岳名山，每年稳妥的几百万自带客流量是其天然优势，过去的封闭性系统将会被突破，流量转化成二次消费的通道即是产品的打造。这些景区中的“老三样”产品——酒店、餐厅和商业街，也正在经历着品牌更替、轻重资本并重、规模体量变化等升级。而对于没有自带光环将要自主实现从 0 到 1 过程的景点，一是借助于创新产品组合的吸引力（案例：景域的产品线），二是借助于外来品牌俗称强势 IP 的导入（案例：迪士尼），三是通过产业链升级打造产业经济聚集的特色小镇（案例：箱根温泉），四是旗帜鲜明的切入特定主题领域。而上述的几种类型其实也并不全然矛盾，在具体开发过程中会相互渗透融会贯通。

产品观——产品开发模式 1 资料来源：中国报告网整理

产品观——产品开发模式的案例

资料来源：中国报告网整理

产品观——产品开发模式 3

资料来源：中国报告网整理

产品开发逻辑图 产品的设计一般会考量以下几个因素：项目综合主题和定位、单一产品市场竞争格局、消费者需求剖析、当地文化要素提取、产品组合的综合搭配、成本投入和盈利性假设等。

产品观——产品开发逻辑图

资料来源：中国报告网整理

产品开发类型和要素 对于大部分的综合体项目，我们更倾向于将项目看做一个试验性的平台，产品的叠加和组合是一个类似七巧板的拼搭游戏：由能够快速产生现金流的可售物业业态和需要时间培育的商业业态和旅游经营业态组成：前者包含了住宅、别墅、酒店式公寓、商业办公楼，后者包含了酒店、主题公园、水上乐园、高尔夫、水族馆、博物馆、

小型景点吸引物、娱乐商业街区、主题馆、运动设施、演艺节目等。

产品观——产品开发类型和要素 1

资料来源：中国报告网整理

产品观——产品开发类型和要素2

资料来源：中国报告网整理

产品观——产品开发类型和要素 3

资料来源：中国报告网整理

中国报告网发布的报告书内容严谨、数据翔实，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动向、市场前景、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。它是业内企业、相关投资公司及政府部门准确把握行业发展趋势，洞悉行业竞争格局，规避经营和投资风险，制定正确竞争和投资战略决策的重要决策依据之一。本报告是全面了解行业以及对本行业进行投资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。

【报告目录】

第一章 2015-2017年世界旅游行业运行态势分析

第一节 2015-2017年世界旅游业运行分析

一、世界旅游业发展步伐持续加快

二、H1N1流感疫情对旅游业影响

三、世界旅游业经验借鉴

第二节 2015-2017年世界主要地区旅游业动态分析

一、欧洲

二、美国

三、韩国

四、西班牙

五、中国台湾

第三节 2018-2023年世界旅游行业发展六大趋势分析

第二章 2015-2017年中国旅游行业运行环境分析

第一节 2015-2017年中国经济环境分析

- 一、国民经济运行情况GDP
- 二、消费价格指数CPI、PPI
- 三、全国居民收入情况
- 四、恩格尔系数
- 五、工业发展形势
- 六、固定资产投资情况
- 七、财政收支状况
- 八、社会消费品零售总额
- 九、对外贸易&进出口

第二节 2015-2017年中国旅游政策环境分析

- 一、旅游发展规划管理办法
- 二、旅行社质量保证金暂行规定实施细则
- 三、中国国情对特色旅游影响
- 四、中国旅游产业调整与振兴规划

第三节 2015-2017年中国旅游行业社会环境分析

第三章 2015-2017年中国旅游产业运行新态势分析

第一节 2015-2017年中国旅游业运行总况

- 一、旅游观光业进入"黄金时代"
- 二、旅游应向休闲度假转型

第二节 2015-2017年中国旅游行业市场运行分析

- 一、按年龄性别入境旅游接待收汇情况
- 二、按入境方式旅游接待收汇情况
- 三、按目的接待收汇情况
- 四、主要城市旅游接待情况

第四章 中国农业观光园运行形势分析

第一节 中国农业观光园产业动态分析

- 一、“北京市观光农业示范园”再次落户顺义北务镇
- 二、唐山观光农业呈现勃勃生机
- 三、首个开心农场万盛开建 猕猴桃观光园昨动工
- 四、丹东市休闲旅游农业方兴未艾

第二节 中国农业观光园产业消费情况分析

- 一、西安旅游观光农业已经接待400万人次
- 二、广州64家农业观光园接待游客与营收分析

第三节 国内典型地区农业观光园发展分析

- 一、台湾的农业观光园
- 二、北京的农业观光园
- 三、广东的农业观光园
- 四、张家界的农业观光园

第五章 2015-2017年中国旅游农业热点问题探讨与对策应对

第一节 2015-2017年中国旅游农业发展中存在的问题

- 一、缺乏科学和合理的旅游发展规划
- 二、不合理开发导致原有生态和人文环境被破坏
- 三、从业人员观念落后和管理粗放
- 四、建园指导思想缺乏创新理念
- 五、没有形成规模经营和知名品牌

第二节 2015-2017年中国旅游农业的发展对策

- 一、按市场经济运行规律办事
- 二、园区规划应把握市场定位和确立发展模式
- 三、政府部门要加强组织和协调工作
- 四、提高管理水平

第三节 2018-2023年中国旅游农业发展趋势分析

第六章 2015-2017年中国采摘旅游新格局分析

第一节 2015-2017年采摘旅游生产的背景

- 一、旅游者需求的变化
- 二、出游时间的保证
- 三、采摘旅游发展的趋势

第二节 2015-2017年中国采摘旅游的特点分析

- 一、一种较高层次的旅游活动
- 二、短期游和近地游受到游客青睐
- 三、旅游地市场的季节波动较大
- 四、中国目前采摘旅游地主要分布在大中城市周边地带
- 五、采摘果园建设投入少收益高

第三节 2015-2017年中国采摘旅游在开发过程中存在的问题

- 一、旅游者对物质满足的需求多于对精神满足的追求

二、经营者经营理念与顾客需求之间存在差异

三、经营者缺乏商品意识，没有自己的品牌

四、农村的基础设施和服务设施不完善

五、造成新的生态失衡

六、没有形成规模化经营

第四节2015-2017年中国采摘旅游的开发策略探讨

一、针对目标市场进行定位

二、提高思想认识，搞好农业和游游业的结合

三、科学规划采摘旅游产品，突出特色，打造品牌

四、在开发的模式上采用“复合性开发”

五、拓展投资渠道，加大投资力度，搞好基础设施建设

六、培养农业旅游管理服务人才

七、政府部门制定激励机制

八、开发与保护并重，走可持续发展的战略

第七章 2015-2017年中国旅游业发展策略探讨

第一节2015-2017年中国旅游业发展策略分析

一、关于城乡统筹的乡村旅游发展分析

二、城市旅游形象战略分析

三、关于促进旅游业发展的建议

四、旅游目的地营销主体分析

第二节2015-2017年中国县域城镇旅游的区域形象整合

一、县域城镇地理空间特征与认知

二、县域城镇旅游形象认知弱势分析

三、区域形象整合的作用分析

四、区域形象整合新思路

第三节2015-2017年中国红色旅游的蓝海战略研究

一、红与蓝的由来

二、红色旅游的市场边界

三、红色旅游的蓝色概念

四、红色旅游的蓝海战略

五、红色旅游的蓝海发展策略

第四节2015-2017年中国农民旅游市场开发探析

一、开发农民旅游市场的可行性分析

二、农民旅游活动中存在的问题分析

三、中国农民旅游市场开发对策研究

第八章中国旅游产业领军企业竞争性财务数据分析

第一节 中青旅控股股份有限公司

- (1) 企业概况
- (2) 主营业务情况分析
- (3) 公司运营情况分析
- (4) 公司优劣势分析

第二节 北京首都旅游股份有限公司

- (1) 企业概况
- (2) 主营业务情况分析
- (3) 公司运营情况分析
- (4) 公司优劣势分析

第三节 上海锦江国际旅游股份有限公司

- (1) 企业概况
- (2) 主营业务情况分析
- (3) 公司运营情况分析
- (4) 公司优劣势分析

第四节 黄山旅游发展股份有限公司

- (1) 企业概况
- (2) 主营业务情况分析
- (3) 公司运营情况分析
- (4) 公司优劣势分析

第九章 2018-2023年中国旅游行业发展趋势分析

第一节 2018-2023年中国旅游业的展望分析

- 一、中国旅游业两大潜力市场亟待挖掘
- 二、2018-2023年中国出境旅游业发展预测
- 三、中国旅游发展趋势研究
- 四、中国旅游业发展的新走向

第二节 2018-2023年中国旅游发展趋势分析

- 一、工地旅游大有前景
- 二、旅游茶园前景看好
- 三、生态旅游观光带开发前景

第三节 2018-2023年中国旅游行业市场盈利预测分析

第十章 2018-2023年中国旅游投资战略研究

第一节 2018-2023年中国旅游行业投资概况

- 一、旅游行业投资特性
- 二、旅游具有良好的投资价值
- 三、旅游投资环境分析

第二节 2018-2023年中国旅游行业投资机会分析

- 一、农业旅游有市场
- 二、地区投资旅游机会分析

第三节 2018-2023年中国旅游行业投资风险预警

- 一、市场运营风险
- 二、金融风险
- 三、政策风险
- 四、管理风险

第四节 投资建议

图表目录：（部分）

图表：2015-2017年中国GDP总量及增长趋势图

图表：2015.09-2017.09中国月度CPI、PPI指数走势图

图表：2015-2017年我国城镇居民可支配收入增长趋势图

图表：2015-2017年我国农村居民人均纯收入增长趋势图

图表：1978-2017年中国城乡居民恩格尔系数走势图

图表：2015-2017年我国工业增加值增速统计

图表：2015-2017年我国全社会固定资产投资额走势图

图表：2015-2017年我国财政收入支出走势图 单位：亿元

图表：2015-2017年中国社会消费品零售总额增长趋势图

图表：2015-2017年我国货物进出口总额走势图

图表：2015-2017年中国货物进口总额和出口总额走势图

图表：2015-2017年我国人口出生率、死亡率及自然增长率走势图

图表：2015-2017年我国总人口数量增长趋势图

图表：2017年人口数量及其构成

图表：2015-2017年入境外国人人数（按年龄、性别分）

图表：2015-2017年来华旅游入境人数（按入境方式分）

更多图表详见正文（GSLWK）

特别说明：中国报告网所发行报告书中的信息和数据部分会随时间变化补充更新，报告发行

年份对报告质量不会有任何影响，并有助于降低企事业单位投资风险。

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/lvyou/297244297244.html>