

2019-2025年中国休闲游行业市场调研与投资战略咨询报告

报告目录及图表目录

智研数据研究中心 编制

www.abaogao.com

一、报告报价

《2019-2025年中国休闲游行业市场调研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.abaogao.com/b/lvyou/B88477SWOD.html>

报告价格：印刷版：RMB 8000 电子版：RMB 8000 印刷版+电子版：RMB 8200

智研数据研究中心

订购电话：400-600-8596(免长话费) 010-80993963

海外报告销售：010-80993963

传真：010-60343813

Email：sales@abaogao.com

联系人：刘老师 谭老师 陈老师

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

作为一种产业形态，休闲业已经成为第三产业中的重要增长点。国内目前已有多个城市确定了以发展休闲经济带动第三产业的发展，进而促进国民经济的全面发展。如成都、杭州等著名旅游城市将未来发展定位为“休闲之都”，甚至提出“休闲也是生产力”的论断。

当经济发展到一定程度时，休闲度假旅游就会占据主导地位，旅游者的主要目的是在长期工作或劳动之余以休假、疗养等方式来消除疲劳、增进健康，通常会在一地停留较长时间，因此围绕旅游景点会发展出住宿、餐饮等一系列增值项目。从观光旅游向休闲度假旅游转型

旅游形态

定义

目的

时间安排

地点选择

配套设施

观光旅游

在景区进行短暂停留，去观赏当地的风景名胜、人文古迹、城市美景及其风土人情等

观赏自然及人文风光

多走多看

选择新的地点，粘度低

配套设施过于单一，只简单开发核心旅游资源

休闲度假旅游

旅游者在长期工作或劳动之余以度假和休闲为主要目的和内容的一种旅游消费活动，以休假、疗养等方式来消除疲劳、增进健康的一类旅游方式

度假休闲

停留时间长，选择一地为据点，然后辐射周边

对度假地甚至度假酒店的忠诚度非常高

开发住宿业、餐饮业、零售业、娱乐业等增值项目，延展旅游产业链条，增加旅游综合消费

数据来源：公开资料整理中国休闲度假指数达60%数据来源：公开资料整理

智研数据研究中心发布的《2019-2025年中国休闲游行业市场调研与投资战略咨询报告》共七章。首先介绍了中国休闲游行业市场发展环境、休闲游整体运行态势等，接着分析了中国

休闲游行业市场运行的现状，然后介绍了休闲游市场竞争格局。随后，报告对休闲游做了重点企业经营状况分析，最后分析了中国休闲游行业发展趋势与投资预测。您若想对休闲游产业有个系统的了解或者想投资中国休闲游行业，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。

报告目录：

第1章：休闲游行业发展的背景与阶段

1.1 休闲游行业发展现状

1.1.1 中国国内休闲游市场发展现状

(1) 国内休闲游人数

(2) 国内休闲游收入

(3) 国内休闲游人均花费

1.1.2 中国入境休闲游市场发展现状

(1) 入境休闲游接待人数

(2) 入境休闲游外汇收入

(3) 入境休闲游客源情况

(4) 入境休闲游过夜游客数

1.1.3 中国黄金周休闲游市场发展现状

2016年，春节和十一黄金周全国游客接待量合计占全年国内游客接待量的20.16%，旅游收入合计占全年国内旅游收入的21.51%。以黄山景区为例，2016年黄山景区全年客流量为330.08万人次，其中国庆节等6个节假日的客流量总计达49.04万人次，占全年客流量的14.86%，而春节和国庆节的客流量合计占比为10.03%。2014年至今，春节及十一黄金周期间全国游客接待总数同比增长都超过10%。2017年春节黄金周，全国游客接待总数为3.44亿人次，同比增长13.91%。2017年十一黄金周，因为国庆节和中秋节时间重合，全国游客接待总数达到7.05亿人次，同比增长18.89%。黄金周全国游客接待量占比20.16%数据来源：公开资料整理黄金周全国旅游收入占比21.51%数据来源：公开资料整理

(1) “十一”黄金周休闲游市场发展分析

(2) 春节黄金周休闲游市场发展分析

1.2 休闲游行业发展环境

1.2.1 休闲游行业政策环境分析

- (1) 国家支持休闲游业发展
- (2) 国家支持西部地区休闲游业发展
- (3) 国家扩大内需政策推动休闲游市场规模扩大

1.2.2 休闲游行业经济环境分析

- (1) 国际经济环境分析
 - 1) 国际宏观经济运行情况
 - 2) 国际宏观经济走势预测
 - 3) 国际经济对国内休闲游业的影响
- (2) 国内经济环境分析
 - 1) 国内宏观经济运行情况
 - 2) 国内宏观经济走势预测
 - 3) 国内经济对休闲游业的影响

1.2.3 休闲游行业消费环境分析

- (1) 居民收入情况
- (2) 消费品零售市场分析
- (3) 居民消费性支出分析
- (4) 消费结构升级

1.2.4 休闲游行业社会环境分析

- (1) 法定节假日和带薪假期实施
- (2) 人口年龄结构
- (3) 社会结构

1.2.5 中国休闲游行业发展机遇与威胁分析

第2章：休闲游主题社区商业模式分析

2.1 休闲游主题社区模式特征与分类

2.1.1 休闲游主题社区属性特征

- (1) 休闲游主题社区属性
- (2) 休闲游主题社区特征

2.1.2 休闲游主题社区模式分类

- (1) 自建型模式
- (2) 依托型模式

(3) 伴生型模式

2.2 自建型休闲游主题社区模式典型案例分

2.2.1 自建型休闲游主题社区模式概述

(1) 自建型休闲游主题社区演变历程

(2) 自建型休闲游主题社区发展模式

2.2.2 北京华侨城商业模式分析

(1) 北京华侨城简介

(2) 北京华侨城的发展商

(3) 北京华侨城经营情况

(4) 北京华侨城建设经验

2.2.3 西安曲江新区商业模式分析

(1) 西安曲江新区简介

(2) 西安曲江新区的发展商

(3) 西安曲江新区经营情况

(4) 西安曲江新区建设经验

2.2.4 亚凤凰水城商业模式分析

(1) 三亚凤凰水城简介

(2) 三亚凤凰水城的发展商

(3) 三亚凤凰水城经营情况

(4) 三亚凤凰水城建设经验

2.3 依托型休闲游主题社区模式典型案例分

2.3.1 依托型休闲游主题社区模式概述

2.3.2 广州南湖国家级休闲游度假区生态社区商业模式分析

(1) 广州南湖国家级休闲游度假区简介

(2) 广州南湖国家级休闲游度假区经营情况

(3) 广州南湖国家级休闲游度假区建设经验

2.4 伴生型休闲游主题社区模式典型案例分

2.4.1 伴生型休闲游主题社区模式概述

2.4.2 广州祈福新村商业模式分析

(1) 广州祈福新村简介

(2) 广州祈福新村的发展商

(3) 广州祈福新村经营情况

(4) 广州祈福新村建设经验

2.4.3 平遥古城商业模式分析

(1) 平遥古城简介

(2) 平遥古城的发展商

(3) 平遥古城经营情况

(4) 平遥古城建设经验

2.4.4 丽江古城商业模式分析

(1) 丽江古城简介

(2) 丽江古城的发展商

(3) 丽江古城经营情况

(4) 丽江古城建设经验

2.4.5 北京高碑店国际民俗休闲游文化村商业模式分析

(1) 北京高碑店国际民俗休闲游文化村简介

(2) 北京高碑店国际民俗休闲游文化村的发展商

(3) 北京高碑店国际民俗休闲游文化村经营情况

(4) 北京高碑店国际民俗休闲游文化村建设经验

2.5 中国企业休闲游主题社区模式运作策略

2.5.1 休闲游主题社区三种模式对比分析

(1) 自建型休闲游主题社区

1) 建设时序

2) 位置环境

3) 优劣势

4) 发展前景

(2) 依托型休闲游主题社区

1) 建设时序

2) 位置环境

3) 优劣势

4) 发展前景

(3) 伴生型休闲游主题社区

1) 建设时序

2) 位置环境

3) 优劣势

4) 发展前景

2.5.2 中国企业休闲游主题社区模式运作策略

- (1) 社区发展布局策略
- (2) 项目设计开发策略
- (3) 社区生活环境策略
- (4) 配套设施建设策略
- (5) 社区文化品位策略

2.6 城郊型社区休闲游开发模式分析

2.6.1 城郊型社区界定与分类

- (1) 城郊型社区界定
- (2) 城郊型社区分类

2.6.2 城郊型社区休闲游开发成功模式分析

(1) 海南省琼海市博鳌镇南强村开发模式分析

- 1) 社区概况
- 2) 经营情况
- 3) 成功经验

(2) 贵州省平坝县天龙镇天龙村开发模式分析

- 1) 社区概况
- 2) 经营情况
- 3) 成功经验

(3) 四川省成都市郫县友爱镇农科村开发模式分析

- 1) 社区概况
- 2) 经营情况
- 3) 成功经验

(4) 河北省邢台县前南峪村开发模式分析

- 1) 社区概况
- 2) 经营情况
- 3) 成功经验

2.6.3 城郊型社区休闲游开发成功模式经验总结

- (1) 投资模式总结
- (2) 经营管理模式总结
- (3) 休闲游产品模式总结

2.6.4 不同类型下城郊型社区合适的休闲游开发模式分析

(1) 休闲游投资模式

(2) 经营管理模式

1) 经营管理

2) 市场定位

(3) 休闲游产品体系

1) 休闲游开发方向

2) 休闲游产品策划

2.6.5 城郊型社区休闲游开发模式实证研究——以武汉木兰休闲游区为例

(1) 木兰休闲游区及其典型社区概况

(2) 木兰典型社区休闲游开发现状与适宜开发模式对比研究

(3) 木兰典型社区休闲游开发建议

第3章：休闲游综合体商业模式分析

3.1 休闲游综合体开发模式的界定与特征

3.1.1 休闲游综合体开发模式的界定

(1) 业界研究

(2) 本文界定

3.1.2 休闲游综合体开发模式的特征

(1) 综合性突出，休闲产品多样

(2) 以休闲功能为主导，休闲地产产品为核心

(3) 多元混合性突出，服务品质高

(4) 政府参与主导，资金依赖性强

3.2 休闲游综合体开发模式典型案例分析

3.2.1 以娱乐功能为核心的休闲游综合体开发模式

(1) 模式开发特征

(2) 模式开发战略

(3) 典型案例分析——日本东京迪斯尼乐园

1) 模式简图

2) 经营情况

3) 经营优势分析

4) 建设经验

3.2.2 以休闲度假功能为核心综合体开发模式

(1) 模式开发特征

(2) 模式开发战略

(3) 典型案例分析——珠海海泉湾度假城

1) 模式简图

2) 经营情况

3) 经营优势分析

4) 建设经验

3.2.3 以综合购物功能为核心的休闲游综合体开发模式

(1) 模式开发特征

(2) 模式开发战略

(3) 典型案例分析——杭州大厦

1) 模式简图

2) 经营情况

3) 经营优势分析

4) 建设经验

3.2.4 以会展功能为核心的休闲游综合体开发模式

(1) 模式开发特征

(2) 模式开发战略

(3) 典型案例分析——成都国际会展中心

1) 模式简图

2) 经营情况

3) 经营优势分析

4) 建设经验

3.3 休闲游综合体开发模式战略规划分析

3.3.1 休闲游综合体开发模式必要性分析

(1) 解决休闲游服务资源配置低效问题

(2) 解决服务与休闲游市场需求不协调问题

(3) 解决营销推广相互冲突的潜在威胁

3.3.2 休闲游综合体开发模式选择影响因素

(1) 影响因素分析

1) 资源禀赋

- 2) 价值协同强度
- 3) 投资回收期
- 4) 城市经济环境
- 5) 城市社会环境
- 6) 城市休闲游环境
- 7) 区位环境
- 8) 利益相关者

(2) 因子整合战略

3.3.3 休闲游综合体发展模式战略规划分析

- (1) 确定休闲游综合体核心驱动功能
- (2) 其他功能子系统配置原则

3.3.4 休闲游综合体发展模式优化战略

- (1) 我国休闲游综合体发展存在问题研究
- (2) 我国休闲游综合体发展模式优化思路

3.3.5 休闲游综合体发展的未来趋势分析

- (1) 休闲游综合体的消费结构多元化
- (2) 休闲游综合体的主题文化鲜明化
- (3) 休闲游综合体开发注重参与性项目的建设
- (4) 休闲游综合体的多元角色互动性增强

第4章：工业休闲游商业模式分析

4.1 工业休闲游特征与模式分类

4.1.1 工业休闲游属性特征

- (1) 工业休闲游属性
- (2) 工业休闲游特征

4.1.2 工业休闲游开发模式

- (1) 工业遗产休闲游
- (2) 工业科普休闲游
- (3) 产业公园休闲游
- (4) 企业文化休闲游

4.2 工业遗产休闲游模式典型案例分析

4.2.1 工业遗产休闲游开发模式概述

4.2.2 英国艾思布里奇峡博物馆开发模式分析

- (1) 工业休闲游资源背景
- (2) 工业休闲游开发模式
- (3) 工业休闲游经营情况

4.2.3 德国杜伊斯堡景观公园开发模式分析

- (1) 工业休闲游资源背景
- (2) 工业休闲游开发模式
- (3) 工业休闲游经营情况

4.2.4 德国奥伯豪森购物中心开发模式分析

- (1) 工业休闲游资源背景
- (2) 工业休闲游开发模式
- (3) 工业休闲游经营情况

4.2.5 德国鲁尔区工业遗产休闲游开发模式分析

- (1) 工业休闲游资源背景
- (2) 工业休闲游开发模式
- (3) 工业休闲游经营情况

4.2.6 美国SOHO社区开发模式分析

- (1) 工业休闲游资源背景
- (2) 工业休闲游开发模式
- (3) 工业休闲游经营情况

4.2.7 南非约翰内斯堡黄金公园开发模式分析

- (1) 工业休闲游资源背景
- (2) 工业休闲游开发模式
- (3) 工业休闲游经营情况

4.2.8 北京798大山子艺术区开发模式分析

- (1) 工业休闲游资源背景
- (2) 工业休闲游开发模式
- (3) 工业休闲游经营情况

4.2.9 中华儿女美术馆开发模式分析

- (1) 工业休闲游资源背景
- (2) 工业休闲游开发模式
- (3) 工业休闲游经营情况

(4) 工业休闲游最新动向

4.2.10 中山岐江公园开发模式分析

(1) 工业休闲游资源背景

(2) 工业休闲游开发模式

(3) 工业休闲游经营情况

4.3 工业科普休闲游模式典型案例分

4.3.1 工业科普休闲游开发模式概述

4.3.2 英国斯尼伯斯顿发现者公园开发模式分析

(1) 工业休闲游资源背景

(2) 工业休闲游开发模式

(3) 工业休闲游经营情况

4.3.3 欧洲航天局地面控制中心开发模式分析

(1) 工业休闲游资源背景

(2) 工业休闲游开发模式

(3) 工业休闲游经营情况

4.3.4 美国芝加哥科学工业博物馆开发模式分析

(1) 工业休闲游资源背景

(2) 工业休闲游开发模式

(3) 工业休闲游经营情况

4.3.5 胜利油田科技展览中心开发模式分析

(1) 工业休闲游资源背景

(2) 工业休闲游开发模式

(3) 工业休闲游经营情况

4.3.6 沈阳新光航天科普基地开发模式分析

(1) 工业休闲游资源背景

(2) 工业休闲游开发模式

(3) 工业休闲游经营情况

4.3.7 西昌卫星发射中心开发模式分析

(1) 工业休闲游资源背景

(2) 工业休闲游开发模式

(3) 工业休闲游经营情况

4.4 产业公园休闲游模式典型案例分

4.4.1 产业公园休闲游开发模式概述

4.4.2 美国沃尔瑟姆研究开发区公园?沃尔瑟姆产业中心开发模式分析

(1) 工业休闲游资源背景

(2) 工业休闲游开发模式

(3) 工业休闲游经营情况

4.4.3 峡大坝休闲游区开发模式分析

(1) 工业休闲游资源背景

(2) 工业休闲游开发模式

(3) 工业休闲游经营情况

(4) 工业休闲游最新动向

4.5 企业文化休闲游模式典型案例分析

4.5.1 企业文化休闲游开发模式概述

4.5.2 英国利兹泰德雷酿酒码头工业休闲游开发模式分析

(1) 工业休闲游资源背景

(2) 工业休闲游开发模式

(3) 工业休闲游经营情况

4.5.3 英国伯明翰卡德布里世界工业休闲游开发模式分析

(1) 工业休闲游资源背景

(2) 工业休闲游开发模式

(3) 工业休闲游经营情况

4.5.4 苏格兰威士忌文化遗产中心开发模式分析

(1) 工业休闲游资源背景

(2) 工业休闲游开发模式

(3) 工业休闲游经营情况

4.5.5 烟台张裕葡萄酒博物馆开发模式分析

(1) 工业休闲游资源背景

(2) 工业休闲游开发模式

(3) 工业休闲游经营情况

4.5.6 汽中国长春汽车博物馆开发模式分析

(1) 工业休闲游资源背景

(2) 工业休闲游开发模式

(3) 工业休闲游经营情况

4.5.7 茅台国酒文化城开发模式分析

- (1) 工业休闲游资源背景
- (2) 工业休闲游开发模式
- (3) 工业休闲游经营情况

4.5.8 辽宁鞍山钢铁集团工业休闲游开发模式分析

- (1) 工业休闲游资源背景
- (2) 工业休闲游开发模式
- (3) 工业休闲游经营情况

4.5.9 青岛啤酒博物馆工业休闲游开发模式分析

- (1) 工业休闲游资源背景
- (2) 工业休闲游开发模式
- (3) 工业休闲游经营情况

4.5.10 海尔科技馆工业休闲游开发模式分析

- (1) 工业休闲游资源背景
- (2) 工业休闲游开发模式
- (3) 工业休闲游经营情况

4.5.11 华富玻璃器皿有限公司工业休闲游开发模式分析

- (1) 工业休闲游资源背景
- (2) 工业休闲游开发模式
- (3) 工业休闲游经营情况

第5章：红色休闲游商业模式分析

5.1 中国红色休闲游发展现状分析

5.1.1 红色休闲游界定及特征

- (1) 红色休闲游界定
- (2) 红色休闲游特征

5.1.2 红色休闲游发展背景综述

- (1) 红色休闲游产生过程
- (2) 红色休闲游发展历程

5.1.3 红色休闲游发展现状

- (1) 形成一定的市场规模
- (2) 投资热潮短期将延续

5.2 红色景区分类及发展模式确定

5.2.1 红色景区分类及理论解释

(1) 红色景区A、B、C、D分类体系

(2) 理论解释：因子分析启迪

5.2.2 红色景区两条发展道路及优劣势辨析

(1) 政府主导发展道路及优劣势分析

1) 政府主导的含义

2) 政府主导的优劣势

(2) 市场主导发展道路及优劣势分析

1) 市场主导的含义

2) 市场主导的优劣势

(3) 红色景区发展模式的确定

5.3 政府主导发展道路下的发展模式分析

5.3.1 “A类红色景区”发展模式

(1) 模式特征及模式图分析

(2) 案例——遵义会议纪念馆

(3) 案例——台儿庄大战遗址

(4) 案例——洛川会议纪念馆

5.3.2 “B类红色景区”发展模式

(1) 模式特征及模式图分析

(2) 案例——英山革命烈士陵园

5.4 市场主导发展道路下的发展模式分析

5.4.1 “C类红色景区”发展模式

(1) 模式特征及模式图分析

(2) 案例——抗日战争纪念馆

(3) 案例——西安事变纪念馆

(4) 中国共产党第一次全国代表大会会址纪念馆

5.4.2 “D类红色景区”发展模式

(1) 模式特征及模式图分析

(2) 案例——岳麓山景区

(3) 案例——龙华革命烈士陵园

5.5 红色休闲游资源可持续开发模式的实证分析

5.5.1 韶山红色休闲游资源可持续开发态势

(1) 开发的优势

1) 资源优势

2) 政策优势

(2) 存在的不足

5.5.2 韶山红色休闲游资源可持续开发的原则

(1) 原真性开发原则

(2) 科学性开发原则

(3) 市场性开发原则

5.5.3 韶山红色休闲游资源可持续开发的措施

(1) 坚持保护性开发路线

(2) 提升红色文化特色品位

(3) 打造体验性休闲游产品

(4) 提高居民参与度

(5) 整合相关休闲游资源

第6章：主题公园休闲游商业模式分析

6.1 主题公园休闲游界定与经营分析

6.1.1 主题公园休闲游界定

6.1.2 主题公园数量规模分析

6.1.3 主题公园休闲游收入规模分析

6.1.4 主题公园休闲游效益情况分析

6.2 中国文化类主题公园休闲游典型案例商业模式分析

6.2.1 文化类主题公园发展分析

(1) 文化类主题公园发展现状

(2) 文化类主题公园分布情况

(3) 文化类主题公园经营分析

(4) 文化类主题公园发展前景

6.2.2 中国民俗文化村商业模式分析

(1) 公园商业模式分析

(2) 公园经营情况分析

1) 公园游客规模

2) 公园重游率

3) 公园收费情况

(3) 公园成功经验借鉴

6.2.3 杭州宋城商业模式分析

(1) 公园商业模式分析

(2) 公园经营情况分析

1) 公园游客规模

2) 公园重游率

3) 公园收费情况

(3) 公园成功经验借鉴

6.3 中国游乐类主题公园休闲游典型案例商业模式分析

6.3.1 游乐类主题公园发展分析

(1) 游乐类主题公园发展现状

(2) 游乐类主题公园分布情况

(3) 游乐类主题公园经营分析

(4) 游乐类主题公园发展前景

6.3.2 欢乐谷商业模式分析

(1) 公园商业模式分析

(2) 公园经营情况分析

1) 公园游客规模

2) 公园重游率

3) 公园收费情况

(3) 公园成功经验借鉴

6.3.3 芜湖方特欢乐世界商业模式分析

(1) 公园商业模式分析

(2) 公园经营情况分析

1) 公园游客规模

2) 公园重游率

3) 公园收费情况

(3) 公园成功经验借鉴

6.4 中国观光类主题公园休闲游典型案例商业模式分析

6.4.1 观光类主题公园发展分析

- (1) 观光类主题公园发展现状
- (2) 观光类主题公园分布情况
- (3) 观光类主题公园经营分析
- (4) 观光类主题公园发展前景

6.4.2 东部华侨城商业模式分析

- (1) 公园商业模式分析
- (2) 公园经营情况分析
 - 1) 公园游客规模
 - 2) 公园重游率
- (3) (3) 公园收费情况
- (4) 公园成功经验借鉴

6.4.3 深圳世界之窗商业模式分析

- (1) 公园商业模式分析
- (2) 公园经营情况分析
 - 1) 公园游客规模
 - 2) 公园重游率
 - 3) 公园收费情况
- (3) 公园成功经验借鉴

6.5 中国情景模拟类主题公园休闲游典型案例商业模式分析

6.5.1 情景模拟类主题公园发展分析

- (1) 情景模拟类主题公园发展现状
- (2) 情景模拟类主题公园分布情况
- (3) 情景模拟类主题公园经营分析
- (4) 情景模拟类主题公园发展前景

6.5.2 横店影视城商业模式分析

- (1) 公园商业模式分析
- (2) 公园经营情况分析
 - 1) 公园游客规模
 - 2) 公园重游率
 - 3) 公园收费情况
- (3) 公园成功经验借鉴

6.5.3 中视传媒无锡影视基地商业模式分析

- (1) 公园商业模式分析
- (2) 公园经营情况分析
- 1) 公园游客规模
- 2) 公园重游率
- 3) 公园收费情况
- (3) 公园成功经验借鉴

第7章：生态休闲游商业模式分析（ZYZF）

7.1 生态休闲游界定与发展趋势

7.1.1 生态休闲游及产生背景

7.1.2 生态休闲游的发展历程

7.1.3 生态休闲游未来发展趋势分析

7.2 生态休闲游模式典型案例分析

7.2.1 肯尼亚生态休闲游开发模式分析

(1) 生态休闲游资源背景

(2) 生态休闲游开发模式

(3) 生态休闲游经营情况

7.2.2 中国乌镇生态休闲游开发模式分析

(1) 生态休闲游资源背景

(2) 生态休闲游开发模式

(3) 生态休闲游经营情况

(4) 生态休闲游最新动向

7.2.3 张家界国家森林公园生态休闲游开发模式分析

(1) 生态休闲游资源背景

(2) 生态休闲游开发模式

(3) 生态休闲游经营情况

(4) 生态休闲游最新动向

7.2.4 太湖源生态休闲游营销模式分析

(1) 生态休闲游资源背景

(2) 生态休闲游营销模式

(3) 生态休闲游经营情况

(4) 生态休闲游最新动向

7.2.5 川九寨沟风景区生态休闲游开发模式分析

- (1) 生态休闲游资源背景
- (2) 生态休闲游开发模式
- (3) 生态休闲游经营情况
- (4) 生态休闲游最新动向

7.2.6 香格里拉生态休闲游开发模式分析

- (1) 生态休闲游资源背景
- (2) 生态休闲游开发模式
- (3) 生态休闲游经营情况

7.2.7 西双版纳生态休闲游开发模式分析

- (1) 生态休闲游资源背景
- (2) 生态休闲游开发模式
- (3) 生态休闲游经营情况
- (4) 生态休闲游最新动向

7.2.8 长白山生态休闲游开发模式分析

- (1) 生态休闲游资源背景
- (2) 生态休闲游开发模式
- (3) 生态休闲游经营情况
- (4) 生态休闲游最新动向

7.2.9 澜沧江流域生态休闲游开发模式分析

- (1) 生态休闲游资源背景
- (2) 生态休闲游开发模式
- (3) 生态休闲游经营情况

7.2.10 肇庆鼎湖山生态休闲游开发模式分析

- (1) 生态休闲游资源背景
- (2) 生态休闲游开发模式
- (3) 生态休闲游经营情况
- (4) 生态休闲游最新动向

7.2.11 新疆哈纳斯生态休闲游开发模式分析

- (1) 生态休闲游资源背景
- (2) 生态休闲游开发模式
- (3) 生态休闲游经营情况

7.2.12 武夷山自然保护区生态休闲游开发模式分析

- (1) 生态休闲游资源背景
- (2) 生态休闲游开发模式
- (3) 生态休闲游经营情况
- (4) 生态休闲游最新动向

7.3 “RPEE”新型生态休闲游模式分析

7.3.1 “RPEE”模式的界定

7.3.2 “RPEE”模式应用案例

- (1) 具体实施方案
- (2) 案例可行性分析

7.3.3 “RPEE”模式经验借鉴（ZYZF）

图表目录：

图表1：2012-2017年中国国内休闲游人数及同比增速（单位：亿人次，%）

图表2：2012-2017年中国国内休闲游业收入及同比增速（单位：亿元，%）

图表3：2012-2017年中国国内休闲游人均花费及增长率（单位：元，%）

图表4：2012-2017年中国入境休闲游接待人数（单位：万人次，%）

图表5：2012-2017年中国国际休闲游外汇收入（单位：亿美元，%）

图表6：2017年中国入境休闲游客源结构（单位：%）

图表7：2017年中国入境休闲游客源结构（单位：%）

图表8：2017年外国人入境休闲游目的（单位：%）

图表9：2017年外国人入境休闲游目的（单位：%）

图表10：2017年入境休闲游外国人年龄结构（单位：%）

图表11：2017年入境休闲游外国人年龄结构（单位：%）

详细请访问：<http://www.abaogao.com/b/lyyou/B88477SWOD.html>