

2017-2022年中国旅游度假 村市场竞争现状分析与投资商机研究报告

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

《2017-2022年中国旅游度假村市场竞争现状分析与投资商机研究报告》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.abaogao.com/b/lvyou/G35327SIQ5.html>

报告价格：印刷版：RMB 7000 电子版：RMB 7200 印刷版+电子版：RMB 7500

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

旅游度假村是指一个用作休闲娱乐的建筑群，通常远离闹市区，依山傍水，为了让客人们于假日时可享受他们的假期，度假村内通常设有多项设施以满足客人休闲的需要，如餐饮、住宿、体育活动、娱乐、购物以及赌博等。

智研数据研究中心发布的《2017-2022年中国旅游度假村市场竞争现状分析与投资商机研究报告》共十三章。首先介绍了旅游度假村相关概念及发展环境，接着分析了中国旅游度假村规模及消费需求，然后对中国旅游度假村市场运行态势进行了重点分析，最后分析了中国旅游度假村面临的机遇及发展前景。您若想对中国旅游度假村有个系统的了解或者想投资该行业，本报告将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家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2016年世界旅游度假村市场发展状况分析

第一节2016年世界旅游度假村市场发展概况

- 一、世界旅游度假村基本运营情况分析
- 二、世界旅游度假村建设现状分析
- 三、世界顶级度假村管理集团看好中国市场

第二节2016年世界主要国家旅游度假村市场情况分析

- 一、美国旅游度假村市场分析
- 二、西班牙旅游度假村市场分析
- 三、澳大利亚旅游度假村市场分析

第三节2017-2022年世界旅游度假村行业发展趋势分析

第二章2016年中国旅游度假村产业运行环境分析

第一节2016年中国宏观经济环境分析

- 一、国民经济运行情况GDP(季度更新)
- 二、消费价格指数CPI、PPI（按月度更新）
- 三、全国居民收入情况（季度更新）

四、恩格尔系数（年度更新）

五、工业发展形势（季度更新）

六、固定资产投资情况（季度更新）

七、财政收支状况（年度更新）

八、社会消费品零售总额

九、对外贸易&进出口

十、旅游产业在国民经济中的地位分析

第二节2016年中国旅游度假村行业发展政策环境分析

一、中国旅游业发展政策导向分析

二、法定节假日调整对行业影响分析

三、其他相关政策影响分析

第三节2016年中国旅游度假村行业发展社会环境分析

一、中国旅游消费需求分析

二、居民旅游消费分析

第三章2016年中国旅游度假村行业市场运行形势分析

第一节2016年中国旅游度假村行业规划设计分析

一、旅游度假村设计目标

二、设计主体分析

三、设计技能分析

第二节2016年中国旅游度假村行业经营管理分析

一、强化战略管理

二、在旅游度假村生命周期各阶段实施不同营销策略

三、降低季节性影响

四、提高员工素质及加强内部管理

第三节2016年中国影响旅游度假村市场发展的因素

一、环境的因素

二、自身发展因素

第四章2016年中国旅游度假村行业市场动态分析

第一节热门旅游城市新度假村陆续登场

一、澳门银河

二、三亚康莱德度假村

三、西藏拉萨瑞吉度假酒店

四、黑龙江亚布力滑雪场

第二节2016年中国旅游度假村市场分析

一、中国的旅游度假村产业迅猛发展

二、度假旅游成为时尚

三、度假旅游在国民经济中的地位

第三节2016年中国旅游度假村走向分析

一、客源变化

二、观光性度假让位

三、无主题向有主题转化

第四节2016年中国旅游度假村行业市场消费分析

一、旅游旅游度假村消费总额

二、旅游旅游度假村消费结构分析

第五节2016年中国旅游度假村主要指标情况分析

一、客房出租率

二、客房收入

第五章2016年中国旅游度假村业消费者满意度及市场调查分析

第一节2016年中国旅游度假村消费者调查分析

一、环境满意度

二、服务满意度

三、硬件设施满意度

四、性价比满意度

第二节2016年中国旅游度假村市场调查分析

一、调查对象基本情况

二、市场占有率分布状况

三、实际用户的消费行为调查分析

四、潜在用户消费行为调查分析

五、区域市场结构调查

六、旅游度假村均价监测调查

第三节专家主要观点

第六章2016年中国旅游度假村开发模式分析——温泉度假村

第一节2016年中国温泉度假村发展模式

一、特色温泉景区模式——“特色温泉+景区”

- 1、面向大众的精品温泉景区（御温泉、天沐温泉）
- 2、面向小众的高端SPA景区——昆明的柏联SPA

二、温泉会议中心模式——“温泉+会议休闲”

- 1、“温泉+大型会议”模式
- 2、“温泉+中小型会议”模式

三、温泉休闲乐园模式——“温泉+运动游乐”

- 1、温泉+水游乐
- 2、温泉+高尔夫
- 3、温泉+滑雪场
- 4、温泉+综合游乐

四、温泉康复基地模式——“温泉+康复疗养”

五、温泉生态庄园模式——“温泉+生态农庄”

六、温泉度假社区模式——“温泉+旅游地产”

第二节2016年中国温泉度假村开发模式创新

- 一、充分把握温泉度假村未来发展大势，走“温泉+X”的大温泉开发之路
- 二、通过文化主题的整合及泡浴模式的创新，把温泉泡浴板块的特色做足
- 三、以温泉带动特色休闲产业发展，实现温泉度假村综合开发价值最大化
- 四、把景区化打造理念引入温泉度假村的开发，提升温泉度假村整体品质
- 五、以高水准的策划规划设计指导开发，是实现开发模式创新的关键战略

第七章中国高尔夫度假村的运营模式探讨

第一节高尔夫度假村的发展现状

- 一、高尔夫度假村意义涵盖
- 二、高尔夫度假村的发展理论依据
- 三、高尔夫度假村、高尔夫旅馆\酒店与高尔夫俱乐部之间的比较
 - 1、特点
 - 2、规模
 - 3、建筑形式

4、主要功能

5、活动项目

6、特色

四、高尔夫度假村的迅速发展

五、中国高尔夫消费人群为高尔夫度假村的发展带来了很大的机遇

六、中国高尔夫度假村数量

第二节高尔夫度假村的主要经营要素

一、高水准的高尔夫球场

二、专业的管理人员

三、完善的配套设施

四、无处不在的高尔夫文化

第三节我国高尔夫度假村的运营模式

一、主要以俱乐部形式运营

二、不断拓展市场开发面

三、注重配套产品的开发

四、政府的支持

第四节中国高尔夫度假村发展

一、广东省就拥有肇庆高尔夫度假村

二、棕榈岛高尔夫度假村

三、中信高尔夫海滨度假村

四、惠州涛景高尔夫度假村

第四节我国高尔夫度假村的发展趋势

一、市场定位更加明晰

1、高端市场

2、大众市场

3、全球客源市场的开拓

二、俱乐部的加盟和连锁经营

三、往西部发展的趋势

四、多样化产品的融合

五、国际化、产业化的运作

第八章2016年中国旅游度假村行业市场竞争格局分析

第一节2016年中国旅游度假村行业竞争现状分析

一、供给增加分析

二、入世后，旅游度假村国际化

三、服务竞争分析

第二节2016年中国旅游度假村行业重点区域格局分析

一、主要区域及发展状况

二、各区域经济效益对比

三、各区域重点企业点评

第三节2016年中国旅游度假村重点省市竞争力评价与分析

一、在全国的地位

二、政策导向与主要竞争力指标分析

第九章2016年中国旅游度假村优势企业竞争力分析

第一节北京市蟹岛绿色生态旅游度假村有限公司

一、企业基本概况分析

二、企业运营情况分析

三、企业竞争优势与劣势分析

四、企业未来规划发展方向分析

第二节（森林温泉酒店）北京顺鑫绿色旅游度假村

一、企业基本概况分析

二、企业运营情况分析

三、企业竞争优势与劣势分析

四、企业未来规划发展方向分析

第三节北京凤山温泉旅游度假村

一、企业基本概况分析

二、企业运营情况分析

三、企业竞争优势与劣势分析

四、企业未来规划发展方向分析

第四节山西省煤炭运销总公司愉园温泉旅游度假村

一、企业基本概况分析

二、企业运营情况分析

三、企业竞争优势与劣势分析

四、企业未来规划发展方向分析

第五节上海泛洋旅游度假村有限责任公司

一、企业基本情况分析

二、企业运营情况分析

三、企业竞争优势与劣势分析

四、企业未来规划发展方向分析

第六节无锡太湖能园旅游度假村有限公司

一、企业基本情况分析

二、企业运营情况分析

三、企业竞争优势与劣势分析

四、企业未来规划发展方向分析

第七节苏州市桃园旅游度假村

一、企业基本情况分析

二、企业运营情况分析

三、企业竞争优势与劣势分析

四、企业未来规划发展方向分析

第八节张家港市馨苑旅游度假村

一、企业基本情况分析

二、企业运营情况分析

三、企业竞争优势与劣势分析

四、企业未来规划发展方向分析

第九节杭州千岛湖开元旅游度假村开发有限公司

一、企业基本情况分析

二、企业运营情况分析

三、企业竞争优势与劣势分析

四、企业未来规划发展方向分析

第十节安吉香溢旅游度假村

一、企业基本情况分析

二、企业运营情况分析

三、企业竞争优势与劣势分析

四、企业未来规划发展方向分析

第十一节临沂知春湖(国际)温泉旅游度假村有限公司

- 一、企业基本概况分析
- 二、企业运营情况分析
- 三、企业竞争优势与劣势分析
- 四、企业未来规划发展方向分析

第十章2016年中国旅游业发展态势分析

第一节2016年世界旅游业现行指标分析

- 一、世界旅游各国旅游情况
- 二、世界旅游业2006-2010年现行指标比较

第二节近三年中国入境游数据统计分析

- 一、中国入境旅游接待收汇情况
- 二、中国入境旅游主要客源市场情况
- 三、中国入境游主要城市接待情况
- 四、中国入境游地区接待情况
- 五、来华旅游入境人数统计

第三节近几年中国旅游业统计监测

- 一、中国全年旅游业各项统计情况
- 二、中国星级饭店统计监测

第十一章2016年中国酒店餐饮行业发展走势分析

第一节2016年中国酒店餐饮行业发展状况

- 一、酒店餐饮行业整体发展现状
- 二、酒店餐饮行业历史发展指标汇总

第二节2016年中国经济型酒店的现状分析和发展机会

第三节2017-2022年中国酒店餐饮行业发展态势展望

- 一、2017-2022年酒店餐饮行业相关指标预测方案
- 二、2017-2022年酒店餐饮行业发展态势点评

第四节2017-2022年中国酒店餐饮行业对旅游度假村的影响展望

第十二章2017-2022年中国旅游度假村行业发展趋势及建设可行性分析

第一节2017-2022年中国旅游度假村行业发展前景分析

- 一、出入境旅游的发展

二、中国旅游度假村旅游发展的新走向

三、中国旅游度假村行业发展潜力预测分析

第二节2017-2022年中国旅游度假村市场的发展趋势分析

一、中国旅游度假村市场趋势展望

二、现代中国旅游度假村市场需求的发展趋势

三、中国旅游度假村服务的文化趋势

第三节2017-2022年中国旅游度假村建可行性分析

一、地区旅游风景区建设项目基本概况

二、旅游客源市场预测

三、规划布局、建设规模与设计标准

四、建设开发投资估算

第十三章2017-2022年中国旅游度假村行业投资前景预测(ZYWZY)

第一节2016年中国旅游度假村投资概况

一、中国旅游业投资环境分析

二、旅游度假村投资特性

三、中国投资26亿美元在巴哈马建西半球最大度假村

第二节2017-2022年中国旅游度假村投资机会分析

一、中国旅游度假村投资的现状与机遇

二、乡村旅游度假村蕴藏的机会

三、城乡、中外、人与自然和谐将成旅游度假村发展着力点

第三节2017-2022年中国旅游度假村行业投资风险分析

一、市场竞争风险

二、价格风险

三、自然条件变化的风险

四、进入本行业的主要障碍

五、其他风险分析

第四节权威专家投资建议

部分图表目录：

图表：2005-2016年中国GDP总量及增长趋势图

图表：2016年中国月度CPI、PPI指数走势图

图表：2005-2016年我国城镇居民可支配收入增长趋势图
图表：2005-2016年我国农村居民人均纯收入增长趋势图
图表：1978-2015中国城乡居民恩格尔系数走势图
图表：2010.12-2015.12年我国工业增加值增速统计
图表：2005-2016年我国全社会固定资产投资额走势图（2016年不含农户）
图表：2005-2016年我国财政收入支出走势图单位：亿元
图表：2005-2016年中国社会消费品零售总额增长趋势图
图表：2005-2016年我国货物进出口总额走势图
图表：2005-2016年中国货物进口总额和出口总额走势图
图表：2006-2016年我国人口及其自然增长率变化情况
图表：各年龄段人口比重变化情况
图表：2016年中国旅游度假村环境满意度调查
图表：2016年中国旅游度假村服务满意度调查
图表：2016年中国旅游度假村硬件设施满意度调查
图表：2016年北京、上海、三亚三地旅游度假村房价对比图
图表：（森林温泉酒店）北京顺鑫绿色旅游度假村
图表：北京凤山温泉旅游度假村状况
图表：北京凤山温泉旅游度假村住宿项目状况
图表：杭州千岛湖开元旅游度假村开发有限公司概况
图表：安吉香溢旅游度假村概况
图表：安吉香溢旅游度假村住宿收费及服务条件状况
图表：安吉香溢旅游度假村设施条件状况
更多图表见正文.....

详细请访问：<http://www.abaogao.com/b/lyyou/G35327SIQ5.html>