

2017-2022年中国度假市场 调查与投资战略报告

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年中国度假市场调查与投资战略报告》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/O11651DQGA.html>

报告价格：印刷版：RMB 9800 电子版：RMB 9800 印刷版+电子版：RMB 10000

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

度假旅游是利用假日外出以度假和休闲为主要目的和内容的，进行令精神和身体放松的康体休闲方式。

多因素导致休闲度假游持续火爆，自然景区转型望享受行业红利。随着收入提升和财富结构不断改善、叠加带薪休假政策推进，休闲度假游需求持续释放且发展迅速；同时自然景区本身受到“门票经济”及天然禀赋桎梏，各大景区顺势开发休闲度假游产品，延长产业链，未来有望带来客单价和客流量双重提升。

智研数据研究中心发布的《2017-2022年中国度假市场调查与投资战略报告》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研究分析。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，具有重要的参考价值！

智研数据研究中心是国内权威的市场调查、行业分析专家，主要服务有市场调查报告，行业分析报告，投资发展报告，市场研究报告,市场分析报告,行业研究报告,行业调查报告,投资咨询报告,投资情报，免费报告,行业咨询,数据等，是中国知名的研究报告提供商。

报告目录：

第一部分 发展现状与前景分析

第一章 全球度假行业发展分析 1

第一节 发展历程 1

一、早期的度假是贵族的活动 1

二、中产阶级规模的扩大促进度假产业的发展 1

三、度假最先在欧美国家成为主导旅游产品 1

四、亚太经济的发展促使亚太地区度假的发展 2

五、度假内容逐渐趋向多样化发展 2

第二节 2015-2016年全球度假市场分析 2

一、2015年全球度假市场回顾 2

二、2016年全球度假市场环境 3

三、2016年全球度假需求分析 3

四、2016年全球度假市场规模 13

第三节 发展趋势 14

- 一、主题度假形式受到青睐 14
- 二、突出地方特色文化 15
- 三、追求康体保健功能 15
- 四、度假形式趋向多样化 15
- 五、度假游客大多以家庭为基本单元 16
- 六、旅游度假业向国际一体化进程发展 16

第二章 我国度假行业发展现状 17

第一节 市场需求分析 17

- 一、我国旅游业从简单的观光旅游转向休闲度假 17
- 二、我国度假业向大众化普及阶段发展 21
- 三、自己驾车成为新的主流出行方式 21
- 四、中国居民度假频率相对较少 21
- 五、度假时间集中在节假日 22

第二节 市场供给分析 22

- 一、我国度假产品的国际化程度 22
- 二、我国度假区中湖泊型度假区占有很大比重 23
- 三、湖泊型度假区主要集中在长江中下游地区 29
- 四、网络度假产品的出现 29
- 五、目前中国度假供给市场存在的多种问题 31

第三节 发展趋势 32

- 一、度假产品发展面临全新的发展形势 32
- 二、主题性旅游度假区是度假区发展方向 33
- 三、度假区规划应努力结合社会发展新趋势 34
- 四、度假区的文化内涵将被提高 36
- 五、适应人口老龄化趋势，度假区服务必须考虑老年人需求 37

第三章 中国旅游地产发展分析 38

第一节 旅游地产的发展现状分析 38

- 一、中国旅游地产业发展前景分析 38
- 二、旅游房地产的发展空间分析 39
- 三、创新旅游地产以度假的理念开发地产 41

四、我国旅游地产发展呈现的问题分析	43
五、旅游地产充分发展的“瓶颈”因素分析	44
六、旅游地产的发展趋势	46
第二节 旅游地产发展态势分析	50
一、中国旅游地产现状分析	50
二、旅游地产是房地产业发展战略的新定位	53
三、旅游地产进入快速发展阶段	54
四、中国旅游房地产迎来快速发展	54
五、城市旅游地产投资情况	55
六、中部旅游地产调查	59
七、2017-2022年旅游地产的机遇与挑战	61
第三节 多角度分析旅游房地产业发展机遇	62
一、从资本市场分析	63
二、从社会角度分析	64
三、从政策法规角度分析	65
第四章 度假产业细分市场分析	66
第一节 旅游度假市场	66
一、旅游度假市场的定义	66
二、旅游度假市场需求状况	66
三、旅游度假市场供给状况	66
四、2016年市场发展分析	71
五、2017-2022年市场发展趋势	75
第二节 休闲度假市场	78
一、休闲度假市场的定义	78
二、休闲度假市场需求状况	78
三、休闲度假市场供给状况	80
四、2016年市场发展分析	83
五、2017-2022年市场发展趋势	90
第三节 商务度假市场	91
一、商务度假市场的定义	91
二、商务度假市场需求状况	92

- 三、商务度假市场供给状况 94
- 四、2016年市场发展分析 97
- 五、2017-2022年市场发展趋势 98

第五章 度假行业投资与发展前景分析 101

第一节 2016年度假行业投资情况分析 101

- 一、2016年度假行业总体投资结构 101
- 二、2016年度假行业投资规模情况 101
- 三、2016年度假行业投资增速情况 101
- 四、2016年度假行业企业投资情况 101
- 五、2016年度假行业重点投资领域 103

第二节 度假行业投资机会分析 104

- 一、度假投资项目分析 104
- 二、可以投资的度假模式 106
- 三、2016年度假投资机会 108
- 四、2016年度假细分行业投资机会 110
- 五、2016年度假投资新方向 113

第三节 度假行业发展前景分析 114

- 一、度假市场发展前景分析 114
- 二、我国度假市场蕴藏的商机 117
- 三、2016年度假市场面临的发展商机 118
- 四、2017-2022年度假市场面临的发展商机 122

第二部分 市场竞争格局与形势

第六章 度假行业竞争格局分析 125

第一节 度假行业集中度分析 125

- 一、度假市场集中度分析 125
- 二、度假企业集中度分析 127
- 三、度假区域集中度分析 127

第二节 度假行业主要企业竞争力分析 127

- 一、重点企业市场份额对比分析 127
- 二、滨海型旅游度假区竞争力分析 127

- 三、旅游度假区的核心竞争力分析 128
- 四、度假行业竞争力提升策略分析 129
- 第三节 度假行业竞争格局分析 132
 - 一、2016年全球度假行业竞争分析 132
 - 二、2016年温泉度假地的竞争分析 133
 - 三、2017-2022年度假市场竞争趋势分析 134
 - 四、2017-2022年国内主要度假企业动向 140

第七章 2017-2022年中国度假行业发展形势分析 141

第一节 度假行业发展概况 141

- 一、度假行业发展特点分析 141
- 二、度假行业投资现状分析 144
- 三、度假行业总产值分析 150

第二节 2016年度假行业市场情况分析 150

- 一、度假行业市场发展分析 150
- 二、度假市场存在的问题 152
- 三、度假市场规模分析 153

第三节 中国度假市场发展对策 153

- 一、发展中国度假市场的思路 153
- 二、中国度假市场发展策略分析 159
- 三、中国度假市场发展的新思路 163

第三部分 赢利水平与企业分析

第八章 中国度假行业整体运行指标分析 169

第一节 2010-2016年中国旅游行业运行情况分析 169

- 一、行业运行情况分析 169
- 二、行业运行数据分析 173

第二节 2010-2016年中国度假行业总体规模分析 245

- 一、企业数量结构分析 245
- 二、行业市场规模分析 246

第三节 2010-2016年中国度假行业财务指标总体分析 247

- 一、行业盈利能力分析 247

- 二、行业偿债能力分析 248
- 三、行业营运能力分析 248
- 四、行业发展能力分析 248

第九章 度假行业赢利水平分析 249

第一节 成本分析 249

- 一、2010-2016年度度假价格走势分析 249
- 二、2010-2016年度度假行业成本分析 249

第二节 盈利水平分析 250

- 一、2010-2016年度度假价格走势分析 250
- 二、2010-2016年度度假行业营业收入情况 250
- 三、2010-2016年度度假行业毛利率情况 251
- 四、2010-2016年度度假行业盈利能力 251

第十章 度假行业盈利能力分析 252

第一节 2010-2016年中国度假行业利润总额分析 252

- 一、利润总额分析 252
- 二、不同规模企业利润总额比较分析 252
- 三、不同所有制企业利润总额比较分析 252

第二节 2010-2016年中国度假行业销售利润率 253

- 一、销售利润率分析 253
- 二、不同规模企业销售利润率比较分析 253
- 三、不同所有制企业销售利润率比较分析 253

第三节 2010-2016年中国度假行业总资产利润率分析 254

- 一、总资产利润率分析 254
- 二、不同规模企业总资产利润率比较分析 254
- 三、不同所有制企业总资产利润率比较分析 254

第十一章 国内外度假区案例分析 255

第一节 城——拉斯维加斯 255

- 一、基本概况 255
- 二、在华推广情况 255

三、发展战略分析	256
第二节 东南亚度假岛屿	258
一、基本概况	258
二、主要岛屿情况	259
三、发展状况分析	262
第三节 国家级旅游度假区	263
一、基本概况	263
二、发展状况分析	263
三、国家旅游度假区	264
第四节 珠海御温泉度假村	264
一、基本概况	264
二、度假村环境	264
三、发展状况	266
第五节 江苏茅山度假区	267
一、基本概况	267
二、定位情况分析	267
三、功能分区与项目布局	269
第六节 深圳华侨城	269
一、基本概况	269
二、主要景点情况	270
三、经营状况	271
第七节 韦伯斯顿湖泊学识悠闲村	276
一、基本概况	276
二、主要功能状况	276
三、配套功能状况	277
第八节 上海泰国养生农庄	278
一、基本概况	278
二、农庄特色介绍	278
三、农庄环境介绍	278
第十二章 国内外度假区开发企业案例分析	280
第一节 地中海俱乐部	280

一、概况	280
二、在华发展	280
三、企业发展趋势	281
第二节 美国拉斯维加斯金沙集团	281
一、概况	281
二、经营状况	282
第三节 北京中安达度假服务有限公司	284
一、概况	284
二、企业主营产品	285
三、企业发展战略	287
第四节 杭州宋城集团	287
一、概况	287
二、企业发展状况	288
三、企业发展战略	288
第四部分 投资策略与风险预警	
第十三章 度假行业投资策略分析	295
第一节 行业发展特征	295
一、行业的周期性	295
二、行业的区域性	295
三、行业的上下游	296
四、行业经营模式	296
第二节 行业投资形势分析	302
一、行业发展格局	302
二、行业进入壁垒	304
三、行业swot分析	304
四、行业五力模型分析	309
第三节 度假行业投资策略研究	313
一、2016年度度假行业投资策略	313
二、2017-2022年度度假行业投资策略	315
三、2017-2022年度度假细分行业投资策略	318

第十四章 度假行业投资风险预警 320

第一节 影响度假行业发展的主要因素 320

一、影响度假行业运行的有利因素 320

二、影响度假行业运行的稳定因素 321

三、影响度假行业运行的不利因素 322

四、我国度假行业发展面临的挑战 328

五、我国度假行业发展面临的机遇 329

第二节 度假行业投资风险预警 330

一、2017-2022年度度假行业市场风险预测 330

二、2017-2022年度度假行业投资风险预测 332

三、2017-2022年度度假行业竞争风险预测 335

四、2017-2022年度度假行业管理风险分析 335

五、2017-2022年度度假行业其他风险预测 335

第五部分 发展趋势与规划建议

第十五章 度假行业发展趋势分析 339

第一节 2017-2022年中国度假市场趋势分析 339

一、2015-2016年我国度假市场趋势总结 339

二、2017-2022年我国度假发展趋势分析 340

第二节 2017-2022年度度假产品发展趋势分析 342

一、2017-2022年度度假产品发展趋势分析 342

二、2017-2022年度度假产品营销趋势分析 344

第三节 2017-2022年中国度假行业供需预测 349

一、2017-2022年中国度假供给预测 349

二、2017-2022年中国度假需求预测 350

三、2017-2022年中国度假价格预测 351

第四节 2017-2022年度度假行业规划建议 352

一、度假行业“十二五”整体规划 352

二、度假行业“十三五”规划预测 353

三、2017-2022年度度假行业规划建议 356

第十六章 度假企业管理策略建议 360

第一节 市场策略分析	360
一、度假价格策略分析	360
二、度假渠道策略分析	360
第二节 销售策略分析	368
一、媒介选择策略分析	368
二、产品定位策略分析	372
三、企业宣传策略分析	373
第三节 提高度假企业竞争力的策略	376
一、提高中国度假企业核心竞争力的对策	376
二、影响度假企业核心竞争力的因素及提升途径	378
三、提高度假企业竞争力的策略	380
第四节 对我国度假品牌的战略思考	383
一、度假品牌的特性和作用	383
二、度假品牌价值战略研究	383
三、我国度假品牌竞争趋势	384
四、度假企业品牌发展战略	384

图表目录：（略）

更多图表见正文.....

详细请访问：<http://www.abaogao.com/b/lvyou/O11651DQGA.html>