



艾凯咨询
ICAN Consulting

2009-2012年度假行业竞争格局 与投资战略研究咨询报告

一、调研说明

《2009-2012年度假行业竞争格局与投资战略研究咨询报告》是艾凯咨询集团经过数月的周密调研，结合国家统计局，行业协会，工商，税务海关等相关数据，由行业内知名专家撰写而成。报告意于成为从事本行业人士经营及投资提供参考的重要依据。

报告主要可分为四大部分，首先，报告对本行业的特征及国内外市场环境进行描述；其次，是本行业的上下游产业链，市场供需状况及竞争格局从宏观到细致的详尽剖析，接着报告中列出数家该行业的重点企业，分析相关经营数据；最后，对该行业未来的发展前景，投资风险给出指导建议。相信该份报告对您把握市场脉搏，知悉竞争对手，进行战略投资具有重要帮助。

官方网址：<https://www.icandata.com/view/134828.html>

报告价格：纸介版9000元 电子版9000元 纸介版+电子版9200元

订购电话：400-700-0142 010-80392465

电子邮箱：sales@icandata.com

联系人：刘老师

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、摘要、目录、图表

2009年8月6日，RCI集团在北京与北京金隅八达岭温泉度假村、四川泸沽湖假日酒店、山东烟台华美达酒店等6家酒店或度假村同时签订合作协议。至此，我国已有24家酒店或度假村正式加入RCI全球度假权益交换网络。随着生活水平的提高，已有越来越多的中国家庭选择外出休闲度假，发展中国本土度假所有权行业的时机已经成熟。加盟RCI，标志着我国在拓展度假市场、全面提升服务质量、与国际休闲度假旅游接轨的道路上，迈出了实质性步伐，将有助于强化酒店在中高端休闲度假市场上的开发力度。近年来，中国经济的蓬勃发展使人们在休闲旅行及住宿方面的需求急剧增长，度假所有权将成为中国旅游业发展的一个重要组成部分，成为一种时尚和流行的产品。由于度假所有权在全球范围的流行以及在不同经济环境中的保值性，这种投资产品，未来有望在亚洲旅游市场掀起新的波澜。随着亚洲旅游市场的日益成熟，对新的度假产品的需求将更加迫切。近几年来，越来越多的亚洲旅游市场向度假所有权类产品开放，也正是这种需求的表现。度假权益是近年来全球旅游市场上蓬勃发展的新兴产业，能够大幅度提高酒店入住率、促进房产销售、盘活闲置资产，其中，RCI占有的市场总量在70%以上。目前，我国度假权益市场上已有国际性公司RCI、II以及本土公司天伦度假、泰达度假等在运营。虽然近年来不断有负面消息出现，但我国度假权益市场一直在发展，会员的数量一直在增加，业界也在不遗余力地向消费者普及度假所有权概念并促进尽快立法。各种迹象表明，经过10多年的本土化发展，度假所有权与我国消费者的习惯正在相互适应。

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的生活工作方式，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。

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，立足于全国度假行业发展概况，从国外度假的行业概况、发展方向，到我国度假行业的发展策略、度假行业的竞争格局、度假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，是度假企业、策划机构、运营管理公司及相关企业和单位、计划投资于度假行业的企业等准确了解目前中国度假行业市场发展动态，把握度假行业发展趋势，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 度假行业发展概况

第一节 度假的界定

一、度假的定义

二、度假的特征

第一节 度假区的界定

一、度假区的定义

二、度假区的类型

三、度假区的功能

第一节 度假产业界定及产业链分析

一、度假产业的界定

二、度假产业的产业链分析

三、度假产业发展概况

第二章 世界度假行业发展分析

第一节 发展历程

一、早期的度假是贵族的活动

二、中产阶级规模的扩大促进度假产业的发展

- 三、度假最先在欧美国家成为主导旅游产品
- 四、亚太经济的发展促使亚太地区度假的发展
- 五、度假内容逐渐趋向多样化发展

第二节 发展现状

- 一、跨国度假倍受推崇
- 二、世界主要度假区一般以中高档居多
- 三、海滨度假是国际度假的主流
- 四、分时度假在欧美发展成熟
- 五、主要度假旅游国家的发展现状

第三节 发展趋势

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

第三章 中国度假行业发展分析

第一节 市场需求分析

- 一、我国旅游业从简单的观光旅游转向休闲度假
- 二、我国度假业向大众化普及阶段发展
- 三、夫妇带未成年小孩式的家庭成为度假人群主流
- 四、自己驾车成为新的主流出行方式
- 五、中国居民度假频率相对较少
- 六、度假时间集中在节假日
- 七、度假消费能力分析

第二节 市场供给分析

- 一、我国度假产品的国际化程度
- 二、我国度假产品多为中高端定位
- 三、我国度假区中湖泊型度假区占有很大比重
- 四、湖泊型度假区主要集中在长江中下游地区
- 五、网络度假产品的出现

六、目前中国度假供给市场存在的多种问题

第三节 发展趋势

- 一、度假区市场定位更加理性
- 二、度假区功能将多元化
- 三、青少年度假市场将成为一个新的开发市场
- 四、度假区的文化内涵将被提高
- 五、各度假区将会因地制宜，积极创新，突出自身的特色
- 六、适应人口老龄化趋势，度假区服务必须考虑老年人需求
- 七、产品服务创新、资源深层次开发是长期发展动力

第四章 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

第五章 度假产业细分市场分析38

第一节 旅游度假市场

- 一、旅游度假市场的定义
- 二、旅游度假市场需求状况
- 三、旅游度假市场供给状况
- 四、2008-2009年市场发展分析
- 五、2009-2012年市场发展趋势

第二节 休闲度假市场

- 一、休闲度假市场的定义
- 二、休闲度假市场需求状况
- 三、休闲度假市场供给状况
- 四、2008-2009年市场发展分析
- 五、2009-2012年市场发展趋势

第三节 商务度假市场

- 一、商务度假市场的定义
- 二、商务度假市场需求状况
- 三、商务度假市场供给状况
- 四、2008-2009年市场发展分析
- 五、2009-2012年市场发展趋势

第二部分 行业竞争格局

第六章 度假行业竞争分析

第一节 2009年度度假竞争分析

- 一、2008年度度假市场竞争情况分析
- 二、2009年度度假市场竞争形势分析

第二节 2008-2009年中国度假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

第七章 度假企业竞争策略分析

第一节 度假市场竞争策略分析

- 一、2009年度假市场增长潜力分析
- 二、2009年度假主要潜力项目分析
- 三、现有度假竞争策略分析
- 四、度假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 度假企业竞争策略分析

- 一、金融危机对度假行业竞争格局的影响
- 二、金融危机后度假行业竞争格局的变化
- 三、2009-2012年我国度假市场竞争趋势
- 四、2009-2012年度假行业竞争格局展望
- 五、2009-2012年度假行业竞争策略分析
- 六、2009-2012年度假企业竞争策略分析

第八章 国内外度假区案例分析

第一节 赌城——拉斯维加斯

- 一、基本概况
- 二、发展模式
- 三、2008-2009年发展状况
- 四、2009-2012年发展策略

第二节 东南亚度假岛屿

- 一、基本概况
- 二、发展模式
- 三、2008-2009年发展状况
- 四、2009-2012年发展策略

第三节 国家级旅游度假区

- 一、基本概况
- 二、发展模式
- 三、2008-2009年发展状况
- 四、2009-2012年发展策略

第四节 珠海御温泉度假村

- 一、基本概况
- 二、发展模式

三、2008-2009年发展状况

四、2009-2012年发展策略

第五节 江苏茅山度假区

一、基本概况

二、发展模式

三、2008-2009年发展状况

四、2009-2012年发展策略

第六节 深圳华侨城

一、基本概况

二、发展模式

三、2008-2009年发展状况

四、2009-2012年发展策略

第七节 韦伯斯顿湖泊学识悠闲村

一、基本概况

二、发展模式

三、2008-2009年发展状况

四、2009-2012年发展策略

第八节 上海泰国养生农庄

一、基本概况

二、发展模式

三、2008-2009年发展状况

四、2009-2012年发展策略

第九章 国内外度假区开发企业案例分析

第一节 地中海俱乐部

一、基本概况

二、发展模式

三、2008-2009年发展状况

四、2009-2012年发展策略

第二节 美国拉斯维加斯金沙集团

一、基本概况

二、发展模式

三、2008-2009年发展状况

四、2009-2012年发展策略

第三节 北京中安达度假服务有限公司

一、基本概况

二、发展模式

三、2008-2009年发展状况

四、2009-2012年发展策略

第四节 杭州宋城集团

一、基本概况

二、发展模式

三、2008-2009年发展状况

四、2009-2012年发展策略

第三部分 行业前景预测

第十章 度假行业发展趋势预测

第一节 2009-2012年度假市场趋势分析

一、2008-2009年度假市场趋势总结

二、2009-2012年度假发展趋势分析

三、2009-2012年度假市场发展空间

四、2009-2012年度假产业政策趋向

五、2009-2012年度假价格走势分析

第二节 2009-2012年度假市场预测

一、2009-2012年度假市场结构预测

二、2009-2012年度假市场需求前景

三、2009-2012年度假市场价格预测

四、2009-2012年度假行业集中度预测

第四部分 投资战略研究

第十一章 度假行业投资现状分析

第一节 2008年度假行业投资情况分析

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年上半年度假行业投资情况分析

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

第十二章 度假行业投资环境分析

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年度假行业政策环境

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

第十三章 度假行业投资机会与风险

第一节 度假行业投资效益分析

一、2008-2009年度假行业投资状况分析

二、2009-2012年度假行业投资效益分析

三、2009-2012年度假行业投资趋势预测

四、2009-2012年度假行业的投资方向

五、2009-2012年度度假行业投资的建议

六、新进入者应注意的障碍因素分析

第二节 影响度假行业发展的主要因素

一、2009-2012年影响度假行业运行的有利因素分析

二、2009-2012年影响度假行业运行的稳定因素分析

三、2009-2012年影响度假行业运行的不利因素分析

四、2009-2012年我国度假行业发展面临的挑战分析

五、2009-2012年我国度假行业发展面临的机遇分析

第三节 度假行业投资风险及控制策略分析

一、2009-2012年度度假行业市场风险及控制策略

二、2009-2012年度度假行业政策风险及控制策略

三、2009-2012年度度假行业经营风险及控制策略

四、2009-2012年度度假同业竞争风险及控制策略

五、2009-2012年度度假行业其他风险及控制策略

第十四章 度假行业投资战略研究

第一节 度假行业发展战略研究

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 对度假品牌的战略思考

一、企业品牌的重要性

二、度假实施品牌战略的意义

三、度假企业品牌的现状分析

四、度假企业的品牌战略

五、度假品牌战略管理的策略

第三节 度假行业投资战略研究

一、2008年度度假行业投资战略

二、2009年度度假行业投资战略

三、2009-2012年度假行业投资战略

四、2009-2012年细分行业投资战略

图表目录

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

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/134828.html>

三、研究方法

- 1、系统分析方法
- 2、比较分析方法
- 3、具体与抽象方法
- 4、分析与综合方法
- 5、归纳与演绎方法
- 6、定性分析与定量分析方法
- 7、预测研究方法

四、数据来源

对行业内相关的专家、厂商、渠道商、业务（销售）人员及客户进行访谈，获取最新的一手市场资料；

艾凯咨询集团长期监测采集的数据资料；

行业协会、国家统计局、海关总署、国家发改委、工商总局等政府部门和官方机构的数据与资料；

行业公开信息；

行业企业及上、下游企业的季报、年报和其它公开信息；

各类中英文期刊数据库、图书馆、科研院所、高等院校的文献资料；

行业资深专家公开发表的观点；

对行业的重要数据指标进行连续性对比，反映行业发展趋势；

中华人民共和国国家统计局 <http://www.stats.gov.cn>

中华人民共和国国家工商行政管理总局 <http://www.saic.gov.cn>

中华人民共和国海关总署 <http://www.customs.gov.cn>

中华人民共和国商务部 <http://www.mofcom.gov.cn>

中国证券监督管理委员会 <http://www.csrc.gov.cn>

中华人民共和国商务部 <http://www.mofcom.gov.cn>

世界贸易组织 <https://www.wto.org>

联合国统计司 <http://unstats.un.org>

联合国商品贸易统计数据库 <http://comtrade.un.org>

五、关于艾凯咨询网

艾凯咨询网（www.icandata.com）隶属艾凯咨询集团（北京华经艾凯企业咨询有限公司），艾凯咨询集团专注提供大中华区产业经济情报，为企业商业决策赋能，是领先的市场研究报告和竞争情报提供商

艾凯咨询集团为企业专业提供投资咨询报告、深度研究报告、市场调查、统计数据等。艾凯咨询网每天更新大量行业分析报告、图表资料、竞争情报、投资情报等，为用户及时了解迅速变化中的世界和中国市场提供便利，为企业商业决策赋能。

研究力量

高素质的专业的研究分析团队，密切关注市场最新动向。在多个行业，拥有数名经验丰富的专业分析师。对于特定及专属领域，我们有国内外众多合作研究机构，同时我们聘请数名行业资深专家顾问，帮助客户分清市场现状和趋势，找准市场定位和切入机会，提出合适中肯的建议，帮助客户实现价值，与客户一同成长。

我们的优势

权威机构 艾凯咨询集团二十年深厚行业背景;

数量领先 囊括主流研究报告和权威合作伙伴;

服务齐全 促销、推荐指数、积分、网上支付等;

良好声誉 广泛知名度、满意度，众多新老客户。