



艾凯咨询
ICAN Consulting

2015-2021年中国度假市场监测 及战略咨询报告

一、调研说明

《2015-2021年中国度假市场监测及战略咨询报告》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/261875.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

第一章 度假产业相关概述

第一节 旅游产业

一、旅游产业特点

- 1、综合性
- 2、关联性
- 3、敏感性
- 4、季节性

二、旅游业发展类型

三、旅游业价值链分析

第二节 度假产业

一、度假产业特征

二、度假区类型及功能

三、度假产业链分析

四、度假旅游兴起

五、度假旅游发意义分析

第二章 2014年世界度假行业运行形势透析

第一节 世界度假行业发展历程综述

- 一、度假最先在欧美国家成为主导旅游产品
- 二、亚太经济的发展促使亚太地区度假的发展
- 三、度假内容逐渐趋向多样化发展
- 四、早期的度假是贵族的活动
- 五、中产阶级规模的扩大促进度假产业的发展

第二节 2014年世界度假行业运行新态分析

- 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 2015-2021年中国度假产业发展趋势探析

- 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 2014年国外度假产品模式研究

第一节 别墅式度假区

一、别墅式度假区内的建筑以别墅为主

二、别墅式度假区选址不受地理特征和旅游资源的限制

三、项目特色

四、别墅式度假区的投入资金主要用在土地投资上

五、管家式服务，带来一批家政就业岗位

第二节 小型豪华度假区

第三节 室内水上乐园度假酒店

一、室内水上乐园度假酒店的发展背景

二、发展现状及趋势

三、市场表现

四、投资趋势

第四章 2014年中国度假产业运行环境解析

第一节 2014年中国度假产业运行政策环境分析

一、国家出台鼓励消费的相关政策

二、政府试办国家度假区，促进我国度假产业的发展

第二节 2014年中国经济环境分析

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、社会消费品零售总额

八、对外贸易&进出口

九、宏观环境对中国度假产业的影响分析

第三节 2014年中国度假产业运行社会环境分析

- 一、中国法定假日数在世界范围算中上水平
- 二、中国大众特别是中产阶层生活消费观念发生改变
- 三、交通体系的发展与完善使得旅游者出门度假越来越便利
- 四、新式网络营销将促进中国度假产业的迅速发展
- 五、人口环境分析
- 六、文化环境分析
- 七、生态环境分析
- 八、居民的各种消费观念和习惯

第五章 2014年中国度假产业发展新形态分析

第一节 中国度假产业发展历程

- 一、园林式度假场所
- 二、疗养院
- 三、大众化休闲度假获得快速发展

第二节 2014年中国度假市场需求分析

- 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

第三节 2014年中国度假市场供给分析

- 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

第四节 未来中国度假产业发展趋向探析

- 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

第六章 2014年中国旅游地产运行状况分析

第一节 2014年中国旅游地产的发展现状分析

- 一、创新旅游地产以度假的理念开发地产
- 二、我国旅游地产发展呈现的问题分析
- 三、旅游地产充分发展的“瓶颈”因素分析
- 四、旅游房地产的发展空间分析

第二节 2014年旅游地产发展态势分析

- 一、旅游地产是房地产业发展战略的新定位
- 二、旅游地产进入快速发展阶段
- 三、城市旅游地产投资情况
- 四、中部旅游地产调查

第三节 2014年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

第七章 2014年中国度假产业细分市场运行新格局透析

第一节 2014年中国旅游度假市场运行探析

- 一、旅游度假市场相关概述
- 二、旅游度假市场需求状况
 - 1、中国人民有着传承的对自然山水、历史古迹的向往
 - 2、我国内陆居民向往海滨观光
 - 3、国际游客憧憬自然景色、文化遗产
 - 4、我国大部分省份游客结构为金字塔型，大众消费者居多
 - 5、中高层消费者对旅游度假产品也有着旺盛需求
- 三、旅游度假市场供给状况
 - 1、旅游度假产品整体供给较为充足
 - 2、观光旅游景点纷纷向旅游度假区转型

- 3、旅游度假区将撬动高端客源市场
- 4、海南、珠三角和长三角仍是我国旅游度假的中心

第二节 2014年中国休闲度假市场运行剖析

一、休闲度假市场简述

二、休闲度假市场需求状况

- 1、我国休闲度假业的市场发展空间广阔
- 2、国民对休闲度假的整体认知度还较低
- 3、大众的休闲度假形式趋向多样化
- 4、近城休闲度假成为中国居民的喜好
- 5、针对大众消费群体的农业休闲游成为新时尚

三、休闲度假市场供给状况

- 1、休闲度假产业吸引了众多参与主体
- 2、各地区纷纷提出开发休闲度假产品规划
- 3、休闲度假产品模仿现象严重，缺乏精品
- 4、国外著名旅游企业加快中国市场布局
- 5、市场供给休闲度假产品逐步丰富
- 6、杭州举办世界休闲博览会，传播休闲度假理念

第三节 2014年中国商务度假市场运行透析

一、商务度假市场运行特点分析

二、商务度假市场需求状况

- 1、商务度假市场容量已发展到一定规模
- 2、商务度假市场发展的保障性较高
- 3、商务度假游客的平均消费能力较强
- 4、国内企业对商务度假有着旺盛需求
- 5、开展奖励旅游的公司主要来自高利润行业

三、商务度假市场供给状况

- 1、国内许多城市竞相发展商务度假市场
- 2、市场缺乏细分，个性化产品服务不足
- 3、产业发展缺乏专业人员和信息来源
- 4、过分重视国际商务度假市场，忽略国内商务度假市场
- 5、全球旅游业界在华争抢会展及奖励旅游“蛋糕”
- 6、市场供给产品趋向多样化

第八章 2014年国内外度假区案例解析

第一节 赌城-拉斯维加斯

- 一、基本概况
- 二、发展模式
- 三、经营状况分析
- 四、发展战略分析

第二节 东南亚度假岛屿

- 一、基本概况
- 二、发展模式
- 三、经营状况分析
- 四、发展战略分析

第三节 国家级旅游度假区

- 一、基本概况
- 二、发展模式
- 三、经营状况分析
- 四、发展战略分析

第四节 珠海御温泉度假村

- 一、基本概况
- 二、发展模式
- 三、经营状况分析
- 四、发展战略分析

第五节 江苏茅山度假区

- 一、基本概况
- 二、发展模式
- 三、经营状况分析
- 四、发展战略分析

第六节 深圳华侨城

- 一、基本概况
- 二、发展模式
- 三、经营状况分析
- 四、发展战略分析

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、经营状况分析

四、发展战略分析

第八节 上海泰国养生农庄

一、基本概况

二、发展模式

三、经营状况分析

四、发展战略分析

第九章 2014年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、经营状况分析

四、发展战略分析

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、经营状况分析

四、发展战略分析

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、经营状况分析

四、发展战略分析

第四节 杭州宋城集团

一、基本概况

二、发展模式

三、经营状况分析

四、发展战略分析

第十章 2015-2021年中国度假产业前景预测与趋势展望

第一节 2015-2021年中国度假行业发展前景分析

- 一、中国海滨度假旅游前景广阔
- 二、由旅游消费趋势解析旅游度假地产发展前景
- 三、农庄度假前景分析

第二节 2015-2021年中国度假行业发展趋势分析

- 一、金融危机下休闲度假市场发展趋势
- 二、九大度假潮流趋势解析
- 三、旅游度假区的发展趋势

第三节 2015-2021年中国度假市场盈利预测分析

第十一章 2015-2021年中国度假产业投资战略分析

第一节 2014年中国度假产业投资概况

- 一、度假产业投资特性分析
- 二、度假产业投资政策分析

第二节 2015-2021年中国度假行业投资机会分析

- 一、中国度假产业投资热点分析
- 二、与产业政策调整相关的投资机会分析

第三节 2015-2021年中国度假行业投资风险预警

- 一、宏观调控政策风险
- 二、市场竞争风险
- 三、市场运营机制风险
- 四、金融风险

第四节 中信博研专家投资观点

图表目录：

图表：2011-2014年中国GDP总量及增长趋势图

图表：2014年中国月度CPI、PPI指数走势图

图表：2011-2014年我国城镇居民可支配收入增长趋势图

图表：2011-2014年我国农村居民人均纯收入增长趋势图

图表：1978-2014中国城乡居民恩格尔系数走势图

图表：2010.12-2014.12年我国工业增加值增速统计

图表：2011-2014年我国全社会固定资产投资额走势图（2014年不含农户）

图表：2011-2014年我国财政收入支出走势图 单位：亿元

图表：2011-2014年中国社会消费品零售总额增长趋势图

图表：2011-2014年我国货物进出口总额走势图

图表：2011-2014年中国货物进口总额和出口总额走势图

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/261875.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。