

# 2018-2024年中国海洋旅游行业市场产销态势分析与未来发展商机战略评估报告

报告大纲

观研报告网

[www.chinabaogao.com](http://www.chinabaogao.com)

## 一、报告简介

观研报告网发布的《2018-2024年中国海洋旅游行业市场产销态势分析与未来发展商机战略评估报告》涵盖行业最新数据，市场热点，政策规划，竞争情报，市场前景预测，投资策略等内容。更辅以大量直观的图表帮助本行业企业准确把握行业发展态势、市场商机动向、正确制定企业竞争战略和投资策略。本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，以及我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市场调研分析。

官网地址：<http://baogao.chinabaogao.com/lyyou/310515310515.html>

报告价格：电子版: 7200元 纸介版：7200元 电子和纸介版: 7500

订购电话: 400-007-6266 010-86223221

电子邮箱: sale@chinabaogao.com

联系人: 客服

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、报告目录及图表目录

“旅游+”战略的提出，将是产业融合发展的有力践行，不仅为旅游业的发展提供更多机会，同时，旅游的创新成果深度融合于经济社会各领域之中，提升其他产业的创新力和生产力，形成更广泛的以“旅游+”为先导的各项经济建设新常态。“旅游+”突破传统旅游业的各项要素，多元创新、融合发展；对传统旅游进行升级及改造；旅游的功能渗透到各个产业领域。不同的产业结构，导致不同的发展模式。产业跨界，将直接实现旅游产业的优势资源整合。

“旅游+”与“互联网+”一样，具有“搭建平台、促进共享、提升价值”之功能。互联网以其无处不在的技术力量，通过“互联网+”全面深刻地改变世界；而旅游则以其强劲的市场开拓力量、美好生活追求动力及人文交流优势，通过“旅游+”给世界带来深刻影响。作为需求旺盛、潜力巨大的产业，“旅游+”有以下四个鲜明特征。

一是需求拉动、市场推动的“+”。“旅游+”以巨大的市场力量和市场机制，为所“+”各方搭建巨大的供需对接平台。

二是创造价值、放大价值的“+”。“旅游+”不是机械的“+”，不是简单的“1+1”，而是有机融合，会发生化学反应，产生“1+1>2”的效果。这种“+”的魅力就在于，能“+”出新的价值、新的惊喜。

三是以人为本、全民参与的“+”。“旅游+”是一个可以广泛参与、广泛受益、广泛分享的“+”，而且，“+”的过程就是一个人力资本开发、创造力激发的过程。旅游是人本经济，“旅游+”的核心是人的发展，实质是通过人来实现“+”，用“+”来服务人。

四是可以充分拓展的“+”。旅游业无边界，“旅游+”具有天然的开放性、动态性，“+”的对象、内容、方式都不断拓展丰富、多种多样，“+”的速度越来越快。经济社会越进步发展，“旅游+”就越丰富多彩。就此而论，“旅游+”也是我国改革开放发展的重要成果和标志。

“旅游+”是一种能力，经过30多年的快速发展，我国旅游业已经集聚能量，具备推进“旅游+”的能力，“旅游+”产品频涌现。

旅游+互联网，用信息化武装旅游。互联网正在以人们始料未及的速度改变着旅游组织方式、市场营销模式以及游客的出游方式和消费方式。围绕推动“旅游+互联网”跨产业融合，国家旅游局出台了《关于促进智慧旅游发展的指导意见》，采用PPP模式建设国家智慧旅游公共服务平台，制定了景区电子门票管理导则标准，启动旅游应急指挥平台建设。支持国家智慧旅游试点城市和智慧旅游试点景区建设；推动在线旅游平台企业发展，形成旅游业新生态圈；支持有条件的旅游企业开展互联网金融探索，拓宽移动支付在旅游业的应用；会同有关机构发行实名制国民旅游卡，落实法定优惠政策和特惠商户折扣；放宽在线度假租赁、旅游网络购物、在线旅游租车平台准入许可和经营许可制度等政策，营造旅游+互联网良好发展环境。

旅游+美丽乡村建设，开展旅游精准扶贫。我国乡村旅游资源丰富，市场空间广阔。乡

乡村旅游扶贫是农村扶贫开发的重要渠道。开展旅游规划扶贫公益行动；加大对乡村旅游扶贫重点村规划指导、专业培训、宣传推广、规划帮扶，对建档立卡贫困村实施整村扶持，通过旅游实现脱贫。

旅游+大众创新、万众创业。旅游是大众创业、万众创新的重要领域，特别适合返乡农民工、大学毕业生和专业技术人员自主创业。近年来随着乡村旅游快速发展，大批返乡农民工通过参与乡村旅游经营服务实现了发家致富；越来越多的大学毕业生和文化、艺术、科技等专业技术人员落户乡村，将自身的专业优势与乡村的资源优势、旅游的市场优势结合起来，开展创作创业，在全国形成了一批乡村旅游创客基地。

旅游+外交，形成旅游外交。旅游作为增进民间交往，促进民众感情交流的重要载体，在国家外交中正在扮演着越来越重要的角色。国内外实践表明，旅游外交具有很强的弹性，灵活多样，植根于民众。在双边关系良好时，旅游交往可以成为发展国家关系的加速器；在双边关系不畅时，旅游交往可以成为改善国家关系的润滑剂；在双边尚无正式外交关系时，可以先行开展旅游交往，使民众交往成为国家关系正常化的导航器。过去由于我国的国际旅游市场规模小，使得我们很少从大外交的角度来审视我国的出入境旅游。现在每年我国出入境市场规模，已成为我们发出中国声音、讲好中国故事、加强与世界联系的重要平台，成为新阶段我国对外交往合作的重要抓手。

随着经济社会和旅游业不断发展，“旅游+”的内容会越来越多，各地旅游+的内容也各有侧重，各有特色，需要因地制宜、因时制宜地选择“旅游+”的优先领域重点突破。

“旅游+”，是旅游投资、旅游消费的新热点、新亮点，是拓展旅游发展的新空间，也是产品业态创新的主攻方向，是旅游转型升级的新动力，是整合资源的纽带。培育旅游大产业，关键是要做好做足“旅游+”这篇大文章。乡村旅游、农牧旅游、水利旅游、工业旅游、林业旅游、商务旅游、研学旅游、医疗旅游、养老旅游、健康旅游、休闲度假、文化旅游等增长点，是“旅游+”的重点领域。

旅游业是现代服务业的重要组成部分，加快旅游业的发展，对于扩大就业，拉动内需消费、加速经济发展等具有很大的作用，为充分挖掘旅游投资和旅游消费增长潜力，国家出台了多项政策法规，通过逐步落实带薪休假制度、加快基础设施建设、多方资金支持等方面，全力推动旅游产业发展。

资料来源：国务院，观研天下数据中心整理 观研天下发布的《2018-2024年中国海洋旅游行业市场产销态势分析与未来发展商机战略评估报告》内容严谨、数据翔实，更辅以大量直观的图表帮助本行业企业准确把握行业发展动向、市场前景、正确制定企业竞争战略和投资策略。本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，以及我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市场调研分析。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。本报告是全面了解行业以及对本行业进行投资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。

## 【报告大纲】

### 第一章 海洋旅游概述

#### 第一节 海洋旅游定义

#### 第二节 海洋旅游产业发展历程

#### 节 海洋旅游分类情况

#### 节 海洋旅游产业链分析

##### 一、产业链模型介绍

##### 二、海洋旅游产业链模型分析

### 第二章 2016年中国海洋旅游产业发展环境分析

#### 第一节 2016年中国经济环境分析

##### 一、宏观经济

##### 二、工业形势

##### 三、固定资产投资

#### 第二节 2016年中国海洋旅游产业发展政策环境分析

##### 一、行业政策影响分析

##### 二、相关行业标准分析

#### 第三节 2016年中国海洋旅游产业发展社会环境分析

##### 一、居民消费水平分析

##### 二、工业发展形势分析

#### 第四节 国外主要生产工艺简介

#### 第五节 国内主要生产方法

### 第三章 中国海洋旅游生产现状分析

#### 第一节 海洋旅游产业总体规模

#### 第二节 海洋旅游产能概况

##### 一、2014-2016年产能分析

##### 二、2017-2022年产能预测

#### 第三节 海洋旅游市场容量概况

##### 一、2014-2016年市场容量分析

##### 二、产能配置与产能利用率调查

### 三、2017-2022年市场容量预测

#### 第四节 海洋旅游产业的生命周期分析

## 第四章 海洋旅游国内产品价格走势及影响因素分析

### 第一节 2015年国内产品价格回顾

### 第二节 2016年国内产品市场价格及评述

### 第三节 国内产品价格影响因素分析

### 第四节 2017-2022年国内产品未来价格走势预测

## 第五章 2016年我国海洋旅游产业发展现状分析

### 第一节 我国海洋旅游产业发展现状

#### 一、海洋旅游产业品牌发展现状

#### 二、海洋旅游产业市场现状

#### 三、海洋旅游市场消费结构分析

### 第二节 中国海洋旅游产品技术分析

#### 一、海洋旅游产品市场存在的主要问题

#### 二、国内海洋旅游产品市场的三大瓶颈

#### 三、海洋旅游产业解决问题的对策

## 第六章 2017-2022年中国海洋旅游产业投资概况

### 第一节 2016年海洋旅游产业投资情况分析

#### 一、2016年总体投资结构

#### 二、2016年投资规模情况

#### 三、2016年投资增速情况

#### 四、2016年分地区投资分析

### 第二节 海洋旅游产品行业投资机会分析

#### 一、海洋旅游产品投资项目分析

#### 二、可以投资的海洋旅游产品模式

#### 三、海洋旅游产品投资机会

### 第三节 海洋旅游产品投资新方向

## 第七章 海洋旅游产业市场竞争策略分析

### 第一节 行业竞争结构分析

#### 一、现有企业间竞争

#### 二、潜在进入者分析

### 三、替代品威胁分析

### 四、供应商议价能力

### 五、客户议价能力

## 第二节 海洋旅游市场竞争策略分析

### 一、海洋旅游市场增长潜力分析

### 二、海洋旅游产品竞争策略分析

### 三、典型企业产品竞争策略分析

## 第三节 海洋旅游企业竞争策略分析

### 一、2017-2022年我国海洋旅游市场竞争趋势

### 二、2017-2022年海洋旅游产业竞争格局展望

### 三、2017-2022年海洋旅游产业竞争策略分析

## 第八章 2017-2022年中国海洋旅游产业趋势预测分析

### 第一节 2017-2022年中国海洋旅游产业发展预测分析

#### 一、未来海洋旅游发展分析

#### 二、未来海洋旅游产业技术开发方向

#### 三、总体行业“十三五”整体规划及预测

### 第二节 2017-2022年中国海洋旅游产业市场前景分析

#### 一、产品差异化是企业发展的方向

#### 二、渠道重心下沉

## 章 海洋旅游上游原材料供应状况分析

### 第一节 主要原材料

### 第二节 2016年主要原材料价格变动及供应情况

### 第三节 2017-2022年主要原材料未来价格及供应情况预测

## 第十章 海洋旅游产业上下游产业调研

### 第一节 上游产业调研

#### 一、发展现状

#### 二、发展趋势预测

#### 三、行业新动态及其对海洋旅游产业的影响

#### 四、行业竞争状况及其对海洋旅游产业的意义

### 第二节 下游产业调研

#### 一、发展现状

#### 二、发展趋势预测

#### 三、市场现状分析

四、行业新动态及其对海洋旅游产业的影响

五、行业竞争状况及其对海洋旅游产业的意义

## 第十一章 海洋旅游国内重点生产厂家分析

### 第一节 海洋国际旅行社

一、企业基本概况

二、公司主要财务分析

三、企业成本费用指标

### 第二节 台州海洋旅行社有限公司

一、企业基本概况

二、公司主要财务指标分析

三、企业成本费用指标

### 第三节 汕尾红海湾海洋旅行社

一、企业基本概况

二、公司主要财务指标分析

三、企业成本费用指标

### 第四节 广西海洋国际旅行社有限责任公司

一、企业基本概况

二、公司主要财务指标分析

三、企业成本费用指标

### 第五节 商丘海洋旅行社

一、企业基本概况

二、公司主要财务指标分析

三、企业成本费用指标

## 第十二章 海洋旅游地区销售分析

### 第一节 中国海洋旅游区域销售市场结构

#### 第二节 海洋旅游“东北地区”销售分析

一、2016年东北地区销售规模

二、东北地区“规格”销售分析

三、2016年东北地区“规格”销售规模分析

#### 第三节 海洋旅游“华北地区”销售分析

一、2016年华北地区销售规模

二、华北地区“规格”销售分析

三、2016年华北地区“规格”销售规模分析



#### 第四节 海洋旅游“中南地区”销售分析

- 一、2016年中南地区销售规模
- 二、中南地区“规格”销售分析
- 三、2016年中南地区“规格”销售规模分析

#### 第五节 海洋旅游“华东地区”销售分析

- 一、2016年华东地区销售规模
- 二、华东地区“规格”销售分析
- 三、2016年华东地区“规格”销售规模分析

#### 第六节 海洋旅游“西北地区”销售分析

- 一、2016年西北地区销售规模
- 二、西北地区“规格”销售分析

### 第十三章 2017-2022年中国海洋旅游产业投资规划建设研究

#### 第一节 2017-2022年中国海洋旅游产业投资前景研究分析

- 一、海洋旅游产品投资前景研究
- 二、海洋旅游细分行业投资前景研究
- 三、海洋旅游产业产业链投资规划建设

#### 第二节 2017-2022年中国海洋旅游产业品牌建设策略

- 一、海洋旅游产业品牌规划
- 二、海洋旅游产业品牌建设

### 第十四章 2017-2022年市场指标预测及行业项目投资建议

#### 第一节 2017-2022年海洋旅游市场指标预测

- 一、2017-2022年海洋旅游产业供给预测
- 二、2017-2022年海洋旅游产业需求预测
- 三、2017-2022年海洋旅游产业盈利预测

#### 第二节 2017-2022年海洋旅游项目投资建议

- 一、技术应用注意事项
- 二、项目投资注意事项
- 三、生产开发注意事项
- 四、销售注意事项

### 第十五章 2017-2022年海洋旅游产业发展趋势及投资前景分析

#### 第一节 当前海洋旅游存在的问题

#### 第二节 海洋旅游未来发展预测分析

- 一、中国海洋旅游发展方向分析
- 二、2017-2022年中国海洋旅游产业发展规模
- 三、2017-2022年中国海洋旅游产业发展趋势预测
- 第三节 2017-2022年中国海洋旅游产业投资前景分析

- 一、市场竞争
- 二、原材料压力风险分析
- 三、技术风险分析
- 四、政策和体制风险
- 五、外资进入现状及对未来市场的威胁

图表目录：

图表 1 产业链形成模式示意图

图表 2 海洋旅游的产业链结构图

图表 3 2013-2016年国内生产总值同比增长率

图表 4 2013-2016年三次产业增加值季度同比增长率

图表 5 2013-2016年进出口同比增长率

图表 6 出口总额月度同比增长率与进口总额月度同比增长率（%）

图表 7 货币供应量月度同比增长率（%）

图表 8 2013-2016年累计外汇储备总额及同比增长率

图表 9 2013-2016年工业增加值及其构成月度累计同比增长率

图表 10 工业增加值月度同比增长率（%）

图表 11 2013-2016年城镇固定资产月度累计投资同比增长率

图表 12 2013-2016年按地区分城镇固定资产月度累计投资同比增长率

图表 13 固定资产投资完成额月度累计同比增长率（%）

（GYFSWLP）

图表详见报告正文

特别说明：观研天下所发行报告书中的信息和数据部分会随着时间变化补充更新，报告发行年份对报告质量不会有任何影响，并有助于降低事业单位投资风险。

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/lvyou/310515310515.html>