

中国旅游度假村行业发展现状与投资前景评估报告（2014-2018）

报告大纲

观研报告网

www.chinabaogao.com

一、报告简介

观研报告网发布的《中国旅游度假村行业发展现状与投资前景评估报告（2014-2018）》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/lvyou/184227184227.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

目前，我国度假村的区域性特征已经比较明显，长三角、珠三角、环渤海、西部、东北等区域的度假村经营都各显特色。北京、上海、广州、苏州、杭州、重庆等经济发达地区度假村数量明显比其他地区高很多。这说明我国旅游房地产度假村细分市场的区域格局状况已经初步形成，区域内部竞争加剧。

许多投资者认为度假村是一种高档、豪华的消费，因此纷纷按高档酒店的标准兴建度假村、别墅、俱乐部等，忽视了最大规模的大众化度假旅游。目前，大量的中高档度假村产品与市场的需求相去甚远，导致度假区出现了大量接待设施闲置，而旅游者又抱怨旅游目的地没有足够的接待设施的怪现象。

近几年，我国出现大规模中低档级自费旅游群体。作为国内旅游主体的家庭旅游、老年旅游等自费旅游群体，其消费在中档水平，学生旅游通常属于低档消费。从客源市场分析，城市旅游者消费水平高一些，农民旅游者受传统思维及消费能力影响，中低档次消费在很长时间内不会有太大的变化。从旅游目的地来看，城市居民的乡村旅游，其综合消费水平不会太高。基于旅游消费市场的这种消费趋势，建设中低档次的旅游度假村更能满足消费者的消费需求。

中国报告网发布的《中国旅游度假村行业发展现状与投资前景评估报告（2014-2018）》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、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。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。

报告目录：

第一章 2012年世界旅游度假村市场发展状况分析

第一节 2012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 2012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 2014-2018年世界旅游度假村行业发展趋势分析

第二章 2012年中国旅游度假村产业运行环境分析

第一节 国内宏观经济环境分析

一、GDP历史变动轨迹分析

二、固定资产投资历史变动轨迹分析

三、2014年中国宏观经济发展预测分析

第二节 2012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 2012年中国旅游度假村行业发展社会环境分析

第三章 2012年中国旅游度假村行业市场运行形势分析

第一节 2012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 2012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 2012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 2012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 2012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 2012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 2012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 2012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 2012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 2012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 2012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 2012年中国旅游度假村开发模式分析——温泉度假村

第一节 2012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 2012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 2012年中国旅游度假村行业市场竞争格局分析

第一节 2012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 2012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 2012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 2012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

第六节 无锡太湖能园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

第七节 苏州市桃园旅游度假村

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

第八节 张家港市馨苑旅游度假村

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

第十节 安吉香溢旅游度假村

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 2012年中国旅游业发展态势分析

第一节 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 2012年中国酒店餐饮行业发展走势分析

第一节 2012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 2012年中国经济型酒店的现状分析和发展机会

第三节 2014-2018年中国酒店餐饮行业发展态势展望

一、2014-2018年酒店餐饮行业相关指标预测方案

二、2014-2018年酒店餐饮行业发展态势点评

第四节 2014-2018年中国酒店餐饮行业对旅游度假村的影响展望

第十二章 2014-2018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 2014-2018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 2014-2018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瞻望
- 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 2014-2018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 2014-2018年中国旅游度假村行业投资前景预测分析

第一节 2012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 2014-2018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 2014-2018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 专家投资建议

图表目录：（部分）

图表：国内生产总值同比增长速度

图表：全国粮食产量及其增速

图表：规模以上工业增加值增速（月度同比）（%）

图表：社会消费品零售总额增速（月度同比）（%）

图表：进出口总额（亿美元）

图表：广义货币（M2）增长速度（%）

图表：居民消费价格同比上涨情况

图表：工业生产者出厂价格同比上涨情况（%）

图表：城镇居民人均可支配收入实际增长速度（%）

图表：农村居民人均收入实际增长速度

特别说明：中国报告网所发行报告书中的信息和数据部分会随时间变化补充更新，报告发行年份对报告质量不会有任何影响，并有助于降低企事业单位投资风险。

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/lyyou/184227184227.html>