

2018-2023年中国休闲旅游行业发展调研及投资价值评估报告

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《2018-2023年中国休闲旅游行业发展调研及投资价值评估报告》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/295519295519.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

一、我国休闲旅游发展现状

休闲旅游，是指以旅游资源为依托，以休闲为主要目的，以旅游设施为条件，以特定的文化景观和服务项目为内容，为离开定居地而到异地逗留一定时期的游览、娱乐、观光和休息。

随着收入的增加、工作压力的加大和旅游业的发展,人们旅游的目的也发生了一些变化，由传统的增长见识、开阔眼界逐渐向休闲旅游转变。与一般的外出旅游不同，休闲度假具有自己的特点：让身心放松是度假旅游的基本要求。休闲就是要在一种“无所事事”的境界中达到积极的休息。因此，在紧张工作后到心仪的度假地度假，或游泳、或阅读、或徜徉于海滨、或踟躅于森林草原、或置身于温煦的光下，使身心完全放松。这种放松，完全有别于日常的工作节奏，是一个身心的调整。其主要目的是恢复体力、修身养性、创造新的生活。目前，我国旅游消费基本以休闲旅游的主，也是今后旅游发展的重要方向。就当前来看，我国休闲旅游主要呈现以下特征。

（一）休闲旅游游客选择旅游目的地较近

一般的旅游其目的地往往是距离城市较远且旅游资源比较丰富的地区。而休闲旅游主要集中于城市郊区和周边城市。其特点有：一是以大中城市为主，以环境优美、风景优美、资源丰富、交通便捷、区位优势等建设起来,其行程通常不超过两小时,这种旅游适合于周末的休闲旅游；还有一个特点就是以著名的旅游城市为核心,往边缘发展，距离比较远，有的需乘飞机两小时左右可达的地域,所以此种旅游主要针对收入较高、时间较宽裕的少数游客。而针对我国国情，多数休闲旅客一般会选择自驾车或乘现代快速轨道交通工具在两小时以内能到达的地方。

（二）很多家庭把休闲旅游作为一种常态

随着经济的发展和人们生活水平提高，加之我国中青年家庭多数是独生子女，家庭压力相对较轻，所以为他们的出行提供了必要的经济条件。但是，也正是独生子女，他们也被父母认为是未来的希望,为了让他们在未来激烈竞争中处于一席之地，许多独生子女的压力也是前所未有的。所以很多家长希望通过各种方式让孩子放松一下紧张的学习生活,同时扩大其视野和增长知识面，在不耽误学习时间的情况下，休闲旅游是现代城市家庭常见的选择。

（三）休闲旅游与我国节假日制度有密切的关系

众所周知，旅游具有一定的季节性和时间性，它与国家的节假日制度有一定的关系，但休闲旅游与国家的节假日制度更为密切。休闲旅游以家庭、工薪阶层为主要，他们对出游时间的选择主要集中在国家规定的节假日。如双休日、各种节日、假其等都成旅游者休闲旅游的主要时间。

（四）休闲旅游对环境质量要求更高

休闲旅游是游客为了从繁重高压的工作或学习中解脱出来，放松精神、陶冶情趣、锻炼身体、调节生活的活动，他们希望有一个好的环境，以恢复自己良好的身心状态迎接新一轮的工作或学习。因此，他们大多希望到气候宜人、环境幽静、风景优美、空气清新、没有污染的地方去消磨自己的闲暇时光，希望旅游地能提供多样化、大众化的娱乐、休闲和保健设施。

图：观光旅游和休闲度假游区别 资料来源：公开资料，中国报告网整理

二、提升我国休闲旅游业发展的措施

（一）规模发展，树立品牌

从管理学角度看，众多的单一个体尤其灵活性的特点，但也存在着其自身的缺陷，单个休闲旅游企业在经营规模、管理手段、营销模式等方面的劣势将逐渐显示出来，如目光比较短浅，为追求眼前个人利益，不惜损坏这个地区的整体形象；为满足游客的需要，捕杀国家保护性动物等。如果将这些零散的个体组合起来，形成大的公司或集团，这将是休闲旅游经营管理的重要方式之一。对于有些个体经营者不愿意组合成大公司或集团的，可采用联合发展的形式，规范你经营和管理，这也是休闲旅游经营管理的重要方式。只要将这些分散的个体经营形成一定的规模，再学习引进西方先进管理理念和技术，完善的科学管理体系，这将容易形成自己品牌，为我国休闲旅游产业的发展提升一个台阶。

（二）对休闲旅游市场的准确定位

任何产品，如果没有市场，那它很快就会死去。我国的休闲旅游近几年有一定的发展，但发展很缓慢，一个重要的原因就是休闲旅游市场认识不准。很多年前，由于我国居民收入水平还不是很高，所以那时我国的休闲旅游市场一直定位在境外，是“面向海外市场”的，

在当时的条件下，这种定位是准确的。近几年来，随着我国经济的发展，居民收入的提高，网络媒体和现代通讯技术的广泛运用，我国游客数量迅速增加，这为旅游业的发展提供了广阔的市场空间，过去那种面向海外的旅游市场定位就过时了，需要对其进行新的定位。这是从全局来看。具体到一个地区、一个公司、一个集团或联合体，这种定位就更需要具体，考虑多方面的因素，一是自身条件，如当地的资源情况，自己可能提供的特色内容，自身规模的大小，同时也包含自己处的区位优势等；二是国家发展战略，这对旅游业的发展起着潜在的作用。

海南就是一个典型的例子，具有自己丰富的资源，同时也具有区位优势，更有国家政策支持，但在市场定位上还不够准确。当然，不是说忽视海外市场，只是相对休闲旅游市场而言，应以国内市场为主，国际市场为辅，摆正了市场定位，就能增强针对性，减少盲目性，避免浪费，从而提高经济效益。

（三）注重休闲旅游产品的设计

根据上面的分析，我国的休闲旅游市场应以国内客源为主，国际市场为辅。从我国的国情出发，针对不同的消费群体进行准确定位。同其他国家一样，由于收入不同，我国居民也形成了不同阶层，如低收入阶层、小康阶层、富裕阶层等。所以，休闲旅游产品的设计也要根据不同的旅游顾客进行不同的设计。目前我国出行旅游主要以小康阶层和富裕阶层为主，其中小康阶层最多，因此，在休闲旅游产品的设计上应以中档为主，低档和高档、豪华为辅，以满足多数消费者的需求。这是休闲旅游产品设计的前提。

休闲旅游对旅游者来说一个重要的原因就是放松自我，避免长途跋涉。有人曾说，“旅游就是花钱买罪受”，这句话虽然不全对，但说明了旅游是一项比较辛苦的活动。作为休闲旅游者，他就是要避免再辛苦，所以尽可能的选择就近的旅游点进行游玩，才能达到其休闲旅游的目的。因此，休闲旅游一定要注重城市郊区旅游资源开发。充分利用郊区良好的自然环境、丰富的土地资源和便宜的地价等，建主题公园，休闲娱乐设施等，以提高旅游者的参与性、娱乐性与享受性。

休闲旅游一个重要特征就是家庭化，而家庭中的一个重要组成部分就是孩子，所以在规划设计休闲旅游产品时，不仅要考虑到大人，同时也要重视不同年龄孩子的游乐项目建设。目前，现有休闲旅游中供成人的设施和游乐项目比较齐全，但针对不同年龄孩子的设施和游乐项目还很少。所以，在休闲旅游项目的开发时，充分重视不同年龄孩子的游乐设施和游乐项目建设，这样才能吸引更多家庭休闲旅游者。

（四）加强管理，注重环境保护

休闲旅游同其他事物一样，都具有两面性，在促进经济发展和满足游客需求的同时，也会带来一些负面影响。最大的影响就是对环境的污染和破坏，如地下水的任意开采、生活垃圾的乱处理、蔬菜和家禽家畜中添加剂的超量使用、自然环境不合理的规划及周边野生动植物可能遭受的破坏等，为了我们生活的环境不受破坏和旅游业的可持续性发展，必须对这些项目进行科学规划，严格管理，重视环境保护，尽可能降低休闲旅游带来的负面影响。

休闲旅游是旅游的重要组成部分，它受经济、文化、政治等多方面的影响很大。它伴随着我国经济的发展将不断产生一些新的现象和问题，所以，关于休闲旅游的研究还将继续深入和拓展，以适应我国社会经济的发展。

图：旅游行业产业链构成 资料来源：公开资料，中国报告网整理

中国报告网发布的《2018-2023年中国休闲旅游行业发展调研及投资价值评估报告》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。

目录：

第一章 中国旅游业的发展现状分析

第一节 中国旅游业概况

- 一、中国旅游业发展的特点
- 二、“十三五”中国旅游业发展走势概述
- 三、中国旅游业正迈入全民消费新时代
- 四、旅游业与环境的发展关系
- 五、旅游环境承载力研究分析
- 六、中国旅游业转型与产业政策选择分析

第二节中国旅游业发展分析

- 一、中国旅游业的发展状况
- 二、中国旅游业的发展状况
- 三、中国旅游业的发展状况
- 四、中国旅游业的发展状况
- 五、中国旅游业的发展状况
- 六、旅游业发展分析

第三节旅游资源开发中的经济学分析

- 一、旅游资源开发作为产品的经济学特征
- 二、旅游资源开发的效率机制
- 三、旅游资源开发中政府的合理定位

第四节中国旅游业面临的挑战

- 一、中国旅游业发展仍然面临许多挑战
- 二、中国旅游业中存在的问题
- 三、中国旅游资源的产权问题分析

第五节中国旅游业发展策略

- 一、中国当前旅游业发展的措施
- 二、中国旅游业发展中的策略
- 三、应构建中国现代旅游资源产权制度
- 四、中国旅游业持续发展需注意的问题

第二章中国休闲旅游行业市场发展环境分析

第一节 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、中国汇率调整（人民币升值）
- 八、对外贸易&进出口

第二节中国休闲旅游行业政策环境分析

- 一、国务院关于加快发展旅游业的意见
- 二、旅行社条例
- 三、中国旅游饭店行业规范

四、旅游安全管理暂行办法

第三节中国休闲旅游行业社会环境分析

一、人口环境分析

二、教育环境分析

三、文化环境分析

四、生态环境分析

第四节中国休闲旅游行业技术环境分析

第三章中国休闲旅游行业发展现状综述

第一节中国休闲旅游行业发展概述

一、旅游成为重要休闲方式

二、休闲消费规模可观

三、中国乡村休闲旅游的兴起

第二节中国休闲旅游行业动态分析

一、城市旅游休闲地产开发模式

二、中国休闲旅游发展的主要障碍与解决途径浅析

三、湿地休闲旅游的创新开发

第三节环京津休闲旅游产业带的SWOT分析

第四章中国休闲旅游行业市场动态分析

第一节中国休闲旅游行业市场综述

一、休闲时代改变人们旅游消费方式

二、闲暇时间的延长为人们旅游休闲提供了时间保证

三、休闲理念的形​​成培育了休闲消费的动机

四、休闲消费将成为主要的旅游消费

第二节中国休闲旅游行业市场动态分析

一、以完善休闲信息内容为基础

二、构建以休闲活动为主体的旅游产业发展新模式

三、构建全新的大旅游市场体系

四、加快满足休闲需求的多层次旅游产品

五、多层次的旅游休闲需求要求改变单一观光型旅游产品开发模式

第三节发展国内休闲度假旅游的对策建议

一、科学规划休闲度假旅游产业

二、构建休闲度假旅游产品体系

第五章中国休闲旅游业运行局势研究

第一节休闲度假的特点

- 一、修身养性
- 二、消费能级高
- 三、一地停留时间长
- 四、要求交通便捷
- 五、自助、半自助方式和以亲友为单位出游方式居多
- 六、层次丰富

第二节中国休闲业的发展现状与特征

- 一、发展势头迅猛
- 二、发展面临瓶颈制约
- 三、市场尚需培育

第三节休闲业与旅游业的异质化分析

- 一、起始点不同
- 二、展开模式不同
- 三、发展路径不同
- 四、产品开发着力点不同
- 五、旅游服务更精细
- 六、社会环境安全为上

第四节休闲度假产业的发展趋势与推进力

- 一、觉醒于高端
- 二、单一产品模式转化为多元产品形式
- 三、由高端市场向多层次化市场转化
- 四、多元文化的追求
- 五、产业特征边界日益模糊

第六章中国休闲旅游行业发展意义与特点建设分析

第一节中国休闲旅游行业发展意义分析

- 一、有助于积极建设精神文明的社会
- 二、营造健美的精神家园
- 三、从人权角度审视休闲旅游的功能
- 四、休闲旅游不同于其它旅游

第二节中国休闲旅游业发展的基本状况

- 一、国内旅游将成为休闲旅游的主流
- 二、家庭旅游是当今休闲旅游的主要形式

- 三、休闲旅游的客源市场呈现出大众化和多元化的趋向
- 四、休闲旅游多选择风景优美的城市郊区和经济发达的周边城市
- 五、休闲旅游具有明显的季节性和时间性
- 六、休闲旅游者对旅游产品和环境质量的选择更为严格

第三节中国特色的休闲旅游业建设策略

- 一、加大宣传引导力度
- 二、摆正休闲旅游客源的市场定位
- 三、科学设计中国休闲旅游产品结构
- 四、注重城市郊区旅游资源开发
- 五、重视儿童游乐项目在休闲旅游开发建设中的作用
- 六、重视环保促进休闲旅游的可持续发展

第七章中国城市休闲旅游行业深度开发研究

第一节城市休闲旅游的内涵和特点

- 一、城市休闲旅游的内涵
- 二、城市休闲旅游的特点

第二节发展城市休闲旅游的必要性分析

- 一、实现社会和谐目标的需要
- 二、旅游市场发展的需要
- 三、形成经济新增长极的需要

第三节中国城市休闲旅游发展态势分析

- 一、客源市场大众化和多元化
- 二、国内旅游将成主流
- 三、家庭旅游是主要形式
- 四、目的地多为城市郊区和周边城市

第四节基于科学发展观的休闲旅游深度开发路径

- 一、准确定位客源市场
- 二、优化产品结构
- 三、实施品牌化经营
- 四、加强区域间旅游合作
- 五、重视环境保护

第五节城市休闲旅游开发中存在的问题

- 一、市场定位不明确
- 二、旅游功能定位单一
- 三、产品质量有待提升

第八章中国农村休闲旅游的发展现状及发展对策分析

第一节城市化进程给农村休闲旅游带来的契机

第二节中国农村休闲旅游发展的基本现状

一、中国的农村休闲旅游目前仍处于发展的初级阶段

二、中国的农村休闲旅游业朝着区位模式发展

三、中国休闲旅游呈现出多元化发展态势

第三节中国农村休闲旅游发展的对策分析

一、以宣传引导人们转变对休闲旅游的认识

二、摆正农村休闲旅游客源的市场定位

三、科学设计中国农村休闲旅游的结构

四、多元化发展农村休闲旅游产品的项目

五、注重城市郊区旅游资源开发

六、重视家庭化的休闲旅游在农村的开发建设

七、对环境的保护能促进旅游的可持续发展

第九章中国温泉休闲旅游行业运行走势深度探析

第一节中国温泉资源的基本情况和开发现状

第二节温泉休闲旅游产业安全健康发展的途径和措施

一、温泉休闲旅游产业基础理论的研究

二、温泉资源和产业安全健康的普查规划

三、加快温泉休闲旅游产业的法制建设和标准化建设

四、温泉休闲旅游产业的信息披露

五、对温泉休闲旅游产业开发商和经营者的职业道德教育

六、温泉休闲旅游业的服务队伍建设

七、重视和提高产品的辨识水平

第三节温泉休闲旅游发展主要问题分析

一、地质隐忧

二、底数不清

三、品质隐忧

四、卫生隐忧

五、规范缺失

六、信息不畅

第十章中国主要城市休闲旅游业发展态势解析——成都

第一节成都休闲旅游的背景

一、客观条件

二、主观条件

第二节成都休闲产业的现状

第三节成都休闲产业的问题及发展对策

一、成都目前的休闲产业缺少个性和创造性

二、成都的休闲产业缺乏城市品牌的支撑

三、成都休闲产业领域有待拓宽，亟须有关部门加以重视

第十一章中国主要城市休闲旅游业发展态势解析——威海

第一节威海休闲旅游业发展优势分析 (Strengthes)

一、丰富的旅游资源

二、适宜环境与气候条件

三、丰富的休闲娱乐项目

四、“小城市”优势

五、便利的交通设施

六、充分政策支持

第二节威海休闲旅游业发展劣势(Weaknesses)

一、旅游资源整体开发不够规范

二、消费结构比较单一

三、品牌策划、包装和促销的力度有待进一步加大

四、城市旅游配套设施特色不鲜明、功能不完善

五、缺乏具有带动作用的旅游龙头企业

六、内部消费工作有待加强

第三节威海休闲旅游业发展机会分析(opportunities)

一、“蓝色经济”上升为国家战略

二、烟台-威海组团

三、青烟威荣成铁路构造“一小时生活圈”

四、国家产业结构的调整

五、休闲度假旅游市场

第四节威海休闲旅游业发展威胁分析(threats)

第十二章中国主要城市休闲旅游业发展态势解析——巢湖

第一节巢湖地区休闲旅游产品需求分析

一、巢湖及周边地区经济、社会发展状况介绍

二、巢湖市大力推进文化旅游开发和环境保护

三、巢湖地区休闲旅游产品需求发展趋势

第二节巢湖地区休闲旅游发展策略分析

一、休闲旅游开发原则

二、增加休闲旅游产品供给的策略

三、休闲旅游产品差异化策略

第十三章中国主要城市休闲旅游业发展态势解析——其它地区

第一节杭州

第二节烟台

第三节芜湖

第四节池洲

第五节秦皇岛

第六节黄山

第七节合肥

第八节西宁

第十四章台州市农家乐休闲旅游市场发展规划分析

第一节台州市农家乐休闲旅游发展现状

第二节台州市农家乐休闲旅游动态研究

第三节台州市农家乐休闲旅游发展趋势观察预测

第十五章2018-2023年中国休闲旅游业的发展前景与趋势

第一节中国旅游业的发展前景及趋势

一、中国旅游业发展前景广阔

二、中国旅游业发展的趋势分析

三、中国旅游服务的文化趋势

第二节2018-2023年中国休闲旅游业发展前景预测分析

一、中国休闲旅游市场规模预测

二、中国休闲旅游业开发展前景

三、中国休闲旅游业发展战略分析

第三节2018-2023年中国休闲旅游业趋势观察预测分析

一、中国休闲旅游客户需求趋势

二、中国休闲旅游发展方向

报告图表摘要：

图表：中国旅游业总收入与国内生产总值一览

图表：旅游行业总收入逐年增长情况一览表

图表：中国不同星级酒店营收及客房数占比

图表：全国住宿和餐饮业零售额状况

图表：全国住宿和餐饮业零售额对比情况

图表：限额上、下住宿与餐饮企业经营对比情况

图表：餐饮业各月销售额及增长率示意图

图表：五种旅游交通工具的选用情况比较

图表：区域旅游交通需求预测流程图

图表：使用水平与影响之间关系

图表：中国入境旅游人数和旅游收入的世界排名

图表：16个主要客源国的入境旅游人数和增长情况

图表：边际社会收益、边际社会成本、边际私人收益曲线
(GYZJY)

图表详见正文

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，请放心查阅。

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/lyyou/295519295519.html>