

2018年中国乡村旅游行业分析报告- 市场深度调研与投资前景研究

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年中国乡村旅游行业分析报告-市场深度调研与投资前景研究》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/346463346463.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）乡村旅游的内涵与特征

当前，尽管我国乡村旅游发展迅速，但对其认知却不尽一致。国际上的定义和见解亦有所不同。

图：乡村旅游

资料来源：互联网 世界经济合作与发展委员会对乡村旅游的定义是：在乡村开展的旅游，田园风味是乡村旅游的中心和独特的卖点。在法国，这种与乡村紧密结合的旅游被称为“绿色旅游”“生态旅游”或“可持续性旅游”。

日本农林水产省称之为绿色旅游，则是指旅游者在拥有丰富的绿色农村地域，享受着当地的自然、文化，并和居民进行交流，进而过着悠闲的假期生活的停留型休闲活动 [7]。结合上述我国乡村旅游实践可以看出，乡村旅游是以农民为经营主体，以农民所拥有的土地、庭院、经济作物和地方资源为特色，以为游客服务为经营手段的农村家庭经营方式。据此，可以从资源、功能等角度将乡村旅游界定为，以农村区域的自然环境、田园风光、聚落建筑景观和乡村民俗文化等为旅游吸引物，以乡土观光、乡野休闲、乡俗体验、乡村度假为目的，依托农业生产、农村风貌、农民生活等载体，进行农业观光体验游和农村休闲度假游的新兴旅游开发方式。

乡村旅游的基本特征：一是以农业产业为基础，这是其存在的前提条件；二是以挖掘乡村文化为内核，如农耕节事、民俗风情、乡规民约、古村落景观等，这是体验农耕活动和乡村生活的根本；三是以乡村体验为动力，将农业生产、农耕文化和农家生活，通过制式化和仪式化等转换成旅游产品，让城市居民身临其境体验“乡愁”和“乡村记忆”，满足愉悦身心的需求；四是以创新乡村消费为目的，乡村旅游是实现城市与乡村之间互动的重要商业模式，可以在空间上把城市人和乡村人“融合”在一起，带动乡村社会经济的发展。

乡村旅游的本质在于其“乡村原真性”，主要表现为农业生产、农民乡村生活本真性。农业依然是乡村的基础产业，具有明显的地域差异和季节性变化，与自然环境与资源关系最密切。农民是乡村旅游发展的客体和主角，他们应该是乡村旅游的主要从业者、管理者、投资者和最主要的受益者，其在乡村旅游发展上的地位与功能，具有不可替代的作用。乡村作为旅游发展的重要资源或载体，是引发“乡愁”或者寻找“心灵归宿”的主要吸引物，“天地人和谐”是农业生产和农民安居生活的基本保障，其本真性主要依赖于民俗风情、自然风光和乡村美

景等乡村文化遗产与保护，因此，传统的人文与自然结构蕴含着最大的乡村旅游价值。

（二）乡村旅游开发的资源条件分析

乡村旅游资源是乡村旅游开发的物质基础。根据旅游资源的内涵并结合我国乡村旅游实践，乡村旅游资源可定义为能吸引旅游者前来进行旅游活动，并能产生经济、社会、生态等综合效益的农业与乡村景观客体，以及由乡村自然环境、物质和非物质要素共同组成的乡村地域文化复合体。乡村旅游资源从区域范围来看包括乡村范围内的全部旅游资源，从功能来看具有现代旅游活动的基本属性，从资源内容来看既包括有形的自然旅游资源和人文旅游资源，也包括无形的社会文化环境。

总体来讲，乡村旅游资源是由自然环境、物质载体、文化元素三部分构成。自然环境，包括乡村地貌、气候、水文、土壤等要素，在人类创造具有地方特色的乡村景观过程中，它们所起的作用各不相同。

地貌条件是乡村景观的基底和骨架，决定着乡村景观的空间格局，如江南水乡、山区梯田；气候条件则主要影响着动植物分布、民居类型等景观特色，如森林、农田、牧场、渔场等。物质载体指旅游者亲身观察体验的乡村具象事物，是乡村旅游的物质基础，如农作物、牲畜、聚落、服饰等有形的物质，形成了不同的乡村旅游资源类型，如观光农业、田园风光、休闲渔业、特色文化古镇、生态林区等。文化元素是乡村旅游的精髓和内核，是指那些不能被旅游者直接感知的无形部分，如乡村民俗风情、道德价值观念、农耕节事活动、民族习惯、宗教信仰等。

根据资源特点，乡村旅游资源可以分为四大类：一是乡村自然环境类。主要是指乡村山、林、水、田、路、宅等所依托的自然地域综合体的空间格局与景观特色，如山乡云海、梯田重叠、棉海稻浪、菜花飘香、阳光沙滩、林海雪原等。二是田园风光与农耕体验类。主要包括由农田、森林、草场、水域等构成的观光农业资源，以及参与农耕与劳作过程的体验活动，如春种秋收、瓜果采摘、石臼舂米、鱼鹰捕鱼等。三是乡村聚落景观类。包括乡村民居、宗祠以及其他特色建筑形式，尤其是历史悠久的古代民居与工程类建筑，如青藏高原的碉房、蒙古包、苗乡吊脚楼，黄土高原的窑洞、客家土楼、安徽黔县西递村的清代民居，纵贯苏北江淮之间的古邗沟、广西侗乡风雨桥等。四是乡村民俗文化类。我国民族众多，民情风俗和宗教信仰多种多样，其在生活方式上各有特色，有的能歌善舞，有的保留着传统的渔猎采集生活，如云南的傣乡、贵州的苗乡、广西的壮乡、湖南的瑶乡、海南的黎乡、西藏的藏乡等。我国乡村还保留着丰富的传统节日，如汉族春节、元宵节、清明节、端午节、中秋节、重阳节，藏族浴佛节、雪顿节，苗族“赶秋”，彝族火把节，壮族歌墟，傣族泼水节，伊

伊斯兰教古尔邦节，白族三月节，景洪族泼水节，贵阳苗族四月八，蒙古族的“那达慕”等，我国各地乡村还拥有丰富的乡土文化艺术，如舞龙灯、舞狮子、大秧歌、二人转、芦笙会等表演艺术，杨柳青年画、蜡染、刺绣、草编、竹编、木雕、石雕、泥人、面人等民间工艺品，阿诗玛、刘三姐、格萨尔王、阿凡提、江格尔等流传已久的民间史诗与神话传说。另外，我国乡村具有深厚的饮食文化，如《舌尖上的中国》所介绍的各地风味独特的美食。所有这些乡村民俗文化资源都具有很强的观赏性、参与性与体验性。

（三）乡村旅游开发的基础条件分析

乡村旅游开发除了具有旅游资源条件外，还应具备相应的基础条件。一是区位条件。主要是指空间分布条件，由于乡村旅游是为了满足城市居民休闲度假旅游需求的重要产品，大都市周边和城镇人口密集区是其重要的市场依托。二是旅游交通与信息通讯等基础设施条件。区际交通可达性和区内交通的便利性是乡村旅游发展的基础条件，而现代网络与移动通讯等设施是当代乡村旅游发展的重要技术支撑，如旅游网络营销、旅游信息传播、智慧旅游建设等。三是区域经济发展水平。包括经济规模、经济结构、特色产业等相关产业发展水平，这些都决定着乡村旅游的投资领域、投资规模、开发程度等，决定着其人、财、物的投入水平。四是政府政策。主要包括国家政策和地方政府规划、扶持补贴政策等，这些都有利于支持乡村旅游的发展，最大化地发挥其经济效益和社会效益。

（GYWWJP）

观研天下发布的《2018年中国乡村旅游行业分析报告-市场深度调研与投资前景研究》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。观研天下是国内知名的行业信息咨询机构，拥有资深的专家团队，多年来已经为上万家企业单位、咨询机构、金融机构、行业协会、个人投资者等提供了专业的行业分析报告，客户涵盖了华为、中国石油、中国电信、中国建筑、惠普、迪士尼等国内外行业领先企业，并得到了客户的广泛认可。

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。本研究报告采用的行业分析方法包括波特五力模型分析法、SWOT分析法、PEST分析法，对行业进行全面的内外部环境分析，同时通过资深分析师对目前国家经济形势的走势以及市场发展趋势和当前行业热点分析，预测行业未来的发展方向、新兴热点、市场空间、技术趋势以及未来发展战略等。

【报告大纲】

第一章 2016-2018年中国乡村旅游行业发展概述

第一节 乡村旅游行业发展情况概述

- 一、乡村旅游行业相关定义
- 二、乡村旅游行业基本情况介绍
- 三、乡村旅游行业发展特点分析

第二节 中国乡村旅游行业上下游产业链分析

- 一、产业链模型原理介绍
- 二、乡村旅游行业产业链条分析
- 三、中国乡村旅游行业产业链环节分析
 - 1、上游产业
 - 2、下游产业

第三节 中国乡村旅游行业生命周期分析

- 一、乡村旅游行业生命周期理论概述
- 二、乡村旅游行业所属的生命周期分析

第四节 乡村旅游行业经济指标分析

- 一、乡村旅游行业的赢利性分析
- 二、乡村旅游行业的经济周期分析
- 三、乡村旅游行业附加值的提升空间分析

第五节 中国乡村旅游行业进入壁垒分析

- 一、乡村旅游行业资金壁垒分析
- 二、乡村旅游行业技术壁垒分析
- 三、乡村旅游行业人才壁垒分析
- 四、乡村旅游行业品牌壁垒分析
- 五、乡村旅游行业其他壁垒分析

第二章 2016-2018年全球乡村旅游行业市场发展现状分析

第一节 全球乡村旅游行业发展历程回顾

第二节 全球乡村旅游行业市场区域分布情况

第三节 亚洲乡村旅游行业地区市场分析

一、亚洲乡村旅游行业市场现状分析

二、亚洲乡村旅游行业市场规模与市场需求分析

三、亚洲乡村旅游行业市场前景分析

第四节 北美乡村旅游行业地区市场分析

一、北美乡村旅游行业市场现状分析

二、北美乡村旅游行业市场规模与市场需求分析

三、北美乡村旅游行业市场前景分析

第五节 欧盟乡村旅游行业地区市场分析

一、欧盟乡村旅游行业市场现状分析

二、欧盟乡村旅游行业市场规模与市场需求分析

三、欧盟乡村旅游行业市场前景分析

第六节 2018-2024年世界乡村旅游行业分布走势预测

第七节 2018-2024年全球乡村旅游行业市场规模预测

第三章 中国乡村旅游产业发展环境分析

第一节 我国宏观经济环境分析

一、中国GDP增长情况分析

二、工业经济发展形势分析

三、社会固定资产投资分析

四、全社会消费品乡村旅游总额

五、城乡居民收入增长分析

六、居民消费价格变化分析

七、对外贸易发展形势分析

第二节 中国乡村旅游行业政策环境分析

一、行业监管体制现状

二、行业主要政策法规

第三节 中国乡村旅游产业社会环境发展分析

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

五、消费观念分析

第四章 中国乡村旅游行业运行情况

第一节 中国乡村旅游行业发展状况情况介绍

一、行业发展历程回顾

二、行业创新情况分析

三、行业发展特点分析

第二节 中国乡村旅游行业市场规模分析

第三节 中国乡村旅游行业供应情况分析

第四节 中国乡村旅游行业需求情况分析

第五节 中国乡村旅游行业供需平衡分析

第六节 中国乡村旅游行业发展趋势分析

第五章 中国乡村旅游所属行业运行数据监测

第一节 中国乡村旅游所属行业总体规模分析

一、企业数量结构分析

二、行业资产规模分析

第二节 中国乡村旅游所属行业产销与费用分析

一、流动资产

二、销售收入分析

三、负债分析

四、利润规模分析

五、产值分析

第三节 中国乡村旅游所属行业财务指标分析

一、行业盈利能力分析

二、行业偿债能力分析

三、行业营运能力分析

四、行业发展能力分析

第六章 2016-2018年中国乡村旅游市场格局分析

第一节 中国乡村旅游行业竞争现状分析

一、中国乡村旅游行业竞争情况分析

二、中国乡村旅游行业主要品牌分析

第二节 中国乡村旅游行业集中度分析

一、中国乡村旅游行业市场集中度分析

二、中国乡村旅游行业企业集中度分析

第三节 中国乡村旅游行业存在的问题

第四节 中国乡村旅游行业解决问题的策略分析

第五节 中国乡村旅游行业竞争力分析

一、生产要素

二、需求条件

三、支援与相关产业

四、企业战略、结构与竞争状态

五、政府的作用

第七章 2016-2018年中国乡村旅游行业需求特点与价格走势分析

第一节 中国乡村旅游行业消费特点

第二节 中国乡村旅游行业消费偏好分析

一、需求偏好

二、价格偏好

三、品牌偏好

四、其他偏好

第三节 乡村旅游行业成本分析

第四节 乡村旅游行业价格影响因素分析

一、供需因素

二、成本因素

三、渠道因素

四、其他因素

第五节 中国乡村旅游行业价格现状分析

第六节 中国乡村旅游行业平均价格走势预测

一、中国乡村旅游行业价格影响因素

二、中国乡村旅游行业平均价格走势预测

三、中国乡村旅游行业平均价格增速预测

第八章 2016-2018年中国乡村旅游行业区域市场现状分析

第一节 中国乡村旅游行业区域市场规模分布

第二节 中国华东地乡村旅游市场分析

一、华东地区概述

二、华东地区经济环境分析

三、华东地区乡村旅游市场规模分析

四、华东地区乡村旅游市场规模预测

第三节 华中地区市场分析

- 一、华中地区概述
- 二、华中地区经济环境分析
- 三、华中地区乡村旅游市场规模分析
- 四、华中地区乡村旅游市场规模预测

第四节 华南地区市场分析

- 一、华南地区概述
- 二、华南地区经济环境分析
- 三、华南地区乡村旅游市场规模分析

第九章 2016-2018年中国乡村旅游行业竞争情况

第一节 中国乡村旅游行业竞争结构分析（波特五力模型）

- 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 中国乡村旅游行业SWOT分析

- 一、行业优势分析
- 二、行业劣势分析
- 三、行业机会分析
- 四、行业威胁分析

第三节 中国乡村旅游行业竞争环境分析（PEST）

- 一、政策环境
- 二、经济环境
- 三、社会环境
- 四、技术环境

第十章 乡村旅游行业企业分析（随数据更新有调整）

第一节 企业

- 一、企业概况
- 二、主营产品
- 三、运营情况
 - 1、主要经济指标情况
 - 2、企业盈利能力分析

3、企业偿债能力分析

4、企业运营能力分析

5、企业成长能力分析

四、公司优劣势分析

第二节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

1、主要经济指标情况

2、企业盈利能力分析

3、企业偿债能力分析

4、企业运营能力分析

5、企业成长能力分析

四、公司优劣势分析

第三节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

1、主要经济指标情况

2、企业盈利能力分析

3、企业偿债能力分析

4、企业运营能力分析

5、企业成长能力分析

四、公司优劣势分析

第四节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

1、主要经济指标情况

2、企业盈利能力分析

3、企业偿债能力分析

4、企业运营能力分析

5、企业成长能力分析

四、公司优劣势分析

第五节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

1、主要经济指标情况

2、企业盈利能力分析

3、企业偿债能力分析

4、企业运营能力分析

5、企业成长能力分析

四、公司优劣势分析

第十一章 2018-2024年中国乡村旅游行业发展前景分析与预测

第一节 中国乡村旅游行业未来发展前景分析

一、乡村旅游行业国内投资环境分析

二、中国乡村旅游行业市场机会分析

三、中国乡村旅游行业投资增速预测

第二节 中国乡村旅游行业未来发展趋势预测

第三节 中国乡村旅游行业市场发展预测

一、中国乡村旅游行业市场规模预测

二、中国乡村旅游行业市场规模增速预测

三、中国乡村旅游行业产值规模预测

四、中国乡村旅游行业产值增速预测

五、中国乡村旅游行业供需情况预测

第四节 中国乡村旅游行业盈利走势预测

一、中国乡村旅游行业毛利润同比增速预测

二、中国乡村旅游行业利润总额同比增速预测

第十二章 2018-2024年中国乡村旅游行业投资风险与营销分析

第一节 乡村旅游行业投资风险分析

一、乡村旅游行业政策风险分析

二、乡村旅游行业技术风险分析

三、乡村旅游行业竞争风险

四、乡村旅游行业其他风险分析

第二节 乡村旅游行业企业经营发展分析及建议

一、乡村旅游行业经营模式

二、乡村旅游行业销售模式

三、乡村旅游行业创新方向

第三节 乡村旅游行业应对策略

- 一、把握国家投资的契机
- 二、竞争性战略联盟的实施
- 三、企业自身应对策略

第十三章 2018-2024年中国乡村旅游行业发展策略及投资建议

第一节 中国乡村旅游行业品牌战略分析

- 一、乡村旅游企业品牌的重要性
- 二、乡村旅游企业实施品牌战略的意义
- 三、乡村旅游企业品牌的现状分析
- 四、乡村旅游企业的品牌战略
- 五、乡村旅游品牌战略管理的策略

第二节 中国乡村旅游行业市场的关键客户战略实施

- 一、实施关键客户战略的必要性
- 二、合理确立关键客户
- 三、对关键客户的营销策略
- 四、强化关键客户的管理
- 五、实施关键客户战略要重点解决的问题

第三节 中国乡村旅游行业战略综合规划分析

- 一、战略综合规划
- 二、技术开发战略
- 三、业务组合战略
- 四、区域战略规划
- 五、产业战略规划
- 六、营销品牌战略
- 七、竞争战略规划

第十四章 2018-2024年中国乡村旅游行业发展策略及投资建议

第一节 中国乡村旅游行业产品策略分析

- 一、服务产品开发策略
- 二、市场细分策略
- 三、目标市场的选择

第二节 中国乡村旅游行业定价策略分析

第三节 中国乡村旅游行业营销渠道策略

一、乡村旅游行业渠道选择策略

二、乡村旅游行业营销策略

第四节中国乡村旅游行业价格策略

第五节 观研天下行业分析师投资建议

一、中国乡村旅游行业重点投资区域分析

二、中国乡村旅游行业重点投资产品分析

图表详见正文

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/lyou/346463346463.html>