

2018-2023年中国旅游产业市场现状规划调查与未来发展方向研究报告

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年中国旅游产业市场现状规划调查与未来发展方向研究报告》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/297134297134.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

我国旅游细分市场——周边短途游受益因素与消费者习惯分析

短途游、周边游有耗时少（1-3天）、车程短（4小时内）、费用低、任意/快速决策的特点，近几年市场占比呈现逐年提升的态势。

一、受益外部有利因素

目前节假日政策有利于周边游市场发展。2015年《进一步促进旅游投资和消费若干意见》倡导弹性工作制、2.5天小长假、落实年假等，提升时间充裕度。因此，据《2017中国旅游者意愿调查报告》，虽说黄金周出游依然最集中(10.8%在春节、十一两个7天长假)，但随年假制度落实，平时年假和周末出游成主流，分别占52.7%和19%。

中国在线周边游占在线度假游的份额

中国在线周边游用户年龄

自驾的兴起、高铁的通达极大激发出游热情。根据驴妈妈数据显示，1H16周边游人次是去年同期4倍；43%、31%游客分别选择自驾、高铁出游。

2017年自驾游、高铁游在周边游中占比高

资料来源：驴妈妈

同时，被高房价挤出的旅游消费部分从长线、出境游转移到此；移动互联网的兴起等其他外部因素均有利周边短途游市场发展。

二、休闲需求及出游频率双双提升

伴随人均GDP提升，旅游正从早先的观光型逐渐过渡到休闲型、度假型。一方面，是消费者自身已不满足于“走马观花”的游览，需求升级到更高级的深度体验；另一方面，是生活节奏加快和职场压力加大下，中青年人更需要放松、小憩。而旅游周边游正在成为同看电影、餐饮聚会同样重要的主流休闲方式，用户休闲需求呈现出爆发的趋势。

人均 GDP 提升促旅游向休闲度假升级

资料来源：公开资料整理

其中，陪伴家人、亲子活动成为主要目的。同时，由于短途周边游的时间控制在车程4小时内（携程统计距离在100-300km的出游最多），因此大城市周边“一站全包”的度假村最受欢迎。

周边游用户出行目的

资料来源：携程

短途自由行主要选择目的地

资料来源：携程

出游频率方面，有了假期的便利、交通的通达，出行次数也提升起来。2010-2015年，我国人均每年出行频次从1.6次到3.0次，2020年有望到4.5次，vs2015年美国7.6次，未来提升空间大。另，据2017年调查，出游频率在一月一次和两周一次的用户占比高于2016年。

2017 中国游客游览国内景区频率

资料来源：公开资料整理

我国旅游细分市场——亲子游持续高速增长

亲子游市场拥有广泛客户群体，且目标用户群体明确（父母决策，以孩子为中心）；注重出行便利度、安全性，带有一定的专业性、教育属性；越来越成为一种“必需、舍得花”的消费，盈利潜力充分。据携程2016年1-5月亲子跟团游数据，亲子游平均花费近5000元，约比一般成人出游多花1000元左右。

一、市场呈现高增长趋势

2015-2018年，中国在线亲子游市场交易规模将维持50%以上增速，2018年市场规模将接近500亿。另外，根据在线景区的出游调查，发现：旅游同行人员中，占比第一、二的分别是配偶和孩子，也旁证了亲子游的兴盛。携程2017五一数据也表述，带娃出游的订单占到了周边游总订单量的近五成，充分表明带孩子看世界是多数父母的心愿。另，亲子电视节目持续热播刺激亲子游市场。预计未来还会受益二胎红利。

2014-2018 中国在线亲子游市场交易规模

资料来源：公开资料整理

2017游客游览国内景区同行人员

资料来源：公开资料整理

二、小朋友不同年龄段产生的出游需求不同，受益领域也不同

据调查，家长对 0-3 岁儿童偏好当地玩乐（幼儿游乐场、博物馆、休闲古镇、特色小镇等），对4-12岁儿童倾向于主题公园，其次是山水景观和主题体验。2016年暑期亲子游Top5 是游乐园、风景区、演艺表演、动物园和海洋世界。

2016 暑假暑期亲子游热门产品

资料来源：公开资料整理

出境方面，驴妈妈数据显示，2016年出境亲子游出游人次相比去年增长近2倍，70%期望预算控制在2万以内。因此，旅游企业可以根据小朋友年龄段不同、家庭预算的不同，深挖其中受益最大的几个市场，比如出境研学、主题公园等。

中国报告网发布的报告书内容严谨、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

更多图表详见正文（GSLWK）

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/297134297134.html>