

2018年中国旅游地产市场分析报告- 行业深度调研与发展前景预测

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年中国旅游地产市场分析报告-行业深度调研与发展前景预测》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/fangdichang/340097340097.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

旅游地产是指其依托于周边丰富的旅游资源而建立起来的地产。随着人们生活质量的提高,旅游度假的活动方式已成为中国人休闲方式的主流。旅游地产作为旅游与房地产跨界结合的产物在中国发展得如火如荼。

图表：旅游地产

图表来源：公开资料整理

一、我国旅游地产发展现状

国内旅游地产发展经历了如下几个阶段：20 世纪 90 年代初为旅游地产萌芽阶段，以海南等沿海地区的分时度假模式为代表，房地产建设较多，出现空房现象，供过于求。其合理的利用方式就是将房地产转型为旅游物业，达到旅游和地产相结合的目的。21 世纪初期以来为国内旅游地产发展阶段，房地产业与旅游业均成为拉动我国内需的两个重要行业，将两个行业结合在一起其发展势头十足。住宅消费从需求性趋向于舒适性且旅游需求更为多元化，使得旅游地产也从单一的某一地区的旅游地产以及普通酒店、主题公园转为度假别墅、第二、第三居所等多元化并存的旅游地产。21 世纪初期到 2013 年为旅游地产高速发展阶段，旅游地产行业发展火热，涉足旅游地产的公司超过两百家，市场膨胀。2014 年至今为我国旅游地产转型发展阶段，不良旅游地产项目逐渐被市场淘汰，市场逐渐回归理性。

我国旅游地产经历了多年的发展逐渐形成了四种开发模式，包括度假房+旅游地产模式，例如万达开发的云南西双版纳国际度假区等；休闲 Mall 模式，例如万达名下的商场酒店电影院，使其形成一个独具吸引力的区域性休闲消费中心等；养生地产模式。例如养生 SPA 会所和养生度假村等；文化产业和地产结合，在文化旅游地产中，文化不再是营销的概念和手段，而是建筑精神和价值的核心。例如悦榕庄酒店、安缦酒店等。

现阶段，我国旅游地产快速发展，呈现出以下特征：

1) 国内旅游消费需求持续增加，旅游地产发展空间较大。人们生活水平不断提高，生活质量理念也有所提升，促进了旅游地产的发展以及购买需求。

2) 区域旅游地产发展差异大。从旅游地产市场角度来说，每个城市发展的水平不同。一线城市沿着地产路线发展，采取人造景区与景点等方式，配套住宅与酒店等的开发。二线城市沿着旅游路线，依托旅游资源，开展项目配置。

从当前旅游地产发展现状来说，市场竞争力不断提升，从品牌到服务等全方位竞争，推动着旅游地产朝向更为优质化的方向发展。近年来，国内旅游地产进入转型分化阶段，大量的不良旅游地产项目逐渐被淘汰，使得行业市场逐步回归理性，市场发展前景看好。不过旅游地产项目发展，还面临着诸多因素的限制，需要做好统筹规划，探索持续发展路径。

二、未来发展前景分析

1、旅游地产需求巨大

未来随着人们收入水平的提高，还有带薪假期和法定节假日增多，人们对于旅游地产

的认知和需求也大大增加。随着旅游行业的发展，旅游地产也随之水涨船高。多元化的旅游市场伴随着多样性的旅游地产。一方面国内旅游已经从小众市场向大众化转变，尤其是在国民收入逐年增高的情况下，无论多少天的节假日，人们都会安排好或近或远的行程。另一方面国外入境的游客数量也在逐年增长。所以未来旅游地产需要同时满足国内外游客的需求，但就现在的状况来看，每逢节假日，旅游地产都处于一个爆满的状态，供不应求。目前人们的旅游方式一般为观光旅游型，活动内容贫乏单一，随着人们生活内容的多样化，同样要求旅游内容的多样化，专题和特种形式的旅游日益增加，享受性和游乐性的旅游内容会大大增强。今后人们的旅游方式由观光型为主，发展到度假旅游，探险旅游，科学考察旅游，民俗旅游，生态旅游，体育旅游，保健康复旅游，文学旅游，美食家旅游等等百花齐放的局面。从未来发展角度来说，旅游地产项目要打造多元化产品。中国旅游的地产市场快速发展，呈现出多元化和综合化发展趋势。部分旅游地产已经逐渐转型，朝向主题式旅游地产项目发展，促进新型旅游模式发展，比如商务型和度假型，旅游地产的运作方式朝向多元化与综合化方向发展。

2、旅游地产竞争加剧

据《2016-2017年中国旅游地产发展数据报告》显示，到2016年年底，旅游地产项目总计8918个，从数量增速角度来说，略有下降，不过实际完成投资额增加，达到12997亿元，创造历史新高。在海南传说效应和重庆旅游地产爆发式增长现状来说，在市场高供应发展现状下，旅游地产竞争力不断提高，不良旅游地产项目将会逐渐被淘汰，未来旅游地产将更加细化。尤其是在以房地产开发与建设为主营业务的企业，例如万科、万达碧桂园、恒大等一批房地产投资商、开发商以及旅游企业，各路开发商均看好未来中国的旅游房地产市场，促使行业洗牌，市场开始分化。

3、开发商转变运营模式

现在，旅游地产不仅仅成为一种旅游产品进入市场，它也成为一种成功的多产业融合方式进入发展领域，并承载着一定的城市功能。在经济迅速发展的时代，开发商要通过时代经济的背景转变经营模式使其获得更大的市场空间和机会，使旅游地产价值更大化。然而，现阶段旅游地产有四大模式分别是：以依托自然资源为核心的发展模式、以产品提升文化景观为核心的发展模式、以陈述文化主题为核心的发展模式和以嫁接产业主题为核心的发展模式。通过优胜劣汰原则，在不久的将来还会衍生出不同的运营模式来应对供不应求的情况。

三、旅游地产发展策略

新时期下，旅游地产行业具有较大的发展空间，相关企业若想获得不错的发展机会，则需要积极改进。从旅游地产开发实践角度来说，旅游地产项目建设为系统工程，不仅包括规划定位与资源统筹，还包括产业整合和建设管理等，进而实现效益、大化。基于此，要注重项目前期导入，实现资源优化配置，深度挖掘旅游文化价值。现结合旅游地产发展现状，提出发展建议：

1、完善法规，加强旅游地产管理

可以说，旅游地产行业的发展，离不开政府的大力支持，旅游地产企业也需要加强管理力度。从发展的角度综合考虑，政府部门要统筹全局，从本地区文化特色和旅游资源情况出发，制定符合本地区发展的旅游地产发展策略。为规范旅游地产行业，对于旅游线路以及旅游区环境等，要提出相应的要求。加强对旅游地产企业的监督管理力度，在从业资格方面，做好严格把关，限制企业资格。对于从事旅游地产的人员，要严格按照审查标准，做好相关考察。除此之外，要发挥资源优势，做好企业引导工作，避免企业盲目开发。环境是旅游地产行业持续发展的重要保障，因此需要做好环境保护工作。政府部门在发挥职能作用时，要充分利用现有的各类资源，比如信息技术，做好旅游区环境监测工作，做好环境保护工作，避免造成环境问题。

2、优化资源配置

旅游资源是旅游地产发展的基础和前提，也是企业和核心竞争力的重要体现。从内容角度来说，旅游资源主要包括人文资源和生态资源。在消费资源前，需要做好自然资源评估工作，坚持开发和保护并重的原则，实现资源共享。节约土地资源，降低旅游地产开发成本，有序的进行开发。在开发的过程中，注重引导区域居民的参与，做好环境保护研究工作，不仅需要保护自然环境，还需要考虑到旅游地产开发规模与相关设施对自然环境的影响，制定生态修复以及保护计划。

3、精准定位发展模式

对于旅游地产企业或者旅游城市来说，在进行开发时，为实现长远发展，要精准定位发展模式。旅游地产为特殊的房地产行业，是以提供旅游度假服务为目的，依托旅游资源，开展的系列开发活动。旅游地产开发，和普通住宅地产与商业地产等不同。在进行开发时，要合理选择开发模式。

综上所述，开发旅游地产，需要做好市场调查工作，从消费者需求角度出发，结合自身的资源情况，开发具有文化特色、服务特色的旅游地产服务项目，为消费者提供相应的休闲度假服务，推动旅游地产的发展。

4、全盘策划，动态规划

从旅游地产发展现状来说，旅游地产开发的市场敏感性较弱，存在着严重的同质化问题。由于前期策划不完善，使得规划实施难度大。为更好的适应多元市场环境发展，开发旅游地产项目，要做好全盘策划，进行动态规划，有效协调政策和旅游地产开发的矛盾，处理好开发商和居民之间的矛盾问题，实现资源利用大化，保证公共利益分配的合理性与科学性。除此之外，要同城市整体发展相互协调，获得更多的发展机遇，实现共赢。落实到具体，则需要从规划设计层面，做好综合分析，包括竞争对手和发展阻碍因素等。

综上所述，当前旅游地产发展受到各类因素的阻碍，包括内部因素和外部因素。从发展前景角度来说，旅游消费的增长，使得旅游地产具有较大的发展空间。基于此，为推动旅游地产持续发展，需要做到全盘策划，动态规划，精准定位发展模式，实现资源利用大化。

观研天下发布的《2018年中国旅游地产市场分析报告-行业深度调研与发展前景预测》

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年中国旅游地产行业发展概述

第一节 旅游地产行业发展情况概述

- 一、旅游地产行业相关定义
- 二、旅游地产行业基本情况介绍
- 三、旅游地产行业发展特点分析

第二节 中国旅游地产行业上下游产业链分析

- 一、产业链模型原理介绍
- 二、旅游地产行业产业链条分析
- 三、中国旅游地产行业产业链环节分析
 - 1、上游产业
 - 2、下游产业

第三节 中国旅游地产行业生命周期分析

- 一、旅游地产行业生命周期理论概述

二、旅游地产行业所属的生命周期分析

第四节 旅游地产行业经济指标分析

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

第五节 国内旅游地产行业进入壁垒分析

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

第二章 2016-2018年全球旅游地产行业市场发展现状分析

第一节 全球旅游地产行业发展历程回顾

第二节 全球旅游地产行业市场区域分布情况

第三节 亚洲旅游地产行业地区市场分析

- 一、亚洲旅游地产行业市场现状分析
- 二、亚洲旅游地产行业市场规模与市场需求分析
- 三、亚洲旅游地产行业市场前景分析

第四节 北美旅游地产行业地区市场分析

- 一、北美旅游地产行业市场现状分析
- 二、北美旅游地产行业市场规模与市场需求分析
- 三、北美旅游地产行业市场前景分析

第五节 欧盟旅游地产行业地区市场分析

- 一、欧盟旅游地产行业市场现状分析
- 二、欧盟旅游地产行业市场规模与市场需求分析
- 三、欧盟旅游地产行业市场前景分析

第六节 2018-2024年世界旅游地产行业分布走势预测

第七节 2018-2024年全球旅游地产行业市场规模预测

第三章 中国旅游地产产业发展环境分析

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、全社会消费品旅游地产总额

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 中国旅游地产行业政策环境分析

一、行业监管体制现状

二、行业主要政策法规

第三节 中国旅游地产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 中国旅游地产行业运行情况

第一节 中国旅游地产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 中国旅游地产行业市场规模分析

第三节 中国旅游地产行业供应情况分析

第四节 中国旅游地产行业需求情况分析

第五节 中国旅游地产行业供需平衡分析

第六节 中国旅游地产行业发展趋势分析

第五章 中国旅游地产所属行业运行数据监测

第一节 中国旅游地产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 中国旅游地产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 中国旅游地产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年中国旅游地产市场格局分析

第一节 中国旅游地产行业竞争现状分析

- 一、中国旅游地产行业竞争情况分析
- 二、中国旅游地产行业主要品牌分析

第二节 中国旅游地产行业集中度分析

- 一、中国旅游地产行业市场集中度分析
- 二、中国旅游地产行业企业集中度分析

第三节 中国旅游地产行业存在的问题

第四节 中国旅游地产行业解决问题的策略分析

第五节 中国旅游地产行业竞争力分析

- 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年中国旅游地产行业需求特点与价格走势分析

第一节 中国旅游地产行业消费特点

第二节 中国旅游地产行业消费偏好分析

- 一、需求偏好
- 二、价格偏好
- 三、品牌偏好
- 四、其他偏好

第三节 旅游地产行业成本分析

第四节 旅游地产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 中国旅游地产行业价格现状分析

第六节 中国旅游地产行业平均价格走势预测

- 一、中国旅游地产行业价格影响因素
- 二、中国旅游地产行业平均价格走势预测
- 三、中国旅游地产行业平均价格增速预测

第八章 2016-2018年中国旅游地产行业区域市场现状分析

第一节 中国旅游地产行业区域市场规模分布

第二节 中国华东地旅游地产市场分析

- 一、华东地区概述
- 二、华东地区经济环境分析
- 三、华东地区旅游地产市场规模分析
- 四、华东地区旅游地产市场规模预测

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、华中地区旅游地产市场规模分析
- 四、华中地区旅游地产市场规模预测

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、华南地区旅游地产市场规模分析

第九章 2016-2018年中国旅游地产行业竞争情况

第一节 中国旅游地产行业竞争结构分析（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 中国旅游地产行业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 中国旅游地产行业竞争环境分析（PEST）

- 一、政策环境
- 二、经济环境
- 三、社会环境
- 四、技术环境

第十章 旅游地产行业企业分析（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年中国旅游地产行业发展前景分析与预测

第一节 中国旅游地产行业未来发展前景分析

一、旅游地产行业国内投资环境分析

二、中国旅游地产行业市场机会分析

三、中国旅游地产行业投资增速预测

第二节 中国旅游地产行业未来发展趋势预测

第三节 中国旅游地产行业市场发展预测

一、中国旅游地产行业市场规模预测

二、中国旅游地产行业市场规模增速预测

三、中国旅游地产行业产值规模预测

四、中国旅游地产行业产值增速预测

五、中国旅游地产行业供需情况预测

第四节 中国旅游地产行业盈利走势预测

- 一、中国旅游地产行业毛利润同比增速预测
- 二、中国旅游地产行业利润总额同比增速预测

第十二章 2018-2024年中国旅游地产行业投资风险与营销分析

第一节 旅游地产行业投资风险分析

- 一、旅游地产行业政策风险分析
- 二、旅游地产行业技术风险分析
- 三、旅游地产行业竞争风险分析
- 四、旅游地产行业其他风险分析

第二节 旅游地产行业企业经营发展分析及建议

- 一、旅游地产行业经营模式
- 二、旅游地产行业销售模式
- 三、旅游地产行业创新方向

第三节 旅游地产行业应对策略

- 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年中国旅游地产行业发展策略及投资建议

第一节 中国旅游地产行业品牌战略分析

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

第二节 中国旅游地产行业市场重点客户战略实施

- 一、实施重点客户战略的必要性
- 二、合理确立重点客户
- 三、对重点客户的营销策略
- 四、强化重点客户的管理
- 五、实施重点客户战略要重点解决的问题

第三节 中国旅游地产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年中国旅游地产行业发展策略及投资建议

第一节 中国旅游地产行业产品策略分析

- 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 中国旅游地产行业定价策略分析

第三节 中国旅游地产行业营销渠道策略

- 一、旅游地产行业渠道选择策略
- 二、旅游地产行业营销策略

第四节 中国旅游地产行业价格策略

第五节 观研天下行业分析师投资建议

- 一、中国旅游地产行业重点投资区域分析
- 二、中国旅游地产行业重点投资产品分析

图表详见正文（GYJPZQ）

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/fangdichang/340097340097.html>