

# 2021-2027年中国度假行业 分析与投资前景评估报告

## 报告目录及图表目录

北京迪索共研咨询有限公司

[www.cction.com](http://www.cction.com)

## 一、报告报价

《2021-2027年中国度假行业分析与投资前景评估报告》信息及时，资料详实，指导性强，具有独家，独到，独特的优势。旨在帮助客户掌握区域经济趋势，获得优质客户信息，准确、全面、迅速了解目前行业发展动向，从而提升工作效率和效果，是把握企业战略发展定位不可或缺的重要决策依据。

官方网站浏览地址：<http://www.cction.com/report/202109/237880.html>

报告价格：纸介版8000元 电子版8000元 纸介+电子8500元

北京迪索共研咨询有限公司

订购电话: 400-700-9228(免长话费) 010-69365838

海外报告销售: 010-69365838

Email: kefu@gonyn.com

联系人：李经理

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、说明、目录、图表目录

度假旅游是利用假日外出以度假和休闲为主要目的和内容的，进行令精神和身体放松的康体休闲方式。

中企顾问网发布的《2021-2027年中国度假行业分析与投资前景评估报告》共十六章。首先介绍了度假行业市场发展环境、度假整体运行态势等，接着分析了度假所属行业市场运行的现状，然后介绍了度假市场竞争格局。随后，报告对度假做了重点企业经营状况分析，最后分析了度假行业发展趋势与投资预测。您若想对度假产业有个系统的了解或者想投资度假行业，本报告是您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 全球度假行业发展分析

#### 第一节 发展历程

- 一、早期的度假是贵族的活动
- 二、中产阶级规模的扩大促进度假产业的发展
- 三、度假最先在欧美国家成为主导旅游产品
- 四、亚太经济的发展促使亚太地区度假的发展
- 五、度假内容逐渐趋向多样化发展

#### 第二节 2015-2019年全球度假市场分析

- 一、2019年全球度假市场回顾
- 二、2019年全球度假市场环境
- 三、2019年全球度假需求分析
- 四、2019年全球度假市场规模

#### 第三节 发展趋势

- 一、主题度假形式受到青睐
- 二、突出地方特色文化
- 三、追求康体保健功能
- 四、度假形式趋向多样化

- 五、度假游客大多以家庭为基本单元
- 六、旅游度假业向国际一体化进程发展

## 第二章 我国度假行业发展现状

### 第一节 市场需求分析

- 一、我国旅游业从简单的观光旅游转向休闲度假
- 二、我国度假业向大众化普及阶段发展
- 三、夫妇带未成年小孩式的家庭成为度假人群主流
- 四、自己驾车成为新的主流出行方式
- 五、中国居民度假频率相对较少
- 六、度假时间集中在节假日
- 七、度假消费能力分析

### 第二节 市场供给分析

- 一、我国度假产品的国际化程度
- 二、我国度假产品多为中高端定位
- 三、我国度假区中湖泊型度假区占有很大比重
- 四、湖泊型度假区主要集中在长江中下游地区
- 五、网络度假产品的出现
- 六、目前中国度假供给市场存在的多种问题

### 第三节 发展趋势

- 一、度假区市场定位更加理性
- 二、度假区功能将多元化
- 三、青年度假市场将成为一个新的开发市场
- 四、度假区的文化内涵将被提高
- 五、各度假区将会因地制宜，积极创新，突出自身的特色
- 六、适应人口老龄化趋势，度假区服务必须考虑老年人需求
- 七、产品服务创新、资源深层次开发是长期发展动力

## 第三章 中国旅游地产发展分析

### 第一节 旅游地产的发展现状分析

- 一、中国旅游地产业发展前景分析
- 二、旅游房地产的发展空间分析

- 三、创新旅游地产以度假的理念开发地产
- 四、我国旅游地产发展呈现的问题分析
- 五、旅游地产充分发展的“瓶颈”因素分析
- 六、旅游地产的发展趋势

## 第二节 旅游地产发展态势分析

- 一、中国旅游地产现状分析
- 二、旅游地产是房地产业发展战略的新定位
- 三、旅游地产进入快速发展阶段
- 四、中国旅游房地产迎来快速发展
- 五、城市旅游地产投资情况
- 六、中部旅游地产调查
- 七、2015-2019年旅游地产的机遇与挑战

## 第三节 多角度分析旅游房地产业发展机遇

- 一、从资本市场分析
- 二、从社会角度分析
- 三、从政策法规角度分析

## 第四章 度假产业细分市场分析

### 第一节 旅游度假市场

- 一、旅游度假市场的定义
- 二、旅游度假市场需求状况
- 三、旅游度假市场供给状况
- 四、2015-2019年市场发展分析
- 五、2015-2019年市场发展趋势

### 第二节 休闲度假市场

- 一、休闲度假市场的定义
- 二、休闲度假市场需求状况
- 三、休闲度假市场供给状况
- 四、2015-2019年市场发展分析
- 五、2015-2019年市场发展趋势

### 第三节 商务度假市场

- 一、商务度假市场的定义

- 二、商务度假市场需求状况
- 三、商务度假市场供给状况
- 四、2015-2019年市场发展分析
- 五、2015-2019年市场发展趋势

## 第五章 度假行业投资与发展前景分析

### 第一节 2019年度假行业投资情况分析

- 一、2019年度假行业总体投资结构
- 二、2019年度假行业投资规模情况
- 三、2019年度假行业投资增速情况
- 四、2019年度假分行业投资分析
- 五、2019年度假分地区投资分析

### 第二节 度假行业投资机会分析

- 一、度假投资项目分析
- 二、可以投资的度假模式
- 三、2019年度假投资机会
- 四、2019年度假细分行业投资机会
- 五、2019年度假投资新方向

### 第三节 度假行业发展前景分析

- 一、度假市场发展前景分析
- 二、我国度假市场蕴藏的商机
- 三、后危机时代度假市场的发展前景
- 四、2019年度假市场面临的发展商机
- 五、2015-2019年度假市场面临的发展商机

## 第六章 度假行业竞争格局分析

### 第一节 度假行业集中度分析

- 一、度假市场集中度分析
- 二、度假企业集中度分析
- 三、度假区域集中度分析

### 第二节 度假行业主要企业竞争力分析

- 一、重点企业资产总计对比分析

- 二、重点企业从业人员对比分析
- 三、重点企业全年营业收入对比分析
- 四、重点企业利润总额对比分析
- 五、重点企业综合竞争力对比分析

### 第三节 度假行业竞争格局分析

- 一、2019年度假行业竞争分析
- 二、2019年中外度假产品竞争分析
- 三、2015-2019年国内外度假竞争分析
- 四、2015-2019年我国度假市场竞争分析
- 五、2015-2019年我国度假市场集中度分析
- 六、2015-2019年国内主要度假企业动向

## 第七章 2015-2019年中国度假行业发展形势分析

### 第一节 度假行业发展概况

- 一、度假行业发展特点分析
- 二、度假行业投资现状分析
- 三、度假行业总产值分析
- 四、度假行业技术发展分析

### 第二节 2015-2019年度假行业市场情况分析

- 一、度假行业市场发展分析
- 二、度假市场存在的问题
- 三、度假市场规模分析

### 第三节 中国度假市场发展对策

- 一、发展中国度假市场的思路
- 二、中国度假市场发展策略分析
- 三、中国度假市场发展的新思路

## 第八章 中国度假所属行业整体运行指标分析

### 第一节 2015-2019年中国度假所属行业总体规模分析

- 一、企业数量结构分析
- 二、行业市场规模分析

### 第二节 2015-2019年中国度假所属行业财务指标总体分析

- 一、所属行业盈利能力分析
- 二、所属行业偿债能力分析
- 三、所属行业营运能力分析
- 四、所属行业发展能力分析

## 第九章 度假所属行业赢利水平分析

### 第一节 所属行业成本分析

- 一、2015-2019年度度假价格走势分析
- 二、2015-2019年度度假行业成本分析

### 第二节 所属行业盈利水平分析

- 一、2015-2019年度度假所属行业价格走势
- 二、2015-2019年度度假所属行业营业收入情况
- 三、2015-2019年度度假所属行业毛利率情况
- 四、2015-2019年度度假所属行业赢利能力
- 五、2015-2019年度度假所属行业赢利水平
- 六、2015-2019年度度假所属行业赢利预测

## 第十章 度假所属行业盈利能力分析

### 第一节 2015-2019年中国度假所属行业利润总额分析

- 一、利润总额分析
- 二、不同规模企业利润总额比较分析
- 三、不同所有制企业利润总额比较分析

### 第二节 2015-2019年中国度假所属行业销售利润率

- 一、销售利润率分析
- 二、不同规模企业销售利润率比较分析
- 三、不同所有制企业销售利润率比较分析

### 第三节 2015-2019年中国度假所属行业总资产利润率分析

- 一、总资产利润率分析
- 二、不同规模企业总资产利润率比较分析
- 三、不同所有制企业总资产利润率比较分析

## 第十一章 国内外度假区案例分析



## 第一节 赌城——拉斯维加斯

- 一、基本概况
- 二、企业经营状况
- 三、企业盈利能力
- 四、企业投资风险

## 第二节 东南亚度假岛屿

- 一、基本概况
- 二、企业经营状况
- 三、企业盈利能力
- 四、企业投资风险

## 第三节 国家级旅游度假区

- 一、基本概况
- 二、企业经营状况
- 三、企业盈利能力
- 四、企业投资风险

## 第四节 珠海御温泉度假村

- 一、基本概况
- 二、企业经营状况
- 三、企业盈利能力
- 四、企业投资风险

## 第五节 江苏茅山度假区

- 一、基本概况
- 二、企业经营状况
- 三、企业盈利能力
- 四、企业投资风险

## 第六节 深圳华侨城

- 一、基本概况
- 二、企业经营状况
- 三、企业盈利能力
- 四、企业投资风险

## 第七节 韦伯斯顿湖泊学识悠闲村

- 一、基本概况

二、企业经营状况

三、企业盈利能力

四、企业投资风险

## 第八节 上海泰国养生农庄

一、基本概况

二、企业经营状况

三、企业盈利能力

四、企业投资风险

## 第十二章 国内外度假区开发企业案例分析

### 第一节 地中海俱乐部

一、基本概况

二、企业经营状况

三、企业盈利能力

四、企业投资风险

### 第二节 美国拉斯维加斯金沙集团

一、基本概况

二、企业经营状况

三、企业盈利能力

四、企业投资风险

### 第三节 北京中安达度假服务有限公司

一、基本概况

二、企业经营状况

三、企业盈利能力

四、企业投资风险

### 第四节 杭州宋城集团

一、基本概况

二、企业经营状况

三、企业盈利能力

四、企业投资风险

## 第十三章 度假行业投资策略分析

## 第一节 行业发展特征

- 一、行业的周期性
- 二、行业的区域性
- 三、行业的上下游
- 四、行业经营模式

## 第二节 行业投资形势分析

- 一、行业发展格局
- 二、行业进入壁垒
- 三、行业SWOT分析
- 四、行业五力模型分析

## 第三节 度假行业投资效益分析

- 一、2019年度度假行业投资状况分析
- 二、2019年度度假行业投资效益分析
- 三、2015-2019年度度假行业投资方向
- 四、2015-2019年度度假行业投资建议

## 第四节 度假行业投资策略研究

- 一、2019年度度假行业投资策略
- 二、2019年度度假行业投资策略
- 三、2015-2019年度度假行业投资策略
- 四、2015-2019年度度假细分行业投资策略

## 第十四章 度假行业投资风险预警

### 第一节 影响度假行业发展的主要因素

- 一、2019年影响度假行业运行的有利因素
- 二、2019年影响度假行业运行的稳定因素
- 三、2019年影响度假行业运行的不利因素
- 四、2019年我国度假行业发展面临的挑战
- 五、2019年我国度假行业发展面临的机遇

### 第二节 度假行业投资风险预警

- 一、2015-2019年度度假行业市场风险预测
- 二、2015-2019年度度假行业政策风险预测
- 三、2015-2019年度度假行业经营风险预测

四、2015-2019年度假行业竞争风险预测

五、2015-2019年度假行业其他风险预测

## 第十五章 度假行业发展趋势分析

### 第一节 2015-2019年中国度假市场趋势分析

一、2015-2019年我国度假市场趋势总结

二、2015-2019年我国度假发展趋势分析

### 第二节 2015-2019年度假产品发展趋势分析

一、2015-2019年度假产品开发趋势分析

二、2015-2019年度假产品价格趋势分析

### 第三节 2015-2019年中国度假行业供需预测

一、2015-2019年中国度假供给预测

二、2015-2019年中国度假需求预测

三、2015-2019年中国度假价格预测

### 第四节 2015-2019年度假行业规划建议

一、度假行业“十三五”整体规划

二、度假行业“十三五”规划预测

三、2015-2019年度假行业规划建议

## 第十六章 度假企业管理策略建议

### 第一节 市场策略分析

一、度假价格策略分析

二、度假渠道策略分析

### 第二节 销售策略分析

一、媒介选择策略分析

二、产品定位策略分析

三、企业宣传策略分析

### 第三节 提高度假企业竞争力的策略

一、提高中国度假企业核心竞争力的对策

二、度假企业提升竞争力的主要方向

三、影响度假企业核心竞争力的因素及提升途径

四、提高度假企业竞争力的策略

#### 第四节 对我国度假品牌的战略思考

一、度假实施品牌战略的意义

二、度假企业品牌的现状分析

三、我国度假企业的品牌战略

四、度假品牌战略管理的策略

图表目录：

图表：度假产业链分析

图表：度假行业生命周期

图表：2015-2019年中国度假行业市场规模

图表：2015-2019年全球度假产业市场规模

图表：2015-2019年中国旅游产业发展规模

图表：2015-2019年中国入境旅游人数和旅游收入的世界排名

图表：人均GDP与旅游业态存在一定对应关系（旅游范围视角）

图表：2019年我国人均GDP预测

图表：中国旅行社规模与增长率变化表

图表：主要旅行社旅游接待情况

图表：旅行社规模、有组织接待人数及利润率

图表：旅行社市场份额变化表

图表：旅行社业收入与平均利润表

图表：旅行社规模、营业收入及利润率

图表：旅行社集中度与利润的相互作用

图表：2019年“十一”黄金周全国各省接待游客数量及收入

图表：2019年“十一”黄金周旅游行业创近年最好增速

图表：2019年“十一”黄金周一日游显著增加

图表：2015-2019年十一黄金周全国旅游总体情况

图表：2015-2019年上市公司相关景区十一期间接待游客情况

更多图表见正文.....

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202109/237880.html>