

2010-2015年度假行业发展 前景分析及投资风险预测报告

报告目录及图表目录

北京迪索共研咨询有限公司

www.cction.com

一、报告报价

《2010-2015年度假行业发展前景分析及投资风险预测报告》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/201007/43977.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

2009年中国旅游市场规模达20亿人次，旅游总收入达1.29万亿元人民币，旅游直接就业人数达1100万人，旅游业增加值占全国GDP的比重超过4%。但从总体来看，市场主体的低消费是这一时期的重要特征，当前市场需求呈现出以旅游观光为主、休闲度假逐步增长的态势。中国旅游业经过30多年的发展，在不断的经验摸索和国际经验学习中，快速成长起来，已经开始走上转型增效的成熟道路，在不断的实践创新和理论提升基础上实现与国际接轨，成功融入了世界休闲产业革命的发展大趋势之中。特别是进入21世纪以来，在休闲时代的引领下，中国开始进入旅游大发展的新时期，涌现了一批新的旅游产业模式和形态，更加推动了旅游与地方经济发展、社会和谐以及国际化进程，突显出旅游的广阔开发前景和巨大的发展潜力。目前出现的很多旅游新变化正是休闲旅游时代的具体表现，如投资主体的多元化，旅游产品的多样化，旅游线路的组合化，旅游服务的精细化，旅游目的地的差异化，旅游经营的标准化，景区营销的数字化，旅游经济的产业化等等。这些表现进一步催生着旅游新业态的不断涌现。随着人们收入水平的提高，可自由支配时间的增多，一个休闲时代正在来临。5+2的生活工作方式，三个黄金假期，不同程度的带薪休假，私家车的普及，高速公路网的建设，时尚的假日消费，人们的休闲需求不断膨胀，旅游作为休闲的一种方式，也在从单纯的观光向度假转变，结合了旅游休闲度假与房地产开发的旅游房地产正酝酿着新一轮旅游和地产经济的兴奋点，成为中国休闲市场和房地产市场消费的新时尚。休闲度假房地产主要是满足城市居民短期居住，作为置业者第二居所的可售物业，它以满足客户休闲、度假或部分商务活动需求为主要功能。

由于受到金融危机的影响，全球旅游业一度萎缩，经过了14个月连续下降后，2009年年底逐步出现了复苏的势头，达到了2%的增速，增长势头预计持续至2010年年底。2010年世界旅游市场将基本维持稳定，中国境外游市场将增长4%，美国将缩减5%，欧洲基本保持不变。亚洲旅游业将对提振世界旅游市场发挥至关重要的作用。旅游业占经济产出的比重虽然相对较少，但这却是消费支出意愿的一个重要信号。旅游支出作为大额非必需品消费，可看作经济进一步恢复的信号。在需求和全球经济的推动下，全球旅游业的回暖之势也将助力全球经济的复苏。旅游业的发展在增加就业、推动整体经济发展中具有重要的作用。2010-2020年，全球旅游经济预期年增长率可达到4.4%，在2020年可以提供3亿个工作岗位，占全球总工作职位的9.2%，产生的GDP相当于全球GDP的9.6%。从长远来看，旅游业通过创造就业机会、推动全球经济增长方面担当领头羊的角色。

2009年，我国旅游业总体保持较快增长，旅游总收入实现较大幅度增长。全年旅游总收入约为1.26万亿元，比上年增长9%。其中，国内旅游市场持续快速增长，入境旅游市场逐步恢

复，出境旅游市场平稳发展。同时，旅游投资规模大幅增长，企业经营业绩开始回升，旅游产业对经济社会带动作用进一步加强。随着整个世界经济形势趋向好转，中国的入境旅游人数将得以回升，尤其是包括欧美市场在内的远距离市场的复苏和部分公务/商务旅游的增长，有望使中国入境旅游市场停止下滑。国内旅游政策的调整、基础设施的改善和大型节事活动的举办将进一步促进国内旅游的快速发展。2010年旅游市场形势总体看好：国内旅游市场更加红火，出境旅游市场更加活跃，入境旅游市场增幅加大。2010年，中国的入境旅游连续下跌的状况可以扭转，并可望有较大幅度的提升，成为亚太地区新的亮点。

2009年12月，国务院出台关于加快发展旅游业的意见，明确提出要把旅游业培育成为国民经济的战略性支柱产业。目前，我国基本上以观光旅游为主，未来各地会在观光旅游的基础上打造休闲度假产业，从而使旅游更深度发展，产生更多的社会经济效益。这对中国的旅游产业是一个重大历史机遇，也是对国家的社会经济的发展提供了一个很好的发展方向。2010年，旅游业总体不会受到大的影响，总体会有一个上扬的趋势。2010年全国国内旅游人数的增长，将会出现比2008年、2009年更高的增长率，2010年全国国内旅游总花费的增长率不仅有望超过2009年的16.1%，甚至还可望超过2006年的17.9%，从而以20%左右或更高一些的增幅与2007年共处“十一五”时期的最高水平。展望2010及其随后的几年，中国国内旅游定将迎来它发展的第二阶段，其发展速度将重新迅猛起来。

本研究咨询报告在大量周密的市场调研基础上，主要依据了国家统计局、国家商务部、国家旅游局、国家发改委、国务院发展研究中心、中国房地产业协会、国际景区及主题公园协会、国内外相关刊物杂志的基础信息以及度假研究单位等公布和提供的大量资料，结合对度假相关企业的实地调查，对我国度假行业发展现状与前景、市场竞争格局与形势、赢利水平与企业发展、投资策略与风险预警、发展趋势与规划建议等进行深入研究，并重点分析了度假行业的前景与风险。报告揭示了度假市场潜在需求与潜在机会，为战略投资者选择恰当的投资时机和公司领导层做战略规划提供准确的市场情报信息及科学的决策依据，同时对银行信贷部门也具有极大的参考价值。

目录

CONTENTS

第一部分 发展现状与前景分析

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 2009-2010年全球度假市场分析

- 一、2009年全球度假市场回顾
- 二、2009年全球度假市场环境
- 三、2010年全球度假需求分析
- 四、2010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、青少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、2010-2015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、2009-2010年市场发展分析
- 五、2010-2015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、2009-2010年市场发展分析
- 五、2010-2015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、2009-2010年市场发展分析
- 五、2010-2015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 2009年度假行业投资情况分析

- 一、2009年度假行业总体投资结构
- 二、2009年度假行业投资规模情况
- 三、2009年度假行业投资增速情况
- 四、2009年度假分行业投资分析
- 五、2009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、2010年度假投资机会
- 四、2010年度假细分行业投资机会

五、2010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、2010年度假市场面临的发展商机
- 五、2010-2015年度假市场面临的发展商机

第二部分 市场竞争格局与形势

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、2009年度假行业竞争分析
- 二、2009年中外度假产品竞争分析
- 三、2009-2010年国内外度假竞争分析
- 四、2009-2010年我国度假市场竞争分析
- 五、2009-2010年我国度假市场集中度分析
- 六、2010-2015年国内主要度假企业动向

第七章 2010-2015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 2009-2010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

第三部分 赢利水平与企业分析

第八章 中国度假行业整体运行指标分析

第一节 2009-2010年中国度假行业总体规模分析

一、企业数量结构分析

二、行业市场规模分析

第二节 2009-2010年中国度假行业财务指标总体分析

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

第九章 度假行业赢利水平分析

第一节 成本分析

一、2009-2010年度假价格走势分析

二、2009-2010年度假行业成本分析

第二节 盈利水平分析

一、2009-2010年度假行业价格走势

二、2009-2010年度假行业营业收入情况

三、2009-2010年度假行业毛利率情况

四、2009-2010年度假行业赢利能力

五、2009-2010年度假行业赢利水平

六、2010-2015年度假行业赢利预测

第十章 度假行业盈利能力分析

第一节 2009-2010年中国度假行业利润总额分析

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 2009-2010年中国度假行业销售利润率

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 2009-2010年中国度假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、2009-2010年经营状况

三、2010-2015年盈利能力

四、2010-2015年投资风险

第二节 东南亚度假岛屿

一、基本概况

二、2009-2010年经营状况

三、2010-2015年盈利能力

四、2010-2015年投资风险

第三节 国家级旅游度假区

一、基本概况

二、2009-2010年经营状况

三、2010-2015年盈利能力

四、2010-2015年投资风险

第四节 珠海御温泉度假村

一、基本概况

二、2009-2010年经营状况

三、2010-2015年盈利能力

四、2010-2015年投资风险

第五节 江苏茅山度假区

一、基本概况

二、2009-2010年经营状况

三、2010-2015年盈利能力

四、2010-2015年投资风险

第六节 深圳华侨城

一、基本概况

二、2009-2010年经营状况

三、2010-2015年盈利能力

四、2010-2015年投资风险

第七节 韦伯斯顿湖泊学识悠闲村

一、基本概况

二、2009-2010年经营状况

三、2010-2015年盈利能力

四、2010-2015年投资风险

第八节 上海泰国养生农庄

一、基本概况

二、2009-2010年经营状况

三、2010-2015年盈利能力

四、2010-2015年投资风险

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、2009-2010年经营状况

三、2010-2015年盈利能力

四、2010-2015年投资风险

第二节 美国拉斯维加斯金沙集团

一、基本概况

二、2009-2010年经营状况

三、2010-2015年盈利能力

四、2010-2015年投资风险

第三节 北京中安达度假服务有限公司

一、基本概况

二、2009-2010年经营状况

三、2010-2015年盈利能力

四、2010-2015年投资风险

第四节 杭州宋城集团

一、基本概况

二、2009-2010年经营状况

三、2010-2015年盈利能力

四、2010-2015年投资风险

第四部分 投资策略与风险预警

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、2009年度度假行业投资状况分析

二、2009年度度假行业投资效益分析

三、2010-2015年度度假行业投资方向

四、2010-2015年度假行业投资建议

第四节 度假行业投资策略研究

一、2009年度假行业投资策略

二、2010年度假行业投资策略

三、2010-2015年度假行业投资策略

四、2010-2015年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、2010年影响度假行业运行的有利因素

二、2010年影响度假行业运行的稳定因素

三、2010年影响度假行业运行的不利因素

四、2010年我国度假行业发展面临的挑战

五、2010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、2010-2015年度假行业市场风险预测

二、2010-2015年度假行业政策风险预测

三、2010-2015年度假行业经营风险预测

四、2010-2015年度假行业竞争风险预测

五、2010-2015年度假行业其他风险预测

第五部分 发展趋势与规划建议

第十五章 度假行业发展趋势分析

第一节 2010-2015年中国度假市场趋势分析

一、2009-2010年我国度假市场趋势总结

二、2010-2015年我国度假发展趋势分析

第二节 2010-2015年度假产品发展趋势分析

一、2010-2015年度假产品开发趋势分析

二、2010-2015年度假产品价格趋势分析

第三节 2010-2015年中国度假行业供需预测

一、2008-2012年中国度假供给预测

二、2010-2015年中国度假需求预测

三、2010-2015年中国度假价格预测

第四节 2010-2015年度假行业规划建议

一、度假行业“十一五”整体规划

二、度假行业“十二五”规划预测

三、2010-2015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：2009-2010年中国度假行业市场规模

图表：2009-2010年全球度假产业市场规模

图表：1988-2009年中国旅游产业发展规模

图表：1988-2009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：2010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：2009年“十一”黄金周全国各省接待游客数量及收入

图表：2009年“十一”黄金周旅游行业创近年最好增速

图表：2009年“十一”黄金周一日游显著增加

图表：2005-2009年十一黄金周全国旅游总体情况

图表：2006-2009年上市公司相关景区十一期间接待游客情况

图表：2010年1月入境旅游接待收汇情况

图表：2010年1月来华旅游入境人数（按年龄、性别分）

图表：2010年1月入境旅游外国人人数（按目的分）

图表：2010年1月来华旅游入境人数（按入境方式分）

图表：2010年2月入境旅游接待收汇情况

图表：2010年2月来华旅游入境人数（按入境方式分）

图表：2010年2月来华旅游入境人数（年龄性别）

图表：2010年2月入境旅游外国人人数（目的）

图表：2010年3月入境旅游接待收汇情况

图表：2010年3月来华旅游入境人数（按入境方式分）

图表：2010年3月来华旅游入境人数（按年龄、性别分）

图表：2010年3月入境旅游外国人人数（按目的分）

图表：2010年4月入境旅游外国人人数（按目的分）

图表：2010年4月来华旅游入境人数（按年龄、性别分）

图表：2010年4月来华旅游入境人数（按入境方式分）

图表：2010年4月入境旅游接待收汇情况

图表：2010年5月入境旅游外国人人数(目的)

图表：2010年5月来华旅游入境人数(年龄性别)

图表：2010年5月来华旅游入境人数（按入境方式分）

图表：2010年5月入境旅游接待收汇情况

图表：2010年6月入境旅游外国人人数(目的)

图表：2010年6月来华旅游入境人数(年龄性别)

图表：2010年6月入境旅游接待收汇情况

图表：2004-2009年国内生产总值及其增长速度

图表：2004-2009年居民消费价格涨跌幅度

图表：2009年居民消费价格比上年涨跌幅度

图表：2004-2009年年末国家外汇储备 中国产业信息网发布的《2010-2015年度假日行业发展前景分析及投资风险预测报告》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研究分析。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，具有重要的参考价值！

图表：2004-2009年税收收入及其增长速度

图表：2004-2009年粮食产量及其增长速度

图表：2004-2009年工业增加值及其增长速度

图表：2009年主要工业产品产量及其增长速度

图表：2009年规模以上工业企业实现利润及其增长速度

图表：2004-2009年建筑业增加值及其增长速度

图表：2004-2009年固定资产投资及其增长速度

图表：2009年分行业城镇固定资产投资及其增长速度

图表：2009年固定资产投资新增主要生产能力

图表：2009年房地产开发和销售主要指标完成情况

图表：2004-2009年社会消费品零售总额及其增长速度

图表：2009年货物进出口总额及其增长速度

图表：2009年主要商品出口数量、金额及其增长速度

图表：2009年主要商品进口数量、金额及其增长速度

图表：2009年对主要国家和地区货物进出口额及其增长速度

图表：2004-2009年货物进出口总额及其增长速度

图表：2009年分行业外商直接投资及其增长速度

图表：2009年各种运输方式完成货物运输量及其增长速度

图表：2009年各种运输方式完成旅客运输量及其增长速度

图表：2004-2009年年末电话用户数

图表：2009年全部金融机构本外币存贷款及其增长速度

图表：2004-2009年城乡居民人民币储蓄存款余额及其增长速度

图表：2004-2009年年末各类教育招生人数

图表：2009年人口数及其构成

图表：2004-2009年农村居民村收入及其增长速度

图表：2004-2009年城镇居民可支配收入及其增长速度

图表：2009-2010年5月全国居民消费价格指数

图表：2009-2010年5月工业品出厂价格指数

详细请访问：<http://www.cction.com/report/201007/43977.html>