

2014-2019年中国旅游主题社区行业发展态势与商业模式研究报告

报告大纲

一、报告简介

智研咨询发布的《2014-2019年中国旅游主题社区行业发展态势与商业模式研究报告》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：<https://www.chyxx.com/research/201403/232111.html>

报告价格：电子版: 9800元 纸介版：9800元 电子和纸介版: 10000元

订购电话: 010-60343812、010-60343813、400-600-8596、400-700-9383

电子邮箱: sales@chyxx.com

联系人: 刘老师

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

2013年中国旅游业实现旅游总收入29475亿元，比上年增长14.0%。国内旅游市场方面，2013年，国内旅游人数32.62亿人次，比上年增长10.3%；国内旅游收入26276亿元，同比增长15.7%。

入境旅游市场方面，2013年，入境旅游人数12908万人次，比上年下降2.5%，其中，入境过夜游客人数5569万人次，同比下降3.5%，旅游外汇收入517亿美元，增长3.3%，

出境旅游市场方面，2013年，中国公民出境总人数9819万人次，比上年增长18.0%。其中，赴台人数292万人次，同比增长11.0%。中国旅游行业是战略性产业，产业规模不断扩大，2015年，中国旅游业总收入将达到3.4万亿元。旅游行业快速发展的同时，旅游市场不断分化变革。不同的市场需要不同的商业模式与之相适应，竞争的开放式使得行业服务趋于同质化，竞争的激烈性也使得行业现有商业模式的不断创新。

随着旅游行业竞争的不断加剧，大型旅游企业间并购整合与资本运作日趋频繁，优秀的旅游企业愈来愈重视对行业市场的研究，特别是对行业商业模式和客户需求趋势变化的深入研究。正因为如此，他们在行业中的品牌影响力迅速崛起，逐渐成为旅游行业中的翘楚！

产业信息网发布的《2014-2019年中国旅游主题社区行业发展态势与商业模式研究报告》共七章。本报告最大的特点就是前瞻性和适时性。报告通过对大量一手市场调研数据的前瞻性分析，深入而客观地剖析中国旅游行业的发展背景；并根据旅游行业的发展轨迹及多年的实践经验，对旅游行业的商业模式做出审慎分析。

本报告旨在帮助企业发现自身商业模式的优缺点，结合目前行业最新商业模式架构，完善或重构企业现有商业模式，满足产业市场未被满足的市场需求，开辟产业新蓝海，找到自己的核心竞争力和差异点，全面打造企业可持续的领先优势。

本报告将帮助旅游企业、投资企业准确了解旅游行业当前重点商业模式及其变化，及早发现旅游行业市场的空白点，机会点，增长点和盈利点.....，前瞻性地把握旅游行业未被满足的市场需求和趋势，形成企业良好的可持续发展优势，有效规避旅游行业投资风险，更有效率地巩固或者拓展相应的战略性目标市场，牢牢把握行业竞争的主动权。

报告目录：

第1章：旅游行业发展的背景与阶段

1.1 旅游行业发展现状

1.1.1 中国国内旅游市场发展现状

(1) 国内旅游人数

(2) 国内旅游收入

(3) 国内旅游人均花费

1.1.2 中国入境旅游市场发展现状

(1) 入境旅游接待人数

- (2) 入境旅游外汇收入
- (3) 入境旅游客源情况
- (4) 入境旅游过夜游客数
- 1.1.3 中国黄金周旅游市场发展现状
 - (1) “十一”黄金周旅游市场发展分析
 - (2) 春节黄金周旅游市场发展分析
- 1.2 旅游行业发展环境
 - 1.2.1 旅游行业政策环境分析
 - (1) 国家支持旅游业发展
 - (2) 国家支持西部地区旅游业发展
 - (3) 国家扩大内需政策推动旅游市场规模扩大
 - 1.2.2 旅游行业经济环境分析
 - (1) 国际经济环境分析
 - (2) 国内经济环境分析
 - (3) 宏观经济环境对旅游行业的影响
 - 1.2.3 旅游行业消费环境分析
 - (1) 居民消费价格指数
 - (2) 消费品零售市场分析
 - (3) 居民消费性支出分析
 - (4) 消费结构升级
 - 1.2.4 旅游行业社会环境分析
 - (1) 法定节假日和带薪假期实施
 - (2) 人口年龄结构
 - (3) 社会结构
- 第2章：旅游主题社区模式特征与分类
 - 2.1 旅游主题社区属性特征
 - 2.1.1 旅游主题社区属性
 - 2.1.2 旅游主题社区特征
 - 2.2 旅游主题社区模式分类
 - 2.2.1 自建型模式
 - 2.2.2 依托型模式
 - 2.2.3 伴生型模式
- 第3章：自建型旅游主题社区模式典型案例分析
 - 3.1 自建型旅游主题社区模式概述
 - 3.1.1 自建型旅游主题社区演变历程

3.1.2 自建型旅游主题社区发展模式

3.2 北京华侨城商业模式分析

3.2.1 北京华侨城简图

3.2.2 北京华侨城的发展商

3.2.3 北京华侨城经营情况

3.2.4 北京华侨城建设经验

3.3 西安曲江新区商业模式分析

3.3.1 西安曲江新区简图

3.3.2 西安曲江新区的发展商

3.3.3 西安曲江新区经营情况

3.3.4 西安曲江新区建设经验

3.4 三亚凤凰水城商业模式分析

3.4.1 三亚凤凰水城简图

3.4.2 三亚凤凰水城的发展商

3.4.3 三亚凤凰水城经营情况

3.4.4 三亚凤凰水城建设经验

第4章：依托型旅游主题社区模式典型案例分析

4.1 依托型旅游主题社区模式概述

4.2 广州南湖国家级旅游度假区生态社区商业模式分析

4.2.1 广州南湖国家级旅游度假区简图

4.2.2 广州南湖国家级旅游度假区经营情况

4.2.3 广州南湖国家级旅游度假区建设经验

第5章：伴生型旅游主题社区模式典型案例分析

5.1 伴生型旅游主题社区模式概述

5.2 广州祈福新村商业模式分析

5.2.1 广州祈福新村简图

5.2.2 广州祈福新村的发展商

5.2.3 广州祈福新村经营情况

5.2.4 广州祈福新村建设经验

5.3 平遥古城商业模式分析

5.3.1 平遥古城简图

5.3.2 平遥古城的发展商

5.3.3 平遥古城经营情况

5.3.4 平遥古城建设经验

5.4 丽江古城商业模式分析

5.4.1 丽江古城简图

5.4.2 丽江古城的发展商

5.4.3 丽江古城经营情况

5.4.4 丽江古城建设经验

5.5 北京高碑店国际民俗旅游文化村商业模式分析

5.5.1 北京高碑店国际民俗旅游文化村简图

5.5.2 北京高碑店国际民俗旅游文化村的发展商

5.5.3 北京高碑店国际民俗旅游文化村经营情况

5.5.4 北京高碑店国际民俗旅游文化村建设经验

第6章：中国企业旅游主题社区模式运作策略

6.1 旅游主题社区三种模式对比分析

6.1.1 自建型旅游主题社区

(1) 建设时序

(2) 位置环境

(3) 优劣势

(4) 发展前景

6.1.2 依托型旅游主题社区

(1) 建设时序

(2) 位置环境

(3) 优劣势

(4) 发展前景

6.1.3 伴生型旅游主题社区

(1) 建设时序

(2) 位置环境

(3) 优劣势

(4) 发展前景

6.2 中国企业旅游主题社区模式运作策略

6.2.1 社区发展布局策略

6.2.2 项目设计开发策略

6.2.3 社区生活环境策略

6.2.4 配套设施建设策略

6.2.5 社区文化品位策略

第7章：城郊型社区旅游开发模式分析

7.1 城郊型社区界定与分类

7.1.1 城郊型社区界定

7.1.2 城郊型社区分类

7.2 城郊型社区旅游开发成功模式分析

7.2.1 海南省琼海市博鳌镇南强村开发模式分析

(1) 社区概况

(2) 经营情况

(3) 成功经验

7.2.2 贵州省平坝县天龙镇天龙村开发模式分析

(1) 社区概况

(2) 经营情况

(3) 成功经验

7.2.3 四川省成都市郫县友爱镇农科村开发模式分析

(1) 社区概况

(2) 经营情况

(3) 成功经验

(4) 最新动向

7.2.4 河北省邢台县前南峪村开发模式分析

(1) 社区概况

(2) 经营情况

(3) 成功经验

7.3 城郊型社区旅游开发成功模式经验总结

7.3.1 投资模式总结

7.3.2 经营管理模式总结

7.3.3 旅游产品模式总结

7.4 不同类型下城郊型社区合适的旅游开发模式分析

7.4.1 旅游投资模式

7.4.2 经营管理模式

(1) 经营管理

(2) 市场定位

7.4.3 旅游产品体系

(1) 旅游开发方向

(2) 旅游产品策划

7.5 城郊型社区旅游开发模式实证研究——以武汉木兰旅游区为例

7.5.1 木兰旅游区及其典型社区概况

7.5.2 木兰典型社区旅游开发现状与适宜开发模式对比研究

7.5.3 木兰典型社区旅游开发建议

图表目录：

- 图表1：2005-2012年中国国内旅游人数及预测（单位：亿人次，%）
- 图表2：2006-2012年中国国内旅游收入（单位：亿元，%）
- 图表3：2006-2012年中国国内旅游人均花费及增长率（单位：元，%）
- 图表4：2012年中国入境旅游接待人数（单位：万人次，%）
- 图表5：2012年中国入境旅游接待人数（单位：万人次，%）
- 图表6：2012年中国入境旅游外汇收入（单位：亿美元，%）
- 图表7：2012年中国入境旅游外汇收入（单位：亿美元，%）
- 图表8：2012年中国入境旅游客源结构（单位：%）
- 图表9：2012年外国人入境旅游目的（单位：%）
- 图表10：2012年入境旅游外国人年龄结构（单位：%）
- 图表11：2012年入境旅游外国人性别结构（单位：%）
- 图表12：2012年中国入境旅游主要客源市场情况（单位：%）
- 图表13：2012年中国入境旅游过夜游客数（单位：万人次，%）
- 图表14：2012年中国入境旅游过夜游客数（单位：万人次，%）
- 图表15：2005-2012年“十一”黄金周旅游人数及增长率（单位：万人次，%）
- 图表16：2005-2012年“十一”黄金周旅游收入及增长率（单位：亿元，%）
- 图表17：2006-2012年春节黄金周旅游人数及增长率（单位：万人次，%）
- 图表18：2006-2012年春节黄金周旅游收入及增长率（单位：亿元，%）
- 图表19：各旅游区的规划及政策研究
- 图表20：2008-2012年全球主要经济体经济增长速度（单位：%）
- 图表21：2005-2012年各项全球PMI指数变动情况
- 图表22：2012年1-2季度欧盟经济增长速度（单位：%）
- 图表23：2012年1-2季度主要新兴市场经济体货币升、贬值情况（单位：%）
- 图表24：2010-2012年全球大宗商品价格和石油价格指数走势图
- 图表25：2010-2014年全球主要经济体经济增速及预测分析（单位：%）
- 图表26：2006-2012年中国国内生产总值及其增长速度（单位：亿元，%）
- 图表27：2011-2012年规模以上工业增加值增速走势及预测（单位：%）
- 图表28：2006-2012年中国全社会固定资产投资及增长情况（单位：亿元，%）
- 图表29：2011-2012年中国居民消费价格月度涨跌幅度（单位：%）
- 图表30：2012年中国居民消费价格比上年涨跌幅度（单位：%）
- 图表31：2006-2012年中国社会消费品零售总额及其增长情况（单位：亿元，%）
- 图表32：2012年中国人均消费性支出情况（单位：元，%）
- 图表33：2012年中国人均消费性支出结构（单位：%）
- 图表34：2012年中国法定节假日安排

图表35：2012年与2011年中国人口年龄结构表（单位：万人，%）

图表36：2012年与2011年中国人口年龄结构图（单位：%）

图表37：2006-2012年中国人口年龄结构变化趋势（单位：%）

图表38：中国目前“金字塔型”社会结构具体表现

图表39：自建型旅游主题社区形成的演变历程

图表40：自建型旅游主题社区发展模式简单示意图

图表41：北京华侨城旅游主题社区功能配套

图表42：北京华侨城旅游经营优劣势分析

图表43：西安曲江新区旅游经营优劣势分析

图表44：三亚凤凰水城旅游经营优劣势分析

图表45：广州南湖国家级旅游度假区旅游经营优劣势分析

图表46：广州祈福新村旅游经营优势分析

图表47：平遥古城旅游经营优劣势分析

图表48：丽江古城旅游经营优劣势分析

图表49：北京高碑店国际民俗旅游文化村旅游经营优劣势分析

图表50：自建型旅游主题社区优劣势分析

图表51：依托型旅游主题社区优劣势分析

图表52：伴生型旅游主题社区优劣势分析

图表53：旅游资源的价值分类研究

图表54：旅游资源条件评价模型（单位：份分，%）

图表55：城郊型社区分类标准

图表56：海南省琼海市博鳌镇南强村旅游经营优劣势分析

图表57：贵州省平坝县天龙镇天龙村旅游经营优劣势分析

图表58：四川省成都市郫县友爱镇农科村旅游经营优劣势分析

图表59：河北省邢台县前南峪村旅游经营优劣势分析

图表60：城郊型社区旅游开发成功模式总结（投资模式）

图表61：城郊型社区旅游开发成功模式总结（经营管理模式）

图表62：城郊型社区旅游开发成功模式总结（旅游产品模式）

图表63：我国社区旅游开发的投资模式分析

图表64：不同类型城郊型社区资金来源和结构表

图表65：自然风光型社区适宜的经营管理模式分析

图表66：民俗文化型社区适宜的经营管理模式分析

图表67：古遗迹型社区适宜的经营管理模式分析

图表68：科技农业型社区适宜的经营管理模式分析

图表69：自然风光城郊型社区市场定位分析

图表70：民俗文化城郊型社区市场定位分析

图表71：古遗迹城郊型社区市场定位分析

图表72：科技农业城郊型社区市场定位分析

图表73：不同类型城郊型社区的开发方向

图表74：游憩机会分类指标图

图表75：城郊型社区游憩机会谱系

图表76：原始郊野区域社区旅游产品策划建议

图表77：半原始郊野区域社区旅游产品策划建议

图表78：通道路的自然区域社区旅游产品策划建议

图表79：乡村化区域社区旅游产品策划建议

图表80：城市化区域社区旅游产品策划建议

图表81：木兰生态旅游区典型社区——刘家山村基本情况

图表82：木兰生态旅游区典型社区——大余湾基本情况

图表83：木兰生态旅游区典型社区——官田村基本情况

图表84：木兰生态旅游区典型社区类型

图表85：刘家山村社区旅游开发现状与适宜的模式研究

图表86：大余湾社区旅游开发现状与适宜的模式研究

图表87：官田村社区旅游开发现状与适宜的模式研究

图表88：刘家山村社区旅游开发建议

图表89：大余湾社区旅游开发建议

图表90：官田村社区旅游开发建议

详细请访问：<https://www.chyxx.com/research/201403/232111.html>