

2026-2032年中国周边游行业市场竞争态势及未来 前景研判报告

报告大纲

一、报告简介

智研咨询发布的《2026-2032年中国周边游行业市场竞争态势及未来前景研判报告》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/1250487.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: 400-600-8596、010-60343812、010-60343813

电子邮箱: kefu@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

智研咨询发布的《2026-2032年中国周边游行业市场竞争态势及未来前景研判报告》共十三章。首先介绍了周边游行业市场发展环境、周边游整体运行态势等，接着分析了周边游行业市场运行的现状，然后介绍了周边游市场竞争格局。随后，报告对周边游做了重点企业经营状况分析，最后分析了周边游行业发展趋势与投资预测。您若想对周边游产业有个系统的了解或者想投资周边游行业，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家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：

第一部分 周边游行业发展分析

第一章 周边游行业概述

第一节 周边游的定义

第二节 周边游业相关概述

一、周边游的观念

二、周边游的特征

三、周边游时间与周边游目的地

四、周边游兴起的原因剖析

五、周边游与传统旅游的比较

第三节 我国周边游业的政策环境

一、旅游市场监管环境分析

二、周边游相关政策分析

第二章 世界周边游行业发展分析

第一节 世界周边游业发展情况分析

一、世界周边游发展现状调研

二、世界周边游的市场发展状况分析

三、国外周边游发展经验借鉴

第二节 世界各地和国家周边游市场发展状况分析

一、日本周边游发展情况分析

二、美国周边游发展情况分析

三、欧洲周边游发展情况分析

第三章 中国周边游行业发展分析

第一节 中国周边游概况

- 一、中国周边游发展的特点
- 二、“宅酒店”的需求不断提升
- 三、特定主题的需求纷纷出现
- 四、户外体验需求不断攀升
- 五、主题活动受到市场欢迎

第二节 我国周边游数据分析

- 一、周边游旅游人次分析
- 二、周边游旅游总收入分析
- 三、在线周边游旅游总收入分析

第三节 我国周边游在线市场发展分析

- 一、我国在线周边旅游市场存在的问题
- 二、推动我国在线周边旅游发展的措施

第二部分 周边游细分及区域市场分析

第四章 细分市场发展分析

第一节 乡村旅游市场发展分析

- 一、世界乡村旅游发展现状调研
- 二、我国乡村旅游产业组织模式探讨
 - 1、分散、自主经营模式
 - 2、“公司+业户”模式
 - 3、“社区+公司+业户”模式
 - 4、整体租赁模式
 - 5、“村办企业开发”模式
 - 6、其他的乡村旅游经营模式
- 三、我国乡村旅游开发的原则分析
- 四、我国乡村旅游开发中的问题分析
- 五、我国乡村旅游发展的对策分析

第二节 户外露营市场发展分析

- 一、消费能力提高助推户外露营发展
- 二、露营市场飞速发展，规模不断扩张
- 三、户外露营装备的选择分析

四、露营市场尚需进一步加强监管

五、户外露营市场发展趋势预测

第三节 生态旅游市场发展分析

一、生态旅游的兴起

二、我国生态旅游市场发展分析

1、我国生态旅游的发展现状调研

2、我国生态旅游的发展前景

三、中国特色的生态旅游之路的探索

四、生态旅游存在的问题与建议分析

1、生态旅游发展存在的问题

2、生态旅游发展的建议

第四节 工业旅游市场发展分析

一、世界工业旅游的发展情况分析

1、法国

2、英国

3、荷兰

4、澳大利亚

5、美国

6、德国

二、工业旅游发展的由来分析

三、我国工业旅游的发展现状调研

四、工业旅游的九大问题

五、对发展工业旅游的几点思考

第五节 红色旅游市场发展分析

一、红色旅游产品开发原则

二、红色旅游资源开发存在的问题

三、我国红色旅游的发展特点

四、我国红色旅游发展趋势预测分析

五、红色旅游发展建议

第五章 区域市场分析

第一节 上海周边游市场发展分析

一、上海市旅游业持续复苏

二、上海强化城市全域旅游功能

三、上海乡村旅游蓬勃发展

第二节 杭州周边游市场发展分析

- 一、杭州农文旅融合发展实践不断
- 二、户外露营成为热门度假休闲产品
- 三、杭州打造“江南味”乡村旅游产品

第三节 成都周边游市场发展分析

- 一、成都加快旅游度假产业发展
- 二、加快探索乡村旅游发展新模式
- 三、成都大力扶持民宿产业发展

第四节 北京周边游市场发展分析

- 一、北京市周边游扶持政策
- 二、北京市民宿产业发展分析
- 三、北京市周边游发展特征分析
- 四、北京市乡村旅游发展分析
- 五、文化旅游融合深度发展

第三部分 周边游行业竞争格局分析

第六章 周边游行业竞争分析

第一节 中国周边游市场地位分析

- 一、周边游旅游人次占比分析
- 二、周边游旅游总收入占比分析

第二节 中国旅游市场竞争概况

一、旅游市场进入壁垒分析

- 1、旅游资源壁垒
- 2、经营准入壁垒
- 3、项目建设审批壁垒
- 4、资金壁垒
- 5、运营管理壁垒

二、中国旅游市场竞争分析

三、旅游市场发展特点分析

- 1、周期性
- 2、区域性
- 3、季节性

第三节 中国周边游的竞争战略

第七章 优势企业分析

第一节 中青旅控股股份有限公司

- 一、企业概况
- 二、企业优势分析
- 三、产品/服务特色
- 四、公司经营状况
- 五、公司发展规划

第二节 深圳华侨城股份有限公司

- 一、企业概况
- 二、企业优势分析
- 三、产品/服务特色
- 四、公司经营状况
- 五、公司发展规划

第三节 云南旅游股份有限公司

- 一、企业概况
- 二、企业优势分析
- 三、产品/服务特色
- 四、公司经营状况
- 五、公司发展规划

第四节 湖北三峡旅游集团股份有限公司

- 一、企业概况
- 二、企业优势分析
- 三、产品/服务特色
- 四、公司经营状况
- 五、公司发展规划

第五节 桂林旅游股份有限公司

- 一、企业概况
- 二、企业优势分析
- 三、产品/服务特色
- 四、公司经营状况
- 五、公司发展规划

第六节 峨眉山旅游股份有限公司

- 一、企业概况
- 二、企业优势分析
- 三、产品/服务特色
- 四、公司经营状况

五、公司发展规划

第七节 黄山旅游发展股份有限公司

- 一、企业概况
- 二、企业优势分析
- 三、产品/服务特色
- 四、公司经营状况
- 五、公司发展规划

第八节 丽江玉龙旅游股份有限公司

- 一、企业概况
- 二、企业优势分析
- 三、产品/服务特色
- 四、公司经营状况
- 五、公司发展规划

第九节 西安旅游股份有限公司

- 一、企业概况
- 二、企业优势分析
- 三、产品/服务特色
- 四、公司经营状况
- 五、公司发展规划

第四部分 周边游行业发展环境分析

第八章 2026-2032年周边游行业发展环境分析

第一节 国际宏观经济环境分析

- 一、全球经济运行概况
- 二、全球经济形势预测分析
- 三、全球经济风险分析
- 四、全球贸易形势分析

第二节 中国宏观经济环境分析

- 一、中国GDP增长情况分析
- 二、中国工业经济发展分析
- 三、中国固定资产投资分析
- 四、中国经济存在问题分析
- 五、中国经济发展预测分析

第三节 中国宏观社会环境分析

- 一、人口环境分析

- 二、城乡居民家庭收入
- 三、社会消费品零售总额

第九章 2022-2025年产业链发展分析及其影响

第一节 上游产业链的构建与整合

- 一、周边游产业链内涵
- 二、产业链体系的构建
- 三、产业链整合对策

第二节 中国周边游产业链存在的问题及发展对策探析

- 一、产业链存在的问题
- 二、构建周边游产业链的途径

第五部分 周边游行业发展趋势与战略探讨

第十章 2025年周边游行业发展趋势预测分析

第一节 世界周边游业发展趋势预测

- 一、2025年全球旅游市场发展
- 二、全球旅游市场继续分化趋势预测分析
- 三、休闲度假旅游成为发展趋势预测分析

第二节 中国周边游市场趋势预测分析

- 一、本地游周边游需求旺盛
- 二、品质化个性化多样化发展
- 三、周边游发展前景预测

第十一章 2022-2025年行业发展战略探讨

第一节 我国乡村旅游发展策略

- 一、乡村旅游在乡村振兴中的战略意义
- 二、乡村振兴背景下发展乡村旅游的新思路
- 三、基于发展新思路的乡村旅游创新发展方向

第二节 发展民宿产业的对策与建议

- 一、回归民宿产业初心，构筑特色民宿环境
- 二、努力发掘新兴需求，高度围绕住客服务
- 三、紧密依托区位优势，把握国家发展布局
- 四、坚持特色为先，努力构建异质化民宿产品体系
- 五、坚持人性为本，努力满足住客多元化产品需求
- 六、坚持体验为主，努力提升民宿服务层次化体验

七、坚持“三全”服务，着力做好售后服务

八、坚持“全域”营销，高站位把握市场动向

第三节 我国自驾旅游的开发策略

一、政府层面

二、组织经营者层面

三、消费者层面

第四节 我国旅行社创新发展的策略分析

一、旅行社在竞争发展中存在的问题

二、旅行社经营的创新对策

第五节 我国周边游转型与升级分析

一、把周边游打造成新的增长极恰逢其时

二、要打造适合周边游的旅游线路

三、要实现从观光游向休闲游转型

四、要对周边游有一个整体设计

第六部分 周边游行业投资评估及策略探讨

第十二章 2026-2032年周边游行业风险评估

一、宏观经济波动风险

二、行业政策变动风险

三、经营业绩季节性波动的风险

四、安全事故风险

五、服务质量控制风险

六、环保风险

七、经营规模扩大带来的管理风险

八、业务资质被取消或不能续期的风险调

第十三章 2026-2032年周边游业投资战略探讨

第一节 我国周边游业投资存在的误区及建议

一、我国周边游投资存在的误区

二、纠正当前我国周边游投资误区的对策建议

第二节 我国周边游业市场前景预测

一、周边游市场发展热点分析

二、微度假成为人们的重要选择

三、非标住宿产品受到市场追捧

四、周边跟团受到市场欢迎

详细请访问：<https://www.chyxx.com/research/1250487.html>