

2020-2026年中国周边游行业市场发展规划及投资 前景趋势报告

报告大纲

一、报告简介

智研咨询发布的《2020-2026年中国周边游行业市场发展规模及投资前景趋势报告》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/201910/798126.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

周边游，也可称为短途旅游，一定意义上可概括为是以大城市或省会城市为中心，出发当日能够到达访问地，覆盖其周边及邻近省份城市的旅游市场，行程主要以1-3天为主，周六日为主要时间点。

智研咨询发布的《2020-2026年中国周边游行业市场发展规模及投资前景趋势报告》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1章 周边游行业概述

第一节 周边游的定义论述

一、周边游的定义

二、现代周边游业定义

(1) 定义周边游的三要素

(2) 对出游的目的定义

(3) 对旅行距离的定义

(4) 对逗留时间的定义

(5) 其他方面

三、国际组织关于周边游的定义

(1) 1937年，第一次定义国际周边游者

(2) 世界周边游组织的定义

四、对国内周边游者的定义

五、关于定义的采纳效果

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地的选择

四、周边游业发展的阶段性与转型

五、体验周边游同观光周边游的比较

节 我国周边游业的政策环境

一、我国假日周边游市场监管情况

二、我国国家、省、地市三级周边游质监体系情况

三、我国高尔夫周边游服务法规情况

四、云南面向全国发行周边游护照情况

五、对周边游业发展政策取向的思考

第2章 世界周边游行业发展分析

第一节 世界周边游业发展状况

一、世界周边游业发展现状

二、2019年世界周边游业的市场发展情况

三、世界周边游业发展必须实现智能化

第二节 世界各地和国家周边游市场发展情况

一、2019年亚太地区周边游发展情况

二、2019年非洲周边游业发展情况分析

三、2019年法国周边游业发展情况分析

四、2019年美国周边游业发展情况分析

五、2019年巴西周边游业发展的新动态

六、2019年澳大利亚周边游业推出周边游振兴计划

七、2019年欧洲周边游业发展情况分析

八、2019年东南亚周边游业发展情况分析

第3章 中国周边游行业发展分析

第一节 中国周边游业概况

一、中国周边游业发展的特点

二、中国周边游业进入快速发展时期

三、周边游业与环境的发展关系

1、环境与周边游活动息息相关

2、周边游对环境有积极和消极的影响

四、周边游环境承载力研究分析

1、周边游环境承载力面临的问题

2、周边游环境承载力脆弱的原因

3、提高周边游环境承载力的途径

五、中国周边游业转型与产业政策选择分析

六、中国入境周边游的产业发展地位分析

- 1、从国民经济角度看入境周边游的产业地位
- 2、从周边游业角度看入境周边游的产业地位
- 第二节 2015-2019年我国周边游业数据分析
 - 一、2019年主要客源市场情况
 - 二、2019年我国入境游情况
 - 三、2019年我国主要城市入境周边游接待情况
- 第三节 2020-2026年中国周边游业发展分析
 - 一、2019年中国周边游业发展状况
 - 二、2019年中国周边游业发展展望
- 第四节 我国周边游业发展的问题
 - 一、景区的组织类型设计与企业改制问题
 - 二、周边游集团的组建及其结构安排问题
 - 三、“软实力”产业与企业功能创新问题
 - 四、产业链与价值链的拓展问题
 - 五、区域内的联合与分工以及改善产业生态问题
 - 六、政府主导范围的设定和能力的增强问题
 - 七、中国周边游业的竞争弊端问题
 - 1、引起物价上涨，损伤居民利益
 - 2、破坏产业结构，危害经济发展
 - 八、我国周边游市场的导游问题
 - 九、中国周边游业面临后劲不足难题
 - 十、中国周边游业或面临投资过热问题
- 第五节 我国的海洋周边游文化资源及其开发情况
 - 一、我国海洋周边游文化资源的类别与形态
 - (一) 我国有形的海洋周边游文化资源及其形态
 - (二) 我国无形的海洋周边游文化资源及其形态
 - 二、开发我国海洋周边游文化资源的现实意义
 - 三、我国海洋周边游文化产品体系的建构
- 第六节 我国周边游业信息化的发展情况分析
 - 一、我国周边游业信息化的发展现状
 - (一) 萌芽阶段
 - (二) 发展阶段
 - (三) 全面建设阶段
 - 二、传统周边游商业模式遭遇信息服务瓶颈
 - 三、现代周边游业发展依赖信息网络

四、打造周边游强国离不开信息化支撑

五、信息化激发周边游业新活力

第七节 我国周边游电子商务市场发展分析

一、我国周边游电子商务市场存在的问题

- (一) 周边游商务网站太少，周边游电子商务总体发展水平偏低
- (二) 交易安全性仍然是影响周边游电子商务发展的主要因素
- (三) 周边游网站服务项目单一，不能满足个性化周边游的需求

二、推动我国周边游电子商务发展的措施，

- (一) 政府积极扶持，搭建周边游电子商务平台
- (二) 传统周边游企业转变观念，实现资源整合，开展个性化服务
- (三) 周边游企业加强与有关各方的协调与沟通
- (四) 努力提高员工的素质，培养复合型人才

第八节 周边游传媒与周边游市场营销分析

一、周边游企业要重视通过媒体进行品牌传播

二、品牌传播要选择主流媒体

三、品牌传播要注重事件营销

第二部分 周边游细分及区域市场分析

第4章 细分市场发展分析

第一节 乡村周边游业市场发展分析

一、世界乡村周边游发展现状

二、北美乡村周边游发展特点及对我国的启示

1、北美地区开展乡村周边游的特点

2、对我国发展乡村周边游的借鉴意义

三、我国乡村周边游产业组织模式探讨

1、乡村周边游产业组织模式研究背景

2、乡村周边游产业组织模式概念及分类比较

3、选择乡村周边游产业组织模式的原则

四、中国乡村周边游发展的矛盾

五、我国乡村周边游开发中的问题分析

1、对乡村周边游层面理解不深，概念混乱

2、各自为政

3、缺乏规划和策划

4、人才匮乏

5、开发产品特色少、雷同多

6、振兴农村经济的贡献有限

六、我国乡村周边游发展中的政府职能定位

- (一) 乡村周边游发展初始阶段的开拓者
- (二) 乡村周边游发展成长阶段的规范者
- (三) 乡村周边游发展成熟阶段的协调者

七、农业部、国家周边游局合力推乡村周边游

第二节 农业周边游业市场发展分析

一、世界周边游农业发展概况及其对中国的启示

- 1、世界农业周边游发展概况
- 2、对中国发展农业周边游的启示

二、欧美国家农业周边游的基本特征

三、我国农场周边游开发思路与产品设计

- 1、国有农场周边游开发的思路
- 2、国有农场周边游产品的开发设计

四、我国农业生态周边游资源及其发展现状

第三节 假日周边游业市场发展分析

一、度假周边游概述

二、中国周边游度假的现状与发展前景

- 1、中国度假周边游的市场现状
- 2、度假周边游的发展前景及方向

三、我国度假周边游的发展道路

- (一) 度假周边游产品的经济特性
- (二) 网络化发展的经济效益
- (三) 网络化发展的创新形式——“联盟+俱乐部”模式

四、度假周边游市场潜力分析

五、度假周边游的性质特征与优势

第四节 生态周边游业市场发展分析

一、生态周边游的兴起

二、我国生态周边游的发展现状及发展前景

- 1、我国生态周边游的发展现状
- 2、我国生态周边游的发展前景

三、中国特色的生态周边游之路的探索

- 1、处理好保护与利用的矛盾
- 2、强化法制管理，注重生态保护
- 3、加强生态周边游的宣传工作，形成良好的社会舆论氛围
- 4、对生态周边游者和投资者的教育管理

- 5、加大经济和科研投入
 - 6、发挥导游在周边游活动中的积极作用
 - 7、开展国际交流，争取国际合作
- #### 四、关于建立我国生态周边游认证制度的思考

- 1、生态周边游认证的重要性
 - 2、国外生态周边游认证制度体系
 - 3、建立符合我国国情的生态周边游认证制度
- #### 五、国家周边游局将09年定为中国生态周边游年

第五节 大城市周边游市场发展分析

一、构建大城市周边游圈的机遇

- (一) 构建大城市周边游圈是顺就全球周边游业发展大趋势的现实选择
- (二) 构建大城市周边游圈是迎接全国周边游业历史性转型的必然
- (三) 构建大城市周边游圈是建设国际性城市的重要举措

二、我国主要周边游城市

三、我国大城市周边游圈划分的设想

- (一) 大城市周边游圈分级的选取
- (二) 大城市周边游圈构建设想

四、我国大城市周边游发展的特征

第六节 中国大学生周边游市场发展分析

一、开发大学生周边游市场的可行性

- 1、“行”的分析
- 2、“食”的分析
- 3、“住”的分析
- 4、“游”的分析
- 5、“购”和“娱”的分析

二、大学生周边游市场的特征

- (一) 市场庞大，前景广阔
- (二) 周边游动机强
- (三) 制约因素少
- (四) 文化高，素质好
- (五) 周边游消费的支持增长

三、大学生周边游市场的开发策略

- 1、采取“开拓重点、机动灵活、薄利多销、诚信为本”的开发思路
- 2、推出多种符合学生需求的周边游产品
- 3、合理定价周边游产品

4、多种周边游促销方式

第七节 工业周边游市场发展分析

一、世界工业周边游的发展状况

- 1、英国
- 2、荷兰
- 3、澳大利亚
- 4、美国
- 5、德国

二、工业周边游的由来及国际经验

三、我国工业周边游的发展现状

四、推进我国工业周边游发展的意义和作用

五、对发展工业周边游的几点思考

第八节 我国红色周边游市场发展

一、红色周边游产品开发原则

- 1、强调革命文化内涵、突出红色文化主题形象
- 2、以市场为导向，构建不同形式的周边游产品体系
- 3、有机整合相关资源，作好统筹协调工作
- 4、加强区域协调，形成红色周边游整体联动发展
- 5、采用政府主导、社会参与、市场运作，企业经营的运行模式

二、红色周边游资源开发

三、我国红色周边游的发展情况

- 1、红色周边游资源开发的现状
- 2、红色周边游资源开发存在的问题

四、我国红色周边游经典景区的打造情况

五、《2015-2019年全国红色周边游发展规划纲要》

- 1、发展红色周边游的重要意义
- 2、发展红色周边游的总体思路
- 3、发展红色周边游的总体布局
- 4、发展红色周边游的主要措施

第九节 在线周边游市场发展分析

一、2019年在线周边游市场发展情况

二、我国在线周边游业存在的问题

三、2019年中国在线周边游市场规模

第5章 区域市场分析

第一节 海南省周边游业市场发展分析

- 一、海南周边游发展阶段的划分
 - 二、海南周边游的萌芽期和起步期
 - 1、萌芽期（建省办经济特区以前）
 - 2、起步期（1988-1997年）
 - 三、海南周边游实现新突破
 - 四、海南周边游新兴业态发展壮大
 - 五、离岛免税搅热海南周边游
 - 六、海南周边游产业发展存在八大问题
 - 七、2019年海南省周边游工作重点
- ## 第二节 深圳周边游业市场发展分析
- 一、深圳周边游业发展情况
 - 二、深圳迎来高铁周边游新时代
 - 三、深圳市周边游业发展“十三五”规划
- ## 第三节 四川省周边游业市场发展分析
- 一、四川省周边游业发展的地理优势
 - 二、四川省周边游发展概况
 - 三、四川周边游将迎来高铁时代
 - 四、2019年清明小长假四川周边游收入
- ## 第四节 北京周边游业市场发展分析
- 一、2019年北京周边游业发展情况
 - 二、北京成在线周边游预订第二大目的地
 - 三、2019年北京首设周边游产业发展促进基金
 - 四、2019年北京周边游业收入情况
 - 1、入境周边游
 - 2、国内来京周边游
 - 3、市民在京游
 - 五、2019年北京春节周边游总收入
 - 六、“十三五”北京市将把周边游业培育成为支柱产业
- ## 第五节 其他地区周边游业市场发展情况
- 一、全国30个省市区将周边游业定位为支柱产业
 - 二、2015-2019年上海市周边游所属行业所属行业市场运行分析
 - 三、2015-2019年西安市周边游所属行业所属行业市场运行分析
 - 四、2015-2019年广西周边游所属行业所属行业市场运行分析
 - 五、2015-2019年云南周边游业市场发展预测
 - 六、浙江省“十三五”周边游项目总投资

第三部分 周边游行业竞争格局分析

第6章 周边游行业竞争分析

第一节 中国周边游业的国际竞争力分析

一、中国周边游国际竞争力的整体水平概述

二、中国周边游业参与国际竞争的优势分析

- 1、周边游资源丰富，产品种类齐全，富有较高的吸引力
- 2、周边游基础设施规模初具，产业要素较为齐备，具备了加快发展的条件

三、中国周边游业参与国际竞争的劣势分析

- 1、粗放型发展的格局不具有很强的竞争力
- 2、周边游经济发展的整体效益没有得到充分发挥
- 3、周边游服务水平和服务质量不高
- 4、周边游产品开发水平层次较低

第二节 中国周边游业市场竞争概况

一、2015-2019年中国周边游竞争力全球排名

二、中国周边游市场价格竞争过度分析

（一）周边游市场的过度价格竞争原因分析

（二）针对过度价格竞争的相应对策

三、我国周边游市场中的不正当竞争现象

- 1、为了吸引周边游者，以低于成本的价格提供周边游服务
- 2、周边游业在经营过程中，使用商业贿赂行为排斥其他竞争对手
- 3、周边游经营者为了诱导消费者进行消费，进行引人误解的虚假宣传
- 4、周边游经营者冒用知名周边游企业的名称，从事欺骗性的交易

四、中国在线周边游业竞争激烈

五、中国周边游业提升营销竞争力

六、中国周边游竞争力有望迅速提升

第三节 周边游业的人才竞争探讨

一、周边游业人才竞争的层次

二、周边游业人才竞争的特点

三、周边游业人才竞争策略

第四节 中国周边游业的竞争战略

一、中国内资旅行社的市场竞争战略

二、周边游文化是中国周边游业参与国际竞争的关键

三、提高周边游企业竞争力八大策略

- 1、创新周边游生产要素
- 2、实施周边游科技与人才战略

- 3、建立全国性的周边游资源数据库
- 4、利用网站开展个性化服务
- 5、推广网上社区，培养稳定的客户。
- 6、与交通部门合作，推行电子票务
- 7、加强银企合作，解决网上支付问题
- 8、加速周边游企业集团化、专业化和网络化

第7章 优势企业分析

第一节 中青旅控股股份有限公司

- 一、公司概况
- 二、企业经营情况分析
- 三、公司发展展望及策略

第二节 深圳华侨城控股股份有限公司

- 一、公司概况
- 二、企业经营情况分析
- 三、公司发展展望及策略

第三节 云南周边游股份有限公司

- 一、公司概况
- 二、企业经营情况分析
- 三、公司发展展望及策略

第四节 北京首都周边游股份有限公司

- 一、公司概况
- 二、企业经营情况分析
- 三、公司发展展望及策略

第五节 桂林周边游股份有限公司

- 一、公司概况
- 二、企业经营情况分析
- 三、公司发展展望及策略

第六节 上海锦江国际酒店发展股份有限公司

- 一、公司概况
- 二、企业经营情况分析
- 三、公司发展展望及策略

第七节 峨眉山周边游股份有限公司

- 一、公司概况
- 二、企业经营情况分析
- 三、公司发展展望及策略

第八节 黄山周边游发展股份有限公司

- 一、公司概况
- 二、企业经营情况分析
- 三、公司发展展望及策略

第九节 丽江玉龙周边游股份有限公司

- 一、公司概况
- 二、企业经营情况分析
- 三、公司发展展望及策略

第十节 西安周边游股份有限公司

- 一、公司概况
- 二、企业经营情况分析
- 三、公司发展展望及策略

第四部分 周边游行业发展环境分析

第8章 2020-2026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、国际宏观经济运行情况分析
- 二、国际宏观经济未来发展预测

第二节 中国宏观经济环境分析

- 一、中国宏观经济运行情况分析
- 二、中国宏观经济未来发展预测

第三节 政治环境分析

- 一、重点政策汇总
- 二、重点政策和重大事件分析
- 三、周边游政策未来发展趋势

第四节 社会环境对周边游行业影响分析

- 一、行业发展社会环境概述
- 二、具体社会环境分析

第9章 2015-2019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、周边游产业链体系的构建
 - 1、纵向产业链体系
 - 2、纵向产业链延伸
 - 3、横向产业链整合
- 三、周边游产业链整合对策

- 1、培养区域性周边游板块，降低壁垒
- 2、接通孤环、断环，整合产业链
- 3、培育核心企业，增强协调整合作用
- 4、建立健全运行机制，推动产业链健康运行

第二节 中国周边游产业链存在的问题及发展对策探析

一、周边游产业链存在的问题

- 1、资源要素缺乏合理流动与共享
- 2、链条上出现孤环、断环
- 3、核心企业整合能力弱
- 4、企业间运行机制尚未建立

二、周边游产业链构建的政策建议

- 1、优化周边游产业结构，奠定周边游产业链完善的基础
- 2、建立完善的信用机制
- 3、加强产权和体制改革，打破周边游产业链运行的景区瓶颈
- 4、开放民航市场，打破周边游产业链构建的交通瓶颈

三、构建周边游产业链的途径

- 1、周边游产业链的区内接通：基于产业链的产业集群
- 2、周边游产业链的区际延伸：基于产业链的区域周边游合作
- 3、纵向性战略联盟

第三节 应加快构建我国区域周边游产业链

一、发展时机与政策背景

二、综合考虑做实规划

三、多方互动打造产业的整体性

四、合纵连横构建周边游大产业链

第五部分 周边游行业发展趋势与战略探讨

第10章 2020-2026年周边游行业发展趋势预测

第一节 世界周边游业发展趋势分析

一、未来五年世界周边游业的发展新趋势

二、未来世界周边游市场的发展趋势和特征

- 1、市场细分化趋势
- 2、从观光型周边游为主向度假型周边游为主转变
- 3、追求更为灵活多变的周边游方式
- 4、在周边游中追求更多的参与性和娱乐性
- 5、“银色市场”不断扩大
- 6、对周边游安全更为重视

7、区域周边游仍将盛行

三、世界环保周边游的发展趋势

四、未来五年全球最热门周边游地

五、世界周边游发展六大新趋势

第二节 中国周边游市场趋势

一、短途周边游将成为周边游市场新趋势

二、传统节日将成周边游市场新宠

三、个性化休假将成时尚

四、春节、十一黄金周看涨

第11章 2020-2026年行业发展战略探讨

第一节 我国体育周边游发展策略

一、体育周边游的内涵及意义

二、我国体育周边游发展现状与存在问题

(一)、体育周边游的特征

(二)、我国体育周边游发展的问题

三、我国体育周边游的发展对策

1、加强周边游行业管理部门的监管职能

2、积极推动社区体育周边游的发展

3、加快体育周边游人才的培养

第二节 发展会展周边游的对策与建议

一、加大对会展周边游的宣传力度

二、充分发挥政府在发展会展周边游中的重要作用

三、成立会展行业协会和专业会展旅行社

四、健全有关会展周边游的法律法规

五、加强会展周边游人才的培养

六、争取社会各界的支持

七、加强与城市之间的协调合作

第三节 我国女性周边游的开发策略

一、我国女性周边游的影响因素

1、开发女性周边游市场是周边游企业应对市场竞争的需要

2、女性周边游市场的盈利性

二、开发我国女性周边游市场的策略

1、打好“女性牌”

2、抓住女性消费特点

3、适应女性需求特点

4、建设安全、卫生、高质量的周边游设施

5、运用网络传递信息

第四节 我国导游的发展策略

一、提升文化素养

二、自身素质专业化

三、重视差异化服务

四、具备强健的体魄

第五节 我国旅行社品牌战略的发展策略

一、旅行社品牌发展存在的问题

二、旅行社品牌现状的SWOT分析

三、旅行社在竞争中的应对策略分析

第六节 我国周边游业应对“散客时代”的策略

一、制约散客周边游市场发展的主要问题

二、应对“散客时代”的策略

第七节 我国周边游业竞争力提升策略

一、构建城市周边游业的核心竞争力

1、比较优势~资源力、区位力

2、竞争优势—文化力、集聚力、创新力

二、城市周边游业核心竞争力“范式”的构建

三、提升我国周边游服务贸易竞争力

第八节 我国周边游业产业功能的转变和再定位

一、从国际格局演变看中国周边游产业转型

二、从中国国内发展历程看中国周边游产业功能转变

三、我国周边游产业功能的新定位

1、周边游业对缓解国际贸易摩擦的作用

2、周边游业对我国城市建设的作用

3、周边游业对我国就业的作用

4、周边游业对我国新农村建设的作用

第十节 周边游客源市场等级划分理论的应用

一、空间距离递减规律

二、周边游竞争态模型

第六部分 周边游行业投资评估及策略探讨

第12章 2020-2026年周边游行业风险评估

第一节 宏观经济波动风险及防范措施

一、2019年全球宏观经济风险

二、2019年我国国内的宏观环境风险

第二节 周边游业面临的政策风险

一、2019年国家周边游局颁布：《周边游景区质量等级管理办法》

二、将摘几家不达标周边游景区牌子

第三节 周边游业务面临的其他风险

一、周边游业对战争、瘟疫等突发性灾害较敏感

二、周边游业公司治理因素

三、安全因素

四、生态风险和文化风险

第四节 周边游行业风险分析

一、周期性

二、产业政策的变化

三、行业内竞争程度

四、行业的国际竞争力

五、政治事件

六、季节性经营

七、汇率的波动

第13章 2020-2026年周边游业投资战略探讨（ZY ZS）

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

1、招商引资观念的误区

2、投资结构的误区

3、投资决策的误区

4、筹融资渠道的误区

二、纠正当前我国周边游投资误区的对策建议

1、建立健全周边游投资引导机制

2、调整和优化投资结构

3、拓宽周边游业融资渠道

4、优化周边游投资宏观环境

第二节 我国周边游业市场投资分析

一、近几年我国周边游业投资年均增长情况分析

二、我国中部周边游业投资情况

三、周边游行业投资机会分析

四、中国商旅市场的投资发展潜力

五、2019年中国周边游投资的新特点

- 1、需求旺盛业绩增加
- 2、“有文化”公司是热点
- 3、大型龙头公司增长明显

详细请访问：<https://www.chyxx.com/research/201910/798126.html>