

# 2012-2016年中国农业旅游市场运行态势与投资战略咨询报告

报告大纲

## 一、报告简介

华经情报网发布的《2012-2016年中国农业旅游市场运行态势与投资战略咨询报告》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.huaon.com/detail/110007.html>

报告价格：电子版: 9000元 纸介版：9000元 电子和纸介版: 9200元

订购电话: 400-700-0142 010-80392465

电子邮箱: kf@huaon.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

农业旅游是农事活动与旅游相结合的农业发展形式。主要是为那些不了解农业、不熟悉农村，或者回农村寻根，渴望在节假日到郊外观光、旅游、度假的城市居民服务的，其目标市场主要在城市居民。利用农村的自然风光作为旅游资源，提供必要的生活设施，让游客从事农耕、收获、采摘、垂钓、饲养等活动，享受回归自然的乐趣。也叫观光旅游。农业旅游的发展，不仅可以丰富城乡人民的精神生活，优化投资环境等，而且达到了农业生态、经济和社会效益的有机统一。

艾凯咨询集团发布的《2012-2016年中国农业旅游市场运行态势与投资战略咨询报告》共十四章。首先介绍了农业旅游相关概述、中国农业旅游市场运行环境等，接着分析了中国农业旅游市场发展的现状，然后介绍了中国农业旅游重点区域市场运行形势。随后，报告对中国农业旅游重点企业经营状况分析，最后分析了中国农业旅游行业发展趋势与投资预测。您若想对农业旅游产业有个系统的了解或者想投资农业旅游行业，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。

### 第一章 农业旅游产业相关概述

#### 第一节 旅游产业简述

- 一、旅游业产业链分析
- 二、旅游类型的划分
- 三、旅游资源

#### 第二节 农业旅游概述

- 一、农业旅游范围界定
- 二、农业旅游的特点
- 三、农业旅游的发展模式
- 四、发展农业旅游的意义

### 第二章 中国旅游产业运行态势分析

#### 第一节 2011-2012年中国旅游业运行综述

- 一、中国旅游业发展的特点
- 二、中国旅游业进入快速发展时期
- 三、旅游业与环境的发展关系
- 四、旅游环境承载力研究分析
- 五、中国旅游业转型与产业政策选择分析

## 六、中国旅游业关键经济数据分析

### 第二节 2011-2012年中国旅游业重点区域市场动态分析

#### 一、大连全年拟建设旅游项目102个

#### 二、北京进一步规范旅游市场

#### 三、新疆暴力事件对当地旅游带来冲击

### 第三节 2011-2012年中国旅游资源开发中的经济学分析

#### 一、旅游资源开发作为产品的经济学特征

#### 二、旅游资源开发的效率机制

#### 三、旅游资源开发中政府的合理定位

### 第四节 2011-2012年中国旅游业面临的挑战与策略应对

#### 一、经济增长下行冲击旅游业

#### 二、中国旅游资源的产权问题分析

#### 三、应构建中国现代旅游资源产权制度

#### 四、中国旅游业持续发展需注意的问题

## 第三章 世界农业旅游产业运行形势分析

### 第一节 2011-2012年国际旅游业运行总况

#### 一、世界旅游业发展步伐持续加快

#### 二、绿色旅游成为亮点

#### 三、世界旅游业动态分析

##### 1、撒哈拉以南非洲国家带动世界旅游业增长

##### 2、受甲型H1N1流感影响，美国泰国旅游业急剧降温

##### 3、墨西哥旅游业受流感重创

### 第二节 2011-2012年世界农业旅游产业运行态势分析

#### 一、农业旅游已成为世界潮流

#### 二、国外农业旅游的发展模式

#### 三、全球高级农业旅游形式开发

#### 四、国外农业旅游产业中国的启示

### 第三节 2011-2012年国外农业旅游主要国家运行分析

#### 一、西班牙

#### 二、马来西亚

#### 三、法国

#### 四、美国

#### 五、日本

#### 六、意大利

#### 七、韩国

#### 第四节 2012-2016年全球农业旅游业新趋势分析

### 第四章 中国农业旅游产业运行环境分析

#### 第一节 国内农业旅游经济环境分析

##### 一、GDP历史变动轨迹分析

##### 二、固定资产投资历史变动轨迹分析

##### 三、2012年中国农业旅游经济发展预测分析

#### 第二节 中国农业旅游行业政策环境分析

### 第五章 中国农业旅游产业运行态势分析

#### 第一节 2011-2012年中国农业旅游产业综述

##### 一、中国农业旅游的发展意义

##### 二、促进中国农业旅游发展的途径

##### 三、全国农业旅游示范点名录

#### 第二节 2011-2012年中国农业旅游产业发展存在问题分析

#### 第三节 2011-2012年中国农业旅游产业发展策略分析

##### 一、发挥政府主导作用

##### 二、规范农业旅游的运作

##### 三、提高旅游产品档次

##### 四、改善旅游环境与接待质量

### 第六章 中国农业旅游产业市场运行动态分析

#### 第一节 2011-2012年中国农业旅游产业发展总况

##### 一、农业旅游是中国旅游业的新亮点

##### 二、西部地区发展农业旅游分析

##### 三、国内农业旅游市场需求旺盛

##### 四、高科技农业生态旅游的潜力巨大

#### 第二节 2011-2012年国内典型地区农业观光园发展分析

##### 一、台湾的农业观光园

##### 二、北京的农业观光园

##### 三、广东的农业观光园

##### 四、张家界的农业观光园

### 第七章 中国农业观光园产业运行新形势分析

#### 第一节 2011-2012年中国农业观光园产业动态分析

##### 一、“北京市观光农业示范园”再次落户顺义北务镇

##### 二、唐山观光农业呈现勃勃生机

##### 三、首个开心农场万盛开建猕猴桃观光园昨动工

##### 四、丹东市休闲旅游农业方兴未艾

## 第二节 2011-2012年中国农业观光园产业消费情况分析

- 一、西安旅游观光农业已经接待人数
- 二、广州64家农业观光园接待游客与营收分析

## 第三节 2011-2012年中国农业观光园产业发展存在问题分析

## 第八章 中国采摘观光旅游新格局分析

### 第一节 2011-2012年采摘观光旅游生产的背景

- 一、旅游者需求的变化
- 二、出游时间的保证
- 三、采摘观光旅游发展的趋势

### 第二节 2011-2012年中国采摘观光旅游的特点分析

- 一、一种较高层次的旅游活动
- 二、短期游和近地游受到游客青睐
- 三、旅游地市场的季节波动较大
- 四、中国目前采摘观光旅游地主要分布在大中城市周边地带
- 五、采摘果园建设投入少收益高

### 第三节 2011-2012年中国采摘观光旅游在开发过程中存在的问题

- 一、旅游者对物质满足的需求多于对精神满足的追求
- 二、经营者经营理念与顾客需求之间存在差异
- 三、经营者缺乏商品意识，没有自己的品牌
- 四、农村的基础设施和服务设施不完善
- 五、造成新的生态失衡
- 六、没有形成规模化经营

### 第四节 2011-2012年中国采摘观光旅游的开发策略分析

- 一、针对目标市场进行定位
- 二、提高思想认识，搞好农业和旅游业的结合
- 三、科学规划采摘观光旅游产品，突出特色，打造品牌
- 四、在开发的模式上采用“复合性开发”
- 五、拓展投资渠道，加大投资力度，搞好基础设施建设
- 六、培养农业旅游管理服务人才
- 七、政府部门制定激励机制
- 八、开发与保护并重，走可持续发展的战略

## 第九章 中国入境旅游市场分析

### 第一节 2008-2012年中国入境游数据统计分析

- 一、2008-2012年中国入境旅游接待收汇情况
- 二、2008-2012年中国入境旅游主要客源市场情况

三、2008-2012年中国入境游主要城市接待情况

四、2008-2012年中国入境游地区接待情况

五、2008-2012年来华旅游入境人数统计

第二节 2011-2012年中国入境旅游消费结构状况的分析

一、入境过夜旅游消费者旅游消费概述

二、入境过夜旅游者旅游消费结构的现状

三、影响旅游消费结构的因素分析

第三节 未来中国入境旅游市场的发展趋势与建议

一、2015年中国将成为全球第一大入境旅游接待国

二、提高中国入境旅游行业竞争力的建议

三、开拓入境旅游市场的建议

第十章 中国黄金周旅游市场分析

第一节 2011-2012年中国黄金周旅游现状

一、黄金周旅游拉动消费十分明显

二、取消“五一”黄金周的影响分析

三、“十一”黄金周旅游市场消费情况分析

四、黄金周带火深度游

第二节 2011-2012年“十一”黄金周各省市旅游业动态分析

一、广西

二、云南

三、深圳

四、成都

五、陕西

第三节 2011-2012年中国黄金周旅游市场面临的问题分析

一、取消“五一”黄金周末能缓解扎堆出行

二、黄金周旅游压力大

三、黄金周旅游亟须走出“低价竞争”误区

四、黄金周旅游的主要问题

第四节 2011-2012年中国黄金周旅游的建议与启示

一、黄金周旅游两种现象要注意

二、把握黄金周旅游的新趋向

三、中国实行黄金周的启示

第十一章 中国农业旅游产业市场竞争局势分析

第一节 2011-2012年中国农业旅游产业竞争总况

一、农业旅游竞争力分析

二、桂台农业旅游竞争与合作

三、农业旅游与其他旅游业竞争分析

第二节 2011-2012年重点城市农业旅游竞争优势分析

一、河北

二、江西

第三节 2011-2012年中国农业旅游企业提升竞争力分析

一、提升我国农业旅游业国际竞争力的对策

二、完善农业旅游功能

第十二章 中国旅游业重点企业分析

第一节 中青旅控股股份有限公司

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业盈利能力分析

四、企业偿债能力分析

五、企业运营能力分析

六、企业成长能力分析

第二节 北京首都旅游股份有限公司

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业盈利能力分析

四、企业偿债能力分析

五、企业运营能力分析

六、企业成长能力分析

第三节 上海锦江国际旅游股份有限公司

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业盈利能力分析

四、企业偿债能力分析

五、企业运营能力分析

六、企业成长能力分析

第四节 黄山旅游发展股份有限公司

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业成长性分析

四、企业经营能力分析



## 五、企业盈利能力及偿债能力分析

### 第五节 峨眉山旅游股份有限公司

#### 一、企业概况

#### 二、企业主要经济指标分析

#### 三、企业盈利能力分析

#### 四、企业偿债能力分析

#### 五、企业运营能力分析

#### 六、企业成长能力分析

### 第六节 国旅联合股份有限公司

#### 一、企业概况

#### 二、企业主要经济指标分析

#### 三、企业盈利能力分析

#### 四、企业偿债能力分析

#### 五、企业运营能力分析

#### 六、企业成长能力分析

### 第七节 丽江玉龙旅游股份有限公司

#### 一、企业概况

#### 二、企业主要经济指标分析

#### 三、企业盈利能力分析

#### 四、企业偿债能力分析

#### 五、企业运营能力分析

#### 六、企业成长能力分析

### 第八节 桂林旅游股份有限公司

#### 一、企业概况

#### 二、企业主要经济指标分析

#### 三、企业盈利能力分析

#### 四、企业偿债能力分析

#### 五、企业运营能力分析

#### 六、企业成长能力分析

## 第十三章 2012-2016年中国农业旅游产业新趋势分析

### 第一节 2012-2016年中国旅游业的展望分析

#### 一、中国旅游业两大潜力市场亟待挖掘

#### 二、2012-2016年中国出境旅游业发展预测

#### 三、中国旅游发展趋势研究

#### 四、中国旅游业发展的新走向

## 第二节 2012-2016年中国农业旅游产业趋势分析

- 一、农业旅游前景展望
- 二、西安旅游农业走势预测分析
- 三、农业旅游竞争格局预测分析

## 第三节 2012-2016年中国农业旅游产业盈利预测分析

## 第十四章 2012-2016年中国农业旅游产业投资战略分析

### 第一节 2012-2016年中国农业旅游产业投资环境分析

- 一、“国民休闲计划”提振旅游业信心
- 二、四川省新政强势注入振兴旅游业
- 三、国际金融危机下旅游业的发展契机
- 四、中国旅游业应对金融危机的措施

### 第二节 2012-2016年中国农业旅游产业投资机会分析

### 第三节 2012-2016年中国农业旅游产业投资风险分析

- 一、市场竞争风险
- 二、政策风险
- 三、进入退出风险

#### 图表目录（部分）：

图表：2005-2011年国内生产总值

图表：2005-2011年居民消费价格涨跌幅度

图表：2011年居民消费价格比上年涨跌幅度（%）

图表：2005-2011年国家外汇储备

图表：2005-2011年财政收入

图表：2005-2011年全社会固定资产投资

图表：2011年分行业城镇固定资产投资及其增长速度（亿元）

图表：2011年固定资产投资新增主要生产能力

图表：入境过夜旅游者的消费支出的构成

图表：旅游-自然旅游-生态旅游之关系示意图

图表：传统旅游与生态旅游的目标区别

图表：传统旅游与生态旅游管理方式的区别

图表：传统旅游与生态旅游正面影响的区别

图表：传统旅游与生态旅游负面影响的区别

图表：西部生态旅游的三元网络结构

图表：生态旅游区建设驱动-制约机制模型

图表：温泉旅游的基本构件

图表：温泉旅游体验曲线

图表：日本环球影城入场券种类与价格

图表：欧洲，美国，日本主题乐园的比较

图表：中国主题乐园按主题类别划分

图表：三家主题乐园上市公司基本情况比较

图表：三家企业股东背景比较

图表：三家企业异同点比较

图表：三家企业竞争优势比较

图表：游客的旅游地选择与决策模型

图表：都市白领对香港旅游的选择与购买决策过程

图表：城市居民旅游需求影响因子分析表

图表：城市居民国内旅游情况统计

图表：城市居民出游率、旅游人均花费与影响因素的灰色关联度分析

图表：旅游城市网络化发展的阶段性特征

图表：长江三角洲旅游城市网络化发展路径的意见

图表：长三角旅游产业集群纵向网络化

图表：长三角旅游产业集群横向网络化

图表：市场形势、层级形势与网络形势的企业组织比较

图表：旅游企业市场交换与网络交换对比

图表：旅游电子商务未来发展趋势

图表：华侨城前十名股东、前十名流通股股东持股表

图表：上海主要景点一览

图表：未来国际旅游业的增长趋势

图表：中青旅控股股份有限公司主要经济指标走势图

图表：中青旅控股股份有限公司经营收入走势图

图表：中青旅控股股份有限公司盈利指标走势图

图表：中青旅控股股份有限公司负债情况图

图表：中青旅控股股份有限公司负债指标走势图

图表：中青旅控股股份有限公司运营能力指标走势图

图表：中青旅控股股份有限公司成长能力指标走势图

图表：北京首都旅游股份有限公司主要经济指标走势图

图表：北京首都旅游股份有限公司经营收入走势图

图表：北京首都旅游股份有限公司盈利指标走势图

图表：北京首都旅游股份有限公司负债情况图

图表：北京首都旅游股份有限公司负债指标走势图

图表：北京首都旅游股份有限公司运营能力指标走势图

图表：北京首都旅游股份有限公司成长能力指标走势图

图表：上海锦江国际旅游股份有限公司主要经济指标走势图

图表：上海锦江国际旅游股份有限公司经营收入走势图

图表：上海锦江国际旅游股份有限公司盈利指标走势图

图表：上海锦江国际旅游股份有限公司负债情况图

图表：上海锦江国际旅游股份有限公司负债指标走势图

图表：上海锦江国际旅游股份有限公司运营能力指标走势图

图表：上海锦江国际旅游股份有限公司成长能力指标走势图

图表：黄山旅游发展股份有限公司主要经济指标走势图

图表：黄山旅游发展股份有限公司经营收入走势图

图表：黄山旅游发展股份有限公司盈利指标走势图

图表：黄山旅游发展股份有限公司负债情况图

图表：黄山旅游发展股份有限公司负债指标走势图

图表：黄山旅游发展股份有限公司运营能力指标走势图

图表：黄山旅游发展股份有限公司成长能力指标走势图

图表：峨眉山旅游股份有限公司主要经济指标走势图

图表：峨眉山旅游股份有限公司经营收入走势图

图表：峨眉山旅游股份有限公司盈利指标走势图

图表：峨眉山旅游股份有限公司负债情况图

图表：峨眉山旅游股份有限公司负债指标走势图

图表：峨眉山旅游股份有限公司运营能力指标走势图

图表：峨眉山旅游股份有限公司成长能力指标走势图

图表：国旅联合股份有限公司主要经济指标走势图

图表：国旅联合股份有限公司经营收入走势图

图表：国旅联合股份有限公司盈利指标走势图

图表：国旅联合股份有限公司负债情况图

图表：国旅联合股份有限公司负债指标走势图

图表：国旅联合股份有限公司运营能力指标走势图

图表：国旅联合股份有限公司成长能力指标走势图

图表：丽江玉龙旅游股份有限公司主要经济指标走势图

图表：丽江玉龙旅游股份有限公司经营收入走势图

图表：丽江玉龙旅游股份有限公司盈利指标走势图

图表：丽江玉龙旅游股份有限公司负债情况图

图表：丽江玉龙旅游股份有限公司负债指标走势图

图表：丽江玉龙旅游股份有限公司运营能力指标走势图

图表：丽江玉龙旅游股份有限公司成长能力指标走势图

图表：桂林旅游股份有限公司主要经济指标走势图

图表：桂林旅游股份有限公司经营收入走势图

图表：桂林旅游股份有限公司盈利指标走势图

图表：桂林旅游股份有限公司负债情况图

图表：桂林旅游股份有限公司负债指标走势图

图表：桂林旅游股份有限公司运营能力指标走势图

图表：桂林旅游股份有限公司成长能力指标走势图

图表：未来国际旅游业的增长趋势

图表：略.....

通过《2012-2016年中国农业旅游市场运行态势与投资战略咨询报告》，生产企业及投资机构将充分了解产品市场、原材料供应、销售方式、市场供需、有效客户、潜在客户等详实信息，为研究竞争对手的市场定位，产品特征、产品定价、营销模式、销售网络和企业发展提供了科学决策依据。

详细请访问：<https://www.huaon.com/detail/110007.html>