# 浙江2024年旅游市场分析

来源：网络 作者：紫云飞舞 更新时间：2024-06-07

*第一篇：浙江2024年旅游市场分析[浙江]2024年1月旅游市场分析 2024年1月份，全省接待入境旅游者37万人次，同比增长9.6%;实现旅游外汇收入2.5亿美元，同比增长16.1%;全省有组织出境旅游者4.5万人次，同比下降16.4%...*

**第一篇：浙江2024年旅游市场分析**

[浙江]2024年1月旅游市场分析 2024年1月份，全省接待入境旅游者37万人次，同比增长9.6%;实现旅游外汇收入2.5亿美元，同比增长16.1%;全省有组织出境旅游者4.5万人次，同比下降16.4%;根据抽样调查测算，1月份接待国内旅游者2550万人次，同比增长13.3%，实现国内旅游收入263.2亿元人民币，同比增长18.2%。

(一)入境旅游市场情况

1、接待和收入

1月份，我省接待入境旅游者37万人次，同比增长9.6%;实现旅游外汇收入24973.5万美元，同比增长16.1%。其中接待外国人24.5万人次，增长10%;香港同胞4.3万人次，增长20.8%;澳门同胞1万人次，下降25.6%;台湾同胞7.2万人次，增长9.5%。

2、主要客源市场情况

从外国人分地区来我省客源情况看，1月份，亚洲与去年同期基本持平，非洲比去年同期下降13.8%，其他各洲入境旅游人数与上年同期相比均有增长，欧洲增长21.2%，美洲增长19.3%，大洋洲增长19.1%。

1月份，我省列客源国前十名的分别是：韩国、日本、美国、意大利、西班牙、德国、马来西亚、法国、英国、俄罗斯。

3、各市入境旅游情况

1月份，各市接待入境旅游者除嘉兴市和衢州市外均有增长。其中增幅最大的是丽水(33.1%)，原因是由于华侨回国过春节。增幅在10%以上的有杭州(10.3%)、宁波(10.6%)、温州(11.8%)、湖州(16.6%),绍兴(14.1%)、金华(12.8%)，舟山(11%),台州(12.2%)。旅游外汇收入涨幅超过全省平均水平的有温州(22.5%)、绍兴(18.3%)、舟山(21.9%)、丽水(32.6%)。

1月份，杭州接待入境旅游者12.6万人次，外汇收入为7900.2万美元，全省排名第一;接待入境旅游者人数排名第二、第三的分别是宁波和绍兴，接待量分别为5.5万人次和3.6万人次。旅游外汇收入排名第二、第三的分别是丽水和宁波，外汇收入分别为5974.7万美元和3063万美元。

4、旅行社外联接待情况

1月份，我省旅行社外联入境旅游者3.3万人次，同比下降35.7%;接待入境旅游者3.5万人次，同比下降15.2%。

5、宾馆客房出租率及房价

1月份，我省饭店平均客房出租率55.83%，同比下降4.71个百分点;全省平均房价为262.88元/间，比去年同期下降了4.58%。1月份，平均客房出租率最高的是衢州市(68.20%)，最低的是舟山市(42.59%);平均房价最高的是杭州市(325.74元/间)，最低的是衢州市(147.19元/间)。

(二)出境旅游市场情况

1月份，全省有组织出境旅游者4.5万人次，同比下降16.4%。其中出国游下降2.5%，港澳台游下降28.8%。

(三)国内旅游

根据抽样调查测算，1月份接待国内旅游者2550万人次，同比增长13.3%，实现旅游收入263.3亿元人民币，同比增长18.2%。

**第二篇：旅游市场分析**

第四部分、中外旅游发展趋势 第一节 世界旅游发展趋势 世界旅游市场发展趋势

全球化

随着世界经济的好转和各国人民整体收入水平的提高，绝大多数的人们都将有足够的经济实力和闲暇时间外出旅游，跨国旅游也将更加活跃，旅游将成为人们满足精神需求和享受生活的重要方式，旅游市场将发展空间迅速扩大，趋向全球化。

多样化

由于不同收入人群的不同需求和个性化消费意识的增强，世界旅游市场将呈现多样化的趋势。传统的消遣观光形式，将为多样化的旅游休闲方式所取代。

多极化

旅游消费规模的扩大，必然要求旅游产品的加速开发，在世界范围内，那些具备良好发展条件的国家和地区，必将成为旅游业新的增长极，旅游空间布局将呈现多极化的趋势。

区域化

由于区域合作、资源整合和客源市场共享，能给区域旅游发展带来极大的效益，所以国家之间开展旅游合作，推动产业一体化、市场一体化、交通一体化、形态一体化，建立互惠互利的区域无障碍旅游协作区，将成为世界旅游业发展的必然趋势。

客源市场趋向分散，旅游市场重心向东转移

长期以来，欧洲和北美既是国际旅游的两大客源市场，又是国际旅游的两大传统接待市场。随着全球经济重心逐渐从欧美地区转移到亚太地区，国际旅游市场的重心也将相应地东移，亚太地区成为未来国际旅游市场的“热点”区域。

中国将成为世界第一旅游大国

东亚地区将是旅游发展最快的地区，国际客流的重心将向东亚地区转移，这是外部条件；中国旅游资源十分丰富，经济持续快速发展，各级政府高度重视旅游业，这是内部条件，内外部条件兼具，中国必将成为世界第一旅游大国。世界旅游业发展趋势

旅游企业集团化和现代化

旅游产业结构将进行高层次、大规模的重组，逐渐形成一批跨国、跨区域的现代化旅游企业集团。旅游经营走向国际化后，竞争将进一步加剧，旅游企业在走向集团化的同时必将实现现代化，以增强竞争力迎接挑战。

旅游管理法制化和规范化

为优化市场环境，提高服务质量，各国的旅游法律法规和行业管理制度将日趋完善。旅游发展将步入有序化、规范化、法制化的轨道。

旅游营销网络化和科技化

旅游地距离的不断扩大、旅游者数量的迅速增加、旅游需求的日益复杂化和旅游服务智能化、特色化的趋势,必然要求旅游企业在旅游开发、旅游管理、旅游营销和旅游服务中广泛应用到现代科技和网络,实现旅游业向科技型、质量型和效益型方向发展。

旅游服务个性化和系列化

人们已不满足于过去的从众游、感性游和赶场式的旅游, 张扬个性的趋向越来越明显, 对各系列旅游项目的要求越来越个性化或多样化, 旅游服务既要满足游客的个性化需要, 又要满足游客的系列化要求。

旅游产品品牌化和特色化

旅游知名品牌和旅游特色产品将越来越成为旅游组织形象的标志、区域旅游经济实力的标尺和旅游市场地位的象征。

可持续成为旅游业的主题

为了确保旅游业在国际市场上具有持续的竞争力, 各国将会特别重视加强旅游业内部的协调发展、旅游业与其他部门的协调发展和不同地区旅游业的可持续、协调发展。

旅游中介细分化和连锁化

旅游市场竞争越激烈,旅游中介分工就越细致, 酒店预定专业公司、票务预定专业公司、餐饮预定专业化公司、旅游景点预定专业化服务公司、旅游咨询服务专业化公司等中介公司将越来越多。世界旅游活动发展趋势 新兴旅游形式陆续出现

随着科技和经济的发展，人们的个性化和多样化旅游需求的出现，太空游、虚拟游、工业旅游、自驾车旅游等新兴旅游形式陆续出现并逐渐大众化。

出游方式从团体转向散客

极度的个性化和市场细分将导致细分市场服务的供给与需求的缺失，旅游服务方式将专业化，代办出游不再是旅游服务的主要方式，传统的团体出游方式将为散客方式取代。

生态旅游成为持久的潮流

这种以生态学原则为指标, 以生态环境和自然资源为取向, 以生态环境保护为前提, 以环境教育和自然知识普及为核心内容, 既能获得社会、经济效益, 又能达到社会、经济、环境三大效益协调发展的综合效益最大化, 实现旅游目的地旅游业的持续发展的旅游方式将成为持久的潮流。

出游时间趋短，出游次数增加

21世纪旅游者数量将会大幅度增加, 但将以短暂的周末旅游和休闲旅游为主, 出游次数会有所增加。旅游者将更多地选择充分放松的旅游方式和一些综合观光度假地区。旅游者花在旅游娱乐上的时间将会有所减少。

中远程旅游仍然旺盛

随着更加快捷、安全、舒适、经济的新型航空客机和各种陆路交通工具在本世纪投入运营, 为旅游者实现中远程旅游提供了条件,使全球性大规模的中远程旅游成为可能。

人们对旅游安全更为重视

旅游过程的安全性既是游客最为关注的问题, 也是旅游目的地必须认真解决的重要问题。局部战争与冲突、恐怖主义活动、政局不稳定、传染性疾病流行、恶性交通事故频发、社会治安状况恶化、地震海啸自然灾害等, 都将对旅游者选择旅游目的地产生重要影响。

第二节 中国旅游发展趋势

一、旅游业将成为中国的支柱产业

支柱产业条件：“国民经济新的增长点”、大规模的广泛社会需求。

几项经济目标：旅游产业占GDP比重，2024年8%；就业指标2024年直接就业720万人，间接就业3600万人；财政贡献，从见不到到基本与产业比重同比。

第一大旅游目的地：到2024年，中国将成为世界第一大旅游目的地。

二、旅游业将走上可持续发展之路

培育绿色观念：一般的社会和经济发展中，大都先以破坏环境为代价寻求发展，再以牺牲发展为代价保护环境，形成一个怪圈。所以要大力培育旅游发展中的绿色观念，以少走弯路，少付代价。

推行绿色开发：一是要从追求规模到追求效益，对资源的开发要深化利用、追求效益、延迟时间；二是要注重对社会资源的广泛利用，对于一些无效的社会资源可以通过旅游的组合形成有效的资源,有效的社会资源可以通过旅游的发展来提高它的附加值。

生产绿色产品：从旅游产业上游来说，形成三个绿色旅游体系，即旅游工业、旅游农业、旅游交通；从旅游产业下游来说，也要形成三个绿色旅游体系：旅游景区、旅游产品、饭店。开展绿色经营：“拿来”及创新。

三、将逐步形成完善旅游产业结构 行业结构的优化：六要素的优化

市场结构的优化：必须形成一个多元化的市场结构。一方面是大力发展入境旅游，积极发展国内旅游，适度发展出境旅游。另一方面是市场结构的多元化，以利于稳定发展。

产品结构的优化：产品优化的目标是产品多样化。产品结构优化主要包括两个方面，一个是产品类型结构的优化，即观光、专项等旅游结构问题；二个是产品层次结构的优化，即中、高、低档产品的结构问题。

行业联动，社会协作：旅游业具有很强的综合性,对部门协调,共同配合的要求更高。行业联动和社会协作应该是结构完善追求的终极目标,也可以说是旅游发达程度的重要标志，而目前却正是旅游行业结构完善过程中最薄弱的地方。

四、旅游业将促进区域的协调发展

政府主导型的旅游发展机制已经形成：各省市区的支柱产业或龙头产业，全国的国民经济新的增长点。东西部的布局和关系：东西不同、东西互补合作。区域旅游：区域共同体、产品串联。

旅游城市的作用越来越大：中心城市带动区域旅游。城乡互动：互为资源、互为市场、互为条件。

五、旅游业将开拓知识化管理之路 从经验管理到知识化管理

知识化管理的任务：知识化创新、人才培训

知识化管理的开拓：人才是基础、数字化是手段、质量制胜是根本

六、粗放型向集约型增长方式转变

改善行业的脆弱性，减少对市场环境的过分依赖； 大规模投入的势头减缓； 市场开拓的力度普遍加大； 效益的观念普遍加强； 企业的经营环境也会逐步好转。

七、突出文化竞争将是产业新亮点 注重文化内涵 注重文化形式 注重过程的文化性 注重细节的文化性

八、国际化是旅游业发展的新方向

全面加强环境建设：城市环境、社会环境、自然环境。

体制和机制的创新：市场化的旅游经济体制；国际化的企业运营体制。建设举国竞争体制：举国竞争、海外联动。

九、旅游法制体系进一步完善

旅游立法体系化：国家大法、旅游法、国务院法规、旅游部门规章、地方旅游管理条例、其他部门相关法规。旅游执法权威化：成系统三级旅游质量监督所、旅游警察、部门联动的执法方式。旅游法制体系的深化和扩大：保障合法经营、保护合理竞争、与时俱进的国家休假制度等。

十、大中华旅游圈的兴起

发展前景预测：2024年3000万美元的国际旅游收入。发展条件分析：政治条件、市场条件、多方合作。

一、旅游市场的定义

旅游市场是指在一定的条件下，对特定旅游产品有需要和欲望，而且愿意并能够通过交换来满足这种需要或欲望的现实和潜在的人群综合体。

旅游市场是指旅游区内某一特定旅游产品的现实购买者与潜在购买者。国家旅游局2024

二、旅游市场的要素

旅游市场 ＝ 人口 × 购买力 × 旅游愿望 × 旅游权利

三、国际客流规律及变化

1.在世界国际旅游客源中，近距离的出国旅游占主导地位，区域旅游异常活跃； 2.国际旅游客流主要源于经济发达的国家和地区；

3.气候差异较大的地区之间的旅游客流明显； 4.向政治、经济、文化中心流动。

二、我国接待入境旅游者的基本情况是：

（1）从入境旅游者的构成上看，港澳台同胞占绝大部分的比重，其次是外国人。港澳同胞仍是我国大陆入境客源市场的主力。

（2）港澳同胞来祖国大陆旅游者中绝大部分是属于一日游游客，外国人、台胞等过夜人数所占的比例高。2.我国的重点客源市场（见表）

（1）日本、韩国始终稳居榜首，是我国最大的客源国；（2）入境客源市场主要集中在亚洲；（3）欧洲还有更大发展空间。

四、选择重点客源市场考虑的因素（1）有关客源国市场潜力的因素

人口规模、人均可支配收入水平、国民收入或财富分配状况、受教育程度、人口年龄、职业构成、闲暇时间等。

（2）有关旅游开支的影响因素

往返旅游目的地国的交通运输费用

在旅游目的地国逗留期间的度假费用

（3）有关目的地国的旅游供给形象的因素

目的地国知名度、旅游形象和吸引力、目的地旅游接待能力和服务、有无语言障碍及其程度、同客源国的历史文化联系、气候、目的地卫生与健康状况等。五 中国主要国际（入境）客源市场的特点 1 亚洲市场（1）日本市场

地理位置 经济 文化 外交政策

日本政府鼓励国民出境旅游

经济总规模居世界第二，亚洲第一（1968-2024）；

日本GDP为52900亿元；中国 30100亿元；印度 9280亿元。日本是中国 印度的1.35倍。——《世界2024年鉴》

人均经济水平居主要发达国家前列； 世界一流的制造技术； 外汇储备最多的国家之一 ；

截至2024年12月底，日本外汇储备达10306.47亿美元。——日本财务省2024年统计 长期以来是世界最大的债权国。（2）韩国市场

1989年开始实行出境自由化的政策

1994年政府解除了对公务员海外旅行的限制，出国旅游市场完全放开 1998出台“奖励健康的消费行为”政策（3）东南亚市场

包括新加坡、泰国、菲律宾、马来西亚、印度尼西亚等国家

（4）港澳台市场 2 欧洲市场（1）俄罗斯市场

《中俄互免团体旅游签证协定》

（2）西欧市场

西欧是全球客源相对集中、出游规模较大的客源区域。3 北美市场

北美市场的主要客源来自美国和加拿大,是世界上国际旅游的重要客源地。

（1）美国

美国是全球最大的旅游消费国，在出国旅游人次和国际旅游支出方面位居世界前列。

多年来，美国是中国远程入境旅游市场中的第一客源市场。

二、国内客源市场特点与现状

1.市场规模大，发展潜力足；

2024年全国国内旅游人数29.57亿人次，比上年增长12.0%。其中：城镇居民19.33亿人次，农村居民10.24亿人次。

2.观光度假旅游成为市场的主体； 3.国内旅游客源市场集中在经济发达地区； 4.旅游热点城市仍是主要的旅游目的地；

5.国内旅游人均消费连年增长，但消费水平较低，停留时间短。

2024年全国国内旅游出游人均花费535.4元，其中：城镇居民国人均花费801.1元，农村居民人均花费295.3元。2024年全国国内旅游出游人均花费598.2元，其中：城镇居民人均花费883.0元，农村居民人均花费306.0元。

2024年全国国内旅游出游人均花费731.0元。其中：城镇居民人均花费877.80元，农村居民人均花费471.40元。2024年全国国内旅游出游人均花费767.90元。其中：城镇居民人均花费914.50元，农村居民人均花费491.00元。

“一个尺码难以适合所有的人。”希尔顿在对顾客做了细致分类的基础上，利用各种不同的饭店提供不同档次的服务以满足不同的顾客需求，希尔顿集团的饭店主要分以下七类：

1.机场饭店：自从1959年旧金山希尔顿机场饭店建立以来，公司已经在美国主要空港建立了40余家机场酒店，他们普遍坐落在离机场跑道只有几分钟车程的地方。

2.商务酒店：位于理想的地理位置，拥有高质量服务以及特设娱乐消遣项目的商务酒店是希尔顿旗下的主要产品。

3.会议酒店：希尔顿的会议酒店包括60家酒店，30680间客房，承办各种规格的会议、会晤及展览、论坛等。

4.全套间酒店：适合长住型客人，每一套间有两间房，并有大屏幕电视、收音机、微波炉、冰箱等。起居室有沙发床，卧室附带宽敞的卫生间，每天早上供应早餐，晚上供应饮料，还为商务客人免费提供商务中心。全套间饭店的一个套间有两房间，然而收费却相当于一间房间的价格。

5.度假区饭店：当一个人选择了希尔顿度假区饭店的同时，他也选择了方便快捷的预订，顶尖的住宿，出色的会议设施及具有当时风味特色的食品和饮料。人们在这里放松、休养、调整，同时也可以享受到这里的各种娱乐设施。

6.希尔顿假日俱乐部：为其会员提供多种便利及服务；商务及会议等服务也同样令人满意。

7.希尔顿花园酒店：希尔顿花园酒店包括38家酒店，5270间客房，是近几年来希尔顿公司大力推行的项目。1998年就新开业了8家希尔顿花园酒店。他的目标市场是新近异军突起的中产阶级游客，市场定位是“四星的酒店，三星的价格”。希尔顿花园酒店价位适中环境优美，深得全家旅游或长住商务客人的喜欢。

**第三篇：旅游网站市场分析**

旅游市场，特别是互联网上，发展很快，竞争也越来越大，继百度推出旅游频道以后，淘宝也加入了。目前互联网上的旅游市场，还没有什么明确的品牌，所以，机遇很大。旅游网站过份的依赖百度等付费推广的方式，而忽略了其品牌建设的影响。也许大部分网站或公司都重视了老用户的维护方面，但是我觉得应该还不够。旅游应该是最适合互联网的产品之一，从用户结构，产品特性，推广方式上分析，都符合互联网特点。本文转自上虞人才网口碑比任何广告都重要，想想海底捞就知道了。市场大，品牌多，每个网站公司占的比例都很小，哪怕是“去哪儿”，“携程”。个性化的产品应该会在以后成为主流。自由行将是未来的主打方向。把利润从旅游转向周边产业及升级服务，才是高明之道。

扩展阅读:

1.

**第四篇：旅游招商市场分析**

旅游招商市场分析

由于国家在发展旅游产业上加大了政策支持与资金支持力度，目前很多国家资本、民营资本、海外资本等拥有机构均开始将目光投向旅游产业，虽然他们对旅游市场的了解还需要一个过程，但如果严格按国际规范标准模式向他们进行重点推荐，众多的投资机构定将做出正确选择。因为这个市场的潜力及其包容空间将很大，无论是上市公司，抑或是诸多有实力的机构已经通过他们灵敏的嗅觉感觉到了这个市场无比巨大的吸引力。

旅游招商引资的流程

1.对具体的项目制作商业计划书

2.具体事项进行评估，取得评估报告

3.由专门的会计师事务所出俱审计报告

4.由律师出俱法律意见书和律师工作报告

5.做成投资价值报告

6.办理政府审批手续

7.做成招商报告书

旅游招商政府审批流程

计委审批的手续有6个：

1、项目建议书批复(即立项)。

所需材料：

①项目业主上报项目建议书及相关依据(附件)； ②项目投资中长期计算； ③环保意见；

④风景旅游主管部门书面意见； ⑤其他相关部门意见；

⑥项目资本金承诺意见和融资意向书。

2、可行性研究报告批复。

所需材料：

①项目业主上报项目可研报告文本(须经有资质的单位编制)；

②规划部门选址意见书(规划定点)；

③环保部门环评意见；

④水土保持方案批文；

⑤可研报告评审意见(或咨询评估意见)；

⑥土管部门用地预审意见；

⑦项目法人组建方案；

⑧项目资本金落实证明。

3、项目初步设计方案批复。

所需材料：

①项目初步设计方案文本(须有资质的单位编制)；

②项目法人批文和营业执照；

③规划部门用地规划许可证；

④项目初步设计方案评审意见；

⑤必要的外部协作配套条件协议；

⑥项目资本金落实证明。

4、填报开工报告批复。

所需材料：

①填报开工报告表(一式四份)；

②项目法人营业执照；

③项目初步设计批文；

④规划部门建设工程规划许可证；

⑤项目资本金落实证明；

⑥项目投资方向调节税纳税凭证；

⑦散装水泥专项基金缴纳凭证；

⑧白蚁防治费缴纳凭证。

5、下达投资计划。

所需材料：

①上报投资计划建议书。

②其他材料同填报开工报告表。

6、项目竣工验收纪要。

由项目初步设计方案审批部门组织实施。

注：投资额在500万元以上的基建项目，其审批权在市计委，并需填报开工报告。建设局审批的手续有9个：

1.核发项目选址意见书(或称规划定点通知书)2.环境影响评价报告批复

3.核发建设用地规划许可证

4.核发建设工程规划许可证

5.核发建设工程施工许可证

6.建设工程规划验收

7.核发建设工程规划合格文件

8.核发建设工程竣工单和质量等级证书

9.核发房产权证

国土局审批的手续有3个：(一)用地审批程序：

1、用地申请；

2、建设用地预审；

3、提供相关材料：

①项目选址审批书；

②计委立项；

③勘测图纸；

④有关部门意见。

4、征地调查；

5、向市或省征地办公室上报“一书四方案”材料：

①呈报用地说明书；

②农地转用方案；

③补充耕地方案；

④供地方案；

⑤征用土地方案。

6、用地补偿登记；

7、用地补偿公告；

8、总供地。(二)供地审批程序：

1、用地申请书；

2、计委对项目初步设计方案批文及相关部门意见；

3、土地价格评估；

4、建设工程规划许可证及红线图；

5、用地单位资质证明及公章、法人私章；

6、有关部门材料。(三)土地登记程序：

1、土地登记申请；

2、地籍调查；

3、土地权属审核；

4、土地注册登记；

5、颁发土地证

3、招商引资的优惠政策

因为旅游开发投资额度高，投资风险大，回报期限长，同商住开发有很大的区别，实施优惠政策吸引开发商是一个关键环节。北京创景规划设计院专业从事旅游招商研究运作，为您提供最专业的可实际操作运作的招商引资方案。

旅游项目开发运作商业策划

就是运用智慧经验与专业技术，通过策划、规划、设计、咨询、包装等手段，对旅游产业的总体战略、开发、建设、投资、融资、营销、管理等各个环节，进行整合与细化，形成行动计划或操作方案，达到收入模式清晰，投资回报明确，行动计划实际，管理流程简单的效果。

产品策划（旅游项目设计）

以资源和可进入性为基础，以市场为定位为目标，设计旅游项目及开发运作流程。内容包括四部分：游憩方式设计、景观设计、商业模式设计及开发流程设计。

游憩方式设计——旅游六要素配置策划、游憩功能结构设计、布局结构设计、观赏方式与观赏线路设计、游乐设施选型与游乐内容策划、故事编撰与情境化场景布置设计、体验模式策划、特色餐饮策划、特色住宿策划、特色纪念品策划与设计等等。

景观设计——标志性建筑策划与设计、植物造景与园林景观设计、功能建筑景观设计、建筑造景与建筑景观设计、品牌形象及道路引导标识系统设计。

商业模式设计——商业模式，是项目开发与经营的商业灵魂。其内容非常丰富，包括了收入模式、经营模式、营销模式、管理模式、投资分期、资本构架、融资模式、商业模式整合等等。

营销策划 下载旅游营销策划模板>>

包括品牌策划、渠道策划、传播策划、促销策划、营销模式设计等；

管理策划

包括管理模式设计、管理团队设计、人力资源开发策划、开发流程策划等；

投融资策划

包括投资估算、财务预测、投资分期策划、融资策划、卖点策划与分析、收入点设置、收入结构设计、岗位设置、、杠杆运用策划、等

建筑景观设计

专注于为旅游区及旅游房地产的建筑景观设计；强调景观设计的主题化、艺术化、生态化和游乐化；

强调突出项目的吸引力；

园林景观设计

专注于旅游区及旅游房地产内的园林、绿地景观设计；强调景观设计的主题化、艺术化、生态化和游

乐化；强调突出项目的吸引力；

游乐设施设备设计

针对项目的游乐娱乐主题和内容，进行游乐娱乐设施设备的选型和设计。

生态景观设计

通过坡面生态工程设计，构建良好的生态环境和呈现多样的植物景观视觉效果，并与项目开发的主题相结合，进行局部艺术工程处理，将破坏景观呈现出原生态特征、艺术化、文化性、主题化特征，与整个

项目及景区的内容相呼应。

道路景观设计

旅游项目建议书

为旅游项目立项提供的材料，有时称为预可行性研究报告。包括项目背景、项目内容、投资估算、财务预测等重要内容，供政府部门初步决策使用。

旅游项目可行性研究报告

分为政府审批核准用可研报告和融资用报告。审批核准用的可行性研究报告侧重关注项目的社会经济效益和影响；融资用报告侧重关注项目在经济上是否可行，各个因素对经济成本效

益的影响。

对旅游项目从项目设计、旅游资源条件、游憩方式设计、市场分析与预测、场址选择、工程工艺要求及方案选择、环境影响、组织管理、人力资源配置及安全消防、组织管理构架、财务预测、社会效益等方面进行可行性的研究分析，得出项目是否可行的综合评价。为项目

审批和融资方决策提供重要参考。

旅游项目商业计划书

为标准格式的融资文件。除了对旅游项目本身市场、盈利状况侧重外，还强调资金使用计划、项目团队、风险分析和规避对策等。

旅游项目投资评价

对旅游项目市场、主题、功能等定位、项目设计、收入模式、商业模式进行评价，为投资商进

行投资决策提供参考。

招商计划书

为包含了招商形式、招商材料、招商发布渠道、招商人员组织等的计划安排文件。

旅游开发运作计划

是进行旅游项目开发具体运作的工作计划，是以商业模式设计为依托，根据投资商的实际投资基础，对旅游开发的各个阶段中投资、营销、管理、建设等各个环节的工作目标、任务、人员等的操作计划。

开发运作计划，一般涉及到以下几个方面： １）经营权及相关合同谈判与签订； ２）土地征用、拆迁、居民安置； ３）策划、规划、设计等相关事项；

４）立项、可研与五证报批； ５）工程招标与投资建设； ６）招商引资与融资运作； ７）开业验收与开业营销运作； ８）管理成型与人力资源培训

旅游项目开发商投融资和政府招商的过程中，会遇到五花八门的问题，其中最为普遍的问题是：大部分企业和政府融资视野不宽，再加上传统投融资咨询机构的引导不够，眼睛只是盯在传统的银行贷款和私募融资上，缺乏对政府支持性资金的了解，更是缺乏争取政府支持性资金的方法和技巧，甚至开发企业对政府设立专项资金并不知情。这导致对这部分资金和政策视而不见，或者看见却不知如何去争取和应用，致使许多符合申请条件的项目因资金问题而流产。

我们觉得有必要在这方面加强对旅游项目开发商和政府招商的引导，使他们能够充分的利用这些资金和政策。

政府支持性资金的特点是利息低，甚至免利息，偿还期限长，甚至不用偿还。但是要获得这些基金必须符合一定的政策条件。其主要包括六大类：

一、旅游国债；

二、旅游发展基金；

三、旅游发展专项资金；

四、政策性银行贷款；

五、国际金融组织和外国政府贷款；

六、国家扶贫资金。

下面我们将各类支持性资金的特点、支持方向、申请程序进行说明，以便于旅游开发商和政府旅游开发管理部门审视自己的项目到底能够获得哪些支持性政策和资金支持，以及如何获得这些支持。

一、旅游国债

（一）旅游国债的设立及应用 2024年，国家发展计划委员会首次将旅游列入国债项目，安排国债资金加强旅游基础设施建设，重点支持资源品位较高、发展潜力较大、所依托的主要交通干线建设已基本完成的国家级或省级旅游景区的项目。

（二）旅游国债的投向

纳入国债资金范畴的旅游基础设施建设资金，其使用方向主要是：景区与干路间的道路建设和景区内的道路建设、公共供水、供电、垃圾污水处理系统、安全保障设施建设。

旅游国债的投放原则：

以中西部地区为主，兼顾沿海地区；

优先安排国家级、省级旅游景区；

优先安排骨干交通条件较完善的景区；

重点安排贫困地区、少数民族地区及大型、特大型城市经济圈附设的景区。

（三）旅游国债的申报

1.旅游国债对项目的要求

要求一：严格控制在规划选定的景点范围内并符合总体规划要求。

申请旅游国债的项目必须有经过省级以上发展改革、旅游部门组织有关专家评审通过的旅游景区总体规划，确保国债实施项目符合规划要求。

要求二：资源品位较高、发展潜力较大的省级以上旅游项目。国债资金重点支持资源品位较高、发展潜力较大、依托的主要交通干线建设已基本完成的国家级或省级旅游项目。重点解决这些旅游景区最为突出的“卡脖子”问题，如景区与交通干线之间的连接道路问题等。

要求三：以满足基本需要为前提，主要解决景区最突出问题。

支持性的政策和资金，优先给予那些急需解决旅游基础设施建设的重要旅游景区，通过政策和资金的支持，满足景区基本需要。

要求四：项目具有一定社会效益和影响力。

政府支持性的政策和资金，主要以投资规模较大、具有一定影响力的大型旅游在建项目为支持对象。

2.旅游国债的申报流程

二、旅游发展基金

（一）支出范围 旅游发展基金根据国家旅游业发展规划，主要用于旅游宣传促销、行业规划发展研究、旅游开发项目补助等支出，少量用于弥补旅游事业经费的不足。

1.宣传促销费。

为开拓国内外旅游市场而进行的宣传促销活动所发生的费用，包括国内宣传促销费、国外宣传促销费、境内外广告宣传费、旅游宣传品制作费、接待费等。

2.行业规划发展研究经费。

用于研究、制定国家旅游行业发展规划、远景目标等方面的费用。

3.项目开发补助费。

重点用于中西部地区。包括旅游景点景区基础设施及配套设施开发补助费、旅游资源规划开发补助费。

4.旅游事业补助经费。

（二）基金申请

旅游发展基金预算纳入国家旅游局部门预算统一管理。国家旅游局根据部门预算管理有关规定和要求，编报旅游发展基金预算。

用于旅游项目开发方面的支出，由省级旅游部门会同同级财政部门，根据项目实际需要提出申请报国家旅游局、财政部，国家旅游局汇总提出分配方案后，报财政部审批。

地方申请旅游项目补贴经费，应编报可行性研究报告。

三、旅游发展专项资金

（一）旅游发展专项资金概况

旅游发展专项资金即政府部门为促进旅游发展，划拨一定资金专门用于完善旅游基础设施建设，改善旅游发展的基础条件。旅游发展专项资金分为国家级、省级、市级、县级等不同级别。

另外交通、文物、林业、环保、经贸、水利等都有部门资金或专项资金，可直接或者间接的支持旅游开发项目。

（二）国家级旅游发展专项资金

国家级旅游发展专项资金包括国家红色旅游专项资金、国家“十一五”历史文化名城名镇名村专项保护资金、国家文化和自然遗产地保护资金等。

1.国家红色旅游专项资金

（1）红色旅游专项资金概况

红色旅游是一种以政府为主导的特殊的旅游形式。我国红色旅游专项资金大多数是由政府拨款扶持的，商业投资较少。

（2）申请条件和流程 红色旅游专项资金的申请单位需符合以下条件：

以革命纪念地、纪念物及其所承载的革命精神为吸引物的景区或景点；

必须有经过相关部门组织专家评审通过的红色旅游总体规划；

景区有亟待解决的基础设施建设问题。

红色旅游专项资金申报流程：

2.国家“十一五”历史文化名城名镇名村专项保护资金

（1）资金额度

根据《全国“十一五”历史文化名城名镇名村保护设施建设规划》，列入规划的保护项目共178项，其中历史文化街区保护项目100项，历史文化名镇（村）保护项目78项，经评估审核，基础设施投资估算为20.5亿元，需要中央补助投资为98947万元。

（2）申报流程

各省、自治区、直辖市按照要求对本省历史文化名城（镇、村）保护项目进行规划； 从本省有关项目中遴选出符合规定、亟需加强保护和建设的项目，纳入省“十一五”历史文化名城建设规划；

将选出的项目上报国家有关部门。

3.国家文化和自然遗产地保护资金

（1）资金概况

在保证遗产地真实性、完整性的前提下，国家安排文化和自然遗产地专项基建资金，支持一批重大遗产地的抢救性工程，进一步改善资源保护条件。

（2）资金使用范围

专项资金用于必要的看护和管理用房、消防设施、监控设施、环卫设施、监测巡查设施、必要的环境整治以及防范自然灾害发生的工程等。

2024年国家启动实施13个国家文化和自然遗产地保护项目，总投资3.75亿元，国家投资2亿元，地方配套17452万元。

（三）省级旅游发展专项资金

在中央的带动下，各省、自治区、直辖市也纷纷将旅游作为经济发展重点，从省级财政拨出一定资金建立旅游发展专项资金，推动旅游基础设施的建设。

1．资金使用范围

（1）支持对全省及地方旅游发展具有重要影响的旅游规划的编制；（2）支持重点旅游项目的建设及特色旅游项目的开发；

（3）支持有利于资源整合、区域联动，对发挥整体效应有促进作用的旅游基础设施建设；

（4）支持旅游信息化建设、旅游人才的培养和旅游院校的建设；

（5）支持有特色的重点旅游商品的研发。

2．申报使用流程

以安徽省为例，安徽省2024年旅游专项资金申报流程：

（四）市县级旅游发展专项资金

1.概况

设置旅游发展专项资金的市县主要集中在那些具有高品位旅游资源、旅游发展潜力较大的地区，地区政府都将工作重点转向旅游开发和建设，不仅积极争取中央和省级旅游发展专项资金，也从地方财政拨出一定资金设立本地旅游发展专项资金。2.申报程序

（1）市级旅游专项资金申报

由市旅游主管部门提出下专项资金的指导意见，引导各地申报项目；

在每年的申报期，各地各部门根据要求，提出使用专项资金的项目计划；

申报计划上报旅游主管部门和财政部门审查；

经市政府批准后，下达项目立项计划批准书；

也有些地区的申报流程不同，首先由旅游项目单位提出资金补助计划，经当地财政部门审核后，上报有关部门。

（2）县级旅游专项资金申报

县级旅游专项资金的申报，由旅游项目单位首先提出申请，向县旅游局、财政局报送资金申请报告，经县旅游局、财政局审核，并经县政府同意后，由县财政部门划拨资金。

四、政策性银行贷款

一般来说，政策性银行贷款利率较低、期限较长，有特定的服务对象，其放贷支持的主要是商业性银行在初始阶段不愿意进入或涉及不到的领域。中国政策性银行包括国家开发银行、中国进出口银行和中国农业发展银行。现以与旅游开发关系最为密切的国家开发银行为例对政策性贷款进行说明。

（一）国家开发银行贷款概况

国家开发银行是发挥宏观调控职能和长期融资领域主力银行作用的政府开发性金融机构，致力于以融资推动市场建设和规划先行，主要支持“两基一支”（基础设施、基础产业和支柱产业）、高新技术等领域的发展和国家重点项目建设，推进社会主义新农村建设，促进区域协调发展和产业结构调整等。其中对旅游的支持体现在为旅游基础设施和重点建设项目提供贷款，如红色旅游、西部旅游大开发、灾后旅游重建等旅游专项贷款等。

国家开发银行成立10年来，累计向“两基一支”领域的重要行业4000多个项目发放贷款16000多亿元。截至2024年末，信贷业务贷款余额22616.8亿元，其中“两基一支”领域贷款余额22301.6亿元，中西部地区贷款余额10777亿元，东北老工业基地贷款余额2167.9亿元，新农村建设和县域贷款余额3106亿元。针对旅游发展，2024年国家开发银行30亿支持三峡旅游建设，2024年国家旅游局与国家开发银行签订《开发性金融合作协议》以支持红色旅游开发，2024年国家开发银行为都江堰灾后旅游重建提供6亿贷款。

（二）申报程序

借款人应提供的文件和资料包括：

（1）借款申请书；

（2）有关批复文件，项目可行性研究报告或初步设计文件；

（3）借款人营业执照复印件、近四年财务报表及审计报告；

（4）担保人营业执照复印件、担保意向书、近四年财务报表及审计报告；（5）项目投资计划，贷款使用及偿还计划；

（6）银行认为必要的其他文件。

五、国际金融组织和外国政府贷款

（一）旅游项目国际金融组织和外国政府贷款利用情况

2024年，国家发展改革委共审批同意利用外国政府优惠贷款规模15.7亿美元，其中西部12省市共争取贷款6.54亿美元。国际金融组织和外国政府贷款对于我国旅游开发及相关产业的发展起到了积极的推动作用。

我国已经有了比较完善的国际金融组织和外国政府贷款政策及管理办法，旅游开发商可以充分利用各种国际金融组织和外国政府贷款资金。国际金融组织和外国政府能够提供低息的、长期的、大额的国外贷款资金，适合于符合条件的大型旅游项目开发。

（二）外国政府贷款类型

第一种为软贷款，即政府财政性贷款。一般无息或利率较低，还款期较长，并有较长的宽限期。这种贷款一般在项目选择上侧重于非盈利的开发性项目，如城市基础设施等。

第二种为混合性贷款，由政府财政性贷款和一般商业性贷款混合在一起，比一般商业性贷款优惠。

第三种为一定比例的赠款和出口信贷混合组成。第四种为政府软贷款和出口信贷混合性贷款称为“政府混合贷款”，这是最普遍实行的一种贷款。

（三）国际金融组织和外国政府贷款申请条件及流程

境内企业、机构、团体均可申请借用国际金融组织贷款及国外政府贷款，申请条件包括：符合国家利用国外贷款的政策及使用规定；符合国外贷款备选项目规划；项目已按规定履行审核，核准或备案手续；国外贷款偿还和担保责任明确，还款资金来源和还款计划落实。

国务院发展改革部门按照国民经济和社会发展规划、产业政策、外债管理及国外贷款使用原则和要求，编制国外贷款备选项目规划，并据此制定、下达项目签约计划。世界银行、亚洲开发银行贷款和日本政府日元贷款备选项目规划由国务院发展改革部门提出，商国务院财政部门后报国务院批准。

申报纳入国际金融组织贷款规划的备选项目材料包括：项目简要情况；项目建设的必要性；拟申请借用国外贷款的类别或国别；贷款金额及用途；贷款偿还责任。

六、国家扶贫资金

（一）国家扶贫资金概况

国家扶贫资金是指中央为解决农村贫困人口温饱问题、支持贫困地区社会经济发展而专项安排的资金。省、自治区、直辖市向国家重点扶持贫困县投入的配套扶贫资金，根据本地区的经济发展水平和财政状况，可以达到占国家扶贫资金总量的百分之三十至百分之五十。

（二）国家扶贫资金的申请条件

包括支援经济不发达地区发展资金、“三西”农业建设专项补助资金、新增财政扶贫资金、以工代赈资金和扶贫专项贷款。

经济不发达地区的旅游开发项目可以申请“以工代赈资金”，资金可用于与旅游项目配套的县、乡公路（不含省道、国道）和为扶贫开发项目配套的道路。

七、融资顾问及政策顾问的应用

由于旅游开发项目资金需求大，融资业务结构复杂，涉及面广，所以运作难度较大，项目公司、投资者往往并不熟悉融资业务和政府资金申请的情况，为此应当聘请专业融资顾问和政策顾问来协助项目融资的顺利进行。融资顾问往往由著名的投资银行、大金融公司、大的规划设计院、咨询公司担当，这样就可以利用他们的经验以及与各方打交道所建立的关系，大大降低项目融资成本或者缩短融资组织时间。

**第五篇：古镇旅游市场分析**

古镇旅游市场分析

2.1古镇客流量分析

我国的古镇旅游起源于20世纪80年代。1984年，陈逸飞先生一幅《故乡的回忆》使得苏州周庄享誉海内外，不仅成功开创了江南水乡古镇的品牌，更使周庄成为中国古镇旅游发展的开拓者。继周庄之后，苏州同里古镇于1986年开展旅游事业。20世纪90年代以来，在周庄的示范效应下，江浙一带的古镇相继走上“旅游兴镇”之路。浙江乌镇于1999年开始旅游的开发工作，由于在开展旅游的同时又较好地保护了历史，故被喻为“最具文化气息的水乡古镇”。与此同时，西部的丽江大研古镇因其独特的民俗文化逐渐为游客所关注，1997年“申遗”的成功更使其名声大噪，并迅速跻身古镇旅游开发的前列。20世纪90年代后期开始，我国古镇旅游进入迅猛发展的时期。周庄平均每天接待游客3000—4000人，周末平均每天7000—8000人，2024年，周庄接待游客263万人。乌镇于2024年起正式对游客开放，同年接待游客数达78.9万人次。

附表2.1: 江南古镇年游客流量表(单位:万人次)古镇1997年 1999年 2024年 2024年 2024年 2024年 2024年 2024/年年 2024年 份

周庄

208 263 181 260 265 350 朱家

100

角

乌镇

78.9 185 200 215 220 西塘 0.5668 15 58 87 120 120 南浔

248 木渎

49.42 65 80.3 同里87 125 151.1 96.4 300 220 250

从上表看到,西塘97年开始对外旅游开放,当年仅5668人次,到2024年就达到15万人次,到2024年就达87万人次,到2024年就达120万人次。乌镇1999年开始旅游开放,2024年达55万人次，到2024年乌镇取得国家级4A级风景区后就达到185万人次,至2024年就达215万人次。

同里自99年开放时游客仅30万，2024年就达125万,2024年已近250万人次。

朱家角2024年因为APEC会议达到106万游客,之后游客在100万左右。

综上表可看到各江南古镇旅游开放吸引了大量的人气。而由于2024年的SARS对古镇旅游造成了一定的影响，周庄、同里的游客同比都有下降。

附图2.1:周庄同里乌镇年游客量柱状图(纵轴为游客量:万人次;横轴为年份)

旅游开放不仅带来了人气,更为当地带来了收益,古镇旅游的主要利润来源于门票收入。

附图2.2:周庄2024-2024营业收入柱状分析图(万元)

以周庄古镇为例, 2024年为旅游鼎盛年,主营收入最高,2024年受非典影响有所下滑，2024年主营业务收入虽有恢复性增长，但净利润却止步不前，主要是营业费用及管理费用过高。

2.2旅游市场需要什么样的古镇

2.2.1记忆的古镇

从古镇转化为旅游吸引物来看，古镇吸引人的主要原因是古镇留存记忆了一些历史的东西。陈逸飞之所以眷恋周庄，作《故乡的回忆》，称周庄为其“第二故乡”，就是因为周庄唤回了他童年的记忆，让他找到了失去的记忆故乡。因此，从这个角度说，市场需要一个保留记忆的古镇。这种记忆是茶舍、打铁铺、药铺、豆腐坊；是窗前贪睡的小猫、屋门口晾晒的玉米、青石板路上滚铁环的顽童……

2.2.2怀旧的古镇

怀旧是对过去事物或人的追忆，有美好的、快乐的，也有痛心的、伤感的，总之是对人有较深刻感觉，甚至是刻骨铭心的事或人。一些厂家就是利用人们这种心理，开发出了怀旧型的商品或广告，如海尔生产的“搓板洗”洗衣机，“南方黑芝麻糊，抹不去的回忆”的广告等都是比较成功的。北京旅游学院旅游科学研究所名誉所长杨乃济指出，以“自然（Nature）、怀乡（Nostalgia）和涅磐（Nirvana）”为主题的“3N”模式将成为中国旅游的新趋向。而古镇则拥有“3N”旅游的全部元素，尤其Nostalgia，是其它景点难以具备的。因此，一个怀旧的古镇，是市场所需要的。这种怀旧不仅是记忆中的人或事，而且还包括历史长河中发生的让人追忆的人或事。

2.2.3淳朴的古镇

在商业化日浓的社会里，古镇保留了浓厚淳朴的民风，这种民风是大都市难觅的、富于人情味的世俗生活。在古镇西塘，有这么一个故事：古镇上有家饭店，总给用餐的客人送一包薰青豆，一次来了位荷兰客人，薰青豆不巧送光了，老板娘叫客人留下地址，事后真的将一包薰青豆寄去了荷兰——尽管费用已经超过了餐费。这种淳朴的民风，对都市人的情感无疑是一种慰藉。

2.2.4宁静的古镇

长期生活在纷繁嘈杂的都市里，人们很容易产生一种烦躁厌倦感。于是，找个宁静的古镇，感受一下古镇的入夜隐约的犬声、黎明此起彼伏的鸡鸣，比起都市车水马龙的嘈杂，应该是另一番享受。

2.2.5休闲的古镇

古镇的休闲，不是会所酒店的商务休闲，也不是俱乐部的运动休闲，而是在水乡河道上轻摇画船，在青石板路上闲庭信步，在茶馆街巷中高谈阔论，在古老的建筑前欣赏雕梁画栋……这种休闲是一种悠然自得的休闲，一种恬然优雅的休闲，也是都市人难觅的一种休闲。

2.2.6 体验的古镇

一般人都不会满足于了解外在的、表面的、物化的东西，而是要进一步追求了解对象内在的、无形的东西。体验旅游就是满足旅游者这种内在心理需要的旅游活动，通过旅游者身体器官的活动和感受，产生比较大、比较深、比较强烈的心理印象。随着旅游者旅游经验的丰富，以观光为主的古镇，对这些人必定会失去吸引力，而以体验为主的深度旅游，则会受到他们的青睐。此外，市场需要的古镇还有生活着的古镇、原真的古镇，而不是过度商业化的古镇、造假古董的古镇。2.3哪些人群需要古镇旅游

2.3.1 从知识结构来看

偏好古镇旅游的一般文化程度都比较高。据四川省平乐古镇的市场调研显示，到平乐古镇的旅游者，大学文化程度以上的游客高达84%。在这些高文化程度的游客中，从事的职业一般都是建筑、摄影、绘画、考古、史学等专业人士或爱好者。这部分人群对古镇深厚的文化底蕴、悠久的历史、精湛的艺术，流连忘返，爱不释手。他们是古镇旅游现在和将来的核心主体，而且是古镇旅游的宣传者和传播者。

2.3.2 从年龄结构来看

古镇旅游者在年龄结构上，以中青年、中老年为主，青少年相对较少，一般是随同前两类人群而来。对于中青年来说，他们出生于社会发展的转型期，旧有的事物正在被更替或被打碎，而新的秩序、规则尚未建立或正在完善中。他们的心理处于一种混沌、迷茫，甚或恐慌状态，缺乏安全感、依托感、信任感，这时就从不同程度产生了对传统的、不变的事物的一种眷恋，找个精神的港湾，歇息一下疲惫的心灵，成为他们的一种需求；对于中老年来说，学习、工作、事业、家庭的困扰相对较少，生活处于相对稳定的阶段，有了较多的时间来思考回味生活，见证了他们生活足迹的古镇，自然而然的成了他们旅游追忆的对象。

2.3.3 从客源的地理分布来看

在古镇的游客来源上，城市旅游者几乎一统天下。他们久居在喧嚣繁华的都市里，对古镇这种截然不同的地理环境、文化景观有着异然的迷恋。而小城镇和乡村旅游者因生活在与古镇相同的背景和环境下，对古镇旅游没有多大兴趣。此外，古镇对入境游客也有一种独特的吸引力。古香古色的建筑、原汁原味的乡土文化，是入境游客旅游观光、修学考察的良好场所。

2.4国内旅游消费结构升级

根据国家发改委颁布的规定,法定节假日已由原来的10天调整为11天,同时,着重推行中国的传统假日,如端午,中秋节作为国家法定假日。

附表2.2:国家法定假日调整表(单位:天)法定节假日 总天数 原定方案 10 调整方案 11 元旦 1 春节 3 3注1

清明 五一 端午 中秋 十一 无 3 无 无 3 注21 1 1 1 3 注1：春节假期起始时间由农历正月初一调整

除夕；

备注 注2：农历节日如遇闰月，以第一个月为休假日

注3：允许周末上移下错，与法定节假日形成休。

为保护职工权益,国务院第514号令《职工带薪年休假条例》已经2024年12月7日国务院第198次常务会议通过，自2024年1月1日起施行。根据条例规定,职工带薪年休假最高为15天。

附图2-3:职工带薪年休假图

至此,中国民众一年的休假日约为144天,这对发展旅游市场提供了条件。目前的国内旅游消费市场，出现了结构性的重要变化。虽然观光、休闲、度假这三大旅游消费市场均有所增长，但是，增长速度最快的主要是休闲旅游市场。在北京、上海、广州等沿海中心城市，旅游消费者对休闲旅游的消费需求，已经超过观光旅游。根据国内一家著名调查机构的资料显示，在针对“旅游目的”的一项市场调查中，北京和上海两地的旅游消费者，以休闲为旅游目的的百分比，已经超过观光。其中，北京地区超过10个百分点，上海地区超过8个百分点。

休闲旅游市场的消费特征，主要表现为两个方面：一是周末短期近途，二是低消费高频次。以上海旅游集散中心为例，在9、10月份旅游旺季期间，该中心面向社会公布的旅游线路，主要是发往离上海最近的江浙两省。其中，一日游线路143条，二日游线路134条，三日游线路25条，4日游线路3条。而旅游线路所选择的景点，大多是山水资源比较丰富的自然景区和水乡古镇。在出行方式和工具选择方面，旅游消费者已经逐步摆脱了对旅行社的依赖，开始从被动型的团队游，转向主动型参与型的自助游。2024年国庆节期间，北京地区的旅游消费者选择自驾游出行方式的百分比高达60％。与此同时，旅游消费者对旅游舒适度和旅游环境品质的要求也大大提高。

随着2024年1月1日开始实施的职工带薪休假条例,中国人的闲暇时间持续增加,从附图2-4（中国人休假天数）可以看到,中国人的大部分休假时间是周末,以及法定国假日,加上带薪假日,中国人有更多的休假时间用于旅游。

附图2-4:中国人休假天数

在今后相当长的一个时期内，随着城市化进程的加快，城市居民生活水平的提高(见附图2-5:中国四大城市居民收入分析柱状图)，以及私家车数量的持续增加，可以预见，休闲旅游消费市场将会不断发展。这对休闲型景区而言，无疑是一个难得的市场机遇。不过，由于休闲旅游具有周末短期近途的基本消费特征，休闲型景区可能会遇到两大经营难题：一是淡季经营困难。比如漂流、滑雪、海滨泳场都属于季节性产品，并且受到天气变化的较大影响。而农家乐、野外烧烤则会出现周末人满为患、平时门可罗雀的情况；二是区域市场限制。跟传统的观光型景区相比，休闲型景区对旅游资源本身的品质要求大大降低了。这一方面有利于景区发展，也较易获得市场成功，但另一方面，它也降低了景区投资的进入门槛，加剧了景区之间的同质化竞争。而休闲型景区的客源主要来自于周边的区域市场，很难吸引远距离游客。这对景区的长期发展颇为不利。

附图2-5:中国四大城市居民收入分析柱状图

自2024年美国的次贷危机造成全球金融危机,我国出台了“国十条”以促进经济增长,同时,2024年12月中央经济工作会议提出了“保增长、扩内需、调结构”的九字方针,促进旅游消费成为了提高经济增长的有效途径之一,而旅游消费结亦由观光游向休闲度假游转型,其主要特征为： 1)停留时间较长：休闲、度假者往往在旅游目的地停留较长的时间； 2)散客和家庭式组织方式：与观光旅游的团队组织方式存在显著差异；

3)复游率高：休闲、度假游客认准了一个度假地，忠诚度会非常高，经常重复旅游； 4)度假＋观光模式：目前中国市场还处于过渡时期，度假旅游还需兼顾观光的需求； 5)文化需求：度假游客成熟到一定程度将产生文化需求，即要求旅游目的地有文化、有主题、有丰富的内涵。

中国是休闲度假发展的一个巨大潜力市场，旅游休闲度假资源体系在全国各区域形成一张巨大的网，旅游风景区（景点）、休闲度假区、大型休闲娱乐度假地、度假酒店（度假村、度假俱乐部、度假公寓）等应运而生，休闲度假、旅游房地产、分时度假等模式也随之发展，旅行社营销网络、网络媒体、传统旅游产业公司、营销销售代理等中介相关机构大量介入，极大的促进了休闲度假产业的形成与发展，并有加速发展的趋势，中国发展休闲度假的时机已经成熟。

北京旅游研究院首席研究员不久前在贵州省第二次乡村旅游论坛上分析说，2024年后，发达国家将进入“休闲时代”，休闲产业将在2024年左右，主导世界劳务市场。休闲产业将是今后世界产业发的潮流。而我国自1999年推出三个长假后，工薪阶层休假日约有144天，一年中约有三分之一的时间休闲。这为度假旅游提供了客观条件。

目前，世界旅游大国的休闲产品与普通观光产品的比例达到1：1，而我国目前的比例约为２：８，因此休闲度假旅游在我国还具有广阔的发展空间。专家们认为，长三角作为我国最富裕的地区之一，去年的GDP总量占到了全国总量的19%，随着人们可支配收入的增加、三地交通网络的发展，长三角必将成为我国旅游率先转型的“先遣部队”。

尤为有利的是，2024年的上海“世博会”将极大地推动长三角地区休闲旅游与会展旅游的发展，带动整个地区的旅游产业结构优化与升级。

有关专家认为，我国的民族文化堪称一部异常生态、深刻而全面系统、准确的活生生的人类发展史、教科书。民族民间文化中展示的生产、生活习俗，是人类适应自然，改造自然，协调人与自然、人与人、人与社会的思维模式和行为方式的表现，能够给后人无尽的启迪和熏陶。随着我国旅游产业的不断完善，不断做强做大，度假旅游在我国具有较大市场潜力。

与其他旅游形式相比，休闲度假旅游具有几个方面的优势：历史文化、思想观念、哲学艺术、风俗习惯、环境气候、人文社会等资源的开发利用是旅游者消费的深层次需求；重复消费比较多，为了充分满足休闲生活的需要，人们会根据支付能力、闲暇时间、个人嗜好等，选择比较固定的度假地和度假方式；度假旅游还可将观光、娱乐、运动、会议、商务、康体等各种旅游活动有机结合，形成观光度假、体育度假、疗养度假、休闲度假、娱乐度假等为主题的度假产品。

本文档由站牛网zhann.net收集整理，更多优质范文文档请移步zhann.net站内查找