

2012-2016年中国休闲农业 与乡村旅游市场调研与前景预测报告

报告目录及图表目录

中国产业研究报告网 编制
www.chinairr.org

一、报告报价

《2012-2016年中国休闲农业与乡村旅游市场调研与前景预测报告》信息及时，资料详实，指导性强，具有独家，独到，独特的优势。旨在帮助客户掌握区域经济趋势，获得优质客户信息，准确、全面、迅速了解目前行业发展动向，从而提升工作效率和效果，是把握企业战略发展定位不可或缺的重要决策依据。

官方网站浏览地址：<http://www.chinairr.org/report/R09/R0901/201211/13-111935.html>

产品价格：纸介版9800元 电子版9800元 纸介+电子10000元

订购电话: 400-600-8596 010-80993936

传真: 010-60343813

网址: <http://www.chinairr.org>

Email: sales@chyxx.com

联系人：刘老师 陈老师 谭老师

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、说明、目录、图表目录

休闲农业与乡村旅游的发展不仅可以充分开发农业资源，调整和优化产业结构，延长农业产业链，带动农村运输、餐饮、住宿、商业及其他服务业的发展，促进农村劳动力转移就业，增加农民收入，致富农民，而且可以促进城乡人员、信息、科技、观念的交流，增强城里人对农村、农业的认识和了解，加强城市对农村、农业的支持，实现城乡协调发展。

中国产业研究报告网发布的《2012-2016年中国休闲农业与乡村旅游市场调研与前景预测报告》共十章。首先介绍了中国休闲农业与乡村旅游发展综述，接着分析了中国休闲农业与乡村旅游发展的现状，然后介绍了中国生态旅游与民俗旅游发展。随后，报告对中国休闲农业与乡村旅游做了重点企业经营状况分析，最后分析了中国休闲农业与乡村旅游发展趋势与前景预测。您若想对休闲农业与乡村旅游有个系统的了解或者想投资休闲农业与乡村旅游，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。

目录

第1章：2011-2012年中国休闲农业与乡村旅游发展综述 1

第一节 休闲农业与乡村旅游的相关概述 1

一、休闲农业与乡村旅游的界定 1

二、休闲农业与乡村旅游开展的意义 1

三、休闲农业与乡村旅游的发展历程 2

四、休闲农业与乡村旅游的区别及联系 3

五、与其他旅游细分市场的区别及联系 3

第二节 休闲农业与乡村旅游的研究特性 3

一、行业研究的主要内容 3

二、行业研究的主要方法 4

三、行业研究的主要种类 4

四、行业研究的主要特点 5

第三节 行业政策环境分析 5

一、中央一号文件支持政策 5

二、相关环境保护政策分析 5

(1) 生态环境保护政策 5

(2) 农村环境保护政策 6

(3) 土壤环境保护政策 7

(4) 生物多样性保护政策 7

三、全国区域“十二五”休闲农业规划 8

第四节 国内宏观经济环境分析 17

一、GDP历史变动轨迹分析 17

二、固定资产投资历史变动轨迹分析 24

三、2012年中国经济发展预测分析 26

第五节 行业需求影响因素分析 29

一、居民可支配收入影响分析 29

二、旅游产品的价格影响分析 31

三、旅游目的区位的影响分析 31

四、居民消费习惯的影响分析 31

第2章：2011-2012年国内外旅游市场发展分析 33

第一节 全球旅游市场发展分析 33

一、国际经济环境分析 33

二、全球旅游市场发展分析 37

(1) 全球国际旅游人数分析 37

(2) 全球国际旅游收入分析 37

第二节 中国国内旅游市场发展分析 38

一、旅游产品生命周期影响因素 38

(1) 交通条件影响分析 38

(2) 区域生态环境影响分析 38

(3) 替代性产品影响分析 39

二、国内旅游行业发展规模分析 39

(1) 国内旅游人数 39

(2) 国内旅游收入 39

(3) 国内旅游人均花费 40

三、国内旅游行业发展特征分析 40

- (1) 节假日旅游进一步集中 40
- (2) 一日游依然占主导地位 40
- (3) 观光游仍是主体 40
- (4) 互联网对旅游“双方”的作用越来越重要 41

四、中国国内旅游市场“十二五”发展预测 41

第三节 中国入境旅游市场发展分析 45

一、中国入境旅游发展概况 45

- (1) 入境旅游接待人数 45
- (2) 入境旅游外汇收入 45
- (3) 入境旅游客源情况 45
- (4) 入境旅游过夜游客数 45

二、中国入境旅游主要特点 46

- (1) 入境旅游总量出现反弹 46
- (2) 港澳台市场表现不一 51
- (3) 外国旅华市场复苏最为强劲 52

三、入境旅游市场“十二五”发展预测 52

第四节 中国出境旅游市场发展分析 53

一、中国出境旅游发展概况 53

二、中国出境旅游目的地概况 53

- (1) 已开放的出境旅游目的地 53
- (2) 出境旅游中的热门目的地 54

三、2011年网民出境旅游意向调查 54

四、出境旅游市场“十二五”发展预测 65

第五节 中国黄金周旅游市场发展分析 66

一、十一黄金周旅游市场发展分析 66

- (1) 十一黄金周旅游人数 66
- (2) 十一黄金周旅游收入 66

二、春节黄金周旅游市场发展分析 66

- (1) 春节黄金周旅游人数 66
- (2) 春节黄金周旅游收入 67

第3章：2011-2012年中国休闲农业与乡村旅游发展分析 70

第一节 休闲农业与乡村旅游市场分析 70

一、休闲农业与乡村旅游行业发展规模 70

二、休闲农业与乡村旅游行业经营效益 71

三、休闲农业与乡村旅游行业招商动向 71

第二节 休闲农业与乡村旅游的规划设计 72

一、景区旅游接待建筑规模的确定 72

二、休闲养生度假区的规划设计 75

三、生态休闲景区的规划设计 76

四、古镇旅游景区的规划设计 77

五、乡村旅游景区的规划设计 77

第三节 休闲农业市场潜力分析 77

一、休闲农业市场经营分析 77

(1) 休闲农业市场发展规模 77

(2) 休闲农业市场收入来源 78

(3) 休闲农业客户资源分析 78

二、休闲农业的功能分区 78

三、休闲农业的主要分类 79

(1) 按园区功能划分的种类 79

(2) 按开发模式划分的种类 80

(3) 按发展趋势划分的种类 81

(4) 按投资主体划分的种类 82

四、国内发展休闲农业的SWOT分析 82

(1) 国内发展休闲农业的优势 82

(2) 国内发展休闲农业的劣势 83

(3) 国内发展休闲农业的机会 83

(4) 国内发展休闲农业的威胁 84

五、国内休闲农业的发展模式分析 85

(1) 农家乐开发模式 85

(2) 现代观光农业连片开发模式 85

(3) 农民与市民合作模式 86

(4) 带动产业模式 86

(5) 融合新农村建设模式 86

六、其他休闲农业细分模式发展潜力分析 87

- (1) 传统观光型农业旅游发展潜力 87
- (2) 都市科技型农业旅游发展潜力 87
- (3) 休闲度假型农业旅游发展潜力 87
- (4) 教育型观光农业旅游发展潜力 88
- (5) 民俗观光村或森林公园发展潜力 88

第四节 乡村旅游市场潜力分析 88

一、乡村旅游市场经营分析 88

- (1) 乡村旅游市场发展规模 88
- (2) 乡村旅游市场收入来源 89
- (3) 乡村旅游客户资源分析 89
- (4) 最佳乡村旅游目的的分析 90

二、乡村旅游的主要分类 92

- (1) 按旅游目的划分的种类 92
- (2) 按资源类型划分的种类 92
- (3) 按区位条件划分的种类 92
- (4) 按产品类型划分的种类 93

三、国内发展乡村旅游的SWOT分析 93

- (1) 国内发展乡村旅游的优势 93
- (2) 国内发展乡村旅游的劣势 94
- (3) 国内发展乡村旅游的机会 95
- (4) 国内发展乡村旅游的威胁 95

四、乡村旅游市场发展分析 96

- (1) 乡村旅游市场特点分析 96
- (2) 乡村旅游需求市场分析 97
- (3) 乡村旅游供给市场分析 98

1) 主要供给特点分析 98

2) 乡村旅游产品分析 99

- (4) 乡村旅游市场开发分析 99

五、乡村旅游的发展模式分析 99

- (1) 个体农户经营模式 99
- (2) 农户+农户模式 100

- (3) 公司+农户模式 100
- (4) 公司+社区+农户模式 101
- (5) 政府+公司+农民旅游协会+旅行社模式 101
- (6) 股份制模式 101

第4章：2011-2012年中国生态旅游与民俗旅游发展分析 103

第一节 生态旅游行业相关概述 103

- 一、生态旅游的界定 103
- 二、生态旅游资源分析 106
- 三、自然保护区建设规模分析 107

第二节 生态旅游行业的市场调研分析 117

- 一、调研样本的基本特征 117
- 二、生态旅游的消费特征 118
- 三、生态旅游消费影响分析 118

(1) 时间和收入因素 118

(2) 交通因素 119

(3) 其他因素 119

第三节 农业生态旅游发展前景分析 119

- 一、国内农业生态旅游发展现状 119
- 二、高科技农业生态旅游发展特点 120
- 三、高科技农业生态旅游发展优势 120
- 四、高科技农业生态旅游发展潜力 122

第四节 民俗旅游行业的相关概述 123

- 一、民俗旅游的界定 123
- 二、民俗旅游的发展特点 124
- 三、民俗旅游的主要类型 126
- 四、民俗旅游资源的分类 129

第五节 民俗旅游行业发展分析 134

- 一、民俗旅游开发现状分析 134
- 二、民俗旅游区的开发模式 135
- 三、民俗旅游开发存在的问题 136
- 四、民俗旅游区的管理分析 138

五、民俗旅游的营销策略分析 139

(1) 目标市场的选择 139

(2) 产品策略 139

(3) 价格策略 141

(4) 促销策略 141

(5) 渠道策略 142

第六节 民俗旅游行业发展前景 143

一、民俗旅游开发前景分析 143

二、民俗旅游的发展策略建议 145

第5章：2011-2012年中国休闲农业园区建设分析 147

第一节 大中型休闲农业园区质量评价体系 147

一、园区区位特性 147

二、园区规划布局 147

三、园区基础设施 149

四、园区产品特色 149

五、园区生态环境 149

六、园区经营水平 150

七、园区市场效益 152

第二节 休闲农业园经营状况分析 153

一、休闲农业园建设规模分析 153

二、休闲农业园建设效益分析 153

三、休闲农业园开发模式分析 153

四、休闲农业园盈利模式分析 154

五、休闲农业园投资风险分析 155

六、休闲农业园建设最新进展 156

第三节 休闲农业园区景观规划设计 156

一、休闲农业园区景观规划设计理念 156

二、休闲农业园区景观规划设计原则 158

(1) 生态的原则 158

(2) 经济性原则 158

(3) 参与性原则 158

(4) 突出特色的原则	158
(5) 文化的原则	159
(6) 多样性原则	159
三、休闲农业园区景观规划设计方法	159
(1) 休闲农业园区景观规划的核心	159
(2) 休闲农业园区景观规划的程序	159
四、休闲农业园区景观规划建设启示	161
(1) 从城市化进程的角度	161
(2) 从旅游业发展的角度	162
第四节 农业科技示范园发展分析	162
一、国外农业科技园区的主要模式	162
(1) 示范农场	162
(2) 假日农场	163
(3) 试验站	164
二、国外农业科技园区的经验借鉴	164
(1) 区域营销理念	164
(2) 建立全球网络	165
(3) 充分融合区域背景	165
(4) “三生”协调发展	165
(5) 科研、教育和推广三结合	166
三、我国农业科技示范园区建设现状	166
四、我国农业科技示范园区的分类	170
(1) 按国家和地方项目划分	170
(2) 按经营方式划分	172
(3) 按生态类型划分	173
(4) 按示范内容划分	174
五、我国农业科技示范园区存在的问题	175
六、我国农业科技示范园区可持续发展建议	178
(1) 核心区及其可持续发展策略	178
(2) 示范区及其可持续发展策略	178
(3) 辐射区及其可持续发展策略	179
七、农业科技示范园个案分析	179

(1) 上海孙桥模式 179

(2) 浙江滕头模式 183

(3) 苏州未来农林大世界 186

第五节 复合型农业观光园发展潜力分析 187

一、复合型观光园收入来源分析 187

二、复合型观光园客户来源分析 187

三、复合型观光园经营管理建议 187

四、复合型观光园市场推广建议 188

第6章：2011-2012年中国各省市休闲农业与农村旅游发展分析 190

第一节 北京市休闲农业与农村旅游发展分析 190

一、北京市涉农旅游特色分析 190

二、北京市涉农旅游发展规划 190

三、北京市旅游消费环境分析 191

(1) 北京市游客总量及结构 191

(2) 北京市旅游收入结构 191

(3) 北京市旅游业总收入占GDP比重 191

四、北京市旅游景区收入分析 191

五、北京市农业园区建设规模 192

六、北京市乡村旅游产品分析 192

七、北京市旅游业配套市场分析 193

(1) 北京市住宿市场分析 193

(2) 北京市餐饮市场分析 194

(3) 北京市交通情况分析 194

第二节 天津市休闲农业与农村旅游发展分析 195

一、天津市涉农旅游特色分析 195

二、天津市涉农旅游发展规划 195

三、天津市旅游消费环境分析 196

(1) 天津市游客总量及结构 196

(2) 天津市旅游收入结构 196

(3) 天津市旅游业总收入占GDP比重 196

四、天津市旅游景区收入分析 196

五、天津市农业园区建设规模	196
六、天津市乡村旅游产品分析	197
七、天津市旅游业配套市场分析	198
(1) 天津市住宿市场分析	198
(2) 天津市餐饮市场分析	198
(3) 天津市交通情况分析	199
第三节 安徽省休闲农业与农村旅游发展分析	200
一、安徽省涉农旅游特色分析	200
二、安徽省涉农旅游发展规划	201
三、安徽省旅游消费环境分析	201
(1) 安徽省游客总量及结构	201
(2) 安徽省旅游收入结构	201
(3) 安徽省旅游业总收入占GDP比重	201
四、安徽省旅游景区收入分析	201
五、安徽省农业园区建设规模	202
六、安徽省乡村旅游产品分析	202
七、安徽省旅游业配套市场分析	204
(1) 安徽省住宿市场分析	204
(2) 安徽省餐饮市场分析	204
(3) 安徽省交通情况分析	204
第四节 江西省休闲农业与农村旅游发展分析	206
一、江西省涉农旅游特色分析	206
二、江西省涉农旅游发展规划	207
三、江西省旅游消费环境分析	207
(1) 江西省游客总量及结构	207
(2) 江西省旅游收入结构	207
(3) 江西省旅游业总收入占GDP比重	207
四、江西省旅游景区收入分析	208
五、江西省农业园区建设规模	208
六、江西省乡村旅游产品分析	208
七、江西省旅游业配套市场分析	209
(1) 江西省住宿市场分析	209

(2) 江西省餐饮市场分析 209

(3) 江西省交通情况分析 209

第五节 江苏省休闲农业与农村旅游发展分析 210

一、江苏省涉农旅游特色分析 210

二、江苏省涉农旅游发展规划 211

三、江苏省旅游消费环境分析 212

(1) 江苏省游客总量及结构 212

(2) 江苏省旅游收入结构 212

(3) 江苏省旅游业总收入占GDP比重 212

四、江苏省旅游景区收入分析 212

五、江苏省农业园区建设规模 212

六、江苏省乡村旅游产品分析 213

七、江苏省旅游业配套市场分析 213

(1) 江苏省住宿市场分析 213

(2) 江苏省餐饮市场分析 213

(3) 江苏省交通情况分析 214

第六节 浙江省休闲农业与农村旅游发展分析 214

一、浙江省涉农旅游特色分析 214

二、浙江省涉农旅游发展规划 215

三、浙江省旅游消费环境分析 215

(1) 浙江省游客总量及结构 215

(2) 浙江省旅游收入结构 216

(3) 浙江省旅游业总收入占GDP比重 217

四、浙江省旅游景区收入分析 217

五、浙江省农业园区建设规模 217

六、浙江省乡村旅游产品分析 218

七、浙江省旅游业配套市场分析 220

(1) 浙江省住宿市场分析 220

(2) 浙江省餐饮市场分析 220

(3) 浙江省交通情况分析 221

第七节 广东省休闲农业与农村旅游发展分析 221

一、广东省涉农旅游特色分析 221

二、广东省涉农旅游发展规划	222
三、广东省旅游消费环境分析	222
(1) 广东省游客总量及结构	222
(2) 广东省旅游收入结构	223
(3) 广东省旅游业总收入占GDP比重	223
四、广东省旅游景区收入分析	223
五、广东省农业园区建设规模	224
六、广东省乡村旅游产品分析	224
七、广东省旅游业配套市场分析	224
(1) 广东省住宿市场分析	224
(2) 广东省餐饮市场分析	225
(3) 广东省交通情况分析	225
第八节 福建省休闲农业与农村旅游发展分析	227
一、福建省涉农旅游特色分析	227
二、福建省涉农旅游发展规划	227
三、福建省旅游消费环境分析	228
(1) 福建省游客总量及结构	228
(2) 福建省旅游收入结构	228
(3) 福建省旅游业总收入占GDP比重	231
四、福建省旅游景区收入分析	231
五、福建省农业园区建设规模	232
六、福建省乡村旅游产品分析	233
七、福建省旅游业配套市场分析	233
(1) 福建省住宿市场分析	233
(2) 福建省餐饮市场分析	233
(3) 福建省交通情况分析	234
第九节 湖南省休闲农业与农村旅游发展分析	234
一、湖南省涉农旅游特色分析	234
二、湖南省涉农旅游发展规划	235
三、湖南省旅游消费环境分析	236
(1) 湖南省游客总量及结构	236
(2) 湖南省旅游收入结构	236

(3) 湖南省旅游业总收入占GDP比重 237

四、湖南省旅游景区收入分析 238

五、湖南省农业园区建设规模 239

六、湖南省乡村旅游产品分析 240

七、湖南省旅游业配套市场分析 242

(1) 湖南省住宿市场分析 242

(2) 湖南省餐饮市场分析 245

(3) 湖南省交通情况分析 245

第十节 其他省市休闲农业与乡村旅游发展分析 246

一、河北省涉农旅游发展分析 246

二、辽宁省涉农旅游发展分析 247

三、陕西省涉农旅游发展分析 247

四、山东省涉农旅游发展分析 249

五、四川省涉农旅游发展分析 257

六、黑龙江省涉农旅游发展分析 257

第7章：2011-2012年中国休闲农业与乡村旅游企业经营分析 259

第一节 五星级休闲农业与乡村旅游企业经营分析 259

一、北京张裕爱斐堡国际酒庄有限公司 259

(1) 企业发展简况分析 259

(2) 企业主营业务分析 259

(3) 企业经营情况分析 260

(4) 企业资质水平介绍 260

(5) 企业重点园区分析 260

1) 园区发展简况分析 260

2) 园区投资规模介绍 261

3) 园区主要景点介绍 261

4) 园区服务水平分析 262

5) 园区经营效益分析 262

6) 园区竞争力分析 262

(6) 企业经营优劣势分析 263

(7) 企业最新发展动向分析 263

···另有13家企业分析。 263

第二节 其他休闲农业与乡村旅游企业经营分析 267

一、北京华坤庄园酒店有限公司 267

(1) 企业发展简况分析 267

(2) 企业主营业务分析 267

(3) 园区主要景点介绍 267

(4) 企业经营优劣势分析 267

(5) 企业最新发展动向分析 268

···另有15家企业分析。 268

第8章：2011-2012年国际休闲农业与乡村旅游经验借鉴 273

第一节 国际乡村旅游发展的基本状况 273

一、国际乡村旅游行业发展现状分析 273

二、国际乡村旅游行业主要形式与特点 273

三、国际乡村旅游行业市场客源特征 274

第二节 发达国家的休闲农业与乡村旅游发展分析 274

一、美国休闲农业与乡村旅游发展分析 274

二、英国休闲农业与乡村旅游发展分析 275

三、法国休闲农业与乡村旅游发展分析 275

四、韩国休闲农业与乡村旅游发展分析 276

第三节 欠发达国家的休闲农业与乡村旅游发展分析 276

一、新兴工业化国家和地区发展分析 276

二、发展中国家休闲农业与乡村旅游发展分析 277

第四节 中外休闲农业与乡村旅游对比与经验借鉴 277

一、中外休闲农业与乡村旅游对比分析 277

二、中外休闲农业与乡村旅游经验借鉴 281

第9章：2011-2012年中国休闲农业与乡村旅游投融资与经营管理 285

第一节 休闲农业投融资分析 285

一、休闲农业开发资金来源 285

二、休闲农业的投融资渠道 285

三、休闲农业的投融资风险 286

四、休闲农业园区融资模式 286

第二节 休闲农业的经营管理分析 286

一、休闲农业的运营管理 286

二、休闲农业的服务管理 287

三、休闲农业的游客管理 288

四、休闲农业的设施管理 290

五、休闲农业的环境管理 291

第三节 乡村旅游投融资分析 292

一、乡村旅游开发资金来源 292

二、乡村旅游的投融资渠道 292

三、乡村旅游的投融资风险 293

第四节 乡村旅游的经营管理分析 294

一、乡村旅游的运营管理 294

二、乡村旅游的服务管理 294

三、乡村旅游的环境管理 295

第10章：2012-2016年中国休闲农业与乡村旅游发展趋势与前景预测分析 296

第一节 休闲农业与乡村旅游市场未来影响因素 296

一、低端劳动力收入水平快速上升 296

二、高铁网络逐步贯通 296

三、中西部景区游客增速恢复性反弹 296

四、人民币趋势性升值 296

第二节 休闲农业发展趋势与市场前瞻 297

一、休闲农业发展趋势分析 297

二、休闲农业发展规模预测 298

三、休闲农业市场营销建议 299

第三节 乡村旅游发展趋势与市场前瞻 301

一、乡村旅游发展趋势分析 301

二、乡村旅游发展规模预测 304

三、乡村旅游市场营销建议 304

第四节 附录：全国环境优美乡镇名录 306

一、第一批命名单位（14个） 306

- 二、第二批命名单位（25个） 307
- 三、第三批命名单位（40个） 308
- 四、第四批命名单位（99个） 310
- 五、第五批命名单位（47个） 314
- 六、第六批命名单位（200个） 315
- 七、第七批命名单位（204个） 323
- 八、国家生态建设示范区之“全国环境优美乡镇”名单（共398个） 327
- 九、国家生态市（区、县）名单 359

通过《2012-2016年中国休闲农业与乡村旅游市场调研与前景预测报告》，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：<http://www.chinairr.org/report/R09/R0901/201211/13-111935.html>