



艾凯咨询  
ICAN Consulting

# 2016-2022年中国滨海旅游业市 场分析及投资策略研究报告

## 一、调研说明

《2016-2022年中国滨海旅游业市场分析及投资策略研究报告》是艾凯咨询集团经过数月的周密调研，结合国家统计局，行业协会，工商，税务海关等相关数据，由行业内知名专家撰写而成。报告意于成为从事本行业人士经营及投资提供参考的重要依据。

报告主要可分为四大部分，首先，报告对本行业的特征及国内外市场环境进行描述；其次，是本行业的上下游产业链，市场供需状况及竞争格局从宏观到细致的详尽剖析，接着报告中列出数家该行业的重点企业，分析相关经营数据；最后，对该行业未来的发展前景，投资风险给出指导建议。相信该份报告对您把握市场脉搏，知悉竞争对手，进行战略投资具有重要帮助。

官方网址：<https://www.icandata.com/view/281022.html>

报告价格： 纸介版9000元 电子版9000元 纸介版+电子版9200元

订购电话： 400-700-0142 010-80392465

电子邮箱： sales@icandata.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、摘要、目录、图表

报告目录：

### 第一章 滨海旅游业相关概述 8

#### 第一节 滨海旅游产业定义 8

#### 第二节 滨海旅游业的地位及特点 8

##### 一、滨海旅游业的地位 8

##### 二、滨海旅游业的特点 9

#### 第三节 中国海滨旅游气候分析 9

##### 一、中国海滨气候带分布区域 9

##### 二、中国海滨旅游地适宜旅游期 10

##### 三、光照条件对海滨旅游的影响 10

##### 四、灾害天气对海滨旅游的影响 11

#### 第四节 滨海旅游产品开发分析 12

##### 一、综合旅游开发 12

##### 二、观光旅游为主 12

##### 三、疗养度假为主 12

##### 四、体育训练、水上运动 13

##### 五、科普探险为主 13

### 第二章 世界滨海旅游业的发展及经验借鉴 14

#### 第一节 世界滨海旅游业发展的总体分析 14

##### 一、世界滨海旅游业发展的基本状况 14

##### 二、世界滨海旅游业的功能层次分析 14

#### 第二节 世界滨海旅游业发展的主要特征 15

#### 第三节 西班牙滨海旅游业发展及经验借鉴 15

##### 一、西班牙滨海旅游资源分析 15

##### 二、西班牙滨海旅游发展概述 16

##### 三、西班牙滨海旅游优势分析 16

##### 四、西班牙滨海旅游开发经验借鉴 17

###### （一）重视旅游立法，依法管理 17

###### （二）注重旅游规划并严格实施 18

(三) 根据需求推出新旅游产品	18
(四) 重视宣传促销, 拓展渠道	19
(五) 注重旅游环境的综合质量	20
第四节 其他国家滨海旅游业发展概述	21
一、法国	21
二、美国	21
三、加勒比海	22
四、澳大利亚	22
五、泰国	23
第五节 世界著名滨海旅游带开发模式分析	25
一、夏威夷模式	25
二、新加坡模式	25
三、马尔代夫模式	26
四、佛罗里达模式	27
第六节 世界滨海旅游业发展的主要经验总结	29
一、特色型开发	29
二、完善的规划	29
三、生态化发展模式	29
四、体验化旅游产品	29
五、丰富的产品层次	30
六、完善旅游的管理	30
七、建立海洋国家公园	30
第三章 中国滨海旅游业的发展	32
第一节 海洋经济的相关概念	32
一、海洋经济的定义	32
二、海洋产业的定义	32
第二节 中国海洋经济的发展	32
一、发展海洋经济战略意义	32
二、海洋经济产业产值分析	33
三、现代海洋经济产业区域	34
四、海洋经济细分产业现状	34
五、海洋经济区域发展格局	35

六、洋经济产业增加值结构	36
第三节 我国滨海旅游资源分析	36
一、中国滨海旅游业资源状况	36
二、中国滨海旅游业政策背景	37
三、中国的海洋文化资源分析	38
第四节 中国滨海旅游业的发展现状	40
一、海洋旅游资源现状分析	40
二、中国旅游业收入规模	42
三、滨海旅游增加值规模	43
四、滨海旅游商业模式分析	44
第五节 中国滨海旅游发展战略	44
一、滨海旅游业基本战略分析	44
二、滨海旅游业战略支撑体系	45
三、滨海旅游业竞争优势战略	47
第六节 我国滨海旅游游客特征分析	47
一、沿海城市入境游客年龄分布特征	47
二、沿海城市入境游客性别比例分析	48
三、沿海城市入境游客国别及入境方式	48
四、沿海城市入境外国游客旅游动机分析	48
五、沿海城市入境旅游客源市场结构分析	49
六、培育中国滨海旅游客源市场的思路及措施	49
第七节 中国滨海旅游产业结构及集群发展解析	50
一、滨海旅游产业结构与集群效应概述	50
二、中国滨海旅游产业结构现状	51
三、滨海旅游产业结构调整瓶颈	52
第八节 中国滨海旅游业存在问题分析	52
第九节 中国滨海旅游业发展策略解析	53
一、我国滨海旅游业开发布局建议	53
二、中国滨海旅游业的发展对策	55
三、中国滨海旅游业的设计原则	57
四、中国滨海旅游业发展重点分析	58
第四章 广东省滨海旅游业的发展	60

第一节 广东省滨海旅游业发展的总体分析	60
一、广东省滨海旅游资源的基本情况	60
二、广东省滨海旅游资源的规划策略	60
三、广东省滨海旅游吸引力不足原因分析	60
四、广东省发展滨海旅游业存在问题	61
五、广东省滨海旅游业发展策略分析	62
六、关于广东省滨海旅游产业园思考	64
第二节 深圳市滨海旅游业的发展	66
一、深圳市发展滨海旅游业意义	66
二、深圳市滨海旅游资源的特点	67
三、深圳市滨海旅游业发展优势	67
四、深圳市滨海旅游业存在问题	67
五、深圳市滨海旅游的发展策略	68
六、深圳市滨海旅游业发展规划	70
第三节 湛江市滨海旅游业的发展	70
一、湛江市发展滨海旅游发展历程	70
二、湛江市滨海旅游业的发展状况	71
三、湛江市滨海旅游业发展存在问题	72
四、湛江市滨海旅游业发展规划情况	72
第四节 惠州市滨海旅游业的发展	74
一、惠州市滨海旅游发展现状分析	74
二、惠州市滨海旅游发展存在问题	76
三、惠州市滨海旅游业的发展策略	78
第五节 茂名市滨海旅游业的发展	81
一、茂名市滨海地区的旅游环境	81
二、茂名市滨海旅游业发展状况	81
三、茂名市滨海旅游业存在问题	82
四、茂名市滨海旅游业发展策略	83
五、茂名市滨海旅游业布局规划	84
第五章 广西滨海旅游业的发展	85
第一节 广西滨海旅游资源分析	85
一、广西沿海地区及旅游资源分析	85

二、广西滨海旅游发展现状分析	86
三、广西滨海旅游资源开发存在的问题	86
四、广西滨海旅游资源可持续开发建议	87
第二节 北海市滨海旅游业的发展	88
一、北海市滨海旅游业资源情况	88
二、北海市滨海旅游业转型升级	89
三、北海市滨海旅游业存在问题	90
四、北海市滨海旅游业发展策略	90
五、北海市旅游产业的发展规划	90
第六章 海南省滨海旅游业的发展	92
第一节 海南省滨海旅游业发展综述	92
一、海南省滨海旅游业资源优势分析	92
二、海南省滨海旅游客源情况分析	92
三、海南省滨海旅游存在的主要问题	93
四、海南省滨海旅游业发展的对策	94
第二节 三亚市滨海旅游业的发展	95
一、三亚市滨海旅游资源分析	95
二、三亚市滨海旅游业发展现状	95
三、三亚市发展滨海旅游业优势分析	96
四、三亚市滨海旅游业发展存在问题	97
五、三亚市滨海旅游业发展的对策	97
第七章 福建省滨海旅游业的发展	99
第一节 福建省滨海旅游业发展总况	99
一、福建滨海旅游业发展概述	99
二、福建省滨海旅游业存在的问题	99
三、福建省滨海旅游发展战略分析	101
四、福建省拓展滨海旅游业分析	102
五、《莆田市"十二五"旅游业发展专项规划》	102
第二节 厦门市滨海旅游业的发展	103
一、厦门市旅游业发展现状分析	103
二、厦门市滨海旅游业存在问题	103
三、厦门市海滨旅游业SWOT分析	104

四、厦门市旅游业发展策略分析	106
五、厦门市海滨旅游的发展趋势	107
六、厦门市滨海旅游也发展规划	108
第八章 山东省滨海旅游业的发展	110
第一节 山东省滨海旅游业发展综述	110
一、山东省滨海旅游业资源状况	110
二、山东省滨海旅游业开发现状	110
三、山东省滨海旅游业开发布局	111
四、山东省滨海旅游业开发重点	112
五、山东省滨海旅游业的主要问题	113
六、山东省发展海滨旅游业的策略	114
第二节 山东半岛滨海旅游业发展整体分析	117
一、山东半岛滨海旅游业资源特点	117
二、山东半岛滨海旅游业存在问题	117
三、山东半岛滨海旅游区域合作策略	117
四、《山东半岛蓝色经济区发展规划》	119
第三节 青岛市滨海旅游业发展分析	120
一、青岛滨海旅游业发展现状	120
二、青岛滨海旅游发展的劣势	120
三、青岛滨海旅游发展的优势	121
四、青岛打造滨海"黄金链"旅游线	121
五、青岛滨海旅游业开发策略分析	122
第四节 山东威海市刘公岛开发分析	123
第九章 辽宁省滨海旅游业的发展	125
第一节 辽宁滨海旅游业综合分析	125
一、辽宁滨海旅游资源的总体特征	125
二、辽宁省旅游业的发展状况分析	125
三、辽宁滨海旅游业存在问题分析	126
四、辽宁滨海旅游业发展具体对策	127
五、辽宁沿海经济带一体化发展策略	129
六、《辽宁海岸带保护和利用规划》	131
第二节 大连市滨海旅游业分析	131



一、大连滨海旅游业的发展现状	131
二、大连滨海旅游业的优势分析	132
三、大连滨海旅游业存在的问题	133
四、大连滨海旅游业的发展策略	135
五、大连滨海旅游发展总体目标	136
第十章 江苏省滨海旅游业的发展	137
第一节 江苏省滨海旅游业总体分析	137
一、江苏滨海旅游业资源优势分析	137
二、江苏省滨海旅游资源开发条件	138
三、江苏省滨海旅游开发策略分析	138
第二节 连云港市滨海旅游区发展分析	139
一、连云港市滨海旅游发展现状分析	139
二、连云港市滨海旅游业发展的瓶颈	140
三、连云港市建设滨海旅游区的思考	141
第十一章 中国滨海旅游业发展的前景趋势预测(AK TL)	143
第一节 中国海洋经济的前景及趋势	143
一、海洋经济产业发展前景	143
二、滨海旅游开发前景分析	143
三、海洋渔业开发前景分析	144
四、海洋油气开发前景分析	144
五、海洋工程装备发展前景	144
六、海洋生物医药开发前景	145
七、海岛经济开发前景分析	145
第二节 中国滨海旅游业的前景及趋势分析	147
一、中国滨海旅游业预测分析	147
二、中国滨海旅游业的发展趋势	147
三、未来我国海滨旅游业发展方向	147
四、中国滨海旅游业空间结构布局	149
图表目录：	
图表 1 中国海洋生产总值增长趋势图	34
图表 2 海洋经济产业增加值构成图	36
图表 3 中国海洋旅游资源分类	41

图表 4中国主要海洋旅游产品	41
图表5 2000国内旅游情况统计	42
图表6 中国国内旅游人数规模增长趋势图	43
图表7 中国国内旅游收入规模增长趋势图	43
图表 8 滨海旅游业增加值趋势图	44
图表 9 江苏沿海人文旅游资源的分布情况	138
图表 10 滨海旅游业增加值趋势预测图	147

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/281022.html>

### 三、研究方法

- 1、系统分析方法
- 2、比较分析方法
- 3、具体与抽象方法
- 4、分析与综合方法
- 5、归纳与演绎方法
- 6、定性分析与定量分析方法
- 7、预测研究方法

### 四、数据来源

对行业内相关的专家、厂商、渠道商、业务（销售）人员及客户进行访谈，获取最新的一手市场资料；

艾凯咨询集团长期监测采集的数据资料；

行业协会、国家统计局、海关总署、国家发改委、工商总局等政府部门和官方机构的数据与资料；

行业公开信息；

行业企业及上、下游企业的季报、年报和其它公开信息；

各类中英文期刊数据库、图书馆、科研院所、高等院校的文献资料；

行业资深专家公开发表的观点；

对行业的重要数据指标进行连续性对比，反映行业发展趋势；

中华人民共和国国家统计局 <http://www.stats.gov.cn>

中华人民共和国国家工商行政管理总局 <http://www.saic.gov.cn>

中华人民共和国海关总署 <http://www.customs.gov.cn>

中华人民共和国商务部 <http://www.mofcom.gov.cn>

中国证券监督管理委员会 <http://www.csrc.gov.cn>

中华人民共和国商务部 <http://www.mofcom.gov.cn>

世界贸易组织 <https://www.wto.org>

联合国统计司 <http://unstats.un.org>

联合国商品贸易统计数据库 <http://comtrade.un.org>

## 五、关于艾凯咨询网

艾凯咨询网（[www.icandata.com](http://www.icandata.com)）隶属艾凯咨询集团（北京华经艾凯企业咨询有限公司），艾凯咨询集团专注提供大中华区产业经济情报，为企业商业决策赋能，是领先的市场研究报告和竞争情报提供商

艾凯咨询集团为企业提供专业投资咨询报告、深度研究报告、市场调查、统计数据等。艾凯咨询网每天更新大量行业分析报告、图表资料、竞争情报、投资情报等，为用户及时了解迅速变化中的世界和中国市场提供便利，为企业商业决策赋能。

### 研究力量

高素质的专业的研究分析团队，密切关注市场最新动向。在多个行业，拥有数名经验丰富的专业分析师。对于特定及专属领域，我们有国内外众多合作研究机构，同时我们聘请数名行业资深专家顾问，帮助客户分清市场现状和趋势，找准市场定位和切入机会，提出合适中肯的建议，帮助客户实现价值，与客户一同成长。

### 我们的优势

权威机构 艾凯咨询集团二十年深厚行业背景;

数量领先 囊括主流研究报告和权威合作伙伴;

服务齐全 促销、推荐指数、积分、网上支付等;  
良好声誉 广泛知名度、满意度，众多新老客户。