



中国自然景区游客深度分析项目（节选）



第一部分 旅游景区行业发展概况

(基本概况、发展历程、主要产品及应用)

第二部分 长白山景区发展环境分析

(经济环境、政策环境、社会环境、技术环境)

第三部分 长白山景区市场现状分析

(市场规模、市场供应情况、市场需求情况、细分市场发展现状)

第四部分 长白山景区竞争格局分析

(行业集中度、代表企业分析)

第五部分 长白山景区动态研究

(细分市场动态、行业近期大事件分析)

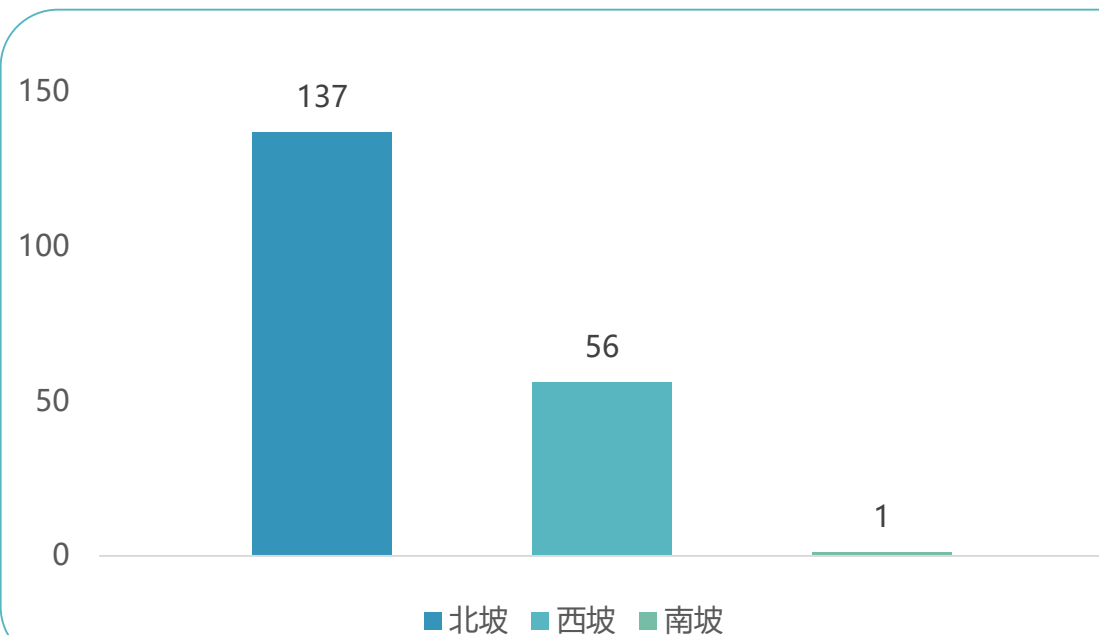
第六部分 长白山景区发展趋势分析

(行业发展影响因素、未来发展趋势预测)

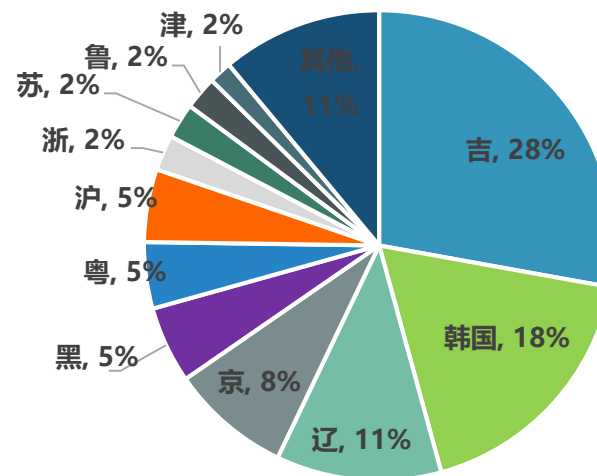
长白山景区客源属性--客流结构

- 北坡客流区域占比70%，团散比3:7，散客主要来自周边地区，消费能力较高的城市
- 东三省之外游客占比超过50%，北京、上海、广东是主力省外散客来源地；
- 韩国客源占比18%，是区域入境游的主要来源国，以登山和朝圣为主。

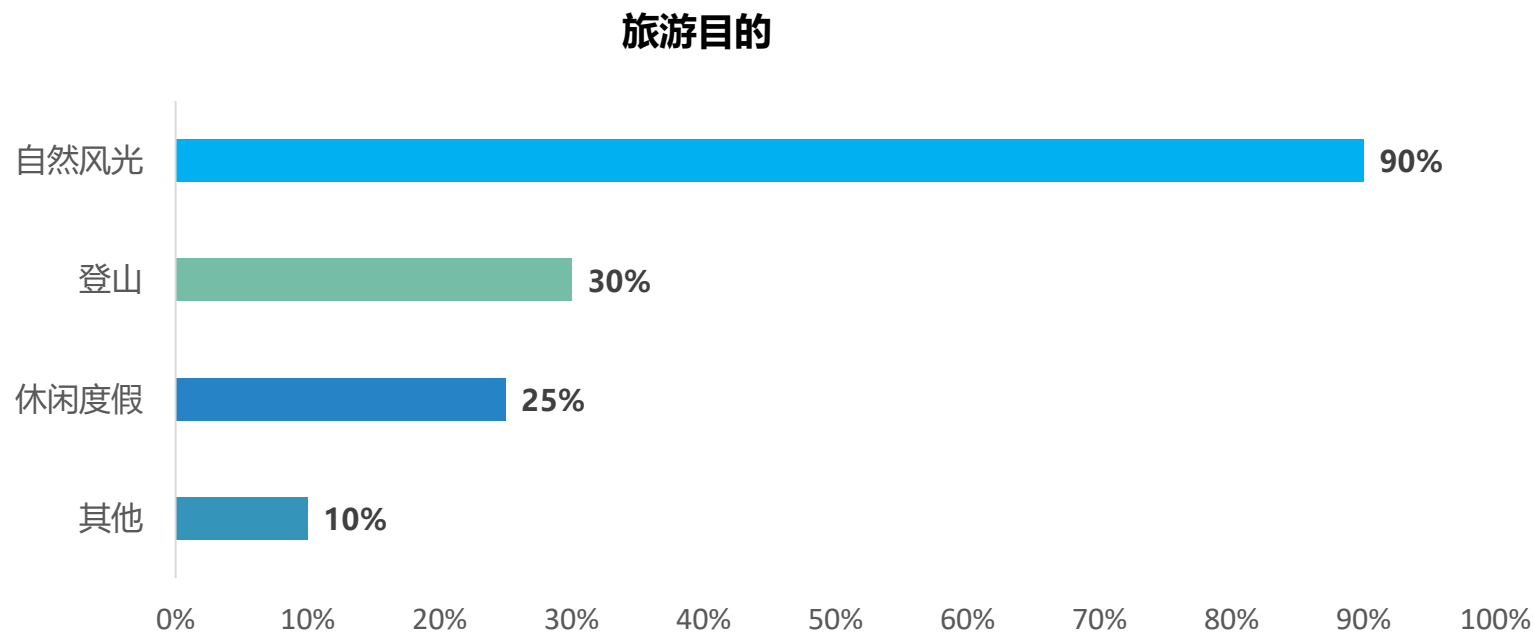
2014年各坡游客流量 (人次)



2014年长白山景区游客-客源地结构



- 长白山景区的自然风光是吸引游客的主要因素，90%的游客以观光旅游为主要目的
- 25%的游客兼顾休闲度假需求，是WD度假区的主要潜在目标客群（5-10月，约48万）
- 以观光+登山运动为目的的游客占比达到30%，登山主题游具有一定市场空间



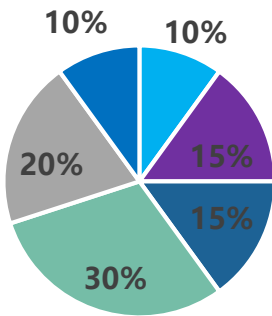
● 韩国游客到长白山地区出行目的是观光、登山，主题是“长白山朝圣”，停留时间较短平均不到1天。与长白山连线行程包括主题有“延吉朝鲜民俗游”、“鸭绿江公路游”

长白山景区客源属性—游客类型

■ 30岁以上、月收入6000元以上，平均日消费300元以上、以自驾、飞机和公共交通出行为主

年龄结构

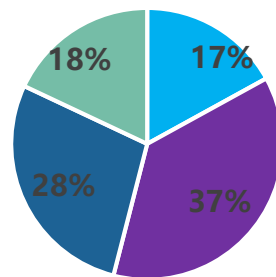
- 20岁以下
- 20-30
- 31-40
- 41-50
- 51-60
- 60岁以上



✓ 长白山景区的客流主要集中在40~60岁之间
✓ 这一年龄区间的主要特征是闲暇时间较多
团客：女性偏多占60%，主要集中在40-60岁之间占2/3

月收入水平

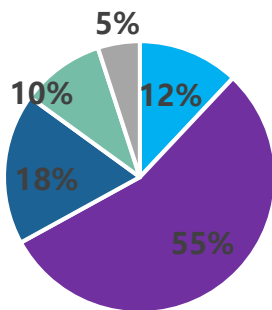
- 4000元以下
- 4000-6000元
- 6000-8000元
- 8000元以上



✓ 到长白山游玩主要以中等收入水平的游客为主
团客：中等收入水平为主

消费水平（日平均）

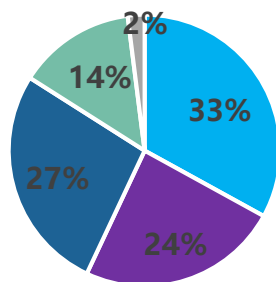
- 300元以下
- 300-500
- 500-700
- 700-900
- 900元以上



✓ 长白山游客日消费以500元以下为主，整体消费水平中等偏低
团客：一般平均每天300~400元

出行方式

- 火车
- 飞机
- 汽车
- 自驾车
- 其他

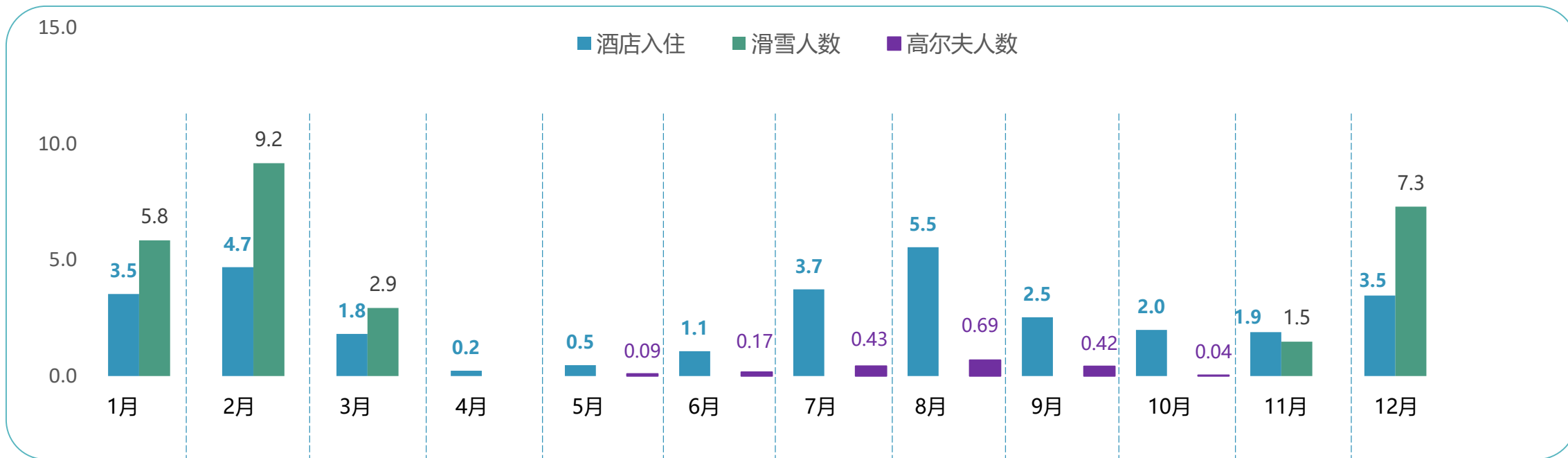


✓ 游客到达长白山景区主要依靠公共交通
✓ 自驾游客主要来自周围省市
团客：东三省-旅游大巴/火车+旅游大巴、北京-火车+旅游大巴、上海-飞机+旅游大巴、韩国-飞机+旅游大巴

WD度假区客源量—景区各项目客流情况

- 客流高峰为滑雪季（11-次年3月）、其次为高球季（7-10月），其余为淡季
- 滑雪项目共接待27万滑雪人次，是目前度假区冬季旅游的核心吸引物
- 高尔夫项目有1.8万打球人次，对度假区夏季客流拉动有限

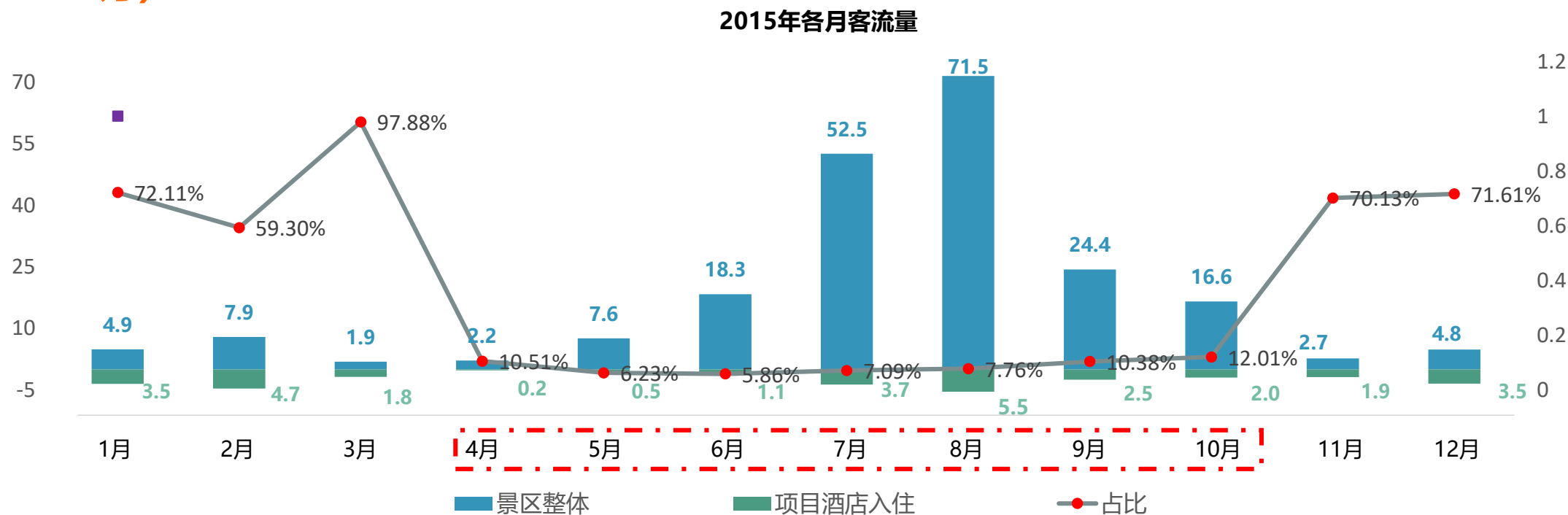
2015年长白山项目各月客流量（万人次）



来源：尚普咨询调研绘制

对比分析—客流量比较

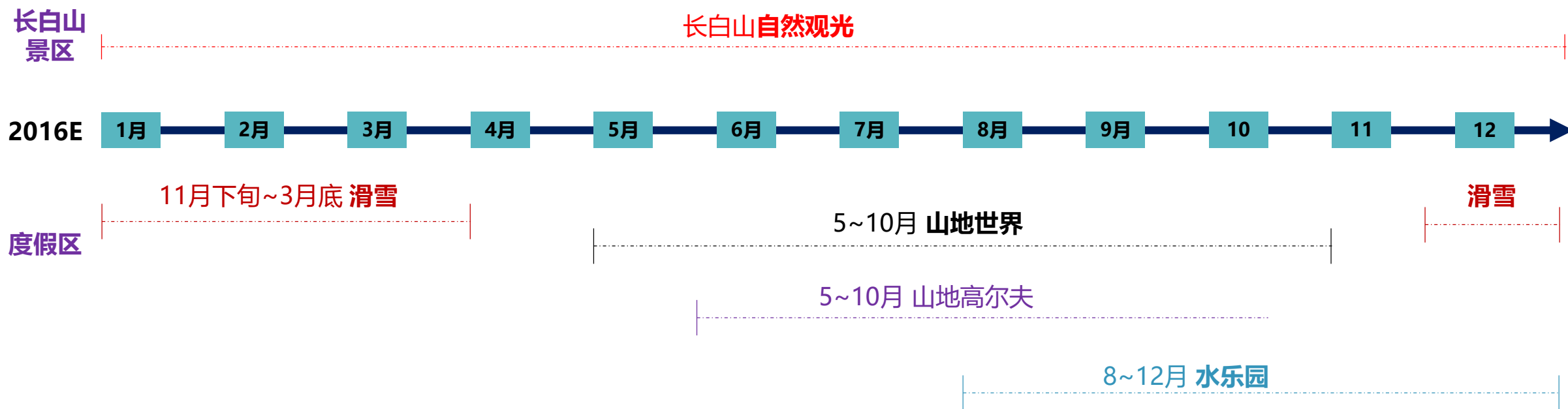
- 度假区滑雪项目吸客能力较强，全年人次27万
- 夏季高尔夫项目无法吸引大规模客流，年度打球人次1.8万人
- 5-10月，度假区与长白山景区存在错峰情况（酒店入住15万，长白山191万）
- 5-10月，度假区对长白山景区客流的分流低（转化率8%），存在市场空间较大（潜在市场48万）



来源：尚普咨询调研绘制

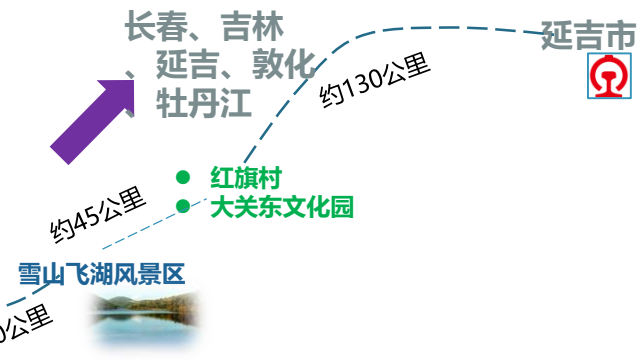
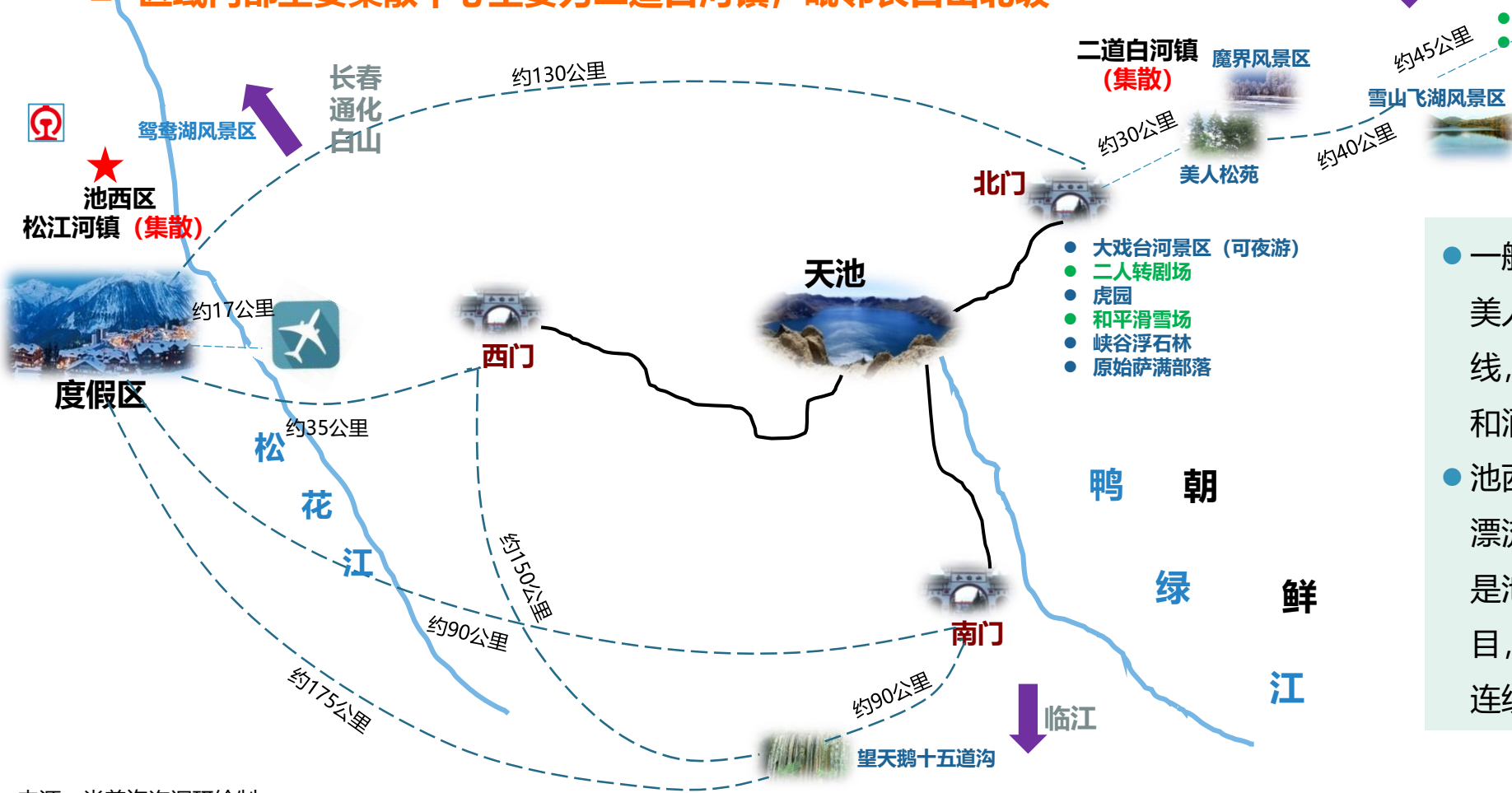
对比分析—项目运营时间

- 长白山风景区全年以自然观光为主，度假区不同时段主要经营主题和内容各有差异
- 度假区5-10月经营内容缺乏核心吸引物，经营能够创造和吸引客流
- 度假区在4-5月和11月上旬缺乏经营内容，主题性旅游产品少



区域产品线路概况—分布现状

- 区域旅游以自然观光和滑雪度假为主，长白山风景区为区域线路的主打产品。其中，长白山北坡占比高（客流占比70%），西坡占比低
- 外围4个大集散中心，延吉/丹东主要覆盖东北及周边，长春/吉林兼顾外省。
- 区域内部主要集散中心主要为二道白河镇，毗邻长白山北坡



- 大戏台河景区 (可夜游)
- 二人转剧场
- 虎园
- 和平滑雪场
- 峡谷浮石林
- 原始萨满部落

- 一般将长白山北坡与魔界风景区、美人松苑、大戏台河、红旗村连线，距离较近，是池北区旅行社和酒店的主要推广项目
- 池西区除长白山西坡外，松花江漂流、望天鹅景区、温泉（3个）是池西区旅行社和酒店的主推项目，但几个景点之间距离较远，连线一日游比较困难

■ 长白山景区（包括周边）主要线路：

起止点	主要客源地	主要线路
长春/吉林	华北、华东、华南、东北	长春/吉林 ↘ 美人松苑/魔界风景区/大戏台河 → 北坡（→西坡） → 红旗村/大关东文化园 ↘ 北坡 → 图们市游 → 防川景区 → 延吉市游
延吉	韩国、东北	延吉 ↘ 大戏台河 → 北坡（→西坡） → 红旗村/大关东文化园 ↘ 北坡（→西坡） → 图们市游 → 防川景区 → 延吉市游
丹东	韩国	丹东 ↘ 鸭绿江边游 → 西坡（→北坡） → 丹东 ↘ 鸭绿江边游 → 西坡（→北坡） → 图们市游 → 防川景区 → 延吉市游

- 主要景点包括：北坡、西坡、美人松苑/魔界风景区（二道白河）、大戏台河、红旗村/大关东文化园、图们大桥、防川景区、鸭绿江
- 西坡外围景点少，缺少旅游吸引物吸引客源，对游客的留存较北坡处于劣势
- 长春/吉林、延吉是长白山景区的主要起止地，是旅行社、酒店、交通的密集地区

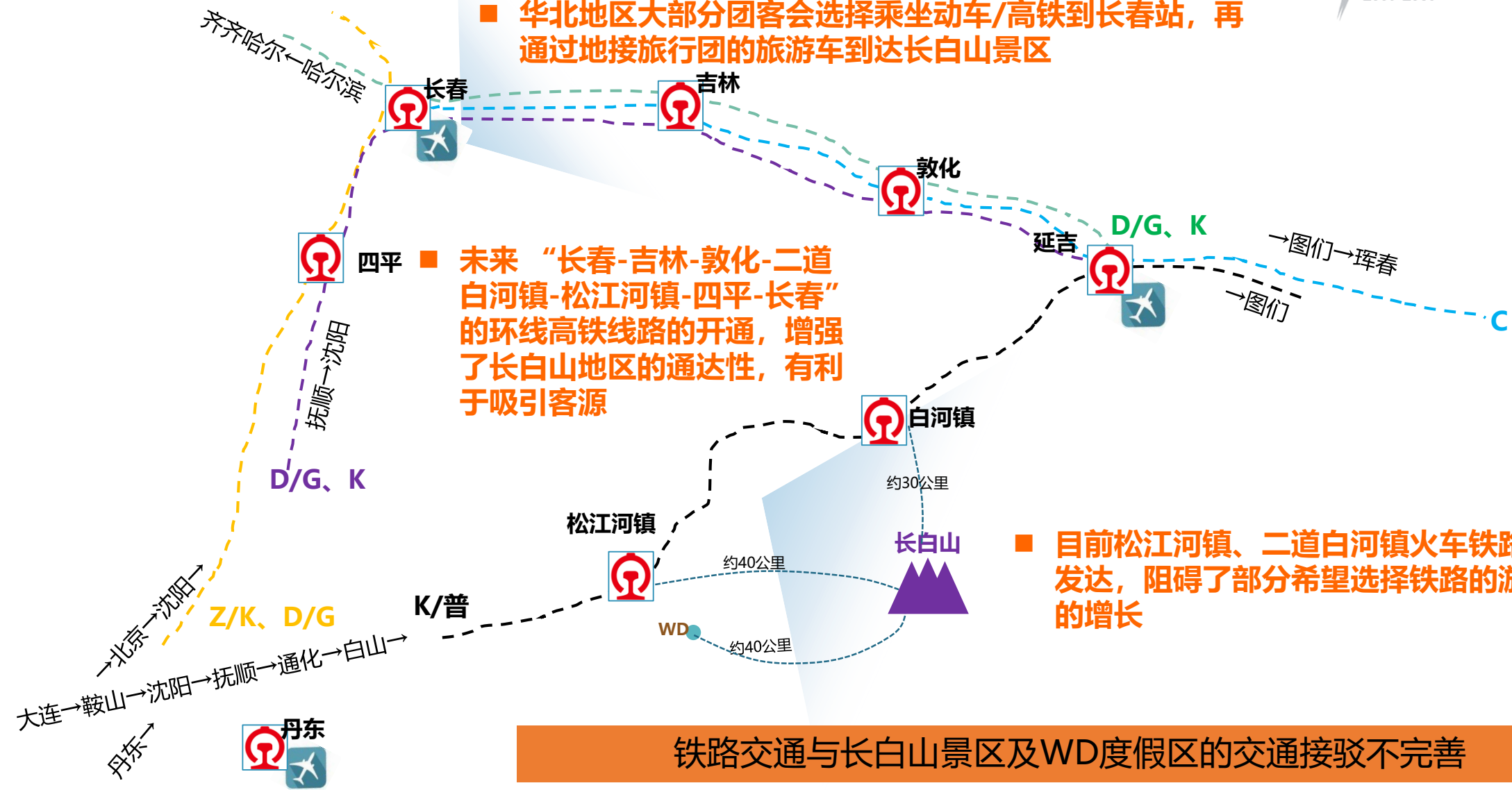
交通线路—铁路

■ 华北地区大部分团客会选择乘坐动车/高铁到长春站，再通过地接旅行团的旅游车到达长白山景区

■ 未来“长春-吉林-敦化-二道白河镇-松江河镇-四平-长春”的环线高铁线路的开通，增强了长白山地区的通达性，有利于吸引客源

■ 目前松江河镇、二道白河镇火车铁路不发达，阻碍了部分希望选择铁路的游客的增长

铁路交通与长白山景区及WD度假区的交通接驳不完善



来源：尚普咨询调研绘制

建议4：研发具有竞争力的产品线路，与渠道加大交通补贴范围，降低可达性差对客流的影响。

现状：周边航空交通

- 长春机场航线多，航点覆盖全面，且新开通直达长白山地区的高速公路，交通通达性情况良好
- 延吉机场航线较多，以长白山为目的地的客源主要来自韩国
- 长白山机场夏季航班饱和度在70%左右，到达长白山机场转换到度假区的客人比例为60%
- 丹东机场韩国航线较延吉少且直飞航线少，大交通的通达性弱

问题：交通承载量有限 (30万)

- 区域全年航空承载量约42万 (30万人次)，可达性影响客流提升。
- 5-10月24万 (17万人次)，11-次年3月17万 (11万人次)
- 淡季缺乏具有市场号召力的产品或线路，渠道包机量减少。

建议思路

- **大交通条件限制和制约长白山度假区的经营与发展，建议在推出具有市场竞争力的产品线路的前提下，与渠道进行交通补贴等合作，降低大交通条件对客流的影响程度。**
- **同时，与政府协商，寻求专项政策予以扶持**

以上案例是本项目的精简版报告，如需与研究团队接洽，请联系尚普咨询市场调研部：010-82885716

尚普咨询在行业研究领域，还可以为您提供以下研究内容：

研究模块	研究内容					
行业背景	发展环境分析	行业政策及规划	行业投资情况	行业驱动因素	行业发展前景 (需求趋势、技术趋势、竞争趋势)	
市场容量/需求	市场规模	行业利润率	行业利润结构	新增市场规模	市场结构 (按品类/档次/区域/领域)	未来市场规模预测
	进出口规模	进出口结构	市场需求结构	用户需求分析	市场需求影响因素	市场需求规模推算
产品应用	细分市场	产品需求特征	产品技术参数	产品价格	产成品应用领域	不同领域需求特征
	典型应用案例	主流技术类别	技术发展现状及趋势	工艺技术流程	替代产品特征	替代趋势
渠道模式	主要渠道模式	渠道类型及占比	销售资源配置	渠道分布	渠道政策与管理	渠道发展方向
	渠道优劣势比较	渠道对市场的影响	主要代理商情况			
供应链条	产业链分析	上游原材料采购特征	上游采购价格	上游主要厂商	采购路径	总体采购规模
	下游应用市场需求规模	下游供应特点	下游供应金额	下游供应路径	OEM分布及基本信息	采购影响因素分析
市场竞争	竞争环境研究	市场竞争格局	市场集中度分析	竞争梯队	竞争企业市场份额	行业进入壁垒
	TOP10竞争企业研究(经营信息、核心竞争力、对行业的看法及应对)					
市场咨询	行业壁垒与风险 (政策/技术壁垒)	细分市场机会分析	投资可行性分析 (投资机会与风险、投资要求、可行性评估)	投资回报分析 (总投资额、利润率测算、汇报周期测算)	市场进入切入点 (产品选型、产品定位、细分市场定位、区域定位、用户类型定位)	实施建议 (经营策略、竞争策略、发展策略)

尚普咨询的前身是成立于1999年的国家经贸委信息中心，为国家各部委制定行业政策提供数据和信息支持。

2008年，在国家统计局的支持下，尚普咨询公司作为独立的商业咨询机构成立，注册资金5000万元，是中国最早成立的专业市场研究公司之一。

作为首批取得国家统计局涉外调查许可资质的咨询机构，尚普咨询致力于为企业战略决策提供专业解决方案。

成立以来，一直作为独立的市场研究团体为企业、政府、科研院所提供战略转型、市场进入、行业投资可行评估、竞争对手研究、消费者研究、海外市场开拓等方面的咨询与服务。

尚普咨询累计完成各类咨询项目5000余项，年度营业额突破8000万元。

2008

- 尚普咨询 (S&P consulting) 正式成立

2003

- 从经贸委剥离, 改制企业独立运营

1999

- 尚普咨询的前身 (国家经贸委信息中心) 成立, 为国家各部委制定行业政策提供数据和信息支持

2009

- 与中国国家统计局、中国国家海关总署建立数据合作关系
- 建立宏观经济、行业月度、产品产量、进出口、企业数据库等自有数据库
- 门户网站, 中国联合市场调研网(www.cu-market.com.cn)正式上线运营

2010

- 取得国家统计局颁发的涉外调查许可 (编号0709)
- 自主研发的“市场竞争情报软件系统”成功上线, 当年服务上千家企业
- 累计与30多个行业协会和多个政府研究机构达成合作关系。

2011

- 通过ISO9001: 2008质量管理体系认证
- 基于SCP模型, 创建产业研究地图
- 与北京大学中国金融政策研究中心建立长期合作关系

2012

- 成立上海分公司
- 成为具有50多年历史的日本工业市场研究所在华唯一担当
- 开拓海外市场咨询业务

2014

- 成立广州分公司
- 成为新浪、腾讯、网易、和讯网、金融界、中国经济网、凤凰网等媒体官方合作市场研究机构

2016

- 自主研发的市场调研数据分析系统、企业智库云平台、新市场进入、项目投资价值等多个平台成功上线, 当年服务用户2000多家

2017

- 累计完成各类咨询项目5000余例
- 年营业额突破8000万元
- 作为发起人成立千乘探索, 由小米、青岛市政府、哈尔滨工业大学、嘉实资本投资
- 成为财政部首批PPP咨询入库机构

2018

- 成立香港公司
- 荣膺“市场咨询行业先锋机构”
- 荣获“项目咨询服务机构百强”称号
- 荣获“项目咨询服务最佳智库奖”



尚普咨询各地分支机构职能

- ▲ 北京总部：全国业务服务
- ▲ 香 港：全球业务服务
- ▲ 上 海：华东地区咨询服务
- ▲ 广 州：华南地区咨询服务
- ▲ 各地办事处：商务支持





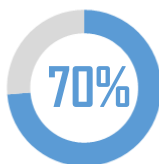
百人交叉学科团队 Team

@北京 @上海 @广州 @济南 @西安 @南京 @杭州 @武汉 @重庆

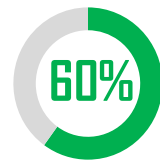
咨询顾问 初级项目经理 高级项目经理 合伙人

行业分析师 研究员 高级研究员 商业策略师 市场专家

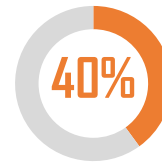
团队成员来自985和211高校、科研机构、日本工研所
金融、统计、IT、生物、医疗、材料、能源、房地产、工商管理
等专业的硕士、博士和资深学者。



70% 博士或硕士学位



60% 5年以上专业
市场研究经验



40% 海外学习背景

来源：尚普咨询调研绘制

尚普咨询集成来自中国多机构渠道的数据资源，目前数据库容量达120万数据指标，超9000多万条数据。每年增加1000多万条。



时间

数据时间从1998年到2018年
共计20年



覆盖面

占中国工业总产值的90%以上
企业



变量

20余项企业基本信息、30余项
财务信息、40余经营信息



维度

分时间、分行业、分地区、
分企业类型

来源：尚普咨询调研绘制



- ◆ 尚普咨询是国内为数不多的拥有多项相关自主知识产权的研究型咨询公司
- ◆ 专利涵盖：云平台、大数据分析系统、数据监测、市场进入多要素模型、精准营销、项目可行性评级、项目投资价值分析等多个方向
- ◆ 已经实现标准化数据处理，自动行业数据监测、云平台市场信息数据处理、分析全部模型化

来源：尚普咨询调研绘制

服务五年以上的用户 Customer



我们长期服务于世界500强企业、中国百强企业等各行业头部企业，连续服务5年以上用户已达500余家。

利用专业的研究方法帮助用户深入的了解行业，发现投资价值和投资机会，规避经营风险，提高管理和运营能力。

行业背景

- 发展环境分析
- 行业政策及规划
- 行业投资情况
- 行业驱动因素
- 行业发展前景
(需求趋势、技术趋势、竞争趋势)

市场容量/需求

- 市场规模
- 行业利润率
- 行业利润结构
- 市场结构
(按品类、按档次、按区域、按领域)
- 新增市场规模
- 未来市场规模预测
- 进出口规模
- 进出口结构
- 市场需求结构
- 用户需求分析
- 市场需求影响因素
- 市场需求规模推算

产品应用

- 细分市场
- 产品需求特征
- 产品技术参数
- 产品价格
- 产成品应用领域
- 不同领域需求特征
- 典型应用案例
- 主流技术类别
- 技术发展现状及趋势
- 工艺技术流程
- 替代产品特征
- 替代趋势

渠道模式

- 主要渠道模式
- 渠道类型及占比
- 销售资源配置
- 渠道分布
- 渠道政策与管理
- 渠道发展方向
- 渠道优劣势比较
- 渠道对市场的影响
- 主要代理商情况

供应链条

- 产业链分析
- 上游原材料采购特征
- 上游采购价格
- 上游主要厂商
- 采购路径
- 总体采购规模
- 上游发展趋势
- 下游应用市场需求规模
- 下游供应特点
- 下游供应金额
- 下游供应路径
- OEM分布及基本信息
- 采购影响因素分析

市场竞争

- 竞争环境研究
- 市场竞争格局
- 市场集中度分析
- 竞争梯队
- 竞争企业市场份额
- TOP10竞争企业研究
(经营信息、核心竞争力、对行业的看法及应对)
- 行业进入壁垒

市场咨询

- 行业壁垒与风险
(政策/技术壁垒)
- 细分市场机会分析
- 投资可行性分析
(投资机会与风险、投资要求、可行性评估)
- 投资回报分析
(总投资额、利润率测算、汇报周期测算)
- 市场进入切入点
(产品选型、产品定位、细分市场定位、区域定位、用户类型定位)
- 实施建议
(经营策略、竞争策略、发展策略)

尚普咨询的工作方法强调落地，实操性更强，一切以用户最终目的为出发点。



售后服务完善

在项目结束后为用户长期提供：数据更新、行业发展建议、投资建议、风险预警等综合性价值服务。

行业实践经验

各行业设有产业研究组，长期为各大证券机构提供各种投资研报。研究组定期举办行业主题研讨会及典型企业走访调研，积累丰富的行业实践经验。

信息渠道广泛

与国家统计局、税务局、工商总局、海关总署、商务部、环保部以及20多个行业协会保持良好合作和畅通的信息购买渠道。

8成一手调研

8成信息来自一手调研，基于一手调研信息的数据支撑，数据具备极大参考价值。

权威媒体发布

长期行业监测，并通过国内权威媒体发布研究成果。

数据优势：

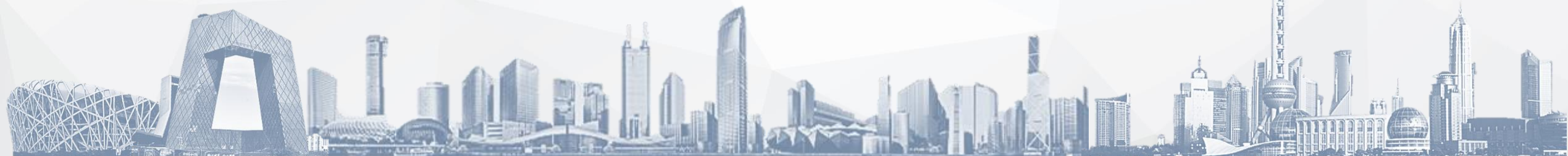
- ◆ 1300万+企业基本信息（工商注册信息）
- ◆ 20万+工业制造企业1996年至今的财务信息（资产负债、利润表）
- ◆ 1000+工业产品2000年至今的产、销量统计数据
- ◆ 2万+种产品，100+万家企业2000年至今的进出口数据
- ◆ 2万+贸易行企业2000年至今的财务信息（资产负债、利润表）
- ◆ 500+个行业1996年至今的行业累计数据
- ◆ 40万+外商投资企业财务信息（资产负债、利润表）
- ◆ 北京、上海、杭州、广州、武汉等100余个城市50万中产人群消费趋势及动向数据
- ◆ 北京、上海、杭州、广州、武汉等城市3000多家汽车零部件零售商销售动向数据

精诚合作 携手共赢

Cooperation and win-win


しっかりと協力して共に勝利する

정성껏 협력하여 함께 이긴다




 北京尚普信息咨询有限公司

 <http://www.shangpu-china.com>

 北京总部 010-82885716 010-82885719 010-82885790 北京市海淀区北四环中路229号海泰大厦11层

邮箱: survey@shangpu-china.com

 上海分公司 021-61397134 021-51601826 021-64023562 上海市浦东新区商城路800号斯米克大厦6层

邮箱: service@shangpu-china.com

 广州分公司 020-82885716 13426335838 13811075849 广州市天河区林和西路157号保利中汇广场A座9层

邮箱: dengxy@shangpu-china.com