

2016-2022年旅游景区行业 监测及投资前景预测报告

报告目录及图表目录

北京迪索共研咨询有限公司

www.cction.com

一、报告报价

《2016-2022年旅游景区行业监测及投资前景预测报告》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.cction.com/report/201602/130100.html>

报告价格：纸介版8000元 电子版8000元 纸介+电子8500元

北京迪索共研咨询有限公司

订购电话: 400-700-9228(免长话费) 010-69365838

海外报告销售: 010-69365838

Email: kefu@gonyn.com

联系人：李经理

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

旅游景区（tourist attraction），是指具有吸引国内外游客前往游览的明确的区域场所，能够满足游客游览观光，消遣娱乐，康体健身，求知等旅游需求，应具备相应的旅游服务设施并提供相应旅游服务的独立管理区。

报告目录：

第一章旅游景区相关概述

第一节旅游景区的概念界定

一、基本定义

二、地位阐述

三、生命周期

四、基本特性

第二节旅游景区的分类方法

一、按资源类型划分

二、按功能特征划分

三、按质量等级划分

第三节旅游景区的构成要素

一、固定的地域范围

二、特定的游览内容

三、综合性的旅游服务

四、追求效益的管理机构

第四节旅游景区的开发意义

一、促进旅游业良性循环

二、推动开发地区建设

三、利于旅游资源保护

第二章2014-2015年国际旅游景区的开发运营经验

第一节2014-2015年国际旅游景区发展典型模式

第二节2014-2015年美国旅游景区开发运营模式

一、景区概况

二、开发原则

三、政策体系

四、人事管理

五、资金管理

六、资源管理

七、服务管理

第三节2014-2015年日本旅游景区开发运营模式

一、景区概况

二、政策体系

三、分区管理

四、资金管理

五、服务管理

第四节2014-2015年德国旅游景区开发运营模式

一、景区概况

二、政策体系

三、分区管理

四、资金管理

五、服务管理

六、资源管理

第三节2014-2015年美日德旅游景区管理模式比较

一、管理理念

二、管理体制

三、法律体系

四、资金来源

五、参与机制

六、经营模式

第四节2014-2015年国际旅游景区开发运营经验借鉴

一、坚持可持续发展

二、完善管理模式

三、坚持社会福利性

四、清晰产权界定

五、加强相关者参与

第三章2014-2015年中国旅游景区发展环境分析

第一节资源环境

- 一、旅游资源基本介绍
- 二、自然风景旅游资源
- 三、人文景观旅游资源
- 四、旅游资源四大特性
- 五、中国典型旅游区旅游资源

第二节经济环境

- 一、宏观经济现状
- 二、经济转型升级
- 三、宏观经济走势
- 四、经济环境对旅游景区的影响

第三节行业环境

- 一、旅游消费现状及潜力
- 二、旅游行业经济运行
- 三、行业发展影响因素
- 四、行业投资效益解析
- 五、行业发展前景展望

第四节社会环境

- 一、居民收入水平分析
- 二、居民消费水平分析
- 三、居民旅游消费意愿
- 四、国民带薪休假情况
- 五、“假日效应”对旅游景区的影响

第五节交通环境

- 一、铁路投资建设及旅客运输情况
- 二、公路投资建设及旅客运输情况
- 三、机场投资建设及旅客运输情况
- 四、交通环境对旅游景区的影响
- 五、节假日高速公路免费政策出台

第六节用地环境

- 一、批准建设用地规模
- 二、建设用地供应情况
- 三、建设用地出让情况
- 四、重点城市土地价格
- 五、重点城市土地抵押

第四章2014-2015年中国旅游景区综合分析

第一节中国旅游景区属性分析

- 一、景区结构
- 二、一线景区
- 三、二三线景区
- 四、人工景区

第二节中国旅游景区的建设发展综况

- 一、运行特征分析
- 二、总体运营成就
- 三、行业格局分析
- 四、投资运营态势

第三节2014-2015年分季度中国旅游景区运行状况

- 一、第一季度旅游景区发展分析
- 二、第二季度旅游景区发展分析
- 三、第三季度旅游景区发展分析
- 四、第四季度旅游景区发展分析

第四节2014-2015年分季度中国旅游景区运行状况

- 一、第一季度旅游景区发展分析
- 二、第二季度旅游景区发展分析
- 三、第三季度旅游景区发展分析
- 四、第四季度旅游景区发展分析

第五节2014-2015年中国旅游景区运行现状

- 一、行业运行特征分析
- 二、行业监管状况分析
- 三、新增景区发展状况
- 四、上市公司运营状况

第六节2014-2015年中国旅游景区消费行为分析

- 一、门票价格承受范围
- 二、景区内消费金额承受范围
- 三、偏好及决策因素
- 四、景区待改善环节

第七节2014-2015年旅游景区的业务发展分析

- 一、景区业务构成
- 二、景区门票
- 三、客运索道
- 四、景区环保车
- 五、旅行社
- 六、景区酒店
- 七、旅游演艺

第八节2014-2015年中国旅游景区发展的问题

- 一、环境保护缺失
- 二、管理存在问题
- 三、缺乏综合规划
- 四、产品结构单一
- 五、品牌建设不力

第九节2014-2015年中国旅游景区发展建议

- 一、旅游景区发展中应注意的问题
- 二、中国旅游景区的运营策略
- 三、中国旅游景区的提升建议
- 四、中国旅游景区的管理思路
- 五、旅游景区的环境保护对策
- 六、问题景区的发展建议

第五章2014-2015年自然类旅游景区分析

第一节自然资源类旅游景区特征

- 一、空间分布不均衡
- 二、时间季节性
- 三、主体品牌强势

四、系统脆弱性

第二节特色自然类旅游景区发展分析

一、山岳旅游景区

二、湖泊旅游景区

三、峡谷旅游景区

四、沙漠旅游景区

五、水利旅游景区

第三节自然类旅游景区的定位与开发重点

一、自然风景区的资源品级

二、自然风景区的区域分布

三、自然风景区的可进入性

四、不同类型自然风景区客源的差异

五、不同类型自然风景区的开发侧重点

第四节自然类旅游景区的营销策略探索

一、整体制定原则

二、影响因素分析

三、产品策略建议

四、开发类型建议

五、其他方面建议

第五节基于体验经济的自然类景区旅游产品设计思路

一、以游客体验需求为中心

二、对景区进行体验化设计

三、以地域特色为基础开发

第六章2014-2015年人文类旅游景区分析

第一节人文旅游资源特征

一、高隐性

二、内在价值高

三、开发难度大

第二节人文类旅游景区细分类别

一、历史文化名城

二、古代建筑

三、古典园林

四、古代宗教

五、名人故居

六、红色旅游景区

第三节文化旅游景区的开发分析

一、开发建设趋势

二、交通布局特征

三、建设发展路径

第四节人文类旅游景区开发的问题分析

一、盲目建设问题突出

二、对自然景观造成严重破坏

三、与自然景观发展不协调

四、忽视传统文化与现代文明

第五节人文类旅游景区的规划开发思路

一、景观空间与旅游时间协调

二、静态产品与动态产品结合

三、自然空间与人文空间平衡

四、处理好产品与产业的关系

第七章2014-2015年复合类旅游景区(风景名胜区)分析

第一节风景名胜区的基本概述

一、概念界定

二、行业性质

三、资源质量

四、行业导向

五、行业特点

六、开发模式

第二节2014-2015年风景名胜区发展综况

一、体系建设

二、法规和体制

三、资源保护

四、规划管理

五、能力建设

六、经济和社会效益

七、国际交往

第三节2014-2015年风景名胜区旅游竞争力评价分析

一、竞争力的构成

二、竞争力的来源

三、竞争力评价原则

四、竞争力评价内容

五、竞争力评价体系构建

第四节2014-2015年风景名胜区发展中的问题

一、管理体制问题

二、资金供给问题

三、社会监督问题

四、立法管理问题

第五节2014-2015年风景名胜区管理策略探讨

一、风景名胜区现行管理状况

二、风景名胜区管理的性质和原则

三、风景名胜区权利与责任界定的原则

四、风景名胜区的管理制度改革建议

第六节2014-2015年风景名胜区潜在的矛盾及应对建议

一、规划编制与执行的矛盾

二、管理机构与地方政府的矛盾

三、管理机构与各主管部门的矛盾

四、景区发展与乡村发展的矛盾

第八章2014-2015年主题公园类旅游景区分析

第一节主题公园类旅游景区特征

一、高投入高成本

二、明显的生命周期性

三、衍生产业尚未形成

四、客源市场集中

第二节主题公园类旅游景区发展综况

- 一、发展历程回顾
- 二、发展环境分析
- 三、建设运营情况
- 四、基本态势判断
- 五、经营模式分析
- 六、行业融资形势

第三节2014-2015年主题公园类旅游景区发展现状

- 一、行业建设态势
- 二、行业运营现状
- 三、投资主体分析
- 四、投资模式分析
- 五、投资开发状况
- 六、行业业态升级

第四节主题公园类旅游景区竞争分析

- 一、产业竞争模型
- 二、竞争焦点分析
- 三、竞争优势要素
- 四、竞争策略分析

第五节主题公园类旅游景区开发的成功因素

- 一、主题选择与定位
- 二、主题公园区位选择
- 三、主题创意
- 四、主题产品开发与更新
- 五、主题公园文化内涵

第六节主题公园类旅游景区的盈利模式

- 一、经营增长盈利模式
- 二、物业增值盈利模式
- 三、品牌延伸盈利模式
- 四、客源共享盈利模式

第七节主题公园类旅游景区存在的问题

- 一、数量多而规模小
- 二、重复建设现象严重

三、盈利模式单一

四、产品单一且缺乏创新

第八节主题公园类旅游景区发展对策

一、规划设计方案

二、投资开发策略

三、经营管理策略

四、宏观调控措施

五、营销策略分析

六、服务创新策略

第九章2014-2015年社会类旅游景区分析

第一节乡村旅游景区

一、发展背景

二、基本类型

三、开发模式

四、景观规划

五、问题分析

六、发展建议

七、形态创新

八、营销渠道

第二节农业观光园

一、发展背景

二、基本类型

三、开发原则

四、开发模式

五、盈利模式

六、问题分析

七、发展建议

八、规划设计

第三节工业旅游区

一、发展背景

二、基本类型

三、发展特点

四、开发模式

五、问题分析

六、发展建议

第四节校园旅游

一、发展背景

二、基本类型

三、开发原则

四、开发模式

五、问题分析

六、发展建议

第十章2014-2015年分区域旅游景区发展状况

第一节东北地区

一、黑龙江旅游景区分析

二、吉林省旅游景区分析

三、辽宁省旅游景区分析

第二节华北地区

一、北京市旅游景区分析

二、天津市旅游景区分析

三、河北省旅游景区分析

四、山西省旅游景区分析

五、内蒙古旅游景区分析

第三节华东地区

一、山东省旅游景区分析

二、上海市旅游景区分析

三、江苏省旅游景区分析

四、浙江省旅游景区分析

五、安徽省旅游景区分析

六、江西省旅游景区分析

第四节华中地区

一、河南省旅游景区分析

二、湖北省旅游景区分析

三、湖南省旅游景区分析

第五节 华南地区

一、广东省旅游景区分析

二、广西壮族自治区旅游景区分析

三、海南省旅游景区分析

四、福建省旅游景区分析

第六节 西南地区

一、重庆市旅游景区分析

二、四川省旅游景区分析

三、云南省旅游景区分析

四、贵州省旅游景区分析

五、西藏自治区旅游景区分析

第七节 西北地区

一、陕西省旅游景区分析

二、青海省旅游景区分析

三、甘肃省旅游景区分析

四、宁夏回族自治区旅游景区分析

五、新疆维吾尔自治区旅游景区分析

第十一章 旅游景区的规划设计分析

第一节 旅游景区要素规划

一、旅游项目规划

二、旅游设施配置

三、娱乐活动安排

第二节 旅游景区项目开发模式选择

一、自发与自主

二、主动与被动

三、开发区域结构

四、开发投入时序

五、产业多元性

六、土地利用性质

七、与市场的关系

第三节旅游景区项目规划开发流程

一、开发项目策划论证

二、总体规划编制

三、详细规划的编制

四、项目建议书

五、编制可行性研究报告

六、政府审批事项办理推进

七、资金运作与招商引资

八、建设准备与工程建设

九、开业运作

第四节旅游景区项目设计分析

一、项目设计的范畴

二、项目设计的理念

三、项目设计的步骤

四、商业模式设计

五、开发运作计划制定

第五节旅游景区的空间布局规划

一、区位定位

二、功能布局

三、用地规划

四、游线规划

第六节旅游景区的服务设施规划

一、住宿设施规划

二、餐饮设施规划

三、购物设施规划

四、娱乐设施规划

第七节旅游景区的基础设施规划

一、交通设施规划

二、给排水设施规划

三、电力电信设施规划

第八节旅游景区的科学规划建设分析

一、规划开发理念

二、规划开发原则

三、科学开发统筹措施

第九节特色自然资源旅游景区规划设计策略

一、特色自然景区介绍

二、规划存在的问题

三、规划的影响因素

四、规划原则与目标

五、空间规划对策

六、用地规划对策

七、功能规划对策

八、产品规划对策

第十节典型旅游景区的规划案例

一、北海涠洲旅游区发展规划

二、武汉东湖风景区总体规划

三、紫鹊界梯田—梅山龙宫风景名胜区总体规划

四、上海国际旅游度假区发展规划

第十二章旅游景区的开发运营分析

第一节中国旅游景区开发的三个阶段

一、自然开发阶段

二、根据自身优势开发

三、依据市场需求开发

第二节旅游景区的开发运营新思路

一、资源创新法

二、形象包装法

三、强势推进法

四、灵活经营法

第三节旅游景区的主题策划分析

一、策划背景概述

二、主要影响要素

三、主题策划路径

第四节旅游景区的主题形象定位分析

一、主题形象的概念界定

二、主题形象的构成要素

三、主题形象的基本特征

四、主题形象的定位原则

五、主题形象的定位方法

六、主题形象的塑造方法

第五节旅游景区的产品开发分析

一、景区产品界定及类型

二、景区产品的特点

三、景区产品的构成

四、景区产品体系及组合

五、景区产品的开发目标

六、景区产品的生命周期

第六节旅游景区的信息化建设分析

一、旅游产业信息化建设综况

二、“智慧旅游”发展误区及前景

三、景区信息化建设成功经验

四、景区信息化建设提升路径

第七节旅游景区的开发运营策略探讨

一、景区资源开发基础的把握

二、景区产品与市场的对接

三、景区吸引力的塑造

四、老景区的重新定位

五、旅游景区的合作发展

第十三章2015年旅游景区开发运营领先企业分析

第一节黄山旅游发展股份有限公司

第二节峨眉山旅游股份有限公司

第三节张家界旅游集团股份有限公司

第四节桂林旅游股份有限公司

第五节丽江玉龙旅游股份有限公司

第六节深圳华侨城股份有限公司

第七节宋城演艺发展股份有限公司

第八节西藏旅游股份有限公司

第九节西安旅游集团有限责任公司

第十节北京青年旅行社股份有限公司

第十一节云南世博旅游控股集团有限公司

第十二节略……

第十四章2014-2015年生态修复行业产业链分析

第一节生态修复行业上游产业发展分析

一、绿化苗木种植行业的发展

二、中国苗木市场发展特点分析

第二节生态修复行业下游产业发展分析

一、水利建设行业现状

二、铁路建设行业发展分析

三、公路建设行业发展分析

四、矿山开采行业发展分析

五、房地产行业发展分析

六、城市园林绿化行业发展分析

第十五章旅游景区的投资与招商分析

第一节旅游景区项目的投资特征

一、高投入与持续回报

二、多产业整合特征

三、存在严格法律制约

四、投资主体多元化

五、政府和社会关注程度提高

第二节旅游景区项目投资开发理念

一、四先定律理念

二、杠杆运作理念

三、产业整合链理念

第三节旅游景区项目投资方式与渠道

一、自然景区投资方式

二、文化景区投资方式

三、人造景区投资方式

第四节政府在旅游景区投资中的作用

一、加强政府宏观调控作用

二、实行必要的政府管制

三、选择旅游景区开发模式

四、政府招商中的作用

五、建立旅游专业投资机构

第五节民资对旅游景区的投资开发分析

一、投资开发现状

二、政策环境分析

三、产权问题分析

四、投资开发障碍

五、投资开发建议

第六节旅游景区的投资机会及风险

一、投资机会

二、投资风险

三、投资建议

第七节旅游景区项目的招商引资分析

一、景区招商的成功经验

二、景区招商的失败教训

三、招商成功企业情况

四、景区招商的误区分析

五、景区招商的影响因素

六、景区招商的主要渠道

七、景区潜在的招商对象

八、景区招商引资策略

第十六章2016-2022年旅游景区的前景及趋势分析

第一节旅游景区发展面临的机遇

一、需求方面

二、政策方面

三、交通方面

四、经济方面

第二节2016-2022年中国A级旅游景区预测分析

一、影响因素分析

二、景区收入预测

三、2016-2022年游客人数预测

第三节旅游景区的未来发展趋势分析

一、实现休闲综合开发

二、以保护为前提进行开发

三、实现精细化开发及服务

四、景区实现智慧升级

图表目录：

图表旅游地生命周期模型

图表美国国家公园一级机构图

图表美日德国家公园管理模式比较

图表2011-2015年国内生产总值及其增长速度

图表2011-2015年城镇新增就业人数

图表2011-2015年国家全员劳动生产率

图表2015年居民消费价格比上年涨跌幅度

图表2011-2015年全国一般公共财政收入

图表2011-2015年全国粮食产量增长情况

图表2011-2015年全部工业增加值及其增长情况

图表2011-2015年全社会建筑业增加值及其增长速度

图表2011-2015年全社会固定资产投资规模

图表2015年分行业固定资产投资(不含农户)及其增速

图表2015年房地产开发和销售主要指标完成情况

图表2011-2015年社会消费品零售总额

图表2011-2015年我国货物进出口总额

图表2015年各种运输方式完成货物运输量及其增长速度

图表2015年各种运输方式完成旅客运输量及其增长速度

图表2011-2015年固定互联网宽带及移动宽带用户规模

图表2015年末全部金融机构本外币存贷款余额及其增长速度

图表2014-2015年规模以上工业增加值同比增长速度

图表2014-2015年固定资产投资(不含农户)同比增速

图表2014-2015年全国房地产开发投资增速

图表2014-2015年全国商品房销售面积及销售额增速

图表2014-2015年社会消费品零售总额分月同比增长速度

图表2014-2015年全国居民消费价格涨跌幅

图表2014-2015年工业生产者出厂价格涨跌幅

图表2014-2015年工业生产者购进价格涨跌幅

图表人均GDP与旅游业发展阶段

图表2015年主要客源国入境旅游情况

图表分地区国际旅游收入和借贷入境过夜游客数量

图表2015年我国公民出境旅游人数及增速

图表2015年全国居民人均可支配收入来源结构

图表2014-2015年社会消费品零售总额分月同比增长速度

图表2015年社会消费品零售总额主要数据

图表2015年中国出境游目的地TOP10

图表2015年中国出境自由行目的地TOP10

图表2015年全国铁路开工项目

图表2011-2015年全国公路总里程及公路密度

图表2015年全国各等级公路里程构成

图表2011-2015年全国高速公路里程

图表2011-2015年批准建设用地情况

图表2015年批准建设用地结构

图表2011-2015年国有建设用地供应变化情况

图表2015年国有建设用地供应结构

图表2011-2015年国有建设用地出让面积及出让价款变化情况

图表2011-2015年全国主要城市监测地价环比增长率情况

图表2011-2015年84个重点城市土地抵押变化情况

图表旅游景区结构一览

图表2011-2015年中国5A/4A景区数量

图表一线景区上市公司基本情况

图表截至2015年我国5A景区名录

图表截止2015年我国四大区域4A景区分布情况

图表截止2015年我国31个省市自治区4A级景区数量

图表二三线景区上市公司基本情况

图表人工景区上市公司基本情况

图表2015年新增景区旅游者景观偏好

图表2015年旅游者对景区门票价格的印象

图表2015年旅游者对景区门票价格的倾向

图表2015年旅游者对自然生态类景区门票价格的接受情况

图表2015年旅游者在景区内消费的金额

图表2015年旅游者对景区定价和消费的接受程度

图表2015年旅游者购票方式偏好

图表2015年旅游者换票入园方式偏好

图表2015年旅游者景区类型偏好

图表2015年旅游者认为国内景区待改善的环节

图表旅游企业业务架构

图表观光游和休闲度假游基本特征对比

图表A级景区门票收入与营业收入比重情况

图表旅游类上市公司景区门票业务占总营收比重

图表门票业务因素拆分

图表峨眉山和黄山门票业务毛利率

图表峨眉山门票历次涨价情况

图表旅游类上市公司索道资产情况

图表索道业务因素拆分

图表旅游类上市公司索道业务毛利率对比

图表峨眉山、黄山旅游及丽江旅游索道经营情况

图表景区环保车情况

图表张家界和长白山环保车业务毛利率

图表张家界和长白山环保车经营情况

图表旅行社行业发展阶段

图表旅行社数量增长情况

图表旅游类上市公司旅行社业务毛利率

图表全国旅行社行业净利率变动情况

图表景区类上市公司旗下宾馆基本情况

图表峨眉山和黄山旅游酒店业务毛利率

图表丽江旅游和府酒店经营情况

图表旅游演艺产品基本要素

图表宋城千古情及印象丽江毛利率

图表宋城艺术团和印象旅游净资产收益率

图表我国自然类景区各阶段发展特征及对策

图表自然类景区营销策略逻辑图

图表全国佛教旅游资源分布图

图表全国佛教(不含喇嘛教)旅游资源主要分布省份

图表全国喇嘛教旅游资源主要分布省份

图表全国道教旅游资源分布图

图表全国宗教旅游景点景区分布图

图表全国宗教旅游景点景区各省份比例图

图表近年来开发建设的宗教旅游景点景区列表

图表香港迪士尼、新加坡圣淘沙、东京迪士尼交通路线

图表国家风景名胜区名录(截止2014-2015年)

图表风景名胜区旅游竞争力来源分析图

图表旅游景区竞争力综合评价指标体系

图表旅游景区要素条件子指标体系

图表一般环境构成图

图表2011-2015年中国旅游业总收入占GDP的比重

图表产业结构分析模型图

图表主题公园四种层次竞争者

图表主题公园持续发展的影响因子系统

图表主题公园的生命周期

图表主题公园的顾客价值

图表A、B主题公园的PUV排序比较

图表基于主题公园业务能力的战略矩阵

图表主题公园成功开发的要素

图表主题公园营销的积木流程

图表主题公园市场策略组合

图表主题公园品牌塑造图

图表乡村旅游发展的驱动力分析

图表乡村旅游景区传统营销渠道管理系统

图表农业观光园的概念界定

图表农业观光园分类(按功能分)

图表黑龙江5A级景区名录

图表吉林5A级景区名录

图表辽宁5A级景区名录

图表北京5A级景区名录

图表北京4A级景区名录

图表天津5A级景区名录

图表河北5A级景区名录

图表山西5A级景区名录

图表内蒙古5A级景区名录

图表山东5A级景区名录

图表上海5A级景区名录

图表江苏5A级景区名录

图表浙江5A级景区名录

图表安徽5A级景区名录

图表江西5A级景区名录

图表河南5A级景区名录

图表湖北5A级景区名录

图表2015年湖北省5A级景区接待情况

图表湖南5A级景区名录

图表广东5A级景区名录

图表广西5A级景区名录

图表海南5A级景区名录

图表福建5A级景区名录

图表2015年重庆市旅游接待及收入情况

图表重庆5A级景区名录

图表四川5A级景区名录

图表云南5A级景区名录

图表贵州5A级景区名录

图表西藏5A级景区名录

图表陕西5A级景区名录

图表青海5A级景区名录

图表甘肃5A级景区名录

图表宁夏5A级景区名录

图表新疆5A级景区名录

图表中国城市居民在不同距离目的地的到访率

图表链式布局示意图

图表核式布局示意图

图表双核式布局示意图

图表组合式布局示意图

图表渐进式布局示意图

图表圈层式布局示意图

图表庐山山上功能分区方案

图表黄山旅游接待区方案

图表秦皇岛市北戴河位置

图表北戴河规划示意

图表风景名胜区的土地分类

图表风景名胜区的土地分类(续一)

图表风景名胜区的土地分类(续二)

图表风景名胜区用地平衡表

图表住宿设施的等级择址

图表饮食设施的等级择址

图表购物设施的等级择址

图表娱乐设施的等级择址

图表雨水的利用

图表污水一级处理示意图

图表污水二级处理示意图

图表污水三级处理示意图

图表供水供电及床位用地标准

图表国家5A级自然资源旅游区情况一览

图表国家5A级自然资源旅游区情况一览(续)

图表香港迪士尼景点分布

图表东湖风景区景点分布

图表旅游季节性成因分析图

图表自然和社会因素对黄山旅游影响分析图

图表全国土地分类中的旅游用地分类

图表一线式空间形态——以三亚阳光海岸旅游区为例

图表环核式空间布局——以西湖风景区为例

图表离散式空间布局——以泰山景区为例

图表旅游景点空间生长方式

图表传统旅游规划旅游用地类型构成

图表建议旅游用地分类一览表

图表中国城市节事活动的基本类型及特征

图表武汉东湖风景名胜区功能区划

图表武汉东湖风景名胜区景区规划一览表

图表武汉东湖风景名胜区的游赏项目适宜性简表

图表武汉东湖风景名胜区游览设施分级配置表

图表紫鹊界梯田——梅山龙宫风景名胜区景源等级分类表

图表紫鹊界梯田——梅山龙宫风景名胜区分级保护区面积汇总表

图表紫鹊界梯田——梅山龙宫风景名胜区分级分区中设施控制与管理一览表

图表上海国际旅游度假区产业体系

图表上海国际旅游度假区空间布局示意图

图表影响景区主题的元素

图表主题策划的一般路径

图表景区环境调研情况

图表景区产品的构成理论

图表旅游吸引物产品构成理论

图表旅游景区的产品构成图

图表游客对景区的需求

图表不同景点提供的核心价值

图表产品生命周期理论

图表旅游地生命周期理论

图表景区产品的生命周期

图表我国现有旅游开发模式分类

图表部分省(自治区)民营企业开发旅游景区列表

图表部分省(自治区)民营企业开发旅游景区列表(续)

图表旅游景区经营管理模式结构

图表整体租赁经营模式结构示意图

图表股份制企业经营模式结构

图表上市公司经营模式的结构示意图

图表黄山模式的治理结构图

图表富春江模式的治理结构图

图表净月潭模式的治理结构图

图表陕西旅游集团的治理结构图

图表主要旅游国家景区门票价格管理机制

图表景区产业链示意图

图表2015年中国5A景区门票价格分档情况

图表2015年5A景区平均门票价格在居民收入和消费中的占比

图表2015年全国各区域5A景区门票平均价格对比

图表2014-2015年全国各省份5A景区门票(旺季)平均价格

图表2014-2015年中国4A级景区门票价格分档情况

图表2014-2015年全国及各区域4A景区门票平均价格对比

图表2014-2015年各省份4A级景区平均门票价格对比情况

图表九华山景区二次开发

图表2014-2015年峨眉山门票价格与CPI走势对比

图表2015年东方乐园公司各业务收入占比

图表2014-2015年东京迪士尼公园收入、盈利水平

图表2014-2015年东京迪士尼公园门票收入占比

图表2014-2015年东京迪士尼游客来源构成

图表海外迪士尼主题公园合作模式、面积对比

图表2014-2015年东京迪士尼游客年龄构成

图表迪士尼EFE表格分析

图表迪士尼IFE表格分析(一)

图表迪士尼IFE表格分析(二)

图表迪士尼SWOT综合分析图

图表迪士尼SWOT分析表

图表迪士尼主题公园发展矩阵

图表迪士尼主题公园基本业务

图表迪士尼集中战略扩展形式

图表迪士尼公司战略选择矩阵

图表服务质量是保持顾客关系循环的重要环节

图表2011-2015年黄山风景区客流增速

图表黄山核心景区游览路线及主要设施分布

图表西湖风景名胜区九大景区

图表故宫产业化经营情况

图表2015年旅游景区行业上市公司盈利能力指标分析

图表2015年旅游景区行业上市公司盈利能力指标分析

图表2014-2015年旅游景区行业上市公司盈利能力指标分析

图表2015年旅游景区行业上市公司成长能力指标分析

图表2015年旅游景区行业上市公司成长能力指标分析

图表2014-2015年旅游景区行业上市公司成长能力指标分析

图表2015年旅游景区行业上市公司营运能力指标分析

图表2015年旅游景区行业上市公司营运能力指标分析

图表2014-2015年旅游景区行业上市公司营运能力指标分析

图表2015年旅游景区行业上市公司偿债能力指标分析

图表2015年旅游景区行业上市公司偿债能力指标分析

图表2014-2015年旅游景区行业上市公司偿债能力指标分析

图表民营企业开发旅游景区一览表

图表近期支持民间资本发展旅游业的法规及主要内容

图表2016-2022年中国A级旅游景区收入预测

图表2016-2022年中国A级旅游景区游客人数预测

图表《国民旅游休闲纲要》征求意见稿内容

图表本轮《旅游法》立法大事件

图表部分国家旅游立法实践

图表21世纪以来各国《旅游法》旅游者相关内容

图表《旅游法》关于旅行社强迫购物规定

图表《旅游法》关于导游索取小费规定

图表《旅游法》关于旅行社违约需赔偿旅游者规定

图表《旅游法》关于不得低于成本价接待旅游者规定

图表《旅游法》关于景区管理等规定

图表历年景区门票提价相关政策

图表文物古迹类景区空间承载标准示例

图表文化遗址类景区空间承载标准示例

图表古建筑类景区空间承载标准示例

图表古街区类景区空间承载标准示例

图表古典园林类景区空间承载标准示例

图表山岳类景区空间承载标准示例

图表主题公园类景区空间承载标准示例

详细请访问：<http://www.cction.com/report/201602/130100.html>