

2022-2028年中国旅游景区 景点行业分析与投资战略咨询报告

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

《2022-2028年中国旅游景区景点行业分析与投资战略咨询报告》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/202112/251654.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），是指以旅游及其相关活动为主要功能或主要功能之一的区域场所，能够满足游客参观游览、休闲度假、康乐健身等旅游需求，具备相应的旅游设施并提供相应的旅游服务的独立管理区。

旅游景点主要围绕着山、江、河、湖、海、寺、庙、博物馆、公园等。

中企顾问网发布的《2022-2028年中国旅游景区景点行业分析与投资战略咨询报告》共十三章。首先介绍了旅游景区景点行业市场发展环境、旅游景区景点整体运行态势等，接着分析了旅游景区景点行业市场运行的现状，然后介绍了旅游景区景点市场竞争格局。随后，报告对旅游景区景点做了重点企业经营状况分析，最后分析了旅游景区景点行业发展趋势与投资预测。您若想对旅游景区景点产业有个系统的了解或者想投资旅游景区景点行业，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。

报告目录：

第一章 2019年中国景区旅游产业现状分析

第一节 2019年全国旅游景区景点分类

一、自然类的旅游景区景点

二、人文类的旅游景区景点

三、主题公园类

四、社会类的旅游景区景点

第二节 2019年中国景区资源现状分析

一、中国景区资源规模

二、中国的世界遗产

三、中国5A级旅游景区景点分析

第三节 2019年中国旅游消费变化分析

一、旅游消费群体变化

二、旅游消费功能变化

三、旅游消费结构变化

第二章 2019年中国旅游景区景点产业运行环境分析

第一节 2019年中国宏观经济环境分析

- 一、中国GDP分析
- 二、城乡家庭人均可支配收入
- 三、恩格尔系数
- 四、消费品零售总额
- 五、餐饮业消费额

第二节 2019年中国旅游景区景点产业政策环境分析

第三节 2019年中国旅游景区景点产业社会环境分析

- 一、旅游行业收入变化
- 二、国内游市场规模
- 三、入境游市场规模
- 四、出境游市场规模

第三章 2019年中国旅游景区景点经营管理分析

第一节 2019年中国景区收益链分析

- 一、基础性收益
- 二、支持性收益
- 三、延伸性收益

第二节 2019年中国景区经营模式

- 一、政府配置模式
- 二、市场配置模式
- 三、“景政合一”模式
- 四、国家公园模式

第三节 2019年中国景区收益管理策略

- 一、建立灵活科学的旅游景区景点价格体系
- 二、加强游客管理
- 三、重点管理支持性收益点和延伸性收益点
- 四、注重开源和节流

第四节 2019年中国景区管理问题及对策

- 一、旅游景区景点管理所面临的主要问题

二、存在问题原因分析

三、提高景区管理的对策

第四章 2019年中国旅游景区景点投资盈利能力分析

第一节 2019年旅游收入模式简析

一、旅游景区景点收入规模分析

二、景区收入结构

三、影响旅游收入的主要因素

第二节 2019年中国景区盈利模式选择分析

一、景区产业价值链

二、拓宽景区产业价值链

三、延伸景区产业价值链

第三节 2019年中国旅游景区景点投资分析

一、产业规模投资分析

二、投资主体结构分析

第四节 2019年中国景区经营权转让分析

一、旅游景区景点特性分析

二、经营权转让问题及原因

三、经营权转让的基本对策

第五节 2019年中国景区的行业管理分析

一、资源管理时代

二、服务管理时代

第五章 2019年中国旅游景区景点营销策略分析

第一节 2019年中国景区营销策略分析

一、景区产品科学定位

二、景区产品组合

三、景区如何选择市场

四、同区域的联合营销

五、景区的深度开发

六、营销信息的收集与管理

第二节 2019年中国旅游景区景点品牌传播分析

- 一、品牌传播的意义
- 二、品牌传播的主体
- 三、品牌传播的内容
- 四、品牌传播的方式
- 五、品牌传播的媒介

第六章 2019年中国红色旅游景区景点市场动态分析

第一节 2019年中国红色旅游现状分析

- 一、红色旅游的概述
- 二、中国红色旅游经典景区
- 三、红色旅游规划纲要分析

第二节 2019年中国红色旅游资源特点

- 一、巨大的数量
- 二、内容和主题
- 三、分布广泛与地区性
- 四、多种多样的类型构成

第七章 2019年中国西藏旅游景区景点市场走势分析

第一节 西藏旅游优势

- 一、自然生态环境比较优势
- 二、宗教人文环境比较优势
- 三、产业政策环境比较优势
- 四、旅游资源比较优势
- 五、旅游产业比较优势

第二节 2019年西藏旅游特性深度分析

- 一、西藏旅游市场规模
- 二、西藏交通成本分析
- 三、西藏旅游客源格局分析
- 四、西藏旅游交通方式
- 五、西藏客源群体层次分析

第三节 2019年西藏旅游市场动态分析

第八章 2019年中国农业旅游景区景点市场动态分析

第一节 中国农业旅游的发展历程

- 一、农业旅游的范围界定
- 二、我国农业旅游的发展历程

第二节 中国农业旅游发展的特点

- 一、我国农业旅游市场需求旺盛，发展潜力巨大
- 二、我国农业旅游产品开发的资源类型多且开发成本较低
- 三、农业旅游项目广布全国，主要分布在城市周边地区
- 四、多以资源依托型为主，且类型丰富
- 五、消费以中低档次为主
- 六、尚处于发展的初期阶段

第三节 我国开发农业旅游项目前景广阔

- 一、开发农业旅游前景广阔
- 二、开发农业旅游意义深远

第九章 2019年中国工业旅游景区景点市场动态分析

第一节 我国工业旅游发展历程及现状

- 一、工业旅游的概念
- 二、我国工业旅游发展历程
- 三、我国工业旅游发展现状分析

第二节 我国工业旅游的开发模式

- 一、专业型开发模式
- 二、公园型开发模式
- 三、综合型开发模式
- 四、特定型开发模式

第三节 我国工业旅游典型案例分析

- 一、海尔集团工业旅游
- 二、青岛啤酒工业旅游
- 三、山东青岛港工业旅游
- 四、苏州工业园区试水“工业旅游”新模式
- 五、汇源果汁集团开展工业旅游
- 六、吉林中国第一汽车集团公司工业旅游

七、我国首家电影工业旅游园在长春诞生

第十章 2019年中国特种旅游景区景点市场动态分析

第一节 特种旅游的界定

第二节 特种旅游的特征

一、旅游生态环境和文化环境的原始自然性

二、旅游项目和线路的新奇性、探险性

三、旅游形式的自主参与性

第三节 特种旅游的类型

一、非赛事体育运动类

二、探险类

三、考察观察类

四、其他类型

第四节 我国发展特种旅游的优势

一、不断扩大的国际影响力

二、丰富的旅游资源

三、日益成熟的组织接待条件

第五节 特种旅游的开发

一、线路的设计

二、行程的控制

三、规范化管理

四、协调机制

五、队伍的专业化

第十一章 中国旅游景区景点企业运营现状分析

第一节 桂林旅游股份有限公司

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业成长性分析

四、企业经营能力分析

五、企业盈利能力及偿债能力分析

第二节 峨眉山旅游股份有限公司

- 一、企业概况
- 二、企业主要经济指标分析
- 三、企业成长性分析
- 四、企业经营能力分析
- 五、企业盈利能力及偿债能力分析

第三节 黄山旅游发展股份有限公司

- 一、企业概况
- 二、企业主要经济指标分析
- 三、企业成长性分析
- 四、企业经营能力分析
- 五、企业盈利能力及偿债能力分析

第四节 丽江玉龙旅游股份有限公司

- 一、企业概况
- 二、企业主要经济指标分析
- 三、企业成长性分析
- 四、企业经营能力分析
- 五、企业盈利能力及偿债能力分析

第五节 深圳华侨城控股股份有限公司

- 一、企业概况
- 二、企业主要经济指标分析
- 三、企业成长性分析
- 四、企业经营能力分析
- 五、企业盈利能力及偿债能力分析

第六节 昆明世博园股份有限公司

- 一、企业概况
- 二、企业主要经济指标分析
- 三、企业成长性分析
- 四、企业经营能力分析
- 五、企业盈利能力及偿债能力分析

第十二章 2022-2028年中国旅游景区景点产业趋势预测分析

第一节 2022-2028年中国旅游行业发展走势预测分析

一、旅游业仍有较大发展空间

二、短期下挫难抑持续增长

三、农村市场和带薪休假是潜力所在

第二节 2022-2028年中国旅游景区景点趋势预测分析

一、旅游业趋势预测分析

二、旅游景区景点发展趋势

第三节 2022-2028年中国旅游营销发展趋势分析

第十三章 2022-2028年中国旅游景区景点投资机会与风险分析（ ）

第一节 2022-2028年中国旅游景区景点投资环境分析

第二节 2022-2028年中国旅游景区景点投资机会分析

一、 “十三五”旅游投资

二、旅游投资特性分析

三、景区投资特性分析

第三节 2022-2028年中国旅游景区景点投资前景分析

一、市场竞争风险分析

二、政策风险分析

三、其它风险分析

第四节建议（ ）

图表目录：

图表：2015-2019年中国国内生产总值一览表

图表：2015-2019年中国国内生产总值变化趋势图

图表：2015-2019年社会消费品零售总额增长趋势图

图表：2015-2019年城乡居民人均可支配收入一览表

图表：2015-2019年中国城乡人均可支配收入对比图

图表：城乡居民恩格尔系数变化趋势图

图表：人均GDP变化同旅游行业的关系图

图表：人均GDP变化同旅游业态的关系图

图表：2015-2019年中国旅游收入变化趋势图

图表：2015-2019年旅游收入增长率变化趋势图

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202112/251654.html>