

2019年中国旅游景区景点市场分析报告- 行业运营现状与发展前景研究

报告大纲

观研报告网

www.chinabaogao.com

一、报告简介

观研报告网发布的《2019年中国旅游景区景点市场分析报告-行业运营现状与发展前景研究》涵盖行业最新数据，市场热点，政策规划，竞争情报，市场前景预测，投资策略等内容。更辅以大量直观的图表帮助本行业企业准确把握行业发展态势、市场商机动向、正确制定企业竞争战略和投资策略。本报告依据国家统计局、海关总署和国家信息中心等渠道发布的权威数据，以及我中心对本行业的实地调研，结合了行业所处的环境，从理论到实践、从宏观到微观等多个角度进行市场调研分析。

官网地址：<http://baogao.chinabaogao.com/lyyou/390657390657.html>

报告价格：电子版: 7200元 纸介版：7200元 电子和纸介版: 7500

订购电话: 400-007-6266 010-86223221

电子邮箱: sale@chinabaogao.com

联系人: 客服

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、报告目录及图表目录

改革开放以来，我国的旅游景区大致经历了粗放式开发阶段、规划开发阶段和创新开发阶段三个阶段。

1、粗放式开发阶段

改革开放以来，大批海外游客来华旅游，国内旅游随之逐步兴起。很多旅游景区游客密度增长过快，使得原有的景区人满为患，新景区的开发迫在眉睫。然而当时景区开发的过程中，由于不重视生态保护，突破了重保护轻开发的传统观念，主要表现为对自然景观、人文历史景观和人造景观的粗放式开发。

2、规划开发阶段

由于初期景区的粗放式开发，导致生态环境受到了较严重的破坏，政府部门逐渐意识到景区无序开发所带来的不利影响，因此，为避免景区的无序发展，旅游景区步入了规划开发阶段，旅游景区的开发规划作为一种宏观管理手段在有效运作，在景区的开发、规划和经营管理的过程中引入了可持续发展的理念，不仅仅只注重经济目标的实现，而是把景区的经济、社会文化和自然生态效益的最优化放到了主要位置，尽量减少和避免对生态、社会环境的负面影响。

3、创新开发阶段

随着现代旅游活动向多样性和参与性方向发展，旅游活动也从传统的观光旅游扩大到休闲旅游、工业旅游、科技旅游、教育旅游、体育旅游等。为了迎合市场需求，景区的类型也不断创新，如乡村旅游区、农业观光区、工业游览区等。

我国旅游景区开发历程 资料来源：互联网

旅游景区是以旅游及其相关活动为主要功能或主要功能之一的空间或地域，包括风景区、文化博物馆、寺庙观堂、旅游度假区、自然保护区、主题公园、森林公园、地质公园、游乐园、动物园、植物园、以及工业、农业、经贸、科教、军事、体育、文化艺术等各类旅游景区。

近年来我国国内旅游市场的游客人数一直保持着稳定增长的趋势，增长率在10%以上，大众旅游时代，旅游休闲已成为百姓的生活常态，2017年，国内旅游市场游客人数已经

达到50亿人次。

2013-2017年中国国内旅游市场游客规模 数据来源：国家旅游局

景区门票在线销售方面，在2013年到2017年间中国高星景区在线门票市场规模不断扩大，2017年国内高星景区在线门票交易额已经超过了188亿元；门票销售的整体在线渗透率也在逐年增长，随着越来越多景区开放网络购票渠道，加强与OTA合作进行门票分销，未来在线景区门票市场规模将持续增加。

2013-2017年中国高星景区在线门票市场规模及增长情况数据来源：国家旅游局（GYTCJP）

【报告大纲】

第一章 2018年中国景区旅游产业现状分析

第一节 2018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 2018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 2018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 2018年中国旅游景区景点产业运行环境分析

第一节 2018年中国宏观经济环境分析

- 一、中国GDP分析
- 二、城乡居民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 2018年中国旅游景区景点产业政策环境分析

第三节 2018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 2018年中国旅游景区景点经营管理分析

第一节 2018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 2018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 2018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 2018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 2018年中国旅游景区景点投资盈利能力分析

第一节 2018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 2018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 2018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 2018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 2018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 2018年中国旅游景区景点营销策略分析

第一节 2018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 2018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 2018年中国红色旅游景区景点市场动态分析

第一节 2018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 2018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 2018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 2018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 2018年西藏旅游市场动态分析

第八章 2018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 2018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 2018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 2019-2025年中国旅游景区景点产业趋势预测分析

第一节 2019-2025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 2019-2025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 2019-2025年中国旅游营销发展趋势分析

第十三章 2019-2025年中国旅游景区景点投资机会与风险分析

第一节 2019-2025年中国旅游景区景点投资环境分析

第二节 2019-2025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 2019-2025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 专家建议

图表目录：

- 图表：2018-2018年中国国内生产总值一览表
- 图表：2018-2018年中国国内生产总值变化趋势图
- 图表：2015-2018年社会消费品零售总额增长趋势图
- 图表：2015-2018年城乡居民人均可支配收入一览表
- 图表：2018-2018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：2015-2018年中国旅游收入变化趋势图

图表：2005 -2018年旅游收入增长率变化趋势图

图表详见报告正文..... (GY YX)

【简介】

中国报告网是观研天下集团旗下打造的业内资深行业分析报告、市场深度调研报告提供商与综合行业信息门户。《2019年中国旅游景区景点市场分析报告-行业运营现状与发展前景研究》涵盖行业最新数据，市场热点，政策规划，竞争情报，市场前景预测，投资策略等内容。更辅以大量直观的图表帮助本行业企业准确把握行业发展态势、市场商机动向、正确制定企业竞争战略和投资策略。本报告依据国家统计局、海关总署和国家信息中心等渠道发布的权威数据，以及我中心对本行业的实地调研，结合了行业所处的环境，从理论到实践、从宏观到微观等多个角度进行市场调研分析。

它是业内企业、相关投资公司及政府部门准确把握行业发展趋势，洞悉行业竞争格局，规避经营和投资风险，制定正确竞争和投资战略决策的重要决策依据之一。本报告是全面了解行业以及对本行业进行投资不可或缺的重要工具。观研天下是国内知名的行业信息咨询机构，拥有资深的专家团队，多年来已经为上万家企业单位、咨询机构、金融机构、行业协会、个人投资者等提供了专业的行业分析报告，客户涵盖了华为、中国石油、中国电信、中国建筑、惠普、迪士尼等国内外行业领先企业，并得到了客户的广泛认可。

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。本研究报告采用的行业分析方法包括波特五力模型分析法、SWOT分析法、PEST分析法，对行业进行全面的内外部环境分析，同时通过资深分析师对目前国家经济形势的走势以及市场发展趋势和当前行业热点分析，预测行业未来的发展方向、新兴热点、市场空间、技术趋势以及未来发展战略等。

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/lvyou/390657390657.html>