

中国旅游景区行业发展态势与未来前景预测报告 (2014-2019)

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《中国旅游景区行业发展态势与未来前景预测报告（2014-2019）》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/191705191705.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

第一章 旅游景区产业相关概述

第一节 旅游业产业链透析

一、旅游产业的特性

二、旅游类型的划分

三、旅游资源

四、旅游产业在国民经济中的地位

1、世界旅游业已成为全球经济的重要组成部分

2、旅游业已成为中国经济发展的先导部门

3、旅游业成为中国的支柱产业

第二节 旅游景区的构成要素

一、游览

二、娱乐

三、旅行

四、饮食

五、住宿

六、购物

第三节 旅游景区级别划分

第四节 旅游景区级生态规划

第二章 2014年中国旅游景区产业运行环境解析

第一节 2014年中国宏观经济运行分析

一、中国GDP分析

二、中国旅游产业在国民经济中的地位分析

三、消费价格指数分析

四、城乡居民收入分析

五、社会消费品零售总额

六、全社会固定资产投资分析

七、进出口总额及增长率分析

四、存利率变化

五、财政收支状况

第二节 2014年中国旅游景区产业政策环境分析

一、旅游景区门票弹性价格政策

二、旅游景区质量等级的划分与评定

三、西部旅游景区经营可享受税收优惠政策

四、地方旅游景区经营政策一览

五、其综相关产业政策法规

第三节 2014年中国旅游景区产业社会环境分析

一、人口环境分析

二、教育环境分析

三、文化环境分析

四、生态环境分析

第三章 2014年中国旅游业整体运行形势透析

第一节 2014年国际旅游业运行总况

一、世界旅游业发展步伐持续加快

二、绿色旅游成为亮点

三、世界旅游业动态分析

1、撒哈拉以南非洲国家带动世界旅游业增长

2、受甲型H1N1流感影响，美国泰国旅游业急剧降温

3、墨西哥旅游业受流感重创

第二节 2014年中国旅游业运行综述

一、中国旅游业发展的特点

二、中国旅游业进入快速发展时期

三、旅游业与环境的发展关系

四、旅游环境承载力研究分析

五、中国旅游业转型与产业政策选择分析

六、中国旅游业关键经济数据分析

第三节 2014年中国旅游业重点区域市场动态分析

一、大连全年拟建设旅游项目102个

二、北京进一步规范旅游市场

三、新疆暴力事件对当地旅游带来冲击

第四节 2014年中国旅游资源开发中的经济学分析

一、旅游资源开发作为产品的经济学特征

二、旅游资源开发的效率机制

三、旅游资源开发中政府的合理定位

第五节 2014年中国旅游业面临的挑战与策略应对

一、经济增长下行冲击旅游业

二、中国旅游资源的产权问题分析

三、应构建中国现代旅游资源产权制度

四、中国旅游业持续发展需注意的问题

第四章 2014年中国景区旅游产业新形势透析

第一节 2014年中国景区资源现状综述

- 一、中国景区资源规模
- 二、中国的世界遗产
- 三、中国5A级旅游景区分析

第二节 2014年中国旅游景区细分领域分析

- 一、自然类的旅游景区
- 二、人文类的旅游景区
- 三、主题公园类
- 四 社会类的旅游景区

第三节 2014年中国旅游消费变化趋势分析

- 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

第五章 2014年中国旅游景区经营管理分析

第一节 2014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 2014年中国景区经营模式分析

- 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 2014年中国景区收益管理策略分析

- 一、建立灵活科学的旅游景区价格体系
- 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 2014年中国景区管理问题及对策

- 一、旅游景区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

第五节 金融危机下旅游景区管理

- 一、金融危机对旅游者和旅游景区的影响

二、金融危机下旅游景区的管理措施

第六节 2014年中国旅游景区管理体制改革的对策

一、法制先行，出台全国性的《旅游景区管理办法》

二、统一管理，景区实行管委会（或管理处）模式

三、从业准入，完善景区从业人员的准入制度

四 年审制度，强化对景区长期的管理

五 标准化，引进标准化景区管理流程

六 景区排行榜，以排行榜引导消费者

第六章 2014年中国旅游景区竞争态势分析

第一节 2014年中国旅游景区竞争总况

一、旅游景区进入创意竞争时代

二、旅游景区竞争力模型研究

第二节 2014年中国旅游景区竞争力研究

一、区域内旅游景区市场竞争力测评

二、森林生态旅游景区竞争优势研究

三、对于旅游景区竞争力提升的思考

四、旅游景区的竞争力与差异化

第三节 2014年中国旅游景区价格竞争分析

一、过度竞争的主要原因

二、过度竞争引发的弊端

三、竞争必须着眼于游客的需求

四 竞争应当着力于景区的价值

第四节 2014-2019年中国旅游景区竞争趋势分析

第七章 2014年中国旅游景区投资盈利分析

第一节 旅游收入模式简析

一、旅游景区收入规模分析

二、景区收入结构

三、影响旅游收入的主要因素

第二节 景区盈利模式选择

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 旅游景区投资分析

一、产业规模投资分析

二、投资主体结构分析

第四节 景区经营权转让

- 一、旅游景区特性分析
- 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 景区的行业管理

- 一、资源管理时代
- 二、服务管理时代

第八章 2014年旅游景区营销策略

第一节 景区营销策略

- 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 旅游景区品牌传播分

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

第九章 2014年国内重点区域旅游资源阐述

第一节 2014年中国主要地区的旅游资源

- 一、西南市场
- 二、华东市场
- 三、东北市场
- 四、华南市场
- 五、华北市场

第二节 2014年国内典型旅游景点分析

- 一、历史文化类
- 二、海滨旅游区
- 三、自然风景游览区

第三节 2014年其他个性景点分析

- 一、杭州未来世界
- 二、深圳微缩景区——锦绣中华

三、丰都鬼文化主题乐园

第十章 2014年热点旅游景区分析

第一节 海南旅游岛研究

一、海南国际旅游岛提出及进展

二、海南成为旅游岛基础条件

三、海南交通、旅游业、地产

四 海南国际旅游岛措施和目标

第二节 上海迪斯尼项目

一、上海迪士尼

二、项目影响分析

第十一章 2014年中国旅游景区上市企业盈利状况分析

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、企业盈利能力分析

四、企业偿债能力分析

五、企业运营能力分析

六、企业成长能力分析

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、企业盈利能力分析

四、企业偿债能力分析

五、企业运营能力分析

六、企业成长能力分析

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、企业盈利能力分析

四、企业偿债能力分析

五、企业运营能力分析

六、企业成长能力分析

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、企业盈利能力分析

四、企业偿债能力分析

五、企业运营能力分析

六、企业成长能力分析

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、企业盈利能力分析

四、企业偿债能力分析

五、企业运营能力分析

六、企业成长能力分析

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、企业盈利能力分析

四、企业偿债能力分析

五、企业运营能力分析

六、企业成长能力分析

第十二章 2014-2019年中国旅游业前景展望与趋势预测

第一节 2014-2019年国际旅游业的发展前景

一、未来国际旅游市场的发展特征分析

二、世界旅游业的发展空间巨大

三、未来五年世界旅游业的发展新走向

四、全球蜜月旅游市场的前景诱人

第二节 2014-2019年中国旅游业前景预测分析

一、中国旅游业两大潜力市场亟待挖掘

二、2014-2019年中国出境旅游业发展预测

三、中国旅游发展趋势研究

四、中国旅游业发展的新走向

第三节 2014-2019年中国旅游市场的发展趋势探析

一、中国旅游市场趋势瞻望

二、现代中国旅游市场需求的发展趋势

三、中国旅游服务的文化趋势

第十三章 2014-2019年中国旅游景区投资战略研究

第一节 2013年中国旅游景区行业投资概况

一、旅游景区行业投资特性

二、旅游景区具有良好的投资价值

三、旅游景区投资环境分析

第二节 2013年中国旅游景区投资现状分析

一、以景区打造国际复合型旅游地产

第三节 2014-2019年中国旅游景区投资机会分析

一、中国旅游景区投资开发的潜力项目

二、旅游景区投资—未被深挖的巨大金矿宝藏

第四节 2014-2019年中国旅游景区投资风险及防范

一、金融风险分析

二、政策风险分析

三、竞争风险分析

第五节 权威专家投资策略分析

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/lyyou/191705191705.html>