

2018年中国温泉旅游行业分析报告- 行业深度分析与发展趋势研究

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《2018年中国温泉旅游行业分析报告-行业深度分析与发展趋势研究》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/342318342318.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

一、中国温泉旅游的发展现状

温泉旅游产业主要以温泉资源开发和保护，温泉地的形成与分布、温泉旅游发展史、温泉游客的消费行为、温泉旅游开发、温泉市场等为研究对象。温泉旅游产业发展涉及经济、生态、环境、人文等各方面。

(一) 中国温泉旅游市场分析

中国的旅游市场多以健康养生、商务公关和休闲度假为主。通常情况下，游客更希望获得更加隐蔽、更独立、更幽美的温泉池，更加注重人文性、舒适性及独特性。据相关市场调研数据，在温泉旅游者中，男性与女性的人数比例为70:30。这些温泉爱好者主要来自政府机关、企业管理、私营业主等，对温泉的人文特性及舒适性有较高的要求。例如，在温泉旅游者中，喜欢室外温泉的人数占总人数的63%；喜欢别墅温泉和室内温泉的人数占总人数的比例较小。可见，温泉爱好者更注重温泉的私密性及舒适性。在温泉旅游者中，多次沐浴温泉的游客多自驾车，在温泉度假区停留一天，每年会自行驾驶到温泉度假区7次左右。温泉旅游者对温泉水清洁度十分看重，此外，水中矿物质、温泉环境等因素也是温泉旅游者考虑的重要因素，是吸引温泉旅游者的关键性因素。同时，温泉旅游者对温泉旅游区的健身设备、温泉文化等也有较高的要求。

我国温泉市场的旅游人数和温泉旅游收入快速增加。但是，就我国目前温泉旅游产业看，我国的温泉旅游市场多为点状开发，这种开发模式不利于我国温泉旅游业的全方位开展。尽管温泉旅游者数量已经达到一定的规模，但是单一的市场开发模式终将成为我国温泉旅游产业的瓶颈。温泉旅游产业要不断创新思路，在温泉功能及服务链条等方面不断完善，促进温泉旅游产业向更深、更广延展。

数据来源：公开数据整理

(二) 中国温泉旅游存在的问题

1. 业内跟风严重，产品缺乏新意

温泉作为我国的新兴朝阳产业之一，具有广阔的市场前景。近年来，具有前瞻性的开发商们十分重视温泉旅游项目的开发，不惜花费巨资投入到温泉旅游项目开发中。这难免导

致业内跟风现象严重，温泉旅游开发缺乏创新意识。开发商们多急功近利，不愿意在产业创新中花费人力、物力及财力。大多效仿同行的开发模式，导致国内很多温泉旅游项目雷同，毫无新意可言。温泉旅游项目千篇一律，会导致旅游资源的严重浪费，同时，温泉旅游者很难在旅游过程中得到身心的全面放松，更感受不到温泉的内涵。与之截然相反的是，部分温泉旅游区采用新颖独特的温泉池，例如，海洋温泉、牛奶温泉、小鱼温泉、玫瑰温泉、森林温泉、古镇汤院、日式温泉及热带雨林温泉等。不同的温泉区具有独特的保健功能和养生效果，以供不同需求的温泉旅游者体验。此外，这些旅游区也提高了汤泉的品位，例如，打造人参汤、香茶汤、薄荷汤、鱼疗汤、鲜花汤等。提高了温泉的文化内涵，获得较好的口碑，是国内其他温泉旅游区学习的典范。因此，只有创新才能推动产业不断向前发展，效仿及跟风只会导致企业发展停滞不前。

2. 管理混乱，缺乏规范

温泉旅游项目开发商逐年增多，相关问题也逐渐暴露。其中，企业缺乏管理规范，业内管理混乱是主要的问题。温泉旅游规范是保障温泉旅游健康发展的关键，缺乏旅游开发相关规范，会导致出现以假乱真、鱼目混珠的现象出现。开发商们不注重企业内部的管理，而采取盲目攀比的态度，使得业内管理无序，形成恶性循环。

例如，个别温泉旅游区在温泉水中添加自来水，并调节到合适的温度，以次充好，或者直接将用过的温泉水循环利用。消费者对温泉旅游区缺乏信任，长此以往，人们对温泉旅游会失去兴趣，不利于温泉旅游产业的长远发展。此外，其他开发商为了降低温泉旅游开发的成本，会对不良行为进行效仿，进而使得温泉旅游产业进入无序状态，严重影响温泉旅游业的品牌形象和健康发展。可见，国家根据温泉旅游产业的特点，出台相关规定并严格贯彻落实，是解决温泉旅游产业管理问题的重要途径。

3. 小本经营，缺乏品牌

国内的温泉旅游企业多为独立自主开发，采用家族式、股东式及自营式管理。即使采用世界一流的温泉资源，但由于缺少良好的品牌形象，会导致温泉旅游企业得不到认可，大大浪费了温泉资源。究其原因，主要有以下几个方面：首先，温泉旅游企业缺乏高水平的总体规划，建设水平低、经营者之间互相孤立，缺乏合作共赢意识，造成资源浪费现象严重。此外，温泉旅游企业多采用小本经营模式，管理方式单一，不能从温泉文化历史中汲取营养，开发产品单一，无法满足市场需求，不能建立良好的企业形象。此外，温泉企业缺乏良好的卫生环境，不能给温泉旅游者带来赏心悦目的愉悦感受。温泉企业缺乏热情周到的服务，温泉旅游者便不会及时反馈良好的评价。影响温泉旅游区良好形象的建立，无法打造一流的

温泉旅游品牌。因此，品牌是企业发展无形的资产，良好的企业形象能为企业带来巨大的经济效益，无形中推动企业进步。开发商要注重企业品牌的打造，以市场为导向，树立独特的个性品牌，不断提升企业的知名度、满意度和美誉度。同时，企业管理者要注重提升个人综合素质，强化服务意识，努力建设一流的温泉旅游胜地，打造享誉内外的温泉品牌。

4. 缺乏文化内涵，产品空薄

文化是企业发展的灵魂。我国温泉旅游产业具有悠久的历史文化，却被利欲熏心的温泉旅游开发商忽视。开发商为了实现利润最大化，开发的温泉旅游项目缺乏内涵，产品空薄。不重视本土文化和企业文化，而盲目的效仿和攀比，导致行业内部出现无序竞争现象，进入恶性循环。温泉旅游是温泉旅游者娱乐身心、接近大自然的有效方式，温泉旅游者理应体验到美好的精神享受。而一旦温泉旅游区缺乏了传统文化的内涵，推出的产品单薄空洞，会影响到温泉旅游区的品位。仅凭借保健休闲的特点，而忽略了企业的文化品位，不利于温泉旅游企业的长远发展。因此，增加温泉旅游的文化内涵，将本土文化融入到温泉旅游开发中，让温泉和民俗、民风、生态有机结合，融为一体，有利于我国温泉旅游的长久发展。

二、中国温泉旅游的发展趋势与案例

我国温泉旅游产业在未来发展中，要遵从全面、协调、可持续发展理念。在当下流行的绿色环保消费观引领下，充分考虑生态环境可持续发展。我国温泉旅游的发展趋势主要有以下几个方面：

(一) 温泉度假是未来休闲度假旅游发展的“热点”

温泉度假作为一种健康的养生休闲方式，其满足了现代人们对文化和精神方面的双重追求。同时，温泉旅游度假开发为当地居民带来更多的就业机会，带动当地经济发展，拉动当地消费水平的提高。可见，温泉度假是一种极具市场潜力的旅游产业，必将成为休闲度假旅游发展的热点。在世界流行的水题材为主体的三大休闲娱乐(冰雪、海水、温泉) 中，温泉旅游是最古老的旅游产业，是休闲度假的主题，并且经久不衰。温泉的发展将不止于温泉本身，而朝向生活时尚和人文文化方向发展。据相关国际温泉疗养协会(ISPA) 显示，温泉旅游将成为未来全球范围内流行的休闲娱乐方式，同时以惊人的速度飞速发展。

(二) 小体量、个性化、私密性开发

随着国民消费观念的改变，国民消费水平逐年提高，对消费产品的要求越来越高。对

于温泉旅游而言，人们越来越趋于私密空间，即隐蔽的温泉池更受人们的喜爱。因此，相关的泉旅游开发应注重温泉的私密性。同时，由于不同人群对温泉的功效具有不同的需求，修建具有不同功能的温泉池乃大势所需。在某种程度上讲，温泉池应具有自身的个性特点，以满足不同人群的需求。温泉区的服务设施以本土文化为基础，并将大众与高端相结合，体现温泉文化内涵，打造独特的本土文化内涵。例如，日本箱根温泉乡是著名的疗养胜地，具有悠久的历史文化，共建造温泉336处，享有“箱根七汤”美誉。在空间布局上，日本箱根温泉乡采用组团式布局模式，包含历史博物馆、温泉及宾馆多项设施，每个设施相对独立，通过观光船、缆车、登山巴士等交通工具相连。利用风吕石、神社、木雕等设施将日本特色本土文化融入温泉旅游中，体现了温泉旅游的人文内涵，营造出本土文化氛围。因此，我国的温泉旅游开发需要借鉴日本温泉旅游区的成功经验，并结合我国悠久的历史文化，不断创新思路，打造符合我国国情特点的温泉旅游胜地。

(三) 丰富的休闲运动，全面升级温泉体验

温泉旅游区除了设置观光休闲、泡温泉等活动外，还需结合当地特色，以温泉旅游区为中心，向更多方向辐射延展，实现既提供温泉旅游休闲场所，又使游客到周边地区参观活动，领略当地的本土文化，全面升级温泉体验。只有结合了本土文化的温泉旅游才会让游客记忆深刻，流连忘返。例如，美国萨拉托加温泉旅游区，采用多样化旅游模式，将登山、马球、极限运动等融为一体，使温泉旅游者既体验到温泉的舒适享受，又领略到当地的体育特色，沉浸于丰富的旅游活动中。萨拉托加温泉旅游区起源于1642年，总面积9.3平方公里，位于纽约州东南部、美国东部，是最古老的美国温泉度假区。时至今日，萨拉托加温泉旅游区依然经常举办季节性体育运动，体育文化节、帽子节、艺术节等。丰富的休闲旅游项目是全面升级温泉旅游区的重要保障。因此，我国温泉旅游开发要学习美国萨拉托加温泉旅游区的先进模式，充分开发丰富的休闲活动。打造集体育赛事、本土文化、温泉度假为一体的多方位旅游休闲胜地，全面升级我国温泉旅游度假体验。

(四) 多种温泉疗养体验+ 奢华的度假氛围

众所周知，温泉兼休闲放松和养生功能于一体，越来越受到大众的追捧，是符合时代潮流发展、迎合现代人消费观念的度假方式。由温泉文化和养生文化结合而衍生出的疗养产业也成为温泉旅游的一大特色。针对不同消费者的需求，疗养环境也各有千秋，不同的温泉疗养功能符合不同消费人群的需要。此外，高档的装修、奢华的建筑、优雅的环境是现代温泉旅游关注的重点。例如，法国维希温泉区位于法国中南部，是以水疗和度假闻名的著名温泉旅游胜地，是疗养型温泉镇的成功代表。其总面积5.9平方公里，距离巴黎较近，是著名的温泉疗养镇。法国维希温泉环境优美，历史悠久，是法国重要的体育赛事及赛马场所。

此外，法国维希温泉区拥有完善的服务链条、多样化温泉疗养方式和美容健身休闲中心，具有深刻的文化内涵。法国维希温泉区曾经获得国际十佳温泉之一的称号，是疗养型温泉的成功案例。因此，我国温泉旅游需要借鉴温泉疗养和营造奢华氛围的新模式，不断完善我国温泉旅游开发模式，提升温泉旅游者的精神享受。

三、结语

我国温泉旅游区需要以温泉为中心，并结合本土文化，形成具有当地特色的现代休闲娱乐度假区。在此基础上，充分挖掘具有当地特色的文化公园、体育项目、疗养温泉等项目，实现温泉旅游体验的全面升级。同时，形成个性化服务链条，打造一流的服务，满足温泉旅游者餐饮、住宿、俱乐部、购物等多方面需求。引入健康疗养理念，打造多元化温泉旅游功能体系，将我国温泉与乡村体验、观光娱乐、文化艺术、体育赛事等充分融合，全面升级我国温泉旅游体验。推动我国温泉旅游产业的全面健康发展，形成具有我国本土特色的温泉旅游度假区。促进我国温泉旅游产业走出国门，走向世界，跻身于世界一流温泉旅游产业的行列。（GYWWJP）

观研天下发布的《》内容严谨、数据翔实，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动向、市场前景、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。

【报告大纲】

第一章 2016-2018年中国温泉旅游行业发展概述

第一节 温泉旅游行业发展情况概述

- 一、温泉旅游行业相关定义
- 二、温泉旅游行业基本情况介绍
- 三、温泉旅游行业发展特点分析

第二节 中国温泉旅游行业上下游产业链分析

- 一、产业链模型原理介绍
- 二、温泉旅游行业产业链条分析
- 三、中国温泉旅游行业产业链环节分析
 - 1、上游产业
 - 2、下游产业

第三节 中国温泉旅游行业生命周期分析

- 一、温泉旅游行业生命周期理论概述
- 二、温泉旅游行业所属的生命周期分析

第四节 温泉旅游行业经济指标分析

- 一、温泉旅游行业的赢利性分析
- 二、温泉旅游行业的经济周期分析
- 三、温泉旅游行业附加值的提升空间分析

第五节 中国温泉旅游行业进入壁垒分析

- 一、温泉旅游行业资金壁垒分析
- 二、温泉旅游行业技术壁垒分析
- 三、温泉旅游行业人才壁垒分析
- 四、温泉旅游行业品牌壁垒分析
- 五、温泉旅游行业其他壁垒分析

第二章 2016-2018年全球温泉旅游行业市场发展现状分析

第一节 全球温泉旅游行业发展历程回顾

第二节 全球温泉旅游行业市场区域分布情况

第三节 亚洲温泉旅游行业地区市场分析

- 一、亚洲温泉旅游行业市场现状分析
- 二、亚洲温泉旅游行业市场规模与市场需求分析
- 三、亚洲温泉旅游行业市场前景分析

第四节 北美温泉旅游行业地区市场分析

- 一、北美温泉旅游行业市场现状分析
- 二、北美温泉旅游行业市场规模与市场需求分析
- 三、北美温泉旅游行业市场前景分析
- 第五节 欧盟温泉旅游行业地区市场分析
 - 一、欧盟温泉旅游行业市场现状分析
 - 二、欧盟温泉旅游行业市场规模与市场需求分析
 - 三、欧盟温泉旅游行业市场前景分析
- 第六节 2018-2024年世界温泉旅游行业分布走势预测
- 第七节 2018-2024年全球温泉旅游行业市场规模预测

第三章 中国温泉旅游产业发展环境分析

- 第一节 我国宏观经济环境分析
 - 一、中国GDP增长情况分析
 - 二、工业经济发展形势分析
 - 三、社会固定资产投资分析
 - 四、全社会消费品温泉旅游总额
 - 五、城乡居民收入增长分析
 - 六、居民消费价格变化分析
 - 七、对外贸易发展形势分析
- 第二节 中国温泉旅游行业政策环境分析
 - 一、行业监管体制现状
 - 二、行业主要政策法规
- 第三节 中国温泉旅游产业社会环境发展分析
 - 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
 - 五、消费观念分析

第四章 中国温泉旅游行业运行情况

- 第一节 中国温泉旅游行业发展状况情况介绍
 - 一、行业发展历程回顾
 - 二、行业创新情况分析
 - 三、行业发展特点分析
- 第二节 中国温泉旅游行业市场规模分析

第三节 中国温泉旅游行业供应情况分析

第四节 中国温泉旅游行业需求情况分析

第五节 中国温泉旅游行业供需平衡分析

第六节 中国温泉旅游行业发展趋势分析

第五章 中国温泉旅游所属行业运行数据监测

第一节 中国温泉旅游所属行业总体规模分析

一、企业数量结构分析

二、行业资产规模分析

第二节 中国温泉旅游所属行业产销与费用分析

一、流动资产

二、销售收入分析

三、负债分析

四、利润规模分析

五、产值分析

第三节 中国温泉旅游所属行业财务指标分析

一、行业盈利能力分析

二、行业偿债能力分析

三、行业营运能力分析

四、行业发展能力分析

第六章 2016-2018年中国温泉旅游市场格局分析

第一节 中国温泉旅游行业竞争现状分析

一、中国温泉旅游行业竞争情况分析

二、中国温泉旅游行业主要品牌分析

第二节 中国温泉旅游行业集中度分析

一、中国温泉旅游行业市场集中度分析

二、中国温泉旅游行业企业集中度分析

第三节 中国温泉旅游行业存在的问题

第四节 中国温泉旅游行业解决问题的策略分析

第五节 中国温泉旅游行业竞争力分析

一、生产要素

二、需求条件

三、支援与相关产业

四、企业战略、结构与竞争状态

五、政府的作用

第七章 2016-2018年中国温泉旅游行业需求特点与价格走势分析

第一节 中国温泉旅游行业消费特点

第二节 中国温泉旅游行业消费偏好分析

一、需求偏好

二、价格偏好

三、品牌偏好

四、其他偏好

第三节 温泉旅游行业成本分析

第四节 温泉旅游行业价格影响因素分析

一、供需因素

二、成本因素

三、渠道因素

四、其他因素

第五节 中国温泉旅游行业价格现状分析

第六节 中国温泉旅游行业平均价格走势预测

一、中国温泉旅游行业价格影响因素

二、中国温泉旅游行业平均价格走势预测

三、中国温泉旅游行业平均价格增速预测

第八章 2016-2018年中国温泉旅游行业区域市场现状分析

第一节 中国温泉旅游行业区域市场规模分布

第二节 中国华东地温泉旅游市场分析

一、华东地区概述

二、华东地区经济环境分析

三、华东地区温泉旅游市场规模分析

四、华东地区温泉旅游市场规模预测

第三节 华中地区市场分析

一、华中地区概述

二、华中地区经济环境分析

三、华中地区温泉旅游市场规模分析

四、华中地区温泉旅游市场规模预测

第四节 华南地区市场分析

一、华南地区概述

二、华南地区经济环境分析

三、华南地区温泉旅游市场规模分析

第九章 2016-2018年中国温泉旅游行业竞争情况

第一节 中国温泉旅游行业竞争结构分析（波特五力模型）

一、现有企业间竞争

二、潜在进入者分析

三、替代品威胁分析

四、供应商议价能力

五、客户议价能力

第二节 中国温泉旅游行业SWOT分析

一、行业优势分析

二、行业劣势分析

三、行业机会分析

四、行业威胁分析

第三节 中国温泉旅游行业竞争环境分析（PEST）

一、政策环境

二、经济环境

三、社会环境

四、技术环境

第十章 温泉旅游行业企业分析（随数据更新有调整）

第一节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

1、主要经济指标情况

2、企业盈利能力分析

3、企业偿债能力分析

4、企业运营能力分析

5、企业成长能力分析

四、公司优劣势分析

第二节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

- 1、主要经济指标情况
- 2、企业盈利能力分析
- 3、企业偿债能力分析
- 4、企业运营能力分析
- 5、企业成长能力分析

四、公司优劣势分析

第三节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

- 1、主要经济指标情况
- 2、企业盈利能力分析
- 3、企业偿债能力分析
- 4、企业运营能力分析
- 5、企业成长能力分析

四、公司优劣势分析

第四节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

- 1、主要经济指标情况
- 2、企业盈利能力分析
- 3、企业偿债能力分析
- 4、企业运营能力分析
- 5、企业成长能力分析

四、公司优劣势分析

第五节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

- 1、主要经济指标情况
- 2、企业盈利能力分析
- 3、企业偿债能力分析
- 4、企业运营能力分析

5、企业成长能力分析

四、公司优劣势分析

第十一章 2018-2024年中国温泉旅游行业发展前景分析与预测

第一节 中国温泉旅游行业未来发展前景分析

一、温泉旅游行业国内投资环境分析

二、中国温泉旅游行业市场机会分析

三、中国温泉旅游行业投资增速预测

第二节 中国温泉旅游行业未来发展趋势预测

第三节 中国温泉旅游行业市场发展预测

一、中国温泉旅游行业市场规模预测

二、中国温泉旅游行业市场规模增速预测

三、中国温泉旅游行业产值规模预测

四、中国温泉旅游行业产值增速预测

五、中国温泉旅游行业供需情况预测

第四节 中国温泉旅游行业盈利走势预测

一、中国温泉旅游行业毛利润同比增速预测

二、中国温泉旅游行业利润总额同比增速预测

第十二章 2018-2024年中国温泉旅游行业投资风险与营销分析

第一节 温泉旅游行业投资风险分析

一、温泉旅游行业政策风险分析

二、温泉旅游行业技术风险分析

三、温泉旅游行业竞争风险

四、温泉旅游行业其他风险分析

第二节 温泉旅游行业企业经营发展分析及建议

一、温泉旅游行业经营模式

二、温泉旅游行业销售模式

三、温泉旅游行业创新方向

第三节 温泉旅游行业应对策略

一、把握国家投资的契机

二、竞争性战略联盟的实施

三、企业自身应对策略

第十三章 2018-2024年中国温泉旅游行业发展策略及投资建议

第一节 中国温泉旅游行业品牌战略分析

- 一、温泉旅游企业品牌的重要性
- 二、温泉旅游企业实施品牌战略的意义
- 三、温泉旅游企业品牌的现状分析
- 四、温泉旅游企业的品牌战略
- 五、温泉旅游品牌战略管理的策略

第二节 中国温泉旅游行业市场重点客户战略实施

- 一、实施重点客户战略的必要性
- 二、合理确立重点客户
- 三、对重点客户的营销策略
- 四、强化重点客户的管理
- 五、实施重点客户战略要重点解决的问题

第三节 中国温泉旅游行业战略综合规划分析

- 一、战略综合规划
- 二、技术开发战略
- 三、业务组合战略
- 四、区域战略规划
- 五、产业战略规划
- 六、营销品牌战略
- 七、竞争战略规划

第十四章 2018-2024年中国温泉旅游行业发展策略及投资建议

第一节 中国温泉旅游行业产品策略分析

- 一、服务产品开发策略
- 二、市场细分策略
- 三、目标市场的选择

第二节 中国温泉旅游行业定价策略分析

第三节 中国温泉旅游行业营销渠道策略

- 一、温泉旅游行业渠道选择策略
- 二、温泉旅游行业营销策略

第四节 中国温泉旅游行业价格策略

第五节 观研天下行业分析师投资建议

- 一、中国温泉旅游行业重点投资区域分析
- 二、中国温泉旅游行业重点投资产品分析

图表详见正文 (FSW)

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/lvyou/342318342318.html>