

2020年中国旅游景区市场调研报告- 市场现状调查与发展趋势预测

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《2020年中国旅游景区市场调研报告-市场现状调查与发展趋势预测》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/517003517003.html>

报告价格：电子版: 8200元 纸介版：8200元 电子和纸介版: 8500

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

9月18文化和旅游部发布《关于做好2020年国庆节、中秋节文化和旅游假日市场工作的通知》，明确要求旅游景区接待游客量不超过最大承载量的75%，按照“限量、预约、错峰”要求，确保假日旅游景区开放安全、平稳、有序。

近年来，我国国庆期间景区接待游客人数逐年增长，今年中秋国庆双节“合体”，将极大刺激民众的出行需求，势必给景区游客承载力带来一定的挑战。

2017-2019年景区国庆节接待国内旅游人数

数据来源：公开资料整理

受新冠疫情影响，上半年我国旅游业受到重创，国内主要景区均在1月底暂停营业，此后得益于疫情防控得当，部分景区已于2月底恢复开业，3月后随着疫情防治效果得到了进一步巩固，更多景区陆续恢复开业。但疫情之后景区游客承载力一直有限制，因此今年上半年各个景区游客接待数量较2019年均不同程度下滑。

主要景区恢复营业时间梳理

景区

关停时间

开园时间

三亚南山

01.24

02.21

上海海昌海洋公园

01.24

03.20

上海迪士尼

01.25

05.11

峨眉山

01.24

03.23

黄山风景区

01.25

02.21

长白山

01.26

02.22

乌镇

01.24

04.15

九华山

01.24

02.23

海棠湾免税店

01.26

02.20

南山竹海

01.24

03.20 数据来源：公开资料整理

主要景区上半年接待游客情况 数据来源：公开资料整理

目前由于疫情局势的好转以及中秋、国庆等节假日的来临，下半年各个景区接待游客数量有望继续提高。但在疫情防控常态下，“无预约不旅游”已成为旅游消费新要求。

部分景区关于国庆中秋双节期间门票预约举措

景区

举措

峨眉山

双节期间峨眉山景区门票每日限2.8万张，在线提前一天实名预约。

螺髻山

每日接待游客不超过4500人，关注景区微信公众号预约门票，同时可在携程网、同程网等网站预订。

贵州省内A级景区

对通过“一码游贵州”微信小程序预约并购买A级景区门票的游客,实行景区门票挂牌价四折优惠。

黄山

“十一

熠 漣 轂 枿 麈 鰓

鸕 州

Y

鸕 冥

葱

梲

生

线下购票。

四姑娘山

景区采取全网实名预约购票，单日游客限量调整为13000人/日，暂不接待境外游客。

黄龙风景区

景区严格执行全网实名制购验票，现场不设购票窗口，所有游客应于入园前一天18：00前，凭二代身份证及相关证明在阿坝旅游网官网或者微信公众号：阿坝旅游网，黄龙。提前购买门票索道票（最早可提前14天订票）；先扫码登记健康信息,绿码才可以订票。

云台山

10月1日至8日景区实行门票分时预约制度，游客需提前在网上预订门票，刷身份证直接入园，无需取票。数据来源：公开资料整理（zlj）

中国报告网是观研天下集团旗下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。《2020年中国旅游景区市场调研报告-市场现状调查与发展趋势预测》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。

【报告大纲】

第一章 2017-2020年中国旅游景区行业发展概述

第一节 旅游景区行业发展情况概述

- 一、旅游景区行业相关定义
- 二、旅游景区行业基本情况介绍
- 三、旅游景区行业发展特点分析

第二节 中国旅游景区行业上下游产业链分析

- 一、产业链模型原理介绍
- 二、旅游景区行业产业链条分析
- 三、中国旅游景区行业上游环节分析
- 四、中国旅游景区行业下游环节分析

第三节 中国旅游景区行业生命周期分析

- 一、旅游景区行业生命周期理论概述
- 二、旅游景区行业所属的生命周期分析

第四节 旅游景区行业经济指标分析

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

第五节 中国旅游景区行业进入壁垒分析

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

第二章 2017-2020年全球旅游景区行业市场发展现状分析

第一节 全球旅游景区行业发展历程回顾

第二节 全球旅游景区行业市场区域分布情况

第三节 亚洲旅游景区行业地区市场分析

- 一、亚洲旅游景区行业市场现状分析
- 二、亚洲旅游景区行业市场规模与市场需求分析
- 三、亚洲旅游景区行业市场前景分析

第四节 北美旅游景区行业地区市场分析

- 一、北美旅游景区行业市场现状分析
- 二、北美旅游景区行业市场规模与市场需求分析
- 三、北美旅游景区行业市场前景分析

第五节 欧盟旅游景区行业地区市场分析

- 一、欧盟旅游景区行业市场现状分析
- 二、欧盟旅游景区行业市场规模与市场需求分析
- 三、欧盟旅游景区行业市场前景分析

第六节 2021-2026年世界旅游景区行业分布走势预测

第七节 2021-2026年全球旅游景区行业市场规模预测

第三章 中国旅游景区产业发展环境分析

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、全社会消费品旅游景区总额
- 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 中国旅游景区行业政策环境分析

- 一、行业监管体制现状
- 二、行业主要政策法规

第三节 中国旅游景区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 中国旅游景区行业运行情况

第一节 中国旅游景区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
- 四、行业发展动态

第二节 中国旅游景区行业市场规模分析

第三节 中国旅游景区行业供应情况分析

第四节 中国旅游景区行业需求情况分析

第五节 中国旅游景区行业供需平衡分析

第六节 中国旅游景区行业发展趋势分析

第五章 中国旅游景区所属行业运行数据监测

第一节 中国旅游景区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 中国旅游景区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 中国旅游景区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 2017-2020年中国旅游景区市场格局分析

第一节 中国旅游景区行业竞争现状分析

一、中国旅游景区行业竞争情况分析

二、中国旅游景区行业主要品牌分析

第二节 中国旅游景区行业集中度分析

一、中国旅游景区行业市场集中度分析

二、中国旅游景区行业企业集中度分析

第三节 中国旅游景区行业存在的问题

第四节 中国旅游景区行业解决问题的策略分析

第五节 中国旅游景区行业竞争力分析

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

第六节 产业结构发展预测

- 一、产业结构调整指导政策分析
- 二、产业结构调整中消费者需求的引导因素
- 三、中国旅游景区行业参与国际竞争的战略市场定位
- 四、产业结构调整方向分析

第七章 2017-2020年中国旅游景区行业需求特点与动态分析

- 第一节 中国旅游景区行业消费者基本情况
- 第二节 中国旅游景区行业消费者属性及偏好调查
- 第三节 旅游景区行业成本分析
- 第四节 旅游景区行业价格影响因素分析
 - 一、供需因素
 - 二、成本因素
 - 三、其他因素
- 第五节 中国旅游景区行业价格现状分析
- 第六节 中国旅游景区行业平均价格走势预测
 - 一、中国旅游景区行业价格影响因素
 - 二、中国旅游景区行业平均价格走势预测
 - 三、中国旅游景区行业平均价格增速预测

第八章 2017-2020年中国旅游景区行业区域市场现状分析

- 第一节 中国旅游景区行业区域市场规模分布
- 第二节 中国华东地区旅游景区市场分析
 - 一、华东地区概述
 - 二、华东地区经济环境分析
 - 三、华东地区旅游景区市场规模分析
 - 四、华东地区旅游景区市场规模预测
- 第三节 华北地区市场分析
 - 一、华北地区概述
 - 二、华北地区经济环境分析
 - 三、华北地区旅游景区市场规模分析
 - 四、华北地区旅游景区市场规模预测
- 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、华南地区旅游景区市场规模分析

四、华南地区旅游景区市场规模预测

第九章 2017-2020年中国旅游景区行业竞争情况

第一节 中国旅游景区行业竞争结构分析（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 中国旅游景区行业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 中国旅游景区行业竞争环境分析（PEST）

一、政策环境

二、经济环境

三、社会环境

四、技术环境

第十章 旅游景区行业企业分析（随数据更新有调整）

第一节 企业

一、企业概况

二、主营业务

三、运营情况

四、公司优劣势分析

第二节 企业

一、企业概况

二、主营业务

三、运营情况

四、公司优劣势分析

第三节 企业

一、企业概况

二、主营业务

三、运营情况

四、公司优劣势分析

第四节 企业

一、企业概况

二、主营业务

三、运营情况

四、公司优劣势分析

第五节 企业

一、企业概况

二、主营业务

三、运营情况

四、公司优劣势分析

第六节 企业

一、企业概况

二、主营业务

三、运营情况

四、公司优劣势分析

第七节 企业

一、企业概况

二、主营业务

三、运营情况

四、公司优劣势分析

第八节 企业

一、企业概况

二、主营业务

三、运营情况

四、公司优劣势分析

第九节 企业

一、企业概况

二、主营业务

三、运营情况

四、公司优劣势分析

第十节 企业

一、企业概况

二、主营业务

三、运营情况

四、公司优劣势分析

第十一章 2021-2026年中国旅游景区行业发展前景分析与预测

第一节 中国旅游景区行业未来发展前景分析

一、旅游景区行业国内投资环境分析

二、中国旅游景区行业市场机会分析

三、中国旅游景区行业投资增速预测

第二节 中国旅游景区行业未来发展趋势预测

第三节 中国旅游景区行业市场发展预测

一、中国旅游景区行业市场规模预测

二、中国旅游景区行业市场规模增速预测

三、中国旅游景区行业产值规模预测

四、中国旅游景区行业产值增速预测

五、中国旅游景区行业供需情况预测

第四节 中国旅游景区行业盈利走势预测

一、中国旅游景区行业毛利润同比增速预测

二、中国旅游景区行业利润总额同比增速预测

第十二章 2021-2026年中国旅游景区行业投资机遇、风险与营销分析

第一节 旅游景区产业投资面临的机遇

一、政策机遇

二、技术创新机遇

三、市场机遇

四、其他机遇

第二节 旅游景区行业投资风险分析

一、旅游景区行业政策风险分析

二、旅游景区行业技术风险分析

三、旅游景区行业竞争风险

四、旅游景区行业其他风险分析

第三节 旅游景区行业企业经营发展分析及建议

一、旅游景区行业经营模式

二、旅游景区行业销售模式

三、旅游景区行业创新方向

第四节 旅游景区行业应对策略

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 2021-2026年中国旅游景区行业发展战略及规划建议

第一节 中国旅游景区行业品牌战略分析

一、旅游景区企业品牌的重要性

二、旅游景区企业实施品牌战略的意义

三、旅游景区企业品牌的现状分析

四、旅游景区企业的品牌战略

五、旅游景区品牌战略管理的策略

第二节 中国旅游景区行业市场的关键客户战略实施

一、实施关键客户战略的必要性

二、合理确立关键客户

三、对关键客户的营销策略

四、强化关键客户的管理

五、实施关键客户战略要重点解决的问题

第三节 中国旅游景区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 2021-2026年中国旅游景区行业发展策略及投资建议

第一节 中国旅游景区行业产品策略分析

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 中国旅游景区行业定价策略分析

第三节 中国旅游景区行业营销渠道策略

一、旅游景区行业渠道选择策略

二、旅游景区行业营销策略

第四节 中国旅游景区行业价格策略

第五节 观研天下行业分析师投资建议

一、中国旅游景区行业重点投资区域分析

二、中国旅游景区行业重点投资产品分析

图表详见正文

更多好文每日分享，欢迎关注公众号

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/lvyou/517003517003.html>