

# 2018-2023年中国旅游景区产业市场运营规模现状 与未来发展趋势预测报告

报告大纲

观研报告网

[www.chinabaogao.com](http://www.chinabaogao.com)

## 一、报告简介

观研报告网发布的《2018-2023年中国旅游景区产业市场运营规模现状与未来发展趋势预测报告》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/lvyou/297248297248.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

2016 年国内旅游人数超过 44.4 亿人次，增速 11%，旅游总收入 4.69 万亿元，同比增长 13.6%；2016 年国内外旅游市场负面影响较多。国内旅游市场遭遇了最强厄尔尼诺带来的强降雨天气，人们的出行意愿受到抑制，同时由国家旅游局开启高强度的旅游市场整顿短期不利于旅游市场。出境旅游市场受到了恐怖袭击、地缘政治、战乱、指纹签等不利因素影响出现了个位数增长。2016 年国内游人数达到 44.4 亿人次，增速 11%，人均出游率达到 3.4 次，国内旅游总收入 3.9 万亿元，同比增长 14%，国内游市场维持高增速预示着国民旅游需求持续旺盛。出境游人数 1.22 亿人次，同比增长 4.3%，出境旅游消费为 1098 亿美元（约 7600 亿元）。

2010-2016 年国内游人次及其增速

数据来源：公开资料整理

2010-2016 国内旅游收入及其增速

数据来源：公开资料整理

2010-2016 年出境游人次及其增速

数据来源：公开资料整理

2010-2016 年旅游总收入及其增速

数据来源：公开资料整理

景区板块内生业绩增速放缓，天气对景区影响较大 景区板块受 2016 年二三季度恶劣天气影响营收增速均有所下滑：2016 年旅游市场遭遇了史上最强的厄尔尼诺现象，暴雨洪涝灾害南北齐发，重大灾害过程主要集中在旅游旺季二三季度。恶劣天气影响下的景区板块实现营业收入 100.83 亿元，增速 6%，营收增速较高的为北部湾旅（152.5%），主要系并表新智认知，剔除掉并表影响后，景区板块的内生收入增长仅为 1.6%，多家上市公司出现负增长现象。

2016 年景区板块上市公司的营业收入及其增速%（亿元）

注：北部湾旅剔除了并表新智认知的财务影响

数据来源：公开资料整理

内生业绩增速低，多家景区公司业绩负增长：景区板块公司的归母净利润下滑-10.6%，其中西藏旅游及三特索道归母净利润增速分别为-1876.3%及-225.4%，扣非净利润下滑-5.9%。剔除西藏旅游及三特索道的异常值之后归母净利润及扣非净利润增速分别为5.2%/-0.01%。多家自然景区类公司业绩负增长，其中桂林旅游因控股子公司计提减值准备导致扣非归母净利润下降 172%；三特索道由于子项目处于持续亏损，管理费用及财务费用上升导致扣

非归母净利润下降 126.4%。

2016 年景区板块上市公司的扣非归母净利润及其增速（亿元）

数据来源：公开资料整理

内生瓶颈在哪里？——传统景区天花板制约和风险因素 虽说在旅游行业每年 10% 的平均行业增速下，上市公司能以较大的概率博得超过 10% 的游客增速从而实现较高的业绩弹性（成本费用相对固定且自然景区折旧摊销无显著变化），但“看天吃饭、坐地收钱”的模式面对的天花板制约和风险因素亦非常显著：

一是客流量上限受到景区承载力制约：特别是假期制度未能实现大变革情况下，旺季客流无力负荷。

二是景区内部可开发区域受限：对于国家自然保护区、5A 级景区等，景区内分为核心区、缓冲区和实验区，对保护区域具有明示的红线范围，范围内“禁止在自然保护区的核心区和缓冲区内开展任何形式的开发建设活动；在自然保护区实验区内开展的开发建设活动，不得影响其功能，不得破坏其自然资源或景观。”

三是不可抗力的风险因素大：景区受制于客流，客流受制于出发地和目的地的客观因素和主观意愿。因此景区在天灾人祸、暴雨酷暑、货币购买力和消费升级等因素下是非常脆弱的一个系统。

综上三点，对于某传统单一景点来说，依靠垄断业务（门票、索道、客运车）获取稳定现金流，拓展非垄断业务（酒店、旅行社、演艺、商业街等产品）完善产业链的运作逻辑，在供给端竞争加剧和需求端消费升级的情况下，已面对巨大的业绩压力。

中国报告网发布的报告书内容严谨、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。

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】

### 第一章中国景区旅游产业现状分析

#### 第一节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

### 第二章中国旅游景区景点产业运行环境分析

#### 第一节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

#### 第二节中国旅游景区景点产业政策环境分析

#### 第三节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

### 第三章中国旅游景区景点经营管理分析

#### 第一节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

第四章中国旅游景区景点投资盈利能力分析

第一节旅游收入模式简析

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

### 第五章中国旅游景区景点营销策略分析

#### 第一节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

### 第六章中国红色旅游景区景点市场动态分析

#### 第一节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
- ## 第三节西藏旅游市场动态分析

## 第八章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、主营业务情况分析
- 三、公司运营情况分析
- 四、公司优劣势分析

## 第二节峨眉山旅游股份有限公司

- 一、企业概况
- 二、主营业务情况分析
- 三、公司运营情况分析
- 四、公司优劣势分析

## 第三节黄山旅游发展股份有限公司

- 一、企业概况
- 二、主营业务情况分析
- 三、公司运营情况分析
- 四、公司优劣势分析

## 第四节丽江玉龙旅游股份有限公司

- 一、企业概况
- 二、主营业务情况分析
- 三、公司运营情况分析
- 四、公司优劣势分析

## 第五节深圳华侨城控股股份有限公司

- 一、企业概况
- 二、主营业务情况分析
- 三、公司运营情况分析
- 四、公司优劣势分析

## 第六节昆明世博园股份有限公司

- 一、企业概况
- 二、主营业务情况分析
- 三、公司运营情况分析
- 四、公司优劣势分析

## 第七节.....

## 第十二章中国旅游景区景点产业发展前景预测分析

### 第一节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

### 第二节中国旅游景区景点发展前景分析

- 一、旅游业发展前景分析
- 二、旅游景区景点发展趋势

### 第三节中国旅游营销发展趋势分析

## 第十三章中国旅游景区景点投资机会与风险分析

### 第一节中国旅游景区景点投资环境分析

### 第二节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

### 第三节中国旅游景区景点投资风险分析

#### 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：1978-中国国内生产总值一览表

图表：1978-中国国内生产总值变化趋势图

图表：社会消费品零售总额增长趋势图

图表：城乡居民人均可支配收入一览表

图表：1978-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：中国旅游收入变化趋势图

图表：2015-旅游收入增长率变化趋势图

图表：国内旅游人数增长趋势图

图表：国内旅游收入增长趋势图

更多图表详见正文（GSLWK）

特别说明：中国报告网所发行报告书中的信息和数据部分会随时间变化补充更新，报告发行年份对报告质量不会有任何影响，并有助于降低企事业单位投资风险。

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/lyyou/297248297248.html>