

2018年中国旅游景区景点行业分析报告- 市场运营态势与发展前景研究

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《2018年中国旅游景区景点行业分析报告-市场运营态势与发展前景研究》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/370568370568.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

随着我国经济的不断发展、人们生活水平的不断提高，人们的消费观念和消费水平也有了很大的转变与提升。在这个契机下，旅游景区景点行业也得到了快速发展，2016年我国旅游景区景点行业的市场规模达到**亿元，2017年市场规模为**亿元，同比增长了**%，从这两年的市场规模发展来看，旅游景区景点行业正处于快速发展之中，预计2018年将保持**的增速，达到**亿元。

2012-2017年行业市场规模情况

资料来源：观研天下数据中心整理（具体数据详见报告正文）

从旅游景区景点行业企业区域分布情况来看，旅游景区景点行业内企业区域格局明显，其中华东地区占比**%，华南地区占比**%，华中地区占比**%，华北地区占比**%，西部地区占比**%，东北地区占比**%。

2017年我国行业企业区域格局

资料来源：观研天下数据中心整理（具体数据详见报告正文）

观研天下发布的《2018年中国旅游景区景点行业分析报告-市场运营态势与发展前景研究》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 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、企业发展简况分析
- 二、企业产品服务分析

三、企业经营状况分析

1、企业偿债能力分析

2、企业运营能力分析

3、企业盈利能力分析

四、企业竞争优势分析

第二节 峨眉山旅游股份有限公司

一、企业发展简况分析

二、企业产品服务分析

三、企业经营状况分析

1、企业偿债能力分析

2、企业运营能力分析

3、企业盈利能力分析

四、企业竞争优势分析

第三节 黄山旅游发展股份有限公司

一、企业发展简况分析

二、企业产品服务分析

三、企业经营状况分析

1、企业偿债能力分析

2、企业运营能力分析

3、企业盈利能力分析

四、企业竞争优势分析

第四节 丽江玉龙旅游股份有限公司

一、企业发展简况分析

二、企业产品服务分析

三、企业经营状况分析

1、企业偿债能力分析

2、企业运营能力分析

3、企业盈利能力分析

四、企业竞争优势分析

第五节 深圳华侨城控股股份有限公司

一、企业发展简况分析

二、企业产品服务分析

三、企业经营状况分析

1、企业偿债能力分析

2、企业运营能力分析

3、企业盈利能力分析

四、企业竞争优势分析

第六节 昆明世博园股份有限公司

一、企业发展简况分析

二、企业产品服务分析

三、企业经营状况分析

1、企业偿债能力分析

2、企业运营能力分析

3、企业盈利能力分析

四、企业竞争优势分析

第十二章 2018-2024年中国旅游景区景点产业发展前景预测分析

第一节 2018-2024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 2018-2024年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 2018-2024年中国旅游营销发展趋势分析

第十三章 2018-2024年中国旅游景区景点投资机会与风险分析

第一节 2018-2024年中国旅游景区景点投资环境分析

第二节 2018-2024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 2018-2024年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：2016-2018年中国国内生产总值一览表

图表：2016-2018年中国国内生产总值变化趋势图

图表：2016-2018年社会消费品零售总额增长趋势图

图表：2000-2018年城乡居民人均可支配收入一览表

图表：2016-2018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：2016-2018年中国旅游收入变化趋势图

图表：2016-2018年旅游收入增长率变化趋势图

图表：2016-2018年国内旅游人数增长趋势图

图表：2016-2018年国内旅游收入增长趋势图

图表：2016-2018年中国入境游人数增长趋势图

图表：2016-2018年中国入境游收入增长趋势图

图表：2016-2018年出境游人数增长趋势图

图表详见正文 · · · · · (GYZQPT)

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/lvyou/370568370568.html>