

# 2018年中国旅游景区PPP行业分析报告- 市场深度分析与发展前景研究

报告大纲

## 一、报告简介

观研报告网发布的《2018年中国旅游景区PPP行业分析报告-市场深度分析与发展前景研究》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/344034344034.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

新常态下的中国式旅游业新型融资模式，其核心是以“产融互动”为标志，本质特征是“资本融资+产业运营”双管齐下。旅游业的改革发展亦应顺应新思路，通过创新融资方式，引导社会各类资金进入旅游产业，而中央力推、地方热捧、市场认可的PPP（公私合营）、ABS（资产证券化）、IIF（产业投资基金）等模式是突破融资瓶颈实现旅游产业转型升级大发展的重要抓手。

### PPP概念定义

PPP（Public-PrivatePartnership）即公共部门与私人企业合作模式，是指政府、营利性企业、非营利性企业以某个项目为基础而形成的相互合作关系的模式。PPP是上世纪九十年代初在英国公共服务领域开始应用的一种政府与私营部门之间的合作方式。

2012年12月，由于造成大量地方政府债务、项目全寿命期的效率不高、项目的成本高于一般传统模式10%-20%等原因，财政部出台通知（财预[2012]463号），将盛行多年的BT模式叫停。PPP模式可有效解决公共供给效率低下、政府资金匮乏等问题，各级政府转而关注新常态下的PPP模式。

按照2014年12月2日国家发展改革委发布的《关于开展政府和社会资本合作的指导意见》对政府和社会资本合作（PPP）模式的概念定义是：“指政府为增强公共产品和服务供给能力、提高供给效率，通过特许经营、购买服务、股权合作等方式，与社会资本建立的利益共享、风险分担及长期合作关系。”（发改投资[2014]2724号）。

《指导意见》指出：PPP模式的适用范围主要为政府负有提供责任又适宜市场化运作的公共服务、基础设施类项目。燃气、供电、供水、供热、污水及垃圾处理等市政设施，公路、铁路、机场、城市轨道交通等交通设施，医疗、旅游、教育培训、健康养老等公共服务项目，以及水利、资源环境和生态保护等项目。

PPP模式具有伙伴关系、利益共享、风险共担三大特征，常见运作形式在《指导意见》按照经营收费情况将PPP模式分为经营性（BOT、BOOT）、准经营性（BOT、BOO）、非经营性（BOO）三类。

PPP改革将改变公共资本单一结构的投资困局，对于国家而言是一项能产生上千万亿资本、资金红利的重大改革。

当前，我国开展政府和社会资本合作，从中央到地方政府，都在积极鼓励社会资本进入基础设施等领域，参与投资和运营，一方面是以解决城镇化进程中基础设施和公用事业对资金的巨大需求，一方面为缓解地方政府财政支出压力和债务。

PPP将为基础设施提供重要的资本和专业支持，有利于创新投融资机制，拓宽社会资本投资渠道，增强经济增长内生动力；有利于推动各类资本相互融合、优势互补，促进投资主体多元化，发展混合所有制经济；有利于理顺政府与市场关系，加快政府职能转变，充分发挥市场配置资源的决定性作用。

## 我国PPP模式发展阶段特征

1、第一时期：传统PPP模式时期（20世纪90年代）。第一时期的PPP项目以引入外资为主，主要集中在交通、电力和水务等行业，以BT、BOT等为主，即社会资本与政府签约，设立项目公司以阶段性业主身份负责某项基础设施的融资、建设，并在完工后即交付给政府。或者社会资本被授权在特定的时间内融资、设计、建造和运营基础设施组件或向用户收费，在期满后，转交给政府。

2、第二期：中国式PPP模式时期（2013年至今）。2013年11月的十八届三中全会中央政府明确释放出了推行PPP模式的政策信号起，在中国经济新常态大背景下，可称之为中国式PPP模式的元年。

本轮经济新常态下的中国式PPP模式试水，其以“产融互动”为标志，本质特征是“融资+管理”的双管齐下。据不完全统计，2014年直接涉及PPP内容的中央政府层面文件近10个，包括国发43号文、45号文、60号文、财预351号文，以及发改投资2724号文、财金112、113号文，对PPP模式的适用范围、各环节的操作重点等内容进行了说明。而且，在11月北京召开的第21届APEC财长会议期间，占用会议近一半的时间讨论和倡导PPP。

同期，2014年8月以来，重庆、江苏、安徽、青海等地先后发布了首批PPP试点项目计划，计划投资额千亿左右级，如重庆市与中铁建、港铁等签订2个合作备忘录和8个项目，涉及高速公路、市政供水、垃圾处理、港口领域、轨道交通、市郊铁路、土地整治开发等领域，总投资1018亿元人民币。再如福建省政府发布的《关于推广政府和社会资本合作（PPP）试点的指导意见》（闽政〔2014〕47号）中，其中意图规划公司为其设计的旅游类项目，占首批PPP试点项目投资总额的约22%，项目多与当地旅游景区、生态环境、小吃、特色文化等相结合，交通工程、旅游产业合计占比91%。由此可见，新常态下的PPP应用领域进一步扩大生态环境、健康养老、文化旅游产业等多个领域。

对于第二个时期，中国式PPP模式发展至少需要用10-20年的时间尺度来观察其演进发展的趋势。我们经过长期研究认为：其演变状态可划分为三个阶段，即政府主导阶段2-3年、市场主导阶段3-5年和管理创新阶段5-10年。在第一个阶段，政府从顶层设计开始形成PPP模式的政策导向，第二个阶段社会资本开始发力，第三阶段则是项目管理主导平稳发展阶段。

目前来看，中国式PPP模式，从2013年底酝酿、到2014年进行全国性布局，第一阶段“政府主导阶段”接近半程，2016年大量PPP项目投入市场的试水期，至2017年逐步过渡到市场主导阶段。

相信随着法律法规的不断健全，权责分配、收入产出、监督监管、风险控制等方面的不断完善，PPP模式将成为新常态下未来主流的社会经济运作模式。

## 旅游业为何青睐PPP模式

1、旅游业急需突破传统的融资瓶颈。我国旅游业长期以来主要依赖于四种融资模式：一是政府投资，主要用于高等级公路、通讯等旅游基础设施。但政府投资受预算限制，财力

有限。二是银行贷款，主要以景区、景点或项目作抵押，用于基础设施建设、景点建设等方面。然而，银行贷款对地区小项目的资信状况不信任会导致其申请困难。三是资本经营，利用股票上市、资产重组等筹集资金。

不过，中国证券市场发展的特殊环境，使旅游企业上市融资阻力重重，目前我国至今没有出现诸如美国运通、迪斯尼等市值过千亿的旅游集团企业，据意图公司数据，我国大型旅游公司排行榜首的中旅集团市值仅为152亿。四是外商投资，利用税收等优惠政策吸引外资投资旅游景点、娱乐设施等。外商投资具有偏景点轻基础设施的特点，追求短期效应造成地区旅游业难以可持续发展。

我们认为：资本规模决定一个产业发展的规模和速度。实际情况是内源资金有限，融资渠道单一，投资单一，一般依靠国家专项基金，政府投资，企业贷款，而利用广大社会资金，特别是国外大型银团和项目投资公司的引进不足。传统的融资方式难以满足旅游智慧化建设与旅游产品结构转型的巨额融资需求。融资瓶颈问题严重阻碍了旅游企业规模扩张及全国旅游产业的可持续发展。旅游资源开发建设的资金筹措问题能否有效解决，成为旅游业能否加速发展的关键环节。

2、旅游产业美好前景吸引社会资本。2013年2月《国民旅游休闲纲要(2013—2020年)》与2014年8月国务院《关于促进旅游业改革发展的若干意见》以及撤销 獬 鸪； 窑院旅游工作部际联席会议，一系列政策出台，为旅游业发展做好了顶层构建。

统计结果显示，旅游市场规模有所扩大并保持了旺盛的增长势头。预计到2020年，我国将成为世界最大的旅游目的地和第四大的客源地，我国旅游业力争2020年我国旅游产业规模、质量、效益基本达到世界旅游强国水平。同时，旅游业和其他相关产业协调发展的主动性增强，与城市建设、新农村建设、区域经济发展实现更为有机的融合，社会资本进入旅游领域的积极性进一步提高。

3、民间资本持币寻找旅游投资机会。全国民间资本总量约为三十多万亿元。若对该类巨大的社会资本加以引导利用，或将成为扩充旅游融资渠道，促进旅游业转型升级的重要途径。巨大的利益驱动促使地方政府想尽一切办法、出台多项政策扶持发展旅游业。旅游开发热成为许多利益集团的战略性投资，把对自然资源和文化资源的占有和开发作为投资重点，欲在旅游业快速发展的大好势头中分得一杯羹。然而，长期以来，社会资本对旅游项目投资却受到诸多条件限制，PPP模式将在社会资本进入旅游行业铺垫了道路。

4、旅游业自身具有运用PPP的先天优势。旅游自然资源开发最适合做PPP，其次是基础设施，通过自身运营，可以收回投资并赚到钱。景区开发具有公益性和商业性的双重属性。绝大部分景区依托的是自然景观、文物古迹等社会公共资源，其公共产品的特征决定了本身的公益性，公益性决定了景区发展需要政府主导，保证所有游客享受旅游资源的权利。同时，旅游产业发展又要注重其市场化运营，降低运营成本，形成规模效益，作为经营性的景区，必要求盈利的一面。

旅游业PPP模式实践案例及其启示

大明宫国家遗址公园项目号称西安的“城市中央公园”，是与美国国家中央公园相媲美的世界级文化旅游景区。作为西安城市建设、大遗址保护和改善民生的重点工程，2007年西安曲江新区启动了大明宫国家遗址公园招标工作。曲江管委会充分利用“曲江模式”中的金融平台暨西安曲江文化旅游产业投资（集团）有限公司、独创“曲江-PPP模式”进行大明宫项目开发建设，有效地解决了大明宫国家遗址公园项目因开发范围广、难度大、项目综合性强、所需资金数额较大等问题，通过政府的财政支持与社会资本的有机结合，满足项目的资金需求、保障了这一大型民生工程的顺利开发。

其应用PPP项目融资来源组成有：

(1) 项目前期政府部门及西安曲江文化旅游产业投资（集团）有限公司，先通过ABS（资产证券化）、IFF（产业投资基金）两种模式筹集并投资400亿元，主要用于非营利项目的开发建设。

(2) 针对大明宫国家遗址公园项目由国家开发银行与工商银行西安市分行等金融机构组建银行投资战略联盟，为大明宫项目周边的改造建设投资100亿元。

(3) 与香港中国海外发展有限公司（简称中海外公司）签署《大明宫遗址保护和周边开发项目战略合作框架协议》，投资规模达200亿元，项目相关配套基础设施以及高档住宅和商务中心等重大工程项目的投资建设达成合作意向。

(4) 与中国建筑股份有限公司签署《大明宫遗址保护和周边开发项目工程建设及城市资源运营合作框架协议》，协议金额200亿元人民币。

(5) 与恒大地产集团西安有限公司签订《西安大明宫片区改造开发项目战略合作意向书》，恒大集团投资100亿元人民币参与大明宫周边的城中村、棚户区改造。

(6) 大明宫遗址区保护改造办公室与建设银行曲江支行签订29.9亿元的合作协议。

(7) 大明宫遗址区保护改造办公室与金地集团签订40亿元战略合作协议。

此外，曲江管委会及西安曲江文化产业投资（集团）有限公司以城市运营商方式采取了“先公建造景、后土地升值”的开发模式，在大明宫遗址项目中，先建设完成遗址公园部分，之后再将周边的土地转让给实力较强的地产商，由地产商组织周边环境的改造与开发建设，以提升公园周边土地价值，为其他项目的开发建设筹集资金。

通过本案例，我们发现：大明宫国家遗址公园PPP模式建设的经验，对于旅游业及旅投公司应用PPP模式在旅游业运用具有一定的借鉴意义：

第一、大明宫国家遗址公园作为公共产品的社会效益，同时也具备了作为商品的经济特性，属于旅游行业典型的准经营性项目。

第二、大明宫国家遗址公园的开发建设资金以及前期的拆迁安置成本数额较大，单单依靠公园建成后门票收入及租金收入难以满足项目资金需求。而且，项目还包括遗址周边区域的改造规划，在整体规划范围中所占比例较高。PPP模式项目成功在于在对遗址充分保护下尽可能地发挥遗址的突出价值，并以此改善遗址周边环境，通过提升区域整体价值实现大明宫项目的增值。

第三、PPP模式是一个复杂系统，运作程序繁杂。建立政府与社会资本的合作关系、明确责任分工、共同分担风险是PPP项目成功的基础。运用PPP模式需要妥善安排各参与方在项目中的权利和义务，要做好政府与社会资本方的责任划分，重视政府在项目中的规划作用，要制定详细项目计划，完善交易结构和项目管理机制。大明宫项目说明，在保证各参与方利益的情况下，注重保证参与方利益，科学设计交易结构，可以保障整个项目运作顺利进行。

第四、组建一个能够进行“全生命周期管理”的专业项目管理机构，有效的监督和良好的管理结构，比如为此设计了：由西安市政府设牵头的“西安曲江大明宫遗址保护改造委员会”方式来专门负责对项目的监管，社会资本与政府间进行协调，建立长效管理机制，值得借鉴。

对于旅游行业而言，PPP模式是新常态下发展旅游产业的动力性抓手。PPP模式既是融资概念，更是一个景区项目管理概念，强调的是PPP项目对景区的全生命周期运营管理，分为两个“生命周期”，第一是汇聚社会资本的投资力量，为旅游景区建设和周边基础设施建设融资；第二是在提高景区旅游服务质量等软件上发挥作用的阶段，即项目运营管理阶段。

旅游业尤其是细分行业景区业，引入PPP模式具有四方面的益处，第一能提高旅游项目的运作效率与收益水平；第二能降低风险以吸引更多的社会资本投资；第三，能引入竞争和监督机制实现旅游的可持续发展；第四，能有效缓解景区发展双重性质的困扰。

从全国情况来看：目前全国景区的国有企业占53.3%，国有就必须要考虑公益性，但要谋求发展，就必须具有商业性，这种双重性长期以来成为困扰景区发展的一个瓶颈。

采用PPP模式，可发挥政府政策支持和企业市场化运作的双重优势，基础设施建设由政府主导，运营由企业主要负责，通过低成本解决景区运营费用问题，兼顾景区发展的公益性和商业性特征。

总的来看，旅游业所具有的公益性与商业性的双重性质，具备借力PPP模式的天然基因。PPP模式的运用，不仅有助于解决长期以来制约旅游行业发展的融资建设问题与经营管理问题，而且将成为经济新常态时期我县旅游产业战略性结构升级的新动力。

但是，PPP模式在我国旅游业中的应用仅是探索阶段，并且由于旅游业的双重性质，决定其在前期开发建设资金数额较大，旅游业在实施某一具体项目PPP模式前，需要预先撬动先期资金的来源。而资本的逐利性质，也决定其应用PPP模式时，需要充分考量门票收入及租金收入是否满足其投资回报要求，而绝大多数时候，PPP模式最终可能变相为对土地的一次性出售回笼投资收益上，无法实现“资本融资+产业运营”的基础目标。

为此，旅游业在实施PPP模式，始终要有清醒的认识：我们的认识是十分肤浅的、碎片的，不能盲目运用，要注重对未来的规划和风险控制，必须要通过不断提高认识和学习实践，去把握PPP模式外的资本运作与产业运营的方向与规律。

纵观国内外先进经验，其于旅游资源与资产的资产证券化（ABS）和旅游产业投资基金（IFF）等注重“资本融资+产业运营”功能实现的新型模式，是旅游业在针对具体项目开

展PPP模式前的战略型融资工具。

2016年，“全域旅游”将为度假产业带来前所未有的机遇，也必将引领一场旅游产业的升级风暴。但是如何践行“全域旅游”概念，有谁走在“全域旅游”探索前端？2017年6月10日-12日第六届全国旅游落地高端总裁峰会暨首届特色小镇运营大会，力邀政府、旅游度假产业专家、全域旅游实践先锋人物，共同论道“全域旅游的落地时代”。

### 我国旅游行业主要产业政策

#### (1) 《关于鼓励和引导民间资本投资旅游业的实施意见》

2012年6月5日，国家旅游局印发《关于鼓励和引导民间资本投资旅游业的实施意见》(旅办发〔2012〕280号)。该意见指出：“鼓励和引导民间资本投资发展旅游业并提出以下几点：

一、坚持旅游业向民间资本全方位开放；二、鼓励民间资本投资旅游业；三、提高民营旅游企业竞争力；四、为民间旅游投资创造良好环境；五、加强对民间投资的服务和管理。”

#### (2) 《国民旅游休闲纲要(2013—2020年)》

2013年2月18日，国务院办公厅关于印发《国民旅游休闲纲要(2013—2020年)》(国办发〔2013〕10号)提出：“到2020年，职工带薪年休假制度基本得到落实，城乡居民旅游休闲消费水平大幅增长；推进具有中国特色的国民旅游休闲体系建设，并提出了大力发展旅游业、扩大旅游消费的相关措施。”

#### (3) 《关于促进智慧旅游发展的指导意见》

2015年1月10日，国家旅游局印发《关于促进智慧旅游发展的指导意见》《意见》中指出，我国智慧旅游的发展目标为：到2020年，我国智慧旅游服务能力明显提升，智慧管理能力持续增强，大数据挖掘和智慧营销能力明显提高，移动电子商务、旅游大数据系统分析、人工智能技术等旅游业应用更加广泛，培育若干实力雄厚的以智慧旅游为主营业务的企业，形成系统化的智慧旅游价值链网络。《意见》同时提出了十项主要任务，包括夯实智慧旅游发展信息化基础，建立完善旅游信息基础数据平台，建立游客信息服务体系等。

#### (4) 《关于进一步促进旅游投资和消费的若干意见》

2015年8月11日,国务院办公厅印发《关于进一步促进旅游投资和消费的若干意见》(国办发〔2015〕62号)。该意见指出通过改革创新促进旅游投资和消费，对于推动现代服务业发展，增加就业和居民收入，提升生活品质，具有重要意义；同时要求“实施旅游基础设施提升计划，改善旅游消费环境；实施旅游投资促进计划，开辟旅游消费市场；实施旅游消费促进计划，培育新的消费热点；实施乡村旅游提升计划，开拓旅游消费空间；优化休假安排，激发旅游消费需求；加大改革创新力度，促进旅游投资消费持续增长。”



资料来源：公开资料整理

自然景区是旅游产业链的核心，相对而言餐饮、住宿、交通和娱乐等要素往往需要依托于景区资源，并且依赖其展开各项业务。旅游业的主要产品是依靠旅游资源为消费者提供的各类旅游服务。旅游业及相关子行业众多，涵盖旅游消费的“食、住、行、游、购、娱”等六个方面，可满足旅游消费者各个层面的需求。从整体旅游行业来看，其上游为各类旅游资源，下游直接面向消费者。从细分行业来看，旅游行业内涉及酒店、餐饮、商贸、运输、娱乐、服务等众多相关行业，已逐渐发展成为一个庞大的旅游产业链，其中部分相关行业互为上下游，且关联度较高。

近年来，中国旅游业适应市场多样化趋势与一、二、三产业融合发展，与新型工业化、城镇化、信息化、农业现代化紧密结合，不断催生新产品、新业态，拓展旅游产业面，拉长旅游产业链，形成现代旅游产业集群。中国的旅游产业经过30多年的发展，已经发展成为一个多方位、多层面、多维度的综合性集群化现代产业体系。当前，旅游业爆发式的发展时机已经初步成熟。

观研天下发布的《2018年中国旅游景区PPP市场分析报告-行业运营态势与发展前景预测》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。

## 第一章 2016-2018年中国旅游景区PPP行业发展概述

### 第一节 旅游景区PPP行业发展情况概述

#### 一、旅游景区PPP行业相关定义

#### 二、旅游景区PPP行业基本情况介绍

### 三、旅游景区PPP行业发展特点分析

#### 第二节中国旅游景区PPP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PPP行业产业链条分析

##### 三、中国旅游景区PPP行业产业链环节分析

###### 1、上游产业

###### 2、下游产业

#### 第三节 中国旅游景区PPP行业生命周期分析

##### 一、旅游景区PPP行业生命周期理论概述

##### 二、旅游景区PPP行业所属的生命周期分析

#### 第四节 旅游景区PPP行业经济指标分析

##### 二、旅游景区PPP行业的赢利性分析

##### 四、旅游景区PPP行业的经济周期分析

##### 三、旅游景区PPP行业附加值的提升空间分析

#### 第五节 中国旅游景区PPP行业进入壁垒分析

##### 一、旅游景区PPP行业资金壁垒分析

##### 二、旅游景区PPP行业技术壁垒分析

##### 三、旅游景区PPP行业人才壁垒分析

##### 四、旅游景区PPP行业品牌壁垒分析

##### 五、旅游景区PPP行业其他壁垒分析

### 第二章 2016-2018年全球旅游景区PPP行业市场发展现状分析

#### 第一节 全球旅游景区PPP行业发展历程回顾

#### 第二节全球旅游景区PPP行业市场区域分布情况

#### 第三节 亚洲旅游景区PPP行业地区市场分析

#### 第四节 北美旅游景区PPP行业地区市场分析

#### 第五节 欧盟旅游景区PPP行业地区市场分析

#### 第六节 世界旅游景区PPP行业分布走势预测

#### 第七节 全球旅游景区PPP行业市场规模预测

### 第三章2016-2018年 中国旅游景区PPP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、全社会消费品零售总额

#### 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PPP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

### 第四节 中国旅游景区PPP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 2016-2018年中国旅游景区PPP行业运行情况

### 第一节 中国旅游景区PPP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 中国旅游景区PPP行业市场规模分析

### 第三节 中国旅游景区PPP行业供应情况分析

### 第四节 中国旅游景区PPP行业需求情况分析

### 第五节 中国旅游景区PPP行业供需平衡分析

### 第六节 中国旅游景区PPP行业发展趋势分析

## 第五章 中国旅游景区PPP所属行业运行数据监测

### 第一节 中国旅游景区PPP所属行业总体规模分析

### 第二节 中国旅游景区PPP所属行业产销与费用分析

### 第三节 中国旅游景区PPP所属行业财务指标分析

## 第六章 2016-2018年中国旅游景区PPP市场格局分析

### 第一节 中国旅游景区PPP行业竞争现状分析

#### 一、中国旅游景区PPP行业竞争情况分析

#### 二、中国旅游景区PPP行业主要品牌分析

### 第二节 中国旅游景区PPP行业集中度分析

## 一、中国旅游景区PPP行业市场集中度分析

## 二、中国旅游景区PPP行业企业集中度分析

### 第三节 中国旅游景区PPP行业存在的问题

### 第四节 中国旅游景区PPP行业解决问题的策略分析

### 第五节 中国旅游景区PPP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年中国旅游景区PPP行业区域市场现状分析

### 第一节 中国旅游景区PPP行业区域市场规模分布

#### 第二节 中国华东地区旅游景区PPP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PPP市场规模分析

##### 四、华东地区旅游景区PPP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、华中地区旅游景区PPP市场规模分析

##### 四、华中地区旅游景区PPP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PPP市场规模分析

##### 四、华南地区旅游景区PPP市场规模预测

## 第八章 2016-2018年中国旅游景区PPP行业竞争情况

### 第一节 中国旅游景区PPP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PPP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PPP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

## 第九章 旅游景区PPP行业重点生产企业分析（随数据更新有调整）

### 第一节 企业1

#### 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2

#### 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3

#### 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4

### 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5

### 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

## 第十章2018-2024年中国旅游景区PPP行业发展前景分析与预测

### 第一节中国旅游景区PPP行业未来发展前景分析

#### 一、旅游景区PPP行业国内投资环境分析

#### 二、中国旅游景区PPP行业市场机会分析

#### 三、中国旅游景区PPP行业投资增速预测

### 第二节中国旅游景区PPP行业未来发展趋势预测

### 第三节中国旅游景区PPP行业市场发展预测

- 一、中国旅游景区PPP行业市场规模预测
- 二、中国旅游景区PPP行业市场规模增速预测
- 三、中国旅游景区PPP行业产值规模预测
- 四、中国旅游景区PPP行业产值增速预测
- 五、中国旅游景区PPP行业供需情况预测

### 第四节中国旅游景区PPP行业盈利走势预测

- 一、中国旅游景区PPP行业毛利润同比增速预测
- 二、中国旅游景区PPP行业利润总额同比增速预测

## 第十一章 2018-2024年中国旅游景区PPP行业投资风险与营销分析

### 第一节 旅游景区PPP行业投资风险分析

- 一、旅游景区PPP行业政策风险分析
- 二、旅游景区PPP行业技术风险分析
- 三、旅游景区PPP行业竞争风险分析
- 四、旅游景区PPP行业其他风险分析

### 第二节 旅游景区PPP行业企业经营发展分析及建议

- 一、旅游景区PPP行业经营模式
- 二、旅游景区PPP行业销售模式
- 三、旅游景区PPP行业创新方向

### 第三节 旅游景区PPP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

## 第十二章 2018-2024年中国旅游景区PPP行业发展策略及投资建议

### 第一节 中国旅游景区PPP行业品牌战略分析

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

### 第二节中国旅游景区PPP行业市场的重点客户战略实施

- 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 中国旅游景区PPP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

第十三章 2018-2024年中国旅游景区PPP行业发展策略及投资建议

第一节中国旅游景区PPP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PPP行业定价策略分析

第二节中国旅游景区PPP行业营销渠道策略

一、旅游景区PPP行业渠道选择策略

二、旅游景区PPP行业营销策略

第三节中国旅游景区PPP行业价格策略

第四节 观研天下行业分析师投资建议

一、中国旅游景区PPP行业重点投资区域分析

二、中国旅游景区PPP行业重点投资产品分析

图表详见报告正文 . . . . .

(FSW)

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/lyyou/344034344034.html>