

2019年中国旅游景区市场分析报告- 市场调研与未来趋势研究

报告大纲

一、报告简介

观研报告网发布的《2019年中国旅游景区市场分析报告-市场调研与未来趋势研究》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/456563456563.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

随着全面建成小康社会的深入推进，城乡居民收入稳步增长，消费结构加速升级，人民群众健康水平大幅提升，带薪休假制度逐步落实，假日制度不断完善，旅游消费得到快速释放，为旅游业发展奠定了良好基础。

据统计，2012-2017年我国旅游人数呈逐年增长趋势，2017年全年国内旅游人数突破50亿人次。2018年上半年，国内旅游人数为28.26亿人次，比上年同期增长11.4%。其中，城镇居民19.97亿人次，增长13.7%；农村居民8.29亿人次，增长6.3%。

2012-2018年国内旅游人数变化情况

数据来源：旅游局

随着国内旅游业的快速发展，各类特种旅游模式兴起。由于国家层面上政策升级助推红色旅游发展，使得红色旅游成为近几年来发展比较快的特种旅游模式，这些政策包括：《国民经济和社会发展的第十三个五年规划纲要》、《2016-2020年全国红色旅游发展规划纲要》、《关于加大脱贫攻坚力度支持革命老区开发建设的指导意见》等红色旅游支持政策。

近些年来，我国红色旅游蓬勃发展，社会各界积极参与，大量革命历史文化资源得到有效保护和合理利用，覆盖广泛、内容丰富的经典景区体系基本形成，年接待人数持续增长，从2012年的6.7亿人次增长到2017年的13.24亿人次，并且取得了明显的社会效益和经济效益。

2012-2018年我国红色旅游经典景区接待游客人数变化情况

数据来源：旅游局

随着中国假期制度的碎片化，越来越多的上班族选择在小长假或者周末出行游玩，周边游市场规模也因此不断增加。数据显示，在2017年中国在线周边游市场中，驴妈妈以40.6%的份额位列市场第一，同程和携程分别以17.1%和13.2%的份额占据第二、第三的位置。

2017年中国在线周边游市场份额

数据来源：旅游局

景区门票在线销售方面，在2013年到2017年间中国高星景区在线门票市场规模不断扩大，2017年国内高星景区在线门票交易额已经超过了188亿元；门票销售的整体在线渗透率也在逐年增长，随着越来越多景区开放网络购票渠道，加强与OTA合作进行门票分销，未来在线景区门票市场规模将持续增加。

2013-2017年中国高星景区在线门票市场规模及渗透率

数据来源：旅游局

近年来人们更多追求的是个性化的、积极的旅游体验，单纯游山玩水的消遣观光逐渐被多样化的旅游方式和项目所取代，旅游方式朝着个性化、多样化的方向发展，各种内容丰富、新颖独特的旅游方式和旅游项目也应运而生。因此，在旅游者需求愈来愈趋于个性化的新时期，单凭创造热线产品来吸引游客的做法已显得过于被动和消极，而主动提供充满创造力

、个性化的定制产品和服务，会对游客有更大的吸引力。综合来看，国内旅游景区发展的方向或将为个性定制化服务与体验模式。（YZ）

中国报告网是观研天下集团旗下打造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。《2019年中国旅游景区市场分析报告-市场调研与未来趋势研究》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。

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 2016-2019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 2016-2019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 2019-2025年世界旅游景区行业分布走势预测

第七节 2019-2025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

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 2016-2019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

第七章 2016-2019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市场动态情况

第二节 中国旅游景区行业消费市场特点分析

一、需求偏好

二、价格偏好

三、品牌偏好

四、其他偏好

第三节 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、渠道因素

四、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 2016-2019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、华中地区旅游景区市场规模分析

四、华中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 2016-2019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

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

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

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

四、公司优劣势分析

第十一章 2019-2025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 2019-2025年中国旅游景区行业投资风险与营销分析

第一节 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分析
- 四、旅游景区行业其他风险分析

第二节 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

第三节 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 2019-2025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 2019-2025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/lyyou/456563456563.html>