

# 中国旅游景区行业现状深度分析与发展趋势调研报告（2022-2029年）

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《中国旅游景区行业现状深度分析与发展趋势调研报告（2022-2029年）》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://www.chinabaogao.com/baogao/202208/607110.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

### 一、概述

旅游景区是指以旅游及其相关活动为主要功能或主要功能之一的区域场所，能够满足游客参观游览、休闲度假、康乐健身等旅游需求，具备相应的旅游设施并提供相应的旅游服务的独立管理区。旅游景点主要围绕着山、江、河、湖、海、寺、庙、公园等。

### 二、供给端分析

自疫情爆发以来，我国旅游产业受到重创，旅游景区行业收益大不如前，所以国家政府积极出台扶持政策帮助旅游企业度过难关。2022年2月18日，国家发改委等十四个部门联合印发《关于促进服务业领域困难行业恢复发展的若干政策》，同年的12月22日，国务院印发实施《“十四五”旅游业发展规划》，提出文化和旅游深度融合。根据上述政策内容可知，国家政策的相继出台引导了景区顺应大众旅游多样化、个性化消费需求，创新旅游消费场景及消费新模式。因此，国家政府从供需两端促进旅游业及旅游景区行业全面复苏。

我国旅游业及旅游景区行业纾困扶持计划

政策序号

内容

24

2022年继续实施旅行社暂退旅游服务质量保证金扶持政策，对符合条件的旅行社维持80%的暂退比例，鼓励有条件的地方进一步提高暂退比例。同时，加快推进保险代替保证金试点工作，扩大保险代替保证金试点范围。

25

允许失业保险、工伤保险基金结余较多的省份对旅游企业阶段性实施缓缴失业保险、工伤保险费政策，具体办法由省级人民政府确定。符合条件的旅游企业提出申请，经参保地人民政府批准可以缓缴，期限不超过一年，缓缴期间免收滞纳金。

26

加强银企合作，建立健全重点旅游企业项目融资需求库，引导金融机构对符合条件的、预期发展前景较好的A级旅游景区、旅游度假区、乡村旅游经营单位、星级酒店、旅行社等重点文化和旅游市场主体加大信贷投入，适当提高贷款额度。

27

政府采购住宿、会议、餐饮等服务项目时，严格执行经费支出额度规定，不得以星级、所有制等为门槛限制相关企业参与政府采购。

28

鼓励机关企事业单位将符合规定举办的工会活动、会展活动等的方案制定、组织协调等交由旅行社承接，明确服务内容、服务标准等细化要求，加强资金使用管理，合理确定预付款比例，并按照合同约定及时向旅行社支付资金。

29

鼓励银行业金融机构合理增加旅游业有效信贷供给。建立重点企业融资风险防控机制。引导金融机构合理降低新发放贷款利率，对受疫情影响生产经营困难的旅游企业主动让利。鼓励符合条件的旅游企业发行公司信用类债券，拓宽旅游企业多元化融资渠道。

30

对符合条件的、预期发展良好的旅行社、旅游演艺等领域中小微企业加大普惠金融支持力度。发挥文化和旅游金融服务中心的积极作用，建立中小微旅游企业融资需求库。鼓励银行业金融机构对旅游相关初创企业、中小微企业和主题民宿等个体工商户分类予以小额贷款支持。

数据来源：观研天下整理

2018-2021年，我国A级景区数量不断增加。根据数据显示，2021年，中国共有A级旅游景区1.42万个，较2020年增加了0.09万个，同比增长6.48%。其中，5A级为中国旅游景区最高等级，代表着中国世界级精品的旅游风景区等级，2021年国内5A级景区数量为306个。

数据来源：观研天下整理

### 三、需求端分析

#### 1、加紧优化自身供给，为旅游景区行业市场增量提供广阔空间

随着旅游景区不断加深文旅融合以及科技创新提升服务，其应顺应旅客需求升级，加紧优化自身供给，将文物和文化资源纳入旅游线路，借助互联网、VR等设备和平台实现实景演绎、虚景再现等体验形式，增加游客粘性，为后续业绩增量提供了更广空间。以黄山旅游为例，除了自然观光之外，还建设一批酒店、餐饮、娱乐、休闲活动等配套服务设施，2020年新增徽菜业务作为新兴业务，2021年新增“狮林崖舍”酒店项目，引进游艇、拖伞艇等水上娱乐设施设备，整体满足游客观光、休闲、度假、商务活动等多方面需求。

#### 2020-2021年部分国内旅游景区新增项目

公司名称

新增/改造项目

黄山旅游

新增花山谜窟景区：花山世界·花山谜窟园区一改原有的传统观光属性，打造升级成为集主题化、休闲化、科技化于一体的沉浸式主题乐园；引进豪华游艇、拖伞艇等水上娱乐设施设备，丰富产品体系；新增“狮林崖舍”高端酒店项目。

张家界

建设集休闲、观光、体验、娱乐为一体的综合性旅游目的地大庸古城项目；升级十里画廊景观电车项目，重新打造安全度、舒适度及特色体验感。

峨眉山

推出“红珠嘉礼”系列旅游纪念品，以文创礼品的形式述说红珠山宾馆厚重的历史文化底蕴；

打造乐山市中小学生研学营地，开发“探寻植物乐园”、“星级厨艺师”等研学产品；“云之下”剧场推出汉服游园、“一封信”沉浸式剧情体验等旅游产品。

#### 天目湖

引进华东第一艘大型新能源电动商旅游船“山水绿源号”，主打高端定制水上会议服务；推出湖畔露营帐篷基地并配套夜市、夜赏、夜筵等多项产品组合，打造夜游经济；陆续推出竹溪谷酒店、“遇·十四澜”、“遇·天目湖”等酒店。

数据来源：观研天下整理

#### 2、休闲度假景区高客单、高复购属性，提升旅游景区行业市场增长空间

传统自然景区的收入主要来源于门票和交通（观光车、索道等）及酒店餐饮，以观光游为例，观光游千景一面、旅游项目单一、游客复游率不高，其疫情后市场恢复主要依赖客流的提升。

而休闲度假游景区则具有高客单价、高复购率的属性，疫后恢复速度快且市场成长性更强，尤其是近几年在旅游消费结构性转型的趋势下，休闲度假景区开发出复合型旅游产品，如特色住宿和特色餐饮项目等多方面需求提升游客忠诚度和复购率。因此，多样化产品的休闲度假景区比传统自然景区成长空间更大。

#### 观光旅游和休闲度假旅游对比

类别

层次

目的

目的地的固定性

时间/期间

娱乐配套

复购率

客单价

观光旅游

基本形式、常见、普及

目的性很强；自然和人文的观光、增长见识、放松心情

较小

行程紧密，在某一目的地停留的时间较短

对娱乐配套设施的要求较低

低

低

休闲度假

旅游业发展到一定阶段后出现的旅游产品形式、高层次

更强调休闲休息、消遣娱乐、康体健身、休憩疗养、放松身心

较大

行程松散，在一地停留的时间较长

对娱乐配套设施的要求高

高

高

数据来源：观研天下整理

部分上市景区游客人次和营业收入恢复程度

/

/

2019年

2020年

2021年

张家界

旅游购票人数（万）

618

251

311

较2019年恢复程度

/

41%

50%

营业收入（亿元）

4.25

1.69

1.99

较2019年恢复程度

/

40%

47%

九华旅游

接待人数（万）

1131

792

821

较2019年恢复程度

/

70%

73%

营业收入（亿元）

5.37

3.41

4.26

较2019年恢复程度

/

63%

79%

丽江股份

索道人数（万）

478

279

216

较2019年恢复程度

/

58%

45%

营业收入（亿元）

7.23

4.31

3.58

较2019年恢复程度

/

60%

50%

黄山旅游

进山人数(万)

350

151

167

较2019年恢复程度

/

43%

48%

营业收入（亿元）

16.07

7.41

8.95

较2019年恢复程度

/

46%

56%

数据来源：观研天下整理

### 3、旅游景区细分市场满足游客多样化需求，亲子游发展迅猛

近年来，随着旅游散客人数不断增多，定制化旅游市场需求巨大，尤其是在专业化、精细化分工旅游市场非常明显，如在休闲度假游中亲子游、研学游、康养旅游、乡村旅游等多个细分市场迎来发展机遇。因此，旅游景区需要针对各个细分市场的目标客群提供个性化服务，推出定制化路线，打造复合型产品，进而满足游客的观光、休闲、度假、疗养等多样化市场需求。

各年龄段亲子游内容体验变化

/

3-4岁

5-6岁

7-9岁

10岁以上

成长阶段

认知阶段

好奇阶段

兴趣阶段

求知阶段

旅游时长

1天以内为主

1-3天为主

一周内

一周以上



## 旅游距离

短途周边游和亲子酒店自由行

短途周边游、部分省市长线游

长线游增多

长线游和冬/夏令营增多

## 旅游地区

短途休闲景色，以风景为主

动植物园、海洋公园、海岛/森林类的自然景观等

国内游和出境游

历史名胜、自然美景、主题公园、地质公园、博物馆等

## 活动类型

自然观光、玩沙玩水、寓教于乐活动

自然教育、玩沙玩水、手工diy、亲子互动活动

偏好自然教育、博物科普等具有教育意义的产品

科技体验、户外拓展、寓教于乐的亲子活动

数据来源：观研天下整理

目前，我国家庭结构以小家庭居多，亲子游、研学游逐渐得到80后、90后家长的青睐。根据马蜂窝暑期出游数据显示，2021年，家庭亲子游的占比达到29%，仅次于朋友同学出行的32%。同时，根据携程数据，2022年5月28日至6月1日期间的亲子度假产品订单环比上周同期提升700%；峨眉山市联合20家旅行社推出1至7日研学旅游套餐。

数据来源：观研天下整理

## 4、公共交通网络日益完善，高铁扩大游客选择面，促进景区间良性竞争合作

目前，轨道交通产业高速发展，高铁不仅提高出行速度和质量，还拉动旅游相关产业发展。

例如，部分铁路部门与文旅部门联合推动“高铁游”发展，2016年的云桂铁路开通，使得滇东南旅游景点得以串联，2018年开设河南栾川高铁无轨站，配套开辟了“奇境栾川”旅游风景展示区，2020年7月上海铁路国际旅游有限公司与南通市文旅局推出“乘高铁游南通”为主题的相关旅游产品。因此，随着公共交通网络日益完善，高铁扩大游客选择面，从而也促进景区间的良性竞争合作。

## 十四五规划综合交通运输主要发展指标

### 指标

2020年

2025年

### 属性

1.铁路营业里程（万公里）

14.6

16.5

预期性

其中：高速铁路营业里程

3.8

5

预期性

2.公路通车里程（万公里）

519.8

550

预期性

其中：高速公路建成里程

16.1

19

预期性

3．内河高等级航道里程（万公里）

1.61

1.85

预期性

4．民用运输机场数（个）

241

>270

预期性

5．城市轨道交通运营里程（公里）

6600

10000

预期性

数据来源：观研天下整理（WYD）

观研报告网发布的《中国旅游景区行业现状深度分析与发展趋势调研报告（2022-2029年）》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，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。

行业报告是业内企业、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。

## 【目录大纲】

### 第一章 2018-2022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、旅游景区特点分析

##### 三、旅游景区行业基本情况介绍

##### 四、旅游景区行业经营模式

##### 1、生产模式

##### 2、采购模式

##### 3、销售/服务模式

##### 五、旅游景区行业需求主体分析

#### 第二节 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

#### 第三节 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

#### 第二章 2018-2022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规模与区域分布情况

##### 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

##### 第五节欧洲旅游景区行业地区市场分析

###### 一、欧洲旅游景区行业市场现状分析

###### 二、欧洲旅游景区行业市场规模与市场需求分析

###### 三、欧洲旅游景区行业市场前景分析

##### 第六节 2022-2029年世界旅游景区行业分布走势预测

##### 第七节 2022-2029年全球旅游景区行业市场规模预测

#### 第三章 中国旅游景区行业产业发展环境分析

##### 第一节我国宏观经济环境分析

##### 第二节我国宏观经济环境对旅游景区行业的影响分析

##### 第三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

###### 三、主要行业标准

##### 第四节政策环境对旅游景区行业的影响分析

##### 第五节中国旅游景区行业产业社会环境分析

#### 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

### 一、影响中国旅游景区行业市场规模的因素

### 二、中国旅游景区行业市场规模

### 三、中国旅游景区行业市场规模解析

## 第三节中国旅游景区行业供应情况分析

### 一、中国旅游景区行业供应规模

### 二、中国旅游景区行业供应特点

## 第四节中国旅游景区行业需求情况分析

### 一、中国旅游景区行业需求规模

### 二、中国旅游景区行业需求特点

## 第五节中国旅游景区行业供需平衡分析

## 第五章 中国旅游景区行业产业链和细分市场分析

### 第一节中国旅游景区行业产业链综述

#### 一、产业链模型原理介绍

#### 二、产业链运行机制

#### 三、旅游景区行业产业链图解

### 第二节中国旅游景区行业产业链环节分析

#### 一、上游产业发展现状

#### 二、上游产业对旅游景区行业的影响分析

#### 三、下游产业发展现状

#### 四、下游产业对旅游景区行业的影响分析

### 第三节我国旅游景区行业细分市场分析

#### 一、细分市场一

#### 二、细分市场二

## 第六章 2018-2022年中国旅游景区行业市场竞争分析

### 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格局分析

#### 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影响因素分析

#### 二、中国旅游景区行业市场集中度分析

### 第三节中国旅游景区行业竞争特征分析

#### 一、企业区域分布特征

- 二、企业规模分布特征
- 三、企业所有制分布特征

## 第七章 2018-2022年中国旅游景区行业模型分析

### 第一节中国旅游景区行业竞争结构分析（波特五力模型）

- 一、波特五力模型原理
- 二、供应商议价能力
- 三、购买者议价能力
- 四、新进入者威胁
- 五、替代品威胁
- 六、同业竞争程度
- 七、波特五力模型分析结论

### 第二节中国旅游景区行业SWOT分析

- 一、SOWT模型概述
- 二、行业优势分析
- 三、行业劣势
- 四、行业机会
- 五、行业威胁
- 六、中国旅游景区行业SWOT分析结论

### 第三节中国旅游景区行业竞争环境分析（PEST）

- 一、PEST模型概述
- 二、政策因素
- 三、经济因素
- 四、社会因素
- 五、技术因素
- 六、PEST模型分析结论

## 第八章 2018-2022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结构分析

#### 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、中国旅游景区行业平均价格趋势分析
- 二、中国旅游景区行业平均价格变动的影响因素

### 第九章 中国旅游景区行业所属行业运行数据监测

#### 第一节中国旅游景区行业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行业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行业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

### 第十章 2018-2022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析

- 一、影响旅游景区行业区域市场分布的因素
- 二、中国旅游景区行业区域市场分布

#### 第二节中国华东地区旅游景区行业市场分析

- 一、华东地区概述
- 二、华东地区经济环境分析
- 三、华东地区旅游景区行业市场分析
  - (1) 华东地区旅游景区行业市场规模
  - (2) 华南地区旅游景区行业市场现状

### (3) 华东地区旅游景区行业市场规模预测

#### 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、华中地区旅游景区行业市场分析

###### (1) 华中地区旅游景区行业市场规模

###### (2) 华中地区旅游景区行业市场现状

###### (3) 华中地区旅游景区行业市场规模预测

#### 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、华南地区旅游景区行业市场分析

###### (1) 华南地区旅游景区行业市场规模

###### (2) 华南地区旅游景区行业市场现状

###### (3) 华南地区旅游景区行业市场规模预测

#### 第五节 华北地区旅游景区行业市场分析

##### 一、华北地区概述

##### 二、华北地区经济环境分析

##### 三、华北地区旅游景区行业市场分析

###### (1) 华北地区旅游景区行业市场规模

###### (2) 华北地区旅游景区行业市场现状

###### (3) 华北地区旅游景区行业市场规模预测

#### 第六节 东北地区市场分析

##### 一、东北地区概述

##### 二、东北地区经济环境分析

##### 三、东北地区旅游景区行业市场分析

###### (1) 东北地区旅游景区行业市场规模

###### (2) 东北地区旅游景区行业市场现状

###### (3) 东北地区旅游景区行业市场规模预测

#### 第七节 西南地区市场分析

##### 一、西南地区概述

##### 二、西南地区经济环境分析

##### 三、西南地区旅游景区行业市场分析

###### (1) 西南地区旅游景区行业市场规模

###### (2) 西南地区旅游景区行业市场现状



### （3）西南地区旅游景区行业市场规模预测

## 第八节 西北地区市场分析

### 一、西北地区概述

### 二、西北地区经济环境分析

### 三、西北地区旅游景区行业市场分析

#### （1）西北地区旅游景区行业市场规模

#### （2）西北地区旅游景区行业市场现状

#### （3）西北地区旅游景区行业市场规模预测

## 第九节 2022-2029年中国旅游景区行业市场规模区域分布预测

## 第十一章 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、公司优势分析

.....

#### 第十二章 2022-2029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规模发展预测

###### 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

#### 第十三章 2022-2029年中国旅游景区行业进入壁垒与投资风险分析

##### 第一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

##### 第二节旅游景区行业风险分析

###### 一、旅游景区行业宏观环境风险

###### 二、旅游景区行业技术风险

###### 三、旅游景区行业竞争风险

###### 四、旅游景区行业其他风险

##### 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

### 第十四章 2022-2029年中国旅游景区行业研究结论及投资建议

#### 第一节观研天下中国旅游景区行业研究综述

##### 一、行业投资价值

##### 二、行业风险评估

#### 第二节中国旅游景区行业进入策略分析

##### 一、目标客户群体

##### 二、细分市场选择

##### 三、区域市场的选择

#### 第三节 旅游景区行业营销策略分析

##### 一、旅游景区行业产品策略

##### 二、旅游景区行业定价策略

##### 三、旅游景区行业渠道策略

##### 四、旅游景区行业促销策略

#### 第四节观研天下分析师投资建议

图表详见报告正文 . . . . .

详细请访问：<http://www.chinabaogao.com/baogao/202208/607110.html>