

# 2020-2026年中国旅游景点 行业发展态势与战略咨询报告

## 报告目录及图表目录

北京迪索共研咨询有限公司

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

## 一、报告报价

《2020-2026年中国旅游景点行业发展态势与战略咨询报告》信息及时，资料详实，指导性强，具有独家，独到，独特的优势。旨在帮助客户掌握区域经济趋势，获得优质客户信息，准确、全面、迅速了解目前行业发展动向，从而提升工作效率和效果，是把握企业战略发展定位不可或缺的重要决策依据。

官方网站浏览地址：<http://www.cction.com/report/202007/177108.html>

报告价格：纸介版8000元 电子版8000元 纸介+电子8500元

北京迪索共研咨询有限公司

订购电话: 400-700-9228(免长话费) 010-69365838

海外报告销售: 010-69365838

Email: kefu@gonyn.com

联系人：李经理

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、说明、目录、图表目录

中企顾问网发布的《2020-2026年中国旅游景点行业发展态势与战略咨询报告》共十五章。首先介绍了旅游景点行业市场发展环境、旅游景点整体运行态势等，接着分析了旅游景点行业市场运行的现状，然后介绍了旅游景点市场竞争格局。随后，报告对旅游景点做了重点企业经营状况分析，最后分析了旅游景点行业发展趋势与投资预测。您若想对旅游景点产业有个系统的了解或者想投资旅游景点行业，本报告是您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：

第一部分 产业环境透视

第一章 旅游景点运营发展综述

第一节 旅游景点产业相关概述

一、旅游业产业链透析

1、旅游产业的特性

2、旅游类型的划分

3、旅游资源

4、旅游产业在国民经济中的地位

二、旅游景点的构成要素

1、游览

2、娱乐

3、旅行

4、饮食

5、住宿

6、购物

三、旅游景点定义及分类

1、旅游景点定义

2、旅游景点分类

四、旅游景点级别划分

## 五、旅游景点级生态规划

### 第二节 中国旅游景点细分领域分析

#### 一、自然类的旅游景点

#### 二、人文类的旅游景点

#### 三、主题公园类

#### 四、社会类的旅游景点

### 第三节 最近3-5年中国旅游景点运营经济指标分析

#### 一、赢利性

#### 二、成长速度

#### 三、风险性

#### 四、竞争激烈程度指标

### 第四节 中国旅游景点产业政策环境分析

#### 一、旅游景点门票弹性价格政策

#### 二、旅游景点质量等级的划分与评定

#### 三、西部旅游景点经营可享受税收优惠政策

#### 四、地方旅游景点经营政策一览

#### 五、其综相关产业政策法规

### 第五节 中国旅游景点产业社会环境分析

#### 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

### 第六节 中国旅游资源开发中的经济学分析

#### 一、旅游资源开发作为产品的经济学特征

#### 二、旅游资源开发的效率机制

#### 三、旅游资源开发中政府的合理定位

### 第七节 旅游景点消费环境分析

#### 一、居民收入水平分析

#### 二、居民消费水平分析

#### 三、居民旅游消费分析

##### 1、居民出游率变化

##### 2、居民人均旅游消费情况

### 3、居民出游目的分析

## 第八节 旅游景点社会环境分析

### 一、法定节假日和带薪假期实施

### 二、人口年龄结构

### 三、旅游景点交通环境分析

#### 1、铁路投资建设情况

#### 2、公路投资建设情况

#### 3、机场投资建设情况

#### 4、交通行业客货运输情况

## 第二章 国际旅游景点运营模式分析

### 第一节 国际旅游景点运营模式分析

#### 一、美国旅游景点运营模式分析

##### 1、旅游资源保护原则

##### 2、中央集权型的管理体制

##### 3、法律系统

##### 4、规划决策系统

##### 5、人事管理

##### 6、资金管理

##### 7、资源管理

##### 8、服务管理

#### 二、日本旅游景点运营模式分析

##### 1、综合管理体制

##### 2、法律系统

##### 3、景区计划

##### 4、分区管理

##### 5、资金管理

##### 6、服务管理

#### 三、德国旅游景点运营模式分析

##### 1、地方自治型管理体制

##### 2、法律系统

##### 3、分区管理

- 4、资金管理
- 5、服务管理
- 6、森林资源管理

#### 四、美日德旅游景点运营模式比较

- 1、管理理念比较
- 2、管理体制比较
- 3、法律体系比较
- 4、资金来源比较
- 5、参与机制比较

#### 第二节 国际著名旅游景点开发分析

##### 一、美国黄石旅游景点开发分析

- 1、景区简介
- 2、旅游开发现状
- 3、旅游开发特点

##### 二、新西兰峡湾旅游景点开发分析

- 1、景区简介
- 2、旅游开发现状
- 3、旅游开发特点

##### 三、加拿大班夫旅游景点开发分析

- 1、景区简介
- 2、旅游开发现状
- 3、旅游开发特点

#### 第二部分 行业深度分析

#### 第三章 中国旅游业整体运行形势透析

##### 第一节 中国景点资源现状综述

- 一、中国景点资源规模
- 二、中国的世界遗产
- 三、中国5A级旅游景区分析

##### 第二节 国际旅游业运行总况

- 一、世界旅游业发展步伐持续加快
- 二、绿色旅游成为亮点

### 三、世界旅游业动态分析

#### 第三节 中国旅游业运行综述

- 一、中国旅游业发展的特点
- 二、中国旅游业进入快速发展时期
- 三、旅游业与环境的发展关系
- 四、旅游环境承载力研究分析
- 五、中国旅游业转型与产业政策选择分析
- 六、中国旅游业关键经济数据分析

#### 第四节 中国旅游业重点区域市场动态分析

- 一、大连拟建设旅游项目规模分析
- 二、北京进一步规范旅游市场
- 三、暴力事件对旅游业带来冲击

#### 第五节 中国旅游业面临的挑战与策略应对

- 一、经济增长下行冲击旅游业
- 二、中国旅游资源的产权问题分析
- 三、应构建中国现代旅游资源产权制度
- 四、中国旅游业持续发展需注意的问题

## 第四章 我国旅游景点运营整体运行指标分析

### 第一节 中国旅游景点运营总体规模分析

- 一、中国旅游景点数量分析
  - 1、5A级景区数量
  - 2、4A级景区数量
- 二、中国旅游景点门票收入（分渠道）
  - 1、旅行社门票业务收入
  - 2、线下代理批发商门票业务收入
  - 3、在线预订网站门票业务收入
  - 4、景区销售窗口门票业务收入
- 三、中国旅游景点内服务业收入
  - 1、餐饮消费收入
  - 2、住宿消费收入
  - 3、工艺品消费收入

#### 4、其他消费收入

### 第二节 中国旅游景点运营模式分析

#### 一、旅游景点运营模式

##### 1、碧峰峡模式

##### 2、黄山模式

##### 3、浙江富春江模式

##### 4、净月潭模式

##### 5、凤凰模式

#### 二、我国旅游景点开发与运营模式评价

### 第三节 旅游景点营业收入分析

#### 一、旅游景点营业收入

#### 二、旅游景点人均营业收入

#### 三、旅游景点经营利润分析

##### 1、旅游景点营业利润

##### 2、旅游景点利润率

#### 四、旅游景点税金分析

## 第三部分 市场全景调研

### 第五章 中国自然类旅游景点市场分析

#### 第一节 自然类旅游景点发展分析

##### 一、自然类旅游景点发展现状

##### 二、自然类旅游景点分布情况

##### 三、自然类旅游景点发展前景

#### 第二节 自然类旅游景点特色分析

##### 一、自然类旅游景点特征分析

##### 二、自然类旅游景点开发分析

##### 三、自然类旅游景点消费群体

##### 四、自然类旅游景点重游分析

#### 第三节 自然类旅游景点经营分析

##### 一、自然类旅游景点经营情况

##### 二、自然类旅游景点收费情况

#### 第四节 自然类旅游景点满意度与营销分析



- 一、自然类旅游景点游客满意度影响因素
- 二、自然类旅游景点旅游体验的塑造
  - 1、审美体验的塑造
  - 2、教育体验的塑造
  - 3、娱乐体验的塑造
  - 4、逃避现实体验的塑造
- 三、自然类旅游景点营销策略

## 第六章 中国人文类旅游景点市场分析

### 第一节 人文类旅游景点发展分析

- 一、人文类旅游景点发展现状
- 二、人文类旅游景点分布情况
- 三、人文类旅游景点发展前景

### 第二节 人文类旅游景点特色分析

- 一、人文类旅游景点特色分析
- 二、人文类旅游景点开发形式
- 三、人文类旅游景点消费群体
- 四、人文类旅游景点重游分析

### 第三节 人文类旅游景点经营分析

- 一、人文类旅游景点经营情况
- 二、人文类旅游景点收费情况
- 三、人文类旅游景点满意度与营销分析
- 四、人文类旅游景点旅游体验的塑造

- 1、审美体验的塑造
- 2、教育体验的塑造
- 3、娱乐体验的塑造

- 4、逃避现实体验的塑造

### 第四节 热点人文类旅游景点分析

- 一、红色旅游景点发展机遇
- 二、红色旅游景点发展现状
- 三、红色旅游景点开发理念
  - 1、红色旅游景点开发条件

## 2、红色旅游景点开发原则

### 四、红色旅游景点游客满意度分析

#### 1、游客满意度影响因素分析

#### 2、提高游客满意度的措施

## 第七章 中国主题景区类旅游景点市场分析

### 第一节 主题景区类旅游景点发展分析

#### 一、主题景区类旅游景点发展现状

#### 二、不同类型主题景区发展分析

##### 1、文化类主题景区发展分析

##### 2、游乐类主题景区发展分析

##### 3、观光类主题景区发展分析

##### 4、情景模拟类主题景区发展分析

#### 三、主题景区类旅游景点分布情况

#### 四、主题景区类旅游景点发展前景

### 第二节 主题景区类旅游景点特色分析

#### 一、主题景区类旅游景点特征分析

#### 二、主题景区类旅游景点典型经营模式

##### 1、华侨城模式

##### 2、吴文化园模式

##### 3、第三极模式

#### 三、主题景区类旅游景点开发成功要素

#### 四、主题景区类旅游景点消费群体

#### 五、主题景区类旅游景点重游情况

##### 1、主题景区重游率情况分析

##### 2、主题景区重游率低的原因

##### 3、主题景区重游率提高策略

### 第三节 主题景区类旅游景点经营分析

#### 一、主题景区类旅游景点经营情况

#### 二、主题景区类旅游景点收费情况

#### 三、主题景区类旅游景点满意度与营销分析

##### 1、主题景区类旅游景点游客满意度影响因素

2、主题景区类旅游景点旅游体验的塑造

3、主题景区类旅游景点营销策略

(1) 直复营销

(2) 内部营销

(3) 品牌营销

(4) 合作营销

(5) 网络营销

(6) 体验营销

(7) 事件营销

(8) 整合营销

## 第八章 中国社会类旅游景点市场分析

### 第一节 社会类旅游景点发展分析

一、社会类旅游景点发展现状

二、社会类旅游景点分布情况

三、社会类旅游景点发展前景

### 第二节 社会类旅游景点特色分析

一、社会类旅游景点特色分析

二、社会类旅游景点开发形式

三、社会类旅游景点消费群体

四、社会类旅游景点重游分析

### 第三节 社会类旅游景点经营分析

一、社会类旅游景点经营情况

二、社会类旅游景点收费情况

### 第四节 社会类旅游景点满意度与营销分析

一、社会类旅游景点游客满意度影响因素

二、社会类旅游景点旅游体验的塑造

三、社会类旅游景点营销策略

## 第九章 中国旅游景点门票价格与定价模式分析

### 第一节 旅游景点门票设置类型与影响因素

一、旅游景点门票设置类型

- 1、套票制
  - 2、多重售票制
  - 3、免票制
- 二、旅游景点门票价格管理现状
- 三、影响旅游景点门票价格的因素
- 1、影响旅游景点门票价格的可控因素
  - 2、影响旅游景点门票价格的不可控因素

## 第二节 旅游景点门票价格现状分析

- 一、旅游景点门票价格现状
- 二、近年来旅游景点门票上涨原因
  - 1、旅游景点投入成本增加
  - 2、旅游景点级别的提升
  - 3、旅游景点新增旅游项目
  - 4、控制游客数量、保护景区环境
- 三、旅游景点定价策略与建议
  - 1、目前旅游景点主要定价策略
  - 2、未来旅游景点价格发展趋势
  - 3、旅游景点定价机制的建议
    - (1) 公益性景区定价机制
    - (2) 商业性旅游景点定价机制
    - (3) 混合型旅游景点定价机制

## 第十章 中国旅游景点营销模式与策略分析

### 第一节 旅游景点营销现状分析

- 一、旅游景点营销的特殊性
- 二、当前景区营销模式分析
  - 1、公共关系营销模式
  - 2、景区直销模式与分销服务商营销模式
  - 3、联合协作营销模式
  - 4、客源地营销模式
  - 5、产品体验营销模式
- 三、当前旅游景点营销存在的问题

## 第二节 旅游景点营销方法分析

- 一、对旅游景点进行市场调查
- 二、对旅游景点进行市场细分
- 三、对旅游景点进行市场定位
- 四、对旅游景点市场前景预测

## 第三节 旅游景点营销渠道分析

- 一、旅游景点营销渠道建设现状及问题
- 二、传统旅游景点营销渠道
- 三、新兴旅游景点营销渠道
- 四、旅游景点营销渠道发展趋势

## 第四节 旅游景点营销策略分析

- 一、旅游景点产品策略分析
- 二、旅游景点促销策略分析
- 三、旅游景点价格策略分析
- 四、旅游景点渠道策略分析
- 五、旅游景点顾客关系策略分析

## 第四部分 竞争格局分析

### 第十一章 2016-2019年旅游景点运营竞争形势

#### 第一节 行业总体市场竞争状况分析

- 一、旅游景点运营竞争结构分析
- 二、旅游景点运营企业间竞争格局分析
- 三、旅游景点运营集中度分析
- 四、旅游景点运营SWOT分析

#### 第二节 旅游景点市场竞争分析

- 一、旅游景点竞争现状分析
- 二、旅游景点潜在威胁分析
- 三、旅游景点竞争力影响因素

#### 第三节 旅游景点运营竞争格局分析

- 一、国内外旅游景点运营竞争分析
- 二、我国旅游景点运营市场竞争分析

## 第十二章 中国旅游景点领先个案经营分析

### 第一节 自然类旅游景点领先个案经营分析

#### 一、九寨沟风景名胜区经营分析

- 1、景区简要介绍
- 2、景区特色景点
- 3、景区面积规模
- 4、景区游客规模
- 5、景区收费情况
- 6、景区交通条件
- 7、景区竞争优劣势
- 8、景区最新发展动向

#### 二、黄龙国家风景区经营分析

- 1、景区简要介绍
- 2、景区特色景点
- 3、景区面积规模
- 4、景区游客规模
- 5、景区收费情况
- 6、景区交通条件
- 7、景区竞争优劣势
- 8、景区最新发展动向

#### 三、武夷山风景名胜区经营分析

- 1、景区简要介绍
- 2、景区特色景点
- 3、景区面积规模
- 4、景区游客规模
- 5、景区收费情况
- 6、景区交通条件
- 7、景区竞争优劣势
- 8、景区最新发展动向

#### 四、武陵源风景名胜区经营分析

- 1、景区简要介绍
- 2、景区特色景点

- 3、景区面积规模
- 4、景区游客规模
- 5、景区收费情况
- 6、景区交通条件
- 7、景区竞争优劣势
- 8、景区最新发展动向

## 第二节 人文类旅游景点领先个案经营分析

### 一、故宫博物院经营分析

- 1、景区简要介绍
- 2、景区特色景点
- 3、景区面积规模
- 4、景区游客规模
- 5、景区收费情况
- 6、景区交通条件
- 7、景区竞争优劣势
- 8、景区最新发展动向

### 二、八达岭长城景区经营分析

- 1、景区简要介绍
- 2、景区特色景点
- 3、景区面积规模
- 4、景区游客规模
- 5、景区收费情况
- 6、景区交通条件
- 7、景区竞争优劣势
- 8、景区最新发展动向

### 三、颐和园经营分析

- 1、景区简要介绍
- 2、景区特色景点
- 3、景区面积规模
- 4、景区游客规模
- 5、景区收费情况
- 6、景区交通条件

- 7、景区竞争优劣势
- 8、景区最新发展动向

#### 四、秦始皇兵马俑博物馆经营分析

- 1、景区简要介绍
- 2、景区特色景点
- 3、景区面积规模
- 4、景区游客规模
- 5、景区收费情况
- 6、景区交通条件
- 7、景区竞争优劣势
- 8、景区最新发展动向

#### 第三节 主题公园类旅游景点领先个案经营分析

##### 一、深圳东部华侨城经营分析

- 1、景区简要介绍
- 2、景区特色景点
- 3、景区面积规模
- 4、景区游客规模
- 5、景区收费情况
- 6、景区交通条件
- 7、景区竞争优劣势
- 8、景区最新发展动向

##### 二、杭州宋城景区经营分析

- 1、景区简要介绍
- 2、景区特色景点
- 3、景区面积规模
- 4、景区游客规模
- 5、景区收费情况
- 6、景区交通条件
- 7、景区竞争优劣势
- 8、景区最新发展动向

##### 三、广州市长隆旅游度假区经营分析

- 1、景区简要介绍



- 2、景区特色景点
- 3、景区面积规模
- 4、景区游客规模
- 5、景区收费情况
- 6、景区交通条件
- 7、景区竞争优劣势
- 8、景区最新发展动向

#### 第四节 社会类旅游景点领先个案经营分析

##### 一、梅县雁南飞茶田景区经营分析

- 1、景区简要介绍
- 2、景区特色景点
- 3、景区面积规模
- 4、景区游客规模
- 5、景区收费情况
- 6、景区交通条件
- 7、景区竞争优劣势
- 8、景区最新发展动向

##### 二、秦皇岛集发农业观光园经营分析

- 1、景区简要介绍
- 2、景区特色景点
- 3、景区面积规模
- 4、景区游客规模
- 5、景区收费情况
- 6、景区交通条件
- 7、景区竞争优劣势
- 8、景区最新发展动向

#### 第五部分 发展前景展望

#### 第十三章 中国旅游景点投资与前景分析

##### 第一节 旅游景点投资风险管理

- 一、旅游景点投资特点和风险分析
- 二、造成旅游景点投资风险的原因

### 三、规避旅游景点投资风险的策略

#### 第二节 旅游景点项目投融资分析

##### 一、旅游景点投融资前景分析

##### 二、旅游景点投融资现状分析

#### 第三节 中国旅游消费变化趋势分析

##### 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

#### 第四节 旅游景点发展趋势与前景

##### 一、旅游景点发展趋势

###### 1、旅游景点投资趋势

###### 2、旅游景点市场趋势

###### 3、旅游景点产品趋势

###### 4、旅游景点人力资源趋势

###### 5、旅游景点运营趋势

##### 二、旅游景点发展前景预测

###### 1、旅游业发展前景预测

###### 2、旅游景点发展前景预测

### 第十四章 中国旅游景点投资盈利分析

#### 第一节 旅游收入模式简析

##### 一、旅游景点收入规模分析

##### 二、景区收入结构

##### 三、影响旅游收入的主要因素

#### 第二节 景区盈利模式选择

##### 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 旅游景点投资分析

##### 一、产业规模投资分析

##### 二、投资主体结构分析

#### 第四节 景区经营权转让

- 一、旅游景点特性分析
- 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 景区的行业管理

- 一、资源管理时代
- 二、服务管理时代

### 第六部分 发展战略研究

#### 第十五章 旅游景点运营发展战略研究（）

##### 第一节 中国旅游景点行业投资概况

- 一、旅游景点行业投资特性
- 二、旅游景点具有良好的投资价值
- 三、旅游景点投资环境分析

##### 第二节 2020-2026年中国旅游景点投资机会分析

- 一、中国旅游景点投资开发的潜力项目
- 二、旅游景点投资&mdash;未被深挖的巨大金矿宝藏

##### 第三节 2020-2026年中国旅游景点投资风险及防范

- 一、金融风险分析
- 二、政策风险分析
- 三、竞争风险分析

##### 第四节 旅游景点运营发展战略研究

- 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

##### 第五节 旅游景点运营投资战略研究

- 一、旅游景点运营投资战略
- 二、2020-2026年细分行业投资战略

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202007/177108.html>