

2021-2027年中国自然景区 市场深度分析与投资方向研究报告

报告目录及图表目录

北京迪索共研咨询有限公司

www.cction.com

一、报告报价

《2021-2027年中国自然景区市场深度分析与投资方向研究报告》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/202109/239230.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

自然风景区又称国家公园、自然公园，是供人们游览欣赏的天然风景区，包括天然和人文两类不同的风景旅游资源和不同的景观。例如：山岳、湖泊、河川、海滨、森林、石林、溶洞、瀑布、历史古迹名胜等，其间可设休疗养区，并配备道路、建筑、服务设施。

在当前的供需趋势下，自然景区转型布局休闲度假游享受高速发展红利。自然景区一方面面临着休闲度假需求爆发、供不应求休闲景区受热捧的局面，另一方面又受到票价提升空间有限、自然禀赋制约客流量的限制，进行供给侧改革的重要性不言而喻。近年来自然景区类上市公司纷纷加速休闲游布局，结合现有主要景区的地域条件和地理位置，打造符合自身特色的休闲游产品和目的地，项目建成投入使用之后有望迎来客流量新一轮的高速增长；同时休闲游项目也将延长游客在景区的停留时间，进一步增加游客在景区的各项消费，提高客单价。景区外延转型布局

转型规划

受益标的

温泉度假区项目已接近尾声，已于17年1月试运营

长白山

打造“田野牧歌”品牌，景区、索道、营地相结合，集民宿、精品酒店、度假村等模式转型休闲游

三特索道

募集配套资金打造大庸古城转型休闲综合体

张家界

开发东黄山、打造山下小镇切入休闲游；花山谜窟休闲度假项目启动实施；与宏村景区开展合作

黄山旅游

募投峨眉山旅游文化中心，项目由“天下峨眉”演艺中心和旅游文化中心组成

峨眉山A

与宋城演艺成立合资公司打造漓江千古情项目（已于2019年7月开业）

桂林旅游

本身已开展演艺业务/主打休闲游产品

宋城演艺、丽江旅游、大连圣亚 中企顾问网发布的《2021-2027年中国自然景区市场深度分析与投资方向研究报告》共十三章。首先介绍了中国自然景区行业市场发展环境、自然景区整体运行态势等，接着分析了中国自然景区行业市场运行的现状，然后介绍了自然景区市

市场竞争格局。随后，报告对自然景区做了重点企业经营状况分析，最后分析了中国自然景区行业发展趋势与投资预测。您若想对自然景区产业有个系统的了解或者想投资中国自然景区行业，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：

第一部分市场发展现状

第一章全球自然景区所属行业发展分析

第一节全球自然景区行业发展轨迹综述

- 一、全球自然景区行业发展面临的问题
- 二、全球自然景区行业技术发展现状及趋势

第二节全球自然景区行业市场情况

- 一、2019年全球自然景区产业发展分析
- 二、2019年全球自然景区行业研发动态
- 三、2019年全球自然景区行业挑战与机会

第三节部分国家地区自然景区行业发展状况

- 一、2013-2019年美国自然景区行业发展分析
- 二、2013-2019年欧洲自然景区行业发展分析
- 三、2013-2019年日本自然景区行业发展分析
- 四、2013-2019年韩国自然景区行业发展分析

第二章我国自然景区所属行业发展现状

第一节中国自然景区行业发展概述

- 一、中国自然景区行业发展面临的问题
- 二、中国自然景区行业技术发展现状及趋势

第二节我国自然景区行业发展状况

- 一、2019年中国自然景区行业发展回顾
- 二、2019年我国自然景区市场发展分析

2018年对板块影响最大的是政策驱使重点景区门票下降，峨眉山、黄山、丽江旅游以及中青旅旗下乌镇和古北水镇均响应自2018年9月下调，降价幅度5-35%不等，拖累2018Q4及2019Q1

收入端增长。2019年景区门票下降涉及上市公司

第三节2013-2019年中国自然景区行业供需分析

第四节2019年自然景区行业产量分析

- 一、2019年我国自然景区产量分析
- 二、2021-2027年我国自然景区产量预测

第三章中国自然景区行业区域市场分析

第一节2019年华北地区自然景区行业分析

- 一、2013-2019年行业发展现状分析
- 二、2013-2019年市场规模情况分析
- 三、2021-2027年市场需求情况分析
- 四、2021-2027年行业发展前景预测
- 五、2021-2027年行业投资风险预测

第二节2019年东北地区自然景区行业分析

- 一、2013-2019年行业发展现状分析
- 二、2013-2019年市场规模情况分析
- 三、2021-2027年市场需求情况分析
- 四、2021-2027年行业发展前景预测
- 五、2021-2027年行业投资风险预测

第三节2019年华东地区自然景区行业分析

- 一、2013-2019年行业发展现状分析
- 二、2013-2019年市场规模情况分析
- 三、2021-2027年市场需求情况分析
- 四、2021-2027年行业发展前景预测
- 五、2021-2027年行业投资风险预测

第四节2019年华南地区自然景区行业分析

- 一、2013-2019年行业发展现状分析
- 二、2013-2019年市场规模情况分析
- 三、2021-2027年市场需求情况分析
- 四、2021-2027年行业发展前景预测
- 五、2021-2027年行业投资风险预测

第五节2019年华中地区自然景区行业分析

- 一、2013-2019年行业发展现状分析
 - 二、2013-2019年市场规模情况分析
 - 三、2021-2027年市场需求情况分析
 - 四、2021-2027年行业发展前景预测
 - 五、2021-2027年行业投资风险预测
- 第六节2019年西南地区自然景区行业分析
- 一、2013-2019年行业发展现状分析
 - 二、2013-2019年市场规模情况分析
 - 三、2021-2027年市场需求情况分析
 - 四、2021-2027年行业发展前景预测
 - 五、2021-2027年行业投资风险预测
- 第七节2019年西北地区自然景区行业分析
- 一、2013-2019年行业发展现状分析
 - 二、2013-2019年市场规模情况分析
 - 三、2021-2027年市场需求情况分析
 - 四、2021-2027年行业发展前景预测
 - 五、2021-2027年行业投资风险预测

第四章自然景区行业投资与发展前景分析

第一节2019年自然景区行业投资情况分析

- 一、2019年总体投资结构
- 二、2019年投资规模情况
- 三、2019年投资增速情况
- 四、2019年分地区投资分析

第二节自然景区行业投资机会分析

- 一、自然景区投资项目分析
- 二、可以投资的自然景区模式
- 三、2019年自然景区投资机会
- 四、2019年自然景区投资新方向

第三节自然景区行业发展前景分析

- 一、2019年自然景区市场面临的发展商机
- 二、2021-2027年自然景区市场的发展前景分析

第二部分市场竞争格局与形势

第五章自然景区所属行业竞争格局分析

第一节自然景区行业集中度分析

一、自然景区市场集中度分析

二、自然景区企业集中度分析

三、自然景区区域集中度分析

第二节自然景区所属行业主要企业竞争力分析

一、重点企业资产总计对比分析

二、重点企业从业人员对比分析

三、重点企业全年营业收入对比分析

四、重点企业利润总额对比分析

五、重点企业综合竞争力对比分析

第三节自然景区所属行业竞争格局分析

一、2019年自然景区行业竞争分析

二、2019年中外自然景区产品竞争分析

三、2013-2019年我国自然景区市场竞争分析

五、2021-2027年国内主要自然景区企业动向

第六章2013-2019年中国自然景区所属行业发展形势分析

第一节自然景区所属行业发展概况

一、自然景区行业发展特点分析

二、自然景区行业投资现状分析

三、自然景区行业总产值分析

四、自然景区行业技术发展分析

第二节2013-2019年自然景区所属行业市场情况分析

一、自然景区行业市场发展分析

二、自然景区市场存在的问题

三、自然景区市场规模分析

第三节2013-2019年自然景区所属行业产销状况分析

一、自然景区产量分析

二、自然景区产能分析

三、自然景区市场需求状况分析

第四节产品发展趋势预测

一、产品发展新动态

二、技术新动态

三、产品发展趋势预测

第三部分赢利水平与企业分析

第七章中国自然景区所属行业整体运行指标分析

第一节2019年中国自然景区所属行业总体规模分析

一、企业数量结构分析

二、行业生产规模分析

第二节2019年中国自然景区所属行业产销分析

一、行业产成品情况总体分析

二、行业产品销售收入总体分析

第三节2019年中国自然景区所属行业财务指标总体分析

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

第四节产销运存分析

一、2013-2019年自然景区所属行业产销情况

二、2013-2019年自然景区所属行业库存情况

三、2013-2019年自然景区所属行业资金周转情况

第五节盈利水平分析

一、2013-2019年自然景区所属行业价格走势

二、2013-2019年自然景区所属行业营业收入情况

三、2013-2019年自然景区所属行业毛利率情况

四、2013-2019年自然景区所属行业赢利能力

五、2013-2019年自然景区所属行业赢利水平

六、2021-2027年自然景区所属行业赢利预测

第八章自然景区所属行业盈利能力分析

第一节2019年中国自然景区所属行业利润总额分析

一、利润总额分析

二、不同规模企业利润总额比较分析

三、不同所有制企业利润总额比较分析

第二节2019年中国自然景区所属行业销售利润率

一、销售利润率分析

二、不同规模企业销售利润率比较分析

三、不同所有制企业销售利润率比较分析

第三节2019年中国自然景区所属行业总资产利润率分析

一、总资产利润率分析

二、不同规模企业总资产利润率比较分析

三、不同所有制企业总资产利润率比较分析

第四节2019年中国自然景区所属行业产值利税率分析

一、产值利税率分析

二、不同规模企业产值利税率比较分析

三、不同所有制企业产值利税率比较分析

第九章自然景区发展分析

第一节黄石国家公园

一、产品/服务特色

二、经营状况

三、发展规划

第二节八达岭长城

一、产品/服务特色

二、经营状况

三、发展规划

第三节圆明园

一、产品/服务特色

二、经营状况

三、发展规划

第四节颐和园

一、产品/服务特色

二、经营状况

三、发展规划

第五节五台山

一、产品/服务特色

二、经营状况

三、发展规划

第六节黄山

一、产品/服务特色

二、经营状况

三、发展规划

第十章自然景区行业投资策略分析

第一节行业发展特征

一、行业的周期性

二、行业的区域性

三、行业的上下游

四、行业经营模式

第二节行业投资形势分析

一、行业发展格局

二、行业进入壁垒

三、行业SWOT分析

四、行业五力模型分析

第三节2019年自然景区行业投资效益分析

第四节2019年自然景区行业投资策略研究

第十一章2021-2027年自然景区行业投资风险预警

第一节影响自然景区行业发展的主要因素

一、2019年影响自然景区行业运行的有利因素

二、2019年影响自然景区行业运行的稳定因素

三、2019年影响自然景区行业运行的不利因素

四、2019年我国自然景区行业发展面临的挑战

五、2019年我国自然景区行业发展面临的机遇

第二节自然景区行业投资风险预警

- 一、2021-2027年自然景区行业市场风险预测
- 二、2021-2027年自然景区行业政策风险预测
- 三、2021-2027年自然景区行业经营风险预测
- 四、2021-2027年自然景区行业技术风险预测
- 五、2021-2027年自然景区行业竞争风险预测
- 六、2021-2027年自然景区行业其他风险预测

第四部分行业发展趋势与规划建议

第十二章2021-2027年自然景区行业发展趋势分析

第一节2021-2027年中国自然景区市场趋势分析

- 一、2016-2019年我国自然景区市场趋势总结
- 二、2021-2027年我国自然景区发展趋势分析

第二节2021-2027年自然景区产品发展趋势分析

- 一、2021-2027年自然景区产品技术趋势分析
- 二、2021-2027年自然景区产品价格趋势分析

第三节2021-2027年中国自然景区行业供需预测

- 一、2021-2027年中国自然景区供给预测
- 二、2021-2027年中国自然景区需求预测

第四节2021-2027年自然景区行业规划建议

第十三章自然景区企业管理策略建议

第一节市场策略分析

- 一、自然景区价格策略分析
- 二、自然景区渠道策略分析

第二节销售策略分析

- 一、媒介选择策略分析
- 二、产品定位策略分析
- 三、企业宣传策略分析

第三节提高自然景区企业竞争力的策略

- 一、提高中国自然景区企业核心竞争力的对策
- 二、自然景区企业提升竞争力的主要方向

三、影响自然景区企业核心竞争力的因素及提升途径

四、提高自然景区企业竞争力的策略

第四节对我国自然景区品牌的战略思考

一、自然景区实施品牌战略的意义

二、自然景区企业品牌的现状分析

三、我国自然景区企业的品牌战略

四、自然景区品牌战略管理的策略

图表目录：

图表：2013-2019年自然景区产量分析

图表：2013-2019年自然景区产能分析

图表：2013-2019年自然景区市场需求分析

图表：2019年中国自然景区业总体规模企业数量结构

图表：2013-2019年自然景区行业盈利能力分析

图表：2013-2019年自然景区行业销售及利润分析

图表：2013-2019年自然景区行业资产分析

图表：2013-2019年自然景区行业负债分析

图表：2013-2019年自然景区行业偿债能力分析

图表：2013-2019年自然景区行业成本费用利润率分析

图表：2013-2019年自然景区行业销售成本分析

图表：2013-2019年自然景区行业销售费用分析

图表：2013-2019年自然景区行业管理费用分析

图表：2013-2019年自然景区行业财务费用分析

图表：2013-2019年自然景区行业营运能力分析

图表：2013-2019年自然景区行业发展能力分析

图表：2013-2019年自然景区行业价格走势

图表：2013-2019年自然景区行业营业收入情况

图表：2013-2019年自然景区行业销售毛利率分析

图表：2013-2019年自然景区行业赢利能力

图表：2021-2027年自然景区行业赢利预测

图表：2021-2027年中国自然景区市场价格走势预测

图表：2021-2027年中国自然景区市场供给前景预测

图表：2021-2027年中国自然景区需求发展前景预测

更多图表见正文.....

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202109/239230.html>