

2021-2027年中国焦作市旅游 景区行业分析与市场需求预测报告

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年中国焦作市旅游景区行业分析与市场需求预测报告》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/202107/228554.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

旅游景区（tourist attraction），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。

中企顾问网发布的《2021-2027年中国焦作市旅游景区行业分析与市场需求预测报告》共九章。首先介绍了焦作市旅游景区行业市场发展环境、焦作市旅游景区整体运行态势等，接着分析了焦作市旅游景区行业市场运行的现状，然后介绍了焦作市旅游景区市场竞争格局。随后，报告对焦作市旅游景区做了重点企业经营状况分析，最后分析了焦作市旅游景区行业发展趋势与投资预测。您若想对焦作市旅游景区产业有个系统的了解或者想投资焦作市旅游景区行业，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：

第一章中国旅游业总体发展状况分析

第一节中国旅游市场发展分析

一、中国居民旅游人数规模

二、国内旅游收入规模

三、国内居民旅游花费总额

第二节入境旅游市场分析

一、入境游客人数规模分析

二、入境旅游收入规模分析

三、入境旅游客源分布情况

（一）客源结构分析

（二）客源入境方式

（三）入境旅游目的

（四）年龄及性别结构

四、港澳台入境游客规模分析

第三节出境旅游市场分析

一、居民出境旅游人数分析

二、赴港旅游市场状况分析

三、赴台旅游市场状况分析

第四节黄金周及假日旅游分析

一、2019年元旦小长假旅游市场分析

二、2019年春节黄金周旅游市场分析

三、2019年五一黄金周旅游市场分析

四、2019年十一黄金周旅游市场分析

五、2019年春节黄金周旅游市场分析

第五节旅游景区市场发展现状分析

一、旅游景区面积情况

二、旅游景区游入量情况

三、旅游景区收入情况

四、旅游景区支出情况

五、国内旅游景区盈利模式

六、国内旅游景区运营特征

七、中国5A级旅游景区分析

第二章焦作市旅游景区市场环境分析

第一节焦作市宏观经济环境分析

一、地区GDP增长情况

二、工业经济形势分析

三、固定资产投资分析

四、经济形势发展展望

第二节焦作市旅游政策环境分析

一、旅游行业相关政策分析

二、国家金融支持旅游政策

三、焦作市旅游行业相关政策

四、焦作市旅游产业规划政策

第三节焦作市旅游景区社会环境分析

一、焦作市人口规模情况分析

二、城乡居民收入与消费状况

三、焦作城镇化率情况分析

四、旅游交通基础设施建设情况

五、法定节假日带薪假期实施

第四节焦作市旅游景区关联产业环境

一、旅行社数量分析

二、星级酒店数量统计

三、旅游景区发展分析

四、文化演出市场分析

第三章焦作市旅游市场发展分析

第一节焦作市旅游人次及收入分析

一、居民旅游市场规模分析

(一) 国内旅游人数规模分析

(二) 国内旅游收入规模分析

二、入境旅游市场规模分析

(一) 入境游客人数规模分析

(二) 入境旅游收入规模分析

(三) 入境旅游客源分布情况

(四) 台湾入境游市场增长迅猛

第二节焦作市黄金周及假日旅游分析

一、2019年元旦小长假旅游市场分析

二、2019年清明黄金周旅游市场分析

三、2019年五一小长假旅游市场分析

四、2019年十一黄金周旅游市场分析

五、2019年五一小长假旅游市场分析

第三节焦作市特色旅游市场分析

一、生态旅游市场分析

二、红色旅游市场分析

三、乡村旅游市场分析

四、休闲旅游市场分析

第四节焦作市旅游市场发展问题

一、联合发展问题

二、合理规划问题

三、开发投资问题

四、人员素质问题

五、城乡连接问题

第五节焦作市旅游市场发展策略

一、解放思想，树立旅游业发展新观念

二、加大公关宣传力度，提高景区知名度和美誉度

三、正确处理自然山水景观和历史人文景观的辩证关系

四、加强培训，提高素质，保证服务质量

五、注重环境保护，实现旅游业可持续发展

第四章焦作市重点旅游景区经营分析

第一节云台山

一、景区旅游人数及收入分析

（一）景区基本情况分析

（二）景区游客数量情况

（三）景区经营收入情况

（四）景区门票收入分析

二、景区经营收支情况分析

（一）景区固定资产投资

（二）景区资金收支情况

（三）景区经营支出情况

（四）景区维护支出情况

第二节焦作影视城

一、景区基本情况分析

二、景区游客数量情况

三、景区经营情况分析

四、景区支出情况分析

五、景区发展存在问题

六、景区发展建议分析

第三节七贤民俗村

一、景区基本情况分析

- 二、景区游客数量情况
- 三、景区经营情况分析
- 四、景区支出情况分析
- 五、景区发展动态分析

第四节其他旅游景区

- 一、青天河
- 二、嘉应观景区
- 三、朱载堉纪念馆
- 四、穆家寨生态旅游度假区

第五章焦作市旅游景区经营管理分析

第一节焦作市旅游景区收益链分析

- 一、基础性收益节点
- 二、支持性收益节点
- 三、延伸性收益节点

第二节焦作市旅游景区经营模式分析

- 一、政府配置模式
- 二、市场配置模式
- 三、景政合一模式
- 四、国家公园模式

第三节焦作市旅游景区容量的控制管理

- 一、合理确定景区容量
- 二、科学实施价格分流
- 三、平衡规划旅游产品
- 四、大力建设信息系统
- 五、持续强化各方合作

第四节焦作市景区收益管理策略分析

- 一、建立科学价格体系
- 二、加强景区游客管理
- 三、重点管理收益来源
- 四、充分注重开源节流

第六章焦作市旅游景区产品开发与形象定位

第一节焦作市旅游景区产品开发策略

一、焦作市旅游景区产品相关概述

- (一) 旅游景区产品的构成
- (二) 旅游景区产品的类型
- (三) 旅游景区产品的特征

二、焦作市旅游景区产品开发策略

- (一) 旅游景区产品组合策略
- (二) 旅游景区产品创新策略
- (三) 旅游景区产品定价策略

第二节焦作市旅游景区市场细分与形象制胜策略

一、焦作市旅游景区市场细分策略

- (一) 旅游景区市场细分因素
- (二) 旅游景区目标市场选择
- (三) 旅游景区市场定位策略

二、焦作市旅游景区形象制胜策略

- (一) 旅游景区形象的相关概述
- (二) 旅游景区形象的构成要素
- (三) 旅游景区形象定位口号的确定

第七章焦作市旅游景区市场营销策略分析

第一节焦作市旅游景区定价策略分析

- 一、景区价格决策的影响因素
- 二、旅游景区定价的目标分析
- 三、旅游景区定价的主要方法
- 四、旅游景区门票涨价程序分析
- 五、旅游景区门票涨价原因分析
- 六、旅游景区定价策略分析
 - (一) 新产品的定价策略
 - (二) 心理定价策略
 - (三) 折扣定价策略
 - (四) 招徕定价策略

（五）区分需求定价策略

第二节焦作市旅游景区营销渠道选择形式

一、旅行社预订

二、政府/协会预订

三、预订系统

四、其他渠道预订

第三节焦作市旅游景区品牌传播推广分析

一、旅游景区品牌战略价值

（一）旅游景区层面

（二）旅游者层面

二、旅游景区品牌经营对策

（一）品牌调研工作是先决条件

（二）景区文化内涵是骨髓内核

（三）顾客体验提升是根本宗旨

（四）品牌维护系统是重要保障

三、旅游景区品牌传播方式

第四节焦作市旅游景区网络营销策略分析

一、旅游景区网络营销概述

二、旅游景区网络营销意义

三、景区网络社区互动营销

四、旅游景区口碑营销策略

五、旅游景区博客营销策略

第八章焦作市旅游景区服务质量及提升策略分析

第一节旅游景区服务的相关概述

一、旅游景区服务的概念

二、旅游景区服务的特点

三、旅游景区服务的构成

四、旅游景区服务的内容

第二节焦作市旅游景区服务标准及要求

一、旅游景区入口区服务

（一）入口区概述

(二) 入口区设施要求

(三) 入口区服务管理

二、旅游景区解说服务

(一) 景区解说服务

(二) 景区解说服务的功能

(三) 景区导游人员解说服务

(四) 景区物化解说服务构成

三、旅游景区餐饮服务

(一) 景区餐饮服务

(二) 景区餐饮设施要求

(三) 景区餐饮服务规程

(四) 景区餐饮服务管理

四、旅游景区购物服务

(一) 景区购物服务

(二) 旅游者购物心理

(三) 景区购物设施要求

(四) 景区购物服务管理

五、旅游景区交通服务

(一) 景区交通服务

(二) 景区交通设施要求

(三) 景区交通服务管理

六、旅游景区其他服务

(一) 景区现场工作人员服务要求

(二) 景区通信服务设施与要求

(三) 景区游览和活动项目服务设施与要求

(四) 景区医疗救援服务设施与要求

七、景区游客投诉服务

(一) 游客投诉的原因分析

(二) 游客投诉心理分析

(三) 游客投诉的处理方法

第三节焦作市旅游景区服务策略及建议

一、制定合理门票价格改变单一产品结构

- 二、完善基础服务设施实施统一销售管理
- 三、培养高素质服务人员关注员工职业发展
- 四、加强有效信息沟通及时处理投诉建议

第九章2021-2027年焦作市旅游市场前景与投资策略分析

第一节2021-2027年焦作市旅游市场前景预测分析

- 一、焦作市旅游行业发展目标
- 二、焦作市旅游市场前景分析
- 三、焦作市旅游市场前景预测

(一) 国内游市场规模预测

(二) 入境游市场规模预测

第二节2021-2027年焦作市旅游景区投资风险分析

- 一、产业政策风险
- 二、市场竞争风险
- 三、市场需求风险
- 四、经营管理风险
- 五、自然灾害风险

第三节2021-2027年焦作市旅游景区投资策略及建议

- 一、旅游景区项目投资方式
 - (一) 自然景区投资方式
 - (二) 文化景区投资方式
 - (三) 人造景区投资方式
- 二、景区建设项目投资模式
- 三、规范旅游景区投资行为
 - (一) 优化资本结构
 - (二) 完善和发展资本市场

部分图表目录：

图表12015-2019年中国国内旅游人数统计

图表22015-2019年中国国内旅游收入统计

图表32015-2019年中国国内旅游人均花费统计

图表42015-2019年中国入境游各国家和地区人数规模统计

图表52019年中国入境旅游各大洲人数份额图

图表62015-2019年中国入境旅游接待人数情况

图表72015-2019年中国入境旅游外汇收入规模统计

图表82019年中国入境旅游主要客源结构情况

更多图表见正文……

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202107/228554.html>