

2021-2027年中国西藏旅游 市场深度评估与投资战略报告

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年中国西藏旅游市场深度评估与投资战略报告》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/202107/228630.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”是旅行，外出，即为了实现某一目的而在空间上从甲地到乙地的行进过程；“游”是外出游览、观光、娱乐，即为达到这些目的所作的旅行。二者合起来即旅游。所以，旅行偏重于行，旅游不但有“行”，且有观光、娱乐含义。

中企顾问网发布的《2021-2027年中国西藏旅游市场深度评估与投资战略报告》共十四章。首先介绍了西藏旅游行业市场发展环境、西藏旅游整体运行态势等，接着分析了西藏旅游行业市场运行的现状，然后介绍了西藏旅游市场竞争格局。随后，报告对西藏旅游做了重点企业经营状况分析，最后分析了西藏旅游行业发展趋势与投资预测。您若想对西藏旅游产业有个系统的了解或者想投资西藏旅游行业，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 旅游行业简述

1.1 旅游行业概念阐释

1.1.1 旅游行业的定义

1.1.2 旅游类型的划分

1.1.3 旅游产业的特征

1.2 旅游行业重要地位

1.2.1 国民经济的重要组成部分

1.2.2 中国经济发展的先导部门

1.2.3 中国战略性支柱产业

第二章 2015-2019年西藏旅游业的市场环境分析

2.1 经济环境

2.1.1 国际经济及其影响

2.1.2 中国经济运行现状

2.1.3 西藏经济发展现状

2.1.4 经济发展趋势分析

2.2 社会环境

2.2.1 西藏人口规模情况

2.2.2 西藏消费市场现状

2.2.3 西藏城镇体系状况

2.2.4 西藏生态环境状况

2.3 资源环境

2.3.1 西藏自然旅游资源

2.3.2 西藏人文旅游资源

2.3.3 西藏旅游资源特色

2.3.4 西藏旅游资源评价

2.4 交通环境

2.4.1 西藏航空交通现状

2.4.2 西藏公路交通现状

2.4.3 西藏铁路交通现状

2.4.4 西藏交通发展前景

2.5 产业环境

2.5.1 旅游业迈入新时代

2.5.2 中国旅游产业现状

2.5.3 中国旅游消费价格

2.5.4 中国旅游环境状况

第三章 2015-2019年西藏旅游业的政策环境分析

3.1 2015-2019年中国旅游业政策背景分析

3.1.1 近年重要政策

3.1.2 重点政策解读

3.1.3 相关政策分析

3.1.4 产业发展规划

3.2 2015-2019年国家对西藏旅游业的扶持政策

3.2.1 国家扶持措施

3.2.2 新政制定进展

3.2.3 旅游援藏政策

3.3 2015-2019年西藏政府发展旅游业的政策

- 3.3.1 旅游条例修改
- 3.3.2 市场监管措施
- 3.3.3 鼓励投资政策
- 3.3.4 产业转型部署
- 3.3.5 产业发展规划
- 3.3.6 地方重要政策
- 3.4 新旅游法对西藏旅游业的积极影响
 - 3.4.1 行业监管加强
 - 3.4.2 提升服务质量
 - 3.4.3 规范市场秩序
 - 3.4.4 行业面临转折

第四章 2015-2019年西藏旅游业的总体现状分析

- 4.1 2019年西藏旅游业简要回顾
 - 4.1.1 市场经济状况
 - 4.1.2 行业发展特点
 - 4.1.3 游客满意质量
- 4.2 2019年西藏旅游业发展分析
 - 4.2.1 旅游资源开发
 - 4.2.2 旅游产业规模
 - 4.2.3 旅游经济运行
 - 4.2.4 旅游接待能力
 - 4.2.5 市场发展亮点
 - 4.2.6 行业辐射效应
- 4.3 2019年西藏旅游业发展分析
 - 4.3.1 旅游经济运行
 - 4.3.2 市场发展亮点
 - 4.3.3 旅游建设加快
 - 4.3.4 产业战略合作
 - 4.3.5 行业发展动向
- 4.4 2015-2019年西藏假日旅游经济分析
 - 4.4.1 春节旅游市场

- 4.4.2 国庆旅游市场
- 4.4.3 其他假日市场
- 4.5 西藏旅游业的制约因素及发展建议
 - 4.5.1 主要制约因素
 - 4.5.2 产业开发方向
 - 4.5.3 解决瓶颈问题
 - 4.5.4 市场促进措施
 - 4.5.5 加强旅游基建
 - 4.5.6 加快人才建设
- 4.6 循环经济视角下西藏旅游业的可持续发展
 - 4.6.1 循环经济的内涵
 - 4.6.2 循环经济的必然选择
 - 4.6.3 基于循环经济的发展策略
 - 4.6.4 可持续发展的主要路径

第五章 2015-2019年西藏旅游产业竞争力的评价分析

- 5.1 西藏旅游业的地位
 - 5.1.1 在西藏的地位
 - 5.1.2 在全国的地位
- 5.2 西藏旅游业发展与经济增长的相关性分析
 - 5.2.1 理论概述
 - 5.2.2 变量选择
 - 5.2.3 数据处理
 - 5.2.4 实证检验
 - 5.2.5 分析结论
 - 5.2.6 政策建议
- 5.3 国内入藏游客对西藏旅游形象感知的分析
 - 5.3.1 研究设计和数据提取
 - 5.3.2 基于旅游动机的游客分类
 - 5.3.3 游客对西藏旅游形象的感知
 - 5.3.4 三类旅游形象之间的关系
 - 5.3.5 总结与分析

5.4 西藏打造世界旅游目的地的条件及方向

5.4.1 西藏旅游发展的巨大成就

5.4.2 处于非均衡发展的初级阶段

5.4.3 世界旅游目的地的具备要素

5.4.4 西藏应打造世界级的生活环境

第六章 2015-2019年西藏文化旅游业的发展分析

6.1 旅游、文化产业的融合机制

6.1.1 相互依存

6.1.2 共生互融

6.1.3 互促共进

6.2 以文化打造西藏“幸福旅游”产业

6.2.1 文化是西藏旅游的血脉

6.2.2 非物质文化是精髓

6.2.3 物质文化是载体

6.2.4 自然景观是源泉

6.2.5 幸福旅游是目标

6.3 西藏民族文化旅游资源的开发分析

6.3.1 民族文化旅游资源状况

6.3.2 民族文化旅游开发状况

6.3.3 民族文化旅游主要问题

6.3.4 民族文化旅游开发思路

6.4 西藏宗教文化对旅游业发展的影响分析

6.4.1 西藏宗教文化的传承

6.4.2 宗教文化对旅游业的影响

6.4.3 旅游观光是核心内容

6.4.4 宗教文化节日的利用

6.5 西藏文化旅游业的品牌打造

6.5.1 旅游演艺品牌

6.5.2 民族手工业品牌

6.5.3 民俗旅游品牌

6.5.4 民族节庆品牌

6.6 西藏文化旅游业的发展方向

6.6.1 坚持文化为魂

6.6.2 发展精品旅游

6.6.3 转变发展方式

6.6.4 实现可持续发展

第七章 2015-2019年拉萨市旅游业发展分析

7.1 2019年拉萨旅游业发展分析

7.1.1 行业增长态势

7.1.2 旅游接待能力

7.1.3 旅游工作进展

7.1.4 基础设施建设

7.1.5 特色旅游发展

7.2 2015-2019年拉萨旅游业发展分析

7.2.1 旅游经济运行

7.2.2 产业地位提升

7.2.3 行业发展特色

7.2.4 市场发展热点

7.2.5 区域发展情况

7.3 拉萨节庆旅游发展现状分析

7.3.1 节庆旅游的现状

7.3.2 存在的问题分析

7.3.3 发展对策及建议

7.4 拉萨旅游业的发展定位分析

7.4.1 功能定位

7.4.2 产业定位

7.4.3 区域定位

7.5 拉萨旅游业的发展战略分析

7.5.1 主要存在问题

7.5.2 环保先行战略

7.5.3 产品提升战略

7.5.4 龙头带动战略

- 7.5.5 产业联动战略
- 7.5.6 区域互动战略
- 7.5.7 节庆推动战略

第八章 2015-2019年林芝地区旅游业发展分析

8.1 林芝地区旅游资源概况及特点

- 8.1.1 地文景观类
- 8.1.2 水域风光类
- 8.1.3 生物景观类
- 8.1.4 古迹与建筑类
- 8.1.5 民族民俗类
- 8.1.6 旅游资源评价

8.2 2015-2019年林芝地区旅游业发展现状

- 8.2.1 旅游市场运行
- 8.2.2 旅游行业规模
- 8.2.3 行业发展特色
- 8.2.4 产业发展目标

8.3 2015-2019年林芝地区重点旅游区域分析

- 8.3.1 墨脱景区
- 8.3.2 巴松措景区
- 8.3.3 林芝县
- 8.3.4 波密县
- 8.3.5 察隅县

8.4 林芝旅游业发展存在的主要问题

- 8.4.1 产品缺乏创新
- 8.4.2 基础设施不足
- 8.4.3 专业人才缺乏
- 8.4.4 企业规模偏小
- 8.4.5 景区开发欠佳

8.5 林芝旅游业创新发展对策及建议

- 8.5.1 突出产业特色
- 8.5.2 整合旅游资源

8.5.3 扩展消费空间

8.5.4 组建龙头企业

第九章 2015-2019年日喀则地区旅游业发展分析

9.1 日喀则旅游业发展的区位和资源条件及评价

9.1.1 自然区位

9.1.2 经济区位

9.1.3 交通区位

9.1.4 旅游区位

9.1.5 资源条件

9.2 2015-2019年日喀则地区旅游业发展现状

9.2.1 旅游市场运行

9.2.2 开拓旅游市场

9.2.3 旅游城镇建设

9.2.4 县域旅游经济

9.3 “拉日铁路”对日喀则文化旅游产业发展的影响分析

9.3.1 日喀则交通条件的现状

9.3.2 青藏铁路对西藏经济的影响

9.3.3 青藏铁路对日喀则旅游业的影响

9.3.4 拉日铁路通车对日喀则经济的影响

9.3.5 结论与建议

9.4 日喀则地区旅游开发策略

9.4.1 旅游产品开发策略

9.4.2 旅游产品的线路组合策略

9.4.3 旅游产品开发空间布局策略

第十章 2015-2019年西藏其他重要旅游地区分析

10.1 昌都地区

10.1.1 旅游市场运行

10.1.2 旅游资源开发

10.1.3 规范旅游市场

10.1.4 县域旅游经济

10.2 阿里地区

10.2.1 旅游市场运行

10.2.2 旅游项目建设

10.2.3 完善旅游市场

10.2.4 旅游行业热点

10.3 山南地区

10.3.1 旅游市场运行

10.3.2 行业发展措施

10.3.3 假日旅游经济

10.3.4 县域旅游经济

第十一章 西藏旅游业重点企业发展状况分析

11.1 西藏旅游股份有限公司

11.1.1 企业发展概况

11.1.2 经营效益分析

11.1.3 业务经营分析

11.1.4 财务状况分析

11.1.5 未来前景展望

11.2 拉萨布达拉旅游文化集团

11.2.1 企业发展概况

11.2.2 项目投资动向

11.2.3 旅游线路打造

11.2.4 企业发展方向

11.3 其他主要企业概况

11.3.1 西藏旅游总公司（西藏中国国际旅行社）

11.3.2 拉萨市旅游有限公司

11.3.3 西藏山南中国国际旅行社

11.3.4 西藏哈达国际旅行社

第十二章 西藏旅游业的投资潜力分析

12.1 中国旅游业投资机遇

12.1.1 国际化机遇

- 12.1.2 市场需求机遇
- 12.1.3 交通支撑机遇
- 12.1.4 转型升级机遇
- 12.2 西藏旅游业投资机遇
 - 12.2.1 特色资源优势
 - 12.2.2 战略发展机遇
 - 12.2.3 产业后发优势
 - 12.2.4 产业政策机遇
 - 12.2.5 社会效益明显
- 12.3 西藏旅游业投资现状
 - 12.3.1 招商引资动态
 - 12.3.2 行业投资热点
 - 12.3.3 旅游项目建设投入
 - 12.3.4 旅游投融资渠道少
- 12.4 西藏旅游业重点投资项目动态
 - 12.4.1 文化旅游创意园区项目
 - 12.4.2 甲玛景区项目
 - 12.4.3 暗夜保护区项目
 - 12.4.4 拉乌山国际自驾露营地项目
 - 12.4.5 文化坛城项目
 - 12.4.6 汽车露营项目
 - 12.4.7 藏艺文博园项目
 - 12.4.8 藏文化创意孵化中心项目
 - 12.4.9 拉萨民族手工业园项目

第十三章 西藏旅游业的投资风险预警

- 13.1 旅游业壁垒分析
 - 13.1.1 技术壁垒
 - 13.1.2 品牌与网络壁垒
 - 13.1.3 行为性壁垒
 - 13.1.4 退出壁垒
- 13.2 宏观经济环境风险

- 13.2.1 国际经济风险
- 13.2.2 国内经济风险
- 13.2.3 西藏经济风险
- 13.3 行业社会成本分析
 - 13.3.1 环境成本
 - 13.3.2 建设成本
 - 13.3.3 交通成本
- 13.4 项目投资开发风险
 - 13.4.1 决策风险
 - 13.4.2 市场风险
 - 13.4.3 区位选择风险
 - 13.4.4 政策风险
- 1.3 自然等外部因素风险
 - 13.4.5 自然灾害
 - 13.4.6 人为灾害
 - 13.4.7 安全因素
 - 13.4.8 生态风险
- 13.5 投资风险的防范
 - 13.5.1 有效控制决策风险
 - 13.5.2 有效控制市场风险
 - 13.5.3 正确进行区位选择
 - 13.5.4 正确面对政策风险

第十四章 西藏旅游业前景及趋势预测

- 14.1 中国旅游业发展前景展望
 - 14.1.1 正处于重大机遇期
 - 14.1.2 市场需求空间广阔
 - 14.1.3 国际市场前景乐观
- 14.2 西藏旅游产业发展前景展望
 - 14.2.1 产业面临形势分析
 - 14.2.2 未来产业发展格局
 - 14.2.3 发展高原生态旅游

- 14.2.4 建成世界旅游目的地
- 14.3 2021-2027年西藏旅游市场规模预测
 - 14.3.1 2021-2027年国内游客人数预测
 - 14.3.2 2021-2027年国内旅游收入预测
 - 14.3.3 2021-2027年入境游客人数预测
 - 14.3.4 2021-2027年旅游外汇收入预测

部分图表目录：

- 图表 2019年西藏自治区经济运行情况示意图
 - 图表 本轮《旅游法》立法大事件
 - 图表 西藏居民消费价格指数、地区生产总值指数及历年汇率
 - 图表 西藏旅游总收入、外汇收入及地区生产总值实际值和自然对数值
 - 图表 ADF检验结果
 - 图表 残差的ADF检验
 - 图表 格兰杰检验结果
 - 图表 三种游客的动机特征
 - 图表 西藏旅游认知形象的因子分析
 - 图表 游客对最能代表西藏形象元素的认知
 - 图表 西藏旅游的情感形象
 - 图表 西藏旅游整体形象
 - 图表 认知形象、情感形象和整体形象之间的关系
 - 图表 情感形象在认知形象对总体形象影响中的中介作用（全体游客）
 - 图表 情感形象在认知形象对总体形象影响中的中介作用（游览者）
 - 图表 情感形象在认知形象对总体形象影响中的中介作用（深度体验者）
 - 图表 日喀则地区的自然区位
 - 图表 日喀则地区的交通区位
- 更多图表见正文.....

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202107/228630.html>