2022-2028年中国山西省旅游综合体产业发展现状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

《2022-2028年中国山西省旅游综合体产业发展现状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/202203/276085.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

旅游业是很多城市或地区的支柱性产业，在国计民生中起着不可忽视的作用。我国有很多典型的旅游城市，例如三亚、丽江、焦作、黄山、敦煌等等，都是以旅游为核心，全面带动整体经济发展的城市。旅游景区是旅游业的核心要素，是旅游产品的主体成分，是旅游产业链的中心环节，是旅游消费的吸引中心，是旅游产业面的辐射中心。　　中国旅游业已经从大众观光的“门票旅游时代”向深度休闲度假的“泛旅游时代”转变，在此背景下，融合了观光、游乐、休闲、运动等多种旅游功能的旅游综合体成为满足人们多样化度假需求的必由目的地。为更好地顺应市场的需求、创造更大的综合效益，政府机构、旅游集团和地产企业，在区域土地综合开发项目上，都越来越多地指向了“旅游综合体”这一全新模式。据统计，南至海南岛，北到长白山，西至大漠边睡新疆，东沿海岸线蔓延，全国有上百个旅游综合体项目。旅游综合体开发热潮在未来五年甚至更长一段时期内必将继续存在，这是中国旅游产业转型的方向、地产开发创新的方向，也是政府引导区域升级的方向。

山西，简称“晋”，中华人民共和国省级行政区，省会太原，位于中国华北，山西界于北纬34°34′-40°44′，东经110°14′-114°33′之间，东与河北为邻，西与陕西相望，南与河南接壤，北与内蒙古毗连，总面积15.67万平方千米。

山西省地势呈东北斜向西南的平行四边形，是典型的为黄土覆盖的山地高原，地势东北高西南低。高原内部起伏不平，河谷纵横，地貌有山地、丘陵、台地、平原，山区面积占总面积的80.1%。山西省地跨黄河、海河两大水系，河流属于自产外流型水系。山西省地处中纬度地带的内陆，属温带大陆性季风气候。

截至2018年末，山西省下辖11个省辖市、11个县级市、81个县、25个市辖区，常住人口3718.34万人。

2018年山西省实现地区生产总值15958.1亿元，2019年实现地区生产总值17026.68亿元，同比增长6.2%。其中，第一产业增加值824.72亿元，增长2.1%，占地区生产总值的比重4.8%；第二产业增加值7453.09亿元，增长5.7%，占地区生产总值的比重43.8%；第三产业增加值8748.87亿元，增长7.0%，占地区生产总值的比重51.4%。2016-2019年山西三大产业增加值及增长走势

中企顾问网发布的《2022-2028年中国山西省旅游综合体产业发展现状与投资方向研究报告》共九章。首先介绍了中国山西省旅游综合体行业市场发展环境、山西省旅游综合体整体运行态势等，接着分析了中国山西省旅游综合体行业市场运行的现状，然后介绍了山西省旅游综合体市场竞争格局。随后，报告对山西省旅游综合体做了重点企业经营状况分析，最后分析了中国山西省旅游综合体行业发展趋势与投资预测。您若想对山西省旅游综合体产业有个

系统的了解或者想投资中国山西省旅游综合体行业，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 旅游综合体相关概述
第一节 旅游综合体概念
一、旅游综合体的定义
二、旅游综合体的作用
第二节 旅游综合体的特征
一、功能的核心性
二、空间的延展性
三、产业的相关性
四、服务高品质性
第三节 旅游综合休相关概念辨析
一、与城市综合体的关系
（一）核心功能
（二）服务对象与目的
二、与旅游产业集群的关系
（一）范围界定
（二）核心功能
三、与旅游地产的关系
（一）开发模式
（二）主要目的
第四节 旅游综合体的内涵
一、旅游产业化是背景
二、空间集聚是基础条件
三、多重要素整合是本质
四、旅游休闲是导向
五、商业运作是盈利点

六、土地使用效益优化是目标
七、综合功能是特征

第二章 中国旅游业发展分析
第一节 中国旅游总体规模分析
一、中国居民旅游人数规模
二、城镇居民国内旅游情况
三、农村居民国内旅游情况
四、国内居民旅游花费总额
第二节 中国入境旅游市场分析
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
四、港澳台入境游客规模分析
第三节 中国出境旅游市场分析
一、居民出境旅游人数分析
二、因私出境旅游人数分析
三、赴日旅游市场状况分析
四、赴台旅游市场状况分析
第四节 黄金周及假日旅游市场分析
一、元旦小长假旅游市场分析
二、春节黄金周旅游市场分析
三、清明小长假旅游市场分析

第三章 山西省旅游市场环境分析
第一节 山西省宏观经济环境分析
一、山西省GDP增长情况分析
二、山西省工业经济形势分析
三、山西省固定资产投资分析
四、山西省经济形势发展展望
第二节 山西省旅游政策环境分析
一、中国旅游行业相关政策分析

二、国家金融支持旅游相关政策
三、山西省旅游行业相关政策分析
四、山西省旅游产业规划政策分析
第三节 山西省旅游行业社会环境
一、山西省人口规模及结构分析
二、法定节假日带薪假期实施
三、城乡居民收入与消费状况
四、山西省旅游交通基础情况

第四章 山西省旅游市场分析

2019年山西省游客客源地流量占比较往年变化不大，省内、省外游客量平分客源市场，占比分别为43.91%、56.09%。随着山西旅游外宣力度的扩大及“夏养山西”等区域旅游形象的形成，省外客源增长表现喜人。2019年山西省游客客源地流量占比

第一节 山西省旅游市场规模分析
一、国内旅游收入规模分析
二、旅游外汇收入规模分析
三、旅行社数量及人员分析
第二节 山西省入境旅游市场规模分析
一、入境旅游收入规模分析
二、入境游客人数规模分析
三、入境旅游客源分布情况
四、山西省出境旅游市场规模分析
第三节 山西省黄金周及假日旅游市场分析
一、十一黄金周旅游市场分析
二、元旦小长假旅游市场分析
三、春节黄金周旅游市场分析
四、清明小长假旅游市场分析
第四节 山西省旅游细分市场发展分析
一、山西省生态旅游市场分析
二、山西省红色旅游市场分析
三、山西省乡村旅游市场分析
四、山西省会议旅游市场分析

五、山西省温泉旅游市场分析

第五章 山西省旅游综合体开发运营模式及借鉴案例
第一节 中国旅游综合体发展现状
一、旅游综合体开发现状
二、旅游综合体开发特点
三、旅游综合体开发策略
四、旅游综合体开发模式
第二节 山西省旅游综合体开发运营模式
一、政府运营模式
（一）政府角色定位
（二）政府运作关键要点
二、企业运营模式
（一）企业角色定位
（二）企业运作商业模式
（三）企业运作流程分析
第三节 山西省旅游综合体盈利模式分析
一、传统观赏旅游收入模式
二、体验式观赏旅游收入模式
三、休闲旅游收入模式
四、度假旅游收入模式
五、旅游房地产收入模式
六、区域开发收入模式
第四节 山西省旅游综合体开发模式借鉴
一、以娱乐功能为核心的开发模式
（一）模式发展基本概述
（二）模式开发运营特征
（三）模式开发运营战略
（四）典型案例运营分析
二、以休闲度假功能为核心的开发模式
（一）模式发展基本概述
（二）模式开发运营特征

（三）模式开发运营战略
（四）典型案例运营分析
三、以综合购物功能为核心的开发模式
（一）模式发展基本概述
（二）模式开发运营特征
（三）模式开发运营战略
（四）典型案例运营分析
四、以会展功能为核心的开发模式
（一）模式发展基本概述
（二）模式开发运营特征
（三）模式开发运营战略
（四）典型案例运营分析

第六章 山西省不同类型旅游综合体开发运营策略
第一节 温泉旅游综合体开发策略
一、项目开发特征分析
二、项目开发模式分析
三、项目投资开发条件
四、项目运营开发策略
第二节 滨水旅游综合体开发策略
一、项目开发特征分析
二、项目开发模式分析
三、项目投资开发条件
四、项目运营开发策略
第三节 度假区旅游综合体开发策略
一、项目开发特征分析
二、项目开发模式分析
三、项目投资开发条件
四、项目运营开发策略
第四节 主题公园综合体开发策略
一、项目开发特征分析
二、项目开发模式分析

三、项目投资开发条件
四、项目运营开发策略
第五节 高尔夫旅游综合体开发策略
一、项目开发特征分析
二、项目开发模式分析
三、项目投资开发条件
四、项目运营开发策略
第六节 文化创意旅游综合体开发策略
一、项目开发特征分析
二、项目开发模式分析
三、项目投资开发条件
四、项目运营开发策略
第七节 生态休闲旅游综合体开发策略
一、项目开发特征分析
二、项目开发模式分析
三、项目投资开发条件
四、项目运营开发策略
第八节 养生养老旅游综合体开发策略
一、项目开发特征分析
二、项目开发模式分析
三、项目投资开发条件
四、项目运营开发策略

第七章 山西省旅游及旅游综合体开发企业分析
第一节 企业A
一、企业发展基本情况
二、企业旅游产品分析
三、企业经营情况分析
四、企业竞争优势分析
五、企业发展策略分析
第二节 企业B
一、企业发展基本情况

二、企业旅游产品分析
三、企业经营情况分析
四、企业竞争优势分析
五、企业发展策略分析
第三节 企业C
一、企业发展基本情况
二、企业旅游产品分析
三、企业经营情况分析
四、企业竞争优势分析
五、企业发展策略分析
第四节 企业D
一、企业发展基本情况
二、企业旅游产品分析
三、企业经营情况分析
四、企业竞争优势分析
五、企业发展策略分析
第五节 企业E
一、企业发展基本情况
二、企业旅游产品分析
三、企业经营情况分析
四、企业竞争优势分析
五、企业发展策略分析

第八章 2022-2028年山西省旅游综合体投资前景分析
第一节 2022-2028年山西省旅游市场前景预测分析
一、山西省旅游行业发展目标
二、山西省旅游市场前景分析
三、山西省旅游市场前景预测
第二节 2022-2028年山西省旅游综合体投资前景分析
一、旅游综合体投资特性分析
二、旅游综合体投资趋势分析
三、山西省旅游综合体投资收益

四、山西省旅游综合体投资前景
第三节 2022-2028年山西省旅游综合体投资开发风险及控制
一、策划定位风险控制
二、地段选择风险控制
三、资金投入风险控制
四、市场运营风险控制
五、环境保护风险控制
第四节 2022-2028年山西省旅游综合体企业投资策略分析
一、以资产价值提升为基石
二、以功能价值创新为源泉
三、以品牌价值塑造为核心
四、以文化价值彰显为支点
五、以情感价值融入为纽带

第九章 山西省旅游综合体项目开发运营管理策略（）
第一节 旅游企业如何打造文化旅游综合体
一、综合打造为指引
（一）土地综合开发
（二）产业综合发展
（三）功能综合配置
（四）目标综合打造
二、定位突破为先导
（一）区域功能定位
（二）开发主题定位
三、功能构架为核心
（一）打造核心吸引中心
（二）构造休闲聚集中心
（三）创造延伸发展中心
第二节 旅游综合体开发中的利益均衡问题
一、关注各方利益的必要性
二、各相关主体的利益诉求
（一）旅游者

（二）社区
（三）旅游企业
（四）政府
（五）社会公众
第三节 山西省旅游综合体项目产品规划建议
一、项目总体规划设计原则
二、项目功能复合性规划建议
三、项目其他功能设施规划建议
第四节 山西省旅游综合体项目整合推广策略
一、媒体广告推广品牌策略分析
二、节庆活动推广景区品牌策略
三、公关活动推广景区品牌策略
四、口碑传播推广项目品牌策略（）

图表节选

图表 温泉旅游综合体发展路径
图表 滨水旅游综合体的开发手段
图表 主题公园综合体开发模式
图表 主题公园综合体客源市场分布图
图表 度假区综合体自身吸引力--休闲设施
图表 度假区旅游综合体配套功能与业态
图表 2022-2028年山西省国内旅游人数预测
更多图表请见正文……

详细请访问：http://www.cction.com/report/202203/276085.html