

2022-2027年中国旅游景区建设行业发展监测及投资方向研究报告

报告大纲

一、报告简介

华经情报网发布的《2022-2027年中国旅游景区建设行业发展监测及投资方向研究报告》涵盖行业最新数据，市场热点，政策规划，竞争情报，市场前景预测，投资策略等内容。更辅以大量直观的图表帮助本行业企业准确把握行业发展态势、市场商机动向、正确制定企业竞争战略和投资策略。本报告依据国家统计局、海关总署和国家信息中心等渠道发布的权威数据，以及我中心对本行业的实地调研，结合了行业所处的环境，从理论到实践、从宏观到微观等多个角度进行市场调研分析。

官网地址：<https://www.huaon.com/channel/tours/804629.html>

报告价格：电子版: 9000元 纸介版：9000元 电子和纸介版: 9200元

订购电话: 400-700-0142 010-80392465

电子邮箱: kf@huaon.com

联系人: 刘老师

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、报告目录及图表目录

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 旅游景区建设行业发展环境

第一章 旅游景区建设发展环境分析

第一节 旅游景区发展概况分析

一、旅游景区基本定义情况

二、旅游景区按旅游资源分类

三、旅游景区竞争力影响因素

四、旅游景区产业链结构分析

第二节 旅游景区政策环境分析

一、旅游景区行业管理体制分析

二、旅游景区行业重要政策汇总

三、旅游景区行业相关发展规划

第三节 旅游景区经济环境分析

一、国际宏观经济运行情况分析

二、国内宏观经济运行情况分析

第四节 旅游景区社会环境分析

一、法定节假日和带薪假期实施

二、我国的人口规模及年龄结构

三、我国居民收入水平现状分析

四、我国居民旅游消费变化分析

第五节 旅游景区交通环境分析

一、我国铁路投资建设现状分析

二、我国公路投资建设现状分析

三、我国水运投资建设现状分析

四、我国航空运输投资建设分析

第六节 旅游景区产业环境分析

一、我国旅游业发展特点分析

二、我国旅游业发展规模分析

三、我国旅游业发展前景分析

第二部分 旅游景区建设发展现状

第二章 中国旅游景区建设行业发展现状分析

第一节 旅游景区发展状况分析

一、旅游景区发展历程分析

二、旅游景区发展现状分析

三、旅游景区存在问题分析

四、旅游景区发展对策建议

第二节 旅游景区运营状况分析

一、旅游景区投资规模分析

二、旅游景区数量规模分析

三、旅游景区接待人数分析

四、旅游景区营业收入分析

五、旅游景区门票收入分析

第三节 旅游景区安全形势分析

一、旅游景区安全总体形势

二、旅游景区安全形势特点

三、影响旅游景区安全原因

四、旅游景区安全管理特点

五、旅游景区安全形势展望

第四节 资本投资旅游景区分析

一、资本投资旅游景区方向

二、资本投资旅游景区特征

三、资本投资旅游景区建议

第五节 智慧景区发展状况分析

一、智慧景区发展状况分析

二、智慧景区发展模式分析

三、智慧景区的变革与创新

四、智慧景区建设路径分析

五、智慧景区发展趋势分析

第六节 旅游景区向全域旅游转变分析

一、全域旅游发展概况分析

二、全域旅游发展状况分析

三、全域体验开发模式分析

四、城乡统筹下全域旅游发展分析

五、城乡统筹下全域旅游规划策略

六、旅游景区向全域旅游转变分析

第三章 国内外旅游景区开发与经营模式分析

第一节 国外旅游景区开发经营模式分析

第二节 国内旅游景区开发经营模式分析

第三节 国内外旅游景区开发经营模式比较

第四节 旅游景区开发经营发展状况分析

一、旅游景区开发经营现状分析

二、旅游景区开发中存在的问题

三、旅游景区经营中存在的问题

第五节 旅游景区开发经营发展策略分析

一、旅游景区开发相关策略分析

二、旅游景区经营相关策略分析

第四章 中国旅游景区门票现状及定价策略分析

第一节 旅游景区门票价格管理现状分析

一、旅游景区门票价格发展概述分析

二、旅游景区门票定价机制规范建议

三、旅游景区现有经营管理体制分析

四、旅游景区门票价格管理现状分析

五、旅游景区门票价格管理对策建议

第二节 不同类型旅游景区门票价格分析

一、不同类型景区门票价格问题分析

二、不同类型景区制度影响对比分析

三、对政府景区门票制度建设的建议

第三节 旅游景区门票价格规制策略分析

一、旅游景区门票价格规制措施梳理

二、旅游景区门票价格规制主要问题

三、旅游景区门票价格规制对策建议

第四节 旅游景区门票价格过高对策分析

一、旅游景区门票价格发展背景分析

二、旅游景区门票价格过高原因分析

三、旅游景区门票价格过高影响分析

四、旅游景区门票价格过高解决对策

第五节 我国旅游景区门票定价策略分析

一、我国旅游景区门票定价依据分析

二、旅游景区门票合理定价有效策略

第六节 不同阶段旅游景区门票定价模型

- 一、运营初期旅游景区门票定价分析
- 二、盈亏平衡期旅游景区门票定价分析
- 三、优势竞争期旅游景区门票定价分析

第五章 中国旅游景区营销渠道及互联网营销分析

第一节 旅游景区营销现状分析

- 一、旅游景区营销管理现状分析
- 二、旅游景区旺季营销策略现状
- 三、旅游景区淡季营销策略现状
- 四、旅游景区淡旺季营销策略分析

第二节 旅游景区营销渠道分析

- 一、旅游景区营销渠道发展概况分析
- 二、旅游景区营销渠道主要模式分析
- 三、旅游景区营销渠道选择优化分析

第三节 旅游景区网络营销分析

- 一、旅游景区网络营销SWOT分析
- 二、旅游景区网络营销策略分析

第四节 “互联网+”模式下旅游景区营销模式分析

- 一、互联网+模式下的旅游景区营销必要性
- 二、互联网+模式下的旅游景区营销模式探讨
- 三、互联网+模式下的旅游景区营销模式构建

第五节 移动互联网背景下旅游景区营销分析

- 一、旅游景区微信营销战略分析
- 二、旅游景区APP营销战略分析
- 三、旅游景区微博营销战略分析

第三部分 旅游景区建设市场领航分析

第六章 中国主要类型旅游景区运营状况分析

第一节 自然景观类旅游景区运营状况分析

- 一、风景名胜类旅游景区
- 二、森林公园
- 三、自然保护区
- 四、地质公园
- 五、野生动植物园

第二节 人文景观类旅游景区运营状况分析

- 一、文化古迹类

二、红色旅游类

三、民俗风情旅游类

四、城镇与产业观光类

第三节 经济开发型景区运营状况分析

一、主题公园

二、旅游度假区

第七章 中国“互联网+景区”运营状况分析

第一节 “互联网+景区”发展状况分析

一、“互联网+景区”发展背景分析

二、“互联网+景区”发展模式分析

三、“互联网+景区”发展基础分析

四、“互联网+景区”的自媒体建设

五、“互联网+景区”O2O全面升级分析

六、“互联网+景区”发展理念分析

第二节 在线景区门票市场发展状况分析

一、在线旅游度假市场结构分析

二、在线门票市场规模增长分析

三、高星景区渠道销售状况分析

第三节 在线景区旅游用户行为分析

一、在线景区旅游用户出行行为分析

二、在线景区旅游用户预订行为分析

三、在线景区旅游用户属性情况分析

第四节 “互联网+景区”案例分析

一、黄山风景区

二、长隆旅游度假区

三、驴妈妈

四、票管家

第五节 “互联网+景区”发展趋势分析

一、智慧景区建设不断优化完善

二、主题公园类人造景区发展迅速

三、景区O2O进一步整合分析

第四部分 旅游景区建设竞争格局

第八章 中国旅游景区建设区域市场分析

第一节 浙江省旅游景区运营状况分析

一、浙江省旅游行业发展现状分析

- 二、浙江省旅游行业运营状况分析
- 三、浙江省旅游景区发展现状分析
- 四、浙江省旅游景区运营状况分析
- 五、浙江省旅游景区发展对策建议
- 第二节 山东省旅游景区运营状况分析
 - 一、山东省旅游行业发展现状分析
 - 二、山东省旅游行业运营状况分析
 - 三、山东省旅游景区发展现状分析
 - 四、山东省旅游景区运营状况分析
 - 五、山东省旅游景区发展对策建议
- 第三节 安徽省旅游景区运营状况分析
 - 一、安徽省旅游行业发展现状分析
 - 二、安徽省旅游行业运营状况分析
 - 三、安徽省旅游景区发展现状分析
 - 四、安徽省旅游景区运营状况分析
 - 五、安徽省旅游景区发展对策建议
- 第四节 广东省旅游景区运营状况分析
- 第五节 江苏省旅游景区运营状况分析
- 第六节 四川省旅游景区运营状况分析
- 第七节 河南省旅游景区运营状况分析
- 第八节 湖北省旅游景区运营状况分析
- 第九节 陕西省旅游景区运营状况分析
- 第十节 北京市旅游景区运营状况分析
- 第九章 中国重点旅游景区及开发企业经营分析
 - 第一节 中国重点5A景区经营情况分析
 - 一、故宫博物院
 - 二、黄山风景区
 - 三、杭州西湖风景名胜区
 - 四、颐和园
 - 五、峨眉山风景区
 - 六、乌镇古镇旅游区
 - 七、云台山风景名胜区
 - 八、广州市长隆旅游度假区
 - 九、拉萨市大昭寺
 - 十、九寨沟风景名胜区

十一、华山风景名胜区

十二、深圳华侨城旅游度假区

十三、湖北省神龙架旅游区

十四、承德避暑山庄及周围寺庙景区

十五、长白山景区

第二节 重点旅游景区开发运营企业分析

一、重庆旅游投资集团有限公司

二、华侨城集团有限公司

三、北京首都旅游集团有限责任公司

四、浙江省旅游投资集团有限公司

五、福建省旅游发展集团有限公司

六、安徽省旅游集团有限责任公司

第五部分 旅游景区发展趋势

第十章 中国旅游景区行业发展趋势预测

第一节 2022-2027年旅游景区行业发展影响因素

一、旅游景区发展有利因素

二、旅游景区发展不利因素

第二节 2022-2027年旅游景区行业发展前景预测

一、旅游景区发展规划分析

二、旅游景区发展前景展望

第三节 2022-2027年旅游景区行业发展趋势预测

一、旅游景区投资趋势分析

二、旅游景区市场趋势分析

三、旅游景区产品趋势分析

四、旅游景区运营趋势分析

第六部分 旅游景区投资战略规划

第十一章 中国旅游景区投资战略规划

第一节 2022-2027年旅游景区投资风险分析

一、旅游景区投资风险分析

二、旅游景区投资风险对策

第二节 2022-2027年旅游景区投资机会分析

一、旅游景区投资环境分析

二、旅游景区投资价值分析

三、旅游景区投资机会分析

四、旅游景区行业投资机遇

第三节 2022-2027年旅游景区投资战略规划

- 一、旅游景区总体投资战略
- 二、不同类型旅游景区投资策略分析
- 三、旅游景区发展战略分析

第四节 旅游景区投资模式分析

- 一、旅游景区投资模式发展概述
- 二、政府财政导向投资模式分析
- 三、市场机制导向投资模式分析

第五节 旅游景区投资模式构建

- 一、景区旅游资源和旅游产品
- 二、旅游资源类型分析
- 三、旅游景区分类情况
- 四、旅游景区产品分类
- 五、旅游景区分类投资模式

第六节 旅游景区投资政策建议

- 一、旅游景区项目宏观调控分析
- 二、旅游景区分级分类指导分析
- 三、旅游景区取土投资渠道分析
- 四、旅游景区投资环境改善分析

第十二章 中国旅游景区经营模式及融资策略分析

第一节 民营旅游景区运营模式分析（HJ ZJH）

- 一、民营旅游景区运行现状分析
- 二、民营旅游景区运营模式构建原则
- 三、民营旅游景区运营模式构建策略

第二节 旅游景区类企业盈利模式分析

- 一、景区类企业盈利模式内涵分析
- 二、景区类企业盈利模式发展历程
- 三、景区类企业产业链盈利模式模型设计
- 四、景区类企业盈利质量的“产业链盈利模式”发展建议

第三节 景区类旅游企业融资策略分析

- 一、景区类旅游企业阶段性划分情况
- 二、不同融资方式对企业成长的影响作用
- 三、景区类旅游企业阶段性融资方式选择

图表目录：

图表：旅游景区按旅游资源主体性质划分

图表：旅游景区按管理级别划分

图表：国内旅游景区的开发经营模式比较

图表：我国旅游景区管理体制

图表：我国旅游景区管理政策

图表：2017-2021年中国国内生产总值及其增长速度

图表：2017-2021年我国民航旅客运输量及同比增速

图表：2017-2021年中国国内旅游人数

图表：2017-2021年中国国内旅游收入

图表：2017-2021年中国国内旅游人均花费及增长率

更多图表见正文.....

详细请访问：<https://www.huaon.com/channel/tours/804629.html>