

2017-2023年中国广东省旅游景区市场供需预测及 投资战略研究报告

报告大纲

一、报告简介

智研咨询发布的《2017-2023年中国广东省旅游景区市场供需预测及投资战略研究报告》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.chyxx.com/research/201709/565555.html>

报告价格：电子版: 9800元 纸介版：9800元 电子和纸介版: 10000元

订购电话: 010-60343812、010-60343813、400-600-8596、400-700-9383

电子邮箱: sales@chyxx.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

粤港澳大湾区提上日程，旅游小镇开发再获动力
中央着手发展粤港澳大湾区，旅游业直接受益。国务院总理李克强 4 月 11 日上午在中南海紫光阁会见林郑月娥，表示中央政府要研究制定粤港澳大湾区发展规划。广东省旅游资源丰富,类型多样。2016 年广东全省接待国内过夜游客 3.62 亿人次，增长 10.4%，入境过夜游客 3518.39 万人次，增长 2.1%；旅游总收入达 11560 亿元、同比增长 11.5%；

旅游各项主要指标继续保持全国第一。
根据规划，“十三五”期间，广东省旅游总收入年均增长 9%以上，旅游直接投资年均增长 14%以上。到 2020 年，接待过夜游客总量超 5 亿人次，旅游投资总额 2000 亿元，旅游业总收入达 1.6 万亿元。期间将建设 20 个左右国家级全域旅游示范区和 40 个左右省级全域旅游示范区，重点包括建设粤港澳大湾区世界级旅游区和珠三角地区全域旅游城市群，建设 100 个特色旅游城镇和旅游小镇。

广东省旅游收入 2016 年继续稳居全国第一

资料来源：公开资料整理

广东省接待过夜游客数量稳步上升（单位：百万人次）

资料来源：公开资料整理

智研咨询发布的《2017-2023年中国广东省旅游景区市场供需预测及投资战略研究报告》共九章。首先介绍了中国广东省旅游景区行业市场发展环境、广东省旅游景区整体运行态势等，接着分析了中国广东省旅游景区行业市场运行的现状，然后介绍了广东省旅游景区市场竞争格局。随后，报告对广东省旅游景区做了重点企业经营状况分析，最后分析了中国广东省旅游景区行业发展趋势与投资预测。您若想对广东省旅游景区产业有个系统的了解或者想投资中国广东省旅游景区行业，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

2016年，国内旅游总人次44.4亿人次，同比增长11%；入境游1.38亿人次，出境游1.22亿人次，分别增长3.8%和4.3%。近年，中国国内游持续保持稳健增长，结构上出现一定的分化；出境游受地缘政治等冲击出现暂时性放缓。

2012-2016年国内游人次及增速

资料来源：公开资料整理

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 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 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 2017年黄金周及假日旅游分析

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

第五节 旅游景区市场发展现状分析

一、旅游景区定价政策分析

二、旅游景区市场规模分析

三、中国旅游景区百强分析

四、中国5A级旅游景区分析

第二章 2017年广东省旅游景区市场环境分析

第一节 2017年广东省宏观经济环境分析

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 2017年广东省旅游政策环境分析

一、旅游行业相关政策分析

二、国家金融支持旅游政策

三、广东省旅游行业相关政策

四、广东省旅游产业规划政策

第三节 广东省旅游景区社会环境分析

- 一、广东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、旅游交通基础设施建设情况

第四节 广东省旅游景区关联产业环境

- 一、旅行社数量分析
- 二、星级酒店数量分布
- 三、餐饮行业发展分析
- 四、文化演出市场分析

第三章 广东省旅游市场发展分析

第一节 广东省旅游人次及收入分析

- 一、居民旅游市场规模分析
 - (一) 国内旅游收入规模分析
 - (二) 国内旅游人数规模分析
 - (三) 旅游外汇收入规模分析
- 二、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
- 三、出境旅游市场规模分析
 - (一) 居民出境旅游人数分析
 - (二) 赴日旅游市场状况分析
 - (三) 赴台旅游市场状况分析

第二节 广东省黄金周及假日旅游分析

- 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

第三节 广东省特色旅游市场分析

- 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、会议旅游市场分析

第四章 广东省重点旅游景区经营分析

第一节 景区一

一、景区旅游人数及收入分析

- (一) 景区游览面积分析
- (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 景区二

一、景区旅游人数及收入分析

- (一) 景区游览面积分析
- (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

第三节 景区三

一、景区旅游人数及收入分析

- (一) 景区游览面积分析
- (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

第五章 广东省旅游景区经营管理分析

第一节 广东省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 广东省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 广东省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 广东省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 广东省旅游景区产品开发与形象定位

第一节 广东省旅游景区产品开发策略

一、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、广东省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) 旅游景区产品定位策略

第二节 广东省旅游景区市场细分与形象致胜策略

一、广东省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、广东省旅游景区形象致胜策略

- (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) 旅游景区形象定位的确定

第七章 广东省旅游景区市场营销策略分析

第一节 广东省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、旅游景区门票定价策略分析

第二节 广东省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、网络预订系统
- 四、其他渠道预订

第三节 广东省旅游景区品牌传播推广分析

- 一、旅游景区品牌传播意义
- 二、旅游景区品牌传播主体
- 三、旅游景区品牌传播内容
- 四、旅游景区品牌传播方式
- 五、旅游景区品牌传播媒介

第四节 广东省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、旅游景区微博营销策略

第八章 广东省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 广东省旅游景区服务标准及要求

一、旅游景区入口区服务

二、旅游景区解说服务

三、旅游景区餐饮服务

四、旅游景区购物服务

五、旅游景区交通服务

六、旅游景区其他服务

七、景区游客投诉服务

第三节 广东省旅游景区服务策略及建议

一、健全景区服务质量标准

二、重视投诉提高游客满意度

三、有效做好景区安全管理

第九章 2017-2023年广东省旅游市场前景与投资策略分析(ZY GXH)

第一节 2017-2023年广东省旅游市场前景预测分析

一、广东省旅游行业发展目标

二、广东省旅游市场前景分析

三、广东省旅游市场前景预测

(一) 国内游市场规模预测

(二) 入境游市场规模预测

第二节 2017-2023年广东省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 2017-2023年广东省旅游景区投资策略及建议

一、旅游景区项目投资方式

二、景区建设项目投资模式

三、规范旅游景区投资行为(ZY GXH)

图表目录：

图表：2011-2017年中国国内旅游人数增长趋势图

图表：2011-2017年中国国内旅游收入增长趋势图

图表：2011-2017年广东省国内旅游人数增长趋势图

图表：2011-2017年广东省国内旅游收入增长趋势图

图表：2011-2017年广东省重点旅游景区游览面积情况

图表：2011-2017年广东省重点旅游景区游客数量统计

图表：2012-2017年广东省重点旅游景区经营收入统计

图表：2012-2017年广东省重点旅游景区门票收入情况

图表：2012-2017年广东省重点旅游景区维护支出情况

图表：2017-2023年广东省国内旅游收入预测趋势图

图表：2017-2023年广东省国内旅游人数预测趋势图

详细请访问：<https://www.chyxx.com/research/201709/565555.html>