

# 2024-2030年中国旅游景区行业市场调查研究及投资策略研究报告

报告大纲

## 一、报告简介

智研咨询发布的《2024-2030年中国旅游景区行业市场调查研究及投资策略研究报告》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/202110/978465.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

智研咨询发布的《2024-2030年中国旅游景区行业市场调查研究及投资策略研究报告》共十三章。首先介绍了旅游景区行业市场发展环境、旅游景区整体运行态势等，接着分析了旅游景区行业市场运行的现状，然后介绍了旅游景区市场竞争格局。随后，报告对旅游景区做了重点企业经营状况分析，最后分析了旅游景区行业发展趋势与投资预测。您若想对旅游景区产业有个系统的了解或者想投资旅游景区行业，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 国内外旅游景区开发运营模式分析

#### 1.1 旅游景区定义及分类

##### 1.1.1 旅游景区定义

##### 1.1.2 旅游景区分类

#### 1.2 国际旅游景区开发管理模式对比分析

##### 1.2.1 美国旅游景区开发管理模式分析

(1) 旅游资源保护原则分析

(2) 管理体制分析

(3) 法律系统分析

(4) 规划决策系统分析

(5) 人事管理模式分析

(6) 资金管理模式分析

(7) 资源管理模式分析

(8) 服务管理模式分析

##### 1.2.2 日本旅游景区开发管理模式分析

(1) 管理体制分析

(2) 法律系统分析

(3) 景区计划分析

(4) 分区管理模式分析

(5) 资金管理模式分析

(6) 服务管理模式分析

### 1.2.3 德国旅游景区开发管理模式分析

- (1) 管理体制分析
- (2) 法律系统分析
- (3) 分区管理模式分析
- (4) 资金管理模式分析
- (5) 服务管理模式分析
- (6) 森林资源管理模式分析

### 1.2.4 美日德旅游景区开发管理模式比较

- (1) 管理理念比较
- (2) 管理体制比较
- (3) 法律体系比较
- (4) 资金来源比较
- (5) 参与机制比较
- (6) 经营模式比较

## 1.3 国际著名旅游景区开发分析与经验借鉴

### 1.3.1 美国黄石旅游景区开发分析

- (1) 景区发展概况
- (2) 旅游开发现状
- (3) 旅游开发特点

### 1.3.2 新西兰峡湾旅游景区开发分析

- (1) 景区发展概况
- (2) 旅游开发现状
- (3) 旅游开发特点

### 1.3.3 加拿大班夫旅游景区开发分析

- (1) 景区发展概况
- (2) 旅游开发现状
- (3) 旅游开发特点

### 1.3.4 国际旅游景区开发经验借鉴

## 1.4 中国旅游景区开发与运营模式分析

### 1.4.1 旅游景区开发与运营模式

- (1) 碧峰峡模式分析
- (2) 黄山模式分析
- (3) 浙江富春江模式分析
- (4) 净月潭模式分析
- (5) 凤凰模式分析

## 1.4.2 我国旅游景区开发与运营模式评价

### 第二章 中国旅游景区发展环境分析

#### 2.1 旅游景区政策环境分析

##### 2.1.1 旅游景区管理体制

##### 2.1.2 旅游景区相关政策与规划

(1) 国家支持旅游业发展政策分析

(2) 国家支持西部地区旅游业发展政策分析

(3) 国家扩大内需政策分析

#### 2.2 旅游景区经济环境分析

##### 2.2.1 行业与经济的相关性分析

##### 2.2.2 宏观经济环境分析

(1) 国际宏观环境分析

(2) 国内宏观环境分析

#### 2.3 旅游景区消费环境分析

##### 2.3.1 居民收入水平分析

##### 2.3.2 居民消费水平分析

##### 2.3.3 居民旅游消费分析

(1) 居民出游率变化

(2) 居民人均旅游消费情况

(3) 居民出游目的分析

#### 2.4 旅游景区社会环境分析

##### 2.4.1 法定节假日和带薪假期实施

##### 2.4.2 人口年龄结构分析

##### 2.4.3 社会结构分析

#### 2.5 旅游景区交通环境分析

##### 2.5.1 铁路投资建设情况

##### 2.5.2 公路投资建设情况

##### 2.5.3 港口运输业发展情况

##### 2.5.4 航空运输业发展情况

### 第三章 中国旅游景区发展状况分析

#### 3.1 旅游业发展分析

##### 3.1.1 旅游市场发展分析

(1) 国际旅游市场发展分析

- (2) 国内旅游市场发展分析
- 3.1.2 旅游业影响因素分析
  - (1) 旅游业驱动因素分析
  - (2) 旅游业制约因素分析
- 3.1.3 旅游业市场发展空间
- 3.2 旅游景区发展现状
  - 3.2.1 旅游景区发展历程
  - 3.2.2 旅游景区发展的特点
  - 3.2.3 旅游景区存在的问题
    - (1) 宏观管理体制问题分析
    - (2) 经营管理方式问题分析
    - (3) 景区融资渠道问题分析
    - (4) 景区恶性竞争问题分析
    - (5) 景区资源破坏和环境污染问题分析
  - 3.2.4 旅游景区市场竞争分析
    - (1) 旅游景区竞争现状分析
    - (2) 旅游景区竞争力影响因素
- 3.3 旅游景区经营分析
  - 3.3.1 旅游景区数量分析
  - 3.3.2 旅游景区接待游客数量分析
  - 3.3.3 旅游景区营业收入规模分析
  - 3.3.4 旅游景区门票收入分析
  - 3.3.5 新兴旅游景区发展情况分析
- 3.4 智慧景区建设情况分析
  - 3.4.1 智慧景区系统构成
  - 3.4.2 智慧景区发展现状
  - 3.4.3 景区景点电子商务发展情况
    - (1) 黄山景区电子商务发展情况
    - (2) 清江画廊电子商务发展情况
    - (3) 云台山电子商务发展情况
    - (4) 颐和园电子商务发展情况
    - (5) 青城山-都江堰电子商务发展情况
  - 3.4.4 智慧景区建设路径
    - (1) 智慧景区建设原则
    - (2) 智慧景区建设路径

- (3) 智慧景区信息化建设分析
- (4) 学习型组织如何创建
- (5) 智慧景区业务流程优化
- (6) 智慧景区战略联盟
- (7) 智慧景区危机管理

## 第四章 中国自然类旅游景区市场分析

### 4.1 自然类旅游景区发展分析

#### 4.1.1 自然类旅游景区发展现状

#### 4.1.2 自然类旅游景区分布情况

#### 4.1.3 自然类旅游景区发展前景

### 4.2 自然类旅游景区特色分析

#### 4.2.1 自然类旅游景区特征分析

#### 4.2.2 自然类旅游景区开发分析

##### (1) 自然类旅游景区开发类型

##### (2) 自然类旅游景区开发建议

#### 4.2.3 自然类旅游景区消费群体

#### 4.2.4 自然类旅游景区重游分析

### 4.3 自然类旅游景区经营分析

#### 4.3.1 自然类旅游景区经营情况

#### 4.3.2 自然类旅游景区收费情况

### 4.4 自然类旅游景区满意度与营销分析

#### 4.4.1 自然类旅游景区游客满意度影响因素

#### 4.4.2 自然类旅游景区旅游体验的塑造

##### (1) 审美体验如何塑造

##### (2) 教育体验如何塑造

##### (3) 娱乐体验如何塑造

##### (4) 逃避现实体验如何塑造

#### 4.4.3 自然类旅游景区营销策略

## 第五章 中国人文类旅游景区市场分析

### 5.1 人文类旅游景区发展分析

#### 5.1.1 人文类旅游景区发展现状

#### 5.1.2 人文类旅游景区分布情况

#### 5.1.3 人文类旅游景区发展前景

## 5.2 人文类旅游景区特色分析

### 5.2.1 人文类旅游景区特色分析

### 5.2.2 人文类旅游景区开发形式

### 5.2.3 人文类旅游景区消费群体

### 5.2.4 人文类旅游景区重游分析

## 5.3 人文类旅游景区经营分析

### 5.3.1 人文类旅游景区经营情况

### 5.3.2 人文类旅游景区收费情况

## 5.4 人文类旅游景区满意度与营销分析

### 5.4.1 人文类旅游景区游客满意度影响因素

### 5.4.2 人文类旅游景区旅游体验的塑造

(1) 审美体验如何塑造

(2) 教育体验如何塑造

(3) 娱乐体验如何塑造

(4) 逃避现实体验如何塑造

### 5.4.3 人文类旅游景区营销策略

## 5.5 热点人文类旅游景区分析

### 5.5.1 红色旅游景区发展机遇

### 5.5.2 红色旅游景区发展现状

### 5.5.3 红色旅游景区开发理念

(1) 红色旅游景区开发条件

(2) 红色旅游景区开发原则

### 5.5.4 红色旅游景区游客满意度分析

(1) 游客满意度影响因素分析

(2) 提高游客满意度的措施

## 第六章 中国主题景区类旅游景区市场分析

### 6.1 主题景区类旅游景区发展分析

#### 6.1.1 主题景区类旅游景区发展现状

(1) 主题景区类旅游景区发展历程

(2) 主题景区类旅游景区发展规模

#### 6.1.2 不同类型主题景区发展分析

(1) 文化类主题景区发展分析

(2) 游乐类主题景区发展分析

(3) 观光类主题景区发展分析



- (4) 情景模拟类主题景区发展分析
- 6.1.3 主题景区类旅游景区分布情况
  - (1) 文化类主题景区分布情况
  - (2) 游乐类主题景区分布情况
  - (3) 观光类主题景区分布情况
  - (4) 情景模拟类主题景区分布情况
- 6.1.4 主题景区类旅游景区发展前景
  - (1) 文化类主题景区发展前景
  - (2) 游乐类主题景区发展前景
  - (3) 观光类主题景区发展前景
  - (4) 情景模拟类主题景区发展前景
- 6.2 主题景区类旅游景区特色分析
  - 6.2.1 主题景区类旅游景区特征分析
  - 6.2.2 主题景区类旅游景区典型经营模式
    - (1) 华侨城经营模式分析
    - (2) 吴文化园经营模式分析
    - (3) 第三极经营模式分析
  - 6.2.3 主题景区类旅游景区开发成功要素
  - 6.2.4 主题景区类旅游景区消费群体分析
    - (1) 文化类主题景区消费群体分析
    - (2) 游乐类主题景区消费群体分析
    - (3) 观光类主题景区消费群体分析
    - (4) 情景模拟类主题景区消费群体分析
  - 6.2.5 主题景区类旅游景区重游情况
    - (1) 主题景区重游率情况分析
    - (2) 主题景区重游率低的原因
    - (3) 主题景区重游率提高策略
- 6.3 主题景区类旅游景区经营分析
  - 6.3.1 主题景区类旅游景区经营情况
    - (1) 主题景区收入规模分析
    - (2) 主题景区效益情况分析
      - 1) 主题景区经济效益分析
      - 2) 主题景区社会效益分析
  - 6.3.2 主题景区类旅游景区收费情况
    - (1) 文化类主题景区收费情况

- (2) 游乐类主题景区收费情况
- (3) 观光类主题景区收费情况
- (4) 情景模拟类主题景区收费情况
- 6.4 主题景区类旅游景区满意度分析
- 6.4.1 主题景区类旅游景区游客满意度影响因素
- 6.4.2 主题景区类旅游景区旅游体验如何塑造
  - (1) 娱乐体验如何塑造
  - (2) 逃避现实体验如何塑造

## 第七章 中国社会类旅游景区市场分析

- 7.1 社会类旅游景区发展分析
  - 7.1.1 社会类旅游景区发展现状
  - 7.1.2 社会类旅游景区分布情况
  - 7.1.3 社会类旅游景区发展前景
- 7.2 社会类旅游景区特色分析
  - 7.2.1 社会类旅游景区特色分析
  - 7.2.2 社会类旅游景区开发形式
  - 7.2.3 社会类旅游景区消费群体
  - 7.2.4 社会类旅游景区重游分析
- 7.3 社会类旅游景区经营分析
  - 7.3.1 社会类旅游景区经营情况
  - 7.3.2 社会类旅游景区收费情况
- 7.4 社会类旅游景区满意度与营销分析
  - 7.4.1 社会类旅游景区游客满意度影响因素
  - 7.4.2 社会类旅游景区旅游体验的塑造
  - 7.4.3 社会类旅游景区营销策略

## 第八章 中国旅游景区门票价格与定价模式分析

- 8.1 旅游景区门票价格现状分析
  - 8.1.1 旅游景区门票价格现状
    - (1) 门票价格水平分析
    - (2) 门票价格调整频率分析
    - (3) “门票经济”现象分析
  - 8.1.2 近年来旅游景区门票上涨原因
    - (1) 旅游景区投入成本变化趋势分析

- (2) 旅游景区级别趋势分析
- (3) 旅游景区旅游项目趋势分析
- (4) 控制游客数量、保护景区环境
- 8.2 旅游景区定价策略与建议
  - 8.2.1 目前旅游景区主要定价策略
    - (1) 涨价策略分析
    - (2) 联票策略分析
    - (3) 免票策略分析
  - 8.2.2 未来旅游景区价格发展趋势
  - 8.2.3 旅游景区定价机制的建议
    - (1) 公益性景区定价机制分析
    - (2) 商业性旅游景区定价机制分析
    - (3) 混合型旅游景区定价机制分析

## 第九章 中国旅游景区传统营销模式与策略分析

- 9.1 旅游景区营销现状分析
  - 9.1.1 旅游景区营销特殊性分析
  - 9.1.2 传统景区营销模式分析
    - (1) 公共关系营销模式
    - (2) 景区直销模式与分销服务商营销模式
    - (3) 联合协作营销模式
    - (4) 客源地营销模式
    - (5) 产品体验营销模式
  - 9.1.3 当前旅游景区营销存在的问题
- 9.2 旅游景区营销渠道分析
  - 9.2.1 旅游景区营销渠道建设现状及问题
  - 9.2.2 传统旅游景区营销渠道
  - 9.2.3 新兴旅游景区营销渠道
  - 9.2.4 旅游景区营销渠道发展趋势
- 9.3 旅游景区营销策略分析
  - 9.3.1 旅游景区产品策略分析
  - 9.3.2 旅游景区促销策略分析
  - 9.3.3 旅游景区渠道策略分析
  - 9.3.4 旅游景区顾客关系策略分析

## 第十章 旅游景区移动互联网切入点及营销推广策略

### 10.1 移动互联网商业价值及旅游景区切入点

#### 10.1.1 移动互联网商业价值及切入点分析

#### 10.1.2 2024-2030年移动互联网发展预测

(1) 2024-2030年移动互联网前景预测

(2) 2024-2030年移动电子商务市场预测

(3) 2024-2030年移动营销市场前景预测

#### 10.1.3 2024-2030年移动互联网发展趋势前瞻

### 10.2 旅游景区移动互联网切入与运营策略

#### 10.2.1 移动互联网用户行为分析

#### 10.2.2 旅游景区移动互联网营销的机会与威胁

#### 10.2.3 旅游景区移动互联网营销切入模式建议

#### 10.2.4 旅游景区移动互联网营销切入之——APP开发运营策略

(1) 旅游景区APP开发成本

(2) 旅游景区APP功能模块

(3) 旅游景区APP设计要点

(4) 旅游景区APP运营策略

(5) 旅游景区APP优秀案例

### 10.3 旅游景区如何制胜移动互联网营销新平台

#### 10.3.1 移动互联时代市场营销新趋势

(1) 移动互联网营销的特点

(2) 移动互联网营销的应用形式

(3) 移动互联网营销产业链结构

(4) 移动互联网营销发展趋势前瞻

#### 10.3.2 旅游景区移动互联网营销之——微信营销战略

(1) 微信功能概述及营销价值

(2) 微信用户行为及营销现状

(3) 微信的主要营销模式分析

(4) 微信营销的步骤、方法与技巧

(5) 微信运营与营销优秀案例详解

(6) 微信营销效果的评估标准分析

#### 10.3.3 旅游景区移动互联网营销之——APP营销战略

(1) APP营销的特点与价值

(2) 旅游景区APP营销背景分析

(3) APP体系与功能策略方向

- (4) APP营销的创意路径
  - (5) APP用户体验设计技巧
  - (6) 如何找准APP目标客户
  - (7) APP推广的技巧与方法
  - (8) APP如何提升运营效果
  - (9) APP营销优秀实战案例
- 10.3.4 旅游景区移动互联网营销之——微博营销战略

- (1) 微博营销的特点与价值
- (2) 微博用户行为及营销现状
- (3) 微博营销的策略与技巧
- (4) 微信营销优秀案例详解
- (5) 旅游景区微博营销实战对策
- (6) 微博营销风险及应对策略

## 第十一章 中国重点旅游地区景区现状与发展前景

### 11.1 四川旅游景区现状与发展前景

#### 11.1.1 四川旅游消费环境分析

- (1) 四川游客来源与数量
- (2) 四川旅游收入与结构
- (3) 四川游客旅游消费倾向

#### 11.1.2 四川旅游景区发展情况

- (1) 自然类旅游景区发展情况
- (2) 人文类旅游景区发展情况
- (3) 主题公园类旅游景区发展情况
- (4) 社会类旅游景区发展情况

#### 11.1.3 四川旅游景区经营情况

- (1) 四川旅游景区收入分析
- (2) 四川旅游景区价格分析

#### 11.1.4 四川旅游景区竞争状况

#### 11.1.5 四川旅游景区竞争优劣势

- (1) 四川旅游景区竞争优势
- (2) 四川旅游景区竞争劣势

#### 11.1.6 四川旅游景区发展趋势与前景

### 11.2 广东旅游景区现状与发展前景

#### 11.2.1 广东旅游消费环境分析

- (1) 广州市旅游消费环境分析
- (2) 深圳市旅游消费环境分析
- 11.2.2 广东旅游景区发展情况
  - (1) 自然类旅游景区发展情况
  - (2) 人文类旅游景区发展情况
  - (3) 主题公园类旅游景区发展情况
  - (4) 社会类旅游景区发展情况
- 11.2.3 广东旅游景区经营情况
  - (1) 广东旅游景区收入分析
  - (2) 广东旅游景区价格分析
- 11.2.4 广东旅游景区竞争状况
- 11.2.5 广东旅游景区竞争优劣势
  - (1) 广东旅游景区竞争优势
  - (2) 广东旅游景区竞争劣势
- 11.2.6 广东旅游景区发展趋势与前景
- 11.3 北京旅游景区现状与发展前景
  - 11.3.1 北京旅游消费环境分析
    - (1) 北京接待游客规模分析
    - (2) 北京旅游收入与结构
    - (3) 北京游客旅游消费倾向
  - 11.3.2 北京旅游景区发展情况
    - (1) 自然类旅游景区发展情况
    - (2) 人文类旅游景区发展情况
    - (3) 主题公园类旅游景区发展情况
    - (4) 社会类旅游景区发展情况
  - 11.3.3 北京旅游景区经营情况
    - (1) 北京旅游景区收入分析
    - (2) 北京旅游景区价格分析
  - 11.3.4 北京旅游景区竞争状况
  - 11.3.5 北京旅游景区竞争优劣势
    - (1) 北京旅游景区竞争优势
    - (2) 北京旅游景区竞争劣势
  - 11.3.6 北京旅游景区发展趋势与前景
- 11.4 江苏旅游景区现状与发展前景
  - 11.4.1 江苏旅游消费环境分析

- (1) 江苏游客数量分析
- (2) 江苏旅游收入分析
- (3) 江苏游客旅游消费倾向
- 11.4.2 江苏旅游景区发展情况
  - (1) 自然类旅游景区发展情况
  - (2) 人文类旅游景区发展情况
  - (3) 主题公园类旅游景区发展情况
  - (4) 社会类旅游景区发展情况
- 11.4.3 江苏旅游景区经营情况
  - (1) 江苏旅游景区收入分析
  - (2) 江苏旅游景区价格分析
- 11.4.4 江苏旅游景区竞争状况
- 11.4.5 江苏旅游景区竞争优劣势
  - (1) 江苏旅游景区竞争优势
  - (2) 江苏旅游景区竞争劣势
- 11.4.6 江苏旅游景区发展趋势与前景
- 11.5 上海旅游景区现状与发展前景
  - 11.5.1 上海旅游消费环境分析
    - (1) 上海游客来源与数量
    - (2) 上海旅游收入与结构
    - (3) 上海游客旅游消费倾向
  - 11.5.2 上海旅游景区发展情况
    - (1) 自然类旅游景区发展情况
    - (2) 人文类旅游景区发展情况
    - (3) 主题公园类旅游景区发展情况
    - (4) 社会类旅游景区发展情况
  - 11.5.3 上海旅游景区经营情况
    - (1) 上海旅游景区收入分析
    - (2) 上海旅游景区价格分析
  - 11.5.4 上海旅游景区竞争状况
  - 11.5.5 上海旅游景区竞争优劣势
    - (1) 上海旅游景区竞争优势
    - (2) 上海旅游景区竞争劣势
  - 11.5.6 上海旅游景区发展趋势与前景
- 11.6 江西旅游景区现状与发展前景

### 11.6.1 江西旅游消费环境分析

- (1) 江西游客数量分析
- (2) 江西旅游收入分析
- (3) 江西游客旅游消费倾向

### 11.6.2 江西旅游景区发展情况

- (1) 自然类旅游景区发展情况
- (2) 人文类旅游景区发展情况
- (3) 主题公园类旅游景区发展情况
- (4) 社会类旅游景区发展情况

### 11.6.3 江西旅游景区经营情况

- (1) 江西旅游景区收入分析
- (2) 江西旅游景区价格分析

### 11.6.4 江西旅游景区竞争状况

### 11.6.5 江西旅游景区竞争优劣势

- (1) 江西旅游景区竞争优势
- (2) 江西旅游景区竞争劣势

### 11.6.6 江西旅游景区发展趋势与前景

## 11.7 湖北旅游景区现状与发展前景

### 11.7.1 湖北旅游消费环境分析

- (1) 湖北游客数量分析
- (2) 湖北旅游收入分析
- (3) 湖北游客旅游消费倾向

### 11.7.2 湖北旅游景区发展情况

- (1) 自然类旅游景区发展情况
- (2) 人文类旅游景区发展情况
- (3) 主题公园类旅游景区发展情况
- (4) 社会类旅游景区发展情况

### 11.7.3 湖北旅游景区经营情况

- (1) 湖北旅游景区建设情况分析
- (2) 湖北旅游景区收入分析
- (3) 湖北旅游景区价格分析

### 11.7.4 湖北旅游景区竞争状况

### 11.7.5 湖北旅游景区竞争优劣势

- (1) 湖北旅游景区竞争优势
- (2) 湖北旅游景区竞争劣势



- 11.7.6 湖北旅游景区发展趋势与前景
- 11.8 湖南旅游景区现状与发展前景
  - 11.8.1 湖南旅游消费环境分析
    - (1) 湖南游客数量分析
    - (2) 湖南旅游收入分析
    - (3) 湖南游客旅游消费倾向
  - 11.8.2 湖南旅游景区发展情况
    - (1) 自然类旅游景区发展情况
    - (2) 人文类旅游景区发展情况
    - (3) 主题公园类旅游景区发展情况
    - (4) 社会类旅游景区发展情况
  - 11.8.3 湖南旅游景区经营情况
    - (1) 湖南旅游景区建设情况分析
    - (2) 湖南旅游景区收入分析
    - (3) 湖南旅游景区价格分析
  - 11.8.4 湖南旅游景区竞争状况
  - 11.8.5 湖南旅游景区竞争优劣势
    - (1) 湖南旅游景区竞争优势
    - (2) 湖南旅游景区竞争劣势
  - 11.8.6 湖南旅游景区发展趋势与前景
- 11.9 辽宁旅游景区现状与发展前景
  - 11.9.1 辽宁旅游消费环境分析
    - (1) 辽宁游客数量分析
    - (2) 辽宁旅游收入分析
    - (3) 辽宁游客旅游消费倾向
  - 11.9.2 辽宁旅游景区发展情况
    - (1) 自然类旅游景区发展情况
    - (2) 人文类旅游景区发展情况
    - (3) 主题公园类旅游景区发展情况
    - (4) 社会类旅游景区发展情况
  - 11.9.3 辽宁旅游景区经营情况
    - (1) 辽宁旅游景区收入分析
    - (2) 辽宁旅游景区价格分析
  - 11.9.4 辽宁旅游景区竞争状况
  - 11.9.5 辽宁旅游景区竞争优劣势

- (1) 辽宁旅游景区竞争优势
- (2) 辽宁旅游景区竞争劣势
- 11.9.6 辽宁旅游景区发展趋势与前景
- 11.10 河南旅游景区现状与发展前景
  - 11.10.1 河南旅游消费环境分析
    - (1) 河南游客数量分析
    - (2) 河南旅游收入分析
    - (3) 河南游客旅游消费倾向
  - 11.10.2 河南旅游景区发展情况
    - (1) 自然类旅游景区发展情况
    - (2) 人文类旅游景区发展情况
    - (3) 主题公园类旅游景区发展情况
    - (4) 社会类旅游景区发展情况
  - 11.10.3 河南旅游景区经营情况
    - (1) 河南旅游景区收入分析
    - (2) 河南旅游景区价格分析
  - 11.10.4 河南旅游景区竞争状况
  - 11.10.5 河南旅游景区竞争优劣势
    - (1) 河南旅游景区竞争优势
    - (2) 河南旅游景区竞争劣势
  - 11.10.6 河南旅游景区发展趋势与前景

## 第十二章 中国旅游景区领先个案经营分析

- 12.1 自然类旅游景区领先个案经营分析
  - 12.1.1 九寨沟风景名胜区经营分析
    - (1) 景区发展概况
    - (2) 景区特色景点
    - (3) 景区面积规模
    - (4) 景区游客规模
    - (5) 景区收费情况
    - (6) 景区交通条件
  - 12.1.2 黄龙国家风景区经营分析
    - (1) 景区发展概况
    - (2) 景区特色景点
    - (3) 景区面积规模

(4) 景区游客规模

(5) 景区收费情况

(6) 景区交通条件

#### 12.1.3 武夷山风景名胜区经营分析

(1) 景区发展概况

(2) 景区特色景点

(3) 景区面积规模

(4) 景区游客规模

(5) 景区收费情况

(6) 景区交通条件

#### 12.1.4 武陵源风景名胜区经营分析

(1) 景区发展概况

(2) 景区特色景点

(3) 景区面积规模

(4) 景区游客规模

(5) 景区收费情况

(6) 景区交通条件

#### 12.1.5 南岳衡山旅游区经营分析

(1) 景区发展概况

(2) 景区特色景点

(3) 景区面积规模

(4) 景区游客规模

(5) 景区收费情况

(6) 景区交通条件

#### 12.1.6 白云山风景名胜区经营分析

(1) 景区发展概况

(2) 景区特色景点

(3) 景区面积规模

(4) 景区游客规模

(5) 景区收费情况

(6) 景区交通条件

#### 12.1.7 丹霞山风景名胜区经营分析

(1) 景区发展概况

(2) 景区特色景点

(3) 景区面积规模

(4) 景区游客规模

(5) 景区收费情况

(6) 景区交通条件

#### 12.1.8 黄山风景区经营分析

(1) 景区发展概况

(2) 景区特色景点

(3) 景区面积规模

(4) 景区游客规模

(5) 景区收费情况

(6) 景区交通条件

#### 12.1.9 桂林市漓江景区经营分析

(1) 景区发展概况

(2) 景区特色景点

(3) 景区面积规模

(4) 景区游客规模

(5) 景区收费情况

(6) 景区交通条件

#### 12.1.10 黄果树风景名胜区经营分析

(1) 景区发展概况

(2) 景区特色景点

(3) 景区面积规模

(4) 景区游客规模

(5) 景区收费情况

(6) 景区交通条件

#### 12.1.11 承德避暑山庄及周围寺庙景区经营分析

(1) 景区发展概况

(2) 景区特色景点

(3) 景区面积规模

(4) 景区游客规模

(5) 景区收费情况

(6) 景区交通条件

#### 12.1.12 千岛湖风景名胜区经营分析

(1) 景区发展概况

(2) 景区特色景点

(3) 景区面积规模

(4) 景区游客规模

(5) 景区收费情况

(6) 景区交通条件

#### 12.1.13 长白山景区经营分析

(1) 景区发展概况

(2) 景区特色景点

(3) 景区面积规模

(4) 景区游客规模

(5) 景区收费情况

(6) 景区交通条件

#### 12.1.14 庐山风景名胜区经营分析

(1) 景区发展概况

(2) 景区特色景点

(3) 景区面积规模

(4) 景区游客规模

(5) 景区收费情况

(6) 景区交通条件

#### 12.1.15 青海湖景区经营分析

(1) 景区发展概况

(2) 景区特色景点

(3) 景区面积规模

(4) 景区游客规模

(5) 景区收费情况

(6) 景区交通条件

#### 12.1.16 泰山景区经营分析

(1) 景区发展概况

(2) 景区特色景点

(3) 景区面积规模

(4) 景区游客规模

(5) 景区收费情况

(6) 景区交通条件

#### 12.1.17 华山风景区经营分析

(1) 景区发展概况

(2) 景区特色景点

(3) 景区面积规模

(4) 景区游客规模

(5) 景区收费情况

(6) 景区交通条件

#### 12.1.18 天山天池风景名胜区经营分析

(1) 景区发展概况

(2) 景区特色景点

(3) 景区面积规模

(4) 景区游客规模

(5) 景区收费情况

(6) 景区交通条件

#### 12.1.19 石林风景区经营分析

(1) 景区发展概况

(2) 景区特色景点

(3) 景区面积规模

(4) 景区游客规模

(5) 景区收费情况

(6) 景区交通条件

#### 12.1.20 武隆喀斯特旅游区经营分析

(1) 景区发展概况

(2) 景区特色景点

(3) 景区游客规模

(4) 景区收费情况

(5) 景区交通条件

(6) 景区竞争优势

#### 12.1.21 五大连池风景名胜区经营分析

(1) 景区发展概况

(2) 景区特色景点

(3) 景区面积规模

(4) 景区游客规模

(5) 景区收费情况

(6) 景区交通条件

#### 12.1.22 三峡人家风景区经营分析

(1) 景区发展概况

(2) 景区特色景点

(3) 景区面积规模

(4) 景区游客规模

(5) 景区收费情况

(6) 景区交通条件

## 12.2 人文类旅游景区领先个案经营分析

### 12.2.1 故宫博物院经营分析

(1) 景区发展概况

(2) 景区特色景点

(3) 景区面积规模

(4) 景区游客规模

(5) 景区收费情况

(6) 景区交通条件

### 12.2.2 八达岭长城景区经营分析

(1) 景区发展概况

(2) 景区特色景点

(3) 景区面积规模

(4) 景区游客规模

(5) 景区收费情况

(6) 景区交通条件

### 12.2.3 颐和园经营分析

(1) 景区发展概况

(2) 景区特色景点

(3) 景区面积规模

(4) 景区游客规模

(5) 景区收费情况

(6) 景区交通条件

### 12.2.4 秦始皇兵马俑博物馆经营分析

(1) 景区发展概况

(2) 景区特色景点

(3) 景区面积规模

(4) 景区游客规模

(5) 景区收费情况

(6) 景区交通条件

### 12.2.5 杭州西湖风景名胜区经营分析

(1) 景区发展概况

(2) 景区特色景点

- (3) 景区面积规模
- (4) 景区游客规模
- (5) 景区收费情况
- (6) 景区交通条件

#### 12.2.6 武当山风景区经营分析

- (1) 景区发展概况
- (2) 景区特色景点
- (3) 景区面积规模
- (4) 景区游客规模
- (5) 景区收费情况
- (6) 景区交通条件

#### 12.2.7 黄鹤楼公园经营分析

- (1) 景区发展概况
- (2) 景区特色景点
- (3) 景区面积规模
- (4) 景区游客规模
- (5) 景区收费情况
- (6) 景区交通条件

#### 12.2.8 岳阳楼-君山岛景区经营分析

- (1) 景区发展概况
- (2) 景区特色景点
- (3) 景区面积规模
- (4) 景区游客规模
- (5) 景区收费情况
- (6) 景区交通条件

#### 12.2.9 井冈山风景旅游区经营分析

- (1) 景区发展概况
- (2) 景区特色景点
- (3) 景区面积规模
- (4) 景区游客规模
- (5) 景区收费情况
- (6) 景区交通条件

#### 12.2.10 永定土楼经营分析

- (1) 景区发展概况
- (2) 景区特色景点



- (3) 景区游客规模
- (4) 景区收费情况
- (5) 景区交通条件
- (6) 景区竞争优劣势

#### 12.2.11 嘉峪关文物景区经营分析

- (1) 景区发展概况
- (2) 景区特色景点
- (3) 景区面积规模
- (4) 景区游客规模
- (5) 景区收费情况
- (6) 景区交通条件

#### 12.2.12 龙门石窟景区经营分析

- (1) 景区发展概况
- (2) 景区特色景点
- (3) 景区面积规模
- (4) 景区游客规模
- (5) 景区收费情况
- (6) 景区交通条件

#### 12.2.13 苏州园林经营分析

- (1) 景区发展概况
- (2) 景区特色景点
- (3) 景区面积规模
- (4) 景区游客规模
- (5) 景区交通与收费情况
- (6) 景区竞争优劣势

#### 12.2.14 中山陵园风景区经营分析

- (1) 景区发展概况
- (2) 景区特色景点
- (3) 景区面积规模
- (4) 景区游客规模
- (5) 景区收费情况
- (6) 景区竞争优劣势

#### 12.2.15 峨眉山-乐山大佛风景区经营分析

- (1) 景区发展概况
- (2) 景区特色景点

- (3) 景区面积规模
- (4) 景区游客规模
- (5) 景区收费情况
- (6) 景区交通条件

#### 12.2.16 青城山-都江堰旅游景区经营分析

- (1) 景区发展概况
- (2) 景区特色景点
- (3) 景区面积规模
- (4) 景区游客规模
- (5) 景区收费情况
- (6) 景区交通条件

#### 12.2.17 丽江古城景区经营分析

- (1) 景区发展概况
- (2) 景区特色景点
- (3) 景区面积规模
- (4) 景区游客规模
- (5) 景区收费情况
- (6) 景区交通条件

#### 12.2.18 西递宏村景区经营分析

- (1) 景区发展概况
- (2) 景区特色景点
- (3) 景区面积规模
- (4) 景区收费情况
- (5) 景区竞争优势

#### 12.2.19 南山文化旅游区经营分析

- (1) 景区发展概况
- (2) 景区特色景点
- (3) 景区面积规模
- (4) 景区游客规模
- (5) 景区收费情况
- (6) 景区交通条件

#### 12.2.20 西柏坡纪念馆经营分析

- (1) 景区发展概况
- (2) 景区特色景点
- (3) 景区面积规模

- (4) 景区游客规模
- (5) 景区收费情况
- (6) 景区竞争优劣势

#### 12.2.21 伪满皇宫博物院经营分析

- (1) 景区发展概况
- (2) 景区特色景点
- (3) 景区面积规模
- (4) 景区收费情况
- (5) 景区交通条件
- (6) 景区竞争优劣势

### 12.3 主题公园类旅游景区领先个案经营分析

#### 12.3.1 深圳东部华侨城经营分析

- (1) 景区发展概况
- (2) 景区特色景点
- (3) 景区面积规模
- (4) 景区游客规模
- (5) 景区收费情况
- (6) 景区交通条件

#### 12.3.2 杭州宋城景区经营分析

- (1) 景区发展概况
- (2) 景区特色景点
- (3) 景区面积规模
- (4) 景区游客规模
- (5) 景区收费情况
- (6) 景区交通条件

#### 12.3.3 广州市长隆旅游度假区经营分析

- (1) 景区发展概况
- (2) 景区特色景点
- (3) 景区游客规模
- (4) 景区收费情况
- (5) 景区交通条件
- (6) 景区竞争优劣势

#### 12.3.4 桂林乐满地度假世界经营分析

- (1) 景区发展概况
- (2) 景区特色景点

- (3) 景区面积规模
- (4) 景区收费情况
- (5) 景区交通条件
- (6) 景区竞争优劣势

#### 12.3.5 环球恐龙城经营分析

- (1) 景区发展概况
- (2) 景区特色景点
- (3) 景区面积规模
- (4) 景区游客规模
- (5) 景区收费情况
- (6) 景区交通条件

#### 12.3.6 上海野生动物园经营分析

- (1) 景区发展概况
- (2) 景区特色景点
- (3) 景区面积规模
- (4) 景区收费情况
- (5) 景区交通条件
- (6) 景区竞争优劣势

#### 12.3.7 大唐芙蓉园经营分析

- (1) 景区发展概况
- (2) 景区特色景点
- (3) 景区面积规模
- (4) 景区游客规模
- (5) 景区收费情况
- (6) 景区交通条件

### 12.4 社会类旅游景区领先个案经营分析

#### 12.4.1 梅县雁南飞茶田景区经营分析

- (1) 景区发展概况
- (2) 景区特色景点
- (3) 景区面积规模
- (4) 景区收费情况
- (5) 景区交通条件
- (6) 景区竞争优劣势

#### 12.4.2 秦皇岛集发农业观光园经营分析

- (1) 景区发展概况

(2) 景区特色景点

(3) 景区面积规模

(4) 景区游客规模

(5) 景区收费情况

(6) 景区交通条件

#### 12.4.3 洪湖蓝田生态旅游风景区经营分析

(1) 景区发展概况

(2) 景区特色景点

(3) 景区面积规模

(4) 景区游客规模

(5) 景区收费情况

(6) 景区交通条件

#### 12.4.4 深圳海上田园经营分析

(1) 景区发展概况

(2) 景区特色景点

(3) 景区面积规模

(4) 景区收费情况

(5) 景区交通条件

(6) 景区竞争优势

#### 12.4.5 深圳光明农场经营分析

(1) 景区发展概况

(2) 景区特色景点

(3) 景区面积规模

(4) 景区收费情况

(5) 景区交通条件

(6) 景区竞争优势

#### 12.4.6 上海崇明前卫生态村经营分析

(1) 景区发展概况

(2) 景区特色景点

(3) 景区面积规模

(4) 景区收费情况

(5) 景区竞争优势

#### 12.4.7 蒙牛乳业(集团)工业旅游区经营分析

(1) 景区发展概况

(2) 景区特色景点

- (3) 景区面积规模
- (4) 景区收费情况
- (5) 景区交通条件
- (6) 景区竞争优劣势

## 第十三章 中国旅游景区投资与前景分析

### 13.1 旅游景区投资风险管理

#### 13.1.1 旅游景区投资特点和风险分析

#### 13.1.2 造成旅游景区投资风险的原因

#### 13.1.3 规避旅游景区投资风险的策略

### 13.2 旅游景区项目投融资分析

#### 13.2.1 旅游景区投融资前景分析

##### (1) 旅游景区行业需求旺盛

##### (2) 各省市游客稳定增长

#### 13.2.2 旅游景区投融资现状分析

### 13.3 旅游景区发展趋势与前景

#### 13.3.1 旅游景区发展趋势

##### (1) 旅游景区投资趋势

##### (2) 旅游景区市场趋势

##### (3) 旅游景区产品趋势

##### (4) 旅游景区人力资源趋势

##### (5) 旅游景区运营趋势

#### 13.3.2 旅游景区发展前景预测

##### (1) 旅游业发展前景预测

#### 1) 旅游业景气度高增长

#### 2) 我国旅游业正处于朝阳产业阶段

#### 3) 需求增长与政策支持双轮驱动行业快速增长

##### (2) 旅游景区发展前景预测

### 图表目录：

图表1：旅游景区按旅游资源主体性质划分

图表2：旅游景区按管理级别划分

图表3：美国旅游景区管理体制

图表4：美国旅游景区规划决策系统

图表5：美国旅游景区运营资金来源比例（单位：%）

- 图表6：美日德旅游景区管理理念比较
  - 图表7：美日德旅游景区管理体制比较
  - 图表8：美日德旅游景区管理资金来源比较
  - 图表9：美日德旅游景区管理参与机制比较
  - 图表10：美国黄石旅游景区特色旅游项目
  - 图表11：新西兰峡湾旅游景区特色旅游项目
  - 图表12：加拿大班夫旅游景区特色旅游项目
  - 图表13：我国旅游景区开发与经营（管理）模式
  - 图表14：净月潭管理体制及经营模式变迁
  - 图表15：碧峰峡模式运营风险
  - 图表16：黄山模式运营风险
  - 图表17：浙江富春江模式运营风险
  - 图表18：净月潭模式运营风险
  - 图表19：凤凰模式运营风险
  - 图表20：国内旅游景区的开发经营模式比较
  - 图表21：我国旅游景区管理体制
  - 图表22：我国旅游景区管理政策（一）
  - 图表23：我国旅游景区管理政策（二）
  - 图表24：我国旅游景区管理政策（三）
  - 图表25：各旅游区的规划及政策
  - 图表26：世界各国第三产业占经济总量比重的对比（单位：%）
- 更多图表见正文.....

详细请访问：<https://www.chyxx.com/research/202110/978465.html>