

全球旅游景区行业运营模式调研及投资盈利分析报告2023-2030年

产品名称	全球旅游景区行业运营模式调研及投资盈利分析报告2023-2030年
公司名称	鸿晟信合（北京）信息技术研究院有限公司
价格	7000.00/件
规格参数	
公司地址	北京市朝阳区日坛北路19号楼9层(08)(朝外孵化器0530)（注册地址）
联系电话	010-84825791 15910976912

产品详情

全球旅游景区行业运营模式调研及投资盈利分析报告2023-2030年

【出版单位】：【鸿晟信合研究院】

【修订日期】：【2023年2月】

【报告价格】：【纸质版6500元 电子版6800元 纸质+电子版7000元 (有折扣)】

【对接人员】：【周文文】

【内容部分有删减·详细可参考鸿晟信合研究院出版完整信息！】

目录

章 旅游景区运营发展综述

节 旅游景区产业相关概述

一、旅游业产业链透析

1、旅游产业的特性

2、旅游类型的划分

3、旅游资源

4、旅游产业在国民经济中的地位

二、旅游景区的构成要素

1、游览

2、娱乐

3、旅行

4、饮食

5、住宿

6、购物

三、旅游景区定义及分类

1、旅游景区定义

2、旅游景区分类

四、旅游景区级别划分

五、旅游景区生态规划

第二节 中国旅游景区细分领域分析

一、自然类的旅游景区

二、人文类的旅游景区

三、主题公园类

四、社会类的旅游景区

第三节 近3-5年中国旅游景区运营经济指标分析

一、赢利性

二、成长速度

三、风险性

四、竞争激烈程度指标

第四节 中国旅游景区产业政策环境分析

一、旅游景区门票弹性价格政策

二、旅游景区质量等级的划分与评定

三、西部旅游景区经营可享受税收优惠政策

四、地方旅游景区经营政策一览

五、其综相关产业政策法规

第五节 中国旅游景区产业社会环境分析

一、人口环境分析

二、教育环境分析

三、文化环境分析

四、生态环境分析

第六节 中国旅游资源开发中的经济学分析

一、旅游资源开发作为产品的经济学特征

二、旅游资源开发的效率机制

三、旅游资源开发中政府的合理定位

第七节 旅游景区消费环境分析

一、居民收入水平分析

二、居民消费水平分析

三、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

第八节 旅游景区社会环境分析

一、法定节假日和带薪假期实施

二、人口年龄结构

三、旅游景区交通环境分析

1、铁路投资建设情况

2、公路投资建设情况

3、机场投资建设情况

4、交通行业客货运输情况

第二章 国际旅游景区运营模式分析

节 国际旅游景区运营模式分析

一、美国旅游景区运营模式分析

1、旅游资源保护原则

2、管理体制

3、法律系统

4、规划决策系统

5、人事管理

6、资金管理

7、资源管理

8、服务管理

二、日本旅游景区运营模式分析

1、综合管理体制

2、法律系统

3、景区计划

4、分区管理

5、资金管理

6、服务管理

三、德国旅游景区运营模式分析

1、地方自治型管理体制

3、分区管理

4、资金管理

5、服务管理

6、森林资源管理

四、美日德旅游景区运营模式比较

- 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

第二节 国际旅游景区开发分析

一、美国黄石旅游景区开发分析

- 1、景区简介
- 2、旅游开发现状
- 3、旅游开发特点

二、新西兰峡湾旅游景区开发分析

三、加拿大班夫旅游景区开发分析

第三章 中国旅游业所属行业整体运行形势透析

节 中国景区资源现状综述

- 一、中国景区资源特点
- 二、中国的世界遗产
- 三、中国5A级旅游景区分析

截至2022年8月底，全国共有5A级景区258个。较2018年减少一个被摘牌的景区（2022年7月31日“山西省晋中市乔家大院景区”被摘牌）。

其中江苏省以23个位列省份排行（含直辖市）名。浙江省、广东省、河南省、新疆、四川省5A级景区个数分列二到六位，依次为17个、13个、13个、12个和12个。

2018年全国5A级景区品牌影响力排行TOP10

第二节 国际旅游业所属行业运行总况

- 一、世界旅游业发展步伐持续加快
- 二、绿色旅游成为亮点

三、世界旅游业动态分析

第三节 中国旅游业运行综述

一、中国旅游业发展的特点

二、中国旅游业进入快速发展时期

三、旅游业与环境的发展关系

四、旅游环境承载力研究分析

五、中国旅游业转型与产业政策选择分析

六、中国旅游业关键经济数据分析

第四节 中国旅游业重点区域市场动态分析

一、大连拟建设旅游项目规模分析

二、北京进一步规范旅游市场

三、暴力事件对旅游业带来冲击

第五节 中国旅游业面临的挑战与策略应对

一、经济增长下行冲击旅游业

二、中国旅游资源的产权问题分析

三、应构建中国现代旅游资源产权制度

四、中国旅游业持续发展需注意的问题

第四章 我国旅游景区所属行业运营整体运行指标分析

第一节 中国旅游景区所属行业运营总体规模分析

一、中国旅游景区数量分析

1、5A级景区数量

2、4A级景区数量

二、中国旅游景区所属行业门票收入（分渠道）

1、旅行社门票业务收入

2、线下代理批发商门票业务收入

3、在线预订网站门票业务收入

4、景区销售窗口门票业务收入

三、中国旅游景区内服务业收入

1、餐饮消费收入

2、住宿消费收入

3、工艺品消费收入

4、其他消费收入

第二节 中国旅游景区运营模式分析

一、旅游景区运营模式

1、碧峰峡模式

2、黄山模式

3、浙江富春江模式

4、净月潭模式

5、陕西旅游集团模式

二、我国旅游景区开发与运营模式评价

第三节 旅游景区营业收入分析

一、旅游景区营业收入

二、旅游景区人均营业收入

三、旅游景区经营利润分析

1、旅游景区营业利润

2、旅游景区利润率

第五章 中国自然类旅游景区所属行业市场分析

节 自然类旅游景区发展分析

一、自然类旅游景区发展现状

二、自然类旅游景区分布情况

三、自然类旅游景区发展趋势

第二节 自然类旅游景区特色分析

一、自然类旅游景区特征分析

二、自然类旅游景区开发分析

三、自然类旅游景区消费群体

四、自然类旅游景区重游分析

第三节 自然类旅游景区经营分析

第四节 自然类旅游景区满意度与营销分析

一、自然类旅游景区游客满意度影响因素

二、自然类旅游景区旅游体验的塑造

1、审美体验的塑造

2、教育体验的塑造

3、娱乐体验的塑造

4、逃避现实体验的塑造

三、自然类旅游景区营销策略

第六章 中国人文类旅游景区所属行业市场分析

第一节 人文类旅游景区所属行业发展分析

一、人文类旅游景区发展现状

二、人文类旅游景区分布情况

三、人文类旅游景区发展趋势

第二节 人文类旅游景区特色分析

一、人文类旅游景区特色分析

二、人文类旅游景区开发形式

三、人文类旅游景区消费群体

第三节 人文类旅游景区经营分析

一、人文类旅游景区经营情况

二、人文类旅游景区满意度与营销分析

三、人文类旅游景区旅游体验的塑造

第四节 热点人文类旅游景区所属行业分析

一、红色旅游景区发展机遇

二、红色旅游景区发展现状

三、红色旅游景区开发理念

1、红色旅游景区开发意义

2、红色旅游景区开发原则

四、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

第七章 中国主题景区类旅游景区市场分析

节 主题景区类旅游景区发展分析

一、主题景区类旅游景区发展现状

二、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

三、主题景区类旅游景区分布情况

四、主题景区类旅游景区发展趋势

第二节 主题景区类旅游景区特色分析

一、主题景区类旅游景区特征分析

二、主题景区类旅游景区典型经营模式

1、华侨城模式

2、吴文化园模式

3、第三极模式

三、主题景区类旅游景区开发成功要素

四、主题景区类旅游景区消费群体

五、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

第三节 主题景区类旅游景区经营分析

一、主题景区类旅游景区经营情况

二、主题景区类旅游景区满意度与营销分析

1、主题景区类旅游景区游客满意度影响因素

2、主题景区类旅游景区旅游体验的塑造

3、主题景区类旅游景区营销策略

第八章 中国社会类旅游景区市场分析

节 社会类旅游景区发展分析

一、社会类旅游景区发展现状

二、社会类旅游景区分布情况

三、社会类旅游景区发展前景

第二节 社会类旅游景区特色分析

一、社会类旅游景区特色分析

二、社会类旅游景区开发形式

三、社会类旅游景区消费群体

四、社会类旅游景区重游分析

第三节 社会类旅游景区经营分析

第四节 社会类旅游景区满意度与营销分析

一、社会类旅游景区游客满意度影响因素

二、社会类旅游景区旅游体验的塑造

三、社会类旅游景区营销策略

第九章 中国旅游景区门票价格与定价模式分析

第一节 旅游景区门票设置类型与影响因素

一、旅游景区门票设置类型

1、套票制

2、多重售票制

3、免票制

二、旅游景区门票价格管理现状

三、影响旅游景区门票价格的因素

1、影响旅游景区门票价格的可控因素

2、影响旅游景区门票价格的不可控因素

第二节 旅游景区门票价格现状分析

一、旅游景区门票价格现状

二、近年来旅游景区门票上涨原因

1、旅游景区投入成本增加

2、旅游景区级别的提升

3、旅游景区新增旅游项目

4、控制游客数量、保护景区环境

三、旅游景区定价策略与建议

1、目前旅游景区主要定价策略

2、旅游景区定价机制的建议

第十章 中国旅游景区营销模式与策略分析

第一节 旅游景区营销现状分析

一、旅游景区营销的特殊性

二、当前景区营销模式分析

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

三、当前旅游景区营销存在的问题

第二节 旅游景区营销方法分析

一、对旅游景区进行市场调查

二、对旅游景区进行市场细分

三、对旅游景区进行市场定位

四、对旅游景区市场前景预测

第三节 旅游景区营销渠道分析

一、旅游景区营销渠道建设现状及问题

二、传统旅游景区营销渠道

三、新兴旅游景区营销渠道

四、旅游景区营销渠道发展趋势

第四节 旅游景区营销策略分析

一、旅游景区产品策略分析

二、旅游景区促销策略分析

三、旅游景区价格策略分析

四、旅游景区渠道分销策略分析

五、旅游景区顾客关系策略分析

第十一章 2023-2030年旅游景区所属行业运营竞争形势

第一节 所属行业总体市场竞争状况分析

一、旅游景区运营竞争结构分析

二、旅游景区运营企业间竞争格局分析

三、旅游景区市场集中度分析

四、旅游景区运营SWOT分析

第二节 旅游景区市场竞争分析

一、旅游景区竞争现状分析

二、旅游景区潜在威胁分析

三、旅游景区竞争力影响因素

第三节 旅游景区运营竞争格局分析

一、国内外旅游景区运营对比分析

二、我国旅游景区运营市场竞争分析

第十二章 中国旅游景区个案经营分析

第一节 自然类旅游景区个案经营分析

一、九寨沟风景名胜区经营分析

1、景区简要介绍

2、景区发展进程

3、景区经营特色

4、景区智能化建设

5、景区公路建设

6、生态环境及其他建设

二、黄龙国家风景区经营分析

三、武夷山风景名胜区经营分析

四、武陵源风景名胜区经营分析

第二节 人文类旅游景区个案经营分析

一、故宫博物院经营分析

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

二、八达岭长城景区经营分析

三、颐和园经营分析

四、秦始皇博物馆经营分析

第三节 主题公园类旅游景区个案经营分析

一、深圳东部华侨城经营分析

二、杭州宋城景区经营分析

3、景区游客规模

三、广州市长隆旅游度假区经营分析

第四节 社会类旅游景区个案经营分析

一、梅县雁南飞茶田景区经营分析

二、秦皇岛集发农业观光园经营分析

第十三章 中国旅游景区投资与前景分析

节 旅游景区投资风险管理

一、旅游景区投资特点和风险分析

二、造成旅游景区投资风险的原因

三、规避旅游景区投资风险的策略

第二节 旅游景区项目投融资分析

一、旅游景区投融资前景分析

二、旅游景区投融资现状分析

第三节 中国旅游消费变化趋势分析

一、旅游消费特点变化

二、旅游消费功能变化

三、旅游消费结构变化

第四节 旅游景区发展趋势与前景

一、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

二、旅游景区发展前景预测

1、旅游业发展前景预测

2、旅游景区发展前景预测

第十四章 中国旅游景区投资盈利分析

第一节 旅游收入模式简析

一、景区收入结构

二、影响旅游收入的主要因素

第二节 景区盈利模式选择

一、景区产业价值链

二、拓宽景区产业价值链

三、延伸景区产业价值链

第三节 旅游景区投资分析

第四节 景区经营权转让

- 一、旅游景区特性分析
- 二、经营权转让问题及原因
- 三、经营权转让的基本对策

第十五章 旅游景区运营发展战略研究

第一节 中国旅游景区行业投资概况

- 一、旅游景区行业投资特性
- 二、旅游景区具有良好的投资价值
- 三、旅游景区投资环境分析

第二节 2023-2030年中国旅游景区投资机会分析

- 一、中国旅游景区投资开发的潜力项目
- 二、旅游景区投资—未被深挖的巨大金矿宝藏

第三节 2023-2030年中国旅游景区投资风险及防范

- 一、经济风险分析
- 二、政策风险分析
- 三、竞争风险分析
- 四、市场风险分析

第四节 旅游景区运营发展战略研究

- 一、战略综合规划
- 二、技术开发战略
- 三、业务组合战略
- 四、区域战略规划
- 五、产业战略规划
- 六、营销品牌战略
- 七、竞争战略规划

第五节 旅游景区运营投资战略研究

一、旅游景区运营投资战略

二、2023-2030年细分行业投资战略

图表目录

图表 2015-2022年旅游业收入、国内生产总值及增长率

图表 旅游景区按旅游资源主体性质划分

图表 旅游景区按照管理级别划分

图表 地方旅游景区经营政策一览表

图表 我国主要世界文化遗产

图表 中国旅游相关搜索指数

图表 2022年度入境旅游者构成

图表 2022年度旅游外汇收入构成

图表 2022年度外国旅游者区域构成

图表 2022年度外国旅游者目的构成

图表 2022年国外旅游者年龄构成

图表 2022年度国外旅游者性别构成

图表 2015-2022年我国旅行社门票业务收入及其增长

图表 2015-2022年我国线下代理门票业务收入及其增长

图表 2015-2022年我国在线预订网站门票业务收入及其增长

图表 2015-2022年我国景区销售窗口门票业务收入及其增长

图表 2015-2022年我国旅游餐饮消费收入及其增长

图表 2015-2022年我国旅游住宿消费收入及其增长

图表 2015-2022年我国旅游工艺品消费收入及其增长

图表 2015-2022年我国旅游其他消费收入及其增长

图表 碧峰峡模式的治理结构

图表 2003年6月30日黄山旅游主要股本结构

图表 黄山模式的治理结构

图表 富春江模式的治理结构

图表 净月潭模式的治理结构

图表 陕西旅游集团模式的治理思路

图表 陕西旅游集团模式下景区的运行机制

图表 2015-2022年我国旅游景区营业收入及其增长

图表 2015-2022年我国旅游景区人均营业收入及其增长

图表 2015-2022年我国旅游景区营业利润及其增长

图表 2015-2022年我国旅游景区利润率情况

图表 我国自然类景区发展各阶段特征及对策

图表 2015-2022年我国自然类旅游景区收入及其增长

图表 自然景区中间商类型结构

图表 我国自然类景区渠道层次密度结构图

图表 自然类景区主要促销要素方法与细分

图表 自然类景区广告策略主要媒体类型优缺点比较

图表 我国自然类景区营业推广策略及应用

图表 历史文化名城

图表 2015-2022年我国人文类旅游景区收入及其增长

图表 主题公园成功开发的六大要素

图表 2015-2022年我国主题景区收入及其增长

图表 2022年新增景区类型结构

图表 2022年西南、华中地区旅游投资情况

图表 2022年新增景区提升酒店入住率

图表 2022年搜索指数高相差达

图表 2022年男性偏爱探索新景区

图表 2022年云南和福建受90后欢迎

图表 2022年90后偏爱旅游攻略类app

图表 2022年摄影工作者前往新增景区多

图表 2022年西南、东北地区的人们“宅”

图表 2015-2022年国内生产总值

图表 2015-2022年居民消费价格涨跌幅度

图表 2022年居民消费价格比上年涨跌幅度（%）

图表 2015-2022年国家外汇储备

图表 2015-2022年财政收入

图表 2015-2022年全社会固定资产投资

图表 2022年分行业城镇固定资产投资及其增长速度（亿元）

图表 2022年中国旅游景区行业企业数量分析

图表 2022年中国旅游景区行业资产规模分析

图表 2022年中国旅游景区行业销售规模分析

图表 2022年中国旅游景区行业利润规模分析

图表 2022年中国旅游景区行业财务费用分析

图表 2022年中国旅游景区行业盈利能力分析

图表 2022年中国旅游景区行业偿债能力分析

图表 2022年中国旅游景区行业运营能力分析

图表 2022年中国旅游景区行业成长能力分析

图表 2023-2030年中国旅游景区行业市场规模增长预测分析

图表 2023-2030年中国旅游景区行业需求规模增长预测分析

图表 2023-2030年中国旅游景区行业市场盈利能力趋势预测分析

图表：中国旅游景区行业在国民经济中的地位

图表：中国旅游景区行业所处生命周期

图表：近年来中国旅游景区行业产业相关政策汇总（时间、名称、发文单位、内容简介）

图表：2018-2023年中国旅游景区行业总资产规模及增长率（单位：亿元，%）

图表：2018-2023年中国旅游景区行业销售额规模及增长率（单位：亿元，%）

图表：2023年中国旅游景区行业Top5企业销售额排行（单位：亿元）

图表：2018-2023年中国旅游景区行业产能规模及增长率（单位：数量，%）

图表：2023年中国旅游景区行业Top5企业产能排行（单位：数量）

图表：2018-2023年中国旅游景区行业产量规模及增长率（单位：数量，%）

图表：2023年中国旅游景区行业Top5企业产量排行（单位：数量）

图表：2017-2023年中国旅游景区行业产品出口金额及增长率（单位：美元，%）

图表：2017-2023年中国旅游景区行业产品出口量及增长率（单位：数量，%）

图表：2017-2023年中国旅游景区行业产品进口金额及增长率（单位：美元，%）

图表：2017-2023年中国旅游景区行业产品进口量及增长率（单位：数量，%）

图表：2018-2023年中国旅游景区行业产品市场消费量及增长率（单位：数量，%）

图表：2018-2023年中国旅游景区行业产品市场规模及增长率（单位：亿元，%）

图表：波特五力模型图解

图表：2023年中国旅游景区行业市场重点企业市场份额（单位：亿元，%）

图表：2023年中国旅游景区行业市场集中度（CR4）（单位：%）

图表：2023年中国旅游景区行业各细分市场及占比（单位：亿元，%）

图表：2018-2023年中国旅游景区行业细分市场 市场消费量及增长率（单位：数量，%）

图表：2018-2023年中国旅游景区行业细分市场 市场规模及增长率（单位：亿元，%）

图表：2023-2030年中国旅游景区行业细分市场 市场消费量及增长率预测（单位：数量，%）

图表：2023-2030年中国旅游景区行业细分市场 市场规模及增长率预测（单位：亿元，%）

图表：中国旅游景区行业细分市场 主要竞争厂商（或品牌）列表

图表：2023年中国旅游景区行业细分市场 Top5厂商（或品牌）市场份额（市场消费量指标，单位：数量，%）

图表：2023年中国旅游景区行业细分市场 Top5厂商（或品牌）市场份额（市场规模指标，单位：亿元，%）

图表：2023年中国旅游景区行业细分市场 市场集中度（CR4）（市场消费量指标，单位：%）

图表：2023年中国旅游景区行业细分市场 市场集中度（CR4）（市场规模指标，单位：%）

图表：2018-2023年中国旅游景区行业细分市场 市场消费量及增长率（单位：数量，%）

图表：2018-2023年中国旅游景区行业细分市场 市场规模及增长率（单位：亿元，%）

图表：2023年中国旅游景区行业产品各区域市场规模及占比（单位：亿元，%）

图表：中国旅游景区行业渠道竞争态势对比

图表：旅游景区行业产业链图谱

图表：2018-2023年中国旅游景区行业销售毛利率

图表：2018-2023年中国旅游景区行业销售利润率

图表：2018-2023年中国旅游景区行业总资产利润率

图表：2018-2023年中国旅游景区行业净资产利润率

图表：2018-2023年中国旅游景区行业产值利税率

图表：2023-2030年中国旅游景区行业盈利能力预测

图表：2018-2023年中国旅游景区行业销售收入增长率

图表：2018-2023年中国旅游景区行业总资产增长率

图表：2018-2023年中国旅游景区行业固定资产增长率

图表：2018-2023年中国旅游景区行业净资产增长率

图表：2018-2023年中国旅游景区行业利润增长率

图表：2023-2030年中国旅游景区行业成长性预测

图表：2018-2023年中国旅游景区行业资产负债率

图表：2018-2023年中国旅游景区行业速动比率

图表：2018-2023年中国旅游景区行业流动比率

图表：2018-2023年中国旅游景区行业利息保障倍数

图表：2023-2030年中国旅游景区行业偿债能力指标预测

图表：2018-2023年中国旅游景区行业总资产周转率

图表：2018-2023年中国旅游景区行业净资产周转率

图表：2018-2023年中国旅游景区行业应收账款周转率

图表：2018-2023年中国旅游景区行业存货周转率

图表：2023-2030年中国旅游景区行业营运能力指标预测

图表：2023-2030年中国旅游景区行业产能变化趋势（单位：数量，%）

图表：2023-2030年中国旅游景区行业产量及增速预测（单位：数量，%）

图表：2023-2030年中国旅游景区行业市场规模及增长率预测（单位：亿元，%）

图表：2023-2030年中国旅游景区行业产品出口金额及增长率预测（单位：美元，%）

图表：2023-2030年中国旅游景区行业产品出口量及增长率预测（单位：数量，%）

图表：2023-2030年中国旅游景区行业产品进口金额及增长率预测（单位：美元，%）

图表：2023-2030年中国旅游景区行业产品进口量及增长率预测（单位：数量，%）