

# 中国旅游景区开发发展前景及运营模式分析报告2023-2029年

产品名称	中国旅游景区开发发展前景及运营模式分析报告 2023-2029年
公司名称	北京中研华泰信息技术研究院销售部
价格	.00/件
规格参数	
公司地址	北京市朝阳区北苑东路19号院4号楼27层2708
联系电话	18766830652 18766830652

## 产品详情

中国旅游景区开发发展前景及运营模式分析报告2023-2029年\*\*\*\*\*

\*\*\*\*【报告编号】368080【出版日期】2023年4月【出版机构】中研华泰研究院【交付方式】

EMIL电子版或特快专递【报告价格】纸质版:6500元 电子版:6800元

纸质版+电子版:7000元【联系人员】

刘亚 免费售后服务一年，具体内容及订购流程欢迎咨询客服人员 第一章

国内外旅游景区开发运营模式分析第一节

旅游景区定义及分类一、旅游景区定义二、旅游景区分类第二节 国际旅游景区开发管理模式对比分析一

、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、服务管理模式分析二

、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、服务管理模式分析三、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

分析四、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、经营模式比较第三节 国际\*\*旅游景区开发分析与经验借鉴一、美国黄石旅

游景区开发分析1、景区发展概况2、旅游开发现状调研3、旅游开发特点二、新西兰峡湾旅游景区开发分

析1、景区发展概况2、旅游开发现状调研3、旅游开发特点三、加拿大班夫旅游景区开发分析1、景区发

展概况2、旅游开发现状调研3、旅游开发特点四、国际旅游景区开发经验借鉴第四节 中国旅游景区开发

与运营模式分析一、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、凤凰模式分析二、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第一节 旅游景区政策环境分析一、旅游景区管理体制二、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

分析第二节 旅游景区经济环境分析一、行业与经济的相关性分析二、宏观经济环境分析1、国际宏

观环境分析2、国内宏观环境分析第三节 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、居民人均旅游消费状况分析3、居民出游目的分析第

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、人口年龄结构分析三、社会结构分析第五节

旅游景区交通环境分析一、铁路投资建设状况分析二、公路投资建设状况分析三、港口运输业发展状况

分析四、航空运输业发展状况分析第三章 中国旅游景区发展状况分析第一节 旅游业发展分析 一、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二、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三、旅游业市场发展空间第二节 旅游景区发展现状调研一、旅游景区发展历程二、旅游景区发展的特点三、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四、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第三节 旅游景区经营分析一、旅游景区数量分析二、旅游景区接待游客数量分析三、旅游景区营业收入规模分析四、旅游景区门票收入分析五、新兴旅游景区发展情况分析第四节 智慧景区建设情况分析一、智慧景区系统构成二、智慧景区发展现状调研三、景区景点电子商务发展状况分析1、黄山景区电子商务发展状况分析2、清江画廊电子商务发展状况分析3、云台山电子商务发展状况分析4、颐和园电子商务发展状况分析5、青城山-都江堰电子商务发展状况分析四、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第一节 自然类旅游景区发展分析一、自然类旅游景区发展现状调研二、自然类旅游景区分布状况分析三、自然类旅游景区发展前景第二节 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1、自然类旅游景区开发类型2、自然类旅游景区开发建议三、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一、自然类旅游景区经营状况分析二、自然类旅游景区收费状况分析第四节 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三、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第一节 人文类旅游景区发展分析一、人文类旅游景区发展现状调研二、人文类旅游景区分布状况分析三、人文类旅游景区发展前景第二节 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四、人文类旅游景区重游分析第三节 人文类旅游景区经营分析一、人文类旅游景区经营状况分析二、人文类旅游景区收费状况分析第四节 人文类旅游景区满意度与营销分析一、人文类旅游景区游客满意度影响因素二、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三、人文类旅游景区营销策略第五节 热点人文类旅游景区分析一、红色旅游景区发展机遇二、红色旅游景区发展现状调研三、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六章 中国主题景区类旅游景区市场分析第一节 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调研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状况分析1、文化类主题景区分布状况分析2、游乐类主题景区分布状况分析3、观光类主题景区分布状况分析4、情景模拟类主题景区分布状况分析四、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五、主题景区类旅游景区重游状况分析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状况分析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二、主题景区类旅游景区收费状况分析1、文化类主题景区收费状况分析2、游乐类主题景区收费状况分析3、观光类主题景区收费状况分析4、情景模拟类主题景区收费状况分析第四节 主题景区类旅游景区满意度分析一、主题景区类旅游景区游客满意度影响因素二、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第一节 社会类旅游景区发展分析一、社会类旅游景区发展现状调研二、社会类旅游景区分布状况分析三、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一、社会类旅游景区经营状况分析二、社会类旅游景区收费状况分析第四节 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八章 中国旅游景区门票价格与定价模式分析第一节 旅游景区门票价格现状分析一、旅游景区门票价格现状调研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”现象分析二、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预测2、旅游景区级别趋势预测3、旅游景区旅游项目趋势预测4、控制游客数量、保护景区环境第二节 旅游景区定价策略与建议一、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、免票策略分析二、未来旅游景区价格发展趋势预测分析三、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第一节 旅游景区营销现状分析一、旅游景区营销特殊性分析二、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、产品体验营销模式三、当前旅游景区营销存在的问题第二节 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预测分析第三节 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、旅游景区渠道策略分析四、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第一节 移动互联网商业价值及旅游景区切入点一、移动互联网商业价值及切入点分析二、2022-2028年移动互联网发展预测分析1、2022-2028年移动互联网前景预测分析2、2022-2028年移动电子商务市场预测分析3、2022-2028年移动营销市场前景预测分析三、2022-2028年移动互联网发展趋势预测分析第二节 旅游景区移动互联网切入与运营策略一、移动互联网用户行为分析二、旅游景区移动互联网营销的机会与威胁三、旅游景区移动互联网营销切入模式建议四、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\*\*案例第三节 旅游景区如何制胜移动互联网营销新平台一、移动互联时代市场营销新趋势预测分析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预测分析二、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调研3、微信的主要营销模分析4、微信营销的步骤、方法与技巧5、微信运营与营销\*\*案例详解6、微信营销效果的评估标准分析三、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\*\*实战案例四、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调研3、微博营销的策略与技巧4、微信营销\*\*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第一节 四川旅游景区现状与发展前景一、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二、四川旅游景区发展状况分析1、自然类旅游景区发展状况分析2、人文类旅游景区发展状况分析3、主题公园类旅游景区发展状况分析4、社会类旅游景区发展状况分析三、四川旅游景区经营状况分析1、四川旅游景区收入分析2、四川旅游景区价格分析四、四川旅游景区竞争情况分析五、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六、四川旅游景区发展趋势与前景第二节 广东旅游景区现状与发展前景一、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二、广东旅游景区发展状况分析1、自然类旅游景区发展状况分析2、人文类旅游景区发展状况分析3、主题公园类旅游景区发展状况分析4、社会类旅游景区发展状况分析三、广东旅游景区经营状况分析1、广东旅游景区收入分析2、广东旅游景区价格分析四、广东旅游景区竞争情况分析五、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六、广东旅游景区发展趋势与前景第三节 北京旅游景区现状与发展前景一、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二、北京旅游景区发展状况分析1、自然类旅游景区发展状况分析2、人文类旅游景区发展状况分析3、主题公园类旅游景区发展状况分析4、社会类旅游景区发展状况分析三、北京旅游景区经营状况分析1、北京旅游景区收入分析2、北京旅游景区价格分析四、北京旅游景区竞争情况分析五、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六、北京旅游景区发展趋势与前景第四节 江苏旅游景区现状与发展前景一、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二、江苏旅游景区发展状况分析1、自然类旅游景区发展状况分析2、人文类旅游景区发展状况分析3、主题公园类旅游景区发展状况分析4、社会类旅游景区发展状况分析三、江苏旅游景区经营状况分析1、江苏旅游景区收入分析2、江苏旅游景区价格分析四、江苏旅游景区竞争情况分析五、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六、江苏旅游景区发展趋势与前景第五节 上海旅游景区现状与发展前景一、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二、上海旅游

景区发展状况分析1、自然类旅游景区发展状况分析2、人文类旅游景区发展状况分析3、主题公园类旅游景区发展状况分析4、社会类旅游景区发展状况分析三、上海旅游景区经营状况分析1、上海旅游景区收入分析2、上海旅游景区价格分析四、上海旅游景区竞争情况分析五、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六、上海旅游景区发展趋势与前景第六节 江西旅游景区现状与发展前景一、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二、江西旅游景区发展状况分析1、自然类旅游景区发展状况分析2、人文类旅游景区发展状况分析3、主题公园类旅游景区发展状况分析4、社会类旅游景区发展状况分析三、江西旅游景区经营状况分析1、江西旅游景区收入分析2、江西旅游景区价格分析四、江西旅游景区竞争情况分析五、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六、江西旅游景区发展趋势与前景第七节 湖北旅游景区现状与发展前景一、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二、湖北旅游景区发展状况分析1、自然类旅游景区发展状况分析2、人文类旅游景区发展状况分析3、主题公园类旅游景区发展状况分析4、社会类旅游景区发展状况分析三、湖北旅游景区经营状况分析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三、湖北旅游景区竞争情况分析五、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六、湖北旅游景区发展趋势与前景第八节 湖南旅游景区现状与发展前景一、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二、湖南旅游景区发展状况分析1、自然类旅游景区发展状况分析2、人文类旅游景区发展状况分析3、主题公园类旅游景区发展状况分析4、社会类旅游景区发展状况分析三、湖南旅游景区经营状况分析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三、湖南旅游景区竞争情况分析五、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六、湖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第一节 自然类旅游景区领先个案经营分析一、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、景区收费状况分析6、景区交通条件7、景区竞争优劣势二、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、景区收费状况分析6、景区交通条件7、景区竞争优劣势三、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、景区收费状况分析6、景区交通条件7、景区竞争优劣势四、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、景区收费状况分析6、景区交通条件7、景区竞争优劣势五、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、景区收费状况分析6、景区交通条件7、景区竞争优劣势六、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、景区收费状况分析6、景区交通条件7、景区竞争优劣势七、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、景区收费状况分析6、景区交通条件7、景区竞争优劣势八、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、景区收费状况分析6、景区交通条件7、景区竞争优劣势九、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、景区收费状况分析6、景区交通条件7、景区竞争优劣势十、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、景区收费状况分析6、景区交通条件7、景区竞争优劣势第二节 人文类旅游景区领先个案经营分析一、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、景区收费状况分析6、景区交通条件7、景区竞争优劣势二、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、景区收费状况分析6、景区交通条件7、景区竞争优劣势三、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、景区收费状况分析6、景区交通条件7、景区竞争优劣势四、秦始皇\*\*\*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、景区收费状况分析6、景区交通条件7、景区竞争优劣势五、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、景区收费状况分析6、景区交通条件7、景区竞争优劣势六、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、景区收费状况分析6、景区交通条件7、景区竞争优劣势七、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、景区收费状况分析6、景区交通条件7、景区竞争优劣势八、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、景区收费状况分析6、景区交通条件7、景区竞争优劣势九、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、景区收费状况分析6、景区交通条件7、景区竞争优劣势十、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、景区收费状况分析5、景区交通条

件6、景区竞争优劣势

### 第三节 主题公园类旅游景区领先个案经营分析

#### 一、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、景区收费状况分析  
6、景区交通条件  
7、景区竞争优劣势

#### 二、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、景区收费状况分析  
6、景区交通条件  
7、景区竞争优劣势

#### 三、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、景区收费状况分析  
5、景区交通条件  
6、景区竞争优劣势

#### 四、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、景区收费状况分析  
5、景区交通条件  
6、景区竞争优劣势

#### 五、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、景区收费状况分析  
6、景区交通条件  
7、景区竞争优劣势

#### 六、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、景区收费状况分析  
5、景区交通条件  
6、景区竞争优劣势

#### 七、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、景区收费状况分析  
6、景区交通条件  
7、景区竞争优劣势

### 第四节 社会类旅游景区领先个案经营分析

#### 一、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、景区收费状况分析  
5、景区交通条件  
6、景区竞争优劣势

#### 二、秦皇岛集发农业观光园经营分析

1、景区发展概况