

2023-2029年中国青海省旅游产业战略规划研究报告

产品名称	2023-2029年中国青海省旅游产业战略规划研究报告
公司名称	北京华商纵横信息咨询中心
价格	6000.00/件
规格参数	
公司地址	北京市朝阳区亚运村四方大厦
联系电话	188-11718743 13621060192

产品详情

章中国旅游业总体发展状况分析9

节中国旅游行业发展概况9

一、中国旅游市场发展概述9

二、旅游业发展方式转变10

三、旅游信息化发展情况10

四、旅游市场存在的问题13

第二节中国旅游市场发展分析13

一、居民旅游市场规模分析13

（一）中国居民旅游人数规模13

（二）城镇居民国内旅游情况14

（三）农村居民国内旅游情况14

（四）国内居民旅游花费总额15

二、入境旅游市场规模分析16

（一）入境游客人数规模分析16

(二) 入境旅游收入规模分析18

(三) 入境旅游客源分布情况18

(四) 港澳台入境游客规模分析19

三、国内出境旅游市场分析19

(一) 居民出境旅游人数分析19

(二) 因私出境旅游人数分析20

(三) 赴日旅游市场状况分析20

(四) 赴台旅游市场状况分析21

第三节黄金周及假日旅游市场分析21

一、十一黄金周旅游市场分析21

二、端午小长假旅游市场分析24

三、五一小长假旅游市场分析25

四、清明小长假旅游市场分析26

五、春节黄金周旅游市场分析27

第四节旅游景区市场发展现状28

一、旅游景区定价策略分析28

二、旅游景区市场规模分析30

三、中国旅游景区分析30

四、旅游景区行业排名情况31

(一) 旅游景区营业收入排名31

(二) 景区接待游客人数排名32

五、中国5A级旅游景区分析35

(一) 5A级旅游景区发展变迁35

(二) 5A级旅游景区分布情况36

第二章青海省旅游市场环境分析42

节青海省宏观经济环境分析42

一、青海省GDP增长情况分析42

二、青海省工业经济形势分析42

三、青海省固定资产投资分析43

四、青海省经济形势发展展望44

第二节青海省旅游政策环境分析45

一、中国旅游行业相关政策分析45

二、国家金融支持旅游相关政策47

三、《青海省旅游条例》49

（一）总则49

（二）旅游产业促进与发展50

（三）旅游资源保护与利用51

（四）旅游者权利与义务52

四、《青海省“十四五”旅游业发展规划》53

第三节青海省旅游行业社会环境分析54

一、青海省人口规模分析54

二、法定节假日带薪假期实施55

三、城乡居民收入增长分析57

四、青海省交通基础建设情况58

第四节青海省旅游相关产业环境分析58

一、青海省星级饭店发展分析58

二、青海省餐饮行业发展分析59

三、青海省旅行社发展分析59

四、青海省会展行业发展分析60

五、青海省交通市场状况分析61

第三章青海省旅游市场发展状况分析62

第一节青海省旅游资源分析62

一、青海省旅游资源概述62

二、青海省旅游景区介绍63

三、青海省旅游产品概述66

第二节青海省旅游市场发展分析67

一、青海省旅游市场现状67

二、青海省国内游市场规模分析68

（一）青海省国内游人数规模分析68

（二）青海省国内游收入规模分析68

三、青海省入境游市场规模分析68

（一）青海省入境游人数规模分析68

（二）青海省入境游收入规模分析69

四、青海省景区经营情况分析69

第三节青海省黄金周及假日旅游市场分析70

一、十一黄金周旅游市场分析70

二、春节黄金周旅游市场分析70

第四节青海省旅游细分市场发展分析73

一、青海省生态旅游市场分析73

二、青海省乡村旅游市场分析74

三、青海省红色旅游市场分析75

第四章青海省旅游市场调研分析76

第一节旅游问卷调查基本情况76

第二节旅客来源地构成调研76

第三节来青旅游旅客情况调研77

一、游客职业构成情况77

二、来青旅游目的情况77

三、不同职业者来青旅游目的的调查78

四、国内游客性别和年龄构成79

第四节游客对价格和服务质价相符性评价79

第五节旅客在青旅游情况调研79

一、游客旅游方式调研79

二、游客游览景点情况80

三、游客感兴趣的旅游资源81

四、游客获知青海旅游的渠道81

五、游客喜好的旅游产品81

第六节调研结论及建议81

一、调查基本结论81

二、调查基本建议81

第五章青海省旅游管理及服务市场分析83

第一节旅游行业管理及服务分析83

一、旅游管理与服务分析83

二、旅游监督与管理分析86

第二节青海湖景区管理条例分析87

一、总则87

二、规划88

三、建设89

四、保护90

五、管理91

第三节青海省旅游服务营销策略及建议92

一、旅游服务营销的问题92

二、旅游服务营销7P策略93

三、旅游服务营销的重点96

第六章青海省旅游企业竞争力分析98

第一节青海省康辉国际旅行社有限责任公司98

一、企业发展基本情况98

二、企业品牌情况分析98

三、企业旅游路线分析98

四、企业竞争优势分析101

第二节青海西羌国际旅行社有限公司101

一、企业发展基本情况101

二、企业主要景点分析102

三、企业旅游线路分析103

四、企业竞争优势分析103

第三节青海华远旅行社有限责任公司103

一、企业发展基本情况103

二、企业景点情况分析104

三、企业旅游线路分析105

四、企业竞争优势分析106

第四节青海省中国旅行社有限公司106

一、企业发展基本情况106

二、企业景点情况分析107

三、企业旅游服务分析107

四、企业竞争优势分析107

第五节青海乐游天下国际旅行社有限公司108

一、企业发展基本情况108

二、企业经营情况分析108

三、企业旅游路线分析108

四、企业竞争优势分析109

第六节青海铁航国际旅行社有限公司109

一、企业发展基本情况109

二、企业经营范围分析110

三、企业旅游路线分析110

四、企业竞争优势分析111

第七节青海省中国国际旅行社有限责任公司112

一、企业发展基本情况112

二、企业主要业务分析112

三、企业发展情况分析113

四、企业旅游路线分析113

五、企业竞争优势分析114

第八节青海省中国青年旅行社有限责任公司115

一、企业发展基本情况115

二、企业主要业务分析115

三、企业旅游线路分析115

四、企业竞争优势分析117

第七章青海省旅游市场趋势与前景分析118

节中国旅游市场前景预测分析118

一、中国将成zui大国内游市场118

二、高端旅游成未来新的旅游热点118

三、“十四五”旅游行业发展目标118

第二节青海省旅游市场预测分析121

- 一、青海省旅游行业发展目标121
- 二、青海省国内游市场规模预测122
- 三、青海省入境游市场规模预测122

第八章青海省旅游市场投资风险及对策分析124

第一节青海省旅游市场投资机遇分析124

- 一、政府支持力度不断强化124
- 二、西部大开发战略的深化125
- 三、重点开发带的辐射效应125

第二节青海省旅游市场风险分析127

- 一、旅游季节性明显127
- 二、生态环境脆弱127
- 三、旅游集散地发育不完善128
- 四、旅游复合型人才缺乏128

第三节青海省旅游市场投资策略129

- 一、深化政府引导129
- 二、强化营销推广130
- 三、增强旅游创新131
- 四、立足脆弱环境132
- 五、发挥比较优势133

第四节旅游业风险投资未来走势133

第九章青海省旅游企业投融资战略规划分析135

第一节青海省旅游企业发展战略规划背景意义135

- 一、企业转型升级的需要135

二、企业强做大做的需要135

三、企业可持续发展需要135

第二节青海省旅游企业发展战略规划的制定原则136

一、科学性136

二、实践性136

三、前瞻性136

四、创新性136

五、全面性137

六、动态性137

第三节青海省旅游企业战略规划制定依据137

一、国家产业政策137

二、行业发展规律137

三、企业资源与能力138

四、可预期的战略定位138

第四节青海省旅游企业战略规划策略分析138

一、战略综合规划138

二、技术开发战略139

三、区域战略规划139

四、产业战略规划139

五、营销品牌战略140

六、竞争战略规划141