

中国旅游景区景点经营管理分析及投资决策建议报告2024-2030年

产品名称	中国旅游景区景点经营管理分析及投资决策建议报告2024-2030年
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

第一章 2023年中国景区旅游产业现状分析 第一节 2023年全国旅游景区景点分类 一、自然类的旅游景区景点 二、人文类的旅游景区景点 三、主题公园类 四、社会类的旅游景区景点 第二节 2023年中国景区资源现状分析 一、中国景区资源规模 二、中国的世界遗产 三、中国5A级旅游景区景点分析 第三节 2023年中国旅游消费变化分析 一、旅游消费群体变化 二、旅游消费功能变化 三、旅游消费结构变化

第二章 2023年中国旅游景区景点产业运行环境分析 第一节 2023年中国宏观经济环境分析 一、中国GDP分析 二、城乡居民家庭人均可支配收入 三、恩格尔系数 四、消费品零售总额 五、餐饮业消费额 第二节 2023年中国旅游景区景点产业政策环境分析 第三节 2023年中国旅游景区景点产业社会环境分析 一、旅游行业收入变化 二、国内游市场规模 三、入境游市场规模 四、出境游市场规模

第三章 2023年中国旅游景区景点经营管理分析 第一节 2023年中国景区收益链分析 一、基础性收益 二、支持性收益 三、延伸性收益 第二节 2023年中国景区经营模式 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 2023年中国景区收益管理策略 一、建立灵活科学的旅游景区景点价格体系 二、加强游客管理 三、重点管理支持性收益点和延伸性收益点 四、注重开源和节流 第四节 2023年中国景区管理问题及对策 一、旅游景区景点管理所面临的主要问题 二、存在问题原因分析 三、提高景区管理的对策

第四章 2023年中国旅游景区景点投资盈利能力分析 第一节 2023年旅游收入模式简析 一、旅游景区景点收入规模分析 二、景区收入结构 三、影响旅游收入的主要因素 第二节 2023年中国景区盈利模式选择分析 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 2023年中国旅游景区景点投资分析 一、产业规模投资分

析二、投资主体结构分析 第四节 2023年中国景区经营权转让分析 一、旅游景区景点特性分析 二、经营权转让问题及原因 三、经营权转让的基本对策 第五节 2023年中国景区的行业管理分析 一、资源管理时代 二、服务管理时代

第五章 2023年中国旅游景区景点营销策略分析 节 2023年中国景区营销策略分析 一、景区产品科学定位 二、景区产品组合 三、景区如何选择市场 四、同区域的联合营销 五、景区的深度开发 六、营销信息的收集与管理 第二节 2023年中国旅游景区景点品牌传播分析 一、品牌传播的意义 二、品牌传播的主体 三、品牌传播的内容 四、品牌传播的方式 五、品牌传播的媒介

第六章 2023年中国红色旅游景区景点市场动态分析 节 2023年中国红色旅游现状分析 一、红色旅游的概述 二、中国红色旅游经典景区 三、红色旅游规划纲要分析 第二节 2023年中国红色旅游资源特点 一、巨大的数量 二、内容和主题 三、分布广泛与地区性 四、多种多样的类型构成

第七章 2023年中国西藏旅游景区景点市场走势分析 节 西藏旅游优势 一、自然生态环境比较优势 二、宗教人文环境比较优势 三、产业政策环境比较优势 四、旅游资源比较优势 五、旅游产业比较优势 第二节 2023年西藏旅游特性深度分析 一、西藏旅游市场规模 二、西藏交通成本分析 三、西藏旅游客源格局分析 四、西藏旅游交通方式 五、西藏客源群体层次分析 第三节 2023年西藏旅游市场动态分析

第八章 2023年中国农业旅游景区景点市场动态分析 节 中国农业旅游的发展历程 一、农业旅游的范围界定 二、我国农业旅游的发展历程 第二节 中国农业旅游发展的特点 一、我国农业旅游市场需求旺盛，发展潜力巨大 二、我国农业旅游产品开发的资源类型多且开发成本较低 三、农业旅游项目广布全国，主要分布在城市周边地区 四、多以资源依托型为主，且类型丰富 五、消费以中低档次为主 六、尚处于发展的初期阶段 第三节 我国开发农业旅游项目前景广阔 一、开发农业旅游前景广阔 二、开发农业旅游意义深远

第九章 2023年中国工业旅游景区景点市场动态分析 节 我国工业旅游发展历程及现状 一、工业旅游的概念 二、我国工业旅游发展历程 三、我国工业旅游发展现状分析 第二节 我国工业旅游的开发模式 一、型开发模式 二、公园型开发模式 三、综合型开发模式 四、特定型开发模式 第三节 我国工业旅游典型案例分析 一、海尔集团工业旅游 二、青岛啤酒工业旅游 三、山东青岛港工业旅游 四、苏州工业园区试水“工业旅游”新模式 五、汇源果汁集团开展工业旅游 六、吉林中国汽车集团公司工业旅游 七、我国首家电影工业旅游园在长春诞生

第十章 2023年中国特种旅游景区景点市场动态分析 节 特种旅游的界定 第二节 特种旅游的特征 一、旅游生态环境和文化环境的原始自然性 二、旅游项目和线路的新奇性、探险性 三、旅游形式的自主参与性 第三节 特种旅游的类型 一、非赛事体育运动类 二、探险类 三、考察观察类 四、其他类型 第四节 我国发展特种旅游的优势 一、不断扩大的国际影响力 二、丰富的旅游资源 三、日益成熟的组织接待条件 第五节 特种旅游的开发 一、线路的设计 二、行程的控制 三、规范化管理 四、协调机制 五、队伍的化

第十一章 2023年中国旅游景区景点企业运营现状分析 节 桂林旅游股份有限公司 一、企业概况 二、企业主要经济指标分析 三、企业成长性分析 四、企业经营能力分析 五、企业盈利能力及偿债能力分析 第二节 峨眉山旅游股份有限公司 一、企业概况 二、企业主要经济指标分析 三、企业成长性分析 四、企业经营能力分析 五、企业盈利能力及偿债能力分析 第三节 黄山旅游发展股份有限公司 一、企业概况 二、企业主要经济指标分析 三、企业成长性分析 四、企业经营能力分析 五、企业盈利能力及偿债能力分析 第四节 丽江玉龙旅游股份有限公司 一、企业概况 二、企业主要经济指标分析 三、企业成长性分析 四、企业经营能力分析 五、企业盈利能力及偿债能力分析 第五节 深圳华侨城控股股份有限公司 一、企业概况 二、企业主要经济指标分析 三、企业成长性分析 四、企业经营能力分析 五、企业盈利能力及偿债能力分析 第六节 昆明世博园股份有限公司 一、企业概况 二、企业主要经济指标分析 三、企业成长性分析 四、企业经营能力分析 五、企业盈利能力及偿债能力分析 第七节

.....

第十二章 2024-2030年中国旅游景区景点产业发展前景预测分析 节 2024-2030年中国旅游行业发展走势预测分析 一、旅游业仍有较大发展空间 二、短期下挫难抑持续增长 三、农村市场和带薪休假是潜力所在 第二节 2024-2030年中国旅游景区景点发展前景分析 一、旅游业发展前景分析 二、旅游景区景点发展趋势 第三节 2024-2030年中国旅游营销发展趋势分析

第十三章 2024-2030年中国旅游景区景点投资机会与风险分析 节 2024-2030年中国旅游景区景点投资环境分析 第二节 2024-2030年中国旅游景区景点投资机会分析 一、“十四五”旅游投资 二、旅游投资特性分析 三、景区投资特性分析 第三节 2024-2030年中国旅游景区景点投资风险分析 一、市场竞争风险分析 二、政策风险分析 三、其它风险分析 第四节 专家建议