

# 中国旅游景区深度调研分析及前景趋势研究报告2024-2030年

产品名称	中国旅游景区深度调研分析及前景趋势研究报告 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

### 章 旅游景区相关概述

#### 节、旅游景区的概念界定

##### 一、概念解析

##### 二、地位阐述

##### 三、生命周期

##### 四、基本特性

#### 第二节、旅游景区的分类方法

##### 一、按资源类型划分

##### 二、按功能特征划分

##### 三、按质量等级划分

#### 第三节、旅游景区的构成要素

##### 一、固定的地域范围

##### 二、特定的游览内容

##### 三、综合性的旅游服务

## 四、追求效益的管理机构

### 第四节、旅游景区的开发意义

#### 一、促进旅游业良性循环

#### 二、推动开发地区建设

#### 三、利于旅游资源保护

## 第二章 2021-2023年国际旅游景区的开发运营经验

### 第一节、美国旅游景区开发运营模式

#### 一、景区概况

#### 二、开发原则

#### 三、政策体系

#### 四、人事管理

#### 五、资金管理

#### 六、资源管理

#### 七、服务管理

### 第二节、日本旅游景区开发运营模式

#### 一、景区概况

#### 二、政策体系

#### 三、分区管理

#### 四、景区价格

#### 五、服务管理

### 第三节、德国旅游景区开发运营模式

#### 一、景区概况

#### 二、政策体系

#### 三、分区管理

#### 四、资金管理

#### 五、服务管理

## 六、资源管理

### 第四节、美日德旅游景区管理模式比较

#### 一、管理理念

#### 二、管理体制

#### 三、法律体系

#### 四、资金来源

#### 五、参与机制

#### 六、经营模式

### 第五节、国际旅游景区开发运营经验借鉴

#### 一、坚持可持续发展

#### 二、完善管理模式

#### 三、坚持社会福利性

#### 四、清晰产权界定

#### 五、加强相关者参与

## 第三章 2021-2023年中国旅游景区发展环境分析

### 第一节、经济环境

#### 一、宏观经济概况

#### 二、对外经济分析

#### 三、工业运行情况

#### 四、固定资产投资

#### 五、宏观经济展望

### 第二节、政策环境

#### 一、国家层面旅游景区政策

#### 二、地方层面旅游景区政策

#### 三、《旅游法》景区规定解读

### 第三节、社会环境

一、居民收入水平

二、社会消费规模

三、居民消费水平

四、带薪休假情况

五、居民出游现状

#### 第四节、旅游资源环境

一、旅游资源基本介绍

二、自然风景旅游资源

三、人文景观旅游资源

四、旅游资源四大特性

五、典型旅游区旅游资源

#### 第五节、旅游产业环境

一、旅游产业景气指数

二、分项旅游业态现状

三、产业发展前景展望

#### 第六节、交通运输环境

一、基础设施建设

二、运输装备规模

三、运输服务规模

四、固定资产投资

### 第四章 2021-2023年中国旅游景区综合分析

#### 节、中国旅游景区属性分析

一、景区结构

二、一线景区

三、二三线景区

四、人工景区

## 第二节、中国旅游景区的建设发展综述

### 一、旅游景区建设历程

### 二、景区业战略调整

### 三、景区创新发展思路

## 第三节、中国旅游景区发展现状分析

### 一、旅游景区发展现状

### 二、景区价格调整情况

### 三、门票业务模式变革

### 四、景区月度榜单分析

## 第四节、2021-2023年旅游景区行业财务状况分析

### 一、上市公司规模

### 二、上市公司分布

### 三、经营状况分析

### 四、盈利能力分析

### 五、营运能力分析

### 六、成长能力分析

### 七、现金流量分析

## 第五节、旅游景区类公司业务发展现状分析

### 一、回溯与拆分

### 二、企业估值方法

### 三、公司溢价属性

### 四、提升估值因素

## 第六节、中国旅游景区发展存在的问题

### 一、存在认知问题

### 二、产业发展矛盾

### 三、环境保护缺失

#### 四、管理存在问题

#### 五、缺乏综合规划

### 第七节、中国旅游景区发展建议

#### 一、旅游景区运营策略

#### 二、旅游景区建设策略

#### 三、旅游景区管理思路

#### 四、景区环境保护对策

#### 五、问题景区发展建议

## 第五章 2021-2023年自然类旅游景区分析

### 节、自然资源类旅游景区特征

#### 一、空间分布不均衡

#### 二、时间季节性

#### 三、主体品牌强势

#### 四、系统脆弱性

### 第二节、特色自然类旅游景区发展分析

#### 一、森林旅游景区

#### 二、山岳旅游景区

#### 三、湖泊旅游景区

#### 四、峡谷旅游景区

#### 五、沙漠旅游景区

#### 六、水利旅游景区

### 第三节、自然类旅游景区的定位与开发重点

#### 一、自然风景区资源品级

#### 二、自然风景区区域分布

#### 三、自然风景区可进入性

#### 四、自然风景区客源差异

## 五、自然风景区开发侧重点

### 第四节、自然类旅游景区的营销策略探索

#### 一、整体制定原则

#### 二、影响因素分析

#### 三、产品策略建议

#### 四、开发类型建议

#### 五、其他方面建议

### 第五节、基于体验经济的自然类景区旅游产品设计思路

#### 一、以游客体验需求为中心

#### 二、对景区进行体验化设计

#### 三、以地域特色为基础开发

## 第六章 2021-2023年人文类旅游景区分析

### 第一节、人文旅游资源特征

#### 一、高隐性

#### 二、内在价值高

#### 三、开发难度大

### 第二节、人文类旅游景区细分类别

#### 一、历史文化名城

#### 二、古代建筑

#### 三、古典园林

#### 四、古代宗教

#### 五、名人故居

#### 六、红色旅游景区

### 第三节、文化旅游景区的开发分析

#### 一、开发类型分析

#### 二、开发模式分析

### 三、交通布局特征

#### 第四节、人文类旅游景区开发的问题分析

##### 一、盲目建设问题

##### 二、自然景观遭破坏

##### 三、发展不协调问题

##### 四、与史实不符问题

#### 第五节、人文类旅游景区的规划开发思路

##### 一、景观空间与旅游时间协调

##### 二、静态产品与动态产品结合

##### 三、自然空间与人文空间平衡

##### 四、处理好产品与产业的关系

#### 第七章 2021-2023年复合类旅游景区（风景名胜区）分析

##### 第一节、风景名胜区的基本概述

###### 一、概念界定

###### 二、行业性质

###### 三、资源质量

###### 四、行业导向

###### 五、行业特点

###### 六、开发模式

##### 第二节、2021-2023年风景名胜区建设综况

###### 一、体系建设

###### 二、法规和体制

###### 三、资源保护

###### 四、规划管理

###### 五、能力建设

##### 第三节、风景名胜区旅游竞争力评价分析



- 一、竞争力的构成
- 二、竞争力的来源
- 三、竞争力评价原则
- 四、竞争力评价内容
- 五、竞争力评价体系

#### 第四节、风景名胜区发展中的问题

- 一、管理体制问题
- 二、资金供给问题
- 三、社会监督问题
- 四、立法管理问题

#### 第五节、风景名胜区管理策略探讨

- 一、现行管理状况
- 二、管理性质和原则
- 三、权利与责任界定
- 四、管理制度改革建议

#### 第六节、风景名胜区潜在的矛盾及应对建议

- 一、规划编制与执行的矛盾
- 二、管理机构与地方政府的矛盾
- 三、管理机构与各主管部门的矛盾
- 四、景区发展与乡村发展的矛盾

### 第八章 2021-2023年主题公园类旅游景区分析

#### 节、中国主题公园类旅游景区发展综述

- 一、主题公园特征
- 二、建设运营状况
- 三、竞争格局分析
- 四、企业发展路径

## 五、未来发展趋势

### 第二节、2021-2023年主题公园市场现状分析

#### 一、主题公园项目区域分布

#### 二、主题公园项目游客量

#### 三、现有主题公园市场容量

#### 四、主题公园细分类别市场

#### 五、主题公园游客量及票价

#### 六、连锁主题公园运营商

#### 七、主题公园投资额特征

#### 八、主题公园未来发展规划

### 第三节、中国主题公园类旅游景区发展动态

#### 一、上海迪士尼乐园

#### 二、华侨城主题公园

#### 三、华强方特主题公园

#### 四、长隆主题公园

#### 五、万达主题公园

#### 六、南宁中泰主题公园

#### 七、荔波冰雪世界主题乐园

#### 八、长城动漫全产业链布局

### 第四节、主题公园类旅游景区竞争分析

#### 一、产业竞争模型

#### 二、竞争要素分析

#### 三、竞争优势要素

#### 四、竞争策略分析

### 第五节、主题公园类旅游景区开发的成功因素

#### 一、主题选择与定位

二、主题公园区位选择

三、主题创意设计

四、主题产品开发与更新

五、主题公园文化内涵

第六节、主题公园类旅游景区的盈利模式

一、经营增长盈利模式

二、物业增值盈利模式

三、品牌延伸盈利模式

四、客源共享盈利模式

第七节、主题公园类旅游景区存在的问题

一、数量多而规模小

二、重复建设现象严重

三、盈利模式单一

四、产品单一且缺乏创新

第八节、主题公园类旅游景区发展对策

一、规划设计方案

二、投资开发策略

三、经营管理策略

四、宏观调控措施

五、营销策略分析

六、服务创新策略

第九章 2021-2023年社会类旅游景区分析

节、乡村旅游景区

一、可持续发展指导意见

二、乡村旅游基本类型

三、乡村旅游开发模式

#### 四、乡村旅游景观规划

#### 五、互联网+乡村旅游

#### 六、发展存在问题分析

#### 七、乡村旅游发展规划

### 第二节、农业观光园

#### 一、发展背景

#### 二、基本类型

#### 三、开发原则

#### 四、开发模式

#### 五、盈利模式

#### 六、问题分析

#### 七、发展建议

#### 八、规划设计

### 第三节、工业旅游区

#### 一、发展背景

#### 二、理念与模式

#### 三、发展特点

#### 四、开发模式

#### 五、问题分析

#### 六、发展建议

### 第四节、校园旅游

#### 一、发展背景

#### 二、基本类型

#### 三、开发原则

#### 四、开发模式

#### 五、问题分析

## 六、发展建议

### 第十章 2021-2023年分区域旅游景区发展状况

#### 节、东北地区

##### 一、黑龙江旅游景区分析

##### 二、吉林省旅游景区分析

##### 三、辽宁省旅游景区分析

#### 第二节、华北地区

##### 一、北京市旅游景区分析

##### 二、天津市旅游景区分析

##### 三、河北省旅游景区分析

##### 四、山西省旅游景区分析

##### 五、内蒙古旅游景区分析

#### 第三节、华东地区

##### 一、山东省旅游景区分析

##### 二、上海市旅游景区分析

##### 三、江苏省旅游景区分析

##### 四、浙江省旅游景区分析

##### 五、安徽省旅游景区分析

##### 六、江西省旅游景区分析

#### 第四节、华中地区

##### 一、河南省旅游景区分析

##### 二、湖北省旅游景区分析

##### 三、湖南省旅游景区分析

#### 第五节、华南地区

##### 一、广东省旅游景区分析

##### 二、广西壮族自治区旅游景区分析

### 三、海南省旅游景区分析

### 四、福建省旅游景区分析

## 第六节、西南地区

### 一、重庆市旅游景区分析

### 二、四川省旅游景区分析

### 三、云南省旅游景区分析

### 四、贵州省旅游景区分析

### 五、西藏自治区旅游景区分析

## 第七节、西北地区

### 一、陕西省旅游景区分析

### 二、青海省旅游景区分析

### 三、甘肃省旅游景区分析

### 四、宁夏回族自治区旅游景区分析

### 五、新疆维吾尔自治区旅游景区分析

## 第十一章 旅游景区的规划设计分析

### 节、旅游景区项目规划开发流程

#### 一、旅游景区要素规划

#### 二、景区项目开发模式

#### 三、项目策划论证

#### 四、总体规划编制

#### 五、详细规划编制

#### 六、项目建议书编写

#### 七、编制可行性研究报告

#### 八、政府审批事项办理

#### 九、资金运作与招商引资

#### 十、建设准备与工程建设

## 十一、建设完成与开业运作

### 第二节、旅游景区项目设计分析

#### 一、项目设计内容

#### 二、项目设计理念

#### 三、项目设计步骤

#### 四、运作计划制定

### 第三节、旅游景区的空间布局规划

#### 一、区位定位

#### 二、功能布局

#### 三、用地规划

#### 四、游线规划

### 第四节、旅游景区建筑规划设计中的关键点

#### 一、风景旅游建筑规划体系

#### 二、建筑设计与自然景观结合

#### 三、建筑设计与区域物质结合

#### 四、建筑设计与游客感知结合

### 第五节、旅游景区的服务设施规划

#### 一、住宿设施规划

#### 二、餐饮设施规划

#### 三、购物设施规划

#### 四、娱乐设施规划

### 第六节、旅游景区的基础设施规划

#### 一、交通设施规划

#### 二、给排水设施规划

#### 三、电力电信设施规划

### 第七节、旅游景区的科学规划建设分析

- 一、规划开发理念
- 二、规划开发原则
- 三、科学统筹措施

## 第八节、特色自然资源旅游景区规划设计策略

- 一、特色自然景区
- 二、规划存在问题
- 三、规划影响因素
- 四、规划原则目标
- 五、空间规划对策
- 六、用地规划对策
- 七、功能规划对策
- 八、产品规划对策

## 第九节、典型旅游景区的规划案例

- 一、东湖生态旅游风景区全域旅游发展行动计划（2018-2020）
- 二、武汉东湖风景区总体规划（2011-2025年）
- 三、紫鹊界梯田——梅山龙宫风景名胜区总体规划（2012-2025）
- 四、上海国际旅游度假区发展规划（2011-2030年）

## 第十二章 旅游景区的开发运营分析

### 节、中国旅游景区开发思维分析

- 一、旅游景区开发阶段
- 二、旅游市场的定位思维
- 三、旅游资源原生化思维
- 四、旅游文化的活化思维
- 五、规划的非标准化思维
- 六、旅游产品差异化思维
- 七、旅游业态休闲化思维



## 八、运营核心吸引力思维

### 第二节、中国旅游景区的主题策划分析

#### 一、旅游景区主题筛选

#### 二、旅游景区主题策划

#### 三、旅游景区主题线索

### 第三节、旅游景区的主题形象定位分析

#### 一、主题形象的概念界定

#### 二、主题形象的构成要素

#### 三、主题形象的基本特征

#### 四、主题形象的定位原则

#### 五、主题形象的定位方法

#### 六、主题形象的塑造方法

### 第四节、旅游景区的产品开发分析

#### 一、景区产品界定及类型

#### 二、景区产品特点及构成

#### 三、景区产品体系及组合

#### 四、景区产品的开发目标

#### 五、景区产品的生命周期

### 第五节、旅游景区的信息化建设分析

#### 一、景区信息化系统组成

#### 二、景区信息化管理意义

#### 三、智慧化景区发展问题

#### 四、景区信息化管理策略

#### 五、旅游移动大数据建设

### 第六节、旅游景区的开发运营策略探讨

#### 一、景区吸引力的塑造

二、老景区的重新定位

三、旅游景区合作发展

四、景区开发模式建议

五、景区环境保护措施

### 第十三章 旅游景区的经营管理模式分析

节、旅游景区经营管理模式划分的依据

一、景区经营主体的市场化程度

二、景区经营主体的所有制性质

三、景区及其经营主体的行政隶属关系

四、景区的权属关系