

2012-2016年中国旅游景区 行业市场供需分析及投资前景研究报告

报告目录及图表目录

博思数据研究中心编制

www.bosidata.com

报告报价

《2012-2016年中国旅游景区行业市场供需分析及投资前景研究报告》信息及时，资料详实，指导性强，具有独家，独到，独特的优势。旨在帮助客户掌握区域经济趋势，获得优质客户信息，准确、全面、迅速了解目前行业发展动向，从而提升工作效率和效果，是把握企业战略发展定位不可或缺的重要决策依据。

官方网站浏览地址：<http://www.bosidata.com/lyyou1112/O52853229J.html>

【报告价格】 纸介版**6800**元 电子版**7000**元 纸介+电子**7500**元

【出版日期】 2011-12-09

【交付方式】 Email电子版/特快专递

【订购电话】 全国统一客服务热线：400-700-3630(免长话费) 010-57272732/57190630

博思数据研究中心

特别说明：本PDF目录为计算机程序生成，格式美观性可能有欠缺；实际报告排版规则、美观。

说明、目录、图表目录

博思数据研究中心 <http://www.bosidata.com>

报告说明:

博思数据研究中心发布的《2012-2016年中国旅游景区行业市场供需分析及投资前景研究报告》共十三章。首先介绍了旅游景区相关概述、中国旅游景区 市场运行环境等，接着分析了中国旅游景区市场发展的现状，然后介绍了中国旅游景区重点区域市场运行形势。随后，报告对中国旅游景区重点企业经营状况分析，最后分析了中国旅游景区行业发展趋势与投资预测。您若想对旅游景区产业有个系统的了解或者想投资旅游景区行业，本报告是您不可或缺的重要工具。

旅游景区（tourist attraction）是旅游业的核心要素，是旅游产品的主体成分，是旅游产业链中的中心环节，是旅游消费的吸引中心，是旅游产业面的辐射中心。旅游业是很多城市或地区的支柱性产业，所以在国计民生中起着不可忽视的作用。我国有很多典型的旅游城市，例如三亚、丽江、焦作、黄山、敦煌等等，都是以旅游为核心，全面带动整体经济发展的城市。直接受益的行业有旅游业、餐饮娱乐、城市交通、生活服务行业、旅游纪念品 等等全面带动整个地区的生产消费各行业的共同发展，形成以旅游为龙头的旅游经济产业链。

第一章 旅游景区产业相关概述

第一节 旅游业产业链

一、旅游产业的特性

二、旅游类型的划分

三、旅游资源

四、旅游产业在国民经济中的地位

1、世界旅游业已成为全球经济的重要组成部分

2、旅游业已成为中国经济发展的先导部门

3、旅游业成为中国的支柱产业

第二节 旅游景区的构成要素

一、游览

二、娱乐

三、旅行

四、饮食

五、住宿

六、购物

第三节 旅游景区级别划分

第四节 旅游景区级生态规划

第二章 中国旅游景区产业运行环境分析

第一节 国内旅游景区经济环境分析

一、GDP历史变动轨迹分析

二、固定资产投资历史变动轨迹分析

三、2012年中国旅游景区经济发展预测分析

第二节 中国旅游景区行业政策环境分析

第三章 中国旅游业整体运行形势分析

第一节 2011年国际旅游业运行总况

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

1、撒哈拉以南非洲国家带动世界旅游业增长

2、受甲型H1N1流感影响，美国泰国旅游业急剧降温

3、墨西哥旅游业受流感重创

第二节 2011年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

第三节 2011年中国旅游业重点区域市场动态分析

一、大连全年拟建设旅游项目102个

二、北京进一步规范旅游市场

三、新疆暴力事件对当地旅游带来冲击

第四节 2011年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

第五节 2011年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 中国景区旅游产业新形势分析

第一节 2011年中国景区资源现状综述

一、中国景区资源规模

二、中国的世界遗产

三、中国5A级旅游景区分析

第二节 2011年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 2011年中国旅游消费变化趋势分析

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

第五章 中国旅游景区经营管理分析

第一节 2011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 2011年中国景区经营模式分析

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 2011年中国景区收益管理策略分析

一、建立灵活科学的旅游景区价格体系

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 2011年中国景区管理问题及对策

一、旅游景区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

第五节 金融危机下旅游景区管理

一、金融危机对旅游者和旅游景区的影响

二、金融危机下旅游景区的管理措施

第六节 2011年中国旅游景区管理体制改革的对策

一、法制先行，出台全国性的《旅游景区管理办法》

二、统一管理，景区实行管委会（或管理处）模式

三、从业准入，完善景区从业人员的准入制度

四 年审制度，强化对景区长期的管理

五 标准化，引进标准化景区管理流程

六 景区排行榜，以排行榜引导消费者

第六章 中国旅游景区竞争态势分析

第一节 2011年中国旅游景区竞争总况

一、旅游景区进入创意竞争时代

二、旅游景区竞争力模型研究

第二节 2011年中国旅游景区竞争力分析

一、区域内旅游景区市场竞争力测评

二、森林生态旅游景区竞争优势研究

三、对于旅游景区竞争力提升的思考

四、旅游景区的竞争力与差异化

第三节 2011年中国旅游景区价格竞争分析

一、过度竞争的主要原因

二、过度竞争引发的弊端

三、竞争必须着眼于游客的需求

四 竞争应当着力于景区的价值

第四节 2012-2016年中国旅游景区竞争趋势分析

第七章 中国旅游景区投资盈利分析

第一节 旅游收入模式简析

一、旅游景区收入规模分析

二、景区收入结构

三、影响旅游收入的主要因素

第二节 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

一、产业规模投资分析

二、投资主体结构分析

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

第五节 景区的行业管理

一、资源管理时代

二、服务管理时代

第八章 旅游景区营销策略

第一节 景区营销策略

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 旅游景区品牌传播分

一、品牌传播的意义

二、品牌传播的主体

三、品牌传播的内容

五 品牌传播的方式

六 品牌传播的媒介

第九章 国内重点区域旅游资源分析

第一节 2011年中国主要地区的旅游资源

一、西南市场

二、华东市场

三、东北市场

四、华南市场

五、华北市场

第二节 2011年国内典型旅游景点分析

一、历史文化类

二、海滨旅游区

三、自然风景游览区

第三节 2011年其他个性景点分析

一、杭州未来世界

二、深圳微缩景区——锦绣中华

三、丰都鬼文化主题乐园

第十章 热点旅游景区分析

第一节 海南旅游岛研究

一、海南国际旅游岛提出及进展

二、海南成为旅游岛基础条件

三、海南交通、旅游业、地产

四 海南国际旅游岛措施和目标

第二节 上海迪斯尼项目

一、上海迪士尼建设

二、项目影响分析

第十一章 中国旅游景区上市企业分析

第一节 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、企业盈利能力分析

四、企业偿债能力分析

五、企业运营能力分析

六、企业成长能力分析

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、企业盈利能力分析

四、企业偿债能力分析

五、企业运营能力分析

六、企业成长能力分析

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、企业盈利能力分析

四、企业偿债能力分析

五、企业运营能力分析

六、企业成长能力分析

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、企业盈利能力分析

四、企业偿债能力分析

五、企业运营能力分析

六、企业成长能力分析

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、企业盈利能力分析
- 四、企业偿债能力分析
- 五、企业运营能力分析
- 六、企业成长能力分析

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、企业盈利能力分析
- 四、企业偿债能力分析
- 五、企业运营能力分析
- 六、企业成长能力分析

第十二章 2012-2016年中国旅游业前景展望与趋势分析

第一节 2012-2016年国际旅游业的发展前景

- 一、未来国际旅游市场的发展特征分析
- 二、世界旅游业的发展空间巨大
- 三、未来五年世界旅游业的发展新走向
- 四、全球蜜月旅游市场的前景诱人

第二节 2012-2016年中国旅游业前景预测分析

- 一、中国旅游业两大潜力市场亟待挖掘
- 二、2012-2016年中国出境旅游业发展预测
- 三、中国旅游发展趋势研究
- 四、中国旅游业发展的新走向

第三节 2012-2016年中国旅游市场的发展趋势探析

- 一、中国旅游市场趋势瞻望
- 二、现代中国旅游市场需求的发展趋势
- 三、中国旅游服务的文化趋势

第十三章 2012-2016年中国旅游景区投资战略分析

第一节 2011年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 2011年中国旅游景区投资现状分析

一、常州六大重点旅游景区投资将突破20亿

二、以景区打造国际复合型旅游地产

第三节 2012-2016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

第四节 2012-2016年中国旅游景区投资风险及防范

一、金融风险分析

二、政策风险分析

三、竞争风险分析

图表目录（部分）：

图表：2005-2011年国内生产总值

图表：2005-2011年居民消费价格涨跌幅度

图表：2011年居民消费价格比上年涨跌幅度（%）

图表：2005-2011年国家外汇储备

图表：2005-2011年财政收入

图表：2005-2011年全社会固定资产投资

图表：2011年分行业城镇固定资产投资及其增长速度（亿元）

图表：2011年固定资产投资新增主要生产能力

图表：桂林旅游股份有限公司主要经济指标走势图

图表：桂林旅游股份有限公司经营收入走势图

图表：桂林旅游股份有限公司盈利指标走势图

图表：桂林旅游股份有限公司负债情况图

图表：桂林旅游股份有限公司负债指标走势图

图表：桂林旅游股份有限公司运营能力指标走势图

图表：桂林旅游股份有限公司成长能力指标走势图

图表：峨眉山旅游股份有限公司主要经济指标走势图

图表：峨眉山旅游股份有限公司经营收入走势图

图表：峨眉山旅游股份有限公司盈利指标走势图

图表：峨眉山旅游股份有限公司负债情况图

图表：峨眉山旅游股份有限公司负债指标走势图

图表：峨眉山旅游股份有限公司运营能力指标走势图

图表：峨眉山旅游股份有限公司成长能力指标走势图

图表：黄山旅游发展股份有限公司主要经济指标走势图

图表：黄山旅游发展股份有限公司经营收入走势图

图表：黄山旅游发展股份有限公司盈利指标走势图

图表：黄山旅游发展股份有限公司负债情况图

图表：黄山旅游发展股份有限公司负债指标走势图

图表：黄山旅游发展股份有限公司运营能力指标走势图

图表：黄山旅游发展股份有限公司成长能力指标走势图

图表：丽江玉龙旅游股份有限公司主要经济指标走势图

图表：丽江玉龙旅游股份有限公司经营收入走势图

图表：丽江玉龙旅游股份有限公司盈利指标走势图

图表：丽江玉龙旅游股份有限公司负债情况图

图表：丽江玉龙旅游股份有限公司负债指标走势图

图表：丽江玉龙旅游股份有限公司运营能力指标走势图

图表：丽江玉龙旅游股份有限公司成长能力指标走势图

图表：深圳华侨城控股股份有限公司主要经济指标走势图

图表：深圳华侨城控股股份有限公司经营收入走势图

图表：深圳华侨城控股股份有限公司盈利指标走势图

图表：深圳华侨城控股股份有限公司负债情况图

图表：深圳华侨城控股股份有限公司负债指标走势图

图表：深圳华侨城控股股份有限公司运营能力指标走势图

图表：深圳华侨城控股股份有限公司成长能力指标走势图

图表：昆明世博园股份有限公司主要经济指标走势图

图表：昆明世博园股份有限公司经营收入走势图

图表：昆明世博园股份有限公司盈利指标走势图

图表：昆明世博园股份有限公司负债情况图

图表：昆明世博园股份有限公司负债指标走势图

图表：昆明世博园股份有限公司运营能力指标走势图

图表：昆明世博园股份有限公司成长能力指标走势图

图表：略……

本研究报告数据主要采用国家统计局数据，海关总署，问卷调查数据，商务部采集数据等数据库。其中宏观经济数据主要来自国家统计局，部分行业统计数据主要来自国家统计局及市场调研数据，企业数据主要来自于国统计局规模企业统计数据库及证券交易所等，价格数据主要来自于各类市场监测数据库。

详细请访问：<http://www.bosidata.com/lvyou1112/O52853229J.html>