



艾凯咨询
ICAN Consulting

2016-2022年中国旅游景区行业市场分析及投资策略研究报告

一、调研说明

《2016-2022年中国旅游景区行业市场分析及投资策略研究报告》是艾凯咨询集团经过数月的周密调研，结合国家统计局，行业协会，工商，税务海关等相关数据，由行业内知名专家撰写而成。报告意于成为从事本行业人士经营及投资提供参考的重要依据。

报告主要可分为四大部分，首先，报告对本行业的特征及国内外市场环境进行描述；其次，是本行业的上下游产业链，市场供需状况及竞争格局从宏观到细致的详尽剖析，接着报告中列出数家该行业的重点企业，分析相关经营数据；最后，对该行业未来的发展前景，投资风险给出指导建议。相信该份报告对您把握市场脉搏，知悉竞争对手，进行战略投资具有重要帮助。

官方网址：<https://www.icandata.com/view/281096.html>

报告价格： 纸介版9000元 电子版9000元 纸介版+电子版9200元

订购电话： 400-700-0142 010-80392465

电子邮箱： sales@icandata.com

联系人： 刘老师

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。

二、摘要、目录、图表

近年来，伴随我国居民生活水平的不断提升，居民参与旅游活动的欲望及支付能力均不断增强。而"带薪休假"以及"黄金周"长假等政策又为居民提供了更多的闲暇时间，加上便利的交通设施，潜在的旅游需求正不断地转化为现实的、有效的旅游需求。

伴随我国驱动旅游有效市场需求各要素不断完善，其对旅游需求的有效释放产生了极大地促进作用。而旅游景区是旅游业发展的基础和核心要素，在我国旅游业的发展过程中，发挥着非常重要的作用，即是我国旅游业发展形象的重要体现，也为在地方经济发展中作出了突出的贡献。

旅游景区产品是一种服务产品。因此，它具有服务性产品的一般特性，即无形性、不可贮存性、不可转移性、生产与消费同时性。旅游景区产品的特殊性决定了游客购买旅游产品过程也不同于其他商品，这同时也使得旅游景区营销区别于其他产品营销而具有特殊性。

到2016年3月，我国景区数量已达26000多家。在移动互联网时代，要建设智慧景区，免费WiFi(无线局域网)是"标配"。《关于进一步促进旅游投资和消费的若干意见》也明确提出，到2020年，全国4A级以上景区和智慧乡村旅游试点单位实现免费WiFi(无线局域网)等功能全覆盖。

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。

报告目录：

第一章 中国旅游景区发展环境25

第一节 旅游景区的相关概述25

一、旅游业的概述25

（一）旅游业定义25

（二）旅游业三要素25

（三）旅游业产业链25

二、旅游景区的定义26

三、旅游景区构成要素26

（一）游览26

（二）娱乐26

(三) 旅行26

(四) 饮食27

(五) 住宿27

(六) 购物27

四、旅游景区级别划分27

五、旅游景区行业地位27

第二节 旅游景区发展的经济环境28

一、中国GDP增长情况分析28

二、工业经济发展形势分析29

三、社会固定资产投资分析30

四、全社会消费品零售总额31

五、城乡居民收入增长分析33

六、居民消费价格变化分析34

七、对外贸易发展形势分析35

第三节 旅游景区发展的政策环境35

一、近年中国主要旅游支持政策35

二、《中华人民共和国旅游法》36

三、促进文化与旅游结合发展的指导意见56

四、《国务院关于加快发展旅游业的意见》57

五、金融支持旅游业加快发展的若干意见58

六、《旅游质量发展纲要(年)》59

七、旅游局令第38号《旅游行政处罚办法》60

八、国家对旅游业发展扶持力度不断加大60

九、《旅游景区质量等级管理办法》61

第四节 旅游景区发展的消费环境62

一、人口环境分析62

二、中国城镇化率63

三、居民收入与旅游消费相关性64

四、城乡居民人均旅游花费情况65

五、居民奢侈品消费情况分析65

第五节 国民旅游休闲制度分析66

一、休假制度对旅游发展影响66

- (一) 国际带薪休假制度比较66
- (二) 休假对各国旅游业影响70
- (三) 日本休假旅游案例分析71
- (四) 台湾休假旅游案例分析73
- 二、旅游休闲纲要颁发必要性74
- 三、旅游休闲纲要修订情况74
- 四、旅游休闲纲要试点情况75
- 第六节 国民旅游休闲纲要内容解读76
- 一、落实带薪休假制度推动长线旅游76
- 二、加强旅游设施建设扩大旅游人群78
- 三、进一步刺激国民休闲旅游消费79
- (一) 银发旅游与修学旅游79
- (二) 奖励旅游80
- (三) 福利旅游80
- 四、后续系列国民旅游政策展望82

第二章 中国旅游景区资源分析83

第一节 中国旅游资源分类分析83

- 一、自然类的旅游资源83
- 二、人文类的旅游资源83
- 三、混合类的旅游资源84
- 四、主题公园旅游资源84
- 五、社会类的旅游资源84

第二节 中国十大旅游资源区分析84

- 一、东北林海雪原旅游资源区84
- (一) 地理位置84
- (二) 区域分析84
- (三) 区域特色85
- 二、中原古文化旅游资源区86
- (一) 地理位置86
- (二) 区域分析86
- (三) 区域特色86

三、华东山水园林旅游资源区88

（一）地理位置88

（二）区域分析88

（三）区域特色88

四、华中名山峡谷旅游资源区89

（一）地理位置89

（二）区域分析89

（三）区域特色90

五、华南热带风光旅游资源区90

（一）地理位置90

（二）区域分析91

（三）区域特色91

六、西南奇山异水风土人情旅游资源区92

（一）地理位置92

（二）区域分析92

（三）区域特色92

七、西北"丝路"文化旅游资源区93

（一）地理位置93

（二）区域分析93

（三）区域特色94

八、内蒙古草原风情旅游资源区95

（一）地理位置95

（二）区域分析95

（三）区域特色95

九、青藏高原旅游资源区96

（一）地理位置96

（二）区域分析96

（三）区域特色97

十、港澳台旅游资源区97

（一）地理位置97

（二）区域分析97

（三）区域特色98

第三章 中国旅游景区发展现状99

第一节 中国旅游业发展情况99

- 一、国内旅游业市场规模99
- 二、入境游市场发展情况100
- 三、在线游市场发展情况103
- 四、中国旅游业发展特征103

第二节 旅游景区资源分析104

- 一、旅游景区评级情况104
- 二、5A级旅游景区分析105
 - (一) 5A级旅游景区发展变迁105
 - (二) 5A级旅游景区分布情况105
 - (三) 5A级景区新增情况110
- 三、特色景观旅游名镇村111
 - (一) 第一批特色景观旅游名镇村111
 - (二) 第二批特色景观旅游名镇村113
- 四、旅游景区世界遗产名录115

第三节 旅游景区市场运营现状117

- 一、旅游景区接待人数情况117
- 二、旅游景区营业收入情况117
- 三、旅游景区门票收入情况118
- 四、旅游景区发展中的问题118

第四节 旅游景区市场竞争情况120

- 一、旅游景区进入创意竞争时代120
- 二、旅游景区进入网络竞争时代120

第五节 旅游景区市场调研情况121

- 一、全国游客满意度调查情况121
- 二、全国游客旅游情况调查121
- 三、旅游景区服务满意度调研122
- 四、旅游景区游客来源调研122
- 五、旅游景区投资情况调研122
- 六、旅游景区运行动态调研122

第六节 高铁建设对旅游景区发展影响123

- 一、高铁对旅游景区发展影响123
- 二、高铁运营里程及投资规模124
- 三、京津高铁对地区旅游影响125
- 四、武广高铁对地区旅游影响125
- 五、京沪高铁对地区旅游影响126

第四章 中国不同类型旅游景区分析129

第一节 自然风光景区129

- 一、自然风光资源开发现状129
- 二、自然风光旅游需求特点130
- 三、自然风光景区区域分布130
- 四、自然风光景区开发策略132
- 五、自然风光景区开发案例133

（一）安徽黄山133

（二）四川九寨沟136

（三）广西桂林山水137

（四）云南西双版纳140

（五）新疆天山天池141

（六）海南天涯海角141

（七）西藏珠穆朗玛峰142

（八）陕西华山143

（九）湖南张家界146

（十）湖北神农架146

第二节 历史古迹景区147

- 一、历史古迹资源开发现状147
- 二、历史古迹旅游需求特点149
- 三、历史古迹景区区域分布149
- 四、历史古迹景区开发策略150
- 五、历史古迹景区开发案例151

（一）北京故宫151

（二）万里长城152

（三）秦陵兵马俑156

- (四) 甘肃敦煌莫高窟157
- (五) 周口店北京猿人遗址158
- (六) 避暑山庄160
- (七) 河南少林寺161
- (八) 杭州西湖162
- (九) 苏州园林163
- (十) 西安华清池景区163
- (十一) 西藏布达拉宫164
- (十二) 重庆大足石刻165
- (十三) 四川青城山165
- (十四) 山西大同云冈石窟166

第三节 红色旅游景区167

- 一、中国红色旅游的界定167
- 二、中国红色旅游发展概述168
- 三、中国红色旅游发展历程169
- 四、国内红色旅游兴起原因171
- 五、红色旅游景区发展规划171
- 六、重点红色旅游景区分析172
 - (一) 沪浙红色旅游区172
 - (二) 湘赣闽红色旅游区173
 - (三) 左右江红色旅游区174
 - (四) 黔北黔西红色旅游区175
 - (五) 雪山草地红色旅游区175
 - (六) 陕甘宁红色旅游区176
 - (七) 东北红色旅游区177
 - (八) 鲁苏皖红色旅游区178
 - (九) 大别山红色旅游区179
 - (十) 太行山红色旅游区179
 - (十一) 川陕渝红色旅游区180
 - (十二) 京津冀红色旅游区181

第四节 生态旅游景区181

- 一、生态旅游的概念简述181

二、生态旅游发展问题分析182

三、地区生态旅游景区分析182

（一）西藏生态旅游景区情况182

（二）安徽生态旅游景区情况183

（三）四川生态旅游景区情况184

四、生态旅游市场发展机遇185

五、生态旅游可持续发展策略186

六、生态旅游景区开发案例188

（一）婺源生态旅游区188

（二）九间棚生态旅游区188

（三）长清武庄乡旅游区189

（四）柳州市洛维旅游区189

（五）亭区红枣自助游景区190

第五节 主题公园景区190

一、全球主题公园接待游客情况190

二、中外主题公园盈利模式比较191

三、中国主题公园国家标准实施194

四、大型外资主题公园进军中国194

五、中国主题公园连锁经营探索195

（一）主题公园连锁经营的内涵195

（二）国外主题公园连锁经营现状196

（三）中国主题公园连锁经营态势197

（四）主题公园连锁经营策略分析199

六、主题公园景区开发案例201

（一）深圳欢乐谷案例201

（二）西安大唐芙蓉园203

（三）丰都鬼文化乐园204

（四）上海迪士尼项目205

第六节 温泉旅游景区211

一、中国温泉旅游发展概述211

二、温泉旅游消费特征分析212

三、温泉旅游景区开发的问题212

四、国外温泉旅游景区发展启示215

五、温泉旅游景区的发展趋势216

六、温泉旅游景区开发案例217

（一）庐山天沐温泉度假村217

（二）珠海海泉湾度假区218

（三）四川海螺沟温泉景区219

（四）茗汤温泉度假村219

（五）九华山庄温泉度假村220

（六）德宗温泉度假村220

（七）金山温泉度假村221

（八）安宁温泉度假村221

第七节 古镇旅游景区221

一、中国古镇旅游分布情况221

二、古镇旅游消费特点分析223

三、古镇旅游景区开发现状224

四、古镇旅游景区开发案例226

（一）浙江乌镇自助游景区226

（二）平遥古镇自助游景区226

（三）婺源大理坑景区227

（四）丽江古城自助游景区228

（五）大理古城自助游景区229

（六）湖南凤凰古城旅游区229

第八节 工业旅游景区230

一、工业旅游产业概念简述230

二、德国工业旅游产业启示230

三、中国工业旅游发展特征232

四、中国工业旅游资源分布233

五、工业旅游产业问题分析233

六、工业旅游产业发展策略234

七、体验型工业旅游开发分析236

八、工业旅游景区开发案例240

（一）玉林燕京啤酒工业旅游240

- (二) 柳州卷烟厂工业旅游区241
- (三) 烟台龙大集团工业旅游242
- (四) 三精制药工业旅游示范园243

第五章 中国旅游景区运营管理分析244

第一节 旅游景区服务管理244

- 一、旅游景区服务的构成244
- 二、旅游景区服务标准及要求245
 - (一) 景区入口服务245
 - (二) 景区解说服务245
 - (三) 景区餐饮服务246
 - (四) 景区购物服务246
 - (五) 景区交通服务246
 - (六) 景区投诉管理247
 - (七) 景区其他服务247

第二节 旅游景区产品管理249

- 一、旅游景区产品特征249
- 二、旅游景区产品生命周期249
- 三、旅游景区产品创新过程250
- 四、旅游景区产品组合策略252

第三节 旅游景区营销管理255

- 一、旅游景区营销战略255
 - (一) 旅游景区市场细分255
 - (二) 旅游景区目标市场选择256
 - (三) 旅游景区市场定位257
 - (四) 旅游景区形象制胜战略258
- 二、旅游景区营销策略260
 - (一) 旅游景区品牌策略260
 - (二) 旅游景区价格策略261
 - (三) 旅游景区营销渠道策略263
 - (四) 旅游景区促销策略264
- 三、旅游景区营销创新方向265

(一) 绿色营销265

(二) 网络营销266

第四节 旅游景区人力资源管理267

一、旅游景区人力资源类型与特点267

二、旅游景区人力资源管理内容269

(一) 旅游景区人力资源配置269

(二) 旅游景区人力资源开发269

(三) 旅游景区人力资源考核270

(四) 旅游景区人力资源激励271

第五节 旅游景区游客管理272

一、旅游景区游客管理内容272

二、旅游景区游客管理方法273

三、旅游景区游客行为管理273

四、旅游景区容量控制方法275

第六节 旅游景区社区管理276

一、旅游景区与旅游社区的关系276

二、旅游景区社区管理的主要内容277

三、旅游景区社区管理的主要模式278

第七节 旅游景区设施与安全管理279

一、旅游景区设施分类279

二、旅游景区设施设备管理280

三、旅游景区设施安全管理280

第八节 旅游景区环境管理283

一、旅游景区环境管理内容283

二、旅游景区卫生环境管理内容285

三、旅游景区卫生环境管理措施289

第九节 旅游景区质量管理290

一、旅游景区质量管理的必要性290

二、旅游景区质量管理的内容与方法291

三、旅游景区主要质量认证制度294

第六章 中国旅游景区门票定价分析295

第一节 旅游景区定价政策分析295

第二节 旅游景区门票定价模型295

一、目前旅游景区门票定价问题295

二、旅游景区门票价格本质辨析296

三、景区科学定价应考虑的因素297

四、旅游景区门票定价模型构建297

五、旅游景区定价案例实证分析298

第三节 旅游景区提价情况分析298

一、景区门票上涨的原因分析298

二、门票提价对景区收入影响301

三、景区门票涨价程序分析303

四、近年景区提价模式分析304

（一）直接提价方式304

（二）其他变通方式305

五、景区产品定价策略分析306

六、未来旅游景区提价预期308

第七章 中国旅游景区经营模式分析309

第一节 旅游景区经营模式309

一、政府配置模式309

二、市场配置模式309

三、景政合一模式310

四、国家公园模式310

第二节 旅游景区盈利模式311

一、门票经济模式311

二、收益节点分析314

（一）基础性收益节点314

（二）支持性收益节点314

（三）延伸性收益节点314

三、产业链拓展模式314

四、景区盈利模式选择315

（一）景区产业价值链分析315

(二) 拓宽景区产业价值链315

(三) 延伸景区产业价值链315

第三节 旅游景区经营权转让模式316

一、旅游景区经营权转让模式316

(一) 项目特许经营316

(二) 股份制合作经营317

(三) 整体租赁317

二、旅游景区经营权转让问题及对策317

(一) 旅游景区特性分析317

(二) 经营权转让问题及原因318

(三) 经营权转让的基本对策319

第四节 旅游景区融资模式321

一、旅游景区融资现状及对策321

(一) 中小景区融资现状及其困境321

(二) 中小景区融资困境原因剖析322

(三) 治理中小景区融资困境对策323

二、旅游景区融资模式分析326

(一) 上市融资326

(二) 招商融资326

(三) 门票抵押326

(四) 股份制改造327

(五) 资产证券化327

第八章 中国重点省市旅游景区开发328

第一节 北京市旅游景区开发328

一、旅游产业发展概况328

二、旅游景区开发情况329

(一) 自然风光类329

(二) 历史古迹类330

(三) 民族文化类332

(四) 地域特色类333

三、旅游景区开发规划334

第二节 广东省旅游景区开发336

一、旅游产业发展概况336

二、旅游景区开发情况337

（一）自然风光类337

（二）历史古迹类338

（三）民族文化类338

（四）地域特色类339

三、旅游景区开发规划339

第三节 四川省旅游景区开发340

一、旅游产业发展概况340

二、旅游景区开发情况341

（一）自然风光类341

（二）历史古迹类341

（三）民族文化类343

（四）地域特色类344

三、旅游景区开发规划345

第四节 浙江省旅游景区开发346

一、旅游产业发展概况346

二、旅游景区开发情况348

（一）自然风光类348

（二）历史古迹类348

（三）民族文化类349

（四）地域特色类350

三、旅游景区开发规划350

第五节 海南省旅游景区开发351

一、旅游产业发展概况351

二、旅游景区开发情况352

（一）自然风光类352

（二）历史古迹类353

（三）民族文化类353

（四）地域特色类353

三、旅游景区开发规划354

第六节 河南省旅游景区开发355

一、旅游产业发展概况355

二、旅游景区开发情况357

（一）自然风光类357

（二）历史古迹类357

（三）民族文化类357

（四）地域特色类358

三、旅游景区开发规划358

第七节 湖南省旅游景区开发361

一、旅游产业发展概况361

二、旅游景区开发情况361

（一）自然风光类361

（二）历史古迹类362

（三）民族文化类366

（四）地域特色类366

三、旅游景区开发规划367

第八节 广西区旅游景区开发369

一、旅游产业发展概况369

二、旅游景区开发情况370

（一）自然风光类370

（二）历史古迹类371

（三）民族文化类372

（四）地域特色类372

三、旅游景区开发规划373

第九节 云南省旅游景区开发374

一、旅游产业发展概况374

二、旅游景区开发情况376

（一）自然风光类376

（二）历史古迹类377

（三）民族文化类379

（四）地域特色类380

三、旅游景区开发规划380

第十节 陕西省旅游景区开发382

一、旅游产业发展概况382

二、旅游景区开发情况384

(一) 自然风光类384

(二) 历史古迹类384

(三) 民族文化类385

(四) 地域特色类385

三、旅游景区开发规划386

第十一节 重庆市旅游景区开发386

一、旅游产业发展概况386

二、旅游景区开发情况388

(一) 自然风光类388

(二) 历史古迹类389

(三) 民族文化类389

(四) 地域特色类390

三、旅游景区开发规划391

第十二节 西藏区旅游景区开发393

一、旅游产业发展概况393

二、旅游景区开发情况394

(一) 自然风光类394

(二) 历史古迹类396

(三) 民族文化类398

(四) 地域特色类399

三、旅游景区开发规划399

第十三节 福建省旅游景区开发400

一、旅游产业发展概况400

二、旅游景区开发情况402

(一) 自然风光类402

(二) 历史古迹类403

(三) 民族文化类404

(四) 地域特色类404

三、旅游景区开发规划405

第十四节 江苏省旅游景区开发406

一、旅游产业发展概况406

二、旅游景区开发情况408

（一）自然风光类408

（二）历史古迹类409

（三）民族文化类409

（四）地域特色类410

三、旅游业发展规划分析411

第十五节 安徽省旅游景区开发413

一、旅游产业发展概况413

二、旅游景区开发情况415

（一）自然风光类415

（二）历史古迹类415

（三）民族文化类415

（四）地域特色类416

三、旅游景区开发规划416

第九章 中国旅游景区相关上市企业分析418

第一节 北京京西风光旅游开发股份有限公司418

一、企业基本情况分析418

二、企业主营业务分析418

三、企业景区运营情况418

四、企业经营情况分析419

五、企业经济指标分析420

六、企业盈利能力分析421

七、企业偿债能力分析421

八、企业运营能力分析421

九、企业成本费用分析422

第二节 云南旅游股份有限公司422

一、企业基本情况分析422

二、企业主营业务分析422

三、企业景区运营情况422

四、企业经营情况分析423

五、企业经济指标分析424

六、企业盈利能力分析424

七、企业偿债能力分析425

八、企业运营能力分析425

九、企业成本费用分析425

第三节 丽江玉龙旅游股份有限公司426

一、企业基本情况分析426

二、企业主营业务分析427

三、企业景区运营情况427

四、企业经营情况分析427

五、企业经济指标分析428

六、企业盈利能力分析429

七、企业偿债能力分析429

八、企业运营能力分析430

九、企业成本费用分析430

第四节 桂林旅游股份有限公司430

一、企业基本情况分析430

二、企业主营业务分析431

三、企业景区运营情况431

四、企业经营情况分析431

五、企业经济指标分析432

六、企业盈利能力分析433

七、企业偿债能力分析433

八、企业运营能力分析433

九、企业成本费用分析434

第五节 黄山旅游发展股份有限公司434

一、企业基本情况分析434

二、企业主营业务分析435

三、企业景区运营情况435

四、企业经营情况分析435

五、企业经济指标分析436

六、企业盈利能力分析437

七、企业偿债能力分析437

八、企业运营能力分析437

九、企业成本费用分析438

第六节 西藏旅游股份有限公司438

一、企业基本情况分析438

二、企业主营业务分析439

三、企业景区运营情况439

四、企业经营情况分析439

五、企业经济指标分析440

六、企业盈利能力分析441

七、企业偿债能力分析441

八、企业运营能力分析441

九、企业成本费用分析442

第七节 峨眉山旅游股份有限公司443

一、企业基本情况分析443

二、企业主营业务分析443

三、企业景区运营情况443

四、企业经营情况分析443

五、企业经济指标分析444

六、企业盈利能力分析445

七、企业偿债能力分析445

八、企业运营能力分析446

九、企业成本费用分析446

第八节 西安旅游股份有限公司447

一、企业基本情况分析447

二、企业主营业务分析447

三、企业景区运营情况447

四、企业经营情况分析448

五、企业经济指标分析449

六、企业盈利能力分析449

七、企业偿债能力分析450

八、企业运营能力分析450

九、企业成本费用分析450

第九节 深圳华侨城股份有限公司451

一、企业基本情况分析451

二、企业主营业务分析451

三、企业景区运营情况451

四、企业经营情况分析452

五、企业经济指标分析453

六、企业盈利能力分析454

七、企业偿债能力分析454

八、企业运营能力分析454

九、企业成本费用分析455

第十节 宋城演艺发展股份有限公司456

一、企业基本情况分析456

二、企业主营业务分析456

三、企业景区运营情况456

四、企业经营情况分析457

五、企业经济指标分析458

六、企业盈利能力分析459

七、企业偿债能力分析459

八、企业运营能力分析459

九、企业成本费用分析460

第十一节 武汉三特索道集团股份有限公司460

一、企业基本情况分析460

二、企业主营业务分析460

三、企业景区运营情况460

四、企业经营情况分析461

五、企业经济指标分析462

六、企业盈利能力分析463

七、企业偿债能力分析463

八、企业运营能力分析464

九、企业成本费用分析464

第十二节 张家界旅游集团股份有限公司465

一、企业基本情况分析465

二、企业主营业务分析465

三、企业景区运营情况465

四、企业经营情况分析465

五、企业经济指标分析467

六、企业盈利能力分析467

七、企业偿债能力分析468

八、企业运营能力分析468

九、企业成本费用分析468

第十三节 大连圣亚旅游控股股份有限公司469

一、企业基本情况分析469

二、企业主营业务分析470

三、企业景区运营情况470

四、企业经营情况分析470

五、企业经济指标分析471

六、企业盈利能力分析471

七、企业偿债能力分析472

八、企业运营能力分析472

九、企业成本费用分析472

第十四节 西安曲江文化旅游股份有限公司473

一、企业基本情况分析473

二、企业主营业务分析473

三、企业景区运营情况474

四、企业经营情况分析474

五、企业经济指标分析475

六、企业盈利能力分析476

七、企业偿债能力分析476

八、企业运营能力分析476

九、企业成本费用分析477

第十五节 浙旅控股股份有限公司478

一、公司基本情况分析478

- 二、企业主营业务分析478
- 三、企业景区运营情况478
- 四、企业竞争优势分析479
- 五、企业发展战略分析480

第十章 年中国旅游景区开发前景及投资战略(AK TL)481

第一节年旅游业发展前景预测481

- 一、旅游业发展规划前瞻481
- 二、旅游景区市场规模预测481
- 三、国内游市场发展预测482
- 四、入境游市场发展预测483
- 五、在线游市场发展预测484

第二节年旅游景区投资开发前景485

- 一、景区项目投资问题485
- 二、景区项目投资方式485
 - (一)自然景区投资方式486
 - (二)文化景区投资方式486
 - (三)人造景区投资方式486

- 三、景区项目投资模式487
- 四、规范旅游景区投资行为488
- 五、景区项目投资开发前景488

第三节年旅游景区投资机会分析489

- 一、旅游景区市场消费潜力489
- 二、中国将成全球最大国内游市场489
- 三、旅游景区投资环境分析490
- 四、旅游景区具有良好投资价值492
- 五、不同类型景区投资分析492

第四节年旅游景区投资风险分析492

- 一、政策风险492
- 二、竞争风险492
- 三、市场风险493
- 四、经营风险493

五、自然灾害不可抗因素风险494

第五节年旅游景区投资策略与建议494

图表目录：

图表 1 年中国国内生产总值及增长变化趋势图29

图表 2 年国内生产总值构成及增长速度统计29

图表 3 年中国规模以上工业增加值月度增长速度30

图表 4 年中国固定资产投资（不含农户）变化趋势图31

图表 5 年中国社会消费品零售总额及增长速度趋势图32

图表 6 年中国城镇居民人均可支配收入增长趋势图33

图表 7 年中国居民消费价格月度变化趋势图34

图表 8 年中国货物进出口总额变化趋势图35

图表 9 近年中国旅游业支持政策统计36

图表 10 中国对旅游业发展扶持分析61

图表 11 年中国人口总量增长趋势图62

图表 12 年全国人口数及其构成63

图表 13 年中国城镇化率变化趋势图64

图表 14 中国人均GDP与旅游需求关系64

图表 15 年中国国内旅游人均花费统计65

图表 16 中国高端消费品消费结构66

图表 17 内地最受欢迎的高端消费品排名66

图表 18 各国带薪假期和公共节日假期统计表67

图表 19 各国带薪休假时间安排的比较68

图表 20 各国带薪休假工资及补助的比较69

图表 21 各国带薪休假使用和补偿的比较69

图表 22 日本推进居民休假的相关措施72

图表 23 台湾公务员带薪休假规定73

图表 24 《国民旅游休闲纲要》前期分省试点情况75

图表 25 居民带薪休假落实情况调查结果77

图表 26 《国民旅游休闲纲要》直接刺激旅游消费的相关措施79

图表 27 年中国国内旅游人数统计99

图表 28 年中国国内旅游收入统计99

图表 29 年中国入境游各国家和地区人数规模统计100

图表 30 年中国入境旅游各大洲人数份额图101

图表 31 年中国入境旅游接待人数情况102

图表 32 年中国入境旅游人数规模统计102

图表 33 年中国入境旅游外汇收入规模统计102

图表 34 年中国入境旅游接待外汇收入分结构情况103

图表 35 年中国在线旅游市场规模变化趋势图103

图表 36 中国A级旅游区结构图105

图表 37 国家5A级旅游景区分布情况105

图表 38 年中国新增5A级景区统计111

图表 39 第一批特色景观旅游名镇村112

图表 40 第二批特色景观旅游名镇村113

图表 41 中国世界遗产一览表115

图表 42 年中国旅游景区接待人数统计117

图表 43 年中国旅游景区营业收入情况117

图表 44 年中国旅游景区门票收入情况统计118

图表 45 年中国高速铁路建设规划及相关受益旅游企业124

图表 46 年中国高速铁路运营里程统计124

图表 47 年中国高速铁路投资规模统计125

图表 48 武广高铁对区域旅游市场提速明显125

图表 49 京沪高铁基本情况126

图表 50 京沪高铁路线站点示意图127

图表 51 中国著名自然景区构造地形关系分布131

图表 52 7个自然风景区平均趋向指数131

图表 53 沪浙红色旅游经典景区统计173

图表 54 全球主题公园集团八强游客接待情况191

图表 55 中国主题公园连锁的主导力量和空间分布格局199

图表 56 大唐芙蓉园令游客最为深刻的项目204

图表 57 上海迪斯尼占地区域情况206

图表 58 申迪集团股权结构207

图表 59 迪士尼主题公园公司股权结构207

图表 60 迪士尼配套设施公司股权结构207

图表 61 迪士尼管理公司股权结构208

图表 62 上海迪斯尼项目部分标志性进展时间点208

图表 63 温泉度假区旅游者消费特征212

图表 64 珠海海泉湾度假区开发项目大事记218

图表 65 中国古镇分布表222

图表 66 古镇在我国三大地带的分布状况223

图表 67 中国古镇旅游开发模式一览表225

图表 68 景区产品生命周期曲线250

图表 69 一般选举组合法示意图253

图表 70 波士顿矩阵组合法示意图254

图表 71 产业一吸引力分析矩阵示意图255

图表 72 旅游景区设施分类279

图表 73 景区设施设备卫生管理内容288

图表 74 提价后对黄山游客人数、门票收入和公司收入增速影响302

图表 75 提价后对乐山大佛景区游客人数、门票收入和公司收入增速影响303

图表 76 自然景区门票提价审核程序304

图表 77 中国自然景区门票提价潮305

图表 78 中国旅游业上市公司门票及运输业务占营业收入及营业利润比率306

图表 79 政府定价或指导价景区门票调整的规定307

图表 80 年优质景区平均票价增长情况308

图表 81 主要旅游国家景区门票价格管理机制312

图表 82 年北京市旅游总收入及增长统计328

图表 83 年北京市接待国内旅游人数情况329

图表 84 年广东省国内旅游收入及增长统计336

图表 85 年广东省接待国内旅游人数情况336

图表 86 年四川省国内旅游收入及增长统计340

图表 87 年四川省接待国内旅游人数情况341

图表 88 年浙江省国内外旅游收入统计347

图表 89 年浙江省接待旅游人数情况347

图表 90 浙江省部分历史名人一览表349

图表 91 浙江省部分文化遗产一览表349

图表 92 年海南省旅游总收入统计352

图表 93 年海南省接待过夜旅游人数统计352

图表 94 年河南省旅游收入统计356

图表 95 年河南省入境游客统计356

图表 96 年湖南省旅游收入统计361

图表 97 年湖南省国内旅游收入及游客人数统计361

图表 98 湖南省自然风光类资源362

图表 99 年广西壮族自治区国内旅游收入及增长统计369

图表 100 年广西壮族自治区接待国内旅游人数情况369

图表 101 广西壮族自治区"十二五"期间旅游业发展总体框架373

图表 102 年云南省国内旅游收入及增长统计376

图表 103 年云南省接待国内旅游人数情况376

图表 104 年陕西省旅游总收入及增长统计382

图表 105 年陕西省接待境内外游客数量情况383

图表 106 年陕西省接待入境旅游人数统计383

图表 107 年陕西省接待入境旅游者按主要客源分国统计383

图表 108 年重庆市旅游外汇收入及增长统计387

图表 109 年重庆市接待国内旅游人数情况388

图表 110 重庆市著名人文资源389

图表 111 年西藏自治区国内外旅游总收入及增长统计393

图表 112 年西藏自治区接待国内旅游人数情况394

图表 113 西藏自治区国家级重点文物保护单位397

图表 114 西藏自治区文化艺术资源398

图表 115 年福建省A级景区游客接待情况401

图表 116 年福建省旅游收入统计401

图表 117 年福建省接待旅游人数情况402

图表 118 年江苏省国内旅游收入及增长统计407

图表 119 年江苏省接待国内旅游人数情况407

图表 120 年江苏省接待入境旅游情况表407

图表 121 年安徽省旅游总收入及增长统计414

图表 122 年安徽省接待国内旅游人数情况414

图表 123 年北京京西风光旅游开发股份有限公司分产品、分地区情况表419

图表 124 年北京京西风光旅游开发股份有限公司业务结构图420

图表 125 年北京京西风光旅游开发股份有限公司收入与利润统计420

图表 126 年北京京西风光旅游开发股份有限公司资产与负债统计420

图表 127 年北京京西风光旅游开发股份有限公司盈利能力情况421

图表 128 年北京京西风光旅游开发股份有限公司偿债能力情况421

图表 129 年北京京西风光旅游开发股份有限公司运营能力情况421

图表 130 年北京京西风光旅游开发股份有限公司成本费用统计422

图表 131 年云南旅游股份有限公司分行业情况表423

图表 132 年云南旅游股份有限公司业务结构情况423

图表 133 年云南旅游股份有限公司分地区情况表424

图表 134 年云南旅游股份有限公司收入与利润统计424

图表 135 年云南旅游股份有限公司资产与负债统计424

图表 136 年云南旅游股份有限公司盈利能力情况424

图表 137 年云南旅游股份有限公司偿债能力情况425

图表 138 年云南旅游股份有限公司运营能力情况425

图表 139 年云南旅游股份有限公司成本费用统计426

图表 140 年云南旅游股份有限公司成本费用结构图426

图表 141 年丽江玉龙旅游股份有限公司分行业情况表428

图表 142 年丽江玉龙旅游股份有限公司业务结构情况428

图表 143 年丽江玉龙旅游股份有限公司分地区情况表428

图表 144 年丽江玉龙旅游股份有限公司收入与利润统计428

图表 145 年丽江玉龙旅游股份有限公司资产与负债统计429

图表 146 年丽江玉龙旅游股份有限公司盈利能力情况429

图表 147 年丽江玉龙旅游股份有限公司偿债能力情况429

图表 148 年丽江玉龙旅游股份有限公司运营能力情况430

图表 149 年丽江玉龙旅游股份有限公司成本费用统计430

图表 150 年桂林旅游股份有限公司分产品情况表431

图表 151 年桂林旅游股份有限公司业务结构情况432

图表 152 年桂林旅游股份有限公司分地区情况表432

图表 153 年桂林旅游股份有限公司收入与利润统计432

图表 154 年桂林旅游股份有限公司资产与负债统计432

图表 155 年桂林旅游股份有限公司盈利能力情况433

图表 156 年桂林旅游股份有限公司偿债能力情况433

图表 157 年桂林旅游股份有限公司运营能力情况433

图表 158 年桂林旅游股份有限公司成本费用统计434

图表 159 年桂林旅游股份有限公司成本费用结构图434

图表 160 年黄山旅游发展股份有限公司分产品情况表435

图表 161 年黄山旅游发展股份有限公司业务结构情况436

图表 162 年黄山旅游发展股份有限公司收入与利润统计436

图表 163 年黄山旅游发展股份有限公司资产与负债统计436

图表 164 年黄山旅游发展股份有限公司盈利能力情况437

图表 165 年黄山旅游发展股份有限公司偿债能力情况437

图表 166 年黄山旅游发展股份有限公司运营能力情况437

图表 167 年黄山旅游发展股份有限公司成本费用统计438

图表 168 年黄山旅游发展股份有限公司成本费用结构图438

图表 169 年西藏旅游股份有限公司分行业情况表440

图表 170 年西藏旅游股份有限公司业务结构情况440

图表 171 年西藏旅游股份有限公司收入与利润统计440

图表 172 年西藏旅游股份有限公司资产与负债统计441

图表 173 年西藏旅游股份有限公司盈利能力情况441

图表 174 年西藏旅游股份有限公司偿债能力情况441

图表 175 年西藏旅游股份有限公司运营能力情况442

图表 176 年西藏旅游股份有限公司成本费用统计442

图表 177 年西藏旅游股份有限公司成本费用结构图442

图表 178 年峨眉山旅游股份有限公司分行业情况表444

图表 179 年峨眉山旅游股份有限公司业务结构情况444

图表 180 年峨眉山旅游股份有限公司分地区情况表444

图表 181 年峨眉山旅游股份有限公司收入与利润统计445

图表 182 年峨眉山旅游股份有限公司资产与负债统计445

图表 183 年峨眉山旅游股份有限公司盈利能力情况445

图表 184 年峨眉山旅游股份有限公司偿债能力情况446

图表 185 年峨眉山旅游股份有限公司运营能力情况446

图表 186 年峨眉山旅游股份有限公司成本费用统计446

图表 187 年峨眉山旅游股份有限公司成本费用结构图447

图表 188 年西安旅游股份有限公司分行业情况表448

图表 189 年西安旅游股份有限公司业务结构情况448

图表 190 年西安旅游股份有限公司分地区情况表449

图表 191 年西安旅游股份有限公司收入与利润统计449

图表 192 年西安旅游股份有限公司资产与负债统计449

图表 193 年西安旅游股份有限公司盈利能力情况449

图表 194 年西安旅游股份有限公司偿债能力情况450

图表 195 年西安旅游股份有限公司运营能力情况450

图表 196 年西安旅游股份有限公司成本费用统计450

图表 197 年深圳华侨城股份有限公司分行业情况表452

图表 198 年深圳华侨城股份有限公司业务结构情况453

图表 199 年深圳华侨城股份有限公司分地区情况表453

图表 200 年深圳华侨城股份有限公司收入与利润统计453

图表 201 年深圳华侨城股份有限公司资产与负债统计454

图表 202 年深圳华侨城股份有限公司盈利能力情况454

图表 203 年深圳华侨城股份有限公司偿债能力情况454

图表 204 年深圳华侨城股份有限公司运营能力情况455

图表 205 年深圳华侨城股份有限公司成本费用统计455

图表 206 年深圳华侨城股份有限公司成本费用结构图455

图表 207 年宋城演艺发展股份有限公司分行业情况表457

图表 208 年宋城演艺发展股份有限公司业务结构图458

图表 209 年宋城演艺发展股份有限公司收入与利润统计458

图表 210 年宋城演艺发展股份有限公司资产与负债统计458

图表 211 年宋城演艺发展股份有限公司盈利能力情况459

图表 212 年宋城演艺发展股份有限公司偿债能力情况459

图表 213 年宋城演艺发展股份有限公司运营能力情况459

图表 214 年宋城演艺发展股份有限公司成本费用统计460

图表 215 年武汉三特索道集团股份有限公司分产品情况表461

图表 216 年武汉三特索道集团股份有限公司业务结构情况462

图表 217 年武汉三特索道集团股份有限公司分地区情况表462

图表 218 年武汉三特索道集团股份有限公司收入与利润统计462

图表 219 年武汉三特索道集团股份有限公司资产与负债统计463

图表 220 年武汉三特索道集团股份有限公司盈利能力情况463

图表 221 年武汉三特索道集团股份有限公司偿债能力情况463

图表 222 年武汉三特索道集团股份有限公司运营能力情况464

图表 223 年武汉三特索道集团股份有限公司成本费用统计464

图表 224 年武汉三特索道集团股份有限公司成本费用结构图464

图表 225 年张家界旅游集团股份有限公司分行业、分产品情况表466

图表 226 年张家界旅游集团股份有限公司业务结构情况466

图表 227 年张家界旅游集团股份有限公司分地区情况表467

图表 228 年张家界旅游集团股份有限公司收入与利润统计467

图表 229 年张家界旅游集团股份有限公司资产与负债统计467

图表 230 年张家界旅游集团股份有限公司盈利能力情况468

图表 231 年张家界旅游集团股份有限公司偿债能力情况468

图表 232 年张家界旅游集团股份有限公司运营能力情况468

图表 233 年张家界旅游集团股份有限公司成本费用统计469

图表 234 年张家界旅游集团股份有限公司成本费用结构图469

图表 235 年大连圣亚旅游控股股份有限公司分行业情况表470

图表 236 年大连圣亚旅游控股股份有限公司分地区情况表471

图表 237 年大连圣亚旅游控股股份有限公司收入与利润统计471

图表 238 年大连圣亚旅游控股股份有限公司资产与负债统计471

图表 239 年大连圣亚旅游控股股份有限公司盈利能力情况472

图表 240 年大连圣亚旅游控股股份有限公司偿债能力情况472

图表 241 年大连圣亚旅游控股股份有限公司运营能力情况472

图表 242 年大连圣亚旅游控股股份有限公司成本费用统计473

图表 243 年大连圣亚旅游控股股份有限公司成本费用结构图473

图表 244 年西安曲江文化旅游股份有限公司分产品情况表474

图表 245 年西安曲江文化旅游股份有限公司业务结构情况475

图表 246 年西安曲江文化旅游股份有限公司分地区情况表475

图表 247 年西安曲江文化旅游股份有限公司收入与利润统计475

图表 248 年西安曲江文化旅游股份有限公司资产与负债统计476

图表 249 年西安曲江文化旅游股份有限公司盈利能力情况476

图表 250 年西安曲江文化旅游股份有限公司偿债能力情况476

图表 251 年西安曲江文化旅游股份有限公司运营能力情况477

图表 252 年西安曲江文化旅游股份有限公司成本费用统计477

图表 253 年西安曲江文化旅游股份有限公司成本费用结构图477

图表 254 浙旅控股股份有限公司基本情况478

图表 255 年中国旅游景区营业收入预测482

图表 256 年中国旅游景区接待人数预测482

图表 257 年中国国内游客规模预测483

图表 258 年中国国内旅游收入规模预测483

图表 259 年中国入境旅游人数规模预测484

图表 260 年中国入境旅游（外汇）收入规模预测484

图表 261 年中国在线旅游市场规模预测485

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/281096.html>

三、研究方法

- 1、系统分析方法
- 2、比较分析方法
- 3、具体与抽象方法
- 4、分析与综合方法
- 5、归纳与演绎方法
- 6、定性分析与定量分析方法
- 7、预测研究方法

四、数据来源

对行业内相关的专家、厂商、渠道商、业务（销售）人员及客户进行访谈，获取最新的一手市场资料；

艾凯咨询集团长期监测采集的数据资料；

行业协会、国家统计局、海关总署、国家发改委、工商总局等政府部门和官方机构的数据与资料；

行业公开信息；

行业企业及上、下游企业的季报、年报和其它公开信息；
各类中英文期刊数据库、图书馆、科研院所、高等院校的文献资料；
行业资深专家公开发表的观点；
对行业的重要数据指标进行连续性对比，反映行业发展趋势；
中华人民共和国国家统计局 <http://www.stats.gov.cn>
中华人民共和国国家工商行政管理总局 <http://www.saic.gov.cn>
中华人民共和国海关总署 <http://www.customs.gov.cn>
中华人民共和国商务部 <http://www.mofcom.gov.cn>
中国证券监督管理委员会 <http://www.csrc.gov.cn>
中华人民共和国商务部 <http://www.mofcom.gov.cn>
世界贸易组织 <https://www.wto.org>
联合国统计司 <http://unstats.un.org>
联合国商品贸易统计数据库 <http://comtrade.un.org>

五、关于艾凯咨询网

艾凯咨询网（www.icandata.com）隶属艾凯咨询集团（北京华经艾凯企业咨询有限公司），艾凯咨询集团专注提供大中华区产业经济情报，为企业商业决策赋能，是领先的市场研究报告和竞争情报提供商

艾凯咨询集团为企业提供专业投资咨询报告、深度研究报告、市场调查、统计数据等。艾凯咨询网每天更新大量行业分析报告、图表资料、竞争情报、投资情报等，为用户及时了解迅速变化中的世界和中国市场提供便利，为企业商业决策赋能。

研究力量

高素质的专业的研究分析团队，密切关注市场最新动向。在多个行业，拥有数名经验丰富的专业分析师。对于特定及专属领域，我们有国内外众多合作研究机构，同时我们聘请数名行业资深专家顾问，帮助客户分清市场现状和趋势，找准市场定位和切入机会，提出合适中肯的建议，帮助客户实现价值，与客户一同成长。

我们的优势

权威机构 艾凯咨询集团二十年深厚行业背景;
数量领先 囊括主流研究报告和权威合作伙伴;
服务齐全 促销、推荐指数、积分、网上支付等;
良好声誉 广泛知名度、满意度, 众多新老客户。