

2022-2028年中国旅游景点 行业分析与投资潜力分析报告

报告目录及图表目录

北京迪索共研咨询有限公司

www.cction.com

一、报告报价

《2022-2028年中国旅游景点行业分析与投资潜力分析报告》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.cction.com/report/202204/281348.html>

报告价格：纸介版8000元 电子版8000元 纸介+电子8500元

北京迪索共研咨询有限公司

订购电话: 400-700-9228(免长话费) 010-69365838

海外报告销售: 010-69365838

Email: kefu@gonyn.com

联系人：李经理

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、说明、目录、图表目录

截至5月6日上午，全国共有22个省市公布五一假期旅游数据。全国共有10个省市累计接待游客人数超1000万，2省市累计接待游客人数在2000万人以上。具体来看，江西省累计接待旅游人数最多，达到2895.41万人次，恢复到去年同期的72.7%，是今年清明小长假游客人数的3.1倍；贵州接待游客人数也在2000万以上，全国排行第二，湖南排名第三，五一假期共接待游客1972.93万人。2020年全国24省份“五一”期间累计接待游客人数排名情况

从旅游收入来看：2020年“五一”假期旅游收入前十省份分别为：江西、湖南、广东、上海、贵州、福建、河南、云南、山东以及甘肃。其中，江西省旅游收入排名全国第一。数据显示：5月1日至5日，江西省实现旅游总收入153.83亿元，恢复到去年同期的64.3%，是今年清明小长假旅游总收入的2.9倍。2020年全国24省份“五一”期间旅游收入排名情况

中企顾问网发布的《2022-2028年中国旅游景点行业分析与投资潜力分析报告》共十四章。首先介绍了中国旅游景点行业市场发展环境、旅游景点整体运行态势等，接着分析了中国旅游景点行业市场运行的现状，然后介绍了旅游景点市场竞争格局。随后，报告对旅游景点做了重点企业经营状况分析，最后分析了中国旅游景点行业发展趋势与投资预测。您若想对旅游景点产业有个系统的了解或者想投资中国旅游景点行业，本报告是您不可或缺的重要工具。

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：

第一部分 行业发展现状

第一章 景区旅游市场现状及动态分析

第一节 中国旅游景区的数量巨大

第二节 中国旅游景区经济效益丰厚

第三节 中国旅游景区的分类

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

第四节 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级旅游景区分析

第五节 中国旅游景区景点的现状与发展

中国的景观旅游资源相当丰富。独克宗花巷位于香格里拉独克宗古城北门，打造成香格里拉藏区城市旅游综合体和特色小镇。这些风景名胜区从不同的角度可以有不同的划分。以其主要景观的不同，大体上可分为如下八种类型：

1

湖泊风景区（白洋淀、杭州西湖、南京玄武湖、武汉东湖、新疆天山天池、青海湖、丹江口水库）

2

山岳风景区（燕山、泰山、衡山、华山、紫金山、阿里山）

3

森林风景区(西双版纳、湖南张家界、河南宝天曼、四川卧龙、湖北神农架)

4

山水风景区(桂林漓江、长江三峡、武夷九曲溪)

5

海滨风景区(海南天涯海角、厦门、大连)。 世界十大最美旅游景点 每个人都想去的世外桃源

1 大溪地 塔希提岛(Tahiti)，港台称为大溪地，是南太平洋中部法属波利尼西亚社会群岛中向风群岛的最大岛屿。这里四季温暖如春、物产丰富。衣食无忧的人们常常无所事事地望着大海远处凝思，静待日落天亮。阳光跟着太平洋上吹来的风一同到来，海水的颜色也由幽深到清亮。他们管自己叫“上帝的人”。 2 北阿尔卑斯山 位于德国南部的阿尔卑斯山地区，自西从德、瑞交界处巴登湖东岸的林道开始，延伸至德、奥边界的山中小镇，约300多公里。在这里，你能找到各种文艺复兴式的老房子，也可以看到洋葱状屋顶的教堂钟楼。在这里，有德国阿尔卑斯山区最著名的登山和滑雪胜地Oberstdorf。站在它的Nebelhorn峰顶，只要天气足够晴朗，至少可以望见阿尔卑斯山区400座高峰。 3 塞舌尔群岛 塞舌尔群岛由92个岛屿组成，一年只有两个季节——热季和凉季，没有冬天。这里是一座庞大的天然植物园，有500多种植物，其中的80多种在世界上其他地方根本找不到。每一个小岛都有自己的特点，阿尔达布拉岛也是著名的龟岛，岛上生活着数以万计的大海龟;弗雷加特岛是一个“昆虫的世界”;孔森岛是“鸟雀天堂”;伊格小岛盛产各种色彩斑斓的贝壳。 4 蓝白小镇 西迪布撒以德是突尼斯城外的一座小镇，是突尼斯市东北郊

是著名的风景游览区。始建于13世纪，地理环境独特。是旅游和度假的最佳选择地之一。它曾被美国《国家地理杂志》评选为世界上十大浪漫小镇之一。也是全球十大“世外桃源”之一。她的名字就是浪漫突尼斯的象征。这座北非最美丽的小村落是将欧洲优雅气息与非洲粗犷风情结合得最恰到好处的地方。从这里出发去撒哈拉沙漠观赏日出日落也很便捷，但这里真正闻名的还是其为冲浪爱好者提供的绝佳自然环境。

5 巴斯克乡野 巴斯克乡野一向神秘于世。在这里，土生土长的巴斯克人依然保持着最古老的生活方式。们至今没有搞清楚他们究竟起源于哪里，而巴斯克语又属于什么语系。在不可逾越的山峦与丛林中，巴斯克民族孤立地存在了数百年，直到公元12世纪左右才被纳入了卡斯蒂利亚王国的版图。茂密的树林和如茵的牧场，悠长的山谷和湍急的溪流，如同山水画大师勾勒出的仙境。早在上个世纪初康有为就曾为其赋诗：“亭亭旗盖出，森森金斧批。涧流泻绝底，浑灏黄河窄。浓姿若美人，容华倚天末。不知衡岱色，颇觉台庐索。”

6 普罗旺斯 普罗旺斯是一个可以让你摆脱生活的桎梏，让你忘掉烦恼的地方。在这里，你可以宠辱不惊，看庭前花开花落；也可以去留无意，望天边云卷云舒。普罗旺斯一年中最好的时光是夏天。天空蓝得通透明澈，空气新鲜的如同冰镇柠檬水沁入肺里，田里里四散的薰衣草和挺拔的向日葵排成整齐的行列一直伸向远方。阳光撒在薰衣草花束上，是一种泛蓝紫的金色光彩。

7 苏格兰高地 作为冰河世纪的最后一个据点，苏格兰高地的美让人难以捉摸。一望无际的高地没有北欧无尽的森林，也不是枯寂的荒漠，而是被舒缓起伏的低矮绿草和苔藓所覆盖。这地方只有褐色的荒原，杂乱的丛木，这地方只有高耸的山，泛滥的水。当然，还有水怪！

8 英属维京群岛 英属维京群岛象一弯柳眉，隔开了加勒比海和大西洋，位于波多黎各向东60公里，印第加西北180公里的地方，是安的列斯群岛的一部分。在这个世界级的旅游圣地，没有习以为常的豪华旅馆或夜总会，也没有霓虹闪烁和夜夜笙歌，甚至连块招牌都很难看到。岛上的人们用最质朴、最简单也最接近自然的方式生活着。

9 稻城亚丁 奥地利探险家约瑟夫·洛克曾说过这样一句话：“在整个世界里，还有什么地方有这样的景色，等待着摄影家和探险家！”这个美得惊世骇俗的地方在我国四川西南边缘，它的名字叫稻城。很早以前就听说过稻城，它被誉为“蓝色地球上最后一片净土”。关于亚丁，有人说她是心中的净土，有人说它是灵魂的居所，无论怎样，它在我心中是无法言语的，神圣，神秘。当你走进它的时候你无法闭眼。

10 冰岛维克镇 维克镇是个安宁和睦的小镇，在小镇后面是一望无际的大海。维克小镇最著名的是黑沙滩。所谓黑沙滩，就是常规概念上的沙滩在这里通通都是黑颜色。由于它黑得天然，黑得通透，海水在丝毫未受影响的情形下依然清澈，在阳光下泛着金色的微光。维克镇是冰岛最南端的小镇，这里没有什么现代建筑，但是民居很简洁清爽。在雪山映衬之下，于夕阳余晖之中，呈现出典型的北欧风格，简朴却有某种精神力量。

一、旅游景区景点概述及分类

二、旅游景点历史发展演变模式

三、影响旅游景区发展的主要因素

四、我国旅游景区的发展历程及趋势

第六节 中国旅游景区景点市场化的态势

一、供给分析

二、需求分析

第七节 中国旅游景区景点市场化的发展

一、四层次竞争

二、四个适应性

三、国际化发展

第八节 中国景区价格分析

一、我国旅游景区景点的门票价格发展的历程

二、中国旅游景区景点门票价格管理现状

三、中国旅游景区景点门票价格发展现状

四、五大原因造成我国景区门票持续涨价

五、景区价格上涨的合理性分析

六、发改委限制景点门票价格涨幅

第二章 中国旅游景区周边产业分析

第一节 旅游交通业

一、旅游交通的定义

二、旅游交通的主要方式

三、中国旅游交通运输网的空间分布特征

四、我国旅游交通存在的问题

第二节 旅游餐饮业

一、开辟旅游饭店餐饮经营的社会化、大众化道路

二、富有特色的菜品是饭店餐饮在市场竞争中战胜对手的有力武器

三、合理的价格是赢得大众就餐者的重要因素

四、服务程序设计也是影响服务水准的重要因素

五、增加餐饮文化内涵，提高饭店餐饮品位

六、建立复合式多角经营方式，挖掘多种经营渠道

七、注重餐饮经营的社会效益，保证竞争能力的持久性

第三节 旅游商贸业

第四节 旅游住宿业

一、旅游住宿业概念及发展

二、旅游住宿企业的种类

三、中国未来旅游住宿业的发展

第三章 我国旅游景点行业发展分析

第一节 2019年我国旅游景点行业发展分析

一、2019年我国旅游业发展分析

二、2019年我国出入境旅游市场分析

三、2019年国内旅游市场分析

四、2019年我国旅游市场主体分析

第二节 2019年我国旅游景点发展分析

一、2019年我国旅游业发展目标

二、2019年我国旅游经济发展分析

三、2019年五一我国旅游市场发展分析

四、2019年端午我国旅游市场发展分析

五、2019年我国创旅游业发展新局面分析

六、2019年我国旅游业对经济发展的影响

七、2019年我国旅游行业消费热点分析

八、2019年我国旅游业发展存在的问题

第四章 旅游景点所属行业经济运行分析

第一节 2019年我国入境旅游市场运行分析

一、2019年我国入境旅游接待收汇情况

二、2019年我国入境旅游主要客源市场情况

三、2019年我国入境旅游人数情况

四、2019年我国入境旅游地方接待情况

五、2019年我国入境旅游主要城市接待情况

第二节 2019年我国入境旅游市场运行分析

一、2019年我国入境旅游接待收汇情况

二、2019年我国入境旅游主要客源市场情况

- 三、2019年我国入境旅游地方接待情况
- 四、2019年我国入境旅游主要城市接待情况
- 五、2019年我国入境旅游主要客源市场情况

第五章 甲型流感对旅游景点行业的影响分析

第一节 甲型H1N1流感疫情的最新情况

- 一、全球甲型H1N1流感疫情的最新情况
- 一、我国甲型H1N1流感疫情的最新情况

第二节 甲型H1N1流感疫情对经济的影响

- 一、甲型H1N1流感疫情对全球经济的影响
- 二、甲型H1N1流感疫情对我国经济的影响

第三节 甲型H1N1流感疫情对旅游景点行业的影响

- 一、甲型H1N1流感疫情对国内外旅游市场的影响
- 二、甲型H1N1流感疫情对全球旅游业的损失预测
- 三、甲型H1N1流感疫情对香港旅游业的影响分析
- 四、甲型H1N1流感疫情对台湾旅游业的影响分析
- 五、甲型H1N1流感疫情下出境、国内旅游的对比
- 六、甲型H1N1流感疫情下我国旅游业的发展情况

第四节 我国旅游行业应对甲型H1N1流感疫情分析

- 一、2019年中国旅游业增长情况
- 二、国家旅游局提示防控甲型H1N1流感注意事项
- 三、各地旅游局加强流感防控工作
- 四、流感疫情已成为当前旅游行业最大风险
- 五、海啸和流感疫情叠加对中国旅游市场的冲击
- 六、旅游业应对贸易战与流感疫情双难关

第二部分 行业竞争格局

第六章 旅游景点行业竞争分析

第一节 全球旅游景点行业竞争分析

- 一、影响各国旅游景点竞争力的主要因素
- 二、2019年全球各国旅游景点竞争力分析
- 三、2019年新加坡旅游景点的竞争力分析

四、2019年拉美旅游景点竞争力情况分析

第二节 我国的旅游景点行业竞争分析

一、我国旅游景点国际竞争力的提升

二、2019年我国旅游景点竞争力分析

三、我国旅游市场中的不正当竞争现象

四、社会政策环境对旅游竞争力的影响

五、2019年昆明旅游景点竞争力分析

第三节 2015-2019年中国旅游景点行业竞争分析及预测

一、2019年旅游景点市场竞争情况分析

二、2019年旅游景点市场竞争形势分析

三、2015-2019年集中度分析及预测

四、2015-2019年SWOT分析及预测

五、2015-2019年进入退出状况分析及预测

六、2015-2019年生命周期分析及预测

第七章 旅游景点企业竞争策略分析

第一节 我国旅游业竞争力提升战略

一、构建城市旅游业的核心竞争力

二、提升我国旅游服务贸易竞争力

第二节 我国旅游景点竞争力提升战略

一、中国旅游企业提高竞争力途径

二、靠特色提升旅游景点的竞争力

三、我国旅游各景区市场竞争战略

第三节 旅游景点市场竞争策略分析

一、2019年旅游景点市场增长潜力分析

二、2019年旅游景点主要潜力项目分析

三、现有旅游景点竞争策略分析

四、旅游景点潜力项目竞争策略选择

五、典型企业项目竞争策略分析

第四节 旅游景点企业竞争策略分析

一、贸易战对旅游景点行业竞争格局的影响

二、贸易战对旅游景点行业竞争格局的变化

- 三、2022-2028年我国旅游景点市场竞争趋势
- 四、2022-2028年旅游景点行业竞争格局展望
- 五、2022-2028年旅游景点行业竞争策略分析
- 六、2022-2028年旅游景点企业竞争策略分析

第八章 旅游景点重点企业竞争分析

第一节 黄山旅游发展股份有限公司

- 一、企业概况
- 二、竞争优势分析
- 三、经营状况
- 四、发展战略

第二节 桂林旅游股份有限公司

- 一、企业概况
- 二、竞争优势分析
- 三、经营状况
- 四、发展战略

第三节 北京首都旅游股份有限公司

- 一、企业概况
- 二、竞争优势分析
- 三、经营状况
- 四、发展战略

第四节 峨眉山旅游股份有限公司

- 一、企业概况
- 二、竞争优势分析
- 三、经营状况
- 四、发展战略

第五节 丽江玉龙旅游股份有限公司

- 一、企业概况
- 二、竞争优势分析
- 三、经营状况
- 四、发展战略

第六节 大连圣亚旅游控股股份有限公司

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、经营状况

四、发展战略

第七节 深圳华侨城控股股份有限公司

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、经营状况

四、发展战略

第八节 张家界旅游开发股份有限公司

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、经营状况

四、发展战略

第九节 西安旅游旅游股份有限公司

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、经营状况

四、发展战略

第十节 昆明世博园股份有限公司

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、经营状况

四、发展战略

第三部分 行业前景预测

第九章 旅游行业发展趋势分析

第一节 2019年旅游行业需求预测

一、2019年全球旅游需求分析预测

二、2019年我国旅游需求分析预测

第二节 世界旅游景点发展趋势分析

一、未来五年世界旅游业的发展趋势

二、未来世界旅游市场的发展趋势和特征

三、2019年世界旅游业发展趋势分析

四、2019年世界出境旅游发展趋势

第三节 我国旅游景点发展趋势分析

一、我国旅游景点行业发展前景

二、2019年我国旅游市场发展趋势

三、2019年中国出、入境旅游趋势

四、2020年后到中国旅游人数预测

五、2019年中国旅游市场发展趋势

六、2020年中国旅游景点发展趋势

第十章 旅游景点行业发展趋势分析

第一节 2022-2028年旅游景点市场趋势分析

一、2015-2019年旅游景点市场趋势总结

二、2022-2028年旅游景点发展趋势分析

三、2022-2028年旅游景点市场发展空间

四、2022-2028年旅游景点产业政策趋向

五、2022-2028年旅游景点价格走势分析

第二节 2022-2028年旅游景点市场预测

一、2022-2028年旅游景点市场结构预测

二、2022-2028年旅游景点市场需求前景

三、2022-2028年旅游景点市场价格预测

四、2022-2028年旅游景点行业集中度预测

第四部分 投资战略研究

第十一章 旅游景点行业投资现状分析

第一节 2018年旅游景点行业投资情况分析

一、2018年总体投资及结构

二、2018年投资规模情况

三、2018年投资增速情况

四、2018年分行业投资分析

五、2018年分地区投资分析

六、2018年外商投资情况

第二节 2019年旅游景点行业投资情况分析

一、2019年总体投资及结构

二、2019年投资规模情况

三、2019年投资增速情况

四、2019年分行业投资分析

五、2019年分地区投资分析

六、2019年外商投资情况

第十二章 旅游景点行业投资环境分析

第一节 经济发展环境分析

一、2015-2019年我国宏观经济运行情况

二、2022-2028年我国宏观经济形势分析

三、2022-2028年投资趋势及其影响预测

第二节 政策法规环境分析

一、2019年旅游景点行业政策环境

二、2019年国内宏观政策对其影响

三、2019年行业产业政策对其影响

第三节 社会发展环境分析

一、国内社会环境发展现状

二、2019年社会环境发展分析

三、2022-2028年社会环境对行业的影响分析

第十三章 旅游景点行业投资机会与风险

第一节 旅游景点行业投资效益分析

一、2015-2019年旅游景点行业投资状况分析

二、2022-2028年旅游景点行业投资效益分析

三、2022-2028年旅游景点行业投资趋势预测

四、2022-2028年旅游景点行业的投资方向

五、2022-2028年旅游景点行业投资的建议

六、新进入者应注意的障碍因素分析

第二节 影响旅游景点行业发展的主要因素

- 一、2022-2028年影响旅游景点行业运行的有利因素分析
- 二、2022-2028年影响旅游景点行业运行的稳定因素分析
- 三、2022-2028年影响旅游景点行业运行的不利因素分析
- 四、2022-2028年我国旅游景点行业发展面临的挑战分析
- 五、2022-2028年我国旅游景点行业发展面临的机遇分析

第三节 旅游景点行业投资风险及控制策略分析

- 一、2022-2028年旅游景点行业市场风险及控制策略
- 二、2022-2028年旅游景点行业政策风险及控制策略
- 三、2022-2028年旅游景点行业经营风险及控制策略
- 四、2022-2028年旅游景点同业竞争风险及控制策略
- 五、2022-2028年旅游景点行业其他风险及控制策略

第十四章 旅游景点行业投资战略研究

第一节 旅游景点行业发展战略研究（一）

- 一、战略综合规划
- 二、业务组合战略
- 三、区域战略规划
- 四、产业战略规划
- 五、营销品牌战略
- 六、竞争战略规划

第二节 对旅游景点品牌的战略思考

- 一、企业品牌的重要性
- 二、旅游景点实施品牌战略的意义
- 三、旅游景点企业品牌的现状分析
- 四、旅游景点企业的品牌战略
- 五、旅游景点品牌战略管理的策略（一）

第三节 旅游景点行业投资战略研究

- 一、2019年旅游景点行业投资战略
- 二、2019年旅游景点行业投资战略
- 三、2022-2028年旅游景点行业投资战略
- 四、2022-2028年细分行业投资战略

图表目录

图表 2015-2019年中国旅游产业发展规模

图表 2015-2019年中国入境旅游人数和旅游收入的世界排名

图表 人均GDP与旅游业态存在一定对应关系（旅游范围视角）

图表 2019年我国人均GDP预测

图表 中国旅行社规模与增长率变化表

图表 主要旅行社旅游接待情况

图表 旅行社规模、有组织接待人数及利润率

图表 旅行社市场份额变化表

图表 旅行社业收入与平均利润表

图表 旅行社规模、营业收入及利润率

图表 旅行社集中度与利润的相互作用

图表 2019年“十一”黄金周全国各省接待游客数量及收入

图表 2019年“十一”黄金周旅游行业创近年最好增速

图表 2019年“十一”黄金周一日游显著增加

图表 2015-2019年纳入预报体系119个景区十一黄金周期间接待游客和门票收入情况

图表 2015-2019年十一黄金周全国旅游总体情况

图表 2015-2019年上市公司相关景区十一期间接待游客情况

图表 2019年入境旅游接待收汇情况

图表 2019年入境旅游外国人人数（目的）

图表 2019年来华旅游入境人数（年龄性别）

图表 2019年入境旅游接待收汇情况

图表 2019年中国入境旅游地方接待情况（一）

图表 2019年中国入境旅游地方接待情况（二）

图表 2019年中国入境旅游主要城市接待情况（一）

图表 2019年中国入境旅游主要城市接待情况（二）

图表 2019年入境旅游外国人人数（目的累计）

图表 2019年来华旅游入境人数（年龄性别累计）

更多图表请见正文……

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202204/281348.html>