

2023-2029年中国广东省旅游产业发展现状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

《2023-2029年中国广东省旅游产业发展现状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/202302/338371.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

中企顾问网发布的《2023-2029年中国广东省旅游产业发展现状与投资潜力分析报告》共十三章。首先介绍了广东省旅游行业市场发展环境、广东省旅游整体运行态势等，接着分析了广东省旅游行业市场运行的现状，然后介绍了广东省旅游市场竞争格局。随后，报告对广东省旅游做了重点企业经营状况分析，最后分析了广东省旅游行业发展趋势与投资预测。您若想对广东省旅游产业有个系统的了解或者想投资广东省旅游行业，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：

第一章 2018-2022年广东旅游业的发展

1.1 广东旅游业整体综述

1.1.1 广东旅游业国内地位状况

1.1.2 广东旅游业发展整体概述

1.1.3 广东旅游业以产业拉动教育成效显著

1.1.4 广东工业旅游发展分析

1.1.5 广东财政扶持旅游业的发展

1.1.6 广东旅游业旅客满意度分析

1.2 2018-2022年广东旅游业主要指标运行分析

1.2.1 行业规模现状

1.2.2 人均旅游消费状况

1.2.3 行业投资状况

1.3 2018-2022年广东旅游业发展分析

1.3.1 2022年广东省旅游业发展回顾

1.3.2 2022年广东省旅游业发展状况

1.3.3 2022年广东省旅游业发展动态

1.4 广东旅游业存在的问题及发展策略

- 1.4.1 广东旅游业存在的不足及对策
- 1.4.2 广东国际旅游文化节的问题分析及对策建议
- 1.4.3 广东旅游业发展措施及经验
- 1.4.4 广东旅游业继往开来的创新发展策略
- 1.4.5 广东旅游业国际化发展的策略
- 1.4.6 广东旅游业现代化高技术发展的战略分析

第二章 2018-2022年广东滨海旅游业的发展

- 2.1 广东省滨海旅游业发展的总体分析
 - 2.1.1 广东省滨海旅游资源的基本情况
 - 2.1.2 广东省滨海旅游资源利用及规划开发分析
 - 2.1.3 广东省滨海旅游业发展规划出台
 - 2.1.4 广东滨海体育旅游SWOT探析
 - 2.1.5 广东省滨海旅游业的问题及对策
 - 2.1.6 广东省滨海旅游产业园的发展思路
- 2.2 深圳市滨海旅游业的发展
 - 2.2.1 深圳市发展滨海旅游业的意义
 - 2.2.2 深圳市滨海旅游资源的特点
 - 2.2.3 深圳市滨海旅游业蓬勃发展
 - 2.2.4 深圳海洋旅游发展特征
 - 2.2.5 深圳滨海旅游快速发展建议
 - 2.2.6 深圳市滨海度假旅游的发展机遇
- 2.3 湛江市滨海旅游业的发展
 - 2.3.1 湛江市发展滨海旅游业的条件分析
 - 2.3.2 湛江市滨海旅游业的发展状况
 - 2.3.3 湛江滨海旅游业发展现状
 - 2.3.4 湛江“五岛一湾”滨海旅游发展分析
 - 2.3.5 湛江市滨海旅游业发展的制约因素
 - 2.3.6 加快发展湛江市滨海旅游业的关键措施
- 2.4 惠州市滨海旅游业的发展
 - 2.4.1 惠州市滨海旅游资源开发利用状况
 - 2.4.2 惠州市滨海旅游发展中存在的主要问题

- 2.4.3 惠州市滨海旅游业发展的策略
- 2.5 茂名市滨海旅游业的发展
 - 2.5.1 茂名市滨海地区的旅游环境
 - 2.5.2 茂名市滨海旅游资源的分类及评价
 - 2.5.3 茂名市滨海旅游业步入发展新阶段
 - 2.5.4 茂名市滨海海岛旅游业发展状况
 - 2.5.5 茂名拟打造滨海旅游品牌
 - 2.5.6 茂名市滨海旅游业存在的问题
 - 2.5.7 茂名市滨海旅游业的发展策略
- 2.6 广东省滨海旅游发展规划
 - 2.6.1 发展意义
 - 2.6.2 发展背景
 - 2.6.3 总体思路
 - 2.6.4 开发多元化滨海旅游产品
 - 2.6.5 推进战略性旅游区域开发
 - 2.6.6 建立高效能旅游支撑体系
 - 2.6.7 深化多层次区域旅游合作
 - 2.6.8 强化可持续资源生态保护
 - 2.6.9 实施保障

第三章 2018-2022年广东其他特色旅游的发展

- 3.1 广东农业生态旅游业发展分析
 - 3.1.1 农业生态旅游的发展背景和形式
 - 3.1.2 广东发展农业生态旅游的条件
 - 3.1.3 广东发展农业生态旅游存在的问题
 - 3.1.4 广东发展农业生态旅游的对策
- 3.2 广东温泉旅游业发展分析
 - 3.2.1 广东温泉旅游业发展现状概述
 - 3.2.2 广东温泉旅游发展特点剖析
 - 3.2.3 广东温泉旅游业发展存在的不足
 - 3.2.4 广东温泉旅游的发展趋势分析
 - 3.2.5 广东温泉旅游的发展方向及建议

3.3 广东红色旅游业发展分析

3.3.1 红色革命旅游的内涵

3.3.2 广东红色旅游业发展状况概述

3.3.3 广东将大力推动红色旅游业发展

3.3.4 广东发展红色旅游需要注意的问题

第四章 2018-2022年广东旅游市场消费者分析

4.1 广州市民旅游市场分析

4.1.1 广州市居民对旅游目的地类型的偏好

4.1.2 广州市居民出游时间选择

4.1.3 广州市居民旅游花费分析

4.2 珠海国内旅游市场调查分析

4.2.1 市场调查背景

4.2.2 国内游客客源地

4.2.3 国内游客构成状况

4.2.4 国内游客对珠海旅游的了解及评价

4.2.5 国内游客消费状况

4.3 深圳市旅游市场调查分析

4.3.1 来深游客的旅游消费分析

4.3.2 来深游客的旅游活动分析

4.3.3 游客的基本背景分析

4.3.4 基本评估和政策建议

第五章 2018-2022年广东旅游景区的发展分析

5.1 2018-2022年广东旅游景区的发展概况

5.1.1 2020年广东旅游景区动态

5.1.2 2022年广东旅游景区动态

5.1.3 2022年广东旅游景区动态

5.1.4 旅游产业园的投资特性分析

5.1.5 广东温泉旅游景区发展分析

5.2 广东省景区发展存在的问题

5.2.1 发展滞后于市场变化

- 5.2.2 有一流资源但缺乏一流产品
- 5.2.3 文化挖掘停留在表面
- 5.2.4 小资本占有大资源
- 5.3 广东省景区建设的思路及对策分析
 - 5.3.1 做精品并不断投入
 - 5.3.2 积极拓展全国及国际市场
 - 5.3.3 政府做主导整合资源扶持景区
- 5.4 投资景区经验
 - 5.4.1 半径越大档次越高
 - 5.4.2 打造旅游景区度假区的竞争力
 - 5.4.3 要让群众和政府都满意
 - 5.4.4 投资金额大、限制多、回收期长
- 5.5 广东景区资源投资的机会
 - 5.5.1 开平碉楼
 - 5.5.2 清远北江旅游带
 - 5.5.3 英西峰林
 - 5.5.4 西冲海滨
 - 5.5.5 中山五桂山
- 5.6 广东省景区投资参考及建议
 - 5.6.1 景区投资的回报率排序
 - 5.6.2 休闲度假产品投资领域选择
 - 5.6.3 广东休闲度假产品的五大类型
 - 5.6.4 广东缺少的休闲度假旅游产品

第六章 2018-2022年主要旅游城市——广州旅游业发展分析

- 6.1 广州旅游资源及特色
 - 6.1.1 广州旅游资源概况
 - 6.1.2 历史文化是广州旅游的主题
 - 6.1.3 “食在广州”是广州旅游的品牌
 - 6.1.4 自然风光、都市风光是广州旅游的亮点
- 6.2 2018-2022年广州旅游业发展分析
 - 6.2.1 2020年广州旅游业发展状况

- 6.2.2 2022年广州旅游业发展状况
- 6.2.3 2022年广州旅游业运行状况
- 6.3 2018-2022年广州黄金周旅游市场分析
- 6.4 广州旅游业的发展策略分析
 - 6.4.1 广州推进旅游业全面发展的措施
 - 6.4.2 广州旅游业的发展策略
 - 6.4.3 广州旅游市场营销策略
- 6.5 广州旅游业的发展前景及趋势
 - 6.5.1 广州旅游业的机遇与考验
 - 6.5.2 未来广州将创新发展四大旅游
 - 6.5.3 广州旅游市场高星级酒店竞争将愈加激烈

第七章 2018-2022年主要旅游城市——深圳旅游业发展分析

- 7.1 2018-2022年深圳旅游业发展分析
 - 7.1.1 深圳旅游业发展状况综述
 - 7.1.2 新《旅游法》实施下深圳旅游业的发展
 - 7.1.3 2022年深圳旅游业发展现状分析
 - 7.1.4 2022年深圳旅游业市场发展分析
- 7.2 2018-2022年深圳黄金周旅游发展状况
- 7.3 深圳旅游业的问题及发展策略
 - 7.3.1 深圳旅游业面临的挑战
 - 7.3.2 专业人才缺乏制约深圳旅游业的发展
 - 7.3.3 深圳旅游业发展的新思路
 - 7.3.4 深圳旅游业实现新发展的三个突破
- 7.4 深圳市旅游业发展“十四五”规划
 - 7.4.1 旅游业的发展基础与发展形势
 - 7.4.2 指导思想、目标与发展原则
 - 7.4.3 主要任务和措施
 - 7.4.4 旅游政策与法制建设
 - 7.4.5 规划的实施安排

第八章 2018-2022年广东省其他城市旅游业的发展

- 8.1 珠海旅游业发展分析
 - 8.1.1 珠海旅游业总体发展概况
 - 8.1.2 2020年珠海旅游经济发展分析
 - 8.1.3 2022年珠海旅游业发展状况
 - 8.1.4 2022年珠海旅游业发展分析
 - 8.1.5 加快珠海旅游业发展的对策
- 8.2 佛山旅游业发展分析
 - 8.2.1 2020年佛山市旅游业运行状况
 - 8.2.2 2022年佛山旅游业运行状况
 - 8.2.3 2022年佛山旅游业运行状况
 - 8.2.4 佛山旅游业存在的问题和挑战
 - 8.2.5 佛山旅游业发展机遇和有利条件
- 8.3 东莞旅游业发展分析
 - 8.3.1 东莞市旅游业发展概况
 - 8.3.2 2022年东莞市旅游经济发展分析
 - 8.3.3 2022年东莞旅游业发展分析
 - 8.3.4 东莞开启首个工业旅游联盟
 - 8.3.5 东莞旅游业发展前景光明
- 8.4 中山旅游业发展分析
 - 8.4.1 2020年中山市旅游经济发展情况
 - 8.4.2 2022年中山旅游业发展状况
 - 8.4.3 2022年中山旅游业发展状况
 - 8.4.4 未来中山将力推多元化游艇旅游产品

第九章 广东旅游业主要企业发展分析

- 9.1 广东中旅（集团）有限公司
 - 9.1.1 企业发展概况
 - 9.1.2 经营效益分析
 - 9.1.3 业务经营分析
 - 9.1.4 财务状况分析
 - 9.1.5 核心竞争力分析
 - 9.1.6 公司发展战略

9.2 广州市长隆集团有限公司

9.2.1 企业发展概况

9.2.2 经营效益分析

9.2.3 业务经营分析

9.2.4 财务状况分析

9.2.5 核心竞争力分析

9.2.6 公司发展战略

9.3 深圳华侨城控股股份有限公司

9.3.1 企业发展概况

9.3.2 经营效益分析

9.3.3 业务经营分析

9.3.4 财务状况分析

9.3.5 核心竞争力分析

9.3.6 公司发展战略

9.4 港中旅（珠海）海泉湾度假区

9.4.1 企业发展概况

9.4.2 经营效益分析

9.4.3 业务经营分析

9.4.4 财务状况分析

9.4.5 核心竞争力分析

9.4.6 公司发展战略

9.5 广州市东方宾馆股份有限公司

9.5.1 企业发展概况

9.5.2 经营效益分析

9.5.3 业务经营分析

9.5.4 财务状况分析

9.5.5 核心竞争力分析

9.5.6 公司发展战略

9.6 深圳新都酒店股份有限公司

9.6.1 企业发展概况

9.6.2 经营效益分析

9.6.3 业务经营分析

- 9.6.4 财务状况分析
- 9.6.5 核心竞争力分析
- 9.6.6 公司发展战略
- 9.7 7天连锁酒店集团
 - 9.7.1 企业发展概况
 - 9.7.2 经营效益分析
 - 9.7.3 业务经营分析
 - 9.7.4 财务状况分析
 - 9.7.5 核心竞争力分析
 - 9.7.6 公司发展战略
- 9.8 广州岭南国际企业集团有限公司
 - 9.8.1 企业发展概况
 - 9.8.2 经营效益分析
 - 9.8.3 业务经营分析
 - 9.8.4 财务状况分析
 - 9.8.5 核心竞争力分析
 - 9.8.6 公司发展战略
- 9.9 广州白天鹅宾馆
 - 9.9.1 企业发展概况
 - 9.9.2 经营效益分析
 - 9.9.3 业务经营分析
 - 9.9.4 财务状况分析
 - 9.9.5 核心竞争力分析
 - 9.9.6 公司发展战略

第十章 2018-2022年广东旅游业与文化融合分析和研究

- 10.1 广东旅游业与文化融合的现状 & 特色
 - 10.1.1 广东旅游业与文化融合已取得成就
 - 10.1.2 广东旅游业与文化融合形成独有特色
 - 10.1.3 广东旅游业与文化融合的优势
 - 10.1.4 广东旅游业与文化融合的劣势
- 10.2 广东旅游业与文化进一步有机融合的思考

- 10.2.1 广东旅游业与文化的融合的重要性
- 10.2.2 寻求旅游开发与文化保护的最好融合
- 10.2.3 国内外旅游文化产业典型案例的借鉴
- 10.2.4 国内外经验对广东旅游业的启示
- 10.3 广东旅游业与文化融合的战略分析
- 10.3.1 广东旅游业与文化融合的发展机遇
- 10.3.2 广东旅游业与文化融合发展的战略导向
- 10.3.3 广东旅游业与文化融合发展的具体对策
- 10.3.4 提高旅游与文化融合度的新视角

第十一章 2018-2022年广东旅游行业的信息化发展

- 11.1 广东旅游业信息化建设概况
- 11.1.1 广东积极打造旅游信息化强省
- 11.1.2 广东省旅游信息化建设取得新进展
- 11.1.3 广东大力推出数字旅游产品
- 11.1.4 广东省旅游信息化存在的问题
- 11.1.5 广东省旅游信息化发展的建议
- 11.2 2018-2022年电信运营商在旅游信息化方面的现状
- 11.2.1 广州移动公司信息化开启旅游业新篇章
- 11.2.2 广州移动旅游产业信息化解决方案分析
- 11.3 广东主要旅游企业信息化建设概况
- 11.3.1 广东中旅推进企业信息化系统全面升级
- 11.3.2 长隆集团进行信息化整合打造旅游业新旗舰
- 11.3.3 广州东方宾馆信息化建设的概况
- 11.3.4 华侨城旅游地产信息化建设现状
- 11.4 广东旅游业相关行业的信息化发展
- 11.4.1 广东以酒店业信息化推动旅游业发展
- 11.4.2 广东酒店业积极提升信息化服务水平
- 11.4.3 广东深圳餐饮业信息化动态
- 11.4.4 广东会展业信息化的发展分析

第十二章 2018-2022年广东旅游业相关行业的发展

12.1 广东酒店业的发展

12.1.1 广东酒店业发展现状

12.1.2 广东省酒店用品业发展现状

12.1.3 广东酒店业价格管理新政出台

12.1.4 广东酒店业营销存在的问题及发展策略

12.1.5 广东酒店业新一轮发展趋向分析

12.2 广东餐饮业的发展

12.2.1 广东餐饮市场消费者行为特征

12.2.2 广州餐饮业面临盈利困境

12.2.3 广州餐饮业运行现状分析

12.2.4 广东省餐饮业发展的问题及建议

12.3 广东会展业的发展

12.3.1 广东会展业的发展环境分析

12.3.2 广东省会展业发展概况

12.3.3 广东省会展业标准问世

12.3.4 广东省会展业存在的问题

12.3.5 广东会展业发展规划

第十三章 广东旅游业的前景趋势分析

13.1 中国旅游业的发展前景及趋势

13.1.1 我国旅游业将进入黄金发展时期

13.1.2 中国旅游业市场前景展望

13.1.3 我国旅游业发展趋势预测

13.2 广东旅游业的发展前景及趋势

13.2.1 广东旅游业面临广阔前景及大好机遇

13.2.2 未来广东旅游业将继续稳健增长

13.2.3 广东将积极发展生态休闲旅游业

13.2.4 广东旅游业将以旅游文化促进新飞跃

13.3 2023-2029年广东省旅游业前景预测

13.3.1 影响广东省旅游业发展因素分析

13.3.2 2023-2029年广东旅游业承载能力的预测分析

13.3.3 2023-2029年广东旅游业需求的预测分析

13.3.4 2023-2029年广东旅游业收入的预测分析

13.4 广东省旅游发展规划纲要

13.4.1 加快发展广东省旅游业的重大意义

13.4.2 总体思路和发展目标

13.4.3 优化空间布局

13.4.4 实施产业提升战略

13.4.5 实施旅游惠民战略

13.4.6 实施创新驱动战略

13.4.7 打造十大重点工程

13.4.8 保障措施

附录：

附录一：广东省旅游管理条例

附录二：广州市旅游条例

附录三：深圳经济特区旅游管理条例

附录四：珠海市旅游条例

部分图表目录：

图表 茂名市滨海旅游资源分类

图表 茂名市滨海旅游资源分类（续表）

图表 茂名市主要滨海旅游资源综合评分

图表 珠海旅游市场国内游客客源地及流入流出表（各省、自治区、直辖市）

图表 珠海旅游市场国内游客客源地及流入流出表（广东各市）

图表 珠海旅游市场国内游客构成

图表 国内游客对珠海市旅游服务质量的评价

图表 国内游客对珠海市旅游资源感兴趣的比例

图表 国内游客对珠海市商品感兴趣的比例

图表 珠海市最吸引国内游客的特点

图表 国内游客对珠海市景点及旅游产品的了解

图表 珠海旅游市场国内游客的花费及构成

图表 广东5A级景区名录

更多图表见正文.....

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202302/338371.html>