

2013-2018年中国旅游景区 行业投资潜力及发展战略研究报告

报告目录及图表目录

智研数据研究中心 编制

www.abaogao.com

一、报告报价

《2013-2018年中国旅游景区行业投资潜力及发展战略研究报告》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.abaogao.com/b/lyyou/883827LNTE.html>

报告价格：印刷版：RMB 9800 电子版：RMB 9800 印刷版+电子版：RMB 10000

智研数据研究中心

订购电话：400-600-8596(免长话费) 010-80993963

海外报告销售：010-80993963

传真：010-60343813

Email：sales@abaogao.com

联系人：刘老师 谭老师 陈老师

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、说明、目录、图表目录

【报告目录】 第1章：国内外旅游景区开发运营模式分析 34

1.1 旅游景区定义及分类 34

1.1.1 旅游景区定义 34

1.1.2 旅游景区分类 34

1.2 国际旅游景区开发运营模式分析 35

1.2.1 美国旅游景区开发运营模式分析 35

(1) 旅游资源保护原则 35

(2) 中央集权型的管理体制 35

(3) 法律系统 35

(4) 规划决策系统 36

(5) 人事管理 36

(6) 资金管理 37

(7) 资源管理 37

(8) 服务管理 38

1.2.2 日本旅游景区开发运营模式分析 39

(1) 综合管理体制 39

(2) 法律系统 40

(3) 景区计划 43

(4) 分区管理 44

(5) 资金管理 44

(6) 服务管理 44

1.2.3 德国旅游景区开发运营模式分析 45

(1) 地方自治型管理体制 45

(2) 法律系统 45

(3) 分区管理 47

(4) 资金管理 47

(5) 服务管理 47

(6) 森林资源管理 48

1.2.4 美日德旅游景区开发运营模式比较 49

(1) 管理理念比较 49

(2) 管理体制比较 49

- (3) 法律体系比较 50
- (4) 资金来源比较 50
- (5) 参与机制比较 51
- 1.3 国际著名旅游景区开发分析 51
 - 1.3.1 美国黄石旅游景区开发分析 51
 - (1) 景区简介 51
 - (2) 旅游开发现状 52
 - (3) 旅游开发特点 54
 - 1.3.2 新西兰峡湾旅游景区开发分析 55
 - (1) 景区简介 55
 - (2) 旅游开发现状 55
 - (3) 旅游开发特点 55
 - 1.3.3 加拿大班夫旅游景区开发分析 56
 - (1) 景区简介 56
 - (2) 旅游开发现状 56
 - (3) 旅游开发特点 57
 - 1.3.4 国际旅游景区开发经验借鉴 57
- 1.4 中国旅游景区开发与运营模式分析 58
 - 1.4.1 旅游景区开发与运营模式 58
 - (1) 碧峰峡模式 58
 - (2) 黄山模式 61
 - (3) 浙江富春江模式 63
 - (4) 净月潭模式 64
 - (5) 凤凰模式 67
 - 1.4.2 我国旅游景区开发与运营模式评价 68

第2章：中国旅游景区发展环境分析 70

2.1 旅游景区政策环境分析 70

2.1.1 旅游景区管理体制 70

2.1.2 旅游景区相关政策与规划 70

- (1) 国家支持旅游业发展 70
- (2) 国家支持西部地区旅游业发展 72

(3) 国家扩大内需政策推动旅游市场规模扩大 77

2.2 旅游景区经济环境分析 78

2.2.1 行业与经济的相关性分析 78

2.2.2 宏观经济环境分析 79

(1) 国际宏观环境分析 79

(2) 国内宏观环境分析 84

2.3 旅游景区消费环境分析 89

2.3.1 居民收入水平分析 89

2.3.2 居民消费水平分析 91

2.3.3 居民旅游消费分析 98

(1) 居民出游率变化 98

(2) 居民人均旅游消费情况 99

(3) 居民出游目的分析 99

2.4 旅游景区社会环境分析 101

2.4.1 法定节假日和带薪假期实施 101

2.4.2 人口年龄结构 101

2.4.3 社会结构 102

2.5 旅游景区交通环境分析 103

2.5.1 铁路投资建设情况 103

2.5.2 公路投资建设情况 104

2.5.3 机场投资建设情况 108

2.5.4 交通行业客货运输情况 109

第3章：中国旅游景区发展状况分析 111

3.1 旅游业发展分析 111

3.1.1 旅游市场发展分析 111

(1) 国际旅游市场发展分析 111

(2) 国内旅游市场发展分析 112

3.1.2 旅游业影响因素分析 116

(1) 旅游业驱动因素分析 116

(2) 旅游业制约因素分析 116

3.1.3 旅游业市场发展空间 117

- 3.2 旅游景区发展现状 118
 - 3.2.1 旅游景区发展历程 118
 - 3.2.2 旅游景区发展的特点 131
 - (1) 规模化带动精品化、品牌化 131
 - (2) 资源社会化促进融合化、多元化、休闲化发展 132
 - (3) 市场化促进资本化、产业化、集团化 132
 - (4) 标准化推动国际化、公益化 133
 - (5) 科技化支撑人文化、生态化 134
 - 3.2.3 旅游景区存在的问题 135
 - (1) 宏观管理体制混乱，政企不分、多头管理 135
 - (2) 微观经营机制落后，经营管理方式单一 136
 - (3) 财政拨款十分有限，景区融资渠道狭窄 137
 - (4) 景区建设严重雷同，恶性竞争十分激烈 137
 - (5) 景区资源破坏严重，环境污染普遍存在 137
 - 3.2.4 旅游景区市场竞争分析 138
 - (1) 旅游景区竞争现状分析 138
 - (2) 旅游景区潜在威胁分析 141
 - (3) 旅游景区竞争力影响因素 142
- 3.3 旅游景区经营分析 143
 - 3.3.1 旅游景区企业数量分析 143
 - 3.3.2 旅游景区从业人员分析 144
 - 3.3.3 旅游景区固定资产分析 145
 - 3.3.4 旅游景区营业收入分析 145
 - (1) 旅游景区营业收入 145
 - (2) 旅游景区人均营业收入 146
 - 3.3.5 旅游景区经营利润分析 147
 - (1) 旅游景区营业利润 147
 - (2) 旅游景区利润率 147
 - 3.3.6 旅游景区税金分析 148
- 3.4 旅游景区利益冲突与协调分析 149
 - 3.4.1 旅游景区开发中的利益相关者分析 149
 - (1) 旅游投资开发商 149

- (2) 旅游规划者 149
 - (3) 旅游开发区政府部门 149
 - (4) 当地居民社区 150
 - (5) 旅游者 150
 - (6) 旅游企业 150
- 3.4.2 旅游景区利益的冲突和协调 150

第4章：中国自然类旅游景区市场分析 153

- 4.1 自然类旅游景区发展分析 153
 - 4.1.1 自然类旅游景区发展现状 153
 - 4.1.2 自然类旅游景区分布情况 154
 - 4.1.3 自然类旅游景区发展前景 154
- 4.2 自然类旅游景区特色分析 155
 - 4.2.1 自然类旅游景区特征分析 155
 - 4.2.2 自然类旅游景区开发分析 155
 - (1) 自然类旅游景区开发类型 155
 - (2) 自然类旅游景区开发建议 155
 - 4.2.3 自然类旅游景区消费群体 156
 - 4.2.4 自然类旅游景区重游分析 156
- 4.3 自然类旅游景区经营分析 157
 - 4.3.1 自然类旅游景区经营情况 157
 - 4.3.2 自然类旅游景区收费情况 157
- 4.4 自然类旅游景区满意度与营销分析 157
 - 4.4.1 自然类旅游景区游客满意度影响因素 157
 - 4.4.2 自然类旅游景区旅游体验的塑造 158
 - (1) 审美体验的塑造 158
 - (2) 教育体验的塑造 159
 - (3) 娱乐体验的塑造 159
 - (4) 逃避现实体验的塑造 160
 - 4.4.3 自然类旅游景区营销策略 160

第5章：中国人文类旅游景区市场分析 162

5.1 人文类旅游景区发展分析	162
5.1.1 人文类旅游景区发展现状	162
5.1.2 人文类旅游景区分布情况	162
5.1.3 人文类旅游景区发展前景	162
5.2 人文类旅游景区特色分析	163
5.2.1 人文类旅游景区特色分析	163
5.2.2 人文类旅游景区开发形式	163
5.2.3 人文类旅游景区消费群体	164
5.2.4 人文类旅游景区重游分析	164
5.3 人文类旅游景区经营分析	165
5.3.1 人文类旅游景区经营情况	165
5.3.2 人文类旅游景区收费情况	165
5.4 人文类旅游景区满意度与营销分析	165
5.4.1 人文类旅游景区游客满意度影响因素	165
5.4.2 人文类旅游景区旅游体验的塑造	166
(1) 审美体验的塑造	166
(2) 教育体验的塑造	166
(3) 娱乐体验的塑造	166
(4) 逃避现实体验的塑造	167
5.4.3 人文类旅游景区营销策略	167
5.5 热点人文类旅游景区分析	167
5.5.1 红色旅游景区发展机遇	167
5.5.2 红色旅游景区发展现状	169
5.5.3 红色旅游景区开发理念	171
(1) 红色旅游景区开发条件	171
(2) 红色旅游景区开发原则	171
5.5.4 红色旅游景区游客满意度分析	173
(1) 游客满意度影响因素分析	173
(2) 提高游客满意度的措施	173
第6章：中国主题景区类旅游景区市场分析	174
6.1 主题景区类旅游景区发展分析	174

- 6.1.1 主题景区类旅游景区发展现状 174
 - (1) 主题景区类旅游景区发展历程 174
 - (2) 主题景区类旅游景区发展规模 175
- 6.1.2 不同类型主题景区发展分析 175
 - (1) 文化类主题景区发展分析 175
 - (2) 游乐类主题景区发展分析 177
 - (3) 观光类主题景区发展分析 178
 - (4) 情景模拟类主题景区发展分析 184
- 6.1.3 主题景区类旅游景区分布情况 185
 - (1) 文化类主题景区分布情况 185
 - (2) 游乐类主题景区分布情况 186
 - (3) 观光类主题景区分布情况 186
 - (4) 情景模拟类主题景区分布情况 186
- 6.1.4 主题景区类旅游景区发展前景 186
 - (1) 文化类主题景区发展前景 186
 - (2) 游乐类主题景区发展前景 187
 - (3) 观光类主题景区发展前景 187
 - (4) 情景模拟类主题景区发展前景 188
- 6.2 主题景区类旅游景区特色分析 188
 - 6.2.1 主题景区类旅游景区特征分析 188
 - 6.2.2 主题景区类旅游景区典型经营模式 189
 - (1) 华侨城模式 189
 - (2) 吴文化园模式 190
 - (3) 第三极模式 194
 - 6.2.3 主题景区类旅游景区开发成功要素 194
 - 6.2.4 主题景区类旅游景区消费群体 196
 - (1) 文化类主题景区消费群体 196
 - (3) 观光类主题景区消费群体 196
 - (4) 情景模拟类主题景区消费群体 196
 - 6.2.5 主题景区类旅游景区重游情况 196
 - (1) 主题景区重游率情况分析 196
 - (2) 主题景区重游率低的原因 197

- (3) 主题景区重游率提高策略 197
- 6.3 主题景区类旅游景区经营分析 199
 - 6.3.1 主题景区类旅游景区经营情况 199
 - (1) 主题景区收入规模分析 199
 - (2) 主题景区主题情况分析 200
 - 6.3.2 主题景区类旅游景区收费情况 200
 - (1) 文化类主题景区收费情况 200
 - (2) 游乐类主题景区收费情况 200
 - (3) 观光类主题景区收费情况 200
 - (4) 情景模拟类主题景区收费情况 201
- 6.4 主题景区类旅游景区满意度与营销分析 201
 - 6.4.1 主题景区类旅游景区游客满意度影响因素 201
 - 6.4.2 主题景区类旅游景区旅游体验的塑造 201
 - (1) 娱乐体验的塑造 201
 - (2) 逃避现实体验的塑造 202
 - 6.4.3 主题景区类旅游景区营销策略 202
 - (1) 直复营销 202
 - (2) 内部营销 203
 - (3) 品牌营销 205
 - (4) 合作营销 207
 - (5) 网络营销 208
 - (6) 体验营销 209
 - (7) 事件营销 210
 - (8) 整合营销 211

第7章：中国社会类旅游景区市场分析 213

- 7.1 社会类旅游景区发展分析 213
 - 7.1.1 社会类旅游景区发展现状 213
 - 7.1.2 社会类旅游景区分布情况 213
 - 7.1.3 社会类旅游景区发展前景 213
- 7.2 社会类旅游景区特色分析 213
 - 7.2.1 社会类旅游景区特色分析 213

- 7.2.2 社会类旅游景区开发形式 214
- 7.2.3 社会类旅游景区消费群体 214
- 7.2.4 社会类旅游景区重游分析 214
- 7.3 社会类旅游景区经营分析 215
 - 7.3.1 社会类旅游景区经营情况 215
 - 7.3.2 社会类旅游景区收费情况 215
- 7.4 社会类旅游景区满意度与营销分析 215
 - 7.4.1 社会类旅游景区游客满意度影响因素 215
 - 7.4.2 社会类旅游景区旅游体验的塑造 216
 - 7.4.3 社会类旅游景区营销策略 216

第8章：中国旅游景区门票价格与定价模式分析 218

- 8.1 旅游景区门票设置类型与影响因素 218
 - 8.1.1 旅游景区门票设置类型 218
 - (1) 套票制 218
 - (2) 多重售票制 218
 - (3) 免票制 218
 - 8.1.2 旅游景区门票价格管理现状 218
 - 8.1.3 影响旅游景区门票价格的因素 219
 - (1) 影响旅游景区门票价格的可控因素 219
 - (2) 影响旅游景区门票价格的不可控因素 220
- 8.2 旅游景区门票价格现状分析 221
 - 8.2.1 旅游景区门票价格现状 221
 - (1) 门票价格水平总体偏高 221
 - (2) 门票价格调整过频 222
 - (3) “门票经济”现象严重 223
 - 8.2.2 近年来旅游景区门票上涨原因 224
 - (1) 旅游景区投入成本增加 224
 - (2) 旅游景区级别的提升 224
 - (3) 旅游景区新增旅游项目 225
 - (4) 控制游客数量、保护景区环境 225
- 8.3 旅游景区定价策略与建议 226

8.3.1 目前旅游景区主要定价策略 226

(1) 涨价策略 226

(2) 联票策略 226

(3) 免票策略 227

8.3.2 未来旅游景区价格发展趋势 227

8.3.3 旅游景区定价机制的建议 228

(1) 公益性景区定价机制 228

(2) 商业性旅游景区定价机制 229

(3) 混合型旅游景区定价机制 229

第9章：中国旅游景区景点设计模式分析 231

9.1 旅游景点设计模式 231

9.1.1 旅游景点类型 231

9.1.2 旅游景点设计原则 231

(1) 创新原则 231

(2) 人工美与自然美统一 231

(3) 维护和创造生态平衡 232

(4) 最佳经济效益 233

9.1.3 旅游景点设计方法 233

(1) 突出主题 233

(2) 平中出奇 233

(3) 充实人文内涵 233

(4) 协调环境 233

(5) 强化特色 234

9.1.4 旅游景点组景手法 234

9.2 旅游景观建筑设计模式 234

9.2.1 山地景观建筑组合 234

9.2.2 景观与建筑协调 238

9.2.3 水景建筑构成 240

(1) 景观建筑与水体构成关系 240

(2) 依水景观建筑设计 242

9.3 旅游景点花木配置模式 249

- 9.3.1 花木景点作用 249
- 9.3.2 景点花木配置 253
 - (1) 花木配制主要方式 253
 - (2) 植物花卉配置原则 258
- 9.3.3 水体花木配置 259
- 9.3.4 景点花境设计 262
- 9.4 石景与水景观设计模式 264
 - 9.4.1 石景设计 264
 - 9.4.2 水景类型 265
 - 9.4.3 水景设计原则 265
 - (1) 环境优先原则 265
 - (2) 文脉原则 266
 - (3) 亲水原则 266
 - (4) 立体设计原则 266
 - (5) 技术更新原则 266
 - (6) 师法自然原则 266
 - 9.4.4 景观喷泉设计 267

第10章：中国旅游景区营销模式与策略分析 269

- 10.1 旅游景区营销现状分析 269
 - 10.1.1 旅游景区营销的特殊性 269
 - 10.1.2 当前景区营销模式分析 269
 - (1) 公共关系营销模式 269
 - (2) 景区直销模式与分销服务商营销模式 270
 - (3) 联合协作营销模式 271
 - (4) 客源地营销模式 272
 - (5) 产品体验营销模式 272
 - 10.1.3 当前旅游景区营销存在的问题 273
- 10.2 旅游景区营销方法分析 274
 - 10.2.1 对旅游景区进行市场调查 274
 - 10.2.2 对旅游景区进行市场细分 274
 - 10.2.3 对旅游景区进行市场定位 275

- 10.2.4 对旅游景区市场前景预测 276
- 10.3 旅游景区营销渠道分析 276
 - 10.3.1 旅游景区营销渠道建设现状及问题 276
 - 10.3.2 传统旅游景区营销渠道 277
 - 10.3.3 新兴旅游景区营销渠道 278
 - 10.3.4 旅游景区营销渠道发展趋势 278
- 10.4 旅游景区营销策略分析 280
 - 10.4.1 旅游景区产品策略分析 280
 - 10.4.2 旅游景区促销策略分析 282
 - 10.4.3 旅游景区价格策略分析 285
 - 10.4.4 旅游景区渠道策略分析 297
 - 10.4.5 旅游景区顾客关系策略分析 299

第11章：中国重点旅游地区景区现状与发展前景 302

- 11.1 四川旅游景区现状与发展前景 302
 - 11.1.1 四川旅游消费环境分析 302
 - (1) 四川游客来源与数量 302
 - (2) 四川旅游收入与结构 303
 - (3) 四川游客旅游消费倾向 304
 - 11.1.2 四川旅游景区发展情况 305
 - (1) 自然类旅游景区发展情况 305
 - (2) 人文类旅游景区发展情况 306
 - (3) 主题公园类旅游景区发展情况 306
 - (4) 社会类旅游景区发展情况 307
 - 11.1.3 四川旅游景区经营情况 307
 - (1) 四川旅游景区收入分析 307
 - (2) 四川旅游景区价格分析 308
 - 11.1.4 四川旅游景区竞争状况 309
 - 11.1.5 四川旅游景区竞争优劣势 310
 - (1) 四川旅游景区竞争优势 310
 - (2) 四川旅游景区竞争劣势 311
 - 11.1.6 四川旅游景区发展趋势与前景 312

11.2 广东旅游景区现状与发展前景	312
11.2.1 广东旅游消费环境分析	312
(1) 广东游客来源与数量	312
(2) 广东旅游收入与结构	313
(3) 广东游客旅游消费倾向	314
11.2.2 广东旅游景区发展情况	315
(1) 自然类旅游景区发展情况	315
(2) 人文类旅游景区发展情况	316
(3) 主题公园类旅游景区发展情况	316
(4) 社会类旅游景区发展情况	317
11.2.3 广东旅游景区经营情况	317
(1) 广东旅游景区收入分析	317
(2) 广东旅游景区价格分析	318
11.2.4 广东旅游景区竞争状况	319
11.2.5 广东旅游景区竞争优劣势	320
(1) 广东旅游景区竞争优势	320
(2) 广东旅游景区竞争劣势	321
11.2.6 广东旅游景区发展趋势与前景	321
11.3 北京旅游景区现状与发展前景	326
11.3.1 北京旅游消费环境分析	326
(1) 北京游客来源与数量	326
(2) 北京旅游收入与结构	327
(3) 北京游客旅游消费倾向	328
11.3.2 北京旅游景区发展情况	329
(1) 自然类旅游景区发展情况	329
(2) 人文类旅游景区发展情况	330
(3) 主题公园类旅游景区发展情况	330
(4) 社会类旅游景区发展情况	331
11.3.3 北京旅游景区经营情况	331
(1) 北京旅游景区收入分析	331
(2) 北京旅游景区价格分析	332
11.3.4 北京旅游景区竞争状况	332

- 11.3.5 北京旅游景区竞争优劣势 333
 - (1) 北京旅游景区竞争优势 333
 - (2) 北京旅游景区竞争劣势 334
- 11.3.6 北京旅游景区发展趋势与前景 334
- 11.4 江苏旅游景区现状与发展前景 335
 - 11.4.1 江苏旅游消费环境分析 335
 - (1) 江苏游客来源与数量 335
 - (2) 江苏旅游收入与结构 336
 - (3) 江苏游客旅游消费倾向 337
 - 11.4.2 江苏旅游景区发展情况 338
 - (1) 自然类旅游景区发展情况 338
 - (2) 人文类旅游景区发展情况 339
 - (3) 主题公园类旅游景区发展情况 339
 - (4) 社会类旅游景区发展情况 340
 - 11.4.3 江苏旅游景区经营情况 340
 - (1) 江苏旅游景区收入分析 340
 - (2) 江苏旅游景区价格分析 341
 - 11.4.4 江苏旅游景区竞争状况 350
 - 11.4.5 江苏旅游景区竞争优劣势 351
 - (1) 江苏旅游景区竞争优势 351
 - (2) 江苏旅游景区竞争劣势 352
 - 11.4.6 江苏旅游景区发展趋势与前景 353
- 11.5 上海旅游景区现状与发展前景 359
 - 11.5.1 上海旅游消费环境分析 359
 - (1) 上海游客来源与数量 359
 - (2) 上海旅游收入与结构 360
 - (3) 上海游客旅游消费倾向 361
 - 11.5.2 上海旅游景区发展情况 362
 - (1) 自然类旅游景区发展情况 362
 - (2) 人文类旅游景区发展情况 363
 - (3) 主题公园类旅游景区发展情况 363
 - (4) 社会类旅游景区发展情况 364

- 11.5.3 上海旅游景区经营情况 364
 - (1) 上海旅游景区收入分析 364
 - (2) 上海旅游景区价格分析 365
- 11.5.4 上海旅游景区竞争状况 365
- 11.5.5 上海旅游景区竞争优劣势 366
 - (1) 上海旅游景区竞争优势 366
 - (2) 上海旅游景区竞争劣势 367
- 11.5.6 上海旅游景区发展趋势与前景 368
- 11.6 江西旅游景区现状与发展前景 369
 - 11.6.1 江西旅游消费环境分析 369
 - (1) 江西游客来源与数量 369
 - (2) 江西旅游收入与结构 370
 - (3) 江西游客旅游消费倾向 371
 - 11.6.2 江西旅游景区发展情况 372
 - (1) 自然类旅游景区发展情况 372
 - (2) 人文类旅游景区发展情况 373
 - (3) 主题公园类旅游景区发展情况 373
 - (4) 社会类旅游景区发展情况 374
 - 11.6.3 江西旅游景区经营情况 374
 - (1) 江西旅游景区收入分析 374
 - (2) 江西旅游景区价格分析 375
 - 11.6.4 江西旅游景区竞争状况 375
 - 11.6.5 江西旅游景区竞争优劣势 376
 - (1) 江西旅游景区竞争优势 376
 - (2) 江西旅游景区竞争劣势 377
 - 11.6.6 江西旅游景区发展趋势与前景 377
- 11.7 湖北旅游景区现状与发展前景 379
 - 11.7.1 湖北旅游消费环境分析 379
 - (1) 湖北游客来源与数量 379
 - (2) 湖北旅游收入与结构 380
 - (3) 湖北游客旅游消费倾向 381
 - 11.7.2 湖北旅游景区发展情况 382

- (1) 自然类旅游景区发展情况 382
- (2) 人文类旅游景区发展情况 383
- (3) 主题公园类旅游景区发展情况 383
- (4) 社会类旅游景区发展情况 384
- 11.7.3 湖北旅游景区经营情况 384
 - (1) 湖北旅游景区收入分析 384
 - (2) 湖北旅游景区价格分析 385
- 11.7.4 湖北旅游景区竞争状况 387
- 11.7.5 湖北旅游景区竞争优劣势 388
 - (1) 湖北旅游景区竞争优势 388
 - (2) 湖北旅游景区竞争劣势 388
- 11.7.6 湖北旅游景区发展趋势与前景 389
- 11.8 湖南旅游景区现状与发展前景 392
 - 11.8.1 湖南旅游消费环境分析 392
 - (1) 湖南游客来源与数量 392
 - (2) 湖南旅游收入与结构 393
 - (3) 湖南游客旅游消费倾向 394
 - 11.8.2 湖南旅游景区发展情况 395
 - (1) 自然类旅游景区发展情况 395
 - (2) 人文类旅游景区发展情况 396
 - (3) 主题公园类旅游景区发展情况 396
 - (4) 社会类旅游景区发展情况 397
 - 11.8.3 湖南旅游景区经营情况 397
 - (1) 湖南旅游景区收入分析 397
 - (2) 湖南旅游景区价格分析 398
 - 11.8.4 湖南旅游景区竞争状况 398
 - 11.8.5 湖南旅游景区竞争优劣势 399
 - (1) 湖南旅游景区竞争优势 399
 - (2) 湖南旅游景区竞争劣势 400
 - 11.8.6 湖南旅游景区发展趋势与前景 404
- 11.9 辽宁旅游景区现状与发展前景 405
 - 11.9.1 辽宁旅游消费环境分析 405

- (1) 辽宁游客来源与数量 405
- (2) 辽宁旅游收入与结构 406
- (3) 辽宁游客旅游消费倾向 407
- 11.9.2 辽宁旅游景区发展情况 408
 - (1) 自然类旅游景区发展情况 408
 - (2) 人文类旅游景区发展情况 409
 - (3) 主题公园类旅游景区发展情况 409
 - (4) 社会类旅游景区发展情况 410
- 11.9.3 辽宁旅游景区经营情况 410
 - (1) 辽宁旅游景区收入分析 410
 - (2) 辽宁旅游景区价格分析 411
- 11.9.4 辽宁旅游景区竞争状况 411
- 11.9.5 辽宁旅游景区竞争优劣势 411
 - (1) 辽宁旅游景区竞争优势 411
 - (2) 辽宁旅游景区竞争劣势 413
- 11.9.6 辽宁旅游景区发展趋势与前景 413
- 11.10 河南旅游景区现状与发展前景 420
 - 11.10.1 河南旅游消费环境分析 420
 - (1) 河南游客来源与数量 420
 - (2) 河南旅游收入与结构 421
 - (3) 河南游客旅游消费倾向 422
 - 11.10.2 河南旅游景区发展情况 423
 - (1) 自然类旅游景区发展情况 423
 - (2) 人文类旅游景区发展情况 424
 - (3) 主题公园类旅游景区发展情况 424
 - (4) 社会类旅游景区发展情况 425
 - 11.10.3 河南旅游景区经营情况 425
 - (1) 河南旅游景区收入分析 425
 - (2) 河南旅游景区价格分析 426
 - 11.10.4 河南旅游景区竞争状况 428
 - 11.10.5 河南旅游景区竞争优劣势 428
 - (1) 河南旅游景区竞争优势 428

(2) 河南旅游景区竞争劣势 435

11.10.6 河南旅游景区发展趋势与前景 436

第12章：中国旅游景区领先个案经营分析 439

12.1 自然类旅游景区领先个案经营分析 439

12.1.1 九寨沟风景名胜区经营分析 439

(1) 景区简要介绍 439

(2) 景区特色景点 439

(3) 景区面积规模 441

(4) 景区游客规模 441

(5) 景区收费情况 442

(6) 景区交通条件 442

(7) 景区竞争优劣势 442

(8) 景区最新发展动向 446

12.1.2 黄龙国家风景区经营分析 446

(1) 景区简要介绍 446

(2) 景区特色景点 446

(3) 景区面积规模 448

(4) 景区游客规模 448

(5) 景区收费情况 448

(6) 景区交通条件 448

(7) 景区竞争优劣势 449

(8) 景区最新发展动向 449

12.1.3 武夷山风景名胜区经营分析 451

(1) 景区简要介绍 451

(2) 景区特色景点 451

(3) 景区面积规模 454

(4) 景区游客规模 454

(5) 景区收费情况 455

(6) 景区交通条件 456

(7) 景区竞争优劣势 457

(8) 景区最新发展动向 457

12.1.4 武陵源风景名胜区经营分析 458

- (1) 景区简要介绍 458
- (2) 景区特色景点 459
- (3) 景区面积规模 459
- (4) 景区游客规模 460
- (5) 景区收费情况 460
- (6) 景区交通条件 460
- (7) 景区竞争优劣势 461
- (8) 景区最新发展动向 462

12.2 人文类旅游景区领先个案经营分析 463

12.2.1 故宫博物院经营分析 463

- (1) 景区简要介绍 463
- (2) 景区特色景点 463
- (3) 景区面积规模 466
- (4) 景区游客规模 467
- (5) 景区收费情况 467
- (6) 景区交通条件 468
- (7) 景区竞争优劣势 468

12.2.2 八达岭长城景区经营分析 469

- (1) 景区简要介绍 469
- (2) 景区特色景点 470
- (3) 景区面积规模 474
- (4) 景区游客规模 475
- (5) 景区收费情况 475
- (6) 景区交通条件 476
- (7) 景区竞争优劣势 476

12.2.3 颐和园经营分析 477

- (1) 景区简要介绍 477
- (2) 景区特色景点 477
- (3) 景区面积规模 481
- (4) 景区游客规模 482
- (5) 景区收费情况 482

- (6) 景区交通条件 482
- (7) 景区竞争优劣势 483
- (8) 景区最新发展动向 484
- 12.2.4 秦始皇兵马俑博物馆经营分析 485
 - (1) 景区简要介绍 485
 - (2) 景区特色景点 485
 - (3) 景区面积规模 487
 - (4) 景区游客规模 487
 - (5) 景区收费情况 488
 - (6) 景区交通条件 488
 - (7) 景区竞争优劣势 489
- 12.3 主题公园类旅游景区领先个案经营分析 491
 - 12.3.1 深圳东部华侨城经营分析 491
 - (1) 景区简要介绍 491
 - (2) 景区特色景点 491
 - (3) 景区面积规模 495
 - (4) 景区游客规模 496
 - (5) 景区收费情况 496
 - (6) 景区交通条件 496
 - (7) 景区竞争优劣势 497
 - 12.3.2 杭州宋城景区经营分析 498
 - (1) 景区简要介绍 498
 - (2) 景区特色景点 499
 - (3) 景区面积规模 500
 - (4) 景区游客规模 500
 - (5) 景区收费情况 501
 - (6) 景区交通条件 501
 - (7) 景区竞争优劣势 502
 - 12.3.3 广州市长隆旅游度假区经营分析 503
 - (1) 景区简要介绍 503
 - (2) 景区特色景点 503
 - (3) 景区游客规模 505

- (4) 景区收费情况 505
- (5) 景区交通条件 505
- (6) 景区竞争优劣势 506
- 12.4 社会类旅游景区领先个案经营分析 508
- 12.4.1 梅县雁南飞茶田景区经营分析 508
 - (1) 景区简要介绍 508
 - (2) 景区特色景点 508
 - (3) 景区面积规模 511
 - (4) 景区收费情况 511
 - (5) 景区交通条件 511
 - (6) 景区竞争优劣势 511
- 12.4.2 秦皇岛集发农业观光园经营分析 512
 - (1) 景区简要介绍 512
 - (2) 景区特色景点 513
 - (3) 景区面积规模 513
 - (4) 景区游客规模 514
 - (5) 景区收费情况 514
 - (6) 景区交通条件 514
 - (7) 景区竞争优劣势 515
 - (8) 景区最新发展动向 515

第13章：中国旅游景区投资与前景分析 516

- 13.1 旅游景区投资风险管理 516
- 13.1.1 旅游景区投资特点和风险分析 516
- 13.1.2 造成旅游景区投资风险的原因 518
- 13.1.3 规避旅游景区投资风险的策略 519
- 13.2 旅游景区项目投融资分析 521
- 13.2.1 旅游景区投融资前景分析 521
 - (1) 旅游景区行业需求旺盛 521
 - (2) 各省市游客稳定增长 521
- 13.2.2 旅游景区投融资现状分析 522
- 13.3 旅游景区发展趋势与前景 526

13.3.1 旅游景区发展趋势 526

(1) 旅游景区投资趋势 526

(2) 旅游景区市场趋势 527

(3) 旅游景区产品趋势 528

(4) 旅游景区人力资源趋势 528

(5) 旅游景区运营趋势 528

13.3.2 旅游景区发展前景预测 529

(1) 旅游业发展前景预测 529

(2) 旅游景区发展前景预测 532

图表目录

图表 1 美日德旅游景区管理理念比较 49

图表 2 美日德旅游景区管理体制比较 49

图表 3 美日德旅游景区法律体系比较 50

图表 4 美日德旅游景区资金来源比较 50

图表 5 美日德旅游景区参与机制比较 51

图表 6 2011年以来主要经济体经济增长情况(单位:%) 79

图表 7 各类机构对地区和国别经济的预测(单位:%) 83

图表 8 2012年国内生产总值初步核算数据 85

图表9 GDP环比增长速度 85

图表10 2006-2012年我国国内生产总值及其增长速度 86

图表11 2013年1季度国内生产总值初步核算数据 87

图表12 GDP环比增长速度 88

图表 13 2006-2012年我国农村居民人均纯收入及其增长速度 90

图表 14 2006-2012年我国城镇居民人均可支配收入及其增长速度 90

图表15 2013年1-5月全国居民消费价格涨跌幅度 92

图表16 2012年5月-2013年5月我国猪肉、牛肉、羊肉价格变动情况 93

图表17 2012年5月-2013年5月我国鲜菜、鲜果价格变动情况 93

图表18 2013年1-5月份居民消费价格分类别同比涨跌幅 95

图表19 2013年1-5月份居民消费价格分类别环比涨跌幅 96

图表20 2013年5月居民消费价格主要数据 96

图表 21 2008-2012年居民人均旅游消费情况 99

图表 22 2008 - 2012年全国公路总里程及公路密度 104

- 图表 23 2012年全国各技术等级公路里程构成 105
- 图表 24 2012年全国各行政等级公路里程构成 106
- 图表 25 2012年全国各路面类型公路里程构成 107
- 图表 26 2008 - 2012年全国高速公路里程 107
- 图表 27 2012年城市客运系统完成客运量构成 110
- 图表 28 2008-2013年中国旅游景区行业企业数量增长分析 143
- 图表 29 2008-2013年中国旅游景区行业从业人数增长分析 144
- 图表 30 2008-2012年中国旅游景区行业资产规模增长分析 145
- 图表 31 2008-2013年中国旅游景区行业营业收入分析 145
- 图表 32 2008-2013年中国旅游景区行业人均营业收入分析 146
- 图表 33 2008-2013年中国旅游景区行业营业利润增长分析 147
- 图表 34 2008-2013年中国旅游景区行业主要盈利指标增长分析 147
- 图表 35 2008-2013年中国旅游景区行业税金分析 148
- 图表 36 2008-2012年自然类旅游景区经营增长情况 157
- 图表 37 2008-2012年人文类旅游景区经营增长情况 165
- 图表 38 红色旅游景区游客满意度影响因素分析 173
- 图表 39 中国主题公园1989-至今发展一览表 174
- 图表 40 文化类主题景区发展前景预测 186
- 图表 41 游乐类主题景区发展前景预测 187
- 图表 42 观光类主题景区发展前景预测 187
- 图表 43 情景模拟类主题景区发展前景预测 188
- 图表 44 2008-2012年主题景区经营增长情况 199
- 图表 45 2008-2012年主题景区主题情况分析 200
- 图表 46 2008-2012年社会类旅游景区经营增长情况 215
- 图表 47 我国居民收入水平和部分景区门票价格的对比 222
- 图表 48 各国景区门票在该国居民人均月收入中的比重 222
- 图表 49 四川游客来源分析 302
- 图表 50 2008-2012年四川游客数量分析 303
- 图表 51 四川旅游收入与结构 303
- 图表 52 2013-2018年四川游客旅游消费倾向预测 304
- 图表 53 2008-2012年四川自然类旅游景区发展情况 305
- 图表 54 2008-2012年四川人文类旅游景区发展情况 306

图表 55 2008-2012年四川主题公园类旅游景区发展情况 306

图表 56 2008-2012年四川社会类旅游景区发展情况 307

图表 57 2010-2012年四川旅游景区收入分析 307

图表 58 四川省部分重点旅游景区门票价格一览表 308

图表 59 广东游客来源分析 312

图表 60 2008-2012年广东游客数量分析 313

图表 61 广东旅游收入与结构 313

图表 62 2013-2018年广东游客旅游消费倾向预测 314

图表 63 2008-2012年广东自然类旅游景区发展情况 315

图表 64 2008-2012年广东人文类旅游景区发展情况 316

图表 65 2008-2012年广东主题公园类旅游景区发展情况 316

图表 66 2008-2012年广东社会类旅游景区发展情况 317

图表 67 2010-2012年广东旅游景区收入分析 317

图表 68 广东省部分重点旅游景区门票价格一览表 318

图表 69 北京游客来源分析 326

图表 70 2008-2012年北京游客数量分析 327

图表 71 北京旅游收入与结构 327

图表 72 2013-2018年北京游客旅游消费倾向预测 328

图表 73 2008-2012年北京自然类旅游景区发展情况 329

图表 74 2008-2012年北京人文类旅游景区发展情况 330

图表 75 2008-2012年北京主题公园类旅游景区发展情况 330

图表 76 2008-2012年北京社会类旅游景区发展情况 331

图表 77 2010-2012年北京旅游景区收入分析 331

图表 78 北京部分重点旅游景区门票价格一览表 332

图表 79 江苏游客来源分析 335

图表 80 2008-2012年江苏游客数量分析 336

图表 81 江苏旅游收入与结构 336

图表 82 2013-2018年江苏游客旅游消费倾向预测 337

图表 83 2008-2012年江苏自然类旅游景区发展情况 338

图表 84 2008-2012年江苏人文类旅游景区发展情况 339

图表 85 2008-2012年江苏主题公园类旅游景区发展情况 339

图表 86 2008-2012年江苏社会类旅游景区发展情况 340

- 图表 87 2010-2012年江苏旅游景区收入分析 340
- 图表 88 江苏省部分重点旅游景区门票价格一览表 341
- 图表 89 上海游客来源分析 359
- 图表 90 2008-2012年上海游客数量分析 360
- 图表 91 上海旅游收入与结构 360
- 图表 92 2013-2018年上海游客旅游消费倾向预测 361
- 图表 93 2008-2012年上海自然类旅游景区发展情况 362
- 图表 94 2008-2012年上海人文类旅游景区发展情况 363
- 图表 95 2008-2012年上海主题公园类旅游景区发展情况 363
- 图表 96 2008-2012年上海社会类旅游景区发展情况 364
- 图表 97 2010-2012年上海旅游景区收入分析 364
- 图表 98 上海部分重点旅游景区门票价格一览表 365
- 图表 99 江西游客来源分析 369
- 图表 100 2008-2012年江西游客数量分析 370
- 图表 101 江西旅游收入与结构 370
- 图表 102 2013-2018年江西游客旅游消费倾向预测 371
- 图表 103 2008-2012年江西自然类旅游景区发展情况 372
- 图表 104 2008-2012年江西人文类旅游景区发展情况 373
- 图表 105 2008-2012年江西主题公园类旅游景区发展情况 373
- 图表 106 2008-2012年江西社会类旅游景区发展情况 374
- 图表 107 2010-2012年江西旅游景区收入分析 374
- 图表 108 江西省部分重点旅游景区门票价格一览表 375
- 图表 109 湖北游客来源分析 379
- 图表 110 2008-2012年湖北游客数量分析 380
- 图表 111 湖北旅游收入与结构 380
- 图表 112 2013-2018年湖北游客旅游消费倾向预测 381
- 图表 113 2008-2012年湖北自然类旅游景区发展情况 382
- 图表 114 2008-2012年湖北人文类旅游景区发展情况 383
- 图表 115 2008-2012年湖北主题公园类旅游景区发展情况 383
- 图表 116 2008-2012年湖北社会类旅游景区发展情况 384
- 图表 117 2010-2012年湖北旅游景区收入分析 384
- 图表 118 湖北省部分重点旅游景区门票价格一览表 385

图表 119 湖南游客来源分析 392

图表 120 2008-2012年湖南游客数量分析 393

图表 121 湖南旅游收入与结构 393

图表 122 2013-2018年湖南游客旅游消费倾向预测 394

图表 123 2008-2012年湖南自然类旅游景区发展情况 395

图表 124 2008-2012年湖南人文类旅游景区发展情况 396

图表 125 2008-2012年湖南主题公园类旅游景区发展情况 396

图表 126 2008-2012年湖南社会类旅游景区发展情况 397

图表 127 2010-2012年湖南旅游景区收入分析 397

图表 128 湖南省部分重点旅游景区门票价格一览表 398

图表 129 辽宁游客来源分析 405

图表 130 2008-2012年辽宁游客数量分析 406

图表 131 辽宁旅游收入与结构 406

图表 132 2013-2018年辽宁游客旅游消费倾向预测 407

图表 133 2008-2012年辽宁自然类旅游景区发展情况 408

图表 134 2008-2012年辽宁人文类旅游景区发展情况 409

图表 135 2008-2012年辽宁主题公园类旅游景区发展情况 409

图表 136 2008-2012年辽宁社会类旅游景区发展情况 410

图表 137 2010-2012年辽宁旅游景区收入分析 410

图表 138 辽宁省部分重点旅游景区门票价格一览表 411

图表 139 河南游客来源分析 420

图表 140 2008-2012年河南游客数量分析 421

图表 141 河南旅游收入与结构 421

图表 142 2013-2018年河南游客旅游消费倾向预测 422

图表 143 2008-2012年河南自然类旅游景区发展情况 423

图表 144 2008-2012年河南人文类旅游景区发展情况 424

图表 145 2008-2012年河南主题公园类旅游景区发展情况 424

图表 146 2008-2012年河南社会类旅游景区发展情况 425

图表 147 2010-2012年河南旅游景区收入分析 425

图表 148 河南省部分重点旅游景区门票价格一览表 426

图表 149 2008-2012年九寨沟风景名胜区游客数量分析 441

图表 150 2008-2012年黄龙国家风景区游客数量分析 448

图表 151 2008-2012年武夷山风景名胜区游客数量分析 454
图表 152 武夷山风景名胜区门票一览表 455
图表 153 2008-2012年武陵源风景名胜区游客数量分析 460
图表 154 2008-2012年故宫博物院游客数量分析 467
图表 155 2008-2012年八达岭长城景区游客数量分析 475
图表 156 2008-2012年颐和园游客数量分析 482
图表 157 2008-2012年秦始皇兵马俑博物馆游客数量分析 487
图表 158 2008-2012年深圳东部华侨城游客数量分析 496
图表 159 深圳东部华侨城门票一览表 496
图表 160 2008-2012年杭州宋城景区游客数量分析 500
图表 161 2008-2012年广州市长隆旅游度假区游客数量分析 505
图表 162 2008-2012年秦皇岛集发农业观光园游客数量分析 514

136 2008-2012年辽宁社会类旅游景区发展情况 410

图表 137 2010-2012年辽宁旅游景区收入分析 410
图表 138 辽宁省部分重点旅游景区门票价格一览表 411
图表 139 河南游客来源分析 420
图表 140 2008-2012年河南游客数量分析 421
图表 141 河南旅游收入与结构 421
图表 142 2013-2018年河南游客旅游消费倾向预测 422
图表 143 2008-2012年河南自然类旅游景区发展情况 423
图表 144 2008-2012年河南人文类旅游景区发展情况 424
图表 145 2008-2012年河南主题公园类旅游景区发展情况 424
图表 146 2008-2012年河南社会类旅游景区发展情况 425
图表 147 2010-2012年河南旅游景区收入分析 425
图表 148 河南省部分重点旅游景区门票价格一览表 426
图表 149 2008-2012年九寨沟风景名胜区游客数量分析 441
图表 150 2008-2012年黄龙国家风景区游客数量分析 448
图表 151 2008-2012年武夷山风景名胜区游客数量分析 454
图表 152 武夷山风景名胜区门票一览表 455
图表 153 2008-2012年武陵源风景名胜区游客数量分析 460
图表 154 2008-2012年故宫博物院游客数量分析 467

图表 155 2008-2012年八达岭长城景区游客数量分析	475
图表 156 2008-2012年颐和园游客数量分析	482
图表 157 2008-2012年秦始皇兵马俑博物馆游客数量分析	487
图表 158 2008-2012年深圳东部华侨城游客数量分析	496
图表 159 深圳东部华侨城门票一览表	496
图表 160 2008-2012年杭州宋城景区游客数量分析	500
图表 161 2008-2012年广州市长隆旅游度假区游客数量分析	505
图表 162 2008-2012年秦皇岛集发农业观光园游客数量分析	514
o }/p c	
六、中国医疗器械本土企业研发面临的难题	136
第五节 2012-2013年促进中国医疗器械产业健康发展的策略	138
一、浅析欧美医疗器械管理机制对我国的启示	138
二、中国医疗器械产业利用创新实行降本增效	144
三、中国医疗器械产业的发展措施	147
第十一章 2013-2018年中国人工耳蜗行业发展前景预测分析	150
第一节 2013-2018年中国人工耳蜗产品发展趋势预测分析	150
一、人工耳蜗技术走势分析	150
二、人工耳蜗行业发展方向分析	150
第二节 2013-2018年中国人工耳蜗行业市场发展前景预测分析	150
一、人工耳蜗供给预测分析	150
二、人工耳蜗需求预测分析	151
三、人工耳蜗进出口形势预测分析	151
第三节 2013-2018年中国人工耳蜗行业市场盈利能力预测分析	151
第十二章 2013-2018年中国人工耳蜗行业投资机会与投资风险分析	153
第一节 2013-2018年中国人工耳蜗行业投资机会分析	153
一、人工耳蜗行业吸引力分析	153
二、人工耳蜗行业区域投资潜力分析	153
第二节 2013-2018年中国人工耳蜗行业投资风险分析	153
一、市场竞争风险	153
二、技术风险	153
三、其它风险	154

第三节 2013-2018年中国人工耳蜗行业投资策略分析 154

图表目录

- 图表 1 2010-2012年全国聋儿听力康复训练任务完成情况 29
- 图表 2 2006-2010年国内生产总值及其增长速度 42
- 图表 3 2008年—2011年一季度GDP同比增长率 43
- 图表 4 2006-2010年城镇居民人均可支配收入 43
- 图表 5 2009年分行业城镇固定资产投资及其增长速度 45
- 图表 6 2010年城镇固定资产投资增长速度 46
- 图表 7 2006-2010年全社会固定资产投资及增长速度 47
- 图表 8 2008年—2011年城镇固定资产月度累计投资同比增长率 50
- 图表 9 2009年—2011年按地区分城镇固定资产月度累计投资同比增长率 50
- 图表 10 2006-2010年货物进出口总额 51
- 图表 11 2006-2010年社会消费品零售总额及增长速度 57
- 图表 12 2010-2012年中国人工耳蜗需求规模分析 75
- 图表 13 2010-2012年中国其他弥补生理缺陷,残疾用器具进口量分析 79
- 图表 14 2010-2012年中国其他弥补生理缺陷,残疾用器具进口额分析 80
- 图表 15 2010-2012年中国其他弥补生理缺陷,残疾用器具进口平均单价分析 80
- 图表 16 2010-2013年8月中国助听器出口量分析 82
- 图表 17 2010-2013年8月中国助听器出口额分析 82
- 图表 18 2010-2013年8月中国助听器进口量分析 83
- 图表 19 2010-2013年8月中国助听器进口额分析 83
- 图表 20 2010-2013年8月我国助听器进出口平均单价分析 84
- 图表 21 2010-2013年8月医疗仪器设备及器械制造业企业数量调查分析 85
- 图表 22 2010-2013年8月医疗仪器设备及器械制造业从业人数调查分析 85
- 图表 23 2010-2013年8月医疗仪器设备及器械制造业销售总额调查分析 86
- 图表 24 2010-2013年8月医疗仪器设备及器械制造业利润总额调查分析 86
- 图表 25 2010-2013年8月医疗仪器设备及器械制造业资产增速性分析 87
- 图表 26 2010-2013年8月医疗仪器设备及器械制造业偿债能力分析 88
- 图表 27 2013-2018年我国人工耳蜗供给预测分析 150
- 图表 28 2013-2018年我国人工耳蜗需求预测分析 151
- 图表 29 2013-2018年我国人工耳蜗进口量预测分析 151

图表 30 2013-2018年我国人工耳蜗行业盈利能力预测分析 151

详细请访问：<http://www.abaogao.com/b/lvyou/883827LNTE.html>