

2017-2022年中国景区管理 行业市场分析与投资前景评估报告

报告目录及图表目录

中国产业研究报告网 编制
www.chinairr.org

一、报告报价

《2017-2022年中国景区管理行业市场分析与投资前景评估报告》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.chinairr.org/report/R09/R0905/201612/16-221804.html>

产品价格：纸介版9800元 电子版9800元 纸介+电子10000元

订购电话: 400-600-8596 010-80993936

传真: 010-60343813

网址: <http://www.chinairr.org>

Email: sales@chyxx.com

联系人：刘老师 陈老师 谭老师

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

旅游景区是一个非常笼统的概念，一般指由若干地域上相连的，具有若干共性特征的旅游吸引物，交通网络及旅游服务设施组成的地域单元。其内部具有一致性，关联性与整体性的特征。

旅游景区管理系统包括人力资源管理、技术管理、财务管理、日常经营与管理、信息管理、安全管理等多个系统，任何方面的管理不到位，都会影响到其旅游竞争力。经过20余年的广泛实践与探索，我国旅游景区的管理水平得到了较大的提高，但是基于其特殊性、复杂性和多样性而产生的一些深层次问题也凸现出来，困扰着当前旅游景区的管理。

报告目录：

第一部分产业环境透视

第一章景区管理行业发展综述

第一节景区管理行业定义及分类

一、行业定义

二、行业主要产品分类

三、行业特性及在国民经济中的地位

第二节最近3-5年中国景区管理行业经济指标分析

一、赢利性

二、成长速度

三、附加值的提升空间

四、进入壁垒 / 退出机制

五、风险性

六、行业周期

七、竞争激烈程度指标

八、行业及其主要子行业成熟度分析

第三节景区管理行业产业链分析

一、产业链结构分析

二、主要环节的增值空间

三、与上下游行业之间的关联性

四、行业产业链上游相关行业分析

五、行业下游产业链相关行业分析

六、上下游行业影响及风险提示

第二章景区管理行业市场环境及影响分析（PEST）

第一节景区管理行业政治法律环境（P）

一、行业管理体制分析

二、行业主要法律法规

三、景区管理行业标准

四、行业相关发展规划

五、政策环境对行业的影响

第二节行业经济环境分析（E）

一、宏观经济形势分析

1、国际宏观经济形势分析

2、国内宏观经济形势分析

3、产业宏观经济环境分析

二、宏观经济环境对行业的影响分析

第三节行业社会环境分析（S）

一、景区管理产业社会环境

二、社会环境对行业的影响

三、景区管理产业发展对社会发展的影响

第四节行业技术环境分析（T）

一、景区管理技术分析

二、景区管理技术发展水平

三、2013-2016年景区管理技术发展分析

四、行业主要技术发展趋势

五、技术环境对行业的影响

第三章国际景区管理行业发展分析及经验借鉴

第一节全球景区管理市场总体情况分析

一、全球景区管理行业的发展特点

二、2013-2016年全球景区管理市场结构

三、2013-2016年全球景区管理行业发展分析

四、2013-2016年全球景区管理行业竞争格局

五、2013-2016年全球景区管理市场区域分布

第二节全球主要国家（地区）市场分析

一、美国景区管理行业发展经验与启示

1、美国景区管理行业发展现状分析

2、美国景区管理行业运营模式分析

3、美国景区管理行业发展经验借鉴

4、美国景区管理行业对我国的启示

二、日本景区管理行业发展经验与启示

1、日本景区管理行业运作模式

2、日本景区管理行业发展经验分析

3、日本景区管理行业对我国的启示

三、新加坡景区管理行业发展经验与启示

1、新加坡景区管理行业运作模式

2、新加坡景区管理行业发展经验分析

3、新加坡景区管理行业对我国的启示

四、欧盟景区管理行业发展经验与启示

1、欧盟景区管理行业运作模式

2、欧盟景区管理行业发展经验分析

3、欧盟景区管理行业对我国的启示

第二部分行业深度分析

第四章我国景区管理行业运行现状分析

第一节我国景区管理行业发展状况分析

一、我国景区管理行业发展阶段

二、我国景区管理行业发展总体概况

三、我国景区管理行业发展特点分析

四、我国景区管理行业发展模式分析

第二节2013-2016年景区管理行业发展现状

一、2013-2016年我国景区管理行业市场规模

二、2013-2016年我国景区管理行业发展分析

三、2013-2016年中国景区管理企业发展分析

第三节2013-2016年景区管理市场情况分析

- 一、2013-2016年中国景区管理市场总体概况
- 二、2013-2016年中国景区管理市场收入发展分析

第四节我国景区管理市场收费情况分析

- 一、景区管理市场定价机制组成
- 二、景区管理市场收费影响因素
- 三、2013-2016年景区管理收费走势分析
- 四、2017-2022年景区管理收费情况预测

第五章我国景区管理行业整体运行指标分析

第一节2013-2016年中国景区管理行业总体规模分析

- 一、企业数量结构分析
- 二、人员规模状况分析
- 三、行业资产规模分析
- 四、行业市场规模分析

第二节2013-2016年中国景区管理行业财务指标总体分析

- 一、行业盈利能力分析
- 二、行业偿债能力分析
- 三、行业营运能力分析
- 四、行业发展能力分析

第三节我国景区管理市场供需分析

- 一、2013-2016年我国景区管理行业供给情况
- 二、2013-2016年我国景区管理行业需求情况
- 三、2013-2016年我国景区管理行业供需平衡分析

第三部分竞争格局分析

第六章中国景区管理行业重点区域市场竞争力分析

第一节中国景区管理行业区域市场概况

- 一、景区管理行业产值分布情况
- 二、景区管理行业市场分布情况
- 三、景区管理行业利润分布情况

第二节华东地区景区管理行业需求分析

一、上海市景区管理行业需求分析

二、江苏省景区管理行业需求分析

三、山东省景区管理行业需求分析

四、浙江省景区管理行业需求分析

五、安徽省景区管理行业需求分析

六、福建省景区管理行业需求分析

第三节华南地区景区管理行业需求分析

一、广东省景区管理行业需求分析

二、广西省景区管理行业需求分析

三、海南省景区管理行业需求分析

第四节华中地区景区管理行业需求分析

一、湖南省景区管理行业需求分析

二、湖北省景区管理行业需求分析

三、河南省景区管理行业需求分析

第五节华北地区景区管理行业需求分析

一、北京市景区管理行业需求分析

二、山西省景区管理行业需求分析

三、天津市景区管理行业需求分析

四、河北省景区管理行业需求分析

第六节东北地区景区管理行业需求分析

一、辽宁省景区管理行业需求分析

二、吉林省景区管理行业需求分析

三、黑龙江景区管理行业需求分析

第七节西南地区景区管理行业需求分析

一、重庆市景区管理行业需求分析

二、川省景区管理行业需求分析

三、云南省景区管理行业需求分析

第八节西北地区景区管理行业需求分析

一、陕西省景区管理行业需求分析

二、新疆省景区管理行业需求分析

三、甘肃省景区管理行业需求分析

第七章2017-2022年景区管理行业竞争形势及策略

第一节行业总体市场竞争状况分析

一、景区管理行业竞争结构分析

- 1、现有企业间竞争
- 2、潜在进入者分析
- 3、替代品威胁分析
- 4、供应商议价能力
- 5、客户议价能力
- 6、竞争结构特点总结

二、景区管理行业企业间竞争格局分析

三、景区管理行业集中度分析

四、景区管理行业SWOT分析

第二节中国景区管理行业竞争格局综述

一、景区管理行业竞争概况

二、中国景区管理行业竞争力分析

三、中国景区管理竞争力优势分析

四、景区管理行业主要企业竞争力分析

第三节2013-2016年景区管理行业竞争格局分析

一、2013-2016年国内外景区管理竞争分析

二、2013-2016年我国景区管理市场竞争分析

三、2013-2016年我国景区管理市场集中度分析

四、2013-2016年国内主要景区管理企业动向

第四节景区管理市场竞争策略分析

第八章2016年景区管理行业领先企业经营形势分析

第一节天津市玉晟旅游景区管理有限公司

一、企业发展简况分析

二、企业组织架构分析

三、企业经营情况分析

四、企业销售渠道与网络

五、企业经营状况优劣势分析

六、企业最新发展动向分析

第二节涿州市六祖文化景区发展有限公司

- 一、企业发展简况分析
- 二、企业组织架构分析
- 三、企业经营情况分析
- 四、企业销售渠道与网络
- 五、企业经营状况优劣势分析
- 六、企业最新发展动向分析

第三节南阳市璇台寺景区旅游开发有限公司

- 一、企业发展简况分析
- 二、企业组织架构分析
- 三、企业经营情况分析
- 四、企业销售渠道与网络
- 五、企业经营状况优劣势分析
- 六、企业最新发展动向分析

第四节宜兴市张公洞景区管理有限公司

- 一、企业发展简况分析
- 二、企业组织架构分析
- 三、企业经营情况分析
- 四、企业销售渠道与网络
- 五、企业经营状况优劣势分析
- 六、企业最新发展动向分析

第五节双鸭山宝山生态园景区管理有限公司经

- 一、企业发展简况分析
- 二、企业组织架构分析
- 三、企业经营情况分析
- 四、企业销售渠道与网络
- 五、企业经营状况优劣势分析
- 六、企业最新发展动向分析

第六节吉林省长白山景区管理有限公司

- 一、企业发展简况分析
- 二、企业组织架构分析
- 三、企业经营情况分析

四、企业销售渠道与网络

五、企业经营状况优劣势分析

六、企业最新发展动向分析

第七节北京顶峰都景区管理有限公司

一、企业发展简况分析

二、企业组织架构分析

三、企业经营情况分析

四、企业销售渠道与网络

五、企业经营状况优劣势分析

六、企业最新发展动向分析

第八节三亚市旅游投资有限公司、

一、企业发展简况分析

二、企业组织架构分析

三、企业经营情况分析

四、企业销售渠道与网络

五、企业经营状况优劣势分析

六、企业最新发展动向分析

第九节广州世界大观股份有限公司

一、企业发展简况分析

二、企业组织架构分析

三、企业经营情况分析

四、企业销售渠道与网络

五、企业经营状况优劣势分析

六、企业最新发展动向分析

第十节清远广美中福农业有限公司

一、企业发展简况分析

二、企业组织架构分析

三、企业经营情况分析

四、企业销售渠道与网络

五、企业经营状况优劣势分析

六、企业最新发展动向分析

第四部分发展前景展望

第九章2017-2022年景区管理行业前景及趋势预测

第一节2017-2022年景区管理市场发展前景

- 一、2017-2022年景区管理市场发展潜力
- 二、2017-2022年景区管理市场发展前景展望
- 三、2017-2022年景区管理相关行业发展前景分析

第二节2017-2022年景区管理市场发展趋势预测

- 一、2017-2022年景区管理行业发展趋势
- 二、2017-2022年景区管理市场规模预测

1、景区管理行业市场规模预测

2、景区管理行业营业收入预测

三、2017-2022年景区管理行业应用趋势预测

四、2017-2022年细分市场发展趋势预测

第三节2017-2022年中国景区管理行业供需预测

- 一、2017-2022年中国景区管理行业供给预测
- 二、2017-2022年中国景区管理企业规模预测
- 三、2017-2022年中国景区管理投资规模预测
- 四、2017-2022年中国景区管理行业需求预测
- 五、2017-2022年中国景区管理行业供需平衡预测

第四节影响企业生产与经营的关键趋势

- 一、市场整合成长趋势
- 二、需求变化趋势及新的商业机遇预测
- 三、企业区域市场拓展的趋势
- 四、科研开发趋势及替代技术进展
- 五、影响企业销售与服务方式的关键趋势

第十章2017-2022年景区管理行业投资机会与风险防范

第一节景区管理行业投融资情况

- 一、行业资金渠道分析
- 二、固定资产投资分析
- 三、兼并重组情况分析
- 四、景区管理行业投资现状分析

第二节2017-2022年景区管理行业投资机会

- 一、产业链投资机会
- 二、相关市场投资机会
- 三、重点区域投资机会
- 四、景区管理行业投资机遇

第三节2017-2022年景区管理行业投资风险及防范

- 一、政策风险及防范
- 二、技术风险及防范
- 三、供求风险及防范
- 四、宏观经济波动风险及防范
- 五、关联产业风险及防范
- 六、产品结构风险及防范
- 七、其他风险及防范

第四节中国景区管理行业投资建议

- 一、景区管理行业未来发展方向
- 二、景区管理行业主要投资建议
- 三、中国景区管理企业融资分析

第五部分发展战略研究

第十一章2017-2022年景区管理行业面临的困境及对策

第一节2016年景区管理行业面临的困境

第二节景区管理企业面临的困境及对策

- 一、重点景区管理企业面临的困境及对策
- 二、中小景区管理企业发展困境及策略分析
- 三、国内景区管理企业的出路分析

第三节中国景区管理行业存在的问题及对策

- 一、中国景区管理行业存在的问题
- 二、景区管理行业发展的建议对策
- 三、市场的重点客户战略实施
 - 1、实施重点客户战略的必要性
 - 2、合理确立重点客户
 - 3、重点客户战略管理

4、重点客户管理功能

第四节中国景区管理市场发展面临的挑战与对策

一、中国景区管理市场发展面临的挑战

二、中国景区管理市场发展对策分析

第十二章景区管理行业发展战略研究

第一节景区管理行业发展战略研究

一、战略综合规划

二、技术开发战略

三、业务组合战略

四、区域战略规划

五、产业战略规划

六、营销品牌战略

七、竞争战略规划

第二节对我国景区管理品牌的战略思考

一、景区管理品牌的重要性

二、景区管理实施品牌战略的意义

三、景区管理企业品牌的现状分析

四、我国景区管理企业的品牌战略

五、景区管理品牌战略管理的策略

第三节景区管理经营策略分析

一、景区管理市场细分策略

二、景区管理市场创新策略

三、品牌定位与品类规划

四、景区管理新产品差异化战略

第四节景区管理行业投资战略研究

一、2016年景区管理行业投资战略

二、2017-2022年景区管理行业投资战略

三、2017-2022年细分行业投资战略

第十三章研究结论及发展建议

第一节景区管理行业研究结论及建议

第二节景区管理子行业研究结论及建议

第三节景区管理行业发展建议

一、行业发展策略建议

二、行业投资方向建议

三、行业投资方式建议

图表目录：

图表：景区管理行业生命周期

图表：景区管理行业产业链结构

图表：2013-2016年全球景区管理行业市场规模

图表：2013-2016年中国景区管理行业市场规模

图表：2013-2016年景区管理行业重要数据指标比较

图表：2013-2016年景区管理行业销售收入

图表：2013-2016年景区管理行业利润总额

图表：2013-2016年景区管理行业资产总计

图表：2013-2016年景区管理行业负债总计

图表：2013-2016年景区管理行业竞争力分析

图表：2013-2016年景区管理市场价格走势

图表：2013-2016年景区管理行业主营业务收入

图表：2013-2016年景区管理行业主营业务成本

图表：2013-2016年景区管理行业销售费用分析

图表：2013-2016年景区管理行业管理费用分析

图表：2013-2016年景区管理行业财务费用分析

图表：2013-2016年景区管理行业销售毛利率分析

图表：2013-2016年景区管理行业销售利润率分析

图表：2013-2016年景区管理行业成本费用利润率分析

图表：2013-2016年景区管理行业总资产利润率分析

图表：2017-2022年景区管理行业市场规模预测

图表：2017-2022年景区管理行业营业收入预测

图表：2017-2022年中国景区管理行业供给预测

图表：2017-2022年中国景区管理企业规模预测

图表：2017-2022年中国景区管理投资规模预测

图表：2017-2022年中国景区管理行业需求预测

图表：2017-2022年中国景区管理行业供需平衡预测

详细请访问：<http://www.chinairr.org/report/R09/R0905/201612/16-221804.html>