

2020-2026年中国旅游主题 社区行业深度研究与战略咨询报告

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

《2020-2026年中国旅游主题社区行业深度研究与战略咨询报告》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/R0905/201911/27-325588.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

中国产业研究报告网发布的《2020-2026年中国旅游主题社区行业深度研究与战略咨询报告》共七章。首先介绍了旅游主题社区相关概念及发展环境，接着分析了中国旅游主题社区规模及消费需求，然后对中国旅游主题社区市场运行态势进行了重点分析，最后分析了中国旅游主题社区面临的机遇及发展前景。您若想对中国旅游主题社区有个系统的了解或者想投资该行业，本报告将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1章 旅游行业发展的背景与阶段

1.1 旅游行业发展现状

1.1.1 中国国内旅游市场发展现状

- (1) 国内旅游人数
- (2) 国内旅游收入
- (3) 国内旅游人均花费

1.1.2 中国入境旅游市场发展现状

- (1) 入境旅游接待人数
- (2) 入境旅游外汇收入
- (3) 入境旅游客源情况
- (4) 入境旅游过夜游客数

1.1.3 中国黄金周旅游市场发展现状

- (1) “十一”黄金周旅游市场发展分析
- (2) 春节黄金周旅游市场发展分析

1.2 旅游行业发展环境

1.2.1 旅游行业政策环境分析

- (1) 国家支持旅游业发展
- (2) 国家支持西部地区旅游业发展
- (3) 国家扩大内需政策推动旅游市场规模扩大

1.2.2 旅游行业经济环境分析

- (1) 国际经济环境分析
- (2) 国内经济环境分析
- (3) 宏观经济环境对旅游行业的影响

1.2.3 旅游行业消费环境分析

- (1) 居民消费价格指数
- (2) 消费品零售市场分析
- (3) 居民消费性支出分析
- (4) 消费结构升级

1.2.4 旅游行业社会环境分析

- (1) 法定节假日和带薪假期实施
- (2) 人口年龄结构
- (3) 社会结构

第2章 旅游主题社区模式特征与分类

2.1 旅游主题社区属性特征

2.1.1 旅游主题社区属性

2.1.2 旅游主题社区特征

2.2 旅游主题社区模式分类

2.2.1 自建型模式

2.2.2 依托型模式

2.2.3 伴生型模式

第3章 自建型旅游主题社区模式典型案例分析

3.1 自建型旅游主题社区模式概述

3.1.1 自建型旅游主题社区演变历程

3.1.2 自建型旅游主题社区发展模式

3.2 北京华侨城商业模式分析

3.2.1 北京华侨城简图

3.2.2 北京华侨城的发展商

3.2.3 北京华侨城经营情况

3.2.4 北京华侨城建设经验

3.3 西安曲江新区商业模式分析

3.3.1 西安曲江新区简图

3.3.2 西安曲江新区的发展商

3.3.3 西安曲江新区经营情况

3.3.4 西安曲江新区建设经验

3.4 三亚凤凰水城商业模式分析

3.4.1 三亚凤凰水城简图

3.4.2 三亚凤凰水城的发展商

3.4.3 三亚凤凰水城经营情况

3.4.4 三亚凤凰水城建设经验

第4章 依托型旅游主题社区模式典型案例分析

4.1 依托型旅游主题社区模式概述

4.2 广州南湖国家级旅游度假区生态社区商业模式分析

4.2.1 广州南湖国家级旅游度假区简图

4.2.2 广州南湖国家级旅游度假区经营情况

4.2.3 广州南湖国家级旅游度假区建设经验

第5章 伴生型旅游主题社区模式典型案例分析

5.1 伴生型旅游主题社区模式概述

5.2 广州祈福新村商业模式分析

5.2.1 广州祈福新村简图

5.2.2 广州祈福新村的发展商

5.2.3 广州祈福新村经营情况

5.2.4 广州祈福新村建设经验

5.3 平遥古城商业模式分析

5.3.1 平遥古城简图

5.3.2 平遥古城的发展商

5.3.3 平遥古城经营情况

5.3.4 平遥古城建设经验

5.4 丽江古城商业模式分析

5.4.1 丽江古城简图

5.4.2 丽江古城的发展商

5.4.3 丽江古城经营情况

5.4.4 丽江古城建设经验

5.5 北京高碑店国际民俗旅游文化村商业模式分析

5.5.1 北京高碑店国际民俗旅游文化村简图

5.5.2 北京高碑店国际民俗旅游文化村的发展商

5.5.3 北京高碑店国际民俗旅游文化村经营情况

5.5.4 北京高碑店国际民俗旅游文化村建设经验

第6章 中国企业旅游主题社区模式运作策略

6.1 旅游主题社区三种模式对比分析

6.1.1 自建型旅游主题社区

(1) 建设时序

(2) 位置环境

(3) 优劣势

(4) 发展前景

6.1.2 依托型旅游主题社区

(1) 建设时序

(2) 位置环境

(3) 优劣势

(4) 发展前景

6.1.3 伴生型旅游主题社区

(1) 建设时序

(2) 位置环境

(3) 优劣势

(4) 发展前景

6.2 中国企业旅游主题社区模式运作策略

6.2.1 社区发展布局策略

6.2.2 项目设计开发策略

6.2.3 社区生活环境策略

6.2.4 配套设施建设策略

6.2.5 社区文化品位策略

第7章 城郊型社区旅游开发模式分析（ ）

7.1 城郊型社区界定与分类

7.1.1 城郊型社区界定

7.1.2 城郊型社区分类

7.2 城郊型社区旅游开发成功模式分析

7.2.1 海南省琼海市博鳌镇南强村开发模式分析

（1）社区概况

（2）经营情况

（3）成功经验

7.2.2 贵州省平坝县天龙镇天龙村开发模式分析

（1）社区概况

（2）经营情况

（3）成功经验

7.2.3 四川省成都市郫县友爱镇农科村开发模式分析

（1）社区概况

（2）经营情况

（3）成功经验

（4）最新动向

7.2.4 河北省邢台县前南峪村开发模式分析

（1）社区概况

（2）经营情况

（3）成功经验

7.3 城郊型社区旅游开发成功模式经验总结

7.3.1 投资模式总结

7.3.2 经营管理模式总结

7.3.3 旅游产品模式总结

7.4 不同类型下城郊型社区合适的旅游开发模式分析

7.4.1 旅游投资模式

7.4.2 经营管理模式

（1）经营管理

（2）市场定位

7.4.3 旅游产品体系

(1) 旅游开发方向

(2) 旅游产品策划

7.5 城郊型社区旅游开发模式实证研究——以武汉木兰旅游区为例

7.5.1 木兰旅游区及其典型社区概况

7.5.2 木兰典型社区旅游开发现状与适宜开发模式对比研究

7.5.3 木兰典型社区旅游开发建议

图表目录：

图表1：2020-2026年中国国内旅游人数及预测（单位：亿人次，%）

图表2：2009-2019年中国国内旅游收入（单位：亿元，%）

图表3：2009-2019年中国国内旅游人均花费及增长率（单位：元，%）

图表4：2019年中国入境旅游接待人数（单位：万人次，%）

图表5：2019年中国入境旅游接待人数（单位：万人次，%）

图表6：2019年中国入境旅游外汇收入（单位：亿美元，%）

图表7：2019年中国入境旅游外汇收入（单位：亿美元，%）

图表8：2019年中国入境旅游客源结构（单位：%）

图表9：2019年外国人入境旅游目的（单位：%）

图表10：2019年入境旅游外国人年龄结构（单位：%）

图表11：2019年入境旅游外国人性别结构（单位：%）

图表12：2019年中国入境旅游主要客源市场情况（单位：%）

图表13：2019年中国入境旅游过夜游客数（单位：万人次，%）

图表14：2019年中国入境旅游过夜游客数（单位：万人次，%）

图表15：2009-2019年“十一”黄金周旅游人数及增长率（单位：万人次，%）

图表16：2009-2019年“十一”黄金周旅游收入及增长率（单位：亿元，%）

图表17：2009-2019年春节黄金周旅游人数及增长率（单位：万人次，%）

图表18：2009-2019年春节黄金周旅游收入及增长率（单位：亿元，%）

图表19：各旅游区的规划及政策研究

图表20：2009-2019年全球主要经济体经济增长速度（单位：%）

图表21：2009-2019年各项全球PMI指数变动情况

图表22：2019年欧盟经济增长速度（单位：%）

更多图表见正文.....

详细请访问：<http://www.chinairr.org/report/R09/R0905/201911/27-325588.html>