

2024-2030年中国扬州旅游行业市场深度分析及发展趋势预测报告

报告大纲

一、报告简介

华经情报网发布的《2024-2030年中国扬州旅游行业市场深度分析及发展趋势预测报告》涵盖行业最新数据，市场热点，政策规划，竞争情报，市场前景预测，投资策略等内容。更辅以大量直观的图表帮助本行业企业准确把握行业发展态势、市场商机动向、正确制定企业竞争战略和投资策略。本报告依据国家统计局、海关总署和国家信息中心等渠道发布的权威数据，以及我中心对本行业的实地调研，结合了行业所处的环境，从理论到实践、从宏观到微观等多个角度进行市场调研分析。

官网地址：<https://www.huaon.com/channel/tours/1002200.html>

报告价格：电子版: 9000元 纸介版：9000元 电子和纸介版: 9200元

订购电话: 400-700-0142 010-80392465

电子邮箱: kf@huaon.com

联系人: 刘老师

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、报告目录及图表目录

《2024-2030年中国扬州旅游行业市场深度分析及发展趋势预测报告》由华经产业研究院研究团队精心研究编制，对扬州旅游行业发展环境、市场运行现状进行了具体分析，还重点分析了行业竞争格局、重点企业的经营现状，结合扬州旅游行业的发展轨迹和实践经验，对未来几年行业的发展趋向进行了专业的预判；为企业、科研、投资机构等单位投资决策、战略规划、产业研究提供重要参考。

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分析数据，企业数据主要来自于国家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 宏观环境篇

第一章 旅游业相关概述

1.1 旅游产业相关概念及类型划分

1.1.1 旅游的定义

1.1.2 旅游业的定义

1.1.3 旅游类型的划分

1.1.4 旅游资源

1.2 旅游产业的特征

1.2.1 综合性

1.2.2 关联性

1.2.3 敏感性

1.2.4 季节性

1.3 旅游产业在国民经济中的地位

1.3.1 世界旅游业已成为全球经济的重要组成部分

1.3.2 旅游业已成为中国经济发展的先导部门

1.3.3 旅游业成为中国的支柱产业

1.4 旅游行业产业链分析

1.4.1 产业链结构分析

1.4.2 主要环节的增值空间

1.4.3 与上下游行业之间的关联性

1.4.4 旅游行业相关产业分析

- (1) 旅游地产项目开发成本构成
- (2) 酒店行业发展状况及影响
- (3) 餐饮行业发展状况及影响
- (4) 旅游服务行业发展状况及影响
- (5) 电子商务行业发展状况及影响

第二章 2019-2023年中国旅游行业运行现状分析

2.1 中国旅游行业发展状况分析

2.1.1 中国旅游行业发展阶段

2.1.2 中国旅游行业发展总体概况

2.1.3 传统旅游产业模式已暴露出旅游市场诸多问题

2.1.4 中国旅游业发展需要市场力量

2.2 旅游行业发展现状

2.2.1 中国旅游行业市场规模

2.2.2 中国旅游行业发展分析

- (1) 中国旅游业发展的特点

- (2) 中国旅游业进入快速发展时期

- (3) 旅游业与环境的发展关系

- (4) 旅游环境承载力研究分析

2.3 旅游市场情况分析

2.3.1 中国旅游市场总体概况

2.3.2 中国旅游服务市场发展分析

2.3.3 旅游产业链下游市场发展现状

2.4 中国旅游资源开发中的经济学分析

2.4.1 旅游资源开发作为产品的经济学特征

2.4.2 旅游资源开发的效率机制

2.4.3 旅游资源开发中政府的合理定位

2.5 中国旅游业面临的挑战与策略应对

2.5.1 中国旅游资源的产权问题分析

2.5.2 应构建中国现代旅游资源产权制度

2.5.3 中国旅游业持续发展需注意的问题

第三章 2019-2023年中国旅游所属行业整体运行指标分析

3.1 中国旅游所属行业总体规模分析

3.1.1 企业数量结构分析

- 3.1.2 行业市场规模分析
- 3.1.3 中国旅游景区资源分布
- 3.1.4 主要景区旅游人次规模及收入
- 3.2 国内旅游市场分析
 - 3.2.1 国内旅游人数
 - 3.2.2 国内旅游综合经营收入
 - 3.2.3 国内旅游人均花费
- 3.3 入境旅游市场发展分析
 - 3.3.1 入境旅游客源情况
 - 3.3.2 客源结构分析
 - 3.3.3 客源入境方式
 - 3.3.4 入境旅游目的
 - 3.3.5 年龄及性别结构
 - 3.3.6 入境旅游过夜游客数
- 3.4 出境游市场统计分析
 - 3.4.1 中国出境游人次规模及目的地分布统计
 - 3.4.2 中国因公与因私出境游人次规模统计
 - 3.4.3 经旅行社组织出境游人次规模统计

第四章 2019-2023年中国旅游市场供需形势分析

- 4.1 中国旅游市场供需分析
 - 4.1.1 中国旅游行业供给情况
 - (1) 中国旅游行业供给分析
 - (2) 中国旅游行业旅游景点建设情况
 - (3) 重点景区游客数量及增长形势
 - 4.1.2 中国旅游行业需求情况
 - 4.1.3 中国旅游行业供需平衡分析
- 4.2 中国旅游市场总体情况
 - 4.2.1 旅游业发展概况
 - 4.2.2 旅游总收入增长情况
 - 4.2.3 旅游零售市场规模分析
 - 4.2.4 休闲旅游客户需求分析
- 4.3 旅游行业市场需求预测
 - 4.3.1 旅游市场总体需求分析
 - 4.3.2 重点区域旅游服务需求分析预测

第二部分 市场分析篇

第五章 2019-2023年扬州旅游业发展分析

5.1 扬州旅游资源基础

5.1.1 旅游资源概况

5.1.2 人文旅游资源

5.1.3 自然旅游资源

5.1.4 旅游资源分布特点

5.2 扬州旅游业发展综述

5.2.1 扬州旅游产业的总体成就

5.2.2 扬州旅游产业的成功秘诀

5.2.3 扬州旅游产业的推动措施

5.3 2019-2023年扬州旅游业发展分析

5.3.1 旅游市场增长情况

5.3.2 企业效益提升情况

5.3.3 宣传营销成效评估

5.3.4 假日旅游市场情况

5.3.5 政策发布实施状况

5.4 2019-2023年扬州假日旅游发展状况

5.4.1 元旦小长假

5.4.2 春节黄金周

5.4.3 清明小长假

5.4.4 五一小长假

5.4.5 端午小长假

5.4.6 中秋小长假

5.4.7 十一黄金周

5.5 2023年扬州旅游业发展分析

5.5.1 旅游业发展战略

5.5.2 旅游业区域重点

5.5.3 旅游业重点项目

5.6 扬州旅游业发展的问题及对策

5.6.1 扬州旅游业发展的突出问题

5.6.2 扬州旅游资源开发的路径思考

5.6.3 促进扬州旅游业发展的建议

第六章 2019-2023年扬州文化旅游业发展分析

6.1 2019-2023年扬州文化旅游业整体概况

6.1.1 资源介绍

6.1.2 发展基本概况

6.1.3 发展存在的不足

6.1.4 发展的目标与对策

6.2 2019-2023年扬州民俗文化旅游发展综述

6.2.1 基本情况

6.2.2 发展难题

6.2.3 发展趋向

6.2.4 发展对策

6.3 扬州文化旅游产业的社会融资分析

6.3.1 主要经验解析

6.3.2 面临的挑战

6.3.3 投资的建议

第七章 2019-2023年扬州旅游其他产品分析

7.1 2019-2023年扬州生态旅游业分析

7.1.1 行业发展总况

7.1.2 行业收入规模

7.1.3 行业发展热点

7.1.4 行业面临的问题

7.1.5 发展前景分析

7.2 2019-2023年扬州乡村旅游业分析

7.2.1 行业发展概况

7.2.2 行业发展特征

7.2.3 行业收入规模

7.2.4 面临的挑战及对策

7.2.5 行业发展规划

第八章 2019-2023年扬州旅游业相关行业发展分析

8.1 2019-2023年扬州酒店、旅行社分析

8.1.1 扬州星级酒店数量统计

8.1.2 扬州星级酒店发展状况

8.1.3 扬州旅行社的满意度分析

- 8.1.4 扬州旅行社的特点和需求
- 8.1.5 扬州旅行社标准化建设状况
- 8.2 2021-2023年扬州餐饮业分析
 - 8.2.1 2021年扬州餐饮业发展状况
 - 8.2.1 2022年扬州餐饮业发展状况
 - 8.2.1 2023年扬州餐饮业发展状况
- 8.3 扬州交通运输配套设施情况
 - 8.3.1 扬州大力推进交通基础设施建设
 - 8.3.2 2021年扬州交通运输业状况
 - 8.3.3 2023年扬州交通运输业状况
 - 8.3.4 2023年扬州高速公路建设情况
- 8.4 扬州会展业发展分析
 - 8.4.1 扬州积极促进会展业发展
 - 8.4.2 扬州会展业发展现状分析
 - 8.4.3 扬州会展业的机遇和挑战
 - 8.4.4 扬州会展业未来发展规划

第三部分 景区运营篇

第九章 2019-2023年扬州旅游景区运营分析

- 9.1 2019-2023年自然类旅游景区分析
 - 9.1.1 基本概述
 - 9.1.2 景区发展综况
 - 9.1.3 竞争力评价分析
 - 9.1.4 存在的问题及对策
- 9.2 2019-2023年人文类旅游景区分析
 - 9.2.1 基本概述
 - 9.2.2 景区发展综况
 - 9.2.3 竞争力评价分析
 - 9.2.4 存在的问题及对策
- 9.3 2019-2023年复合类旅游景区（风景名胜区）分析
 - 9.3.1 基本概述
 - 9.3.2 景区发展综况
 - 9.3.3 竞争力评价分析
 - 9.3.4 存在的问题及对策
- 9.4 2019-2023年主题公园类旅游景区分析

9.4.1 基本概述

9.4.2 景区发展综况

9.4.3 竞争力评价分析

9.4.4 存在的问题及对策

9.5 2019-2023年社会类旅游景区分析

9.5.1 乡村旅游景区

9.5.2 农业观光园

9.5.3 工业旅游区

9.5.4 校园旅游

9.5.5 其他

第十章 景区门票价格与定价模式分析

10.1 旅游景区的盈利模式分析

10.1.1 门票经济模式

10.1.2 旅游产业链拓展经济模式

10.2 景区门票的分类情况

10.2.1 按门票性质分类

10.2.2 按门票材料分类

10.2.3 按门票品种分类

10.2.4 按专题分类

10.3 旅游景区门票价格构成要素分析

10.3.1 资源品位

10.3.2 成本投入

10.3.3 游客满意度

10.3.4 市场半径

10.3.5 市场物价浮动

10.4 国内旅游景区门票价格水平现状

10.4.1 5A景区门票价格

10.4.2 4A景区门票价格

10.5 扬州旅游景区门票主要定价模式分析

10.5.1 提价模式

10.5.2 联票模式

10.5.3 免票模式

10.5.4 比较分析

10.6 旅游景区门票的定价策略探析

- 10.6.1 旅游景区定价的基本原则
- 10.6.2 旅游景区定价的基本策略
- 10.6.3 旅游景区门票的定价建议
- 10.6.4 旅游景区的差别化定价法
- 10.6.5 旅游景区的公益性定价法

第十一章 旅游景区的营销策略分析

- 11.1 4Ps营销理念在旅游景区的运用
 - 11.1.1 产品
 - 11.1.2 价格
 - 11.1.3 分销
 - 11.1.4 促销
- 11.2 旅游景区营销要略、战略目标的制定
 - 11.2.1 产品营销组合
 - 11.2.2 目标市场定位
 - 11.2.3 产品定位
 - 11.2.4 市场拓展模式
 - 11.2.5 战略目标确定
 - 11.2.6 品牌建设方略
- 11.3 旅游景区的典型营销模式分析
 - 11.3.1 公共关系营销模式
 - 11.3.2 景区直销模式与分销服务商营销模式
 - 11.3.3 联合协作营销模式
 - 11.3.4 客源地营销模式
 - 11.3.5 产品体验营销模式
- 11.4 旅游景区产品营销创新策略研究
 - 11.4.1 产品营销理论概述
 - 11.4.2 产品营销现状分析
 - 11.4.3 产品营销创新对策
- 11.5 旅游景区的促销体系框架分析
 - 11.5.1 促销体系构建前提
 - 11.5.2 景区促销主体
 - 11.5.3 景区促销客体
 - 11.5.4 景区促销对象的延伸
- 11.6 旅游景区的差异化营销策略探讨

- 11.6.1 差异化实现途径
- 11.6.2 差异化营销基础构建
- 11.6.3 差异化营销策略整合
- 11.7 旅游景区的营销案例分析
 - 11.7.1 用户体验商业营销
 - 11.7.2 旅游体验师营销
 - 11.7.3 影视营销
 - 11.7.4 微博营销
 - 11.7.5 高铁旅游促销

第十二章 旅游景区投资与招商分析

- 12.1 旅游景区项目的投资特征
 - 12.1.1 高投入与持续回报
 - 12.1.2 多产业整合特征
 - 12.1.3 存在严格法律制约
 - 12.1.4 投资主体多元化
 - 12.1.5 政府和社会关注程度提高
- 12.2 旅游景区项目投资开发理念
 - 12.2.1 四先定律理念
 - 12.2.2 杠杆运作理念
 - 12.2.3 产业整合链理念
- 12.3 旅游景区项目投资方式与渠道
 - 12.3.1 自然景区投资方式
 - 12.3.2 文化景区投资方式
 - 12.3.3 人造景区投资方式
- 12.4 政府在旅游景区投资中的作用
 - 12.4.1 加强政府宏观调控作用
 - 12.4.2 实行必要的政府管制
 - 12.4.3 选择旅游景区开发模式
 - 12.4.4 政府招商中的作用
 - 12.4.5 建立旅游专业投资机构
- 12.5 民资对旅游景区的投资开发分析
 - 12.5.1 投资开发现状
 - 12.5.2 政策环境分析
 - 12.5.3 产权问题分析

12.5.4 投资开发障碍

12.5.5 投资开发建议

12.6 旅游景区的投资机会及风险

12.6.1 投资机会

12.6.2 投资风险

12.6.3 投资建议

12.7 旅游景区项目的招商引资分析

12.7.1 景区招商的成功经验

12.7.2 景区招商的失败教训

12.7.3 招商成功企业情况

12.7.4 景区招商的误区分析

12.7.5 景区招商的影响因素

12.7.6 景区招商的主要渠道

12.7.7 景区潜在的招商对象

12.7.8 景区招商引资策略

第四部分 企业策略篇

第十三章 中国扬州重点旅游企业分析

13.1 重点景区运营企业分析

13.1.1 瘦西湖

13.1.2 扬州八怪纪念馆

13.1.3 观音山

13.1.4 个园

13.1.5 文昌阁

13.2 重点旅行社运营分析

13.2.1 扬州瘦西湖旅游发展集团有限公司

13.2.2 扬州市旅游集散中心有限公司

13.2.3 扬州市拓展国际旅游有限公司

13.2.4 扬州中侨国际旅行社有限公司

13.2.5 扬州中国青年旅行社有限公司

第十四章 2024-2030年扬州旅游行业前景及趋势预测

14.1 2024-2030年扬州旅游市场发展前景

14.1.1 2024-2030年扬州旅游市场发展潜力

14.1.2 2024-2030年扬州旅游市场发展前景展望

14.1.3 2024-2030年扬州旅游细分行业发展前景分析

14.2 2024-2030年扬州旅游市场发展趋势预测

14.2.1 2024-2030年扬州旅游行业发展趋势

14.2.2 2024-2030年扬州旅游市场规模预测

14.2.3 2024-2030年扬州旅行社服务信息化趋势预测

14.2.4 2024-2030年扬州细分市场发展趋势预测

14.3 扬州旅游业预测分析

14.3.1 2024-2030年扬州旅游业总收入预测

14.3.2 2024-2030年扬州国内旅游人数预测

14.3.3 2024-2030年扬州入境旅游人数预测

第十五章 2024-2030年扬州旅游行业投资价值评估分析

15.1 旅游行业投资特性分析

15.1.1 旅游行业进入壁垒分析

15.1.2 旅游行业盈利因素分析

15.1.3 旅游行业盈利模式分析

15.2 2024-2030年扬州旅游行业发展的影响因素

15.2.1 有利因素

15.2.2 不利因素

15.3 2024-2030年扬州旅游行业投资价值评估分析

15.3.1 旅游与投资效益分析

15.3.2 产业发展的空白点分析

15.3.3 旅游项目投资的综合效益分析

15.3.4 新进入者应注意的障碍因素

第十六章 扬州旅游业研究结论及建议

16.1 研究结论

16.2 行业建议

图表目录：

图表：2019-2023年旅游业总收入占GDP的比重

图表：2019-2023年中国国内年出游人数情况

图表：2019-2023年各季度人民币对美元汇率

图表：2019-2023年中国每年出境旅游人数

图表：2019-2023年全国入境旅游（外汇）收入累计数及同比增长情况

更多图表见正文.....

详细请访问：<https://www.huaon.com/channel/tours/1002200.html>