

# 中国旅游行业最佳商业模式分析与开发策略报告

## 目 录

### CONTENTS

#### 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
  - 1) 国际宏观经济运行情况
  - 2) 国际宏观经济走势预测
  - 3) 国际经济对国内旅游业的影响
- (2) 国内经济环境分析
  - 1) 国内宏观经济运行情况
  - 2) 国内宏观经济走势预测
  - 3) 国内经济对旅游业的影响

###### 1.2.3 旅游行业消费环境分析

- (1) 居民收入情况
- (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

###### 1.2.5 中国旅游行业发展机遇与威胁分析

#### 第2章：互联网+旅游建设模式深度解析

##### 2.1 互联网+旅游景区硬件建设模式分析

###### 2.1.1 闸机系列

###### 2.1.2 云终端系列+手持机系列

###### 2.1.3 自助服务终端

###### 2.1.4 其他设备

##### 2.2 互联网+旅游景区软件产品模式分析

###### 2.2.1 智慧景区

###### 2.2.2 营销

###### 2.2.3 安防

###### 2.2.4 决策

###### 2.2.5 其它

##### 2.3 互联网+旅游目的地O2O平台架构模式分析

- 2.3.1 线上直销
  - (1) 官方电商平台
  - (2) 淘宝去啊
  - (3) 去哪儿
- 2.3.2 线上分销
  - (1) OTA
  - (2) MTA
  - (3) 团购网
- 2.3.3 线下分销
  - (1) 自助售票点
  - (2) 旅行社
  - (3) 出租车
  - (4) 酒店/客栈
- 2.3.4 移动端营销
  - (1) 百度直达号
  - (2) 微信服务号
  - (3) 淘宝码上游
  - (4) 官方微电商
- 2.3.5 产品中心
  - (1) 标准单品
  - (2) 组合产品
  - (3) 其它定制型产品景点
- 2.3.6 决策中心
  - (1) 在线客服
  - (2) 旅游顾问
  - (3) 呼叫中心
  - (4) 代销点
  - (5) 自主服务点
  - (6) 导服团队
- 2.3.7 管理中心
  - (1) 管理云应用
  - (2) 智慧管理系统
- 2.3.8 服务中心
  - (1) 移动端应用
  - (2) WEB端应用
  - (3) 指挥大屏应用
  - (4) 区域大数据应用

## 2.4 互联网+旅游公众服务支撑平台建设模式分析

- 2.4.1 产品服务
- 2.4.2 成功案例
- 2.4.3 分销平台
- 2.4.4 招商合作

## 第3章：中国“互联网+旅游”平台建设模式与典型案例分析

### 3.1 政府层面的“互联网+旅游”平台建设

- 3.1.1 国家智慧旅游公共服务平台架构及定位
  - (1) 旅游产业运行监管平台
  - (2) 国家旅游大数据集成平台
  - (3) 多语种的旅游形象推广平台
  - (4) 旅游公共信息发布与资讯平台
  - (5) 全国景区门票预约与客流预警平台
- 3.1.2 各省市（自治区）智慧旅游平台建设
  - (1) 四川智慧旅游平台建设
  - (2) 江苏智慧旅游平台建设
  - (3) 福建智慧旅游平台建设
  - (4) 云南智慧旅游平台建设
  - (5) 陕西智慧旅游平台建设
  - (6) 安徽智慧旅游平台建设
  - (7) 其它省市智慧旅游平台建设

### 3.2 企业层面的“互联网+旅游”平台案例分析

- 3.2.1 芝麻游智慧旅游分销平台
  - (1) 平台的定位与优势
  - (2) 平台的功能与架构
  - (3) 平台的产品及服务
  - (4) 平台客户及合作伙伴
- 3.2.2 上海联通“智慧沃游”平台
  - (1) 平台的定位与优势
  - (2) 平台的功能与架构
  - (3) 平台的产品及服务
  - (4) 平台客户及合作伙伴
- 3.2.3 互联网+”江苏智慧旅游大平台
  - (1) 平台的定位与优势
  - (2) 平台的功能与架构
  - (3) 平台的产品及服务
  - (4) 平台客户及合作伙伴
- 3.2.4 中智云游智慧旅游平台
  - (1) 平台定位及功能
  - (2) 产品及解决方案
  - (3) 客户及合作伙伴
- 3.2.5 票付通智慧旅游平台
  - (1) 平台定位及功能
  - (2) 平台的产品及服务
  - (3) 平台客户及合作伙伴
  - (4) 平台的应用场景分析

## 第4章：旅游主题社区商业模式分析

### 4.1 旅游主题社区模式特征与分类

- 4.1.1 旅游主题社区属性特征
  - (1) 旅游主题社区属性
  - (2) 旅游主题社区特征
- 4.1.2 旅游主题社区模式分类
  - (1) 自建型模式
  - (2) 依托型模式
  - (3) 伴生型模式

### 4.2 自建型旅游主题社区模式典型案例分析

- 4.2.1 自建型旅游主题社区模式概述
  - (1) 自建型旅游主题社区演变历程
  - (2) 自建型旅游主题社区发展模式
- 4.2.2 北京华侨城商业模式分析
  - (1) 北京华侨城简介
  - (2) 北京华侨城的发展商
  - (3) 北京华侨城经营情况
  - (4) 北京华侨城建设经验
- 4.2.3 西安曲江新区商业模式分析
  - (1) 西安曲江新区简介
  - (2) 西安曲江新区的发展商
  - (3) 西安曲江新区经营情况
  - (4) 西安曲江新区建设经验
- 4.2.4 三亚凤凰水城商业模式分析
  - (1) 三亚凤凰水城简介
  - (2) 三亚凤凰水城的发展商
  - (3) 三亚凤凰水城经营情况
  - (4) 三亚凤凰水城建设经验

### 4.3 依托型旅游主题社区模式典型案例分析

- 4.3.1 依托型旅游主题社区模式概述
- 4.3.2 广州南湖国家级旅游度假区生态社区商业模式分析
  - (1) 广州南湖国家级旅游度假区简介
  - (2) 广州南湖国家级旅游度假区经营情况
  - (3) 广州南湖国家级旅游度假区建设经验

### 4.4 伴生型旅游主题社区模式典型案例分析

- 4.4.1 伴生型旅游主题社区模式概述
- 4.4.2 广州祈福新村商业模式分析
  - (1) 广州祈福新村简介
  - (2) 广州祈福新村的发展商
  - (3) 广州祈福新村经营情况
  - (4) 广州祈福新村建设经验
- 4.4.3 平遥古城商业模式分析
  - (1) 平遥古城简介
  - (2) 平遥古城的发展商
  - (3) 平遥古城经营情况
  - (4) 平遥古城建设经验
- 4.4.4 丽江古城商业模式分析
  - (1) 丽江古城简介
  - (2) 丽江古城的发展商
  - (3) 丽江古城经营情况
  - (4) 丽江古城建设经验
- 4.4.5 北京高碑店国际民俗旅游文化村商业模式分析
  - (1) 北京高碑店国际民俗旅游文化村简介
  - (2) 北京高碑店国际民俗旅游文化村的发展商
  - (3) 北京高碑店国际民俗旅游文化村经营情况
  - (4) 北京高碑店国际民俗旅游文化村建设经验
- 4.5 中国企业旅游主题社区模式运作策略**
  - 4.5.1 旅游主题社区三种模式对比分析
    - (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
    - (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
    - (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
  - 4.5.2 中国企业旅游主题社区模式运作策略
    - (1) 社区发展布局策略
    - (2) 项目设计开发策略
    - (3) 社区生活环境策略
    - (4) 配套设施建设策略
    - (5) 社区文化品位策略
- 4.6 城郊型社区旅游开发模式分析**
  - 4.6.1 城郊型社区界定与分类
    - (1) 城郊型社区界定
    - (2) 城郊型社区分类
  - 4.6.2 城郊型社区旅游开发成功模式分析
    - (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
    - (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
    - (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) 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
- 4.6.3 城郊型社区旅游开发成功模式经验总结
  - (1) 投资模式总结
  - (2) 经营管理模式总结
  - (3) 旅游产品模式总结
- 4.6.4 不同类型下城郊型社区合适的旅游开发模式分析
  - (1) 旅游投资模式
  - (2) 经营管理模式
    - 1) 经营管理
    - 2) 市场定位
  - (3) 旅游产品体系
    - 1) 旅游开发方向
    - 2) 旅游产品策划
- 4.6.5 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
  - (1) 木兰旅游区及其典型社区概况
  - (2) 木兰典型社区旅游开发现状与适宜开发模式对比研究
  - (3) 木兰典型社区旅游开发建议

## 第5章：旅游综合体商业模式分析

### 5.1 旅游综合体开发模式的界定与特征

- 5.1.1 旅游综合体开发模式的界定
  - (1) 业界研究
  - (2) 本文界定
- 5.1.2 旅游综合体开发模式的特征
  - (1) 综合性突出，休闲产品多样
  - (2) 以旅游休闲功能为主导，休闲地产产品为核心
  - (3) 多元混合性突出，服务品质高
  - (4) 政府参与主导，资金依赖性强

### 5.2 旅游综合体开发模式典型案例分析

- 5.2.1 以娱乐功能为核心的旅游综合体开发模式
  - (1) 模式开发特征
  - (2) 模式开发战略
  - (3) 典型案例分析——日本东京迪斯尼乐园
    - 1) 模式简图
    - 2) 经营情况
    - 3) 经营优势分析
    - 4) 建设经验
- 5.2.2 以休闲度假功能为核心的旅游综合体开发模式
  - (1) 模式开发特征
  - (2) 模式开发战略
  - (3) 典型案例分析——珠海海泉湾度假城
    - 1) 模式简图
    - 2) 经营情况
    - 3) 经营优势分析
    - 4) 建设经验
- 5.2.3 以综合购物功能为核心的旅游综合体开发模式
  - (1) 模式开发特征
  - (2) 模式开发战略
  - (3) 典型案例分析——杭州大厦
    - 1) 模式简图
    - 2) 经营情况
    - 3) 经营优势分析
    - 4) 建设经验
- 5.2.4 以会展功能为核心的旅游综合体开发模式
  - (1) 模式开发特征

- (2) 模式开发战略
- (3) 典型案例分析——成都国际会展中心
  - 1) 模式简图
  - 2) 经营情况
  - 3) 经营优势分析
  - 4) 建设经验

### 5.3 旅游综合体开发模式战略规划分析

- 5.3.1 旅游综合体开发模式必要性分析
  - (1) 解决旅游服务资源配置低效问题
  - (2) 解决服务与旅游市场需求不协调问题
  - (3) 解决营销推广相互冲突的潜在威胁
- 5.3.2 旅游综合体开发模式选择影响因素
  - (1) 影响因素分析
    - 1) 资源禀赋
    - 2) 价值协同强度
    - 3) 投资回收期
    - 4) 城市经济环境
    - 5) 城市社会环境
    - 6) 城市旅游环境
    - 7) 区位环境
    - 8) 利益相关者
  - (2) 因子整合战略
- 5.3.3 旅游综合体发展模式战略规划分析
  - (1) 确定旅游综合体核心驱动功能
  - (2) 其他功能子系统配置原则
- 5.3.4 旅游综合体发展模式优化战略
  - (1) 我国旅游综合体发展存在问题研究
  - (2) 我国旅游综合体发展模式优化思路
- 5.3.5 旅游综合体发展的未来趋势分析
  - (1) 旅游综合体的消费结构多元化
  - (2) 旅游综合体的主题文化鲜明化
  - (3) 旅游综合体开发注重参与性项目的建设
  - (4) 旅游综合体的多元角色互动性增强

## 第6章：工业旅游商业模式分析

### 6.1 工业旅游特征与模式分类

- 6.1.1 工业旅游属性特征
  - (1) 工业旅游属性
  - (2) 工业旅游特征
- 6.1.2 工业旅游开发模式
  - (1) 工业遗产旅游
  - (2) 工业科普旅游
  - (3) 产业公园旅游
  - (4) 企业文化旅游

### 6.2 工业遗产旅游模式典型案例分析

- 6.2.1 工业遗产旅游开发模式概述
- 6.2.2 英国艾思布里奇峡博物馆开发模式分析
  - (1) 工业旅游资源背景
  - (2) 工业旅游开发模式
  - (3) 工业旅游经营情况
- 6.2.3 德国杜伊斯堡景观公园开发模式分析
  - (1) 工业旅游资源背景
  - (2) 工业旅游开发模式
  - (3) 工业旅游经营情况
- 6.2.4 德国奥伯豪森购物中心开发模式分析
  - (1) 工业旅游资源背景
  - (2) 工业旅游开发模式
  - (3) 工业旅游经营情况
- 6.2.5 德国鲁尔区工业遗产旅游开发模式分析
  - (1) 工业旅游资源背景

- (2) 工业旅游开发模式
- (3) 工业旅游经营情况
- 6.2.6 美国SOHO社区开发模式分析
  - (1) 工业旅游资源背景
  - (2) 工业旅游开发模式
  - (3) 工业旅游经营情况
- 6.2.7 南非约翰内斯堡黄金公园开发模式分析
  - (1) 工业旅游资源背景
  - (2) 工业旅游开发模式
  - (3) 工业旅游经营情况
- 6.2.8 北京798大山子艺术区开发模式分析
  - (1) 工业旅游资源背景
  - (2) 工业旅游开发模式
  - (3) 工业旅游经营情况
- 6.2.9 中华儿女美术馆开发模式分析
  - (1) 工业旅游资源背景
  - (2) 工业旅游开发模式
  - (3) 工业旅游经营情况
  - (4) 工业旅游最新动向
- 6.2.10 中山岐江公园开发模式分析
  - (1) 工业旅游资源背景
  - (2) 工业旅游开发模式
  - (3) 工业旅游经营情况
- 6.3 工业科普旅游模式典型案例分析**
  - 6.3.1 工业科普旅游开发模式概述
  - 6.3.2 英国斯尼伯斯顿发现者公园开发模式分析
    - (1) 工业旅游资源背景
    - (2) 工业旅游开发模式
    - (3) 工业旅游经营情况
  - 6.3.3 欧洲航天局地面控制中心开发模式分析
    - (1) 工业旅游资源背景
    - (2) 工业旅游开发模式
    - (3) 工业旅游经营情况
  - 6.3.4 美国芝加哥科学工业博物馆开发模式分析
    - (1) 工业旅游资源背景
    - (2) 工业旅游开发模式
    - (3) 工业旅游经营情况
  - 6.3.5 胜利油田科技展览中心开发模式分析
    - (1) 工业旅游资源背景
    - (2) 工业旅游开发模式
    - (3) 工业旅游经营情况
  - 6.3.6 沈阳新光航天科普基地开发模式分析
    - (1) 工业旅游资源背景
    - (2) 工业旅游开发模式
    - (3) 工业旅游经营情况
  - 6.3.7 西昌卫星发射中心开发模式分析
    - (1) 工业旅游资源背景
    - (2) 工业旅游开发模式
    - (3) 工业旅游经营情况
- 6.4 产业园区旅游模式典型案例分析**
  - 6.4.1 产业园区旅游开发模式概述
  - 6.4.2 美国沃尔瑟姆研究开发区公园·沃尔瑟姆产业中心开发模式分析
    - (1) 工业旅游资源背景
    - (2) 工业旅游开发模式
    - (3) 工业旅游经营情况
  - 6.4.3 三峡大坝旅游区开发模式分析
    - (1) 工业旅游资源背景
    - (2) 工业旅游开发模式
    - (3) 工业旅游经营情况

(4) 工业旅游最新动向

## 6.5 企业文化旅游模式典型案例分析

### 6.5.1 企业文化旅游开发模式概述

#### 6.5.2 英国利兹泰德雷酿酒码头工业旅游开发模式分析

(1) 工业旅游资源背景

(2) 工业旅游开发模式

(3) 工业旅游经营情况

#### 6.5.3 英国伯明翰卡德布里世界工业旅游开发模式分析

(1) 工业旅游资源背景

(2) 工业旅游开发模式

(3) 工业旅游经营情况

#### 6.5.4 苏格兰威士忌文化遗产中心开发模式分析

(1) 工业旅游资源背景

(2) 工业旅游开发模式

(3) 工业旅游经营情况

#### 6.5.5 烟台张裕葡萄酒博物馆开发模式分析

(1) 工业旅游资源背景

(2) 工业旅游开发模式

(3) 工业旅游经营情况

#### 6.5.6 一汽中国长春汽车博物馆开发模式分析

(1) 工业旅游资源背景

(2) 工业旅游开发模式

(3) 工业旅游经营情况

#### 6.5.7 茅台酒文化城开发模式分析

(1) 工业旅游资源背景

(2) 工业旅游开发模式

(3) 工业旅游经营情况

#### 6.5.8 辽宁鞍山钢铁集团工业旅游开发模式分析

(1) 工业旅游资源背景

(2) 工业旅游开发模式

(3) 工业旅游经营情况

#### 6.5.9 青岛啤酒博物馆工业旅游开发模式分析

(1) 工业旅游资源背景

(2) 工业旅游开发模式

(3) 工业旅游经营情况

#### 6.5.10 海尔科技馆工业旅游开发模式分析

(1) 工业旅游资源背景

(2) 工业旅游开发模式

(3) 工业旅游经营情况

#### 6.5.11 华富玻璃器皿有限公司工业旅游开发模式分析

(1) 工业旅游资源背景

(2) 工业旅游开发模式

(3) 工业旅游经营情况

## 第7章：红色旅游商业模式分析

### 7.1 中国红色旅游发展现状分析

#### 7.1.1 红色旅游界定及特征

(1) 红色旅游界定

(2) 红色旅游特征

#### 7.1.2 红色旅游发展背景综述

(1) 红色旅游产生过程

(2) 红色旅游发展历程

#### 7.1.3 红色旅游发展现状

(1) 形成一定的市场规模

(2) 投资热潮短期将延续

### 7.2 红色景区分类及发展模式确定

#### 7.2.1 红色景区分类及理论解释

(1) 红色景区A、B、C、D分类体系

(2) 理论解释：因子分析启迪

#### 7.2.2 红色景区两条发展道路及优劣势辨析

(1) 政府主导发展道路及优劣势分析

- 1) 政府主导的含义
- 2) 政府主导的优劣势

(2) 市场主导发展道路及优劣势分析

- 1) 市场主导的含义
- 2) 市场主导的优劣势

(3) 红色景区发展模式的确定

### 7.3 政府主导发展道路下的发展模式分析

#### 7.3.1 “A类红色景区”发展模式

- (1) 模式特征及模式图分析
- (2) 案例——遵义会议纪念馆
- (3) 案例——台儿庄大战遗址
- (4) 案例——洛川会议纪念馆

#### 7.3.2 “B类红色景区”发展模式

- (1) 模式特征及模式图分析
- (2) 案例——英山革命烈士陵园

### 7.4 市场主导发展道路下的发展模式分析

#### 7.4.1 “C类红色景区”发展模式

- (1) 模式特征及模式图分析
- (2) 案例——抗日战争纪念馆
- (3) 案例——西安事变纪念馆
- (4) 中国共产党第一次全国代表大会会址纪念馆

#### 7.4.2 “D类红色景区”发展模式

- (1) 模式特征及模式图分析
- (2) 案例——岳麓山景区
- (3) 案例——龙华革命烈士陵园

### 7.5 红色旅游资源可持续开发模式的实证分析

#### 7.5.1 韶山红色旅游资源可持续开发态势

- (1) 开发的优势
  - 1) 资源优势
  - 2) 政策优势
- (2) 存在的不足

#### 7.5.2 韶山红色旅游资源可持续开发的原则

- (1) 原真性开发原则
- (2) 科学性开发原则
- (3) 市场性开发原则

#### 7.5.3 韶山红色旅游资源可持续开发的措施

- (1) 坚持保护性开发路线
- (2) 提升红色文化特色品位
- (3) 打造体验性旅游产品
- (4) 提高居民参与度
- (5) 整合相关旅游资源

## 第8章：主题公园旅游商业模式分析

### 8.1 主题公园旅游界定与经营分析

- 8.1.1 主题公园旅游界定
- 8.1.2 主题公园数量规模分析
- 8.1.3 主题公园旅游收入规模分析
- 8.1.4 主题公园旅游效益情况分析

### 8.2 中国文化类主题公园旅游典型案例商业模式分析

#### 8.2.1 文化类主题公园发展分析

- (1) 文化类主题公园发展现状
- (2) 文化类主题公园分布情况
- (3) 文化类主题公园经营分析
- (4) 文化类主题公园发展前景

#### 8.2.2 中国民俗文化村商业模式分析

- (1) 公园商业模式分析
- (2) 公园经营情况分析
  - 1) 公园游客规模
  - 2) 公园重游率

- 3) 公园收费情况
- (3) 公园成功经验借鉴
- 8.2.3 杭州宋城商业模式分析
  - (1) 公园商业模式分析
  - (2) 公园经营情况分析
    - 1) 公园游客规模
    - 2) 公园重游率
    - 3) 公园收费情况
    - (3) 公园成功经验借鉴
- 8.3 中国游乐类主题公园旅游典型案例商业模式分析
  - 8.3.1 游乐类主题公园发展分析
    - (1) 游乐类主题公园发展现状
    - (2) 游乐类主题公园分布情况
    - (3) 游乐类主题公园经营分析
    - (4) 游乐类主题公园发展前景
  - 8.3.2 欢乐谷商业模式分析
    - (1) 公园商业模式分析
    - (2) 公园经营情况分析
      - 1) 公园游客规模
      - 2) 公园重游率
      - 3) 公园收费情况
      - (3) 公园成功经验借鉴
  - 8.3.3 芜湖方特欢乐世界商业模式分析
    - (1) 公园商业模式分析
    - (2) 公园经营情况分析
      - 1) 公园游客规模
      - 2) 公园重游率
      - 3) 公园收费情况
      - (3) 公园成功经验借鉴
- 8.4 中国观光类主题公园旅游典型案例商业模式分析
  - 8.4.1 观光类主题公园发展分析
    - (1) 观光类主题公园发展现状
    - (2) 观光类主题公园分布情况
    - (3) 观光类主题公园经营分析
    - (4) 观光类主题公园发展前景
  - 8.4.2 东部华侨城商业模式分析
    - (1) 公园商业模式分析
    - (2) 公园经营情况分析
      - 1) 公园游客规模
      - 2) 公园重游率
      - 3) 公园收费情况
      - (3) 公园成功经验借鉴
  - 8.4.3 深圳世界之窗商业模式分析
    - (1) 公园商业模式分析
    - (2) 公园经营情况分析
      - 1) 公园游客规模
      - 2) 公园重游率
      - 3) 公园收费情况
      - (3) 公园成功经验借鉴
- 8.5 中国情景模拟类主题公园旅游典型案例商业模式分析
  - 8.5.1 情景模拟类主题公园发展分析
    - (1) 情景模拟类主题公园发展现状
    - (2) 情景模拟类主题公园分布情况
    - (3) 情景模拟类主题公园经营分析
    - (4) 情景模拟类主题公园发展前景
  - 8.5.2 横店影视城商业模式分析
    - (1) 公园商业模式分析
    - (2) 公园经营情况分析
      - 1) 公园游客规模

- 2) 公园重游率
- 3) 公园收费情况
- (3) 公园成功经验借鉴
- 8.5.3 中视传媒无锡影视基地商业模式分析
  - (1) 公园商业模式分析
  - (2) 公园经营情况分析
    - 1) 公园游客规模
    - 2) 公园重游率
    - 3) 公园收费情况
    - (3) 公园成功经验借鉴

## 第9章：生态旅游商业模式分析

### 9.1 生态旅游界定与发展趋势

- 9.1.1 生态旅游及产生背景
- 9.1.2 生态旅游的发展历程
- 9.1.3 生态旅游未来发展趋势分析

### 9.2 生态旅游模式典型案例分析

- 9.2.1 肯尼亚生态旅游开发模式分析
  - (1) 生态旅游资源背景
  - (2) 生态旅游开发模式
  - (3) 生态旅游经营情况
- 9.2.2 中国乌镇生态旅游开发模式分析
  - (1) 生态旅游资源背景
  - (2) 生态旅游开发模式
  - (3) 生态旅游经营情况
  - (4) 生态旅游最新动向
- 9.2.3 张家界国家森林公园生态旅游开发模式分析
  - (1) 生态旅游资源背景
  - (2) 生态旅游开发模式
  - (3) 生态旅游经营情况
  - (4) 生态旅游最新动向
- 9.2.4 太湖源生态旅游营销模式分析
  - (1) 生态旅游资源背景
  - (2) 生态旅游营销模式
  - (3) 生态旅游经营情况
  - (4) 生态旅游最新动向
- 9.2.5 四川九寨沟风景区生态旅游开发模式分析
  - (1) 生态旅游资源背景
  - (2) 生态旅游开发模式
  - (3) 生态旅游经营情况
  - (4) 生态旅游最新动向
- 9.2.6 香格里拉生态旅游开发模式分析
  - (1) 生态旅游资源背景
  - (2) 生态旅游开发模式
  - (3) 生态旅游经营情况
- 9.2.7 西双版纳生态旅游开发模式分析
  - (1) 生态旅游资源背景
  - (2) 生态旅游开发模式
  - (3) 生态旅游经营情况
  - (4) 生态旅游最新动向
- 9.2.8 长白山生态旅游开发模式分析
  - (1) 生态旅游资源背景
  - (2) 生态旅游开发模式
  - (3) 生态旅游经营情况
  - (4) 生态旅游最新动向
- 9.2.9 澜沧江流域生态旅游开发模式分析
  - (1) 生态旅游资源背景
  - (2) 生态旅游开发模式
  - (3) 生态旅游经营情况
- 9.2.10 肇庆鼎湖山生态旅游开发模式分析

- (1) 生态旅游资源背景
- (2) 生态旅游开发模式
- (3) 生态旅游经营情况
- (4) 生态旅游最新动向
- 9.2.11 新疆哈纳斯生态旅游开发模式分析
  - (1) 生态旅游资源背景
  - (2) 生态旅游开发模式
  - (3) 生态旅游经营情况
- 9.2.12 武夷山自然保护区生态旅游开发模式分析
  - (1) 生态旅游资源背景
  - (2) 生态旅游开发模式
  - (3) 生态旅游经营情况
  - (4) 生态旅游最新动向
- 9.3 “RPEE”新型生态旅游模式分析
  - 9.3.1 “RPEE”模式的界定
  - 9.3.2 “RPEE”模式应用案例
    - (1) 具体实施方案
    - (2) 案例可行性分析
  - 9.3.3 “RPEE”模式经验借鉴

## 图表目录

- 图表1: 2007-2015年中国国内旅游人数及同比增速(单位:亿人次,%)
- 图表2: 2007-2015年中国国内旅游收入及同比增速(单位:亿元,%)
- 图表3: 2007-2015年中国国内旅游人均花费及增长率(单位:元,%)
- 图表4: 2007-2015年中国入境旅游接待人数(单位:万人次,%)
- 图表5: 2007-2015年中国国际旅游外汇收入(单位:亿美元,%)
- 图表6: 中国入境旅游客源结构(单位:%)
- 图表7: 2015年中国入境旅游客源结构(单位:%)
- 图表8: 外国人入境旅游目的(单位:%)
- 图表9: 2015年外国人入境旅游目的(单位:%)
- 图表10: 入境旅游外国人年龄结构(单位:%)
- 图表11: 2015年入境旅游外国人年龄结构(单位:%)
- 图表12: 入境旅游外国人性别结构(单位:%)
- 图表13: 2015年入境旅游外国人性别结构(单位:%)
- 图表14: 中国入境旅游主要客源市场情况(单位:%)
- 图表15: 2015年中国入境旅游主要客源市场情况(单位:%)
- 图表16: 2015年中国入境旅游过夜游客数(单位:万人次,%)
- 图表17: 中国入境旅游过夜游客数(单位:万人次,%)
- 图表18: “十一”黄金周旅游人数及增长率(单位:万人次,%)
- 图表19: “十一”黄金周旅游收入及增长率(单位:亿元,%)
- 图表20: 春节黄金周旅游人数及增长率(单位:万人次,%)
- 图表21: 春节黄金周旅游收入及增长率(单位:亿元,%)
- 图表22: 重点任务分工及安排表
- 图表23: 各旅游区的规划及政策研究
- 图表24: 2012-2015年美国实际GDP季度同比增长率走势(单位:%)
- 图表25: 2010-2015年欧元区GDP季度同比增长变化(单位:%)
- 图表26: 2011-2015年(季调后)日本实际GDP同比变化(单位:%)
- 图表27: 2015-2015年IMF对于世界主要经济体的预测(单位:%)
- 图表28: 2007-2015年中国国内生产总值及其增长速度(单位:亿元,%)
- 图表29: 2007-2015年中国GDP增速与旅游行业总收入增速对比图(单位:%)
- 图表30: 2002-2015年中国城镇居民人均可支配收入(单位:元,%)
- 图表31: 2007-2015年中国农村居民人均纯收入及同比增速(单位:元,%)
- 图表32: 2008-2015年社会消费品零售总额及增速(单位:亿元,%)
- 图表33: 中国人均消费性支出结构(单位:%)
- 图表34: 2015年中国法定节假日安排

- 图表35: 中国人口年龄结构(单位: %)
- 图表36: 中国目前“金字塔型”社会结构具体表现
- 图表37: 中国旅游行业发展机遇与威胁分析
- 图表38: 四川智慧旅游平台建设情况分析
- 图表39: 江苏智慧旅游平台建设情况分析
- 图表40: 福建智慧旅游平台建设情况分析
- 图表41: 云南智慧旅游平台建设情况分析
- 图表42: 陕西智慧旅游平台建设情况分析
- 图表43: 安徽智慧旅游平台建设情况分析
- 图表44: 芝麻游智慧旅游分销平台发展基本情况
- 图表45: 芝麻游智慧旅游分销平台的定位与优势
- 图表46: 芝麻游智慧旅游分销平台的功能与架构
- 图表47: 芝麻游智慧旅游分销平台的产品及服务
- 图表48: 自建型旅游主题社区形成的演变历程
- 图表49: 自建型旅游主题社区发展模式简图
- 图表50: 北京华侨城旅游主题社区功能配套
- 图表51: 北京华侨城旅游经营优劣势分析
- 图表52: 西安曲江新区旅游经营优劣势分析
- 图表53: 三亚凤凰水城旅游经营优劣势分析
- 图表54: 广州南湖国家级旅游度假区旅游经营优劣势分析
- 图表55: 广州祈福新村旅游经营优势分析
- 图表56: 平遥古城旅游经营优劣势分析
- 图表57: 丽江古城发展商职责介绍
- 图表58: 丽江古城旅游经营优劣势分析
- 图表59: 北京高碑店国际民俗旅游文化村旅游经营优劣势分析
- 图表60: 自建型旅游主题社区优劣势分析
- 图表61: 依托型旅游主题社区优劣势分析
- 图表62: 伴生型旅游主题社区优劣势分析
- 图表63: 旅游资源的价值分类研究
- 图表64: 旅游资源条件评价模型(单位: 分, %)
- 图表65: 城郊型社区分类标准
- 图表66: 海南省琼海市博鳌镇南强村旅游经营优劣势分析
- 图表67: 贵州省平坝县天龙镇天龙村旅游经营优劣势分析
- 图表68: 四川省成都市郫县友爱镇农科村旅游经营优劣势分析
- 图表69: 河北省邢台县前南峪村旅游经营优劣势分析
- 图表70: 城郊型社区旅游开发成功模式总结(投资模式)
- 图表71: 城郊型社区旅游开发成功模式总结(经营管理模式)
- 图表72: 城郊型社区旅游开发成功模式总结(旅游产品模式)
- 图表73: 我国社区旅游开发的投资模式分析
- 图表74: 不同类型城郊型社区资金来源和结构表
- 图表75: 自然风光型社区适宜的经营管理模式分析
- 图表76: 民俗文化型社区适宜的经营管理模式分析
- 图表77: 古遗迹型社区适宜的经营管理模式分析
- 图表78: 科技农业型社区适宜的经营管理模式分析
- 图表79: 不同类型城郊型社区市场定位分析
- 图表80: 不同类型城郊型社区的开发方向
- 图表81: 游憩机会分类指标图
- 图表82: 城郊型社区游憩机会谱系
- 图表83: 原始郊野区域社区旅游产品策划建议
- 图表84: 半原始郊野区域社区旅游产品策划建议
- 图表85: 通道路的自然区域社区旅游产品策划建议
- 图表86: 乡村化区域社区旅游产品策划建议
- 图表87: 城市化区域社区旅游产品策划建议
- 图表88: 木兰生态旅游区典型社区——刘家山村基本情况
- 图表89: 木兰生态旅游区典型社区——大余湾基本情况
- 图表90: 木兰生态旅游区典型社区——官田村基本情况
- 图表91: 木兰生态旅游区典型社区类型
- 图表92: 刘家山村社区旅游开发现状与适宜的模式研究
- 图表93: 大余湾社区旅游开发现状与适宜的模式研究

图表94: 官田村社区旅游开发现状与适宜的模式研究  
图表95: 刘家山村社区旅游开发建议  
图表96: 大余湾社区旅游开发建议  
图表97: 官田村社区旅游开发建议  
图表98: 旅游综合体概念研究  
图表99: 以娱乐功能为核心的旅游综合体开发特征  
图表100: 以休闲度假功能为核心的旅游综合体开发特征  
图表101: 珠海海泉湾度假城服务业态构成  
图表102: 珠海海泉湾度假城所获荣誉汇总  
图表103: 珠海海泉湾度假城承办的大型活动汇总  
图表104: 以综合购物功能为核心的旅游综合体开发特征  
图表105: 杭州大厦服务业态构成分析  
图表106: 以会展功能为核心的旅游综合体开发特征  
图表107: 旅游综合体功能子系统价值协同强度分析  
图表108: 旅游综合体发展模式选择影响因素分析  
图表109: 旅游综合体功能子系统间的价值链矩阵  
图表110: 我国旅游综合体发展中的主要问题  
图表111: 工业遗产旅游开发模式分析  
图表112: 工业科普旅游开发模式分析  
图表113: 产业公园旅游开发模式分析  
图表114: 企业文化旅游开发模式分析  
图表115: 英国艾思布里奇峡博物馆工业旅游经营优劣势分析  
图表116: 德国杜伊斯堡景观公园工业旅游经营优劣势分析  
图表117: 德国奥伯豪森购物中心工业旅游经营优劣势分析  
图表118: 德国鲁尔区工业遗产旅游经营优劣势分析  
图表119: 美国SOHO社区工业旅游经营优劣势分析  
图表120: 南非约翰内斯堡黄金公园工业旅游经营优劣势分析  
略.....完整目录请咨询客服

如需了解报告详细内容, 请直接致电前瞻客服中心。

全国免费服务热线: 400-068-7188 0755-82925195 82925295 83586158

或发电子邮件: [service@qianzhan.com](mailto:service@qianzhan.com)

或登录网站: <https://bg.qianzhan.com/>

我们会竭诚为您服务!