

2022-2028年黑龙江旅游景区市场发展态势及市场发展策略报告

报告大纲

智研咨询

www.chyxx.com

一、报告简介

智研咨询发布的《2022-2028年黑龙江旅游景区市场发展态势及市场发展策略报告》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.chyxx.com/research/202109/975377.html>

报告价格：电子版: 9800元 纸介版：9800元 电子和纸介版: 10000元

订购电话: 010-60343812、010-60343813、400-600-8596、400-700-9383

电子邮箱: sales@chyxx.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

智研咨询发布的《2022-2028年黑龙江旅游景区市场发展态势及市场发展策略报告》共九章。首先介绍了黑龙江旅游景区行业市场发展环境、黑龙江旅游景区整体运行态势等，接着分析了黑龙江旅游景区行业市场运行的现状，然后介绍了黑龙江旅游景区市场竞争格局。随后，报告对黑龙江旅游景区做了重点企业经营状况分析，最后分析了黑龙江旅游景区行业发展趋势与投资预测。您若想对黑龙江旅游景区产业有个系统的了解或者想投资黑龙江旅游景区行业，本报告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：

第一章 中国旅游业总体发展状况分析

第一节 国内旅游市场分析

- 一、国内旅游人数规模
- 二、国内旅游收入规模
- 三、国内旅游人均花费

第二节 入境旅游市场分析

- 一、入境游客人数规模分析
- 二、入境旅游收入规模分析
- 三、入境旅游客源分布情况
- 四、入境旅游过夜游客数

第三节 出境旅游市场分析

- 一、居民出境旅游人数分析
- 二、出境旅游市场特征分析
- 三、赴港旅游市场状况分析
- 四、赴台旅游市场状况分析

第四节 2021年黄金周及假日旅游分析

- 一、元旦黄金周旅游市场分析
- 二、春节黄金周旅游市场分析
- 三、五一黄金周旅游市场分析
- 四、十一黄金周旅游市场分析

第五节 旅游景区市场发展现状分析

- 一、国内旅游景区盈利模式
- 二、国内旅游景区运营特征
- 三、国内5A级旅游景区分析

第二章 2021年黑龙江旅游景区市场环境分析

第一节 2021年黑龙江宏观经济环境分析

- 一、地区GDP增长情况
- 二、工业经济形势分析
- 三、固定资产投资分析
- 四、经济形势发展展望

第二节 2021年黑龙江旅游政策环境分析

- 一、旅游行业相关政策分析
- 二、国家金融支持旅游政策
- 三、黑龙江旅游行业相关政策
- 四、黑龙江旅游产业规划方向

第三节 黑龙江旅游景区社会环境分析

- 一、黑龙江人口规模及结构分析
- 二、法定节假日带薪假期实施
- 三、城乡居民收入与消费状况
- 四、旅游交通基础设施建设情况

第四节 黑龙江旅游景区关联产业环境

- 一、旅行社数量分析
- 二、星级饭店数量分布
- 三、旅游景区情况分析
- 四、文化演出市场分析

第三章 黑龙江旅游市场发展分析

第一节 黑龙江旅游人次及收入分析

- 一、居民旅游市场规模分析
 - (一) 国内旅游收入规模分析
 - (二) 国内旅游人数规模分析
- 二、入境旅游市场规模分析
 - (一) 旅游外汇收入规模分析
 - (二) 入境游客人数规模分析

(三) 入境旅游客源分布情况

三、出境旅游市场分析

(一) 中俄热盼全力发展边境游

(二) 赴韩旅游市场发展分析

(三) 赴台旅游市场状况分析

第二节 黑龙江黄金周及假日旅游分析

一、元旦小长假旅游市场分析

(一) 中国雪乡元旦爆棚

(二) 大庆“铁公机”客流高峰

(三) 牡丹江旅游“双增长”

二、春节黄金周旅游市场分析

(一) 冰雪旅游市场兴旺

(二) 重点旅游城市市场火爆

(三) 森工林区旅游快速增长

三、清明小长假旅游市场分析

(一) 清明假期带旺旅游人气

(二) 出境游首选韩国赏樱

四、十一黄金周旅游市场分析

(一) 重点旅游城市市场火爆

(二) 丰富旅游产品，细化旅游精品

(三) 狠抓旅游安全，游客满意度提高

第三节 黑龙江特色旅游市场分析

一、生态旅游市场分析

二、红色旅游市场分析

(一) 红色旅游游客规模

(二) 抗战主题红色旅游

三、乡村旅游市场分析

(一) 乡村旅游示范点

(二) 少数民族特色村寨

(三) 特色景观旅游名镇名村

四、养生旅游市场分析

(一) 黑龙江对俄中医药养生旅游

(二) 黑龙江火山温泉养生旅游

第四章 黑龙江重点旅游景区经营分析

第一节 太阳岛

一、景区旅游人数及收入分析

- (一) 景区基本情况分析
- (二) 景区游客数量情况
- (三) 景区经营收入情况
- (四) 景区门票收入分析

二、景区经营收支情况分析

- (一) 景区固定资产投资
- (二) 景区资金收支情况
- (三) 景区经营支出情况
- (四) 景区维护支出情况

三、景区发展动态分析

第二节 镜泊湖

一、景区旅游人数及收入分析

- (一) 景区基本情况分析
- (二) 景区游客数量情况
- (三) 景区经营收入情况
- (四) 景区门票收入分析

二、景区经营收支情况分析

- (一) 景区固定资产投资
- (二) 景区资金收支情况
- (三) 景区经营支出情况
- (四) 景区维护支出情况

三、景区发展动态分析

第三节 五大连池

一、景区旅游人数及收入分析

- (一) 景区基本情况分析
- (二) 景区游客数量情况
- (三) 景区经营收入情况
- (四) 景区门票收入分析

二、景区经营收支情况分析

- (一) 景区固定资产投资
- (二) 景区资金收支情况
- (三) 景区经营支出情况
- (四) 景区维护支出情况

第五章 黑龙江旅游景区经营管理分析

第一节 黑龙江旅游景区收益链分析

一、基础性收益节点

二、支持性收益节点

三、延伸性收益节点

第二节 黑龙江旅游景区经营模式分析

一、政府配置模式

二、市场配置模式

三、景政合一模式

四、国家公园模式

第三节 黑龙江旅游景区容量的控制管理

一、合理确定景区容量

二、科学实施价格分流

三、平衡规划旅游产品

四、大力建设信息系统

五、持续强化各方合作

第四节 黑龙江景区收益管理策略分析

一、建立科学价格体系

二、加强景区游客管理

三、重点管理收益来源

四、充分注重开源节流

第六章 黑龙江旅游景区产品开发与形象定位

第一节 黑龙江旅游景区产品开发策略

一、旅游景区产品相关概述

（一）旅游景区产品的构成

（二）旅游景区产品的类型

（三）旅游景区产品的特征

二、黑龙江旅游景区产品开发策略

（一）旅游景区产品组合策略

（二）旅游景区产品创新策略

（三）旅游景区产品定价策略

第二节 黑龙江旅游景区市场细分与形象制胜策略

一、黑龙江旅游景区市场细分策略

- (一) 旅游景区市场细分因素
 - (二) 旅游景区目标市场选择
 - (三) 旅游景区市场定位策略
- 二、黑龙江旅游景区形象制胜策略
- (一) 旅游景区形象的相关概述
 - (二) 旅游景区形象的构成要素
 - (三) 旅游景区形象定位口号的确定

第七章 黑龙江旅游景区市场营销策略分析

第一节 黑龙江旅游景区定价策略分析

- 一、景区价格决策的影响因素
- 二、旅游景区定价的目标分析
- 三、旅游景区定价的主要方法
- 四、旅游景区门票涨价程序分析
- 五、旅游景区门票涨价原因分析
- 六、旅游景区定价策略分析
 - (一) 新产品的定价策略
 - (二) 心理定价策略
 - (三) 折扣定价策略
 - (四) 招徕定价策略
 - (五) 区分需求定价策略

第二节 黑龙江旅游景区营销渠道选择形式

- 一、旅行社预订
- 二、政府/协会预订
- 三、预订系统
- 四、其他渠道预订

第三节 黑龙江旅游景区品牌经营策略分析

- 一、旅游景区品牌战略价值
 - (一) 旅游景区层面
 - (二) 旅游者层面
- 二、旅游景区品牌经营对策
 - (一) 品牌调研工作是先决条件
 - (二) 景区文化内涵是骨髓内核
 - (三) 顾客体验提升是根本宗旨
 - (四) 品牌维护系统是重要保障

三、旅游景区品牌传播方式

第四节 黑龙江旅游景区网络营销策略分析

一、旅游景区网络营销概述

二、旅游景区网络营销意义

三、景区网络社区互动营销策略

四、旅游景区口碑营销策略

五、旅游景区博客营销策略

第八章 黑龙江旅游景区服务质量及提升策略分析

第一节 旅游景区服务的相关概述

一、旅游景区服务的概念

二、旅游景区服务的特点

三、旅游景区服务的构成

四、旅游景区服务的内容

第二节 黑龙江旅游景区服务标准及要求

一、旅游景区入口区服务

(一) 入口区概述

(二) 入口区设施要求

(三) 入口区服务管理

二、旅游景区解说服务

(一) 景区解说服务

(二) 景区解说服务的功能

(三) 景区导游人员解说服务

(四) 景区物化解说服务构成

三、旅游景区餐饮服务

(一) 景区餐饮服务

(二) 景区餐饮设施要求

(三) 景区餐饮服务规程

(四) 景区餐饮服务管理

四、旅游景区购物服务

(一) 景区购物服务

(二) 旅游者购物心理

(三) 景区购物设施要求

(四) 景区购物服务管理

五、旅游景区交通服务

- (一) 景区交通服务
- (二) 景区交通设施要求
- (三) 景区交通服务管理

六、旅游景区其他服务

- (一) 景区现场工作人员服务要求
- (二) 景区通信服务设施与要求
- (三) 景区游览和活动项目服务设施与要求
- (四) 景区医疗救援服务设施与要求

七、景区游客投诉服务

- (一) 游客投诉的原因分析
- (二) 游客投诉心理分析
- (三) 游客投诉的处理方法

第三节 黑龙江旅游景区服务策略及建议

- 一、制定合理门票价格改变单一产品结构
- 二、完善基础服务设施实施统一销售管理
- 三、培养高素质服务人员关注员工职业发展
- 四、加强有效信息沟通及时处理投诉建议

第九章 2022-2028年黑龙江旅游市场前景与投资策略分析

第一节 2022-2028年黑龙江旅游市场前景预测分析

- 一、黑龙江旅游行业发展目标
 - (一) 旅游资源开发建设项目
 - (二) 自驾游和自助游基础设施项目
 - (三) 对俄旅游项目
 - (四) 旅游企业主体建设项目
 - (五) 旅游商品开发项目
- 二、黑龙江旅游市场前景分析
 - (一) 优化旅游发展环境
 - (二) 开创旅游业发展新局面
- 三、黑龙江旅游市场前景预测
 - (一) 国内游市场规模预测
 - (二) 入境游市场规模预测

第二节 2022-2028年黑龙江旅游景区投资风险分析

- 一、产业政策风险
- 二、市场竞争风险

三、市场需求风险

四、经营管理风险

五、自然灾害风险

第三节 2022-2028年黑龙江旅游景区投资策略及建议

一、旅游景区项目投资方式

（一）自然景区投资方式

（二）文化景区投资方式

（三）人造景区投资方式

二、景区建设项目投资模式

三、规范旅游景区投资行为

（一）优化资本结构

（二）完善和发展资本市场（ZYZS）

详细请访问：<https://www.chyxx.com/research/202109/975377.html>