

2017-2022年中国格尔木市 旅游景区行业全景调研及投资方向研究报告

报告目录及图表目录

智研数据研究中心 编制

www.abaogao.com

一、报告报价

《2017-2022年中国格尔木市旅游景区行业全景调研及投资方向研究报告》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.abaogao.com/b/lvyou/F2984712XV.html>

报告价格：印刷版：RMB 7000 电子版：RMB 7200 印刷版+电子版：RMB 7500

智研数据研究中心

订购电话： 400-600-8596(免长话费) 010-80993963

海外报告销售：010-80993963

传真： 010-60343813

Email： sales@abaogao.com

联系人： 刘老师 谭老师 陈老师

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

察尔汗盐湖 位于青海省格尔木市，是中国最大的盐湖，也是世界上最著名的内陆盐湖之一，距西宁750公里，青藏铁路穿行而过。

柴达木盆地 地处青藏高原深处，为阿尔金山、祁连山、昆仑山所环绕。处于平均海拔4000多米的山脉和高原形成的月牙形山谷中，盆地内有盐水湖5000多个，最大的要数面积1600平方公里的青海湖。

格尔木胡杨林 位于阿尔顿曲克草原西北部，以托拉黑河命名的托勒海地区。托勒海，蒙古语即“胡杨很多的地方”。这里距格尔木市区约60公里，是青海唯一、也是世界上海拔最高的胡杨林。

可可西里 位于西藏和青海交界处，是目前世界上原始生态环境保存最完美的地区之一，也是目前中国建成的面积最大、海拔最高、野生动物资源最为丰富的自然保护区之一。

各拉丹东冰川 位于格尔木市唐古拉山乡境内。各拉丹冬，藏语意为“高高尖尖的山峰”，海拔6620米，姜根迪如海拔6548米，有南北两条呈半弧形的大冰川，南支冰川长12.8公里，宽1.6公里，冰川尾部有两公里的冰塔林。

万丈盐桥 位于柴达木盆地南部察尔汗盐湖之上。南距格尔木约60公里，北距锡铁山约30公里，公路就像一座桥浮在卤水上面，盐桥全长为32公里，折合市制可达万丈，横跨整个察尔汗盐湖，素称“万丈盐桥”。

唐古拉山口 为青海、西藏两省（区）分界线，海拔约5231米，是青藏公路的最高点。距青海省格尔木市604公里。山口立有为修建青藏公路而献身的人民解放军雕像纪念碑，海拔高度碑以及“军民共建兰西拉光缆工程竣工纪念碑”。

格尔木 比较近的比较有意思的盐湖景点是青海钾肥厂，虽然它的管理部门和宿舍区在格尔木市内，但是它的厂区距离格尔木有60公里。

玉珠峰 又称可可赛极门峰，海拔6178米，位于青海格尔木南160公里的昆仑山口以东10公里，是昆仑山东段最高峰。玉珠峰的山形地貌对于初学者是非常理想的。

昆仑山 耸立在格尔木市南面，古书载昆仑山是玉龙腾空之地，素有亚洲脊柱之称。昆仑山口属多年冻土区荒漠地貌，地质系古代强烈侵蚀的复杂变质岩所构成，间有第三纪沉积物构成的丘陵低山和丘垅。

智研数据研究中心发布的《2017-2022年中国格尔木市旅游景区行业全景调研及投资方向研究报告》共九章。首先介绍了格尔木市旅游景区行业市场发展环境、格尔木市旅游景区整体运行态势等，接着分析了格尔木市旅游景区行业市场运行的现状，然后介绍了格尔木市旅游景区市场竞争格局。随后，报告对格尔木市旅游景区做了重点企业经营状况分析，最后分析了格尔木市旅游景区行业发展趋势与投资预测。您若想对格尔木市旅游景区产业有个系统的了解或者想投资格尔木市旅游景区行业，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 中国旅游市场发展分析

一、中国居民旅游人数规模

二、城镇居民国内旅游情况

三、农村居民国内旅游情况

四、国内居民旅游花费总额

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、港澳台入境游客规模分析

第三节 出境旅游市场分析

一、居民出境旅游人数分析

二、因私出境旅游人数分析

三、赴日旅游市场状况分析

四、赴台旅游市场状况分析

第四节 黄金周及假日旅游分析

一、十一黄金周旅游市场分析

二、元旦小长假旅游市场分析

三、春节黄金周旅游市场分析

四、清明小长假旅游市场分析

第五节 旅游景区市场发展现状分析

一、旅游景区定价政策分析

二、旅游景区市场规模分析

三、中国旅游景区百强分析

四、中国5A级旅游景区分析

第二章 格尔木市旅游景区市场环境分析

第一节 格尔木市宏观经济环境分析

- 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 格尔木市旅游政策环境分析

- 一、旅游行业相关政策分析
- 二、国家金融支持旅游政策
- 三、格尔木市旅游行业相关政策
- 四、格尔木市旅游产业规划政策

第三节 格尔木市旅游景区社会环境分析

- 一、格尔木市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 格尔木市旅游景区关联产业环境

- 一、旅行社数量分析
- 二、星级酒店数量分布
- 三、餐饮行业发展分析
- 四、文化演出市场分析

第三章 格尔木市旅游市场发展分析

第一节 格尔木市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
 - (三) 旅游外汇收入规模分析
- 二、入境旅游市场规模分析
 - (一) 入境旅游收入规模分析
 - (二) 入境游客人数规模分析
 - (三) 入境旅游客源分布情况

三、出境旅游市场规模分析

（一）居民出境旅游人数分析

（二）赴日旅游市场状况分析

（三）赴台旅游市场状况分析

第二节 格尔木市黄金周及假日旅游分析

一、十一黄金周旅游市场分析

二、元旦小长假旅游市场分析

三、春节黄金周旅游市场分析

四、清明小长假旅游市场分析

第三节 格尔木市特色旅游市场分析

一、生态旅游市场分析

二、红色旅游市场分析

三、乡村旅游市场分析

四、会议旅游市场分析

第四章 格尔木市重点旅游景区经营分析

第一节 景区一

一、景区旅游人数及收入分析

（一）景区游览面积分析

（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

第二节 景区二

一、景区旅游人数及收入分析

（一）景区游览面积分析

（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

第三节 景区三

一、景区旅游人数及收入分析

(一) 景区游览面积分析

(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 格尔木市旅游景区经营管理分析

第一节 格尔木市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 格尔木市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 格尔木市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 格尔木市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 格尔木市旅游景区产品开发与形象定位

第一节 格尔木市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、格尔木市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) 旅游景区产品定位策略

第二节 格尔木市旅游景区市场细分与形象致胜策略

一、格尔木市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、格尔木市旅游景区形象致胜策略

(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) 旅游景区形象定位的确定

第七章 格尔木市旅游景区市场营销策略分析

第一节 格尔木市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、旅游景区门票定价策略分析

第二节 格尔木市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、网络预订系统

四、其他渠道预订

第三节 格尔木市旅游景区品牌传播推广分析

一、旅游景区品牌传播意义

二、旅游景区品牌传播主体

三、旅游景区品牌传播内容

四、旅游景区品牌传播方式

五、旅游景区品牌传播媒介

第四节 格尔木市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

四、旅游景区口碑营销策略

五、旅游景区微博营销策略

第八章 格尔木市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 格尔木市旅游景区服务标准及要求

一、旅游景区入口区服务

二、旅游景区解说服务

三、旅游景区餐饮服务

四、旅游景区购物服务

五、旅游景区交通服务

六、旅游景区其他服务

七、景区游客投诉服务

第三节 格尔木市旅游景区服务策略及建议

一、健全景区服务质量标准

二、重视投诉提高游客满意度

三、有效做好景区安全管理

第九章 2017-2022年格尔木市旅游市场前景与投资策略分析（ZY LII）

第一节 2017-2022年格尔木市旅游市场前景预测分析

一、格尔木市旅游行业发展目标

二、格尔木市旅游市场前景分析

三、格尔木市旅游市场前景预测

（一）国内游市场规模预测

（二）入境游市场规模预测

第二节 2017-2022年格尔木市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 2017-2022年格尔木市旅游景区投资策略及建议

一、旅游景区项目投资方式

二、景区建设项目投资模式

三、规范旅游景区投资行为（ZY LII）

详细请访问：<http://www.abaogao.com/b/lvyou/F2984712XV.html>