

2023-2029年中国厦门市旅游综合体行业市场发展 现状及投资策略咨询报告

报告大纲

一、报告简介

华经情报网发布的《2023-2029年中国厦门市旅游综合体行业市场发展现状及投资策略咨询报告》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/916254.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

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：

第一章 旅游综合体相关概述

第一节 旅游综合体概念

一、旅游综合体的定义

二、旅游综合体的作用

第二节 旅游综合体的特征

一、功能的核心性

二、空间的延展性

三、产业的相关性

四、服务高品质性

第三节 旅游综合体相关概念辨析

一、与城市综合体的关系

（一）核心功能

（二）服务对象与目的

二、与旅游产业集群的关系

（一）范围界定

（二）核心功能

三、与旅游地产的关系

（一）开发模式

（二）主要目的

第四节 旅游综合体的内涵

一、旅游产业化是背景

二、空间集聚是基础条件

三、多重要素整合是本质

四、文化整合是核心

五、旅游休闲是导向

六、商业运作是盈利点

七、生态环境营造理念

八、土地使用效益优化是目标

九、综合功能是特征

第二章 中国旅游业发展分析

第一节 中国旅游总体规模分析

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 中国入境旅游市场分析

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 中国出境旅游市场分析

一、国内居民出境人数分析

二、居民因私出境人数分析

三、居民出境旅游人数分析

第四节 黄金周及假日旅游市场分析

第三章 厦门市旅游市场环境分析

第一节 厦门市宏观经济环境分析

一、厦门市GDP增长情况分析

二、厦门市工业经济形势分析

三、厦门市固定资产投资分析

四、厦门市经济形势发展展望

第二节 厦门市旅游政策环境分析

一、中国旅游行业相关政策分析

二、国家金融支持旅游相关政策

三、厦门市旅游行业相关政策分析

第三节 厦门市旅游行业社会环境

一、厦门市人口规模及其结构

二、法定节假日带薪假期实施

三、厦门市居民收入水平分析

四、厦门市社会消费水平分析

五、厦门市旅游交通基础情况

第四章 厦门市旅游市场分析

第一节 厦门市旅游资源分析

第二节 厦门市旅游市场规模

- 一、旅游总体收入规模分析
- 二、游客总体人数规模分析
- 三、国内旅游收入规模分析
- 四、国内游客人数规模分析
- 五、厦门旅游住宿数量分析

第三节 厦门市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

第四节 厦门市黄金周及假日旅游市场分析

第五节 厦门市旅游细分市场发展分析

- 一、厦门市生态旅游市场分析
- 二、厦门市红色旅游市场分析
- 三、厦门市乡村旅游市场分析
- 四、厦门市温泉旅游市场分析

第五章 厦门市旅游综合体开发运营模式及借鉴案例

第一节 中国旅游综合体发展现状

- 一、旅游综合体开发现状
- 二、旅游综合体开发特点
- 三、旅游综合体开发策略
- 四、旅游综合体开发模式

第二节 厦门市旅游综合体开发运营模式

- 一、政府运营模式
 - (一) 政府角色定位
 - (二) 政府运作关键点
- 二、企业运营模式
 - (一) 企业角色定位
 - (二) 企业运作商业模式
 - (三) 企业运作流程分析

第三节 厦门市旅游综合体盈利模式分析

- 一、传统观赏旅游收入模式
- 二、体验式观赏旅游收入模式
- 三、休闲旅游收入模式
- 四、度假旅游收入模式

五、旅游房地产收入模式

六、区域开发收入模式

第四节 厦门市旅游综合体开发模式借鉴

一、以娱乐功能为核心的发展模式

(一) 模式发展基本概述

(二) 模式开发运营特征

(三) 模式开发运营战略

(四) 典型案例运营分析

二、以休闲度假功能为核心的发展模式

(一) 模式发展基本概述

(二) 模式开发运营特征

(三) 模式开发运营战略

(四) 典型案例运营分析

三、以综合购物功能为核心的发展模式

(一) 模式发展基本概述

(二) 模式开发运营特征

(三) 模式开发运营战略

(四) 典型案例运营分析

四、以会展功能为核心的发展模式

(一) 模式发展基本概述

(二) 模式开发运营特征

(三) 模式开发运营战略

(四) 典型案例运营分析

第六章 厦门市不同类型旅游综合体开发运营策略

第一节 温泉旅游综合体开发策略

一、项目开发特征分析

二、项目开发模式分析

三、项目投资开发条件

四、项目运营开发策略

第二节 滨水旅游综合体开发策略

一、项目开发特征分析

二、项目开发模式分析

三、项目投资开发条件

四、项目运营开发策略

第三节 度假区旅游综合体开发策略

一、项目开发特征分析

二、项目开发模式分析

三、项目投资开发条件

四、项目运营管理策略

第四节 主题公园综合体开发策略

一、项目开发特征分析

二、项目开发模式分析

三、项目投资开发条件

四、项目运营开发策略

第五节 高尔夫旅游综合体开发策略

一、项目开发特征分析

二、项目开发模式分析

三、项目投资开发条件

四、项目运营管理策略

第六节 文化创意旅游综合体开发策略

一、项目开发特征分析

二、重视项目研发要点

三、项目投资开发条件

四、项目运营管理策略

第七节 生态休闲旅游综合体开发策略

一、项目开发特征分析

二、项目开发模式分析

三、项目投资开发条件

四、项目功能要素分析

第八节 养生养老旅游综合体开发策略

一、项目开发特征分析

二、项目开发模式分析

三、项目投资开发条件

四、项目运营管理策略

第七章 厦门市旅游及旅游综合体开发企业分析

第一节 厦门建发旅游集团股份有限公司

一、企业发展基本情况

二、企业旅游产品分析

三、企业发展历程分析

四、企业竞争优势分析

第二节 福建春辉旅游集团有限公司

- 一、企业发展基本情况
- 二、企业旅游产品分析
- 三、企业发展历程分析
- 四、企业发展策略分析

第三节 厦门夏商旅游集团有限公司

- 一、企业发展基本情况
- 二、企业旅游产品分析
- 三、企业竞争优势分析
- 四、企业发展策略分析

第四节 厦门旅游集团有限公司

- 一、企业发展基本情况
- 二、企业旅游产品分析
- 三、企业竞争优势分析
- 四、企业发展策略分析

第五节 厦门市集美旅游有限公司

- 一、企业发展基本情况
- 二、企业旅游产品分析
- 三、企业经营项目分析
- 四、企业竞争优势分析

第八章 2023-2029年厦门市旅游综合体投资前景分析

第一节 2023-2029年厦门市旅游市场前景预测分析

- 一、厦门市旅游行业发展目标
- 二、厦门市旅游市场前景分析
- 三、厦门市旅游市场前景预测

第二节 2023-2029年厦门市旅游综合体投资前景分析

- 一、旅游综合体投资特性分析
- 二、旅游综合体投资趋势分析
- 三、厦门市旅游综合体投资收益
- 四、厦门市旅游综合体投资前景

第三节 2023-2029年厦门市旅游综合体投资开发风险及控制

- 一、策划定位风险控制
- 二、地段选择风险控制
- 三、资金投入风险控制
- 四、市场运营风险控制

五、环境保护风险控制

第四节 2023-2029年厦门市旅游综合体企业投资策略分析

一、以资产价值提升为基石

二、以功能价值创新为源泉

三、以品牌价值塑造为核心

四、以文化价值彰显为支点

五、以情感价值融入为纽带

第九章 厦门市旅游综合体项目开发运营管理策略

第一节 旅游企业如何打造旅游综合体

一、综合打造为指引

（一）土地综合开发

（二）产业综合发展

（三）功能综合配置

（四）目标综合打造

二、定位突破为先导

（一）区域功能定位

（二）开发主题定位

三、功能构架为核心

（一）打造核心吸引中心

（二）构造休闲聚集中心

（三）创造延伸发展中心

四、操纵运营为支撑

第二节 旅游综合体开发中的利益均衡问题

一、关注各方利益的必要性

二、各相关主体的利益诉求

（一）旅游者

（二）社区

（三）旅游企业

（四）政府

（五）社会公众

第三节 厦门市旅游综合体项目产品规划建议

一、项目总体规划设计原则

二、项目功能复合性规划建议

三、项目其他功能设施规划建议

第四节 厦门市旅游综合体项目整合推广策略

- 一、媒体广告推广品牌策略分析
- 二、节庆活动推广景区品牌策略
- 三、公关活动推广景区品牌策略
- 四、口碑传播推广项目品牌策略
- 五、数据库营销推广项目品牌策略

图表目录：

图表 1 2018-2022年中国国内旅游人数统计

图表 2 2018-2022年城镇居民国内旅游消费统计

图表 3 2018-2022年中国农村居民国内旅游消费统计

图表 4 2018-2022年中国国内居民旅游花费总额统计

图表 5 2018-2022年中国入境旅游接待人数统计

图表 6 2018-2022年中国入境旅游收入统计

图表 7 2018-2022年中国入境旅游接待人数情况

图表 8 2018-2022年国内居民出境人数统计

图表 9 2018-2022年中国居民因私出境人数情况

图表 10 2018-2022年中国居民出境旅游人数情况

更多图表见正文.....

详细请访问：<https://www.huaon.com/channel/tours/916254.html>