# 2024年1-5月青海省旅游行业运行情况

来源：网络 作者：紫陌红颜 更新时间：2025-01-05

*第一篇：2024年1-5月青海省旅游行业运行情况2024年1-5月青海省旅游行业运行情况1-5月，全省接待国内游客470.09万人次，比上年同期增长13.4%，增速较1-4月提高0.5个百分点；实现国内旅游收入44.63亿元，增长29.5...*

**第一篇：2024年1-5月青海省旅游行业运行情况**

2024年1-5月青海省旅游行业运行情况

1-5月，全省接待国内游客470.09万人次，比上年同期增长13.4%，增速较1-4月提高0.5个百分点；实现国内旅游收入44.63亿元，增长29.5%，增速较1-4月提高2.0个百分点。入境游客及旅游外汇收入2024年以来首次实现同比正增长，分别增长1.0%和0.6%（2024年、2024年入境旅游游客数、收入同比均有不同程度下降）。1-5月全省实现旅游总收入44.74亿元，增长29.4%，增速较1-4月、1-3月分别提高2.0、1.9个百分点，较上年同期高3.0个百分点。2024年1-5月全省旅游业主要数据

指标

国内旅客(万人次)

入境游客(人次)

国内旅游收入(亿元)

旅游外汇收入(万美元)

旅游总人数（万人次）

旅游总收入(亿元)1-5月 470.09 4398 44.63 182.73 470.53 44.74 累计增速(%)13.4 1.0 29.5 0.6 13.4 29.4

**第二篇：2024年1-4月水泥行业运行情况**

2024年1-4月水泥行业运行情况

1-4月全国水泥产量6.72亿吨，同比增长4.3%，比1-3月增速提高0.3个百分点，但同比仍处低位，比上年同期低4.2个百分点，4月份当月产量2.3亿吨，环比增长10.3%，同比增长3.9%。1-4月行业完成投资247.3亿元，同比下降2.4%，实现利润99亿元，同比增长269%。

受季节及部分地区气候因素影响，4月份水泥市场需求波动，水泥出厂价格环比继续走低。4月份全国通用水泥平均出厂价格309元/吨，比上月下降1.95元/吨，比上年同月上涨8.42元/吨。截止到今年4月底，全国新增水泥熟料生产线10条，增加熟料生产能力1400多万吨，水泥粉磨生产能力4300万吨，而去年1-4月新增水泥熟料生产线32条，增加熟料生产能力3400多万吨，水泥粉磨生产能力3500万吨。

**第三篇：青海省旅游产业**

昆仑文化旅游产业发展

随着西部大开发进程的加速和青藏铁路的开通，旅游业正迎来一个“青藏热”时代，越来越多的人希望揭开青海神秘的面纱，探究中华民族之根——昆仑山，感受中华民族的文化之源——昆仑文化。而格尔木市背靠昆仑山，身居万宝汇集的“聚宝盆”——柴达木盆地，自然形成了以格尔木为中心的昆仑文化旅游区。这为昆仑文化的发掘和研究，为打造以格尔木为核心的旅游产业发展极的创造了得天独厚的优势。发掘昆仑文化，打造格尔木地区旅游产业发展极，是树立青海旅游品牌，发掘和推动格尔木丰富的文化资源的重大决策，也是提升青海文化品位和加快旅游业发展的具体措施之一。

一、昆仑文化旅游产业发展极的逻辑关系

1.格尔木旅游产业发展极的含义

发展极的概念最初是法国经济学家弗朗索瓦·佩鲁在1955年提出来的。这一理论的核心思想是：在经济增长中，由于某些有创新能力的企业，或行业在某一些地方的聚集，形成资本与技术高度集中且具有一定规模后，使自身迅速增长并对周边地区产生强大辐射作用，通过发展极地区的优先增长，可以带动相邻区域的共同发展。其理论实质是强调区域经济发展的不平衡性，尽可能地把稀缺有限的资源集中投入到发展潜力大、投资效益明显的少数地区，即发展极地区；然后应用市场机制的传导，通过其吸引力和辐射力的不断增强对所在部门和地区发生支配影响，进而带动区域经济全面发展。格尔木旅游产业发展极主要是指充分利用现有的优势，着力打造以格尔木为中心的昆仑文化旅游区，促进格尔木旅游产业的发展、带动格尔木周边地区旅游产业的快速发展，从而发挥格尔木旅游产业发展极的重大作用。

2.昆仑文化和格尔木旅游产业发展极的关系分析

格尔木旅游产业和昆仑文化的关系非常密切，可以分别从旅游主体(旅游者)、旅游客体(旅游资源)和旅游媒介(旅游业)来分析这个问题。

(1)昆仑文化将成为众多旅游者的出发点和归宿。在有了闲暇时间和收入的情况下，个人要成为旅游者还须有旅游动机和旅游需求。旅游者出游目的主要是“乐生”的需要，出于了解异地文化的动机，希望寻求一种新的体验的需求。而格尔木昆仑文化旅游产业正是基于旅游者的这种动机和需求进行打造的。目前昆仑文化已渗透到青海旅游业的各个方而，它强烈地吸引着来自全国甚至全世界的旅游者，同时到格尔木进行昆仑文化旅游不再仅仅是一种纯粹的观光和探奇，更是学习知识的一种手段，它能使旅游者了解到青藏独特的文明，提高自己的文化素养。当然也有利于格尔木地区把昆仑文化推向全国甚至全世界，从而促进各族、各区域优秀文化的共同繁荣；同时也带动格尔木地区经济的快速发展。

(2)昆仑文化是格尔木旅游资源的魅力源泉。格尔木旅游资源是一种永久和无限的知识资源，它和昆仑文化有着密不可分的关系。首先，从自然旅游资源和历史旅游资源来看，大多具有永久价值。如昆仑山中万壑纵横、雪峰连绵、冰川漫漫、异兽出没,蕴藏着无尽的壮美、神秘和富饶，也孕育了丰富的昆仑文化。其次，从格尔木人文旅游资源来看，许多文化产物都是人文旅游资源，稍加开发便可以成为富有吸引力的旅游产品，就会有众多的游客来欣赏它、感悟它。昆仑旅游不仅仅停留在游山玩水、感官愉悦的观光旅游层次上的审美需要，更是一种满足高层次的增长知识的求知需求。这就要求我们要开发具有文化品位、能够满足旅游者文化需求的旅游产品。

(3)格尔木旅游产业发展极的打造将使昆仑文化得以保护和发展。“昆仑文化”对域外旅游者有着强大的文化吸引力和冲击力，而“昆仑文化”也必须在发展中得到保护，通过格尔木旅游产业发展极的打造不仅使“昆仑文化”得以张扬和外显，更为“昆仑文化”保护和发展提供必需的物质基础，在与其他文化的碰撞与交流中也将获得新的发展生机。同时格尔木旅游产业借助昆仑文化也得到品味提升，两者相互作用，促使昆仑文化保持连续性与个性化。

二、以昆仑文化为背景,打造格尔木为中心旅游产业发展极的优势

1.优越的地理位置

格尔木交通便利，地理位置极为优越，地缘优势十分突出，具有特殊的交通枢纽和独特的战略地位。它位于青藏高原腹地，是连接西藏、新疆、甘肃的战略要塞和我国西部的重要交通枢纽，青(海)(西)藏、青(海)新(疆)、敦(煌)格(尔木)三条公路干线在此交汇；格尔木已经初步形成包括公路、铁路、民航和管道运输等多种形式的十字立体交通网络。格尔木更是西南边防的战略支撑点，是内地通向西藏的重要门户和大型“旱码头”，每年90%以上的进出西藏的物资需要从这里中转。这使格尔木地区拥有了打造昆仑文化旅游区的地缘优势。

2.广博的昆仑文化

昆仑文化有丰富的载体和深厚的底蕴，它们从不同的层面揭示昆仑文化，也可以满足不同层次旅游者的需求。昆仑文化是以昆仑山为主脉的青海地域文化，顺应自然力，可以把自然山水人格化。因为昆仑文化具有天上人间，人间天上，天人合一，包容时空的真髓要义。具有地理意义上的昆仑、神话意义上的昆仑和文化人格意义上的三位一体。可以实现神话与现实，自然与人文的巧妙连结。是一种神奇、神秘、神圣的文化。既有的和潜在的丰富的昆仑文化为打造格尔木为中心旅游产业发展极提供了一个必不可少的前提条件。

3.丰富的旅游资源

格尔木以“青藏高原、世界屋脊、昆仑文化”为轴心的旅游资源十分丰富，境内有长江源头、万丈盐桥、雪山冰川、昆仑雪景、瀚海日出、沙漠森林等独具特色的自然景观，是观赏青藏高原风光、野生动物活动和进行科学考察、登山探险的理想之地。自上个世纪80年代以来，相继开辟了青藏高原世界屋脊汽车探险、昆仑山道教寻祖、察尔汗盐湖观光、胡杨林自然风景、蒙古族草原风情、玉珠峰登山探险等十余条具有青藏高原和浓郁民族特色的昆仑文化旅游线路，相继建成了昆仑山口、玉虚峰、西王母瑶池、昆仑神泉、万丈盐桥、胡杨林、昆仑文化碑林等景点。随着西部大开发的深入实施和青藏铁路格拉段的通车，旅游业的发展将会锦上添花。

4.政府的重视支持

格尔木拥有得天独厚的旅游资源、区位优势，同样也决定了党中央、国务院非常关注格尔木的发展，关注发展以昆仑文化为载体的旅游产业发展极的优势。西部大开发战略的实施更为格尔木带来了发展良机，首批十大标志性工程仅在格尔木安排了三项，政府一直将基础设施建设放在重要地位，不断加大投入力度，初步完善了城市交通、通讯、环保、教育、文化、体育、卫生、广播电视和新闻出版等方面的基础设施；同时，以提高文化内涵和品位为着力点，不断塑造格尔木的优美形象和特色，增强聚集和辐射功能，为格尔木这颗青藏高原上的明珠发掘昆仑文化，打造旅游产业发展极提供了全新的生机与活力。

三、以昆仑文化为媒介,打造格尔木为中心旅游产业发展极的途径

1.充分发掘昆仑文化

“巍巍昆仑，神州脊梁。百仙会聚，诸宝珍藏。青藏高原，气象万千。江河源头，民族发祥”。简短的几句话生动、形象的勾勒出了昆仑文化的庞大系统及有形载体和无形底蕴。这就要求我们以资源为基础，市场为导向，坚持政府主导、社会参与和全民办旅游并举的办法，采取多样化、现代化的手段去充分发掘昆仑文化。逐步拓展重点投入，培育新的增长点、新的卖点，集中力量推出昆仑文化的艺术精品，把各个增长点的旅游精品连在一起，组成各具特色的旅游路线，形成旅游网络和特色文化带、旅游产业带，从而为格尔木昆仑文化旅游产业发展极的打造建立基础。

2.开发多元特色旅游产品

格尔木地区蕴含着极其丰富的旅游资源，悠久的神话文化、奇特的民族风情、多彩的自然风光。为格尔木地区旅游业发展多元特色旅游产品创造了优越的前提条件。昆仑文化多元特色旅游产品要根据不同年龄、不同层次消费者的需求开发具有差异性和多层次性的产品。它将有效的改变观光旅游和“门票经济”的低水平重复格局,实现由初级向高级转变,优化产品结构，延长产品链条。

要改变目前旅游开发的一元化就要实现格尔木旅游资源在广度和深度上的有机整合。从广度看，要改变资源组合广度狭窄的局面，切实把自然景观、人文景观、有机组合起来。从深度看，要切实改善资源组合，增强旅游项目的内涵，增强各个旅游产品的刺激性、娱乐性、教育性和参与性。实现旅游精品战略，大众旅游与高价旅游并举，突出绝品高价旅游。着力打造知名度大、特色性强、进入性好、逗留期长、回头率高的旅游产品，在此基础上，形成具有多项旅游内容的特色旅游热线。做到以精品、绝品带动普品。最终形成观光度假旅游、生态旅游、文化旅游、民俗旅游等相结合的多元化旅游产品体系，以增强吸引力，延长游客停留时间，提高游客消费水平。

3.树立创新务实观念

目前，以昆仑文化为依托的旅游产业的开发已经初见成效。但是，目前应当反对两种错误的观念：一是由于格尔木地区经济发展相对落后，计划经济思想影响大。因此，存在着依赖政府的思想。二是对市场失灵问题认识不清，存在着盲目市场化思想。为此，应当坚持走市场化道路的同时，探索以昆仑文化为依托的旅游产业市场化发展特殊路径，综合运用政府职能及市场机制，解决旅游市场的市场失灵问题，促进其快速发展。由于一些急功近利的短期行为思想的影响，格尔木地区极易在“旅游扶贫”的名义下放任竭泽而渔的开发行为，进而造成地区经济“资源空心化”现象。因此，在开发中，应树立创新务实的新观念。特别强调对开发对象的选择，开发程度的控制及开发过程的监督，以防止旅游开发中出现对象错位和程度失控现象。

4.面向市场实现制度创新

建立、完善公司治理结构，进一步提高格尔木旅游企业的科学管理水平。建立现代公司法人治理结构，以解决格尔木旅游企业及旅游企业集团中依然存在的“领导一言堂”、国有资产流失、国有资产增值缓慢等传统弊病。进一步打破政企不分，条块分割的旧体制，建立高效的旅游行业管理体制。格尔木昆仑文化旅游业要实现高效持续的协调发展必须依赖于高效的管理部门运用市场化手段对其进行整体规划、规范、指导和控制。这就要求管理部门承担相应的职责，改变管理职能扭曲的现实状况。

在资源配置方面，要提高可持续性、均衡性和集中度，实现旅游资源的区位优势互补和产业间优化配置。就要政府退出资源配置者的主导地位，而运用市场

手段进行资源配置；在产业管理方面，格尔木各级旅游主管部门应通过制定旅游产业政策，提供信息引导，编制行政法规，规范旅游市场秩序，协调针对旅游产业的各种行政、法律和经济管理手段的实施，来保证旅游经济活动非政府主管部门的“过多干预”，而是政府部门应当行使自身应有的产业管理职能。从这个意义上讲，格尔木地区旅游产业管理体制的创新是实现旅游产业发展战略目标的前提条件。

5.加快旅游基础设施建设

加快格尔木地区旅游基础设施建设，拓宽基础设施的投资渠道是当务之急。为此，可以考虑以下一些方式：一是政府可以进一步加大对基础设施建设投入，一方面可以包括旅游产业发展，另一方面可以拉动内需，加速格尔木经济增长。二是可以采用公共物品的私人供给方式，在旅游基础设施建设投资上向社会全面开放，吸引社会资金进入。三是向外资进入格尔木地区旅游基础设施建设提供优惠政策和良好的行政服务，吸引外资进入。为此，格尔木地区资本市场的建设、金融工具的创新(如发行旅游建设债券、旅游企业债券、旅游建设投资基金等)和融资方式的改进等是首先应采取的举措。

**第四篇：2024年1-2月造纸行业运行情况**

2024年1-2月造纸行业运行情况

一、生产情况

2024年1-2月，全国造纸行业累计生产量为1725.4万吨，累计同比增长3.8%，较2024年同期提高5.9个百分点；纸制品累计生产量为872.9万吨，累计同比增长1.8%，较2024年同期下降14个百分点。

二、销售情况

2024年1-2月，全国造纸行业累计出口交货值48.4亿元，累计同比增长7.1%，较2024年同期提高6.8个百分点；行业产销率95.7%，较2024年同期下降0.9个百分点。纸制品累计出口交货值38.2亿元，累计同比增长6.1%，较2024年同期下降4.9个百分点；行业产销率98.4%，较2024年同期下降0.1个百分点。

三、效益情况

2024年1-2月，全国造纸行业主营业务收入1089.9亿元，同比增长1.3%，较2024年同期下降5.8个百分点；实现利润总额34.3亿元，同比下降10.1%，较2024年同期下降34.6个百分点；完成税金总额29.7亿元，同比下降0.2%，较2024年同期下降18.4个百分点。纸制品主营业务收入824.4亿元，同比增长11.7%，较2024年同期下降4.9个百分点；实现利润总额50.3亿元，同比增长15.7%，较2024年同期提高1.4个百分点；完成税金总额25.0亿元，同比增长11.6%，较2024年同期下降11.6个百分点。

**第五篇：2024年1-3月文教体育用品行业运行情况**

2024年1-3月文教体育用品行业运行情况

一、销售情况

2024年1-3月，文教办公用品行业产销率97.2%，较2024年同期下降1.0个百分点；出口交货值累计37.8亿元，同比增长1.9%。体育用品行业产销率98.5%，较2024年同期下降0.26个百分点；出口交货值累计125.2亿元，同比增长3.6%。

3月当月，文教办公用品行业产销率95.3%，较2024年同期下降

1.8个百分点；出口交货值14.3亿元，同比增长2.1%。体育用品行业产销率97.4%，较2024年同期增长0.14个百分点；出口交货值46.4亿元，同比增长9.0%。

二、经济效益

2024年1-3月，文教办公用品行业主营业务收入163.9亿元，累计同比增长13.2%；利润总额8.5亿元，累计同比增长20.3%；税金总额5.0亿元，累计同比增长27.2%。体育用品行业主营业务收入279.0亿元，累计同比增长8.4%；利润总额12.8亿元，累计同比增长26.0%；税金总额8.5亿元，累计同比增长29.2%。

本DOCX文档由 www.zciku.com/中词库网 生成，海量范文文档任你选，，为你的工作锦上添花,祝你一臂之力！