



艾凯咨询
ICAN Consulting

2016-2022年中国文化旅游业市场发展现状及战略咨询报告

一、调研说明

《2016-2022年中国文化旅游业市场发展现状及战略咨询报告》是艾凯咨询集团经过数月的周密调研，结合国家统计局，行业协会，工商，税务海关等相关数据，由行业内知名专家撰写而成。报告意于成为从事本行业人士经营及投资提供参考的重要依据。

报告主要可分为四大部分，首先，报告对本行业的特征及国内外市场环境进行描述；其次，是本行业的上下游产业链，市场供需状况及竞争格局从宏观到细致的详尽剖析，接着报告中列出数家该行业的重点企业，分析相关经营数据；最后，对该行业未来的发展前景，投资风险给出指导建议。相信该份报告对您把握市场脉搏，知悉竞争对手，进行战略投资具有重要帮助。

官方网址：<https://www.icandata.com/view/274549.html>

报告价格：纸介版9000元 电子版9000元 纸介版+电子版9200元

订购电话：400-700-0142 010-80392465

电子邮箱：sales@icandata.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、摘要、目录、图表

文化旅游产业是以旅游文化的地域差异性为诱因，以文化的碰撞与互动为过程，以文化的相互融洽为结果的，它具有民族性、艺术性、神秘性、多样性、互动性等特征。文化旅游的过程就是旅游者对旅游资源文化内涵进行体验的过程，这也是文化旅游产业的主要功能之一，它给人一种超然的文化感受，这种文化感受以饱含文化内涵的旅游景点为载体，体现了审美情趣激发功能、教育启示功能和民族、宗教情感寄托功能。

从市场面来看，国民大众旅游消费占到整个市场的96%；从产业发展来看，旅游业态培育与各地旅游目的地的完善也都是围绕国民大众的旅游消费布局的。这是中国作为一个发展中国家和旅游大国的特色，与新加坡、泰国等地区的旅游发展道路是有根本区别的，国民大众的旅游消费需求已经成为中国旅游经济持续繁荣的基础性支撑力量。

在文化产业中，文化旅游产业也是起步早、发展快、占比高的细分市场。数据显示，2012年中国文化产业总产值突破4万亿元，其中，文化旅游产业所占市场规模比重达到46%，发展形势可见一斑。

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 文化旅游业发展环境分析	1
第一节 经济环境	1
一、2015年中国国民经济运行概况	1
二、2015年我国国民经济运行现状	2
三、未来中国经济增长潜力剖析	3
第二节 消费环境	4
一、“十一五”时期城镇居民文娱旅游消费支出状况	4
二、“十二五”期间文化与旅游业消费潜力分析	6
第三节 政策环境	9
一、国家出台文化旅游业发展指导意见	9
二、中央发布政策首次对旅游业提出文化要求	13
三、文化部联合旅游局发布重点旅游演出项目名录	17
四、国家发布指导意见推进旅游与文化融合发展	19

第二章 文化旅游业分析	23
第一节 文化旅游的基本概述	23
一、文化旅游的内涵	23
二、文化旅游的核心	23
三、文化旅游业的深刻解读	24
四、旅游文化的六大特征	25
五、文化对旅游产业的促进作用	27
第二节 文化旅游产业的发展概况	28
一、中国文化旅游市场逐渐成型	28
二、近十年中国文化旅游业的发展路径剖析	28
三、文化旅游产业在相互融合中实现提升	30
四、中欧文化旅游业发展的差异比较	32
第三节 文化旅游产业园区的相关概述	33
一、文化旅游产业园区的内涵浅析	33
二、文化旅游产业园区的主要特征	34
三、构建文化旅游产业园区的要素分析	35
第四节 文化旅游创意园区发展分析	38
一、文化旅游创意园区逐渐兴起	38
二、“一站式体验”的基本简述	38
三、文化旅游创意产业园区的成因及特征浅析	40
四、文化旅游创意产业园区的开发模式剖析	41
五、文化旅游创意产业园区发展的战略建议	44
第五节 文化旅游业存在的问题	45
一、我国文化旅游业发展面临的主要难题	45
二、我国文化旅游业遭遇的主要挑战	47
三、旅游产品开发面临的三类文化矛盾	48
四、传统文化型景区发展的尴尬局面	49
第六节 文化旅游业发展的对策分析	51
一、充分挖掘旅游文化内涵的建议	51
二、开发文化旅游产业的方略	52
三、提升中国文化旅游业竞争力的战略方针	53
四、适当运用文化因素开发旅游产品的思路	54

第三章 民族文化旅游 59

第一节 民族文化与旅游业的关系 59

- 一、民族文化与旅游发展有三大相关性 59
- 二、民族文化与西部旅游业息息相关 59
- 三、民族文化决定着旅游业的竞争力 60
- 四、正确开发利用能有效保护民族文化资源 60

第二节 民族文化开发的相关概述 61

- 一、民族文化开发成功应具备的特点 61
- 二、民族旅游开发产生的负面效应 61
- 三、民族文化资源开发面临的阻碍 62
- 四、开发民族文化资源的对策 63

第三节 生态博物馆模式在民族文化旅游中的应用透析 65

- 一、生态博物馆模式简介 65
- 二、生态博物馆旅游的保护性原则 67
- 三、生态博物馆旅游的原生态原则 68
- 四、生态博物馆旅游的选择控制原则 68
- 五、生态博物馆旅游的社区参与原则 69
- 六、生态博物馆旅游的效益回报原则 70

第四节 西部地区民族文化生态旅游的开发与保护综述 70

- 一、民族文化生态旅游的概念 70
- 二、西部民族文化生态旅游的开发模式剖析 71
- 三、西部民族旅游开发中的保护思路解析 74

第四章 红色旅游 76

第一节 红色旅游相关概述 76

- 一、红色旅游的概念 76
- 二、红色旅游资源的特点 76
- 三、红色旅游的综合价值分析 80

第二节 中国红色旅游的发展概况 81

- 一、中国红色旅游进入快车道 81
- 二、我国红色旅游圆满实现各项规划目标 82
- 三、我国红色旅游继续保持良好增长态势 83
- 四、我国发布首个红色旅游产品手册 84

五、国家出台"十二五"红色旅游发展规划纲要	84
六、我国红色旅游消费者特征分析	89
第三节 部分地区红色旅游发展现状	90
一、江西省	90
二、四川省	107
三、福建省	108
四、湖南省	109
五、广西壮族自治区	109
第四节 红色旅游发展的问题分析	111
一、中国红色旅游发展存在的突出问题	111
二、红色旅游业面临的主要难题	112
三、红色旅游发展方式受质疑	112
四、红色旅游景区发展的掣肘	113
第五节 发展红色旅游的策略与建议	114
一、红色旅游业发展的对策	114
二、红色旅游发展应注重塑造品牌	116
三、以社区旅游模式来推动红色旅游和谐发展	116
四、红色旅游可持续发展的相关建议	121
第五章 影视旅游	123
第一节 影视旅游的相关概述	123
一、影视旅游的内涵	123
二、影视旅游的特征	123
三、影视旅游的动机浅析	124
四、影视文化对旅游业的促进作用	126
第二节 国外影视旅游业发展的成功经验	128
一、美国	128
二、加拿大	130
三、韩国	131
四、印度	133
五、日本	134
第三节 中国影视旅游产业的发展	138
一、我国影视旅游业的兴起与开发状况	138

二、我国影视旅游联姻产生巨大经济效应	139
三、国内影视旅游热掀起基地建设高潮	143
四、中国影视旅游产业面临广阔发展机遇	146
第四节 影视旅游业发展的五力模型解析	148
一、潜在进入者	148
二、现有竞争对手间争夺的激烈程度	149
三、替代产品压力	150
四、供方侃价能力	150
五、买方侃价能力	151
第五节 部分地区影视旅游业的发展	151
一、山西影视旅游业开发状况分析	151
二、海南省影视旅游的发展现状及开发建议	153
三、长沙影视旅游业发展的可行性及对策	159
四、北京着力建设旅游影视营销体系	162
五、云南腾冲打造影视基地促旅游业发展	164
六、大连计划斥巨资发展影视旅游业	164
第六节 影视旅游业存在的问题	166
一、影视旅游开发中存在的阻碍	166
二、我国影视旅游开发的错误观念	167
三、影视作品对旅游业发展的消极影响	167
第七节 影视旅游业开发的对策分析	168
一、加快我国影视旅游业发展的措施	168
二、民族地区旅游业和影视文化的结合策略探讨	170
三、影视旅游的品牌塑造与推广策略透析	172
四、影视旅游业的市场经济路径探讨	180
第六章 旅游演艺业	184
第一节 中国旅游演艺业发展综述	184
一、旅游演艺的产生与发展	184
二、旅游演艺产品的形态分析	185
三、旅游业与演艺业融合发展的意义	186
第二节 中国旅游演艺业发展的SWOT分析	190
一、优势分析	190

二、劣势分析	191
三、机会分析	191
四、威胁分析	192
第三节 中国旅游演艺市场发展概况	192
一、我国旅游演艺产品市场的格局剖析	192
二、中国旅游演艺项目开发状况	193
三、我国旅游演艺行业的投资属性	210
四、中国旅游演艺市场前景看好	211
第四节 部分地区旅游演艺业的发展	211
一、四川	211
二、西藏	212
三、湖北	213
四、鄂尔多斯	215
五、张家界武陵源	219
第五节 中国旅游演艺业发展的问题及对策	224
一、中国旅游演艺市场发展中的主要问题	224
二、旅游演艺市场运营中的突出问题	225
三、推动旅游演艺市场发展的对策建议	225
四、旅游演艺市场的营销策略浅析	226
五、从体验经济角度探索旅游演艺产品开发思路	227
第七章 其他文化旅游业	229
第一节 民俗文化旅游	229
一、民俗文化旅游的概念	229
二、中国民俗文化旅游开发的现况	229
三、民俗文化旅游开发的基本模式剖析	231
四、民俗文化旅游开发应遵循环保经济原则	233
五、促进中国民俗旅游发展的对策	234
第二节 宗教文化旅游	235
一、宗教文化与旅游业的相关性阐述	235
二、宗教文化旅游的内涵简析	239
三、我国主要宗教旅游名山简介	242
四、宗教文化旅游的产品体系剖析	242

五、宗教文化旅游产品开发的相关要点分析	243
第三节 茶文化旅游	244
一、中国茶文化的定义与内涵浅述	244
二、茶文化旅游的主要内容	244
三、茶文化旅游具有可观经济效益	245
四、中国茶文化旅游发展概述	245
五、促进茶文化旅游业发展的对策	246
第四节 非物质文化遗产旅游	248
一、非物质文化遗产的基本概念	248
二、非物质文化遗产旅游渐入佳境	249
三、非物质文化遗产旅游开发的热点解析	250
四、非物质文化遗产旅游开发面临的挑战	251
五、非物质文化遗产旅游发展的对策建议	251
六、海洋非物质文化遗产的旅游开发综述	252
第八章 河南省文化旅游业	255
第一节 河南省文化旅游业发展概况	255
一、河南发展文化旅游产业具独特优势	255
二、河南借助演艺节目盘活文化旅游产业	255
三、河南省文化旅游产业呈蓬勃发展态势	256
四、制约河南省文化旅游业发展的因素分析	256
五、河南文化旅游业发展的经验与措施	257
六、河南文化旅游业开发的方向与建议	259
第二节 河南文化旅游产品的开发设计	261
一、自有资源的产品开发与设计	261
二、外源资源的产品开发与利用	262
三、构建文化旅游消费循环	263
四、河南斥巨资打造丹阳湖生态文化旅游区	263
第三节 郑州市	264
一、郑州市文化旅游产业发展近况分析	264
二、郑州着力构建沿黄文化旅游产业带	271
三、登封市文化旅游产业逐步发展壮大	272
四、郑州市文化旅游产业发展的问题及对策	274

第四节 南阳市 275

- 一、南阳文化旅游产业发展综述 275
- 二、南阳市卧龙区文化旅游产业发展潜力探析 275
- 三、南阳镇平县文化旅游产业方兴未艾 277
- 四、南阳文化旅游业存在的主要问题 279
- 五、南阳文化旅游业的开发思路 279

第五节 信阳市 281

- 一、信阳固始文化旅游业拉动经济大幅增长 281
- 二、信阳新县文化旅游业取得可喜成绩 282
- 三、大型文化旅游项目花落信阳东双河 284
- 四、信阳引资开发龙山湖文化旅游项目 285
- 五、信阳光山县文化旅游产业发展的深度思考 286

第六节 开封市 286

- 一、“十一五”期间开封市文化旅游业实现跨越式发展 286
- 二、开封加强文化旅游业的招商引资 290
- 三、开封市文化旅游业发展政策与规划解读 293
- 四、开封文化旅游产业存在的主要不足 293
- 五、促进开封市文化旅游产业发展的对策 295

第七节 其他地区 301

- 一、周口文化旅游产业发展概况 301
- 二、驻马店汝南县加快推进文化旅游产业发展 309
- 三、洛阳市文化旅游业发展目标及重点项目 311
- 四、汤阴县从多方位推动文化旅游业发展 315

第九章 湖北省文化旅游业 317

第一节 湖北省文化旅游业发展概况 317

- 一、湖北省文化旅游业开发状况 317
- 二、鄂西圈生态文化旅游业呈快速发展态势 318
- 三、湖北省斥巨资着力建设鄂西生态文化旅游圈 318
- 四、湖北省部分县市文化旅游业发展状况 318

第二节 荆州市 319

- 一、“十一五”期间荆州市文化旅游业发展综述 319
- 二、荆州加大文化旅游资源整合力度 322

三、深入解析荆州文化旅游产业的问题	323
四、文化旅游业资本增值的途径分析	324
五、荆州文化旅游产业整合发展思路解析	335
第三节 孝感市	337
一、孝感市文化旅游业发展的环境及优势	337
二、孝感市文化旅游业发展现状浅析	337
三、孝文化资源开发的价值探究	341
四、孝文化资源的综合开发路径选择	343
五、促进孝文化旅游发展的策略	348
第四节 湖北秭归	351
一、湖北秭归文化旅游业发展迅速	351
二、秭归屈原文化旅游开发状况	353
三、秭归屈原文化旅游开发存在的问题	353
四、秭归屈原文化旅游开发的建议	355
第五节 昭君文化旅游业	356
一、项目实施的背景与意义	356
二、文化旅游开发的战略思想	358
三、文化旅游开发的战略布局	359
四、文化旅游开发思路与战略措施	360
第六节 鄂西生态文化旅游圈规划布局	364
一、鄂西圈文化旅游资源概况	364
二、鄂西生态文化旅游圈规划体系与原则	365
三、鄂西圈文化旅游业发展的思路	367
四、2020年鄂西圈文化旅游业发展目标	367
五、鄂西圈文化旅游业发展的战略、布局及路线	378
第十章 湖南省文化旅游业	410
第一节 湖南省文化旅游业发展概况	410
一、湖南山水文学具有丰富的旅游开发潜力	410
二、湖湘文化影响下的湖南省旅游业探析	413
三、湘中六县(市)勾画文化旅游区蓝图	414
四、湖南省借举办文化旅游节契机促产业发展	415
五、湖南文化旅游投资基金助力省内文化企业	418

第二节 郴州	420
一、郴州旅游文化产业步入快速增长阶段	420
二、郴州资兴文化旅游业再添新军	422
三、民俗文化带动郴州旅游业大发展	425
四、郴州民俗文化旅游产业快速发展的对策	426
第三节 吉首市	428
一、吉首市文化旅游产业状况分析	428
二、吉首市发展文化旅游业的必要性和有利条件	429
三、吉首市专项资金扶持民族文化旅游业发展	431
四、吉首市文化旅游产业存在的不足	432
五、促进吉首市文化旅游产业发展的建议	433
第四节 凤凰县	436
一、凤凰文化旅游产业取得巨大经济效益	436
二、凤凰县文化旅游产业发展的成功经验	437
三、凤凰文化旅游产业快速发展的思路	453
第五节 大湘西文化旅游产业	455
一、大湘西文化旅游业发展的基础	455
二、大湘西文化旅游业发展的基本理念	456
三、大湘西生态文化旅游圈的未来发展规划	457
四、大湘西文化旅游业的品牌塑造思路	458
五、大湘西文化旅游业发展需要的政策环境	461
第十一章 山东省文化旅游业	463
第一节 山东省文化旅游业发展概况	463
一、山东省大力推动文化旅游项目开发	463
二、山东构建重点文化旅游产品品牌	465
三、山东打造聚集区开发海洋文化产业	474
四、促进山东文化旅游业发展的对策	474
五、山东道教文化旅游资源开发概况	476
第二节 济宁市	478
一、济宁市文化旅游产业发展现状	478
二、济宁市文化旅游业发展规划简析	478
三、济宁市文化旅游产业面临良好局面	481

四、中长期济宁市城市文化旅游发展规划解读	481
第三节 曲阜市	484
一、曲阜文化旅游产业创造可喜佳绩	484
二、曲阜设专项资金发展文化旅游业	485
三、曲阜市加快文化旅游产业转型升级	486
四、曲阜一批文化旅游项目完成招商引资	487
五、曲阜市文化旅游产业发展战略透析	488
第四节 其他地区	491
一、山东临沭文化旅游业获丰硕成果	491
二、东平县着力推广水浒文化旅游品牌	492
三、投资逾200亿影视文化旅游产业园项目落户临沂	494
四、大型文化旅游产业项目落户德州	494
五、莱阳打造特色文化旅游产业	496
六、郓城积极推进文化旅游业全面发展	500
第十二章 云南省文化旅游业	503
第一节 云南省文化旅游业发展概况	503
一、云南省文化旅游产业发展特点透析	503
二、云南文化旅游产业发展基金重磅问世	505
三、云南省文化旅游产业发展的对策	505
四、云南文化旅游产业发展的远景预测	509
第二节 云南省民族文化旅游业分析	511
一、云南民族文化旅游业发展的深远意义	511
二、云南民族文化旅游的SWOT剖析	515
三、云南集中精力创建民族文化旅游区	519
四、民族文化旅游业助云南方山诸葛营村经济腾飞	523
五、加快云南民族文化旅游业发展的建议	525
第三节 丽江民俗文化旅游业分析	526
一、丽江古城基本简介	526
二、丽江古城民俗文化旅游发展具有重要意义	527
三、丽江古城民俗文化旅游发展面临的挑战	528
四、丽江古城民俗文化旅游发展的对策措施	529
第四节 大理	531

一、大理市文化旅游产业发展状况	531
二、大理着力推进文化旅游产业基地建设	532
三、大理剑川民族文化旅游产业发展壮大的路径	533
第五节 楚雄州	534
一、楚雄州勾勒文化旅游业宏伟蓝图	534
二、楚雄州文化旅游产业发展概述	535
三、楚雄州文化旅游发展分析	538
四、楚雄禄丰县文化旅游业发展措施浅析	539
五、楚雄姚安县全面推进文化旅游产业发展	540
六、楚雄大姚县文化旅游业发展概况	541
七、楚雄州武定县积极推进文化旅游业发展	542
第十三章 四川省文化旅游业	544
第一节 四川省文化旅游业发展概况	544
一、四川文化旅游资源介绍	544
二、四川文化旅游业发展基本概况	545
三、四川文化旅游业发展存在的不足	546
四、四川文化旅游业发展的目标与对策	547
第二节 四川省文化旅游产业的融资分析	549
一、四川推出旅游文化国际化贷款项目	549
二、文化旅游业吸收社会资本的主要经验解析	550
三、社会资本投入文化旅游业面临的挑战	551
四、文化旅游业吸引社会资本投资的建议	552
第三节 四川民族地区文化旅游发展综述	557
一、民族地区文化旅游业基本发展情况	557
二、民族地区文化旅游发展存在的难题	557
三、民族地区文化旅游呈现趋向	561
四、四川省民族文化旅游业发展的对策	565
第四节 主要地区文化旅游业	570
一、阿坝州文化旅游产业发展壮大的路径分析	570
二、“小平故里”文化旅游开发近况	578
三、北川加快文化旅游产业发展步伐	579
四、绵阳着力打造三国文化旅游线路	581

五、甘孜州文化旅游产业发展势头强劲	582
第十四章 贵州省文化旅游业	584
第一节 贵州文化旅游业发展概况	584
一、贵州文化旅游资源概述	584
二、贵州大夜郎文化旅游圈发展机遇来临	589
三、贵州确立以文化旅游为龙头的文化产业发展战略	590
四、打造具有贵州文化特色的旅游品牌	591
第二节 贵州民族地区文化旅游业发展的经验探究	595
一、借助媒体力量贵州民族文化旅游业发展迅猛	595
二、应用新媒体网络	595
三、借用品牌媒体做宣传	596
四、借助文化媒介名人提升知名度	597
五、巧借歌舞产品宣传自己	598
第三节 主要地区文化旅游业	600
一、赤水市文化旅游产业发展综述	600
二、务川县文化旅游产业发展的成功经验评析	604
三、黔东南民族文化生态旅游发展迅猛	605
四、铜仁文化旅游产业实现又快又好发展	612
五、贵州镇远县文化旅游业活力迸发	615
第十五章 其他地区	617
第一节 安徽省	617
一、安徽努力开创文化与旅游共赢局面	617
二、安徽旅游景点突出打造特色节庆文化旅游品牌	618
三、安徽桐城大力发展文化旅游产业	618
四、安徽黟县创造独特的文化旅游产业发展模式	619
第二节 甘肃省	621
一、甘肃提出建立文化旅游强省目标及实施战略	621
二、甘肃礼县文化旅游产业发展概况	623
三、甘肃省陇南市西和县文化旅游业发展简况	624
第三节 福建省	626
一、福建省文化旅游业具备成熟的发展环境	626
二、福建省文化旅游产业发展现状	626

三、福建省文化旅游产业发展的问题分析	627
四、福建妈祖文化旅游的开发价值	628
五、福建省文化旅游产业发展的目标及主要措施	630
第四节 海南省	638
一、海南省五大文化旅游资源分析	638
二、文化助推海南旅游业高速发展	641
三、海南民俗文化旅游资源的开发	642
四、白鹭湖新农村生态文化旅游开发的可行性与前景分析	644
第五节 河北省	653
一、河北省文化旅游资源特色与优势	653
二、河北省文化旅游资源空间布局设想	654
三、河北省文化旅游精品开发重点	655
四、河北省文化旅游用品的六大开发系列与开发思路	659
五、河北西柏坡红色文化旅游产业的进一步开发探讨	661
第六节 山西省	668
一、山西的历史定位与文化旅游资源分析	668
二、山西的文化旅游业发展概述	671
三、山西右玉借助《走西口》亮出西口文化旅游牌	671
四、山西省发展文化旅游产业的模式探讨	672
第七节 陕西省	676
一、陕西红色文化旅游资源的保护与开发	676
二、陕西玉华山佛教文化旅游开发价值分析	677
三、陕西宝鸡竭力做大做强文化旅游产业	678
四、陕西扶风发展文化旅游产业的路径探讨	679
五、西安文化旅游企业的优惠政策	681
第八节 广西壮族自治区	682
一、文化旅游为广西旅游业发展开辟新空间	682
二、深入探讨广西文化旅游产业的发展模式	682
三、宾阳县文化旅游产业成为重点经济支柱	686
四、宜州市积极推广刘三姐文化旅游品牌	688
第九节 北京市	695
一、北京市文化旅游资源概况	695

二、北京市文化旅游业发展状况	696
三、北京文化旅游消费者调研分析	697
四、北京文化旅游业发展存在的问题	700
五、北京文化旅游业发展的趋势探讨	700
第十节 上海市	702
一、上海文化旅游资源的基本分类	702
二、上海文化旅游资源的特点分析	705
三、上海文化旅游资源的开发思路	706
第十一节 内蒙古自治区	707
一、内蒙古民俗文化旅游资源的分布及特征	707
二、内蒙古民俗文化旅游产业发展现状	707
三、2012年内蒙古重点文化旅游项目开建	708
四、准格尔旗文化旅游产业发展路径	709
五、内蒙古民俗文化旅游资源开发的问题及对策	710
六、内蒙古文化旅游产业发展规划	713
第十二节 宁夏自治区	713
一、宁夏文化旅游资源状况	713
二、宁夏持续大力推进文化与旅游业融合发展	716
三、宁夏文化旅游产业项目受投资者青睐	722
四、宁夏文化旅游业存在的问题及解决对策	722
第十三节 新疆自治区	723
一、新疆文化旅游业发展渐入佳境	723
二、新疆文化旅游开发的资源状况分析	724
三、新疆哈密地区大力发展文化旅游业	727
四、新疆文化旅游业发展的问题与对策	728
五、新疆文化旅游开发的不足及发展建议	729
第十四节 西藏自治区	734
一、西藏为文化旅游业创造良好的发展环境	734
二、西藏民族文化旅游资源的开发概况	735
三、西藏民族文化旅游业发展面临的阻碍	736
四、西藏民族文化旅游资源的开发思路探究	736
第十六章 文化旅游业营销分析	738

第一节 旅游文化营销的运作形式剖析	738
一、运作基础	738
二、文化包装与产品设计	738
三、文化传播与广告促销	739
四、文化体验与旅游品牌	739
第二节 主题公园的影视营销方法解析	740
一、影视拍摄对主题公园的促进作用浅述	740
二、影视主题公园发展存在的问题	741
三、营销环境与市场定位分析	742
四、产品的开发、营销及组合策略	744
第三节 旅游景区的影视营销模式透析	749
一、长期捆绑式	749
二、深度植入式	750
三、专题电影	750
四、借助知名影视剧炒作	751
第四节 体验经济在红色旅游产业的融合发展	751
一、体验经济对红色旅游产品的积极作用简述	751
二、红色旅游发展存在的主要问题	752
三、红色旅游产品的营销要点透析	753
四、红色旅游景区体验型开发的具体模式探析	755
第十七章 重点企业	759
第一节 深圳华侨城控股股份有限公司	759
一、公司简介	759
二、2015年华侨城经营状况分析	760
三、2015年华侨城经营状况分析	767
四、2015年华侨城经营状况分析	774
五、华侨城文化旅游业务发展现状及策略分析	778
六、华侨城经营发展中面临的挑战	779
第二节 杭州宋城旅游发展股份有限公司	784
一、公司简介	784
二、2015年宋城股份经营状况分析	784
三、2015年宋城股份经营状况分析	790

四、2015年宋城股份经营状况分析	795
五、宋城股份文化旅游业务经营模式解析	799
六、宋城集团用文化助推旅游业发展	801
七、宋城集团对文化资源进行有效的商品开发	803
第三节 中青旅控股股份有限公司	804
一、公司简介	804
二、2015年中青旅经营状况分析	805
三、2015年中青旅经营状况分析	811
四、2015年中青旅经营状况分析	817
五、中青旅文化旅游项目运作情况	821
六、中青旅开发太极文化旅游领域	825
第四节 中视传媒股份有限公司	825
一、公司简介	825
二、2015年中视传媒经营状况分析	827
三、2015年中视传媒经营状况分析	832
四、2015年中视传媒经营状况分析	838
五、中视传媒文化旅游业务概况	842
第五节 上市公司财务比较分析	843
一、盈利能力分析	843
二、成长能力分析	844
三、营运能力分析	844
四、偿债能力分析	845
第六节 东联控股集团	845
一、公司简介	845
二、东联集团进入文化旅游业的背景分析	847
三、东联集团文化旅游业发展规划	849
第七节 其他企业简介	849
一、鄂西生态文化旅游圈投资有限公司	849
二、四川美仑旅游文化产业投资有限公司	853
三、成都文化旅游发展集团有限责任公司	853
四、唐家湾文化旅游有限公司	856
第十八章2016-2022年中国文化旅游业发展前景分析	857

第一节 旅游业总体前景展望	857
一、中国旅游业未来发展前景广阔	857
二、中国休闲旅游产业发展潜力可观	858
三、“十二五”期间中国旅游业发展展望	860
四、中国旅游市场未来发展趋势透析	866
第二节 文化旅游业的趋势分析	869
一、中国历史文化旅游产品开发潜力无限	869
二、农村旅游文化产业发展面临大好机遇	873
三、欠发达地区民俗文化旅游业发展空间广大	873
四、2016-2022年文化旅游业发展形势分析	873

图表目录：

图表：构建文化旅游产业园区的七大要素
图表：“一站式体验”的形成
图表：文化旅游创意产业园区成因图
图表：文化旅游创意产业园区概念示意
图表：文化旅游创意产业园区开发的主流模式
图表：2012-2015年中国红色旅游发展简况
图表：2015年福建省主要旅游经济指标
图表：2015年度韩国上映影片票房榜
图表：2000-2015年日本电影屏幕数量变动趋势：块
图表：2015年日本电影屏幕数量区域分布图：块
图表：2000-2015年日本电影市场概况
图表：2010-2015年中国电影市场票房收入统计：亿元
图表：2015年票房收入前10名国产影片：万元
图表：2005-2015年全国影院数量走势分析
图表：2003-2015年中国电影银幕数量统计
图表：影视旅游作为目的地营销工具的原理

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/274549.html>

三、研究方法

- 1、系统分析方法
- 2、比较分析方法
- 3、具体与抽象方法
- 4、分析与综合方法
- 5、归纳与演绎方法
- 6、定性分析与定量分析方法
- 7、预测研究方法

四、数据来源

对行业内相关的专家、厂商、渠道商、业务（销售）人员及客户进行访谈，获取最新的一手市场资料；

艾凯咨询集团长期监测采集的数据资料；

行业协会、国家统计局、海关总署、国家发改委、工商总局等政府部门和官方机构的数据与资料；

行业公开信息；

行业企业及上、下游企业的季报、年报和其它公开信息；

各类中英文期刊数据库、图书馆、科研院所、高等院校的文献资料；

行业资深专家公开发表的观点；

对行业的重要数据指标进行连续性对比，反映行业发展趋势；

中华人民共和国国家统计局 <http://www.stats.gov.cn>

中华人民共和国国家工商行政管理总局 <http://www.saic.gov.cn>

中华人民共和国海关总署 <http://www.customs.gov.cn>

中华人民共和国商务部 <http://www.mofcom.gov.cn>

中国证券监督管理委员会 <http://www.csrc.gov.cn>

中华人民共和国商务部 <http://www.mofcom.gov.cn>

世界贸易组织 <https://www.wto.org>

联合国统计司 <http://unstats.un.org>

联合国商品贸易统计数据库 <http://comtrade.un.org>

五、关于艾凯咨询网

艾凯咨询网（www.icandata.com）隶属艾凯咨询集团（北京华经艾凯企业咨询有限公司），艾凯咨询集团专注提供大中华区产业经济情报，为企业商业决策赋能，是领先的市场研究报告和竞争情报提供商

艾凯咨询集团为企业专业提供投资咨询报告、深度研究报告、市场调查、统计数据等。艾凯咨询网每天更新大量行业分析报告、图表资料、竞争情报、投资情报等，为用户及时了解迅速变化中的世界和中国市场提供便利，为企业商业决策赋能。

研究力量

高素质的专业的研究分析团队，密切关注市场最新动向。在多个行业，拥有数名经验丰富的专业分析师。对于特定及专属领域，我们有国内外众多合作研究机构，同时我们聘请数名行业资深专家顾问，帮助客户分清市场现状和趋势，找准市场定位和切入机会，提出合适中肯的建议，帮助客户实现价值，与客户一同成长。

我们的优势

权威机构 艾凯咨询集团二十年深厚行业背景;
数量领先 囊括主流研究报告和权威合作伙伴;
服务齐全 促销、推荐指数、积分、网上支付等;
良好声誉 广泛知名度、满意度，众多新老客户。