



艾凯咨询
ICAN Consulting

2016-2022年中国文化旅游市场 分析及投资策略研究报告

一、调研说明

《2016-2022年中国文化旅游市场分析及投资策略研究报告》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/279173.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，是最近几年才出现并流行的一个名词，它的出现与游客需求的转变密切相关。因此，较为流行的定义是“那些以人文资源为主要内容的旅游活动，包括历史遗迹、建筑、民族艺术和民俗、宗教等方面”。还有说法认为文化旅游属于专项旅游的一种，是集政治、经济、教育、科技等于一体的大旅游活动。

中国文化旅游可分为以下四个层面，即以文物、史记、遗址、古建筑等为代表的历史文化层；以现代文化、艺术、技术成果为代表的现代文化层；以居民日常生活习俗、节日庆典、祭祀、婚丧、体育活动和衣着服饰等为代表的民俗文化层；以人际交流为表象的道德伦理文化层。在我国，发展旅游业，开展文化旅游是相当重要的，它不仅增强产品吸引力，提高经济效益，还可大力弘扬中国文化，让世界了解中国，同时也可改变越来越多的中国人不懂中国文化这一状况。 2015年国内上市旅游企业营业收入前十名

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 文化旅游业分析 1

第一节 文化旅游的基本概述 1

一、文化旅游的内涵 1

随着我国产业结构的调整，这期间也为旅游业快速发展提供了良好的发展机遇，旅游策划专家认为：“旅游业既是劳动密集型产业，也是第三产业的龙头，其产业链条长，辐射面广，关联带动性强，这将有利于湖北在劳动力资源丰富的情况下，依靠国家产业结构调整的方向，大力发展旅游业。

自从我国加入WTO后，国内旅游业及相关行业加速与国际接轨，这些条件带给河南省加快开发步伐和谋求大发展带来了新的机遇。国内二级市场容易受到省内其他地区、陕西、湖南、江西等周边市场的截流和分割。各地旅游业竞争日趋激烈，分割了原有的旅游市场。旅游

者已对旅游产品有了更大的选择余地，这就要求旅游产品有更丰富的内涵，更大的魅力，更高的标准。

二、文化旅游的核心 1

三、文化旅游业的深刻解读 2

文化旅游定义1：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。

文化旅游定义2：泛指以鉴赏异国异地传统文化、追寻文化名人遗迹或参加当地举办的各种文化活动为目的的旅游。寻求文化享受成为当前旅游业出现的新时尚。文化旅游产业是一种特殊的综合性产业，因其关联性高、涉及面广、辐射性强、带动性强而成为新世纪经济社会发展中最具有活力的新兴产业。文化旅游包括历史遗迹、建筑、民族艺术、宗教等内容。其涵盖性强，几乎可以囊括所有相关的产业。 中国十佳旅游景点地图

四、旅游文化的特征 2

五、旅游与文化的关系浅析 3

第二节 文化旅游产业的发展概况 4

一、中国文化旅游市场逐渐成型 4

二、中国文化旅游资源丰富多采 5

三、文化内涵成为旅游业发展的新焦点 5

四、2014-2015年被确定为"中华文化游"主题旅游年 6

五、中欧文化旅游业发展的差异比较 8

第三节 文化旅游创意园区发展分析 12

一、文化旅游创意园区逐渐兴起 12

二、"一站式体验"的基本简述 13

三、文化旅游创意产业园区的成因及特征浅析 14

四、文化旅游创意产业园区的开发模式剖析 16

五、文化旅游创意产业园区发展的战略建议 18

第四节 文化旅游业存在的问题 20

一、我国文化旅游业发展面临的主要难题 20

- 二、我国文化旅游业遭遇的主要挑战 22
- 三、旅游产品开发面临的三类文化矛盾 24
- 四、传统文化型景区发展的尴尬局面 25
- 第五节 文化旅游业发展的对策分析 29
 - 一、推进文化旅游产业发展思考 29
 - 二、开发文化旅游产业的方略 30
 - 三、促进我国文化旅游业发展的对策 31
 - 四、提升中国文化旅游业竞争力的战略方针 33
 - 五、适当运用文化因素开发旅游产品的思路 34
- 第六节 2014-2015年文化部、国家旅游局关于促进文化与旅游结合发展的指导意见 38
 - 一、高度重视文化与旅游的结合发展 38
 - 二、推进文化与旅游结合发展的主要措施 38
 - 三、加强组织领导，完善工作机制 40

第二部分 细分行业分析

第二章 民族文化旅游 42

- 第一节 民族文化与旅游业的关系 42
 - 一、民族文化与旅游发展有三大相关性 42
 - 二、民族文化与西部旅游业息息相关 42
 - 三、民族文化决定着旅游业的竞争力 44
 - 四、正确开发利用能有效保护民族文化资源 44
- 第二节 民族文化开发的相关概述 45
 - 一、民族文化开发成功应具备的特点 45
 - 二、民族文化资源开发面临的阻碍 47
 - 三、开发民族文化资源的对策 48
 - 四、民族文化资源开发与保护 51
 - 五、建立民族文化旅游资源产权制度的必要性 55
- 第三节 生态博物馆模式在民族文化旅游中的应用透析 61
 - 一、生态博物馆模式简介 61
 - 二、生态博物馆旅游的保护性原则 62
 - 三、生态博物馆旅游的原生态原则 63
 - 四、生态博物馆旅游的选择控制原则 64

- 五、生态博物馆旅游的社区参与原则 64
- 六、生态博物馆旅游的效益回报原则 65
- 第四节 少数民族文化旅游业发展概况 65
 - 一、少数民族文化旅游资源简述 65
 - 二、少数民族文化旅游资源的开发原则 66
 - 三、旅游开发对少数民族文化的影响剖析 67
 - 四、少数民族文化旅游资源开发面临的难题 68
 - 五、应加强少数民族文化旅游资源开发的保护力度 69
- 第五节 西部地区民族文化生态旅游的开发与保护综述 70
 - 一、西部民族文化生态层次分析 70
 - 二、西部民族文化生态特点分析 71
 - 三、西部旅游对民族文化生态的冲击 72
 - 四、西部旅游对民族文化生态的改良 73
 - 五、西部民族文化可持续发展的旅游开发模式 74

第三章 红色旅游 77

第一节 红色旅游相关概述 77

- 一、红色旅游的概念 77
- 二、红色旅游资源的特点 77
- 三、红色旅游文化发展的重大意义 80
- 四、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 83

- 一、中国兴起红色旅游发展高潮 83
- 二、中国红色旅游进入快车道 86
- 三、我国在全国范围培育形成12个重点红色旅游区 87
- 四、2014-2015年中秋长假全国红色旅游情况分析 88
- 五、2014-2015年我国红色旅游业持续火爆 91
- 六、2014-2015年安徽红色旅游收入 92
- 七、2014-2015年湖南红色旅游人次和收入比增长均超两成 93
- 八、2014-2015年江西旅游接待总数突破1亿人 93
- 九、河北红色旅游综合收入超200亿元 94
- 十、我国红色旅游《一期规划》已超过了目标任务 二期规划待报批 94

第三节 红色旅游发展的问题分析 95

- 一、红色旅游业面临的主要难题 95
- 二、当前红色旅游开发中存在的主要问题 96
- 三、对红色旅游景区发展的思考 98

第四节 发展红色旅游的策略与建议 99

- 一、红色旅游业发展的对策 99
- 二、红色旅游发展应注重塑造品牌 101
- 三、老区建设与红色旅游业的互促发展 105
- 四、以社区旅游模式来推动红色旅游和谐发展 107
- 五、红色旅游可持续发展的相关建议 110
- 六、如何整合红色旅游市场 112

第四章 影视旅游 117

第一节 影视旅游的相关概述 117

- 一、影视旅游的内涵 117
- 二、影视旅游的特征 118
- 三、影视旅游的动机浅析 119
- 四、影视文化对旅游业的促进作用 119

第二节 国外影视旅游业发展的成功经验 120

- 一、美国 120
- 二、加拿大 121
- 三、韩国 122
- 四、印度 124

第三节 中国影视旅游产业的发展 127

- 一、我国影视旅游业的兴起与开发情况 127
- 二、我国影视旅游联姻产生巨大经济效应 128
- 三、国内影视旅游热掀起基地建设高潮 129

第四节 部分地区影视旅游业的发展 130

- 一、山西影视旅游业发展的现状及展望 130
- 二、海南影视旅游发展的基础及开发路径 134
- 三、影视文化给湘西旅游业带来新血液 137
- 四、长沙影视旅游业发展的可行性及对策 141

- 五、横店影视旅游形成完整产业链 143
- 六、电影《赤壁》成为赤壁旅游业发展的驱动器 144
- 七、开平市打造赤坎影视基地 做大旅游业蛋糕 145
- 第五节 影视旅游业存在的问题 147
 - 一、影视旅游开发中存在的阻碍 147
 - 二、我国影视旅游开发的错误观念 150
 - 三、管理人才匮乏影响影视旅游发展 151
- 第六节 影视旅游业开发的对策分析 152
 - 一、影视旅游结合发展需要关注的要点 152
 - 二、加快我国影视旅游业发展的措施 153
 - 三、民族地区旅游业和影视文化的结合策略探讨 154
 - 四、影视旅游的品牌塑造与推广策略透析 155
 - 五、我国影视旅游产业化发展之策 157

第五章 其他文化旅游业 160

第一节 民俗文化旅游 160

- 一、民俗文化旅游的概念 160
- 二、中国民俗文化旅游开发的现况 161
- 三、民俗文化旅游开发的基本模式剖析 163
- 四、民俗文化旅游开发应遵循环保经济原则 164
- 五、中国民俗旅游开发重点分析 165

第二节 宗教文化旅游 166

- 一、宗教文化与旅游业的相关性阐述 166
- 二、宗教文化旅游的涵义简析 170
- 三、我国主要宗教旅游名山简介 171
- 四、2014-2015年中国12城市共组"禅宗文化旅游联盟" 175

第三节 茶文化旅游 175

- 一、中国茶文化的定义与内涵浅述 175
- 二、茶文化旅游的主要内容 178
- 三、中国茶文化旅游发展概述 180
- 四、促进茶文化旅游业发展的对策 181

第四节 非物质文化遗产旅游 183

- 一、非物质文化遗产的基本概念 183
- 二、非物质文化遗产旅游开发日趋火热 184
- 三、非物质文化遗产旅游开发面临的挑战 185
- 四、非物质文化遗产旅游发展的对策建议 185
- 五、海洋非物质文化遗产的旅游开发综述 186

第三部分 各省市文化旅游分析

第六章 河南省文化旅游业 189

第一节 河南省文化旅游业发展概况 189

- 一、河南发展文化旅游产业具独特优势 189
- 二、河南借助演艺节目盘活文化旅游产业 189
- 三、促进河南省文化产业与旅游产业融合发展的建议 191
- 四、河南省文化旅游产业发展的出路探讨 193

第二节 河南文化旅游产品的开发设计概述 198

- 一、自有资源的产品开发与设计 198
- 二、外源资源的产品开发与利用 200
- 三、构建文化旅游消费循环 200
- 四、河南巨资打造函谷关古文化旅游区 201

第三节 郑州市 202

- 一、郑州市文化旅游产业发展近况分析 202
- 二、郑州着力构建沿黄文化旅游产业带 202
- 三、嵩山少林文化旅游成产业渐入佳境 203
- 四、郑州市文化旅游产业发展的问题及对策 204
- 五、郑州登封文化旅游产业发展的战略解析 205

第四节 南阳市 207

- 一、南阳政府重视文化旅游产业发展 207
- 二、南阳玉文化成为旅游业发展助推器 209
- 三、南阳市卧龙区文化旅游产业发展潜力探析 212
- 四、2016-2022年南阳文化旅游业发展规划 213
- 五、南阳文化旅游产业发展的对策建议 216

第五节 信阳市 218

- 一、信阳固始文化旅游业拉动经济大幅增长 218

- 二、2014-2015年信阳新县文化旅游业取得可喜成绩 219
- 三、信阳罗山县积极加强文化旅游融合发展 220
- 四、信阳鸡公山文化旅游业快速发展的政策建议 220
- 五、信阳光山县文化旅游产业发展的深度思考 222
- 第六节 开封市 223
 - 一、2014-2015年开封文化旅游产业迅猛发展 223
 - 二、2014-2015年开封市文化旅游产业运行情况 225
 - 三、河南开封文化旅游产业进入良性化轨道 225
 - 四、开封市文化旅游产业存在的主要问题 228
 - 五、促进开封市文化旅游产业发展的对策 230
 - 六、“十二五”开封将重点发展文化旅游建设文化旅游强市 231
- 第七节 其他地区 232
 - 一、周口文化旅游产业发展概况 232
 - 二、2014-2015年许昌市文化旅游项目建设成果突出 239
 - 三、项城市文化旅游产业发展近况及对策 244
 - 四、驻马店汝南县加快推进文化旅游产业发展 249

第七章 湖北省 251

第一节 湖北省文化旅游业发展概况 251

- 一、湖北省文化旅游业发展概况 251
- 二、湖北将着力开发三国文化旅游 253
- 三、湖北加快建设鄂西生态文化旅游圈 256
- 四、湖北文化旅游资源及开发现状分析 256
- 五、2014-2015年鄂西文化旅游业取得良好成效 260
- 六、湖北发展红色文化旅游业前景看好 260

第二节 荆州市 263

- 一、深入解析荆州文化旅游产业的问题 263
- 二、文化旅游产业的经营策略思考 264
- 三、文化旅游业资本增值的途径分析 268
- 四、荆州“十一五”文化旅游发展回顾 278
- 五、做大做强荆州文化旅游产业的对策 281

第三节 孝感市 284

- 一、孝感市文化旅游业发展的环境及优势 284
- 二、孝感市文化旅游业发展现况浅析 286
- 三、孝文化资源开发的價值探究 286
- 四、孝文化资源的综合开发路径选择 290
- 五、促进孝文化旅游发展的策略 291
- 第四节 湖北秭归 292
 - 一、湖北秭归文化旅游业发展迅速 292
 - 二、秭归屈原文化旅游开发状况 296
 - 三、秭归屈原文化旅游开发存在的问题 298
 - 四、秭归屈原文化旅游开发的建议 299
- 第五节 昭君文化旅游业 301
 - 一、项目实施的背景与意义 302
 - 二、文化旅游开发的战略思想 304
 - 三、文化旅游开发的战略布局 304
 - 四、文化旅游开发思路与战略措施 306
 - 五、文化旅游开发的目标 311
- 第六节 鄂西生态文化旅游圈 313
 - 一、鄂西圈文化旅游资源概况 313
 - 二、鄂西生态文化旅游圈规划体系与原则 313
 - 三、鄂西圈文化旅游业发展的思路 314
 - 四、鄂西圈旅游业发展要着力打造“山水人文”四大品牌 315
 - 五、鄂西圈文化旅游业发展的战略、布局及路线 320
 - 六、2014-2015年《鄂西生态文化旅游圈文化旅游发展规划》解读 324

第八章 湖南省 328

第一节 湖南省文化旅游业发展概况 328

- 一、湖南山水文学具有丰富的旅游开发潜力 328
- 二、湖湘文化影响下的湖南省旅游业探析 331
- 三、湘中六县(市)勾画文化旅游区蓝图 333
- 四、2014-2015年湖南投30亿设文化旅游产业基金 338

第二节 郴州 340

- 一、郴州旅游文化产业步入快速增长阶段 340

- 二、2014-2015年郴州旅游文化产业发展重点介绍 341
- 三、郴州民俗文化旅游产业快速发展的对策 342
- 第三节 吉首市 344
 - 一、吉首市文化旅游产业近况分析 344
 - 二、2014-2015年吉首市专项资金扶持民族文化旅游业发展 345
 - 三、吉首市全力打造湘鄂渝黔四省(市)边区民族文化展示中心 346
 - 四、促进吉首市文化旅游产业发展的六大建议 346
- 第四节 凤凰县 348
 - 一、凤凰文化旅游产业步入快速发展轨道 348
 - 二、凤凰文化旅游产业取得巨大经济效益 349
 - 三、凤凰文化旅游带动各业发展 350
 - 四、进一步推动凤凰文化旅游业发展的建议 351
- 第五节 大湘西文化旅游产业 354
 - 一、大湘西文化旅游业发展的基础 355
 - 二、大湘西文化旅游业发展的目标 355
 - 三、大湘西文化旅游业发展的基本理念 355
 - 四、大湘西文化旅游业的品牌塑造思路 356
 - 五、大湘西文化旅游业发展需要的政策环境 357
- 第六节 张家界溶洞文化旅游市场研究 357
 - 一、溶洞文化旅游发展的成功探索 358
 - 二、溶洞文化旅游发展的突出问题 359
 - 三、溶洞文化旅游发展的战略对策 360
- 第九章 山东省 362
 - 第一节 山东省文化旅游业发展概况 362
 - 一、山东旅游业推出一批具有浓郁文化底蕴精品项目 362
 - 二、山东积极打造优秀文化旅游品牌 363
 - 三、2014-2015年“好客山东”文化旅游品牌得到有效推广 364
 - 四、促进山东文化旅游业发展的对策 364
 - 第二节 济宁市 366
 - 一、济宁市文化旅游产业发展现况 366
 - 二、济宁市文化旅游业发展规划简析 367

- 三、济宁市文化旅游产业面临的问题及解决措施 369
- 四、抓住机遇济宁积极塑造文化旅游知名品牌 374
- 五、2014-2015年济宁市文化旅游产业发展的重点任务 376
- 第三节 曲阜市 376
 - 一、文化旅游业成为曲阜市经济增长新亮点 377
 - 二、2014-2015年曲阜文化旅游产业创造可喜佳绩 377
 - 三、曲阜促进文化旅游业发展的主要做法 377
 - 四、曲阜市文化旅游产业发展战略透析 379
- 第四节 其他地区 381
 - 一、沂水文化旅游业兴旺发达 381
 - 二、青岛积极挖掘文化旅游潜力 382
 - 三、郯城积极推进文化旅游业全面发展 383
 - 四、莱阳文化旅游产业发展的战略思路分析 388
 - 五、荷泽东明县文化旅游产业进程加快 389
 - 六、山东临沭文化旅游业成为经济增长新引擎 390
 - 七、山东省枣庄市文化旅游业发展综述 391
- 第十章 云南省 394
 - 第一节 云南省文化旅游业发展概况 394
 - 一、云南省文化旅游产业发展特点透析 394
 - 二、2014-2015年云南省文化旅游产业再添新项目 395
 - 三、2014-2015年云南省文化产业与旅游产业互动发展 395
 - 四、云南省文化旅游产业发展的对策 396
 - 五、云南文化旅游产业发展的远景预测 400
 - 第二节 云南省民族文化旅游业分析 417
 - 一、云南民族文化旅游业发展的深远意义 417
 - 二、云南民族文化旅游的SWOT剖析 418
 - 三、云南集中精力创建民族文化旅游区 420
 - 四、云南民族文化旅游取得长足发展的原则 421
 - 五、加快云南民族文化旅游业发展的建议 421
 - 第三节 丽江民俗文化旅游业分析 423
 - 一、丽江古城基本简介 423

- 二、丽江古城民俗文化旅游发展具有重要意义 423
- 三、丽江古城民俗文化旅游发展面临的挑战 425
- 四、丽江古城民俗文化旅游发展的对策措施 426
- 第四节 大理 427
 - 一、大理旅游文化产业发展进程综述 427
 - 二、2014-2015年大理市旅游文化进展状况 428
 - 三、大理积极发展文化旅游产业 429
 - 四、弘扬大理特色花卉文化 促进旅游文化产业发展 429
 - 五、大理剑川民族文化旅游产业发展壮大的路径 431
- 第五节 其他地区 432
 - 一、楚雄州文化旅游产业面临大好局面 432
 - 二、楚雄禄丰县文化旅游业发展措施浅析 436
 - 三、双江文化旅游产业发展概述 440
 - 四、2014-2015年姚安全面推进文化旅游产业发展 443
 - 五、巧家县文化旅游产业发展势头强劲 445

第十一章 四川省 448

- 第一节 四川省文化旅游业发展概况 448
 - 一、四川文化旅游资源介绍 448
 - 二、文化旅游成为震后四川旅游业发展方向 449
 - 三、四川文化旅游业发展的目标与对策 452
 - 四、四川文化旅游业发展的政策建议 453
- 第二节 四川省文化旅游产业的融资分析 457
 - 一、2014-2015年四川推出旅游文化国际化贷款项目 457
 - 二、文化旅游业吸收社会资本的主要经验解析 458
 - 三、社会资本投入文化旅游业面临的挑战 459
 - 四、文化旅游业吸引社会资本投资的建议 461
- 第三节 四川民族地区文化旅游发展综述 465
 - 一、民族地区文化旅游业基本发展情况 465
 - 二、民族地区文化旅游发展存在的难题 466
 - 三、民族地区文化旅游呈现两大趋向 472
 - 四、四川省民族文化旅游业发展的对策 479

第四节 主要地区文化旅游业 479

- 一、阿坝州文化旅游产业发展壮大的路径分析 479
- 二、“小平故里”文化旅游开发近况 487
- 三、雅安文化旅游产业发展前景 492
- 四、四川大禹文化旅游资源开发利用探讨 494
- 五、四川省乐山市文化旅游资源开发构想 496
- 六、四川三国文化旅游资源的整合与深度开发 503

第十二章 贵州省 508

第一节 贵州文化旅游业发展概况 508

- 一、贵州文化旅游资源概述 508
- 二、2014-2015年贵州隆重打造端午文化旅游项目 511
- 三、贵州大夜郎文化旅游圈发展机遇来临 512
- 四、贵州发展旅游文化产业的条件 512
- 五、贵州旅游文化系列产品开发构想 515
- 六、创立文化产业品牌 520

第二节 贵州民族地区文化旅游业发展的经验探究 521

- 一、借助媒体力量贵州民族文化旅游业发展迅猛 521
- 二、应用新媒体网络 522
- 三、借用品牌媒体做宣传 522
- 四、借助文化媒介名人提升知名度 523
- 五、巧借歌舞产品宣传自己 524

第三节 主要地区文化旅游业 526

- 一、铜仁市文化旅游产业发展现状 526
- 二、赤水市文化旅游产业发展综述 528
- 三、荔波文化旅游产业发展浅析 532
- 四、黔南文化旅游产业发展的思路分析 537
- 五、务川县文化旅游产业发展的成功经验评析 542
- 六、松桃自治县文化旅游产业发展特点剖析 545
- 七、文化旅游产业成为镇远战略性支柱产业 547

第十三章 其他地区 548

第一节 安徽省 548

- 一、安徽努力开创文化与旅游共赢局面 548
- 二、安徽省三座名山跻身全国"十大文化旅游胜地" 548
- 三、安徽桐城大力发展文化旅游产业 549
- 四、安徽芜湖重点发展文化旅游产业 549
- 五、2014-2015年安徽旅游主打文化牌 主推六大文化旅游项目 552
- 六、2014-2015年安徽省设立皖南国际旅游文化示范区 553
- 七、2014-2015年安徽将推出系列文化旅游新品 554

第二节 甘肃省 554

- 一、甘肃文化旅游业成为经济危机中发展亮点 554
- 二、以丝路文化为核心 甘肃旅游业进入黄金发展期 556
- 三、甘肃武威文化旅游产业发展的深入思考 557
- 四、甘肃礼县文化旅游产业发展概况 558
- 五、精品三国文化旅游线又成为天水旅游一大亮点 560
- 六、灵台县强力推进文化旅游产业开发工作 561
- 七、甘肃西和巧打文化品牌加快旅游产业发展 562

第三节 福建省 562

- 一、福建妈祖文化旅游的开发价值 562
- 二、福建红色文化遗产的保护与旅游开发 564
- 三、福建安溪竭力推广茶文化旅游品牌 566
- 四、福建省武夷山大力发展文化旅游业 567
- 五、2014-2015年福建着力振兴文化旅游产业 573

第四节 海南省 575

- 一、海南省五大文化旅游资源分析 575
- 二、文化助推海南旅游业高速发展 577
- 三、海南挖掘"侨文化" 发展"咖啡"旅游业 580
- 四、海南民俗文化旅游资源的开发 581
- 五、海南白鹭湖新农村生态文化旅游开发的可行性与前景分析 585

第五节 河北省 589

- 一、河北省文化旅游资源特色与优势 589
- 二、河北省文化旅游资源空间布局设想 590
- 三、河北省文化旅游精品开发重点 591

- 四、河北省文化旅游用品的六大开发系列与开发思路 595
- 五、河北西柏坡红色文化旅游产业的进一步开发探讨 597
- 第六节 山西省 603
 - 一、山西的历史定位与文化旅游资源分析 603
 - 二、山西的文化旅游业发展概述 605
 - 三、文化旅游业将成为大同第二大支柱性产业 609
 - 四、山西右玉借助《走西口》亮出西口文化旅游牌 610
 - 五、经济危机下山西文化旅游业发展的方向 610
 - 六、山西省发展文化旅游产业的模式探讨 613
- 第七节 陕西省 617
 - 一、陕西文化旅游产业发展态势良好 617
 - 二、陕西红色文化旅游资源的保护与开发 617
 - 三、陕西玉华山佛教文化旅游开发价值分析 620
 - 四、陕西省三国文化旅游发展日渐成形 622
 - 五、2014-2015年扶风文化旅游业打造百亿产业集群 622
 - 六、2014-2015年宝鸡市文化旅游产业签约122亿元 624
 - 七、陕南地区水文化旅游资源开发策略 625
- 第八节 广西省 629
 - 一、深入探讨广西文化旅游产业的发展模式 629
 - 二、做大做强桂林文化旅游产业的思考 632
 - 三、宾阳县文化旅游产业成为重点经济支柱 633
 - 四、广西藤县壮大文化旅游产业 635
- 第九节 江西文化旅游资源的开发利用 637
 - 一、赣文化的表现形态及历史发展 637
 - 二、赣文化旅游资源的现状 638
 - 三、赣文化旅游资源开发中面临的问题 639
 - 四、赣文化旅游资源的开发策略 640
- 第十节 北京、天津市 641
 - 一、2014-2015年京津联手打造旅游文化圈 641
 - 二、未来5年天津打造9大旅游文化板块 643
- 第十一节 澳门世界文化遗产旅游的创新性开发策略研究 644
- 第十二节 江南水乡古镇文化旅游资源开发分析 653

- 一、江南水乡古镇文化旅游资源开发现状 653
- 二、江南水乡古镇文化旅游资源开发中的不足之处 656
- 三、江南水乡文化旅游资源开发中的"三强化"措施 657

第四部分 行业营销与重点企业分析

第十四章 文化旅游业营销分析 660

第一节 旅游文化营销的运作形式剖析 660

- 一、运作基础 660
- 二、文化包装与产品设计 660
- 三、文化传播与广告促销 661
- 四、文化体验与旅游品牌 661

第二节 主题公园的影视营销方法解析 662

- 一、影视拍摄对主题公园的促进作用浅述 662
- 二、影视主题公园发展存在的问题 662
- 三、营销环境与市场定位分析 664
- 四、产品的开发、营销及组合策略 665

第三节 体验经济在红色旅游产业的融合发展 669

- 一、体验经济对红色旅游产品的积极作用简述 670
- 二、红色旅游发展存在的主要问题 671
- 三、红色旅游产品的营销要点透析 672
- 四、红色旅游景区体验型开发的具体模式探析 673

第十五章 重点企业 676

第一节 华侨城 676

- 一、企业概况 676
- 二、2011-2013年企业经营情况分析 676
- 三、2011-2013年企业财务数据分析 678
- 四、2014-2015年企业发展最新动态与策略 684
- 五、企业未来发展展望与战略 685

第二节 宋城集团控股有限公司 690

- 一、公司简介 690
- 二、宋城集团用文化助推旅游业发展 691

三、宋城集团对文化资源进行有效的商品开发	694
四、宋城集团投资理念透析	697
五、2014-2015年宋城股份登陆创业板	699
第三节 东联集团	700
一、公司简介	700
二、东联集团进入文化旅游业的背景分析	703
三、东联集团文化旅游业发展规划	706
第四节 其他企业简介	707
一、鄂西生态文化旅游圈投资有限公司	707
二、四川美仑旅游文化产业投资有限公司	710
三、成都文化旅游发展集团有限责任公司	712
四、唐家湾文化旅游有限公司	715

第五部分 行业发展前景预测

第十六章 2016-2022年文化旅游业发展前景预测	716
第一节 2016-2022年旅游业总体前景展望	716
一、中国旅游业发展的潜力探讨	716
二、中国旅游业发展的主流趋势预测	717
三、中国旅游业发展的走向浅析	718
四、中国旅游市场未来发展趋势透析	719
五、我国旅游产品将更加丰富	720
六、“十二五”中国旅游业收入预测	721
第二节 2016-2022年文化旅游业的趋势分析	721
一、2014-2015年文化旅游业趋势分析	721
二、农村旅游文化产业发展面临大好机遇	723
三、欠发达地区民俗文化旅游业发展空间广大	724
四、扩大内需政策下文化旅游业投资前景看好	725
五、2013文化旅游业发展机遇与投资策略	725

图表目录：

图表 文化旅游创意园“一站式体验”的形成	13
图表 文化旅游创意产业园区成因图	14

图表 | 文化旅游创意产业园区概念示意图 15

图表 | 文化旅游创意产业园区开发的主流模式 16

图表 | 2014-2015年中秋长假全国10个重点红色旅游城市接待人数及旅游收入分析 88

图表 | 自有资源开发市场设计 199

图表 | 自有资源层次设计开发与功能优势比较 199

图表 | 外源资源比较与评价 200

图表 | 许昌市2014-2015年文化旅游产业重点项目建设目标任务 239

图表 | 四川省文化旅游产业吸引社会资本分析 460

图表 | 澳门世界文化遗产旅游认知度在受教育程度的上的分异 645

图表 | 澳门世界文化遗产景点 646

图表 | 文化遗产感知与向朋友推荐的成对样本T检验 650

图表 | 江南九大水乡古镇宗教文化景观 653

图表 | 江南九大水乡古镇名人故居、名人墓或纪念馆景观 654

图表 | 江南水乡九大古镇中出现频率最高的5个用于桥梁名称的字 654

图表 | 2013-2015年华侨城股份有限公司主营构成表 678

图表 | 2013-2015年华侨城股份有限公司流动资产表 679

图表 | 2013-2015年华侨城股份有限公司长期投资表 679

图表 | 2013-2015年华侨城股份有限公司固定资产表 679

图表 | 2013-2015年华侨城股份有限公司无形及其他资产表 679

图表 | 2013-2015年华侨城股份有限公司流动负债表 680

图表 | 2013-2015年华侨城股份有限公司长期负债表 680

图表 | 2013-2015年华侨城股份有限公司股东权益表 680

图表 | 2013-2015年华侨城股份有限公司主营业务收入表 681

图表 | 2013-2015年华侨城股份有限公司主营业务利润表 681

图表 | 2013-2015年华侨城股份有限公司营业利润表 681

图表 | 2013-2015年华侨城股份有限公司利润总额表 681

图表 | 2013-2015年华侨城股份有限公司净利润表 682

图表 | 2013-2015年华侨城股份有限公司每股指标表 682

图表 | 2013-2015年四季度华侨城股份有限公司获利能力表 682

图表 | 2013-2015年华侨城股份有限公司经营能力表 682

图表 | 2013-2015年华侨城股份有限公司偿债能力表 683

图表 | 2013-2015年华侨城股份有限公司资本结构表 683

图表 | 2013-2015年华侨城股份有限公司发展能力表 683

图表 | 2013-2015年华侨城股份有限公司现金流量分析表 683

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/279173.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提供专业投资咨询报告、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。