



艾凯咨询  
ICAN Consulting

# 2016-2022年中国红色旅游市场发展现状及战略咨询报告

## 一、调研说明

《2016-2022年中国红色旅游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/280155.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

红色旅游主要是以中国共产党领导人民在革命和战争时期建树丰功伟绩所形成的纪念地、标志物为载体，以其所承载的革命历史、革命事迹和革命精神为内涵，组织接待旅游者开展缅怀学习、参观游览的主题性旅游活动。为了更好地发挥爱国主义教育基地的作用，在"十二五"规划期间，中央决定将红色旅游内容进行拓展，将1840年以来170多年之间的中国近现代历史时期，在中国大地上发生的中国人民反对外来侵略、奋勇抗争、自强不息、艰苦奋斗，充分显示伟大民族精神的重大事件、重大活动和重要人物事迹的历史文化遗存，有选择地纳入红色旅游范围，这就更有利于传承中华民族先进文化和优良传统。红色旅游把红色人文景观和绿色自然景观结合起来，把革命传统教育与促进旅游产业发展结合起来的一种新型的主题旅游形式。其打造的红色旅游线路和经典景区，既可以观光赏景，也可以了解革命历史，增长革命斗争知识，学习革命斗争精神，培育新的时代精神，并使之成为一种文化。

红色旅游的火爆搅得很多投资商、地方政府官员和景区的管理者心里痒痒的,很多地区就不顾自己地方的情况,违背旅游经济规律,胡乱上项目,胡乱开发。结果是低质量、低品位带来了低效益,同时,盲目开发,破坏了资源。科学发展"红色旅游",必须认清"红色旅游"在当地旅游资源中占有什么地位,通过全面地分析,给予实事求是的认识和评价。如湖南省"红色旅游"资源丰富而且连接成片,井冈山、韶山、彭德怀故居、花明楼等"红色旅游"资源均位于湖南省或其周边地区,所以可以把"红色旅游"作为主打形象。但那些资源相对零星、单一,只有区域性影响的地方,就不一定要把"红色旅游"作为当地旅游的"主打"形象,而要考虑当地什么旅游资源最富有吸引力、最适应旅游市场的需要。因此,在红色旅游开发认识上要从实际出发,准确定位。要科学编制本地旅游开发规划,对开发的目标、内容、步骤做出合理的安排。一要把握好该资源在全国全省及本区域同类资源中的地位,既面对现实,又要充分考虑开发的潜力;二要考虑红色旅游资源在本地旅游资源中的定位,既突出它的特点,又考虑与其他旅游资源互为补充,相得益彰;三要考虑红色旅游与整个国民经济的关系,把红色旅游纳入整个国民经济发展规划体系。对资源定位要做到不好高骛远,又不妄自菲薄。总之,因地制宜分析优势,合理定位才能更好的发展红色旅游。

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 红色旅游产业相关概述

### 第一节 红色旅游基础阐述

- 一、红色旅游资源的特点
- 二、红色浪潮的掀起
- 三、红色旅游的社会价值分析

### 第二节 红色旅游主题

- 一、旅游目的
- 二、旅游题材及适合对象
- 三、旅游活动安排
- 四、红色旅游活动安排案例

## 第二章 2013-2016年中国旅游产业整体运行态势分析

### 第一节 2013-2016年中国旅游业运行综述

- 一、中国旅游业发展的特点
- 二、中国旅游业进入快速发展时期
- 三、旅游业与环境的发展关系
- 四、旅游环境承载力研究分析
- 五、中国旅游业转型与产业政策选择分析
- 六、中国旅游业关键经济数据分析

### 第二节 2013-2016年中国旅游业重点区域市场动态分析

- 一、大连全年拟建设旅游项目102个
- 二、北京进一步规范旅游市场
- 三、新疆暴力事件对当地旅游带来冲击

### 第三节 2013-2016年中国旅游资源开发中的经济学分析

- 一、旅游资源开发作为产品的经济学特征
- 二、旅游资源开发的效率机制
- 三、旅游资源开发中政府的合理定位

### 第四节 2013-2016年中国旅游业面临的挑战与策略应对

- 一、经济增长下行冲击旅游业
- 二、中国旅游资源的产权问题分析
- 三、应构建中国现代旅游资源产权制度
- 四、中国旅游业持续发展需注意的问题

### 第三章 2013-2016年中国红色旅游产业运行环境解析

#### 第一节 2013-2016年中国红色旅游产业政策分析

##### 一、《红色旅游发展规划纲要》出台后成绩显著

##### 二、旅行社管理条例

##### 三、旅游发展规划管理办法

##### 四、旅行社质量保证金暂行规定实施细则

##### 五、全国红色旅游发展规划纲要

#### 第二节 2013-2016年中国经济环境分析

##### 一、国民经济运行情况GDP

##### 二、消费价格指数CPI、PPI

##### 三、全国居民收入情况

##### 四、恩格尔系数

##### 五、工业发展形势

##### 六、固定资产投资情况

##### 七、财政收支状况

##### 八、中国汇率调整

##### 九、货币供应量

##### 十、中国外汇储备

##### 十一、存基准利率调整情况

##### 十二、存款准备金率调整情况

##### 十三、社会消费品零售总额

##### 十四、对外贸易&进出口

##### 十五、城镇人员从业状况

#### 第三节 2013-2016年中国红色旅游产业社会环境分析

##### 一、人口环境分析

##### 二、教育环境分析

##### 三、文化环境分析

##### 四、生态环境分析

##### 五、中国城镇化率

##### 六、居民的各种消费观念和习惯

### 第四章 2013-2016年中国红色旅游产业运行状况透析

## 第一节2013-2016年中国红色旅游的发展概况

- 一、中国涌现红色旅游潮
- 二、中国红色旅游保持健康发展
- 三、全国红色旅游工作已全面展开

## 第二节2013-2016年中国红色旅游的问题分析

- 一、红色旅游中的主要问题
- 二、红色旅游缺乏严肃
- 三、红色旅游景区存在的问题
- 四、中国红色旅游发展面临障碍

## 第三节 2013-2016年中国发展红色旅游的策略与建议

- 一、发展红色旅游的对策
- 二、打造红色旅游品牌推动红色旅游发展
- 三、老区建设与"红色旅游"事业相互促进
- 四、以社区旅游模式来推动红色旅游和谐发展
- 五、红色旅游需可持续发展

## 第五章2013-2016年中国红色旅游产业市场运行新形势分析

### 第一节2013-2016年中国红色旅游产业运行态势分析

- 一、红色旅游之路越走越宽
- 二、红色旅游使百色冬暖如春
- 三、辽宁:严寒挡不住红色旅游热潮

### 第二节2013-2016年中国红色旅游产业运行动态分析

- 一、贵州开建"红色旅游线"高速公路
- 二、云南元谋龙街渡红色旅游项目即将开放
- 三、诏安县乌山红色旅游启动

### 第三节 云南十大红色旅游景点分析

## 第六章 2013-2016年中国入境旅游市场深度剖析

### 第一节 2009-2016年6月中国入境游数据统计分析

- 一、2009-2016年6月中国入境旅游接待收汇情况
- 二、2009-2016年6月中国入境旅游主要客源市场情况
- 三、2009-2016年6月中国入境游主要城市接待情况

四、2009-2016年6月中国入境游地区接待情况

五、2009-2016年6月来华旅游入境人数统计

第二节 2013-2016年中国入境旅游消费结构状况的分析

一、入境过夜旅游消费者旅游消费概述

二、入境过夜旅游者旅游消费结构的现状

三、影响旅游消费结构的因素分析

第三节 未来中国入境旅游市场的发展趋势与建议

一、中国将成为全球第一大入境旅游接待国

二、提高中国入境旅游行业竞争力的建议

三、开拓入境旅游市场的建议

第七章 2013-2016年中国黄金周旅游市场探析

第一节 2013-2016年中国黄金周旅游市场分析

一、黄金周旅游拉动消费十分明显

二、取消"五一"黄金周的影响分析

三、"十一"黄金周旅游市场消费情况分析

第二节 2013-2015年"十一"黄金周各省市旅游业动态分析

一、广西

二、云南

三、深圳

四、成都

五、陕西

第三节 2013-2016年中国黄金周旅游市场面临的问题分析

一、取消"五一"黄金周未能缓解扎堆出行

二、黄金周旅游压力大

三、黄金周旅游亟须走出"低价竞争"误区

四、黄金周旅游的主要问题

第四节 2013-2016年中国黄金周旅游的建议与启示

一、黄金周旅游两种现象要注意

二、把握黄金周旅游的新趋向

三、中国实行黄金周的启示

## 第八章2013-2016年中国红色旅游产业市场竞争格局分析

### 第一节2013-2016年中国红色旅游产业竞争现状分析

#### 一、红色旅游核心竞争力分析

#### 二、中国六大红色旅游城市竞争态势分析

#### 三、关于培育红色旅游产业集群的若干思考

### 第二节2013-2016年中国部分省市红色旅游产业分析

#### 一、红色旅游拉动湖南产业大发展

#### 二、陕西红色旅游的可持续发展探讨

#### 三、江西红色旅游发展的战略分析

#### 四、井冈山红色旅游的发展研究

#### 五、河北省红色旅游的发展探讨

## 第九章 2013-2016年中国十二个重点红色旅游景区运行态势分析

### 第一节 沪浙红色旅游区

#### 一、景区基本概述

#### 二、台州划入沪浙红色旅游区

### 第二节 湘赣闽红色旅游区

### 第三节 左右江红色旅游区

### 第四节 黔北黔西红色旅游区

### 第五节 雪山草地红色旅游区

### 第六节 陕甘宁红色旅游区

### 第七节 东北红色旅游区

### 第八节 鲁苏皖红色旅游区

### 第九节 大别山红色旅游区

### 第十节 太行山红色旅游区

### 第十一节 川陕渝红色旅游区

### 第十二节 京津冀红色旅游区

## 第十章 2013-2016年中国三十条红色旅游精品线及红色旅游经典景区分析

### 第一节 2013-2016年中国三十条红色旅游精品线

### 第二节 2013-2016年全国重点省市红色旅游经典景区分析

#### 一、北京市

#### 二、天津市

#### 三、河北省

四、山西省

五、内蒙古自治区

六、辽宁省

七、吉林省

八、黑龙江省

九、上海市

十、江苏省

十一、浙江省

十二、安徽省

十三、福建省

十四、江西省

十五、山东省

十六、河南省

十七、湖北省

十八、湖南省

十九、广东省

二十、海南省

二十一、重庆市

二十二、四川省

二十三、贵州省

二十四、云南省

二十五、陕西省

二十六、甘肃省

## 第十一章 2016-2022年中国红色旅游产业发展趋势分析

### 第一节 2016-2022年中国旅游业前景展望

一、中国旅游业两大潜力市场亟待挖掘

二、2016-2022年中国出境旅游业发展预测

三、中国旅游发展趋势研究

四、中国旅游业发展的新走向

### 第二节 2016-2022年中国红色旅游新趋势分析

一、红色旅游新趋势

二、中国红色旅游营销的十大新趋势

### 三、中国红色旅游业盈利预测分析

## 第十二章2016-2022年中国红色旅游产业投资战略研究（AK WZY）

### 第一节2016-2022年中国红色旅游产业投资环境分析

#### 一、“国民休闲计划”提振旅游业信心

#### 二、四川省新政强势注入振兴旅游业

#### 三、国际金融危机下旅游业的发展契机

#### 四、中国旅游业应对金融危机的措施

### 第二节2016-2022年中国红色旅游产业投资机会分析

### 第三节2016-2022年中国红色旅游产业投资风险分析

#### 一、市场竞争风险

#### 二、政策风险

#### 三、进入退出风险

### 第四节 专家投资建议

#### 图表目录：

图表：2006-2016年中国GDP总量及增长趋势图

图表：2016年中国月度CPI、PPI指数走势图

图表：2006-2016年我国城镇居民可支配收入增长趋势图

图表：2006-2016年我国农村居民人均纯收入增长趋势图

图表：1978-2016中国城乡居民恩格尔系数走势图

图表：2016.12-2016.6年我国工业增加值增速统计

图表：2006-2016年我国全社会固定资产投资额走势图（2016年不含农户）

图表：2006-2016年我国财政收入支出走势图 单位：亿元

图表：近期人民币汇率中间价（对美元）

图表：2016.12-2016.6中国货币供应量月度数据统计

图表：2006-2016年中国外汇储备走势图

图表：1990-2016年央行存款利率调整统计表

图表：1990-2016年央行利率调整统计表

图表：我国近几年存款准备金率调整情况统计表

图表：2006-2016年中国社会消费品零售总额增长趋势图

图表：2006-2016年我国货物进出口总额走势图

图表：2006-2016年中国货物进口总额和出口总额走势图

图表：2007-2016年我国人口及其自然增长率变化情况

图表：各年龄段人口比重变化情况

图表：2006-2016年我国普通高等教育、中等职业教育及普通高中招生人数走势图

图表：2001-2016年我国广播和电视节目综合人口覆盖率走势图

图表：1990-2016年中国城镇化率走势图

图表：2006-2016年我国研究与试验发展（R&D）经费支出走势图

图表：中国旅游业总收入与国内生产总值一览

图表：旅游业总收入占GDP比重趋势图

图表：旅游行业总收入逐年增长情况一览表

图表：2016年中国星级酒店构成情况

图表：中国餐饮业百强企业（前10位）

图表：澳大利亚国际入境游客的增长图

图表：主要的交通运输方式对比

图表：中国各种交通运输方式增长情况

图表：五种旅游交通工具的选用情况比较

图表：区域旅游交通需求预测流程图

图表：使用水平与影响之间关系

图表：中国旅游产业发展规模

图表：中国入境旅游人数和旅游收入的世界排名

图表：2001-2016年中国旅游事业发展情况

图表：2005-2016年国际旅游外汇收入及构成

图表：2005-2016年按性别、年龄和事由分外国入境旅游人数

图表：历年来各地区国际旅游外汇收入

图表：历年来各地区接待入境旅游人数

图表：历年来国内旅游情况

图表：2016年6月入境旅游外国人人数（按年龄、性别分）

图表：2016年6月入境旅游外国人人数（按目的分）

图表：2016年6月来华旅游入境人数（按入境方式分）

图表：2016年1-6月入境旅游外国人人数（按年龄、性别分）

图表：2016年1-6月入境旅游外国人人数（按目的分）

图表：2016年1-6月来华旅游入境人数（按入境方式分）

图表：2016年主要城市国际旅游（外汇）收入情况

图表：2016年1-6月主要城市接待情况（一）

图表：2016年1-6月主要城市接待情况（二）

图表：2016年地方国际旅游（外汇）收入情况

图表：2016年1-6月地方接待情况（一）

图表：2016年1-6月地方接待情况（二）

图表：2016年国内旅游基本情况

图表：2016年国际旅游（外汇）收入构成

图表：16个主要客源国2008年的入境旅游人数和增长情况

图表：2016年各省、自治区、直辖市入境旅游接待与收入情况

图表：2016年主要城市入境旅游接待与收入情况

图表：2016年1-6月主要城市接待情况（一）

图表：2016年1-6月主要城市接待情况（二）

图表：2016年1-6月地方接待情况（一）

图表：2016年1-6月地方接待情况（二）

图表：边际社会收益、边际社会成本、边际私人收益曲线

图表：边际社会成本、边际私人成本、边际私人收益曲线

图表：旅游资源的需求与供给曲线

图表：历年来入境旅游对GDP的贡献率

图表：历年来入境旅游对全社会就业的贡献率

图表：近年入境旅游的外汇收入构成

图表：2016年1-6月入境旅游外国人人数（目的累计）

图表：2016年6月入境旅游外国人人数（目的）

图表：2016年1-6月来华旅游入境人数（年龄性别累计）

图表：2016年6月来华旅游入境人数（年龄性别）

图表：2016年1-6月来华旅游入境人数（总人数累计，按入境方式分）

图表：2016年6月来华旅游入境人数（按入境方式分）

图表：2016年6月入境旅游接待收汇情况

图表：入境过夜旅游者的消费支出的构成

图表：旅游-自然旅游-生态旅游之关系示意图

图表：传统旅游与生态旅游的目标区别

图表：传统旅游与生态旅游管理方式的区别

图表：传统旅游与生态旅游正面影响的区别

图表：传统旅游与生态旅游负面影响的区别

图表：西部生态旅游的三元网络结构

图表：生态旅游区建设驱动-制约机制模型

图表：温泉旅游的基本构件

图表：温泉旅游体验曲线

图表：日本环球影城入场券种类与价格

图表：欧洲，美国，日本主题公园的比较

图表：中国主题公园按主题类别划分

图表：三家主题公园上市公司基本情况比较

图表：三家企业股东背景比较

图表：三家企业异同点比较

图表：三家企业竞争优势比较

图表：游客的旅游地选择与决策模型

图表：都市白领对香港旅游的选择与购买决策过程

图表：城市居民旅游需求影响因子分析表

图表：城市居民国内旅游情况统计

图表：城市居民出游率、旅游人均花费与影响因素的灰色关联度分析

图表：旅游城市网络化发展的阶段性特征

图表：长江三角洲旅游城市网络化发展路径的意见

图表：长三角旅游产业集群纵向网络化

图表：长三角旅游产业集群横向网络化

图表：市场形势、层级形势与网络形势的企业组织比较

图表：旅游企业市场交换与网络交换对比

图表：旅游电子商务未来发展趋势

图表：华侨城前十名股东、前十名流通股股东持股表

图表：上海主要景点一览

图表：2020年世界各地旅游人数占潜在旅游总人数的比例预测

图表：未来国际旅游业的增长趋势

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/280155.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](http://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。