



艾凯咨询
ICAN Consulting

2016-2022年中国影视旅游产业发展现状及市场监测报告

一、调研说明

《2016-2022年中国影视旅游产业发展现状及市场监测报告》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/280187.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

影视旅游是一种因特定的对象的某一性征引发媒体的关注与投入，通过电视广播与影片使该对象的特殊性征得以强化，产生更为广泛的社会关注从而引发带动旅游效应的一种旅游形式。诸如国产电视剧《天龙八部》刘亦菲版在桂林阳朔取景，使阳朔被众多去桂林旅游者列为首选之地。中国西部地貌因苍凉、空旷、壮美成为不少武侠小说与历史剧的取景之地，宁夏镇北堡的西部影视城也成为众多游客金秋十月北上的不二之选。

影视旅游，国外将其称为film-induced tourism（或movie-induced tourism），即电影引致旅游，简称引致旅游。影视旅游的萌芽始于1955年第一座迪士尼乐园在加利福尼亚州的建成。电影动画师沃尔特·迪士尼将以往用于制作电影的各种技术手段和丰富的想象结合，把动画中的人物场景复制到各个游乐项目当中，运用舞台化的色彩、情节、主题暗示等制造出魔幻、刺激的氛围，使游客充分进入角色，创造出了一种宏大逼真的全新的游乐形态。同时，游乐园周边有综合全面的旅游设施，如旅馆、餐厅、购物中心等。迪士尼乐园取得了巨大的成功，被人们称为是地球上最快乐的地方。由于迪士尼乐园部分融入了影视艺术，故称其为影视旅游的萌芽。而影视旅游的真正开端则始于1963年第一个环球影城主题公园的建成。在好莱坞环球影城，人们可以参观电影的制作，解开特技镜头之谜，回顾经典影片中的精彩片断。由于其大量运用了影视艺术并以之为吸引物，所以我们认为它是影视旅游的真正的开端。在随后的几十年里，世界各地影视主题公园的建设风起云涌。到现在为止，全球最著名的影视旅游产品除5个迪斯尼乐园、11个迪斯尼主题公园外，还有5个环球影城主题公园。

中国十大影视城	名称	经典级别	地点	初步建成时间	长影世纪城	市场分析及投资策略研究A
吉林长春	2005	横店影视城	市场分析及投资策略研究AA	浙江东阳	1996	
无锡影视城	市场分析及投资策略研究AA	江苏无锡	1987	上海影视乐园	市场分析及投资策略研究	上海松江
1998	镇北堡西部影城	市场分析及投资策略研究A	宁夏银川	1993		
涿州影视城	市场分析及投资策略研究	河北涿州	1990	焦作影视城	市场分析及投资策略研究A	河南焦作
1995	象山影视城	市场分析及投资策略研究A	浙江宁波	2005	北普陀影视城	未知
北京						

同里影视城 A 江苏吴江 历史文化古镇 注：2006年评选的十大影视城没有无锡影视城，而有中山影视城。而目前中国最具代表性的两个影视城当为中央电视台无锡影视基地和横店集团横店影视城。横店影视城在2012年实现了游客人数1117万的突破。然而，整个影视旅游行业却不甚乐观。2012年四五月间，国内各大媒体以"千座影视城八成亏损"为题对国内影视城的过度投资重复建设进行了报道。到目前为止，已经立项并通过审批的影视城有110多座，另有30多座影视城正在施工和招商之中，而规模更小的影视拍摄基地则遍布全国，数

量接近千座。然而目前，除了横店影视城一枝独秀之外，其余大多数影视城都处于亏损状态。根据相关调查数据显示，目前，国内的影视基地，80%处于亏损，15%处于温饱，只有5%可以盈利。

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 影视旅游相关概述

1.1 文化旅游相关内容

1.1.1 文化旅游内涵

1.1.2 文化旅游类型

1.1.3 文化旅游核心价值

1.2 影视旅游简述

1.2.1 影视旅游概念

1.2.2 影视旅游特征

1.2.3 影视旅游类型

1.2.4 影视旅游形成原因

1.3 影视旅游综合效益

1.3.1 带动相关设施发展

1.3.2 改善地方旅游交通

1.3.3 提供更多就业机会

1.3.4 优化地方产业结构

第二章 2014-2016年中国文化旅游业发展状况剖析

2.1 2014-2016年中国文化旅游业发展现状

2.1.1 市场逐渐成型

2.1.2 产业融合发展

2.1.3 行业并购重组

2.1.4 行业投资动态

- 2.1.5 重点文化旅游项目
- 2.2 2014-2016年中国文化旅游创意园区运营状况
 - 2.2.1 园区发展概述
 - 2.2.2 园区逐渐兴起
 - 2.2.3 园区开发模式
 - 2.2.4 园区建设动态
 - 2.2.5 园区发展战略
- 2.3 中国文化旅游业营销运作形式
 - 2.3.1 行业营销的运作基础
 - 2.3.2 文化包装与产品设计
 - 2.3.3 文化传播与广告促销
 - 2.3.4 文化体验与旅游品牌
- 2.4 中国文化旅游业发展存在的问题
 - 2.4.1 文化旅游业面临的开发难题
 - 2.4.2 文化旅游业运营存在的挑战
 - 2.4.3 产品开发面临的文化矛盾
 - 2.4.4 传统文化景区发展的尴尬局面
- 2.5 中国文化旅游业发展的对策分析
 - 2.5.1 充分挖掘旅游文化内涵
 - 2.5.2 文化旅游产业开发策略
 - 2.5.3 文化旅游产业融合发展战略
 - 2.5.4 文化旅游产业集团发展路径

第三章 2014-2016年国际影视旅游行业分析及经验借鉴

- 3.1 国外影视旅游行业发展综述
 - 3.1.1 行业发展历程
 - 3.1.2 行业盈利模式
 - 3.1.3 产业链分析
- 3.2 美国
 - 3.2.1 发展概况
 - 3.2.2 表现形式
 - 3.2.3 主题公园发展

3.2.4 案例借鉴分析

3.3 韩国

3.3.1 发展概况

3.3.2 运作模式

3.3.3 成功经验

3.3.4 案例借鉴分析

3.4 其他国家

3.4.1 日本

3.4.2 法国

3.4.3 加拿大

第四章 2014-2016年中国影视旅游行业发展环境分析

4.1 政策环境

4.1.1 旅游业相关政策支持

4.1.2 旅游业国家标准颁布

4.1.3 重视旅游业产业地位

4.1.4 文化旅游融合相关政策

4.2 经济环境

4.2.1 国民经济发展态势

4.2.2 城乡居民收入水平

4.2.3 社会消费品零售总额

4.2.4 宏观经济发展走势

4.3 社会环境

4.3.1 人口数量规模

4.3.2 民众休闲需求

4.3.3 旅游消费提高

4.3.4 人均出游率上升

第五章 2014-2016年中国影视旅游行业发展全方位透析

5.1 中国影视旅游行业发展综述

5.1.1 行业发展起源

5.1.2 行业发展阶段

- 5.1.3 经济社会效益
- 5.1.4 行业发展机遇
- 5.2 2014-2016年中国影视旅游行业运行状况
 - 5.2.1 行业运行机制分析
 - 5.2.2 影视带动旅游效应
 - 5.2.3 行业IP时代的到来
 - 5.2.4 企业市场布局
- 5.3 中国影视旅游业发展的五力模型分析
 - 5.3.1 潜在进入者
 - 5.3.2 现有竞争程度
 - 5.3.3 替代产品压力
 - 5.3.4 供方议价能力
 - 5.3.5 买方议价能力
- 5.4 中国影视旅游行业发展问题剖析
 - 5.4.1 行业生命周期短
 - 5.4.2 行业的运营障碍
 - 5.4.3 开发中存在的阻碍
 - 5.4.4 影视作品的消极影响
- 5.5 中国影视旅游行业发展对策分析
 - 5.5.1 加快行业发展的措施
 - 5.5.2 市场经营主要路径
 - 5.5.3 品牌塑造与推广策略
 - 5.5.4 民族旅游业相结合策略
 - 5.5.5 延伸影视旅游产业链

第六章 2014-2016年中国影视旅游市场营销分析

- 6.1 中国影视旅游地市场推广方式
 - 6.1.1 开发影视主题公园
 - 6.1.2 策划影视旅游节日活动
 - 6.1.3 影视旅游目的地推广
 - 6.1.4 强化行业品牌建设
- 6.2 中国影视旅游产品的新型营销模式

- 6.2.1 影视主题目的地旅游
- 6.2.2 影视与旅游联合营销
- 6.2.3 专业化城市营销模式
- 6.2.4 影视置入式旅游广告
- 6.3 中国影视旅游的促销策略
 - 6.3.1 广告促销
 - 6.3.2 活动促销
 - 6.3.3 公关促销
 - 6.3.4 有形展示
- 6.4 中国影视旅游行业的主要传播媒介
 - 6.4.1 动漫传播
 - 6.4.2 时尚杂志传播
 - 6.4.3 电视传播
 - 6.4.4 网络传播

第七章 中国影视旅游产品生命周期研究

- 7.1 中国影视旅游产品生命周期类型
 - 7.1.1 影视景点旅游产品生命周期
 - 7.1.2 影视城市旅游产品生命周期
 - 7.1.3 影视节庆旅游产品生命周期
 - 7.1.4 影视基地旅游产品生命周期
- 7.2 中国影视旅游产品生命周期演变的阶段特征
 - 7.2.1 影视景点旅游产品生命周期的阶段特征
 - 7.2.2 影视城市旅游产品生命周期的阶段特征
 - 7.2.3 影视节庆旅游产品生命周期的阶段特征
 - 7.2.4 影视基地旅游产品生命周期的阶段特征
- 7.3 中国影视旅游产品生命周期演变的影响因素
 - 7.3.1 产品吸引力
 - 7.3.2 市场容量
 - 7.3.3 市场环境

第八章 2014-2016年中国影视城运作分析

8.1 中国影视城综合状况

8.1.1 发展背景

8.1.2 运营状况

8.1.3 代表性影视城

8.1.4 存在的问题

8.1.5 投资状况

8.1.6 发展趋势

8.2 横店影视城

8.2.1 发展概况

8.2.2 发展历程

8.2.3 发展规模

8.2.4 经营模式

8.3 无锡影视城

8.3.1 发展概况

8.3.2 发展历程

8.3.3 运营模式

8.3.4 发展经验

8.4 焦作影视城

8.4.1 发展概况

8.4.2 发展历程

8.4.3 运营状况

8.4.4 发展困境

8.4.5 发展对策

8.4.6 经验借鉴

8.5 象山影视城

8.5.1 发展概况

8.5.2 发展历程

8.5.3 运营状况

8.5.4 发展经验

8.6 其他影视城

8.6.1 上海影视乐园

8.6.2 长影世纪城

8.6.3 涿州影视城

8.6.4 北普陀影视城

第九章 2014-2016年中国重点区域影视旅游运营现状分析

9.1 浙江省

9.1.1 建设影视旅游项目

9.1.2 打造电影拍摄基地

9.1.3 无锡打造影视旅游产业

9.1.4 宁波市影视旅游业发展

9.2 海南省

9.2.1 资源状况

9.2.2 行业快速发展

9.2.3 行业发展思路

9.2.4 探索发展新模式

9.3 江西省

9.3.1 行业发展历程

9.3.2 行业发展状况

9.3.3 行业发展优势

9.3.4 发展面临困境

9.3.5 行业发展对策

9.4 山东省

9.4.1 水浒影视城发展状况

9.4.2 组建影视旅游产业联盟

9.4.3 青岛影视旅游资源条件

9.4.4 中龙影视文化产业园项目

9.5 山西省

9.5.1 开发状况

9.5.2 资源潜力

9.5.3 存在的问题

9.5.4 发展对策建议

9.6 陕西省

9.6.1 行业发展状况

9.6.2 重视行业升级发展

9.6.3 发展存在的问题

9.6.4 行业发展建议

9.7 云南省

9.7.1 发展定位

9.7.2 产品状况

9.7.3 资源条件

9.7.4 存在问题

9.7.5 发展策略

9.8 贵州省

9.8.1 区域资源状况

9.8.2 产品营销策略

9.8.3 发展存在的问题

9.8.4 影视旅游开发策略

9.9 其他地区

9.9.1 四川省

9.9.2 安徽省

9.9.3 北京市

9.9.4 天津市

9.9.5 上海市

9.9.6 重庆市

9.9.7 长沙市

第十章 2014-2016年中国影视旅游标杆企业经营状况分析

10.1 北京众信国际旅行社股份有限公司

10.1.1 企业发展概况

10.1.2 经营效益分析

10.1.3 业务经营分析

10.1.4 财务状况分析

10.1.5 企业业务动态

10.1.6 未来前景展望

10.2 中国国旅股份有限公司

- 10.2.1 企业发展概况
- 10.2.2 经营效益分析
- 10.2.3 业务经营分析
- 10.2.4 财务状况分析
- 10.2.5 未来前景展望
- 10.3 中青旅控股股份有限公司
- 10.3.1 企业发展概况
- 10.3.2 经营效益分析
- 10.3.3 业务经营分析
- 10.3.4 财务状况分析
- 10.3.5 未来前景展望
- 10.4 海航凯撒旅游集团股份有限公司
- 10.4.1 企业发展概况
- 10.4.2 经营效益分析
- 10.4.3 业务经营分析
- 10.4.4 财务状况分析
- 10.4.5 未来前景展望
- 10.5 景域国际旅游运营集团
- 10.5.1 企业发展概况
- 10.5.2 企业战略布局
- 10.5.3 企业业务动态

第十一章 中国影视旅游行业投资分析及前景趋势(AK WZY)

- 11.1 中国影视旅游行业投资状况
- 11.1.1 影视巨头的介入投资
- 11.1.2 影视基地投资情况
- 11.1.3 影视旅游蕴含的商机
- 11.2 中国影视旅游行业发展前景及趋势
- 11.2.1 行业发展趋势
- 11.2.2 行业发展方向
- 11.2.3 行业发展前景
- 11.3 2016-2022年影视旅游行业发展预测分析

11.3.1 中国影视旅游行业发展因素分析

11.3.2 2016-2022年影视旅游行业规模预测

图表目录:

图表 万达文化旅游项目情况

图表 华侨城集团文化旅游项目情况

图表 宋城股份文化旅游项目情况

图表 新华联文化旅游项目情况

图表 中坤集团文化旅游项目情况

图表 文化旅游创意产业园区开发的主流模式介绍

图表 影视旅游产业链

图表 2009-2015年旅游业相关政策概要

图表 2014-2015年国内生产总值增长速度

图表 2014-2015年规模以上工业增加值增速

图表 2014-2015年固定资产投资（不含农户）及房地产开发投资名义增速

图表 2014-2015年工业生产者出厂价格涨跌情况

图表 2014-2015年社会消费品零售总额分月同比增长速度

图表 2001-2014年中国人口数量规模

图表 2014年年末中国人口结构

图表 影视旅游发展的运行机制

图表 影视旅游发展的动力机制

图表 各种广告媒体及其优缺点比较

图表 影视景点旅游生命周期的阶段特征

图表 影视城市旅游生命周期的阶段特征表

图表 影视节庆旅游生命周期各阶段特征表

图表 中国十大影视城经营概况

图表 中国十大影视城

图表 江西外景地拍摄作品一览

图表 江西已初步完成建设的影视城

图表 江西知名影视拍摄基地

图表 江西影视旅游产业的发展阶段

图表 江西省部分影视作品简介与文化类别

图表 江西部分影视拍摄地文化类别鉴定

图表 江西名胜古迹简介

图表 江西著名红色旅游地与旅游景点

图表 陕西外景地影视作品拍摄现状

图表 2014-2016年北京众信国际旅行社股份有限公司总资产和净资产

图表 2014-2015年北京众信国际旅行社股份有限公司营业收入和净利润

图表 2016年北京众信国际旅行社股份有限公司营业收入和净利润

图表 2014-2015年北京众信国际旅行社股份有限公司现金流量

图表 2016年北京众信国际旅行社股份有限公司现金流量

图表 2015年北京众信国际旅行社股份有限公司主营业务收入分行业、产品、区域

图表 2014-2016年北京众信国际旅行社股份有限公司成长能力

图表 2016年北京众信国际旅行社股份有限公司成长能力

图表 2014-2015年北京众信国际旅行社股份有限公司短期偿债能力

图表 2016年北京众信国际旅行社股份有限公司短期偿债能力

图表 2014-2015年北京众信国际旅行社股份有限公司长期偿债能力

图表 2016年北京众信国际旅行社股份有限公司长期偿债能力

图表 2014-2015年北京众信国际旅行社股份有限公司运营能力

图表 2016年北京众信国际旅行社股份有限公司运营能力

图表 2014-2015年北京众信国际旅行社股份有限公司盈利能力

图表 2016年北京众信国际旅行社股份有限公司盈利能力

图表 2014-2016年中国国旅股份有限公司总资产和净资产

图表 2014-2015年中国国旅股份有限公司营业收入和净利润

图表 2016年中国国旅股份有限公司营业收入和净利润

图表 2014-2015年中国国旅股份有限公司现金流量

图表 2016年中国国旅股份有限公司现金流量

图表 2015年中国国旅股份有限公司主营业务收入分行业、产品、区域

图表 2014-2015年中国国旅股份有限公司成长能力

图表 2016年中国国旅股份有限公司成长能力

图表 2014-2015年中国国旅股份有限公司短期偿债能力

图表 2016年中国国旅股份有限公司短期偿债能力

图表 2014-2015年中国国旅股份有限公司长期偿债能力

图表 2016年中国国旅股份有限公司长期偿债能力

图表 2014-2015年中国国旅股份有限公司运营能力

图表 2016年中国国旅股份有限公司运营能力

图表 2014-2015年中国国旅股份有限公司盈利能力

图表 2016年中国国旅股份有限公司盈利能力

图表 2014-2016年中青旅控股股份有限公司总资产和净资产

图表 2014-2015年中青旅控股股份有限公司营业收入和净利润

图表 2016年中青旅控股股份有限公司营业收入和净利润

图表 2014-2015年中青旅控股股份有限公司现金流量

图表 2016年中青旅控股股份有限公司现金流量

图表 2016年中青旅控股股份有限公司主营业务收入分行业、产品、区域

图表 2014-2015年中青旅控股股份有限公司成长能力

图表 2016年中青旅控股股份有限公司成长能力

图表 2014-2015年中青旅控股股份有限公司短期偿债能力

图表 2016年中青旅控股股份有限公司短期偿债能力

图表 2014-2015年中青旅控股股份有限公司长期偿债能力

图表 2016年中青旅控股股份有限公司长期偿债能力

图表 2014-2015年中青旅控股股份有限公司运营能力

图表 2016年中青旅控股股份有限公司运营能力

图表 2014-2015年中青旅控股股份有限公司盈利能力

图表 2016年中青旅控股股份有限公司盈利能力

图表 2014-2016年海航凯撒旅游集团股份有限公司总资产和净资产

图表 2014-2015年海航凯撒旅游集团股份有限公司营业收入和净利润

图表 2016年海航凯撒旅游集团股份有限公司营业收入和净利润

图表 2014-2015年海航凯撒旅游集团股份有限公司现金流量

图表 2016年海航凯撒旅游集团股份有限公司现金流量

图表 2015年海航凯撒旅游集团股份有限公司主营业务收入分行业、产品、区域

图表 2014-2015年海航凯撒旅游集团股份有限公司成长能力

图表 2016年海航凯撒旅游集团股份有限公司成长能力

图表 2014-2015年海航凯撒旅游集团股份有限公司短期偿债能力

图表 2016年海航凯撒旅游集团股份有限公司短期偿债能力

图表 2014-2015年海航凯撒旅游集团股份有限公司长期偿债能力

图表 2016年海航凯撒旅游集团股份有限公司长期偿债能力

图表 2014-2015年海航凯撒旅游集团股份有限公司运营能力

图表 2016年海航凯撒旅游集团股份有限公司运营能力

图表 2014-2015年海航凯撒旅游集团股份有限公司盈利能力

图表 2016年海航凯撒旅游集团股份有限公司盈利能力

图表 2016-2022年中国影视旅游行业市场规模预测

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/280187.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。