艾凯咨询
ICAN Consulting

2016-2022年中国文化旅游市场发展现状及战略咨询报告

艾凯咨询网
www.icandata.com

一、调研说明

《2016-2022年中国文化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/281097.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

文化是旅游的灵魂，旅游是文化发展的重要途径。"十二五"时期，文化产业作为"国民经济支柱性产业"，与同样作为"战略性支柱产业"的旅游业将有越来越多的融合发展，其中，文化旅游产业将是挖掘地方文化、完善旅游产业、促进经济结构调整、撬动地方经济腾飞的重要发展方向。

旅游发展规划是根据旅游业的历史、现状和市场要素的变化所制定的目标体系，以及为实现目标体系在特定的发展条件下对旅游发展的要素所做的安排。

文化旅游产业是一个跨行业的朝阳产业，在经济社会发展中有着至关重要的作用，不仅对经济结构调整、区域经济协调发展、扩大对外开放具有重要作用，而且是满足人民群众日益增长的文化需要、提高人民生活水平、构建和谐社会、实现全面协调可持续发展的重要途径。随着经济社会的不断发展和人民生活水平的不断提高，旅游成为一种时尚，文化旅游产业微信公众平台整合丰富的文化旅游资源已经成为发展的现实优势，发展文化旅游产业的条件已经成熟。

本研究报告数据主要采用国家统计数据，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 中国文化旅游业运行整体情况分析22
第一节 文化旅游的基本概述22
一、文化旅游的内涵22
二、文化旅游产品分类22
三、文化旅游发展历程23
四、开发文化旅游方略24
五、文化旅游产业的特征24
六、旅游与文化的关系浅析26
七、文化对旅游产业的促进作用26
第二节 中国文化旅游产业的发展概况27
一、中国文化旅游的文化属性27
二、中国文化旅游的核心分析28

三、中国文化旅游的发展之路28
四、中国文化旅游发展方向分析29
五、中国文化旅游品牌构建旅游强国建设30
第三节 中国文化旅游创意园区发展分析32
一、文化旅游创意园区逐渐兴起32
二、"一站式体验"的基本简述32
三、文化旅游创意产业园区的成因及特征浅析33
四、文化旅游创意产业园区的开发模式剖析34
五、文化旅游产业园区的发展策略37
第四节 中国文化旅游业发展难题38
一、文化旅游资源的开发不够，规划不当38
二、文化旅游配套基础设施落后38
三、发展资金不足，投融资渠道单一38
四、法规体系不健全39
五、缺乏优秀文化旅游产业专业人才39
第五节 中国文化旅游业发展的对策分析39
一、文化旅游创意产业发展策略分析39
二、提升文化旅游产业竞争力的有效措施41
（一）提升文化内涵加快旅游产业发展41
（二）注重实效宣传充分利用多元化促销手段43
（三）加强创新发展增强发展活力43
（四）重视旅游设施、环境、服务、人才等方面的综合质量44
三、促进文化旅游产业可持续发展的建议44
第二章 中国文化旅游产业运行环境分析47
第一节 中国文化旅游产业政策分析47
一、近年来中国主要旅游支持政策47
二、《依法治理旅游市场秩序三年行动方案（年）》48
三、《旅游经营服务不良信息管理办法（试行）》51
四、《关于促进智慧旅游发展的指导意见》52
五、旅游局令第38号《旅游行政处罚办法》53
六、《旅游质量发展纲要（年）》53
七、国民旅游休闲纲要（年）54

第二节 年中国宏观经济环境分析56
一、中国GDP增长情况分析56
二、工业经济发展形势分析57
三、社会固定资产投资分析58
四、全社会消费品零售总额59
五、居民消费价格变化分析61
六、对外贸易发展形势分析62
第三节 文化旅游发展的消费环境62
一、城乡居民收入消费情况分析62
二、居民收入与旅游消费相关性63
三、城乡居民人均旅游花费情况64
第四节 文化旅游发展的交通环境64
一、铁路投资建设情况64
二、公路投资建设情况65
三、机场投资建设情况67
四、交通行业客货运输情况68
第五节 旅游景区发展的社会环境71
一、中国人口总量及结构71
二、中国城镇化发展进程72
三、法定节假日和带薪假期实施73
第六节 中国旅游业发展环境分析74
一、国内旅游业发展情况74
二、旅游总收入增长情况75
三、国内旅游市场发展分析75
（一）国内旅游人数规模75
（二）国内旅游收入规模76
（三）国内旅游人均花费76
四、入境旅游市场发展分析77
（一）入境旅游接待人数77
（二）入境旅游外汇收入79
（三）入境旅游客源情况80
1、客源结构分析80

2、客源入境方式81
3、入境旅游目的83
4、年龄及性别结构85
（四）入境旅游过夜游客数86
五、出境旅游市场发展分析87
（一）中国出境旅游市场规模分析87
（二）中国出境旅游市场特征分析87
（三）中国出境旅游市场趋势分析88
第三章 中国文化旅游产业细分分析——民族文化旅游89
第一节 民族文化与旅游业的关系89
一、民族文化与旅游发展有三大相关性89
二、民族文化与西部旅游业息息相关89
三、民族文化决定着旅游业的竞争力90
四、正确开发利用能有效保护民族文化资源90
第二节 中国民族文化旅游发展相关概述91
一、民族文化旅游发展现状分析91
二、民族文化旅游发展的时代机遇91
三、民族文化旅游开发问题分析92
四、民族文化资源开发的成功经验94
五、民族文化旅游的开发模式97
六、民族文化旅游创新开发路径98
第三节 生态博物馆模式在民族文化旅游中的应用透析100
一、生态博物馆模式简介100
二、生态博物馆旅游的保护性原则101
三、生态博物馆旅游的原生态原则103
四、生态博物馆旅游的选择控制原则103
五、生态博物馆旅游的社区参与原则104
六、生态博物馆旅游的效益回报原则104
第四节 少数民族文化旅游业发展概况105
一、少数民族文化旅游资源简述105
二、少数民族文化旅游资源的开发原则105
三、旅游开发对少数民族文化的影响剖析106

四、少数民族文化旅游资源开发面临的难题108
五、少数民族文化旅游资源开发的建议108
第五节 西部地区民族文化旅游发展109
一、西部地区民族文化旅游发展现状109
二、西部地区民族文化旅游资源特点109
三、西部地区民族文化生态旅游开发的作用和意义111
四、西部民族文化对旅游业的负面影响112
五、西部地区民族文化旅游发展存在的问题115
六、西部地区民族文化旅游可持续之路116
第四章 中国文化旅游产业细分分析——红色旅游118
第一节 中国红色旅游的发展概况118
一、红色旅游含义及意义118
二、国内红色旅游兴起原因119
三、中国红色旅游的发展历程119
四、中国红色旅游发展现状121
五、新机遇助推红色旅游的持续升温123
六、中国红色旅游业发展亟待升级125
七、未来中国红色旅游业发展趋势127
第二节 重点红色旅游景区及精品路线简介129
一、12个重点红色旅游景区简介129
（一）沪浙红色旅游区129
（二）湘赣闽红色旅游区130
（三）左右江红色旅游区131
（四）黔北黔西红色旅游区132
（五）雪山草地红色旅游区132
（六）陕甘宁红色旅游区133
（七）东北红色旅游区134
（八）鲁苏皖红色旅游区135
（九）大别山红色旅游区136
（十）太行山红色旅游区137
（十一）川陕渝红色旅游区138
（十二）京津冀红色旅游区138

二、30条红色旅游精品路线简介138
三、红色旅游新线路开发情况144
第三节 红色旅游市场价值分析145
一、红色旅游具有旺盛的有效需求145
（一）红色旅游有效需求及其特征145
（二）红色旅游需求旺盛147
二、红色旅游产品的垄断性分析148
三、红色旅游商业模式和竞争策略149
（一）红色旅游产品开发149
（二）价格与市场的创新149
（三）拓宽渠道平台151
（四）政府的推动151
（五）全系统营销151
第四节 中国红色旅游发展的问题分析152
一、政治性太强，市场意识缺乏152
二、产品形式单一，吸引力有限152
三、整体带动功能弱，产业发展滞后153
四、开发深度不足，基础设施落后153
第五节 中国发展红色旅游的建议153
一、立足红色旅游资源的世界性，加强化国际化研究153
二、挖掘红色旅游资源内涵与"研学旅行"相结合154
三、适应和引领经济发展新常态，加快实施创新驱动发展战略154
四、突破行政区划，统筹红色旅游资源的整体开发154
第五章 中国文化旅游产业细分分析——影视旅游155
第一节 影视旅游的相关概述155
一、影视旅游的内涵155
二、影视旅游的特点155
三、影视旅游产业链的运行模式157
四、影视旅游的动机浅析159
五、影视对旅游目的地旅游发展的影响160
六、世界影视旅游发展历程161
第二节 中国影视旅游产业的发展分析162

一、中国影视旅游产业发展历程162
二、中国影视旅游外景地的分化163
三、中国影视旅游主要盈利模式164
四、中国影视城与旅游业结合运作模式165
五、国内影视旅游未来发趋势166
第三节 国外影视旅游成功案例分析--以韩国在东南亚地区掀起的"韩流"为例167
一、亚洲文化的相似性167
二、韩国政府与企业携手推动影视旅游169
三、成功的商业运作170
四、韩国影视旅游开发规划173
第四节 中国影视旅游业发展亟需关注问题174
一、要重视前期的商业运作174
二、重视影视旅游产品创新174
三、要重视影视作品对旅游的负面影响175
第五节 中国主要影视旅游基地分析176
一、横店影视城176
二、象山影视城176
三、镇北堡西部影视城177
四、涿州影视城177
五、无锡影视基地178
六、同里影视基地178
七、上海影视乐园基地179
八、松江影视基地179
九、焦作影视城180
十、中原影视城180
第六节 中国影视旅游业存在的问题181
第七节 中国影视旅游业各方发挥作用的建议182
一、中国影视旅游业政府发挥的引导作用182
二、中国影视旅游业企业发挥的主导作用184
第八节 影视旅游营销策略分析187
一、广告促销187
二、活动促销188

三、公关促销189
四、有形展示策略189
第六章 中国文化旅游产业细分分析——其他文化旅游业191
第一节 民俗文化旅游191
一、民俗文化旅游的概念191
二、中国民俗文化旅游开发优势分析192
三、中国民俗文化旅游资源开发问题192
四、民俗文化旅游开发基本模式剖析193
五、民俗文化旅游开发遵循原则分析194
六、中国民俗文化旅游开发路径分析195
七、中国民俗文化旅游发展建议分析196
第二节 宗教文化旅游197
一、宗教文化与旅游业的相关性阐述197
二、宗教文化旅游资源分类情况198
（一）佛教旅游资源198
（二）道教旅游资源199
（三）伊斯兰教旅游资源200
（四）基督教旅游资源200
三、我国主要宗教旅游名山分析201
（一）武当山201
（二）峨眉山202
（三）五台山203
（四）普陀山204
（五）天台山205
（六）九华山206
四、宗教文化旅游的产品体系剖析207
五、宗教文化旅游产品开发的相关要点分析208
六、宗教文化旅游景区开发情况209
第三节 茶文化旅游210
一、中国茶文化的定义与内涵浅述210
二、茶文化旅游的主要内容211
三、中国茶文化旅游的类型211

四、茶文化旅游存在的问题214
五、促进茶文化旅游业发展的对策216
六、茶文化旅游业发展的方向分析217
第四节 非物质文化遗产旅游219
一、非物质文化遗产的基本概念219
二、非物质文化遗产旅游开发模式分析219
（一）民间文学类219
（二）表演艺术类221
（三）工艺美术类222
（四）生产生活知识与技能类223
（五）仪式及节日类225
（六）文化空间类227
三、非物质文化遗产旅游产品的开发228
四、非物质文化遗产的活态旅游开发232
第七章 中国文化旅游主要省市分析——河南省235
第一节 河南省文化旅游业发展概况235
一、河南省旅游产业发展分析235
二、河南发展文化旅游产业具独特优势236
三、制约河南省文化旅游业发展的因素分析236
四、河南省文化旅游产业发展的出路探讨238
五、"村落文化"推动河南特色生态旅游发展240
第二节 河南文化旅游产品的开发设计概述241
一、自有资源的产品开发与设计241
二、外源资源的产品开发与利用243
三、构建文化旅游消费循环243
四、河南函谷关古文化旅游区244
第三节 郑州市244
一、郑州市文化旅游资源概况244
二、郑州市文化旅游产业发展近况分析245
三、郑州着力构建沿黄文化旅游产业带247
四、少林寺文化旅游资源深度利用分析249
五、登封文化旅游产业集聚区初步形成251

六、郑州市旅游产业转型升级251
第四节 南阳市252
一、南阳旅游业发展优势252
二、南阳市发展文化旅游业的优势254
三、南阳市文化旅游业存在的不足255
四、南阳方城大力发展文化旅游业256
五、南阳文化旅游产业发展的对策建议258
第五节 信阳市260
一、信阳旅游业现状260
二、信阳旅游业优势261
三、信阳旅游业存在的问题262
四、发展信阳旅游业的建议265
五、信阳罗山县文化旅游发展分析268
六、信阳与港中旅联手打造鸡公山268
第六节 开封市270
一、开封市文化旅游产业发展条件突出270
二、开封文化产业园区晋升"国家级"271
三、开封市文化旅游产业存在的主要问题272
四、促进开封市文化旅游产业发展的对策274
五、年大宋文化旅游节279
第七节 其他地区279
一、周口文化旅游资源发展概况279
二、许昌市文化旅游产业发展279
三、项城五大合力团聚力促发展281
四、驻马店汝南县文化旅游发展282
五、洛阳文化旅游发展模式分析283

第八章 中国文化旅游主要省市分析——湖北省285
第一节 湖北省文化旅游业发展概况285
一、湖北省旅游产业发展分析285
二、湖北省文化旅游资源开发现状287
三、楚文化旅游开发的可行性分析289

四、红安打造红色文化旅游新名片290
五、湖北汉水文化旅游开发的主体内容与基本思路291
六、湖北着力构建武汉城市旅游圈295
七、年钟祥紫薇节签约186亿296
八、湖北省旅游业发展蓝图296
第二节 荆州市297
一、荆州文化旅游资源概况297
二、荆州文化旅游现行发展措施298
三、荆州文化旅游发展存在问题300
四、荆州文化旅游产业发展对策301
第三节 孝感市303
一、孝感市旅游业发展现况303
二、孝感市旅游业发展存在的问题305
三、孝感市生态文化旅游区建设规划306
四、孝感市文化旅游节启动情况分析306
五、发展孝文化旅游产业SWOT分析307
第四节 湖北秭归309
一、秭归文化旅游业发展现况309
二、秭归文化旅游发展的空间布局310
三、秭归旅游业发展战略分析311
四、秭归屈原文化旅游开发的建议311
五、秭归荣膺国家５Ａ级景区313
第五节 昭君文化旅游业314
一、兴山县旅游资源分析314
二、项目实施的背景与意义314
三、文化旅游开发的战略思想317
四、文化旅游开发思路与战略措施317
五、昭君故里文化旅游发展存在的问题321
六、昭君旅游景区SWOT分析324
第六节 鄂西生态文化旅游圈326
一、鄂西圈建设发展现状分析326
二、襄樊市九天玄女文化生态旅游区327

三、鄂西圈四城市"抱团发展"旅游业328
四、鄂西圈建设战略实施路径329
五、鄂西圈发展存在的主要问题331
六、鄂西圈文化旅游业发展的思路332
第九章 中国文化旅游主要省市分析——湖南省333
第一节 湖南省文化旅游业发展概况333
一、湖南省旅游产业发展分析333
二、湖南山水文学的旅游价值开发334
三、湖南民俗文化旅游发展情况分析335
四、湖南红色文化旅游发展情况分析338
五、湖南影视文化旅游发展情况分析340
六、湖南影视文化旅游资源的类型340
第二节 郴州文化旅游业发展概况341
一、郴州主要旅游资源介绍341
二、郴州旅游产业发展情况分析344
三、郴州文化旅游产业的主要问题346
四、郴州文化旅游产业发展建议347
第三节 吉首市文化旅游业发展概况348
一、吉首市文化旅游产业状况分析348
二、吉首市文化旅游产业存在的不足350
三、促进吉首市文化旅游产业发展的建议351
四、吉首市文化旅游产业最新动态354
第四节 凤凰县文化旅游业发展概况354
一、凤凰文化旅游发展现状分析354
二、凤凰文化旅游发展规划分析355
三、旅游业对凤凰发展的有利影响356
四、"旅游过热"对凤凰古城的破坏358
五、对凤凰文化旅游业发展的建议359
第五节 大湘西文化旅游产业分析360
一、大湘西文化旅游业发展的基础360
二、大湘西文化产业与旅游业发展的阶段性特征362
三、大湘西文化旅游业的发展思路363

四、推进大湘西文化旅游业发展的意义364
第十章 中国文化旅游主要省市分析——山东省366
第一节 山东省文化旅游业发展概况366
一、山东省旅游经济行业发展情况366
二、山东省旅游景区情况分析366
三、山东齐鲁文化旅游品牌打造的思路369
四、促进山东文化旅游业发展的对策369
五、山东省文化旅游业发展目标分析372
六、山东首个齐长城文化旅游项目落户淄博372
七、山东：文物"活"旅游热372
第二节 济宁市文化旅游业发展概况375
一、济宁市旅游产业发展现况375
二、对济宁市文化旅游的主题定位的思考376
三、济宁旅游大项目推动产业大发展378
四、用"孔子"元素带动济宁文化旅游产业379
五、济宁微山湖创5A工作计划381
第三节 曲阜市文化旅游业发展概况382
一、曲阜市文化旅游业发展现状382
二、曲阜市旅游业发展的优劣势分析383
三、曲阜市文化旅游产业发展对策386
四、曲阜将围绕儒学文化"升级"修学旅游388
第四节 其他地区文化旅游业发展概况391
一、沂水泉庄镇乡村旅游发展情况391
二、郓城积极推进文化旅游业全面发展392
三、菏泽37个文化旅游项目在建情况394
四、莱阳文化旅游产业发展情况分析395
五、青岛文化旅游产业发展情况分析396
第十一章 中国文化旅游主要省市分析——云南省399
第一节 云南省文化旅游业发展状况399
一、云南省旅游经济行业发展情况399
二、云南省建十大历史文化旅游项目400
三、云南昆明将建特色文化旅游商业街401

四、云南省文化旅游业发展目标分析403
五、云南省历史文化旅游项目建设重点403
六、云南民族文化旅游的SWOT剖析404
七、云南省促进旅游文化产业融合发展407
八、云南省旅游发展多项扶持政策410
第二节 云南省民族文化旅游411
一、丰富多彩的云南民族文化411
二、云南民族文化与旅游业关系412
三、云南民俗旅游资源开发中的问题413
四、云南民族文化旅游业的可持续开发414
第三节 云南文化旅游业发展策略415
一、培育文化旅游的主导产业415
二、提高旅游商品文化含量和市场竞争力415
第四节 丽江民俗文化旅游业分析416
一、丽江古城基本阐述416
二、民族文化是丽江古城的血脉根基416
三、丽江古城民俗文化旅游发展具有重要意义418
四、丽江古城民俗文化旅游发展面临的挑战419
五、丽江古城民俗文化旅游发展的对策措施420
第五节 其他地区421
一、大理影视文化旅游资源开发情况421
二、楚雄州禄丰县旅游产业发展亮点频现424
三、保山市着力打造文化旅游名市424
四、云南沧源县建设国际旅游度假区425
五、昆明晋宁县文化旅游业发展分析427
六、玉溪市文化旅游资源概况430
第十二章 中国文化旅游主要省市分析——四川省431
第一节 四川省文化旅游业发展概况431
一、四川省旅游行业发展情况431
二、四川省文化旅游资源介绍431
三、四川文化旅游产品发展情况432
四、四川文化旅游业发展任务434

五、构建四川省文化旅游品牌体系435
第二节 四川省文化旅游投资合作重点项目437
一、南充市"龙王寨—望龙湖"森林公园建设项目437
二、九顶山生态旅游开发项目438
三、观音岩文化旅游风景区建设项目439
四、绵竹市汉旺地震遗址公园项目440
五、凉山州越西县文昌故里旅游景区建设项目440
六、四川省文化旅游业吸引社会资本投资的建议441
第三节 四川省民俗文化旅游的现实与对策446
一、四川省民族地区民俗文化旅游的特点446
二、四川省民族地区民俗文化旅游开发的优势与作用447
三、四川省民族地区民俗文化旅游发展存在的问题448
四、四川省发展民族地区民俗文化旅游的路径选择450
第四节 四川省主要地区文化旅游业分析453
一、德阳市全力打造特色文化旅游区453
二、普格县民俗文化旅游前景454
三、罗江县打造特色文化旅游区456
四、渠县土溪镇：向历史文化旅游名镇迈进457
五、达州十里水街城市文化旅游产业园460
六、年四川国际文化旅游节启幕461
第十三章 中国文化旅游主要省市分析——贵州省462
第一节 贵州文化旅游业发展概况462
一、贵州省旅游产业发展分析462
二、贵州文化旅游资源概述463
三、贵州文化旅游发展创新区介绍467
四、打造具有贵州特色的旅游文化品牌468
第二节 推进贵州文化和旅游产业融合发展469
一、文化和旅游产业融合发展目标469
二、文化旅游融合发展的路径469
三、文化旅游融合发展模式选择469
四、文化旅游融合发展的重点470
第三节 主要地区文化旅游业分析473

一、左右江革命老区文化旅游发展473
二、黔东北文化旅游精品长廊473
三、赤水市"双提升"打造千亿级文化旅游产业带474
四、荔波加快民族文化与旅游融合发展475
五、黔南文化旅游产业发展分析476
六、务川县努力实现文化旅游大发展477

第十四章 中国文化旅游主要省市分析——其他地区479
第一节 安徽省479
一、安徽省旅游产业发展分析479
二、安徽省文化旅游概况479
三、安徽文化旅游资源480
四、安徽打造首个文化创意村481
五、安徽古徽州文化旅游区正式晋级5A482
六、安徽亳州市芍花养生旅游文化节482
第二节 甘肃省483
一、甘肃省旅游产业发展分析483
二、甘肃文化旅游资源484
三、兰州打造七里河文化旅游产业新地标486
四、甘肃省文化旅游 "安宁模式"486
五、甘肃西和县文化旅游的发展情况488
六、甘肃省文化旅游发展困难与措施489
七、甘肃文化资源与文化旅游产业融合协同发展490
第三节 福建省493
一、福建省旅游产业发展分析493
二、福建省文化旅游发展情况494
三、福州文化旅游建设规划494
四、福建打造"重走客家路"文化旅游产品495
五、厦门市拟建特色文化旅游休闲街区496
六、福建平和县打造文化旅游名县496
第四节 海南省498
一、海南省旅游产业发展分析498

二、海南拟建中部文化旅游绿色产业带500
三、海南全国首家少数民族文化型5A旅游景区501
四、海南南山文化旅游区：老牌5A转型升级501
五、儋州借东坡文化体验提升海南西部旅游档次504
六、海南三亚海螺姑娘创意文化园505
第五节 河北省506
一、河北省旅游产业发展分析506
二、河北省文化旅游资源特色与优势507
三、河北省文化旅游产业发展主打特色牌507
四、定州古城恢复改造工程 打造2400亩文化旅游景区508
五、河北邢台：文化旅游打造特色品牌509
六、沧州重点打造杂技、武术、运河文化旅游线路510
七、打造热河文化旅游新区 承德隆化县发挥资源优势510
八、河北遵化旅游文化产业再添新景511
第六节 山西省512
一、山西省旅游产业发展分析512
二、山西文化旅游业发展概况513
三、百里寺庙群 山西的文化旅游宝藏514
四、运城建旅游大厦商业综合体 打造国际文化旅游地516
五、繁峙县文化旅游精品在太原叫响516
六、平遥统筹推进以文化为核心的文化旅游业518
七、晋中文化旅游助力经济转型升级518
第七节 陕西省520
一、陕西省旅游产业发展分析520
二、陕西省文化旅游资源概况520
三、陕西省文化旅游名镇建设情况521
四、渭南文化旅游产业构建"一核三圈八区"格局523
五、陕西尧头窑文化旅游生态园区524
第八节 广西壮族自治区525
一、广西壮族自治区旅游产业发展分析525
二、广西民族文化旅游资源概述526
三、桂林文化旅游的发展情况527

四、邕江新城打造广西文化旅游新一极529
五、广西那坡县民族文化与旅游融合发展530
第十五章 中国文化旅游业市场营销策略分析533
第一节 旅游文化营销的运作形式剖析533
一、运作基础533
二、文化包装与产品设计533
三、文化传播与广告促销534
四、文化体验与旅游品牌534
第二节 影视旅游营销方法解析535
一、我国对影视形成的旅游品牌的开发现状535
二、影视旅游业的营销模式分析536
三、影视主题公园发展存在的问题537
四、影视主题公园的定位策略538
五、影视旅游主题公园提高重游率538
六、影视旅游产品的开发、营销及组合策略539
第三节 红色旅游市场营销策略分析544
一、创造优良的营销环境544
二、深度挖掘红色旅游产品的文化内涵546
三、注重产品新颖性，体现参与性、体验性和趣味性546
四、实施科学的产品组合策略547
五、建立科学合理的价格体系548
六、拓宽销售渠道548
七、全面系统地宣传促销549
八、开展红色旅游公共关系活动550
第十六章 中国文化旅游业重点企业竞争力分析551
第一节 深圳华侨城股份有限公司551
一、企业基本情况551
二、企业文化旅游业务551
三、企业经营情况分析551
四、企业经济指标分析553
五、企业盈利能力分析553
六、企业偿债能力分析554

七、企业运营能力分析554
八、企业成本费用分析554
九、企业竞争优势分析555
第二节 杭州宋城旅游发展股份有限公司556
一、企业基本情况556
二、企业文化旅游业务557
三、企业经营情况分析558
四、企业经济指标分析559
五、企业盈利能力分析560
六、企业偿债能力分析560
七、企业运营能力分析560
八、企业成本费用分析561
九、企业竞争优势分析561
第三节 丽江玉龙旅游股份有限公司563
一、企业基本情况563
二、企业文化旅游业务563
三、企业经营情况分析564
四、企业经济指标分析565
五、企业盈利能力分析566
六、企业偿债能力分析566
七、企业运营能力分析567
八、企业成本费用分析567
九、企业竞争优势分析567
第四节 西安曲江文化旅游股份有限公司568
一、企业基本情况568
二、企业文化旅游业务568
三、企业经营情况分析569
四、企业经济指标分析570
五、企业盈利能力分析571
六、企业偿债能力分析571
七、企业运营能力分析571
八、企业成本费用分析572

九、企业竞争优势分析573
第五节 安徽九华山旅游发展股份有限公司574
一、企业发展基本情况574
二、企业文化旅游业务574
三、企业经营情况分析575
四、企业经济指标分析576
五、企业盈利能力分析576
六、企业偿债能力分析577
七、企业运营能力分析577
八、企业成本费用分析577
九、企业竞争优势分析578
第六节 北京巅峰智业旅游文化创意股份有限公司579
一、企业发展基本情况579
二、企业文化旅游业务579
三、企业经营情况分析580
四、企业销售网络分布581
五、企业竞争优势分析582
六、企业发展战略分析584
第七节 其他企业概述586
一、鄂尔多斯东联集团586
二、鄂西生态文化旅游圈投资有限公司588
三、四川美仑旅游文化产业投资有限公司589
四、成都文化旅游发展集团有限责任公司590
五、珠海唐家湾文化旅游有限公司590
第十七章 2016-2022年中国文化旅游业发展前景展望分析591
第一节 中国旅游行业市场发展前景分析591
一、旅游行业"十三五"发展规划分析591
二、旅游业信息化"十三五"发展目标591
三、旅游公共服务"十三五"发展规划592
四、中国旅游市场发展情况预测594
（一）国内游市场发展情况预测594
（二）入境游市场发展情况预测595

（三）出境游市场发展情况预测596
（四）中国在线旅游市场规模预测596
第二节 中国文化旅游业发展趋势和方向分析598
一、中国文化旅游的发展新方向598
二、中国文化旅游业发展趋势分析600
（一）向大旅游商品发展600
（二）向生活化方向发展600
（三）各类旅游商品同步发展并相互促进601
（四）旅游商品销售与"游"深度结合601
（五）旅游商品与旅游目的地的建设同步发展601
（六）旅游购物店与互联网融合602
第三节 中国文化旅游业发展前景分析603
一、先进的旅游文化引领旅游产业发展的方向603
二、文化是旅游经济竞争的核心603
三、文化是旅游产业可持续发展的驱动力603
四、文化旅游是旅游产业的发展方向604
五、旅游与文化相互作用604
第十八章 年中国文化旅游行业投资可行性分析(AK TL)605
第一节 年中国文化旅游行业投资机会分析605
一、中国文化旅游行业投资潜力分析605
二、文化旅游行业区域投资机会分析610
第二节 年中国文化旅游行业投资风险分析614
一、政策风险614
二、竞争风险614
三、市场风险614
四、经营风险615
五、文化风险615
六、投资过热风险616
第三节 年中国文化旅游行业投资策略分析617
一、高铁旅游产品开发建议617
二、免税业旅游业投资策略618
三、邮轮旅游市场投资分析618

四、多元化经营景区投资潜力619
五、旅游业风险投资未来走势620
六、中国酒店业投资策略分析620
七、中国主题公园投资分析624
图表目录：
图表：国内生产总值同比增长速度
图表：全国粮食产量及其增速
图表：规模以上工业增加值增速（月度同比）（%）
图表：社会消费品零售总额增速（月度同比）（%）
图表：进出口总额（亿美元）
图表：广义货币（M2）增长速度（%）
图表：居民消费价格同比上涨情况
图表：工业生产者出厂价格同比上涨情况（%）
图表：城镇居民人均可支配收入实际增长速度（%）
图表：农村居民人均收入实际增长速度
图表：人口及其自然增长率变化情况
图表：2015年固定资产投资（不含农户）同比增速（%）
图表：2015年房地产开发投资同比增速（%）
图表：2015年中国GDP增长预测
图表：国内外知名机构对2015年中国GDP增速预测
图表：文化旅游行业产业链
图表：2011-2015年我国文化旅游行业企业数量增长趋势图
图表：2011-2015年我国文化旅游行业亏损企业数量增长趋势图
图表：2011-2015年我国文化旅游行业从业人数增长趋势图
图表：2011-2015年我国文化旅游行业资产规模增长趋势图
图表：2011-2015年我国文化旅游行业产成品增长趋势图
图表：2011-2015年我国文化旅游行业工业销售产值增长趋势图
图表：2011-2015年我国文化旅游行业销售成本增长趋势图
图表：2011-2015年我国文化旅游行业费用使用统计图
图表：2011-2015年我国文化旅游行业主要盈利指标统计图
图表：2011-2015年我国文化旅游行业主要盈利指标增长趋势图
图表：企业1

图表：企业主要经济指标走势图
图表：企业经营收入走势图
图表：企业盈利指标走势图
图表：企业负债情况图
图表：企业负债指标走势图
图表：企业运营能力指标走势图
图表：企业成长能力指标走势图
图表：企业2
图表：企业主要经济指标走势图
图表：企业经营收入走势图
图表：企业盈利指标走势图
图表：企业负债情况图
图表：企业负债指标走势图
图表：企业运营能力指标走势图
图表：企业成长能力指标走势图
图表：企业3
图表：企业主要经济指标走势图
图表：企业经营收入走势图
图表：企业盈利指标走势图
图表：企业负债情况图
图表：企业负债指标走势图
图表：企业运营能力指标走势图
图表：企业成长能力指标走势图
图表：企业4
图表：企业主要经济指标走势图
图表：企业经营收入走势图
图表：企业盈利指标走势图
图表：企业负债情况图
图表：企业负债指标走势图
图表：企业运营能力指标走势图
图表：企业成长能力指标走势图
图表：企业5

图表：企业主要经济指标走势图
图表：企业经营收入走势图
图表：企业盈利指标走势图
图表：企业负债情况图
图表：企业负债指标走势图
图表：企业运营能力指标走势图
图表：企业成长能力指标走势图
图表：企业6
图表：企业主要经济指标走势图
图表：企业经营收入走势图
图表：企业盈利指标走势图
图表：企业负债情况图
图表：企业负债指标走势图
图表：企业运营能力指标走势图
图表：企业成长能力指标走势图
图表：其他企业……
图表：主要经济指标走势图
图表：2011-2015年文化旅游行业市场供给
图表：2011-2015年文化旅游行业市场需求
图表：2011-2015年文化旅游行业市场规模
图表：文化旅游所属行业生命周期判断
图表：文化旅游所属行业区域市场分布情况
图表：2016-2022年中国文化旅游行业市场规模预测
图表：2016-2022年中国文化旅游行业供给预测
图表：2016-2022年中国文化旅游行业需求预测
图表：2016-2022年中国文化旅游行业价格指数预测

详细请访问：https://www.icandata.com/view/281097.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。