

2014-2019年中国工业旅游发展状况及发展模式研究报告

报告大纲

一、报告简介

智研咨询发布的《2014-2019年中国工业旅游发展状况及发展模式研究报告》涵盖行业最新数据，市场热点，政策规划，竞争情报，市场前景预测，投资策略等内容。更辅以大量直观的图表帮助本行业企业准确把握行业发展态势、市场商机动向、正确制定企业竞争战略和投资策略。本报告依据国家统计局、海关总署和国家信息中心等渠道发布的权威数据，以及我中心对本行业的实地调研，结合了行业所处的环境，从理论到实践、从宏观到微观等多个角度进行市场调研分析。

官网地址：<https://www.chyxx.com/research/201403/232097.html>

报告价格：电子版: 9800元 纸介版：9800元 电子和纸介版: 10000元

订购电话: 010-60343812、010-60343813、400-600-8596、400-700-9383

电子邮箱: sales@chyxx.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、报告目录及图表目录

工业旅游是伴随着人们对旅游资源理解的拓展而产生的一种旅游新概念和产品新形式。工业旅游在发达国家由来已久，特别是一些大企业，利用自己的品牌效益吸引游客，同时也使自己的产品家喻户晓。在我国，有越来越多的现代化企业开始注重工业旅游。近年来，我国著名工业企业如青岛海尔、上海宝钢、广东美的等相继向游人开放，许多项目获得了政府的高度重视。

产业信息网发布的《2014-2019年中国工业旅游发展状况及发展模式研究报告》共六章。首先介绍了中国旅游行业的概念，接着分析了中国工业旅游行业发展环境，然后对国外工业旅游行业典型模式进行了重点分析，最后分析了外国工业旅游典型模式。您若想对中国工业旅游行业有个系统的了解或者想投资该行业，本报告将是您不可或缺的重要工具。

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1章：旅游行业发展的背景与阶段

1.1 旅游行业发展现状

1.1.1 中国国内旅游市场发展现状

- (1) 国内旅游人数
- (2) 国内旅游收入
- (3) 国内旅游人均花费

1.1.2 中国入境旅游市场发展现状

- (1) 入境旅游接待人数
- (2) 入境旅游外汇收入
- (3) 入境旅游客源情况
- (4) 入境旅游过夜游客数

1.1.3 中国黄金周旅游市场发展现状

- (1) “十一”黄金周旅游市场发展分析
- (2) 春节黄金周旅游市场发展分析

1.2 旅游行业发展环境

1.2.1 旅游行业政策环境分析

- (1) 国家支持旅游业发展
- (2) 国家支持西部地区旅游业发展
- (3) 国家扩大内需政策推动旅游市场规模扩大

1.2.2 旅游行业经济环境分析

- (1) 国际经济环境分析
- (2) 国内经济环境分析
- (3) 宏观经济环境对旅游行业的影响

1.2.3 旅游行业消费环境分析

- (1) 居民消费价格指数
- (2) 消费品零售市场分析
- (3) 居民消费性支出分析
- (4) 消费结构升级

1.2.4 旅游行业社会环境分析

- (1) 法定节假日和带薪假期实施
- (2) 人口年龄结构
- (3) 社会结构

第2章：工业旅游特征与模式分类

2.1 工业旅游属性特征

2.1.1 工业旅游属性

2.1.2 工业旅游特征

2.2 工业旅游开发模式

2.2.1 工业遗产旅游

2.2.2 工业科普旅游

2.2.3 产业公园旅游

2.2.4 企业文化旅游

第3章：工业遗产旅游模式典型案例分析

3.1 工业遗产旅游开发模式概述

3.2 英国艾思布里奇峡博物馆开发模式分析

3.2.1 工业旅游资源背景

3.2.2 工业旅游开发模式

3.2.3 工业旅游经营情况

3.3 德国杜伊斯堡景观公园开发模式分析

3.3.1 工业旅游资源背景

3.3.2 工业旅游开发模式

3.3.3 工业旅游经营情况

3.4 德国奥伯豪森购物中心开发模式分析

3.4.1 工业旅游资源背景

3.4.2 工业旅游开发模式

3.4.3 工业旅游经营情况

3.5 德国鲁尔区工业遗产旅游开发模式分析

3.5.1 工业旅游资源背景

3.5.2 工业旅游开发模式

3.5.3 工业旅游经营情况

3.6 美国SO HO社区开发模式分析

3.6.1 工业旅游资源背景

3.6.2 工业旅游开发模式

3.6.3 工业旅游经营情况

3.7 南非约翰内斯堡黄金公园开发模式分析

3.7.1 工业旅游资源背景

3.7.2 工业旅游开发模式

3.7.3 工业旅游经营情况

3.8 北京798大山子艺术区开发模式分析

3.8.1 工业旅游资源背景

3.8.2 工业旅游开发模式

3.8.3 工业旅游经营情况

3.9 中华儿女美术馆开发模式分析

3.9.1 工业旅游资源背景

3.9.2 工业旅游开发模式

3.9.3 工业旅游经营情况

3.9.4 工业旅游最新动向

3.10 中山岐江公园开发模式分析

3.10.1 工业旅游资源背景

3.10.2 工业旅游开发模式

3.10.3 工业旅游经营情况

第4章：工业科普旅游模式典型案例分析

4.1 工业科普旅游开发模式概述

4.2 英国斯尼伯斯顿发现者公园开发模式分析

4.2.1 工业旅游资源背景

4.2.2 工业旅游开发模式

4.2.3 工业旅游经营情况

4.3 欧洲航天局地面控制中心开发模式分析

4.3.1 工业旅游资源背景

4.3.2 工业旅游开发模式

4.3.3 工业旅游经营情况

4.4 美国芝加哥科学工业博物馆开发模式分析

4.4.1 工业旅游资源背景

4.4.2 工业旅游开发模式

4.4.3 工业旅游经营情况

4.5 胜利油田科技展览中心开发模式分析

4.5.1 工业旅游资源背景

4.5.2 工业旅游开发模式

4.5.3 工业旅游经营情况

4.6 沈阳新光航天科普基地开发模式分析

4.6.1 工业旅游资源背景

4.6.2 工业旅游开发模式

4.6.3 工业旅游经营情况

4.7 西昌卫星发射中心开发模式分析

4.7.1 工业旅游资源背景

4.7.2 工业旅游开发模式

4.7.3 工业旅游经营情况

第5章：产业园区旅游模式典型案例分析

5.1 产业园区旅游开发模式概述

5.2 美国沃尔瑟姆研究开发区公园·沃尔瑟姆产业中心开发模式分析

5.2.1 工业旅游资源背景

5.2.2 工业旅游开发模式

5.2.3 工业旅游经营情况

5.2.4 工业旅游最新动向

5.3 三峡大坝旅游区开发模式分析

5.3.1 工业旅游资源背景

5.3.2 工业旅游开发模式

5.3.3 工业旅游经营情况

5.3.4 工业旅游最新动向

第6章：企业文化旅游模式典型案例分析

6.1 企业文化旅游开发模式概述

6.2 英国利兹泰德雷酿酒码头工业旅游开发模式分析

6.2.1 工业旅游资源背景

6.2.2 工业旅游开发模式

6.2.3 工业旅游经营情况

6.3 英国伯明翰卡德布里世界工业旅游开发模式分析

6.3.1 工业旅游资源背景

6.3.2 工业旅游开发模式

6.3.3 工业旅游经营情况

6.4 苏格兰威士忌文化遗产中心开发模式分析

6.4.1 工业旅游资源背景

6.4.2 工业旅游开发模式

6.4.3 工业旅游经营情况

6.5 烟台张裕葡萄酒博物馆开发模式分析

6.5.1 工业旅游资源背景

6.5.2 工业旅游开发模式

6.5.3 工业旅游经营情况

6.6 一汽中国长春汽车博物馆开发模式分析

6.6.1 工业旅游资源背景

6.6.2 工业旅游开发模式

6.6.3 工业旅游经营情况

6.7 茅台国酒文化城开发模式分析

6.7.1 工业旅游资源背景

6.7.2 工业旅游开发模式

6.7.3 工业旅游经营情况

6.8 辽宁鞍山钢铁集团工业旅游开发模式分析

6.8.1 工业旅游资源背景

6.8.2 工业旅游开发模式

6.8.3 工业旅游经营情况

6.9 青岛啤酒博物馆工业旅游开发模式分析

6.9.1 工业旅游资源背景

6.9.2 工业旅游开发模式

6.9.3 工业旅游经营情况

6.10 海尔科技馆工业旅游开发模式分析

6.10.1 工业旅游资源背景

6.10.2 工业旅游开发模式

6.10.3 工业旅游经营情况

6.11 华富玻璃器皿有限公司工业旅游开发模式分析

6.11.1 工业旅游资源背景

6.11.2 工业旅游开发模式

6.11.3 工业旅游经营情况

图表目录：

- 图表1：2005-2012年中国国内旅游人数及预测（单位：亿人次，%）
- 图表2：2006-2012年中国国内旅游收入（单位：亿元，%）
- 图表3：2006-2012年中国国内旅游人均花费及增长率（单位：元，%）
- 图表4：2012年中国入境旅游接待人数（单位：万人次，%）
- 图表5：2012年中国入境旅游接待人数（单位：万人次，%）
- 图表6：2012年中国入境旅游外汇收入（单位：亿美元，%）
- 图表7：2012年中国入境旅游外汇收入（单位：亿美元，%）
- 图表8：2012年中国入境旅游客源结构（单位：%）
- 图表9：2012年外国人入境旅游目的（单位：%）
- 图表10：2012年入境旅游外国人年龄结构（单位：%）
- 图表11：2012年入境旅游外国人性别结构（单位：%）
- 图表12：2012年中国入境旅游主要客源市场情况（单位：%）
- 图表13：2012年中国入境旅游过夜游客数（单位：万人次，%）
- 图表14：2012年中国入境旅游过夜游客数（单位：万人次，%）
- 图表15：2005-2012年“十一”黄金周旅游人数及增长率（单位：万人次，%）
- 图表16：2005-2012年“十一”黄金周旅游收入及增长率（单位：亿元，%）
- 图表17：2006-2012年春节黄金周旅游人数及增长率（单位：万人次，%）
- 图表18：2006-2012年春节黄金周旅游收入及增长率（单位：亿元，%）
- 图表19：各旅游区的规划及政策研究
- 图表20：2008-2012年全球主要经济体经济增长速度（单位：%）
- 图表21：2005-2012年各项全球PMI指数变动情况
- 图表22：2012年1-2季度欧盟经济增长速度（单位：%）
- 图表23：2012年1-2季度主要新兴市场经济体货币升、贬值情况（单位：%）
- 图表24：2010-2012年全球大宗商品价格和石油价格指数走势图
- 图表25：2010-2014年全球主要经济体经济增速及预测分析（单位：%）
- 图表26：2006-2012年中国国内生产总值及其增长速度（单位：亿元，%）
- 图表27：2011-2012年规模以上工业增加值增速走势及预测（单位：%）
- 图表28：2006-2012年中国全社会固定资产投资及增长情况（单位：亿元，%）
- 图表29：2011-2012年中国居民消费价格月度涨跌幅度（单位：%）
- 图表30：2012年中国居民消费价格比上年涨跌幅度（单位：%）
- 图表31：2006-2012年中国社会消费品零售总额及其增长情况（单位：亿元，%）
- 图表32：2012年中国人均消费性支出情况（单位：元，%）
- 图表33：2012年中国人均消费性支出结构（单位：%）

图表34：2012年中国法定节假日安排

图表35：2012年与2011年中国人口年龄结构表（单位：万人，%）

图表36：2012年与2011年中国人口年龄结构图（单位：%）

图表37：2006-2012年中国人口年龄结构变化趋势（单位：%）

图表38：中国目前“金字塔型”社会结构具体表现

图表39：工业遗产旅游开发模式分析

图表40：工业科普旅游开发模式分析

图表41：产业公园旅游开发模式分析

图表42：企业文化旅游开发模式分析

图表43：英国艾思布里奇峡博物馆工业旅游经营优劣势分析

图表44：德国杜伊斯堡景观公园工业旅游经营优劣势分析

图表45：德国奥伯豪森购物中心工业旅游经营优劣势分析

图表46：德国鲁尔区工业遗产旅游经营优劣势分析

图表47：美国SO HO社区工业旅游经营优劣势分析

图表48：南非约翰内斯堡黄金公园工业旅游经营优劣势分析

图表49：北京798大山子艺术区工业旅游经营优劣势分析

图表50：中华儿女美术馆发展历程

图表51：中华儿女美术馆工业旅游经营优劣势分析

图表52：中山岐江公园获奖情况

图表53：中山岐江公园工业旅游经营优劣势分析

图表54：英国斯尼伯斯顿发现者公园工业旅游经营优劣势分析

图表55：欧洲航天局地面控制中心工业旅游经营优劣势分析

图表56：美国芝加哥科学工业博物馆工业旅游经营优劣势分析

图表57：胜利油田科技展览中心工业旅游经营优劣势分析

图表58：沈阳新光航天科普基地工业旅游经营优劣势分析

图表59：西昌卫星发射中心工业旅游经营优劣势分析

图表60：美国沃尔瑟姆研究开发区公园·沃尔瑟姆产业中心工业旅游经营优劣势分析

图表61：三峡大坝工业旅游经营优劣势分析

图表62：英国利兹泰德雷酿酒码头工业旅游经营优劣势分析

图表63：英国伯明翰卡德布里世界工业旅游经营优劣势分析

图表64：苏格兰威士忌文化遗产中心经营优劣势分析

图表65：2009-2012年烟台张裕葡萄酒股份有限公司主要经济指标分析（单位：万元）

图表66：2009-2012年烟台张裕葡萄酒股份有限公司盈利能力分析（单位：%）

图表67：2009-2012年烟台张裕葡萄酒股份有限公司运营能力分析（单位：次）

图表68：2009-2012年烟台张裕葡萄酒股份有限公司偿债能力分析（单位：%、倍）

- 图表69：2009-2012年青岛啤酒股份有限公司发展能力分析（单位：%）
- 图表70：烟台张裕葡萄酒博物馆经营优劣势分析
- 图表71：一汽中国长春汽车博物馆经营优劣势分析
- 图表72：2009-2012年贵州茅台酒股份有限公司主要经济指标分析（单位：万元）
- 图表73：2009-2012年贵州茅台酒股份有限公司盈利能力分析（单位：%）
- 图表74：2009-2012年贵州茅台酒股份有限公司运营能力分析（单位：次）
- 图表75：2009-2012年贵州茅台酒股份有限公司偿债能力分析（单位：% ，倍）
- 图表76：2009-2012年贵州茅台酒股份有限公司发展能力分析（单位：%）
- 图表77：茅台国酒文化城经营优劣势分析
- 图表78：2009-2012年鞍钢股份有限公司主要经济指标分析（单位：万元）
- 图表79：2009-2012年鞍钢股份有限公司盈利能力分析（单位：%）
- 图表80：2009-2012年鞍钢股份有限公司运营能力分析（单位：次）
- 图表81：2009-2012年鞍钢股份有限公司偿债能力分析（单位：% ，倍）
- 图表82：2009-2012年鞍钢股份有限公司发展能力分析（单位：%）
- 图表83：辽宁鞍山钢铁集团工业旅游经营优劣势分析
- 图表84：2009-2012年青岛啤酒股份有限公司主要经济指标分析（单位：万元）
- 图表85：2009-2012年青岛啤酒股份有限公司盈利能力分析（单位：%）
- 图表86：2009-2012年青岛啤酒股份有限公司运营能力分析（单位：次）
- 图表87：2009-2012年青岛啤酒股份有限公司偿债能力分析（单位：% ，倍）
- 图表88：2009-2012年青岛啤酒股份有限公司发展能力分析（单位：%）
- 图表89：青岛啤酒工业旅游经营优劣势分析
- 图表90：2009-2012年青岛海尔股份有限公司主要经济指标分析（单位：万元）
- 图表91：2009-2012年青岛海尔股份有限公司盈利能力分析（单位：%）
- 图表92：2009-2012年青岛海尔股份有限公司运营能力分析（单位：次）
- 图表93：2009-2012年青岛海尔股份有限公司偿债能力分析（单位：% ，倍）
- 图表94：2009-2012年青岛海尔股份有限公司发展能力分析（单位：%）
- 图表95：海尔科技馆工业旅游经营优劣势分析
- 图表96：华富玻璃器皿有限公司工业旅游经营优劣势分析

详细请访问：<https://www.chyxx.com/research/201403/232097.html>