

2017-2022年中国文化旅游行业市场竞争态势与未来发展趋势报告

报告大纲

一、报告简介

智研咨询发布的《2017-2022年中国文化旅游行业市场竞争态势与未来发展趋势报告》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/201704/518237.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

文化旅游定义：通过旅游实现感知、了解、体察人类文化具体内容之目的的行为过程。泛指以鉴赏异国异地传统文化、追寻文化名人遗踪或参加当地举办的各种文化活动为目的的旅游。寻求文化享受已成为当前旅游者的一种风尚。

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。

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。

综上所述，文化旅游就是以旅游经营者创造的观赏对象和休闲娱乐方式为消费内容，使旅游者获得富有文化内涵和深度参与旅游体验的旅游活动的集合。

智研咨询发布的《2017-2022年中国文化旅游行业市场竞争态势与未来发展趋势报告》共十四章。首先介绍了文化旅游行业市场发展环境、文化旅游整体运行态势等，接着分析了文化旅游行业市场运行的现状，然后介绍了文化旅游市场竞争格局。随后，报告对文化旅游做了重点企业经营状况分析，最后分析了文化旅游行业发展趋势与投资预测。您若想对文化旅游产业有个系统的了解或者想投资文化旅游行业，本报告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：

第一部分 文化旅游行业发展概况

第一章 文化旅游行业发展综述

第一节 文化旅游的基本概述

一、文化旅游的内涵

二、文化旅游的核心

三、文化旅游业的深刻解读

四、旅游文化的六大特征

五、旅游与文化的关系浅析

六、文化对旅游产业的促进作用

第二节 中国文化旅游产业政策分析

一、中国旅游业行业标准化建设

二、中国文化旅游业相关政策法规

三、《国务院关于加快发展旅游业的意见》

四、《国民旅游休闲纲要》力推休假制度改革

五《关于促进文化与旅游结合发展的指导意见》

第三节 中国文化旅游社会环境有利因素分析

一、庞大的人口孕育着潜力巨大的旅游市场

二、城市化进程推动中国旅游业发展

三、国民消费观念转变生活质量提升

四、“十二五”时期扩大内需增加收入

五、二线地区经济振兴客源增长预测

六、高铁等交通系统远距离输送游客能力提升

七、节假日及年休假制度推动国内旅游业发展

第四节 文化旅游行业产业链上游相关行业分析

一、文化产业发展状况及影响

二、文化遗产保护与发展状况

第五节 中国文化旅游创意园区分析

一、文化旅游创意园区逐渐兴起

二、“一站式体验”的基本简述

三、文化旅游创意文化旅游区的成因及特征浅析

四、文化旅游创意文化旅游区的开发模式剖析

五、文化旅游创意文化旅游区发展的战略建议

第二章 国际文化旅游行业发展分析及经验借鉴

第一节 全球文化旅游市场总体情况分析

一、全球文化旅游行业的发展历史

二、全球文化旅游名胜景点分析

三、全球文化旅游行业发展分析

四、全球文化旅游行业竞争格局

五、全球文化旅游市场区域分布

第二节 全球主要国家（地区）市场分析

一、罗马尼亚

- 1、罗马尼亚文化旅游特色分析
- 2、罗马尼亚文化旅游景点及著名建筑物
- 3、罗马尼亚文化旅游行业游客规模及消费

二、美国

- 1、美国文化旅游特色分析
- 2、美国文化旅游景点及著名建筑物
- 3、美国文化旅游行业游客规模及消费

三、法国

- 1、法国文化旅游特色分析
- 2、法国文化旅游景点及著名建筑物
- 3、法国文化旅游行业游客规模及消费

四、新西兰

- 1、新西兰文化旅游特色分析
- 2、新西兰文化旅游景点及著名建筑物
- 3、新西兰文化旅游行业游客规模及消费

五、其他国家地区

- 1、澳大利亚
- 2、埃及
- 3、希腊

第二部分 文化旅游行业运行分析

第三章 我国文化旅游行业运行现状分析

第一节 我国文化旅游行业发展状况分析

- 一、我国文化旅游行业发展阶段
- 二、我国文化旅游行业发展总体概况
- 三、我国文化旅游行业发展特点分析
- 四、生态文化旅游产业创新商业模式探索

第二节 文化旅游行业发展现状

- 一、我国文化旅游行业市场规模
- 二、我国文化旅游行业发展分析
- 三、各地文化旅游开发进展情况

第三节 中国文化旅游业存在的问题

- 一、中国文化旅游业发展的主要障碍
- 二、中国文化旅游业存在的主要问题

三、中国文化旅游开发中存在的问题

四、生态文化旅游发展中面临的困境

第四节 中国文化旅游业发展的对策分析

一、充分挖掘旅游文化内涵的建议

二、生态文化旅游开发的对策和建议

三、文化旅游创意产业发展深度游的建议

第四章 我国文化旅游行业整体运行指标分析

第一节 中国旅游行业总体规模分析

一、行业市场规模分析

二、我国旅游景区资源分布

三、主要景区旅游人次规模及收入

四、重点省市旅游接待人数统计

第二节 国内旅游市场分析

一、国内旅游人数

二、国内旅游综合经营收入

三、国内旅游人均花费

第三节 文化旅游投资开发及运营指标分析

一、文化旅游行业投资规模总量

二、文化旅游重点企业投资增速

三、文化旅游区域市场增收规模

四、文化旅游行业收入及盈利占比

第五章 民族文化旅游

第一节 民族文化与旅游业的关系

一、民族文化与旅游发展有三大相关性

二、民族文化与西部旅游业息息相关

三、民族文化决定着旅游业的竞争力

四、正确开发利用能有效保护民族文化资源

第二节 中国民族文化开发的相关概述

一、民族文化开发成功应具备的特点

二、民族旅游开发产生的负面效应

三、民族文化资源开发面临的阻碍

四、中国开发民族文化资源的对策

第三节 生态博物馆模式在民族文化旅游中的应用透析

一、生态博物馆模式简介

二、生态博物馆旅游的保护性原则

三、生态博物馆旅游的原生态原则

四、生态博物馆旅游的选择控制原则

五、生态博物馆旅游的社区参与原则

六、生态博物馆旅游的效益回报原则

第四节 少数民族文化旅游业发展概况

一、少数民族文化旅游资源简述

二、少数民族文化旅游资源的开发原则

三、旅游开发对少数民族文化的影响剖析

四、少数民族文化旅游资源开发面临的难题

五、应加强少数民族文化旅游资源开发的保护力度

第五节 西部地区民族文化生态旅游的开发与保护综述

一、西部民族文化对旅游业的影响与作用

二、文化遗产类旅游产品的开发日渐成熟

三、西部地区文化旅游市场潜力巨大

四、西部文化旅游开发存在的问题

五、合理开发西部民族文化生态旅游业的策略

六、西部民族旅游开发中的保护思路解析

第六章 红色旅游

第一节 2016年中国红色旅游的发展概况

一、红色旅游含义及意义

二、中国红色旅游的产生及发展历程

三、中国红色旅游进入快车道

四、中国红色旅游现有开发模式

五、“十二五”中国红色旅游业发展规划

第二节 中国红色旅游发展的问题分析

一、开发红色旅游国际市场的必要性

二、开发红色旅游国际市场的可能性

三、红色旅游国际市场不成熟现状及原因

四、红色旅游国际市场开发策略

第三节 中国红色旅游发展的问题分析

一、红色旅游业面临的主要问题

二、红色旅游景区发展的掣肘

三、中国红色旅游发展存在若干障碍

第四节 中国发展红色旅游的策略与建议

一、红色旅游业发展的对策

- 二、红色旅游发展应注重塑造品牌
- 三、以社区旅游模式来推动红色旅游和谐发展
- 四、推动红色旅游发展的战略分析
- 五、红色旅游开发模式创新分析
- 六、红色旅游可持续发展的相关建议

第七章 影视旅游

第一节 影视旅游的相关概述

- 一、影视旅游的内涵
- 二、影视旅游的特点
- 三、影视旅游产业链的运行模式
- 四、影视旅游的动机浅析
- 五、影视文化对旅游业的促进作用

第二节 国外影视旅游业发展的成功经验

- 一、美国
- 二、加拿大
- 三、韩国

第三节 中国影视旅游产业的发展分析

- 一、我国影视旅游业的兴起与开发情况
- 二、我国影视旅游产生巨大社会经济影响

第四节 中国部分地区影视旅游业的发展分析

- 一、海南影视旅游发展的现状及发展思路
- 二、云南省影视旅游营销创新分析
- 三、横店影视旅游形成完整产业链

第五节 中国影视旅游业存在的问题

- 一、我国影视旅游业存在的阻碍
- 二、影视作品对旅游业发展的消极影响

第六节 中国影视旅游业开发的对策分析

- 一、我国影视旅游开发原则
- 二、我国影视旅游开发途径
- 三、我国影视旅游开发措施
- 四、影视旅游业发展战略探讨
- 五、影视旅游业的未来发展规划

第八章 其他文化旅游业

第一节 民俗文化旅游

- 一、民俗文化旅游的概念

- 二、中国民俗文化旅游开发的现况
- 三、民俗文化旅游开发的基本模式剖析
- 四、中国民俗旅游发展存在的负面影响及对策

第二节 宗教文化旅游

- 一、宗教文化与旅游业的相关性阐述
- 二、宗教文化旅游的涵义简析
- 三、我国主要宗教旅游名山分析
- 四、宗教文化旅游的产品体系剖析
- 五、宗教文化旅游产品开发的相关要点分析

第三节 茶文化旅游

- 一、中国茶文化的定义与内涵浅述
- 二、茶文化旅游的主要内容
- 三、中国茶文化旅游的类型
- 四、茶文化旅游与民俗文化融合发展
- 五、促进茶文化旅游业发展的对策

第四节 非物质文化遗产旅游

- 一、非物质文化遗产的基本概念
- 二、非物质文化遗产旅游开发的热点
- 三、非物质文化遗产旅游开发面临的挑战
- 四、非物质文化遗产旅游发展的对策建议
- 五、海洋非物质文化遗产的旅游开发综述

第九章 中国文化旅游业市场营销策略分析

第一节 旅游文化营销的运作形式剖析

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

第二节 主题公园的影视营销方法解析

- 一、我国对影视形成的旅游品牌的开发现状
- 二、影视拍摄对主题公园的促进作用浅述
- 三、影视主题公园发展存在的问题
- 四、产品的开发、营销及组合策略

第三节 体验经济在红色旅游产业的融合发展

- 一、体验经济对红色旅游产品的积极作用简述
- 二、红色旅游产品开发策略分析

三、红色旅游景区体验型设计分析与具体模式探析

第三部分 文化旅游行业竞争结构

第十章 中国文化旅游主要省市分析

第一节 河南省

- 一、河南省文化旅游业发展概况
- 二、制约河南省文化旅游业发展的因素分析
- 三、河南省文化旅游产业发展的出路探讨
- 四、河南采取多种措施加快旅游业发展
- 五、河南省各市文化旅游发展情况分析
 - 1、郑州市
 - 2、南阳市
 - 3、信阳市
 - 4、开封市

第二节 湖北省

- 一、湖北省文化旅游业发展概况
- 二、湖北红安红色文化旅游业前景看好
- 三、湖北着力构建武汉城市旅游圈
- 四、“十二五”期间湖北省旅游业发展思路
- 五、2016年钟祥文化旅游收入规模预测
- 六、湖北省各区域文化旅游发展情况分析
 - 1、荆州市
 - 2、孝感市
 - 3、秭归县
 - 4、鄂西生态文化旅游圈

第三节 湖南省

- 一、湖南省文化旅游业发展概况
- 二、湖南民俗文化旅游发展情况分析
- 三、湖南红色文化旅游发展情况分析
- 四、湖南影视文化旅游发展情况分析
- 五、湖南省各区域文化旅游发展情况分析
 - 1、郴州
 - 2、吉首市
 - 3、凤凰县
 - 4、大湘西文化旅游产业分析

第四节 云南省

- 一、云南省文化旅游业发展概况
 - 二、云南省文化旅游资源分析
 - 三、云南省文化旅游产业发展的对策
 - 四、云南文化旅游产业发展战略重点及空间布局
 - 五、丽江民俗文化旅游业分析
 - 六、大理文化旅游业分析
 - 1、大理州旅游文化的地位
 - 2、大理州旅游文化的特征
 - 3、大理州旅游文化的开发利用
 - 4、大理着力推进文化旅游产业基地建设
 - 5、大理白族民俗文化旅游资源开发情况
 - 七、其他地区
 - 1、楚雄州文化旅游产业亮点突出
 - 2、楚雄禄丰县文化旅游业发展措施浅析
 - 3、沧源县着力提升文化旅游业发展水平
 - 4、保山市推动文化旅游合力发展
- 第五节 其他地区
- 一、安徽省
 - 1、安徽旅游主打文化牌
 - 2、安徽推出系列文化旅游新品
 - 3、安徽欲打造“中华第一相”文化旅游品牌
 - 4、安徽省祁门县着力开发文化旅游新业态
 - 二、甘肃省
 - 1、甘肃历史文化资源推动旅游业快速发展
 - 2、甘肃兰州全力打造文化旅游品牌
 - 3、甘肃舟曲文化生态旅游发展分析
 - 4、甘肃西和县巧打文化品牌加快旅游产业发展
 - 三、福建省
 - 1、福建省海峡文化旅游凸显魅力
 - 2、福建红色文化遗产的保护与旅游开发策略
 - 3、高铁时代催热福州文化旅游
 - 4、福建安溪县获得省首枚农耕文化商标
 - 5、福建泉州借文化旅游节打造宜居侨乡
 - 四、海南省
 - 1、海南加大开发红色旅游力度

- 2、海南儋州旅游推出东坡文化品牌
- 3、海南保亭挖掘传统文化促旅游产业发展
- 4、历史传统文化助推海南国际旅游岛建设
- 5、海南民俗文化旅游资源的开发策略

五、河北省

- 1、河北省文化旅游资源特色与优势
- 2、河北省文化旅游资源空间布局设想
- 3、河北省文化旅游精品开发重点
- 4、河北省文化旅游用品的六大开发系列与开发思路
- 5、文化内涵提升河北省旅游资源品质
- 6、河北省“大长城”文化旅游整合与构建策略
- 7、河北西柏坡红色旅游产业的进一步开发探讨

六、山西省

- 1、山西文化旅游业发展概况
- 2、山西文化旅游产业的投资热情空前高涨
- 3、山西五台县不断推动文化旅游大融合
- 4、山西省将打造跨区域文化旅游
- 5、山西省安泽县形成三大特色文化旅游品牌
- 6、山西省发展文化旅游产业的模式探讨

七、陕西省

- 1、陕西红色文化旅游资源的保护与开发
- 2、陕西省文化旅游资源开发的潜力与优势
- 3、陕西省文化旅游资源开发措施
- 4、陕西扶风倾力打造文化旅游产业集群

八、广西省

- 1、深入探讨广西文化旅游产业的发展模式
- 2、桂林文化旅游产业发展壮大的路径分析
- 3、广西北海在滨海旅游中融入历史文化元素
- 4、宾阳县文化旅游产业成为重点经济支柱

第十一章 中国文化旅游业重点企业竞争力分析

第一节 深圳华侨城文化旅游科技有限公司

- 一、企业发展情况
- 二、企业经营情况分析
- 三、企业财务指标分析
- 四、企业盈利能力分析

- 五、企业资产规模分析
- 六、企业运营能力分析
- 七、企业成长能力分析
- 八、企业发展战略及未来展望

第二节 杭州宋城旅游发展股份有限公司

- 一、企业发展情况
- 二、企业经营情况分析
- 三、企业财务指标分析
- 四、企业盈利能力分析
- 五、企业资产规模分析
- 六、企业运营能力分析
- 七、企业成长能力分析
- 八、企业发展战略及未来展望

第三节 丽江玉龙旅游股份有限公司

- 一、企业发展情况
- 二、企业经营情况分析
- 三、企业财务指标分析
- 四、企业盈利能力分析
- 五、企业资产规模分析
- 六、企业运营能力分析
- 七、企业成长能力分析
- 八、企业发展战略及未来展望

第四节 鄂尔多斯东联集团

- 一、企业发展情况
- 二、东联集团进入文化旅游业背景分析
- 三、东联集团文化旅游相关发展动态
- 四、东联集团文化旅游业投资规划与发展
- 五、企业资产规模分析
- 六、企业运营能力分析
- 七、企业成长能力分析
- 八、企业发展战略及未来展望

第五节 成都文化旅游发展集团有限责任公司

- 一、企业发展情况
- 二、企业经营情况分析
- 三、企业盈利能力分析

四、企业运营能力分析

五、企业开发项目

六、企业发展战略及目标

第六节 哈尔滨文化旅游集团有限公司

一、企业发展情况

二、企业经营情况分析

三、企业盈利能力分析

四、企业资产规模分析

五、企业运营能力分析

六、企业成长能力分析

七、企业发展战略及未来展望

第四部分 文化旅游行业发展趋势

第十二章 2017-2022年文化旅游行业前景及趋势预测

第一节 2017-2022年文化旅游市场发展前景

一、2017-2022年文化旅游市场发展潜力

二、2017-2022年文化旅游市场发展前景展望

三、2017-2022年文化旅游细分行业发展前景分析

第二节 2017-2022年中国旅游业发展趋势与前景展望

一、旅游产业总体规模将会持续扩大

二、旅游产业发展格局将会显著变化

三、旅游消费升级持续行业前景广阔

四、“十二五”中国旅游产业前景展望

第三节 2017-2022年文化旅游市场发展趋势预测

一、2017-2022年文化旅游行业发展趋势

1、中国文化旅游市场已成规模

2、中国文化旅游资源丰富

3、中国文化旅游产业发展的转变

4、中国发展文化旅游的比较优势

5、中国文化旅游产业开发前景

二、2017-2022年文化旅游市场规模预测

1、文化旅游行业市场容量预测

2、文化旅游行业销售收入预测

三、2017-2022年细分市场发展趋势预测

第十三章 2017-2022年文化旅游行业投资价值评估分析

第一节 文化旅游行业投资特性分析

一、文化旅游行业进入壁垒分析

二、文化旅游行业盈利因素分析

三、文化旅游行业盈利模式分析

第二节 2017-2022年文化旅游行业发展的影响因素

一、有利因素

二、不利因素

第三节 2017-2022年文化旅游行业投资价值评估分析

一、行业投资效益分析

二、新进入者应注意的障碍因素

第十四章 文化旅游行业发展战略研究（ZYPX）

第一节 文化旅游行业发展战略研究

一、战略综合规划

二、区域战略规划

三、产业战略规划

四、营销品牌战略

五、竞争战略规划

第二节 对我国文化旅游品牌的战略思考

一、文化旅游品牌的重要性

二、文化旅游实施品牌战略的意义

三、文化旅游企业品牌的现状分析

四、我国文化旅游企业的品牌战略

五、文化旅游品牌战略管理的策略

第三节 文化旅游经营策略分析

一、文化旅游市场细分策略

二、文化旅游市场创新策略

三、品牌定位与品类规划

第四节 文化旅游行业发展战略研究

一、文化旅游行业发展战略

二、2017-2022年细分行业发展战略

图表目录：

图表：2014-2016年我国旅游总收入

图表：2016年我国主要景区旅游人次规模及收入

图表：2016年我国重点省市旅游接待人数统计

图表：2016年我国旅游人均花费

图表：2016年我国文化旅游重点企业投资增速

- 图表：2016年我国文化旅游区域市场增收规模
- 图表：传统博物馆与生态博物馆的区别
- 图表：影视旅游发展阶段
- 图表：红色旅游景区体验型开发模式图
- 图表：陕西省的文化旅游资源汇总
- 图表：2014-2016年深圳华侨城集团主要财务指标
- 图表：2014-2016年深圳华侨城集团盈利能力
- 图表：2014-2016年深圳华侨城集团盈利能力
- 图表：2014-2016年深圳华侨城集团营运能力
- 图表：2014-2016年深圳华侨城集团成长能力
- 图表：2014-2016年杭州宋城旅游发展有限公司主要财务指标
- 图表：2014-2016年杭州宋城旅游发展有限公司盈利能力
- 图表：2014-2016年杭州宋城旅游发展有限公司资本结构
- 图表：2014-2016年杭州宋城旅游发展有限公司营运能力
- 图表：2014-2016年杭州宋城旅游发展有限公司成长能力
- 图表：2014-2016年丽江玉龙旅游股份有限公司主要财务指标
- 图表：2014-2016年丽江玉龙旅游股份有限公司盈利能力
- 图表：2014-2016年丽江玉龙旅游股份有限公司资本结构
- 图表：2014-2016年丽江玉龙旅游股份有限公司营运能力
- 图表：2014-2016年丽江玉龙旅游股份有限公司成长能力
- 图表：2017-2022年国内文化旅游行业市场容量预测
- 图表：2017-2022年国内文化旅游行业收入规模预测
- 图表：影响世界的中国文化旅游名城
- 图表：影响世界的中国文化旅游名县
- 图表：影响世界的中国文化旅游名镇
- 图表：影响世界的中国文化旅游名人
- 图表：影响世界的中国文化旅游口号
- 图表：影响世界的中国文化旅游名景

详细请访问：<https://www.chyxx.com/research/201704/518237.html>