

2026-2032年中国民俗旅游行业市场研究分析及投资战略研判报告

报告大纲

一、报告简介

智研咨询发布的《2026-2032年中国民俗旅游行业市场研究分析及投资战略研判报告》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/1252563.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: 400-600-8596、010-60343812、010-60343813

电子邮箱: kefu@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

智研咨询发布的《2026-2032年中国民俗旅游行业市场研究分析及投资战略研判报告》共十章。首先介绍了民俗旅游行业市场发展环境、民俗旅游整体运行态势等，接着分析了民俗旅游行业市场运行的现状，然后介绍了民俗旅游市场竞争格局。随后，报告对民俗旅游做了重点企业经营状况分析，最后分析了民俗旅游行业发展趋势与投资预测。您若想对民俗旅游产业有个系统的了解或者想投资民俗旅游行业，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家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 民俗旅游行业综述

第一节 民俗旅游行业定义

一、民俗旅游概念

二、民俗旅游特点

三、民俗旅游地表现形式

第二节 民俗经济分析

一、中国经济形势分析

二、中国民俗经济分析

第三节 《“十四五”旅游业发展规划》

第四节 民俗旅游社会背景

一、人均收入增长

二、消费需求升级

第二章 中国旅游发展态势

第一节 中国旅游经济运行分析

第二节 中国旅游行业发展分析

第三节 中国旅游市场基本情况

一、国内旅游

1、国内旅游人数

2、国内旅游收入

3、国内旅游出游人均花费

二、入境旅游

- 1、入境旅游人数
- 2、入境过夜游客人数
- 3、国际旅游收入

三、出境旅游

- 1、公民出境旅游人数
- 2、公民出境旅游目的地
- 3、出境旅游花费

第四节 中国旅游市场前景趋势

- 一、旅游市场发展前景
- 二、旅游市场发展趋势

第三章 中国民俗旅游行业经营情况分析

第一节 民俗旅游行业发展概况分析

- 一、行业发展历程回顾
- 二、行业发展特点分析

第二节 民俗旅游行业供给态势分析

- 一、2021-2025年中国民俗旅游行业企业数量分析
- 二、民俗旅游行业企业所有制结构分析
- 三、民俗旅游行业企业注册资本情况
- 四、民俗旅游行业企业区域分布情况

第三节 民俗旅游行业消费态势分析

- 一、2021-2025年中国民俗旅游行业消费情况
- 二、2021-2025年中国民俗旅游行业消费区域分布

第四节 民俗旅游行业消费价格水平分析

第四章 中国民俗旅游消费大数据

第一节 中国民俗旅游总体规模

- 一、民俗旅游人数
- 二、民俗旅游收入

第二节 中国民俗旅游消费画像

- 一、民俗旅游年龄分布
- 二、民俗旅游预订方式
- 三、民俗旅游类型分布
- 四、民俗旅游月度出游人次

五、民俗旅游十大热门线路

第三节 中国民俗旅游客源地和目的地分析

一、民俗旅游客源地排行榜

二、民俗旅游客源地人均消费

三、民俗旅游目的地排行榜

四、民俗旅游目的地人均消费

第四节 民俗旅游景区热度榜

第五章 中国民俗旅游资源开发分析

第一节 民俗文化村

一、中国民俗文化村分布情况

二、中国民俗文化村开发情况

三、中国民俗文化村门票价格

四、中国民俗文化村旅客人数

五、中国民俗文化村人均消费

六、中国民俗文化村开发存在的问题

七、中国民俗文化村发展对策

第二节 民俗主题公园

一、中国民俗主题公园分布情况

二、中国民俗主题公园开发情况

三、中国民俗主题公园门票价格

四、中国民俗主题公园旅客人数

五、中国民俗主题公园人均消费

六、中国民俗主题公园开发存在的问题

七、中国民俗主题公园发展对策

第三节 民族村寨

一、中国民俗村寨分布情况

二、中国民俗村寨开发情况

三、中国民俗村寨门票价格

四、中国民俗村寨旅客人数

五、中国民俗村寨人均消费

六、中国民俗村寨开发存在的问题

七、中国民俗村寨发展对策

第四节 民族民俗文化活动

一、中国民俗文化活动分布情况

- 二、中国民俗文化活动开发情况
- 三、中国民俗文化活动门票价格
- 四、中国民俗文化活动旅客人数
- 五、中国民俗文化活动人均消费
- 六、中国民俗文化活动开发存在的问题
- 七、中国民俗文化活动发展对策
- 第五节 中国主要民族旅游资源开发分析
 - 一、深圳中国民俗文化村
 - 二、杭州宋城
 - 三、无锡唐城

第六章 中国民俗旅游行业区域市场分析

第一节 贵州民俗旅游行业发展分析

- 一、民俗旅游资源情况
- 二、民俗旅游政策规划
- 三、民俗旅游开发现状
- 四、民俗旅游开发模式
- 五、民俗旅游存在问题
- 六、民俗旅游发展对策

第二节 云南民俗旅游行业发展分析

- 一、民俗旅游资源情况
- 二、民俗旅游政策规划
- 三、民俗旅游开发现状
- 四、民俗旅游开发模式
- 五、民俗旅游存在问题
- 六、民俗旅游发展对策

第三节 广西民俗旅游行业发展分析

- 一、民俗旅游资源情况
- 二、民俗旅游政策规划
- 三、民俗旅游开发现状
- 四、民俗旅游开发模式
- 五、民俗旅游存在问题
- 六、民俗旅游发展对策

第四节 新疆民俗旅游行业发展分析

- 一、民俗旅游资源情况

二、民俗旅游政策规划

三、民俗旅游开发现状

四、民俗旅游开发模式

五、民俗旅游存在问题

六、民俗旅游发展对策

第五节 内蒙古民俗旅游行业发展分析

一、民俗旅游资源情况

二、民俗旅游政策规划

三、民俗旅游开发现状

四、民俗旅游开发模式

五、民俗旅游存在问题

六、民俗旅游发展对策

第七章 民俗旅游行业企业分析

第一节 中国旅游集团有限公司

一、企业概述

二、竞争优势分析

三、企业经营分析

四、发展战略分析

第二节 中国旅行社总社（北京）有限公司

一、企业概述

二、竞争优势分析

三、企业经营分析

四、发展战略分析

第三节 中青旅控股股份有限公司

一、企业概述

二、竞争优势分析

三、企业经营分析

四、发展战略分析

第四节 上海春秋国际旅行社(集团)有限公司

一、企业概述

二、竞争优势分析

三、企业经营分析

四、发展战略分析

第五节 广州岭南集团控股股份有限公司

一、企业概述

二、竞争优势分析

三、企业经营分析

四、发展战略分析

第六节 中国康辉旅游集团有限公司

一、企业概述

二、竞争优势分析

三、企业经营分析

四、发展战略分析

第七节 众信旅游集团股份有限公司

一、企业概述

二、竞争优势分析

三、企业经营分析

四、发展战略分析

第八节 锦江国际(集团)有限公司

一、企业概述

二、竞争优势分析

三、企业经营分析

四、发展战略分析

第九节 广东中旅(集团)有限公司

一、企业概述

二、竞争优势分析

三、企业经营分析

四、发展战略分析

第十节 海航凯撒旅游集团股份有限公司

一、企业概述

二、竞争优势分析

三、企业经营分析

四、发展战略分析

第八章 中国民俗旅游行业投资分析

第一节 民俗旅游行业投资特性分析

一、民俗旅游行业进入壁垒分析

二、民俗旅游行业盈利因素分析

三、民俗旅游行业盈利模式分析

第二节 民俗旅游行业投资情况

一、民俗旅游行业投资现状

二、民俗旅游行业投资案例

第三节 民俗旅游行业投资机会与风险分析

一、民俗旅游行业投资机会

二、民俗旅游行业投资风险

三、民俗旅游行业投资建议

第九章 中国民俗旅游行业前景展望

第一节 民俗旅游行业发展的影响因素

一、有利因素

二、不利因素

第二节 民俗旅游行业存在的问题与对策

一、行业存在的问题

二、行业发展的对策

第三节 2026-2032年民俗旅游行业发展预测

一、2026-2032年民俗旅游市场规模预测

二、2026-2032年民俗旅游行业供给预测

三、2026-2032年民俗旅游行业需求预测

第四节 2026-2032年民俗旅游行业发展前景

一、民俗旅游行业发展趋势

二、民俗旅游行业发展前景

第十章 中国民俗旅游行业企业品牌竞争策略

第一节 中国民俗旅游行业品牌的重要性

一、民俗旅游行业品牌的重要性

二、民俗旅游实施品牌战略的意义

第二节 中国民俗旅游行业企业品牌建设对策

一、强化品牌战略意识，树立品牌营销观念

二、强化品牌管理团队，完善品牌管理体系

三、强化品牌保护意识，准确把握品牌定位

四、深入挖掘文化内涵，创建品牌核心价值

五、提高质量管理意识，完善质量管理体系

六、加强品牌形象塑造，推进品牌有效传播

七、强化品牌创新意识，提升企业创新能力

第三节 中国民俗旅游行业企业升级图谱

- 一、产业链升级
- 二、品控升级
- 三、产品升级
- 四、渠道升级
- 五、形象升级
- 六、定位升级
- 七、管理升级
- 八、社会责任感升级
- 九、战略升级

详细请访问：<https://www.chyxx.com/research/1252563.html>