

# 2022-2028年中国文化旅游 市场评估与投资前景评估报告

## 报告目录及图表目录

北京迪索共研咨询有限公司

[www.cction.com](http://www.cction.com)

## 一、报告报价

《2022-2028年中国文化旅游市场评估与投资前景评估报告》信息及时，资料详实，指导性强，具有独家，独到，独特的优势。旨在帮助客户掌握区域经济趋势，获得优质客户信息，准确、全面、迅速了解目前行业发展动向，从而提升工作效率和效果，是把握企业战略发展定位不可或缺的重要决策依据。

官方网站浏览地址：<http://www.cction.com/report/202205/294315.html>

报告价格：纸介版8000元 电子版8000元 纸介+电子8500元

北京迪索共研咨询有限公司

订购电话: 400-700-9228(免长话费) 010-69365838

海外报告销售: 010-69365838

Email: kefu@gonyn.com

联系人：李经理

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、说明、目录、图表目录

文化旅游简称为文旅，定义是指通过旅游实现感知、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。

中企顾问网发布的《2022-2028年中国文化旅游市场评估与投资前景评估报告》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、“十三五”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 文化旅游所属行业运行分析

### 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 我国文化旅游所属行业整体运行指标分析

### 第一节 中国旅游所属行业总体规模分析

- 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 2020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、“十三五”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、“十三五”期间湖北省旅游业发展思路

五、2020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

### 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

### 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

第四节 鄂尔多斯东联集团

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

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、企业运营能力分析

五、企业开发项目

六、企业发展战略及目标

第四部分 文化旅游行业发展趋势

第十二章 2022-2028年文化旅游行业前景及趋势预测

第一节 2022-2028年文化旅游市场发展前景

一、2022-2028年文化旅游市场发展潜力

二、2022-2028年文化旅游市场发展前景展望

三、2022-2028年文化旅游细分行业发展前景分析

第二节 2022-2028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、&ldquo;十三五&rdquo;中国旅游产业前景展望

第三节 2022-2028年文化旅游市场发展趋势预测

一、2022-2028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、2022-2028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、2022-2028年细分市场发展趋势预测

第十三章 2022-2028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 2022-2028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 2022-2028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

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、2022-2028年细分行业发展战略

部分图表目录：

图表：2016-2020年我国旅游总收入

图表：2020年我国主要景区旅游人次规模及收入

图表：2020年我国重点省市旅游接待人数统计

图表：2020年我国旅游人均花费

图表：2020年我国文化旅游重点企业投资增速

图表：2020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

更多图表见正文&hellip;&hellip;

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202205/294315.html>