

2025-2030 年中国文化旅游行业市场深度分析及投资战略规划研究报告

Annual Research and Consultation Report of Panorama Survey and Development Strategy on China Industry

(中国企业高层战略决策参考必备)



关注微信，
行业干货，
财经资讯，
一手掌握。

2024 年度版
中国行业研究咨询报告系列
中研普华 决策参考

● 行业研究咨询报告 (推荐指数★★★★★)

《中国行业研究咨询报告》是中研普华依托国家统计局、国家发改委、国家经济信息中心、国务院发展研究中心、国家海关总署、全国商业信息中心、中国经济景气监测中心提供的最新行业运行数据为基础，验证于与我们建立联系的全国科研机构、行业协会组织的权威统计资料。凭借中研普华在其多年的行业研究经验基础上建立起的完善产业研究体系，一整套的产业研究方法始终处于行业领先地位，是目前国内覆盖面最全面、研究最为深入、数据资源最为强大的行业研究报告系列。

《中国行业研究咨询报告》充分体现了中研普华所特有的与国际接轨的咨询背景和专家智力资源的优势，以客户需求为导向，以行业为主线，全面整合行业、市场、企业等多层面信息源，依据权威数据和科学的分析体系，在研究领域上突出全方位特色，着重从行业发展的方向、格局和政策环境，帮助客户评估行业投资价值，准确把握行业发展趋势，寻找最佳营销机会与商机，具有相当的预见性和权威性，是企业领导人制定发展战略、风险评估和投资决策的重要参考。

我们的优势：

丰富的专家资源和信息资源：中研普华依托国家发展改革委和国家信息中心系统丰富的数据资源，建成了独具特色和覆盖全面的产业监测体系。同时，与国内众多研究机构和专家有着密切的合作关系。

《中国行业研究咨询报告》全部由国内一流经济学家、行业专家作为顾问，由多年从事相关行业的资深研究员撰写，他们长期专门从事行业研究，掌握着大量的第一手资料，加上我们严格的审稿制度，使报告的质量都有充分的保证。

行业覆盖范围广、针对性强：中研普华《中国行业研究咨询报告》的入选行业普遍具有市场前景好、行业竞争激烈和企业重组频繁等特征。我们在对行业进行综合分析的同时，还对其中重要的细分行业或产品进行单独分析。其信息量大，实用性强是任何同类产品难以企及的。

内容全面、论述生动：中研普华《中国行业研究咨询报告》在研究内容上突出全方位特色，报告以本年度最新数据的实证描述为基础，全面、深入、细致地分析各行业的市场供求、进出口形势、投资状况、发展趋势和政策取向以及主要企业的运营状况，提出富有见地的判断和投资建议；在形式上，报告以丰富的数据和图表为主，突出文章的可读性和可视性，避免套话和空话。报告附加了与行业相关的数据、政策法规目录、主要企业信息及行业的大事记等，为投资者和业界人士提供了一幅生动的行业全景图。

深入的洞察力和预见力：我们不仅研究国内市场，对国际市场也一直在进行职业的观察和分析，因此我们更能洞察这些行业今后的发展方向、行业竞争格局的演变趋势以及技术标准、市场规模、潜在问题与行业发展的症结所在。我们有 100 多位专家的智慧宝库为您提供决策的洞察这些行业今后的发展方向、行业竞争格局的演变趋势以及技术标准、市场规模、潜在问题与行业发展的症结所在。

有创造力和建设意义的策略：对行业或具体产品的投资特性、市场规模、供求状况、行业竞争状况(结构与主要竞争企业)、发展趋势等进行分析 and 论证，寻求规律、发展机会、现存问题的解决方案、做大做强的对策等等。

一、报告简介 PROFILE

2025-2030 年中国文化旅游行业市场深度分析及投资战略规划研究报告		
【出版日期】 2024 年 11 月	【报告页码】 170 页	【图表数量】 60 个
【中文全套】 RMB 13000	【中文电子】 RMB 12500	【中文印刷】 RMB 12500
【英文全套】 USD 6500	【英文电子】 USD 6000	【英文印刷】 USD 6000
【全国热线】 400-856-5388 400-086-5388 全国免费热线		中研普华公司介绍
【订阅热线】 0755-25425716 25425726 25425736		了解中研普华的实力
【订阅热线】 0755-25425756 25425776 25425706		下载征订表
<p>【版权声明】 本报告由中国产业研究院出品，报告版权归中研普华公司所有。本报告是中研普华公司的研究与统计成果，报告为有偿提供给购买报告的客户使用。未获得中研普华公司书面授权，任何网站或媒体不得转载或引用，否则中研普华公司有权依法追究其法律责任。如需订阅研究报告，请直接联系本网站，以便获得全程优质完善服务。中研普华公司是中国成立时间最长，拥有研究人员数量最多，规模最大，综合实力最强的咨询研究机构，公司每天都会接受媒体采访及发布大量产业经济研究成果。在此，我们诚意向您推荐一种“鉴别咨询公司实力的主要方法”。</p>		

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。

中国文化旅游可分为以下四个层面，即以文物、史迹、遗址、古建筑等为代表的历史文化层；以现代文化、艺术、技术成果为代表的现代文化层；以居民日常生活习俗、节日庆典、祭祀、婚丧、体育活动和衣着服饰等为代表的民俗文化层；以人际交流为表象的道德伦理文化层。在我国，发展旅游业，开展文化旅游是相当重要的，它不仅可以增强产品吸引力，提高经济效益，还可大力弘扬中国文化，让世界了解中国，同时也可改变越来越多的中国人不懂中国文化这一状况。

本研究咨询报告由中研普华咨询公司领衔撰写，在大量周密的市场调研基础上，主要依据了国家统计局、国家商务部、国家发改委、国家经济信息中心、国务院发展研究中心、国家海关总署、全国商业信息中心、中国经济景气监测中心、中国行业研究网、全国及海外相关报刊杂志的基础信息以及文化旅游行业研究单位等公布和提供的大量资料。报告对我国文化旅游行业的供需状况、发展现状、子行业发展变化等进行了分析，重点分析了国内外文化旅游行业的发展现状、如何面对行业的发展挑战、行业的发展建议、行业竞争力，以及行业的投资分析和趋势预测等等。报告还综合了文化旅游行业的整体发展动态，对行业在产品方面提供了参考建议和具体解决办法。报告对于文化旅游产品生产企业、经销商、行业管理部门以及拟进入该行业的投资者具有重要的参考价值，对

于研究我国文化旅游行业发展规律、提高企业的运营效率、促进企业的发展壮大有学术和实践的双重意义。

二、报告目录 CONTENTS

第一章 2022-2024 年文化旅游业发展环境分析

1.1 经济环境

1.1.1 国内生产总值

1.1.2 固定资产投资

1.1.3 经济运行特征

1.1.4 未来发展趋势

1.2 社会环境分析

1.2.1 人口数量规模

1.2.2 居民收入水平

1.2.3 民众休闲需求

1.2.4 多国签证利好

1.3 行业发展环境

1.3.1 旅游市场发展状况

1.3.2 在线旅游市场规模

1.3.3 旅游行业投资规模

1.3.4 旅游行业投资热点

1.3.5 旅游消费市场趋向

1.4 政策环境分析

1.4.1 新《旅游法》解读

1.4.2 旅游行业改革意见

1.4.3 促进旅游消费与投资

1.4.4 助力旅游装备制造发展

1.4.5 生态旅游规划编制推进

第二章 2022-2024 年文化旅游业发展分析

2.1 文化旅游的基本概述

2.1.1 文化旅游的内涵

2.1.2 文化旅游的核心

2.1.3 文化旅游业的表现形式

2.1.4 文化对旅游业的促进作用

2.2 2022-2024 年文化旅游产业发展态势

2.2.1 中国文化旅游市场逐渐成型

2.2.2 文化旅游产业相互融合发展

- 2.2.3 我国文化旅游并购重组现状
- 2.2.4 我国文化旅游投资动态
- 2.2.5 主要地产企业文化旅游项目
- 2.3 2022-2024 年文化旅游项目合作动态
 - 2.3.1 中青旅签订文化旅游创意合作项目
 - 2.3.2 景德镇绿地国际陶瓷文化旅游城项目
 - 2.3.3 宋城演艺将收购福州文化旅游项目
 - 2.3.4 万达集团布局桂林文化旅游城项目
- 2.4 文化旅游产业园区相关概述
 - 2.4.1 内涵浅析
 - 2.4.2 主要特征
 - 2.4.3 要素分析
- 2.5 文化旅游产业链的构建分析
 - 2.5.1 文化旅游产业链的基本内涵
 - 2.5.2 文化旅游产业链的构建基础
 - 2.5.3 全方位分析文化旅游产业链
 - 2.5.4 拉长文化旅游产业链的措施
- 2.6 2022-2024 年文化旅游创意园区发展分析
 - 2.6.1 文化旅游创意园区逐渐兴起
 - 2.6.2 文化旅游创意园区建设动态
 - 2.6.3 文化旅游创意产业园的成因及特征
 - 2.6.4 文化旅游创意产业园区的开发模式
 - 2.6.5 文化旅游创意产业园区的规划要点
 - 2.6.6 文化旅游创意产业园区的发展对策
- 2.7 文化旅游业存在的问题
 - 2.7.1 文化旅游业面临的主要难题
 - 2.7.2 文化旅游业遭遇的主要挑战
 - 2.7.3 旅游产品开发面临的文化矛盾
 - 2.7.4 传统文化型景区发展的尴尬局面
- 2.8 文化旅游业发展的对策分析
 - 2.8.1 充分挖掘旅游文化内涵
 - 2.8.2 文化旅游产业开发策略
 - 2.8.3 提升中国文化旅游业竞争力
 - 2.8.4 运用文化因素开发旅游产品
 - 2.8.5 文化旅游产业集团发展路径
 - 2.8.6 文化旅游产业融合发展战略

第三章 2022-2024 年民族文化旅游发展分析

3.1 民族文化与旅游业的关系

3.1.1 民族文化与旅游发展相关性

3.1.2 民族文化与西部旅游息息相关

3.1.3 民族文化提升旅游业竞争力

3.1.4 正确开发保护民族文化资源

3.2 民族文化旅游资源的开发与保护

3.2.1 资源开发的意义

3.2.2 资源开发的不足

3.2.3 资源开发的策略

3.2.4 资源的保护对策

3.3 生态博物馆模式在民族文化旅游中的应用透析

3.3.1 模式简介

3.3.2 保护性原则

3.3.3 原生态原则

3.3.4 选择控制原则

3.3.5 社区参与原则

3.3.6 效益回报原则

3.4 西部地区民族文化生态旅游的开发与保护综述

3.4.1 概念定义

3.4.2 开发模式剖析

3.4.3 保护思路解析

第四章 2022-2024 年红色旅游业发展分析

4.1 红色旅游相关概述

4.1.1 概念

4.1.2 资源特点

4.1.3 综合价值

4.2 2022-2024 年中国红色旅游发展现状

4.2.1 发展效益分析

4.2.2 总体发展状况

4.2.3 市场规模状况

4.2.4 相关活动积极开展

4.2.5 消费者特征分析

4.2.6 政府投资状况

4.2.7 创新模式借鉴

4.2.8 行业发展规划

4.3 2022-2024 年部分地区红色旅游发展分析

4.3.1 江西省

4.3.2 四川省

4.3.3 福建省

4.3.4 湖南省

4.3.5 浙江省

4.3.6 陕西省

4.3.7 河北省

4.3.8 辽宁省

4.3.9 黑龙江省

4.3.10 广西壮族自治区

4.4 红色旅游发展的问题分析

4.4.1 红色旅游发展存在的问题

4.4.2 红色旅游业面临的主要难题

4.4.3 红色旅游景区发展的掣肘

4.5 发展红色旅游的策略与建议

4.5.1 红色旅游业发展的对策

4.5.2 红色旅游发展应注重塑造品牌

4.5.3 以社区旅游模式推动红色旅游发展

4.5.4 红色旅游可持续发展的相关建议

第五章 2022-2024 年影视旅游发展分析

5.1 影视旅游的相关概述

5.1.1 影视旅游的内涵

5.1.2 影视旅游的特征

5.1.3 影视旅游形成原因

5.1.4 影视旅游的动机浅析

5.1.5 影视文化对旅游业的促进作用

5.2 国外影视旅游业发展的成功经验

5.2.1 美国

5.2.2 加拿大

5.2.3 韩国

5.2.4 日本

5.3 中国影视旅游产业发展状况

- 5.3.1 影视旅游业的兴起与开发
- 5.3.2 影视旅游的经济社会效益
- 5.3.3 影视旅游热掀起建设高潮
- 5.3.4 影视旅游面临发展机遇
- 5.3.5 我国影视旅游的发展趋势
- 5.4 影视旅游业发展的五力模型解析
 - 5.4.1 潜在进入者
 - 5.4.2 现有竞争程度
 - 5.4.3 替代产品压力
 - 5.4.4 供方议价能力
 - 5.4.5 买方议价能力
- 5.5 2022-2024 年部分地区影视旅游业的发展
 - 5.5.1 山西影视旅游业开发状况
 - 5.5.2 云南影视旅游发展思路
 - 5.5.3 长沙影视旅游业发展条件及对策
 - 5.5.4 横店影视和旅游业融合发展
 - 5.5.5 安徽凤阳打造影视文化旅游之城
 - 5.5.6 山东省大力促进影视旅游产业发展
 - 5.5.7 天津小站镇打造影视文化旅游基地
 - 5.5.8 四川广安建红色文化影视旅游城
 - 5.5.9 浙江安吉建设影视旅游基地
- 5.6 影视旅游业存在的问题
 - 5.6.1 影视旅游发展过程存在的问题
 - 5.6.2 影视旅游开发中存在的阻碍
 - 5.6.3 我国影视旅游开发的错误观念
 - 5.6.4 影视作品对旅游业的消极影响
- 5.7 影视旅游业开发的对策分析
 - 5.7.1 加快我国影视旅游业发展的措施
 - 5.7.2 民族旅游业和影视文化的结合策略
 - 5.7.3 影视旅游的品牌塑造与推广策略
 - 5.7.4 我国影视旅游行业发展的路径

第六章 2022-2024 年旅游演艺业发展分析

- 6.1 中国旅游演艺基本界定
 - 6.1.1 产生与发展
 - 6.1.2 行业分类介绍

- 6.1.3 产品形态分析
- 6.1.4 发展的意义
- 6.2 中国旅游演艺业发展的 SWOT 分析
 - 6.2.1 优势分析
 - 6.2.2 劣势分析
 - 6.2.3 机会分析
 - 6.2.4 威胁分析
- 6.3 中国旅游演艺市场发展深度分析
 - 6.3.1 主要项目状况
 - 6.3.2 市场发展状况
 - 6.3.3 行业发展提速
 - 6.3.4 市场发展格局
 - 6.3.5 行业发展新模式
 - 6.3.6 行业投资要素
 - 6.3.7 市场发展前景
- 6.4 2022-2024 年部分地区旅游演艺业的发展
 - 6.4.1 四川
 - 6.4.2 宁夏
 - 6.4.3 浙江
 - 6.4.4 湖南
 - 6.4.5 海南
 - 6.4.6 新疆
- 6.5 中国旅游演艺业发展的问题及对策
 - 6.5.1 旅游演艺市场存在的问题
 - 6.5.2 旅游演艺市场运营中的问题
 - 6.5.3 旅游演出市场标准亟待完善
 - 6.5.4 推动旅游演艺市场发展的建议
 - 6.5.5 旅游演艺市场的营销策略浅析
 - 6.5.6 探索旅游演艺产品开发思路

第七章 2022-2024 年其他文化旅游业发展分析

- 7.1 养生文化旅游
 - 7.1.1 养生文化旅游逐步兴起
 - 7.1.2 养生文化旅游发展现状
 - 7.1.3 政策支持养生健康旅游
 - 7.1.4 养生文化旅游发展潜力

- 7.1.5 养生文化旅游存在的问题
- 7.2 民俗文化旅游
 - 7.2.1 民俗文化旅游的概念
 - 7.2.2 中国民俗文化旅游开发状况
 - 7.2.3 民俗文化旅游开发基本模式
 - 7.2.4 民俗文化旅游开发应遵循环保原则
 - 7.2.5 促进中国民俗旅游发展的对策
- 7.3 宗教文化旅游
 - 7.3.1 宗教文化与旅游业的相关性
 - 7.3.2 宗教文化旅游的内涵及价值
 - 7.3.3 我国主要宗教旅游名山简介
 - 7.3.4 我国宗教文化旅游开发现状
 - 7.3.5 宗教文化旅游的产品体系
 - 7.3.6 宗教文化旅游产品开发要点
 - 7.3.7 禅文化与休闲旅游的开发探析
 - 7.3.8 我国宗教文化旅游开发对策分析
- 7.4 茶文化旅游
 - 7.4.1 茶文化的定义与内涵
 - 7.4.2 茶文化旅游的主要内容
 - 7.4.3 茶文化旅游的经济效益
 - 7.4.4 中国茶文化旅游发展概述
 - 7.4.5 我国茶文化旅游产业发展现状
 - 7.4.6 促进茶文化旅游业发展对策
- 7.5 非物质文化遗产旅游
 - 7.5.1 非物质文化遗产的基本概念
 - 7.5.2 非物质文化遗产旅游渐入佳境
 - 7.5.3 非物质文化遗产旅游开发热点
 - 7.5.4 非物质文化遗产旅游开发的挑战
 - 7.5.5 非物质文化遗产旅游发展对策
 - 7.5.6 海洋非物质文化遗产开发综述

第八章 2022-2024 年山东省文化旅游业发展分析

- 8.1 2022-2024 年山东省文化旅游业整体剖析
 - 8.1.1 文化旅游核心品牌
 - 8.1.2 儒学文化旅游开发
 - 8.1.3 道教文化旅游开发

- 8.1.4 文化旅游重点项目
- 8.1.5 文化旅游发展对策
- 8.1.6 山东旅游发展方向
- 8.2 2022-2024 年济宁市文化旅游业分析
 - 8.2.1 文化旅游发展现状
 - 8.2.2 文化旅游投资规模
 - 8.2.3 文化旅游项目进展
 - 8.2.4 文化旅游发展规划
 - 8.2.5 文化旅游发展策略
 - 8.2.6 文化旅游指导战略
 - 8.2.7 文化旅游发展措施
- 8.3 2022-2024 年曲阜市文化旅游业分析
 - 8.3.1 文化旅游发展现状
 - 8.3.2 文化旅游发展形势
 - 8.3.3 文化旅游重点项目
 - 8.3.4 文化旅游转型升级
 - 8.3.5 文化旅游发展战略
- 8.4 2022-2024 年其它地区文化旅游业分析
 - 8.4.1 庆云古城文化旅游投资规模
 - 8.4.2 巨野出台文化旅游改革意见
 - 8.4.3 章丘文化旅游产业发展规划
 - 8.4.4 临沂红色文化旅游发展策略
 - 8.4.5 淄博首开齐长城文化旅游项目
 - 8.4.6 潍坊恐龙文化旅游投资规模

第九章 2022-2024 年河南省文化旅游业发展分析

- 9.1 2022-2024 年河南省文化旅游业整体分析
 - 9.1.1 河南文化旅游产业发展优势
 - 9.1.2 河南打造文武特色文化旅游
 - 9.1.3 河南文化旅游产业支持政策
 - 9.1.4 河南加快文化旅游融合发展
 - 9.1.5 河南文化旅游行业投资动态
 - 9.1.6 河南文化旅游产业发展建议
- 9.2 河南文化旅游产品的开发设计
 - 9.2.1 自有资源的产品开发与设计
 - 9.2.2 外源资源的产品开发与利用

- 9.2.3 构建文化旅游消费循环
- 9.3 郑州市文化旅游业分析
 - 9.3.1 文化旅游产业发展环境
 - 9.3.2 文化创意旅游产业发展
 - 9.3.3 构建沿黄文化旅游产业带
 - 9.3.4 打造千亿级文化旅游产业
 - 9.3.5 文化旅游发展的问题及对策
- 9.4 南阳市文化旅游业分析
 - 9.4.1 文化旅游产业发展综述
 - 9.4.2 文化旅游融合发展形势
 - 9.4.3 文化旅游项目建设动态
 - 9.4.4 社旗文化旅游产业发展
 - 9.4.5 卧龙文化旅游发展潜力
 - 9.4.6 南召文化旅游发展状况
 - 9.4.7 文化旅游产业发展问题
 - 9.4.8 文化旅游产业开发思路
- 9.5 信阳市文化旅游业分析
 - 9.5.1 文化旅游项目开发动向
 - 9.5.2 期思镇打造文化旅游名镇
 - 9.5.3 新县文化旅游发展成果
 - 9.5.4 光山文化旅游发展分析
- 9.6 开封市文化旅游业分析
 - 9.6.1 开封文化旅游招商引资形势
 - 9.6.2 开封文化旅游产业发展现状
 - 9.6.3 开封文化旅游行业战略规划
 - 9.6.4 开封文化旅游发展政策规划
 - 9.6.5 开封文化旅游产业发展挑战
 - 9.6.6 开封文化旅游产业发展对策
- 9.7 其它地区文化旅游业分析
 - 9.7.1 洛阳大力发展文化旅游产业
 - 9.7.2 沁阳文化旅游项目投资规模
 - 9.7.3 河南西峡打造文化旅游区
 - 9.7.4 驻马店大力推动文化旅游产业融合

第十章 2022-2024 年湖北省文化旅游业发展分析

10.1 湖北省文化旅游业整体分析

- 10.1.1 湖北文化旅游行业发展现状
- 10.1.2 湖北文化旅游行业支持政策
- 10.1.3 湖北文化旅游竞争力分析
- 10.1.4 湖北文化旅游开发状况
- 10.2 荆州市文化旅游业分析
 - 10.2.1 文化旅游资本增值途径
 - 10.2.2 文化旅游产业发展现状
 - 10.2.3 文化旅游项目建设动态
 - 10.2.4 文化旅游产业发展规划
 - 10.2.5 文化旅游产业发展问题
 - 10.2.6 文化旅游整合发展思路
- 10.3 孝感市文化旅游业分析
 - 10.3.1 文化旅游产业发展优势
 - 10.3.2 文化旅游产业投资情况
 - 10.3.3 打造文化旅游精品工程
 - 10.3.4 孝文化开发的價值探究
 - 10.3.5 孝文化资源开发路径选择
 - 10.3.6 促进孝文化旅游发展策略
- 10.4 秭归文化旅游业分析
 - 10.4.1 秭归文化旅游发展综述
 - 10.4.2 屈原文化旅游发展成果
 - 10.4.3 屈原文化生态旅游区进展
 - 10.4.4 屈原文化旅游开发问题
 - 10.4.5 秭归文化旅游发展思路
- 10.5 昭君文化旅游业分析
 - 10.5.1 项目实施背景与意义
 - 10.5.2 文化旅游战略思想
 - 10.5.3 文化旅游战略布局
 - 10.5.4 文化旅游战略措施
- 10.6 鄂西生态文化旅游圈规划布局
 - 10.6.1 资源概况
 - 10.6.2 规划体系
 - 10.6.3 发展思路
 - 10.6.4 发展目标
 - 10.6.5 发展战略
- 10.7 其它地区文化旅游业分析

- 10.7.1 恩施州生态文化旅游发展现状
- 10.7.2 当阳建设关公文化旅游城
- 10.7.3 宜昌文化旅游产业发展规划
- 10.7.4 红安文化旅游业的发展现状

第十一章 2022-2024 年湖南省文化旅游业发展分析

- 11.1 湖南省文化旅游业整体综析
 - 11.1.1 文化旅游产业发展现状
 - 11.1.2 文化旅游项目建设动态
 - 11.1.3 财政资金支持文化旅游业
 - 11.1.4 花垣文化旅游发展分析
 - 11.1.5 湖湘文化旅游产业发展
 - 11.1.6 山水文学旅游开发潜力
 - 11.1.7 红色旅游文化发展规划
- 11.2 郴州文化旅游业分析
 - 11.2.1 文化旅游产业发展阶段
 - 11.2.2 零陵文化旅游产业发展
 - 11.2.3 民俗文化旅游产业发展
 - 11.2.4 民俗文化旅游发展对策
 - 11.2.5 文化旅游品牌发展建议
 - 11.2.6 文化旅游产业发展方向
- 11.3 吉首市文化旅游业分析
 - 11.3.1 文化旅游发展的有利条件
 - 11.3.2 民族文化旅游发展的政策
 - 11.3.3 吉首打造鼓文化旅游品牌
 - 11.3.4 文化旅游产业存在的不足
 - 11.3.5 文化旅游产业的发展建议
- 11.4 凤凰县文化旅游业分析
 - 11.4.1 文化旅游发展重点要素
 - 11.4.2 文化旅游发展关键环节
 - 11.4.3 文化旅游产业发展现状
 - 11.4.4 加快文化旅游产业转型
 - 11.4.5 文化旅游产业发展经验
 - 11.4.6 文化旅游产业发展思路
- 11.5 大湘西文化旅游产业分析
 - 11.5.1 发展基础

- 11.5.2 有利条件
- 11.5.3 基本理念
- 11.5.4 发展规划
- 11.5.5 品牌塑造
- 11.5.6 政策环境
- 11.5.7 发展思路

第十二章 2022-2024 年四川省文化旅游业发展分析

12.1 2022-2024 年四川省文化旅游业整体分析

- 12.1.1 四川文化旅游发展现状分析
- 12.1.2 四川文化旅游产业资源状况
- 12.1.3 四川文化旅游项目建设动向
- 12.1.4 四川文化产业旅游发展规划
- 12.1.5 四川文化旅游产业发展问题
- 12.1.6 文化旅游发展的目标与对策
- 12.2 四川省文化旅游产业的融资分析
 - 12.2.1 文化旅游吸收社会资本的经验
 - 12.2.2 社会资本投入文化旅游的困境
 - 12.2.3 文化旅游吸引社会资本的建議
- 12.3 四川民族地区文化旅游发展综述
 - 12.3.1 基本情况
 - 12.3.2 发展难题
 - 12.3.3 两大趋向
 - 12.3.4 发展对策

12.4 主要地区文化旅游业

- 12.4.1 九寨沟
- 12.4.2 德阳
- 12.4.3 西昌
- 12.4.4 阿坝州
- 12.4.5 绵阳
- 12.4.6 甘孜州
- 12.4.7 泸县

第十三章 2022-2024 年云南省文化旅游业发展分析

- 13.1 云南省文化旅游业整体分析
 - 13.1.1 文化旅游产业发展特点

- 13.1.2 民族文化旅游发展现状
- 13.1.3 文化旅游项目建设状况
- 13.1.4 文化旅游发展对策分析
- 13.1.5 文化旅游产业发展规划
- 13.2 云南省民族文化旅游业分析
 - 13.2.1 民族文化旅游的发展意义
 - 13.2.2 民族文化旅游 SWOT 剖析
 - 13.2.3 民族文化旅游发展重点分析
 - 13.2.4 民族文化旅游推动地方经济
 - 13.2.5 加快民族文化旅游发展建议
- 13.3 丽江民俗文化旅游业分析
 - 13.3.1 基本简介
 - 13.3.2 重要意义
 - 13.3.3 面临挑战
 - 13.3.4 对策措施
- 13.4 大理文化旅游业分析
 - 13.4.1 大理文化旅游市场规模
 - 13.4.2 大力推进文化旅游基地建设
 - 13.4.3 剑川民族文化旅游发展方向
- 13.5 楚雄州文化旅游业分析
 - 13.5.1 楚雄州文化旅游产业发展现状
 - 13.5.2 楚雄州文化旅游产业项目建设
 - 13.5.3 武定县文化旅游产业快速发展
 - 13.5.4 楚雄大姚县文化旅游业的发展
 - 13.5.5 楚雄州双柏县文化旅游的发展
- 13.6 其它地区文化旅游业分析
 - 13.6.1 昆明
 - 13.6.2 广南
 - 13.6.3 双江
 - 13.6.4 禄丰
 - 13.6.5 宜良九乡
 - 13.6.6 玉溪十街乡

第十四章 2022-2024 年贵州省文化旅游业发展分析

- 14.1 2022-2024 年贵州文化旅游业整体分析
 - 14.1.1 贵州文化旅游资源概述

- 14.1.2 贵州旅游业发展现状
- 14.1.3 贵州旅游业发展经验
- 14.1.4 贵州文化旅游业发展因素
- 14.1.5 贵州文化旅游业发展前景
- 14.2 贵州省各种文化旅游业发展态势
 - 14.2.1 打造文化特色的旅游品牌
 - 14.2.2 红色旅游业发展现状
 - 14.2.3 生态文化旅游政策环境
 - 14.2.4 民俗文化旅游发展综述
- 14.3 2022-2024 年主要地区文化旅游业发展分析
 - 14.3.1 遵义市
 - 14.3.2 镇远县
 - 14.3.3 务川县
 - 14.3.4 松桃县
 - 14.3.5 湄潭县

第十五章 2022-2024 年其它地区文化旅游业发展分析

- 15.1 北京市
 - 15.1.1 北京市文化旅游资源概况
 - 15.1.2 北京市文化旅游业发展状况
 - 15.1.3 北京文化旅游消费者调研分析
 - 15.1.4 北京将推动养生文化旅游
 - 15.1.5 北京文化旅游业发展存在的问题
 - 15.1.6 北京文化旅游业发展的趋势探讨
- 15.2 上海市
 - 15.2.1 上海文化旅游资源的基本分类
 - 15.2.2 上海着力推广红色旅游文化
 - 15.2.3 上海文化旅游资源的特点分析
 - 15.2.4 上海文化旅游资源的开发思路
- 15.3 海南省
 - 15.3.1 海南省文化旅游资源分析
 - 15.3.2 海南文化旅游业发展态势
 - 15.3.3 海南特色品牌文化旅游发展情况
 - 15.3.4 海南民俗文化旅游资源的开发
 - 15.3.5 海南或将整合文化旅游资源
 - 15.3.6 海南省文化旅游产业发展方向

15.4 福建省

15.4.1 福建省文化旅游产业发展探析

15.4.2 福建妈祖文化旅游的开发价值

15.4.3 莆田市妈祖文化旅游业发展综述

15.4.4 福建东山生态旅游发展概述

15.4.5 福建平和着力打造文化旅游产业

15.4.6 福建文化旅游业发展的问题分析

15.5 广西壮族自治区

15.5.1 文化旅游对广西旅游业的作用

15.5.2 广西文化旅游产业发展模式

15.5.3 广西省县地区文化旅游产业动态

15.5.4 广西民族文化旅游发展存在的问题

15.5.5 广西民族文化旅游产业发展对策

15.6 安徽省

15.6.1 安徽文化与旅游融合发展状况

15.6.2 安徽文化旅游产业园建设情况

15.6.3 皖南文化旅游示范区建设成果

15.6.4 苏皖联手打造乌江特色文化旅游区

15.6.5 安徽亳州文化旅游业发展状况

15.6.6 乌衣老街文化旅游业开发综述

15.6.7 安徽六安文化旅游项目情况

15.6.8 安徽宣城支持文化旅游业发展

15.7 河北省

15.7.1 河北文化旅游业发展态势

15.7.2 河北省文化旅游资源优势

15.7.3 河北文化旅游资源空间布局

15.7.4 河北文化旅游精品开发重点

15.7.5 河北主要市县文化旅游发展

15.7.6 河北加快文化旅游地产开发

15.8 山西省

15.8.1 山西的历史定位与文化旅游资源

15.8.2 山西文化旅游产业发展概述

15.8.3 山西文化旅游产品状况

15.8.4 山西加快发展文化旅游业

15.8.5 山西文化旅游产业发展模式

15.9 陕西省

- 15.10 甘肃省
- 15.11 宁夏自治区
- 15.12 新疆自治区
- 15.13 西藏自治区
- 15.14 内蒙古自治区
- 15.15 其它地区
- 15.15.1 吉林省
- 15.15.2 辽宁大连
- 15.15.3 江苏南京
- 15.15.4 广东西樵山

第十六章 2022-2024 年文化旅游业营销分析

- 16.1 旅游文化营销的运作形式剖析
 - 16.1.1 运作基础
 - 16.1.2 文化包装与产品设计
 - 16.1.3 文化传播与广告促销
 - 16.1.4 文化体验与旅游品牌
- 16.2 主题公园的影视营销方法解析
 - 16.2.1 影视拍摄对主题公园的促进作用
 - 16.2.2 影视主题公园发展存在的问题
 - 16.2.3 营销环境与市场定位分析
 - 16.2.4 产品的开发、营销及组合策略
- 16.3 旅游景区的影视营销模式透析
 - 16.3.1 长期捆绑式
 - 16.3.2 深度植入式
 - 16.3.3 专题电影
 - 16.3.4 借助知名影视剧炒作
- 16.4 民俗文化旅游产业营销策略分析
 - 16.4.1 差异化体验
 - 16.4.2 营销模式建构
 - 16.4.3 营销实施策略
- 16.5 体验经济在红色旅游产业的融合发展
 - 16.5.1 积极作用
 - 16.5.2 主要问题
 - 16.5.3 营销要点
 - 16.5.4 具体模式

第十七章 文化旅游产业重点企业分析

17.1 深圳华侨城股份有限公司

17.1.1 企业发展概况

17.1.2 经营效益分析

17.1.3 业务经营分析

17.1.4 财务状况分析

17.1.5 未来前景展望

17.2 宋城演艺发展股份有限公司

17.2.1 企业发展概况

17.2.2 经营效益分析

17.2.3 业务经营分析

17.2.4 财务状况分析

17.2.5 未来前景展望

17.3 中青旅控股股份有限公司

17.3.1 企业发展概况

17.3.2 经营效益分析

17.3.3 业务经营分析

17.3.4 财务状况分析

17.3.5 未来前景展望

17.4 中视传媒股份有限公司

17.4.1 企业发展概况

17.4.2 经营效益分析

17.4.3 业务经营分析

17.4.4 财务状况分析

17.4.5 未来前景展望

17.5 西安曲江文化旅游股份有限公司

17.5.1 企业发展概况

17.5.2 经营效益分析

17.5.3 业务经营分析

17.5.4 财务状况分析

17.5.5 未来前景展望

17.6 岭南园林股份有限公司

17.6.1 企业发展概况

17.6.2 经营效益分析

17.6.3 业务经营分析

17.6.4 财务状况分析

17.6.5 未来前景展望

17.7 上市公司财务比较分析

17.7.1 盈利能力分析

17.7.2 成长能力分析

17.7.3 营运能力分析

17.7.4 偿债能力分析

17.8 其他企业简介

17.8.1 内蒙古东联控股集团

17.8.2 鄂西生态文化旅游圈投资有限公司

17.8.3 四川美仑旅游文化产业投资有限公司

17.8.4 成都文化旅游发展集团有限责任公司

17.8.5 唐家湾文化旅游有限公司

第十八章 2025-2030 年文化旅游业发展前景分析

18.1 旅游业总体发展前景展望

18.1.1 行业投资潜力及热点

18.1.2 行业发展前景广阔

18.1.3 休闲旅游业发展潜力

18.1.4 旅游市场未来发展趋势

18.1.5 旅游业纳入“十四五”规划

18.1.6 2025-2030 年中国旅游业发展预测

18.2 文化旅游业的趋势及前景分析

18.2.1 文化旅游产业前景展望

18.2.2 文化旅游产业发展趋势

18.2.3 历史文化旅游产品开发潜力

18.2.4 农村旅游文化业发展机遇

18.2.5 欠发达地区民俗文化旅游业发展空间

18.2.6 2025-2030 年中国文化旅游业前景预测

图表目录

图表：2025-2030 年国内生产总值及其增速

图表：2022-2024 年国内生产总值及增长速度

图表：2025-2030 年全社会固定资产投资

图表：2024 年分行业固定资产投资（不含农户）及其增速

图表：2022-2024 年全社会固定资产投资

图表：2024 年按领域分固定资产投资（不含农户）及其占比
图表：2024 年分行业固定资产投资（不含农户）及其增长速度
图表：2024 年固定资产投资新增主要生产与运营能力
图表：2023 年末人口数及其构成
图表：2024 年按收入来源分全国居民人均可支配收入及其占比
图表：2022-2024 年中国在线旅游市场交易规模及渗透率
图表：2022-2024 年中国在线旅游市场交易额结构
图表：2022-2024 年全国旅游行业投资规模
图表：万达文化旅游项目情况
图表：华侨城集团文化旅游项目情况
图表：宋城股份文化旅游项目情况
图表：新华联文化旅游项目情况
图表：中坤集团文化旅游项目情况
图表：文化旅游创意产业园区成因图
图表：文化旅游创意产业园区概念示意
图表：文化旅游创意产业园区开发的主流模式介绍
图表：红色旅游行业相关规划纲要
图表：影视旅游的形式和特征
图表：中国影视旅游业发展的三个阶段
图表：中国旅游演艺行业的分类
图表：中国重点知名旅游演艺项目一览表
图表：中国分地区主要旅游演艺项目
图表：旅游演艺市场地域分布格局

订阅报告，请来电咨询 400-856-5388 400-086-5388

- ①.请详细填写封底客户征订表后传真给我们
- ②.通过银行转帐、邮局汇款形式支付购买报告款项
- ③.我们收到汇款凭证后，特快专递报告或者发送报告邮件
- ④.款项到帐后快递款项发票
- ⑤.大批量采购报告可享受会员优惠，详情来电咨询

全程配有客服专员为您提供贴心服务

三、公司介绍 COMPANY

中研普华集团创始于 1998 年，是中国领先的产业研究专业机构，公司致力于为企业中高层管理人员、企事业发展研究部门人员、市场投资人士、投行及咨询行业人士、投资专家等提供各行业丰富翔实的市场研究资料和商业竞争情报；为国内外的行业企业、研究机构、社会团体和政府部门提供专业的行业市场研究、商业分析、投资咨询、市场战略咨询等服务。公司经历 20 多年的发展，现已成为中国领先的细分市场研究机构及金融咨询领域权威专家。我们拥有多年的投资银行、企业上市一体化服务、市场调研、细分行业研究、项目可行性研究及投资咨询专业经验。目前，中研普华已经为上万家包括政府机构、银行、研究所、行业协会、咨询公司、投资公司、集团公司和各行业公司在内的单位提供了专业的产业研究报告、项目投资咨询及竞争情报研究服务，并得到客户的广泛认可；为众多企业进行了上市导向战略规划，同时也为境内外上百家上市企业进行财务辅导、行业细分领域研究和募投方案的设计，并协助其顺利上市；还协助国内多家证券公司开展 IPO 业务。

随着中国加入 WTO，中国企业将面临更多严峻挑战，市场信息显的尤为重要。中研普华将集团公司在国际市场上成功运作的商业服务模式引入中国，帮助中国企业成长，在国内外市场不断取得新的竞争优势和新的成长。在这种形势下，中研普华迅速崛起，已成为中国首屈一指的资讯服务商。面对中国新经济形势，我们以一名“辅导员”的身份，结合中国企业目前现状，为企业引进和提供最前沿的行业市场商情和企业管理资讯，通过中研普华 One Stop Service（一站式服务），秉承“管理是本质、信息是基础、效益是目的”的原则，愿意与所有具有前瞻性的中国企业分享成功实践的经验，用务实的精神和优质的服务，携手成就未来。

目前，中研普华已将客户服务总部设于深圳，信息研究中心设在北京，营销传播中心设在上海，海外资讯中心设于香港，并在广州、杭州、成都、青岛、武汉、哈尔滨等地设有分支机构。

顾问团队 CONSULTANT TEAM

中研普华始终把引进优秀的员工加盟作为公司的核心目标之一，公司员工拥有多种专业学历背景：统计学、金融学、产业经济学、市场营销学、国际贸易学、经济学、社会学、数学等数十个专业。中研普华现有 350 多名员工中，本科以上学历占 98.5%，60%具有双学位、硕士及博士学位，高级研究员 180 多名，专家顾问 45 人，市场调研专家 16 人，数据建模专家 8 人，海外咨询专家 5 人，公司大多数员工曾在国内多家知名产业研究所与证券研究机构有过丰富的从业经验。高素质的专业人才是中研普华的最大财富，也是我们向客户提供优质服务的保证。

业务范围 BUSINESS SCOPE

中研普华业务范围主要囊括了细分产业领域研究、IPO 咨询、并购与重组、投资咨询、项目可行性分析、行业市场研究、市场调查、商业计划书编制及营销策划咨询等领域。中研普华业务覆盖全球主要国家及地区，为外资企业注资中国及跨国合作提供了切实高效的服务。公司 80%以上的业务主要针对大中华区实施，我们在中国大陆 220 多个主要城市设立调查网点（如北京、上海、天津、重庆、南京、武汉、成都、长沙、杭州、西安、兰州、石家庄、沈阳、济南、郑州、合肥、福州、厦门、南宁等），为客户提供专项市场调查的同时，也为市场研究及投资咨询服务提供主要的数据支

持。公司拥有在中国香港、澳门、台湾及部分海外地区实施项目的宝贵经验。公司已与国内外上百家专业调研机构建立长期合作关系，确保了跨国性项目的有效实施和执行。

细分市场研究

医疗 通讯 机电 汽车 房产 轻工
家电 日化 食品 零售 酒店 金融
传媒 建材 能源 石化 农业 文教

项目可行性研究

可行性研究 项目建议书 项目计划书
募投可研报告 项目申请报告 资金申请报告
境外投资申请 项目评估报告 投资价值报告

商业计划书

商业计划书 项目计划书 商业策划书
招商计划书 创业计划书 私募计划书
并购计划书 合作计划书 商业企划书 标书

专项市场调研

专项市场研究 产品营销研究 品牌调查研究
广告媒介研究 渠道商圈研究 满意度研究
神秘顾客调查 消费者研究 调查执行技术

兼并重组研究

兼并重组 公司兼并 企业重组 资产重组
股权重组 借壳上市 跨国并购 横向并购
纵向并购 现金并购 企业私有化

IPO上市咨询

上市前规范 上市前咨询 上市前融资
细分市场调研 募投项目可研 发展战略规划
尽职调查 上市后服务 一体化方案

产业园区规划

产业园区规划 产业分析规划 城市/区域规划
空间规划咨询 招商策划咨询 总部经济规划
智慧城市规划 地产策划咨询 一体化服务

十四五规划

政府规划研究 产业发展规划 企业发展规划
区域发展规划 城市发展规划 战略规划研究
热点领域聚焦 热点解决方案

特色小镇

特色产业规划 申报立项 招商策划
特色小镇特征 政策汇总 评分细则
商业运营模式 经典案例 投融资模式

产业地产

项目拿地 产业定位 产业规划 产业招商
产业运营 产业新城 产业小镇 产业综合体
开发模式 关键要素 赢利模式 解决方案

核心竞争力 CORE COMPETITIVENESS

丰富的行业经验。我们针对各行业都设有产业研究组，组长均具有资深实际行业从业经验，研究组定期举办行业主题研讨会及进行典型企业走访调研，积累了丰富的行业实践经验，以此为基础，充分运用扎实的理论知识，更好的为客户提供服务。

资深的专家顾问。我们的专家团队来自于国家级科研院所、著名大学教授、以及具备成功经验的企业家，在产业研究、市场调研、投资咨询、管理咨询等领域拥有强大的专业能力，能及时有效的满足客户需求。

权威的信息数据。中研普华建立了覆盖 3000 多个细分行业市场的数据库并持续的更新。我们设有数据中心，以国家统计局部门、工商部门、行业协会、海关总署及其他战略合作机构为重要信息渠道。另外，我们拥有自己的调研队伍，运用各种调查手段和渠道，准确、及时地掌握权威信息。

科学的研究方法。我们采取专业的研究模型，如：SWOT 分析、波士顿矩阵、波特竞争力、洛伦茨曲线等；精准的数据分析，如：相关分析、方差分析、多维尺度分析、聚类分析、因子分析等；周密的调查方法，如：定性调查、定量调查等相结合的方式，力求为客户提供专业化的服务。

完善的服务体系。我们不仅为您提供专业化的研究报告，还会为您提供超值的售后服务，如：免费数据查询、行业发展建议、投资行业策略、市场深度分析、营销策划、重大展会提示等服务，给您带来完善的一站式服务。

社会影响力 SOCIAL INFLUENCE

中研普华集团是中国成立时间最长，拥有研究人员数量最多，规模最大，综合实力最强的咨询研究机构之一。中研普华始终坚持研究的独立性和公正性，其研究结论、调研数据及分析观点广泛被电视媒体、报刊杂志及企业采用。同时，中研普华的研究结论、调研数据及分析观点也大量被国家政府部门及商业门户网站转载，如中央电视台、凤凰卫视、深圳卫视、新浪财经、中国经济信息网、商务部、国资委、发改委、国务院发展研究中心（国研网）等。



了解中研普华的实力：[电视采访报道](#) [门户网站引用](#) [招股说明书引用](#) [权威媒体报道](#) [客户好评如潮](#)

客户征订表

让决策更稳健，让投资更安全！

单位名称：_____ (盖章)
主营业务：_____
公司负责人：_____ 职务：_____
资料收件人：_____ 职务：_____
电 话：_____ 传真：_____
地 址：_____
邮 编：_____ 电子邮件：_____

报告及专项：_____ 份数：_____

服务方式： 全套版本 (含印刷版及电子版) 电子版 (电子邮件发送) 印刷版本 (免费快递)
付款总金额：_____ 付款日期：_____

特别推荐订阅套餐

保证100%满意，您必须拥有

- 战略套餐：5份研究报告，特惠订阅费用 5万元，自选报告或咨询客服，全年尊享专家咨询指导及跟踪服务**
套餐价值：全面了解行业上下游产业链，对行业脉络进行系统性梳理，厘清产品流通各个环节，实现企业的成长与产品的成功。
- 发展套餐：10份研究报告，特惠订阅费用 8万元，自选报告或咨询客服，全年尊享专家咨询指导及跟踪服务**
套餐价值：充分了解行业重点领域发展态势，准确把握市场热点变化趋势，为营销策略的制定、企业的战略规划提供有力支持。
- 智慧套餐：15份研究报告，特惠订阅费用10万元，自选报告或咨询客服，全年尊享专家咨询指导及跟踪服务**
套餐价值：深入了解行业细分市场及关联产业发展形势，挖掘各领域投资机会，延伸企业经营触角，实现企业跨行业并购整合。
- 总裁套餐：20份研究报告，特惠订阅费用12万元，自选报告或咨询客服，全年尊享专家咨询指导及跟踪服务**
套餐价值：多角度！多层次！透视各行业、各业务发展，完善集团管控体系，准确掌舵集团航向，有效降低企业智力投资成本。

专项咨询定制服务

专项定制需根据企业具体要求出具项目方案，再做出合理报价

商业计划书编制	商业计划书/项目计划书/商业策划书/招商计划书/创业计划书/私募计划书/并购方案/标书，编制及翻译。
项目可行性研究	可行性研究/项目建议书/项目计划书/项目申请/资金申请/境外投资/项目评估/机会研究/风险评估服务。
行业市场专项调研	细分市场研究/竞争对手研究/营销研究/品牌调查/广告研究/商圈研究/消费者研究，覆盖多行业多领域。
产业园区规划咨询	产业集群/园区规划/区域战略规划/城市新区规划/园区建设和运营/园区招商引资/园区功能服务体系等。
IPO上市咨询服务	细分市场调研/募投可研/上市前规范/上市前融资/招股说明书/上会路演/上市后服务/财经公关/再融资。

汇款至 中国建设银行

帐户名：深圳市中研普华产业研究院有限公司
开户行：中国建设银行深圳市分行
帐 号：44201501100052597578

汇款至 中国工商银行

帐户名：深圳市中研普华管理咨询有限公司
开户行：中国工商银行深圳市分行
帐 号：400023009200181386



扫描二维码，查看更多研究报告目录

中研普华集团™
ZERO POWER INTELLIGENCE GROUP



总部地址：深圳市福田区金田路大百汇广场 19 层 (518000)
全国统一服务热线：400-856-5388 400-086-5388 免费电话
订阅热线：0755-25425716 25425726 25425736 25425706
0755-25425756 25425776 25420896 25420806
0755-23895086 25427856 25428586 25429596
传 真：0755-25429588 25428099 全年无休 24 小时服务
官方网站：中国产业研究院 www.ChinaIRN.com 深圳/ 北京/ 上海

订阅方法：请把征订表用正楷字填写完后传真或快递给我们，然后通过银行付款。款到后即完成订阅手续，产品与发票会在款到后 24 小时内以特快专递寄出。订阅传真：0755-25429588 25428099 7 天×24 小时 贴心服务