

2014-2019年中国文化旅游 市场监测与发展战略研究报告

报告目录及图表目录

北京迪索共研咨询有限公司

www.cction.com

一、报告报价

《2014-2019年中国文化旅游市场监测与发展战略研究报告》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/201408/110926.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

文化产业被认为是21世纪全球最有前途的产业之一，有着巨大经济效益和社会效益，世界各国政府都对这一产业的发展给予了特别关注和高度重视。近年来，我国文化产业的效益日渐明显。而以文化为依托的旅游业作为新兴文化产业的重要组成部分，近年来，我国旅游业取得快速稳定的发展。预计“十二五”期间，我国将从旅游大国转变为旅游强国。2013年旅游总收入达2.9万亿元，国内旅游人数达32.6亿人次，国内旅游收入达2.54万亿元；出境旅游人数9730万人次；入境过夜人数5570万人次，旅游外汇收入478亿美元。新增旅游直接就业50多万人。近年来，我国文化旅游业实现了持续、快速的发展，在文化资源，经济实力和市场方面都有相对优势我国拥有丰富的文化旅游资源，可供观光的旅游景区约1万余处。2013年，我国文化旅游总收入达2.12万亿元，国内文化旅游人数达24.54亿人次，国内文化旅游收入达1.87万亿元；出境旅游人数6616万人次；入境过夜人数3787万人次，旅游外汇收入364亿美元。文化旅游行业投资规模总量为55.09亿元，比2012年的42.19亿元增加12.9亿元，同比增长30.57%。

“十二五”期间，我国文化旅游企业有了一定的规模，旅行社数量和星级宾馆数量都逐年递增。但从总体上看，文化旅游企业的规模化、集团化、综合化经营程度低，旅游规模经济不显著、企业组织结构不合理、产业内部竞争过度、外部竞争乏力；在企业管理方面，经营管理理念陈旧、管理方式落后、服务水准不高，难以在客源、品牌和营销网络等方面形成优势，自身品牌形成不了客源互动，在客源市场所占份额较小。我国文化旅游企业的总体竞争力不强，在全国旅游市场上所占份额较低，这也在一方面阻碍了文化旅游业的发展。文化旅游企业性质单一、结构不合理、综合性差、开放度低、势力单薄、竞争力弱。在服务的地方性、民族性、个性化方面不够鲜明，导致企业管理水平和规模上不去、经济效益低下、竞争力不强。文化旅游开发需要深度开发旅游资源文化内涵，以品牌促发展，加快人才培养夯实旅游产业发展基础，要以科学发展观的眼光对待文化，建立科学的旅游经济管理机制，将传统文化优势打造 本行业报告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、国家旅游局、国家发改委、国务院发展研究中心、中国文化旅游产业协会、文化旅游管理协会、国内外相关刊物杂志的基础信息旅游地产研究单位等公布和提供的大量资料，结合公司对文化旅游相关企业的实地调查，对我国文化旅游行业发展现状与前景、市场竞争格局与形势、赢利水平与企业发展、投资策略与风险预警、发展趋势与规划建议等进行深入研究，并重点分析了文化旅游行业的前景与风险。报告揭示了文化旅游市场潜在需求与潜在机会，为战略投资者选择恰当的投资时机和公司领导层做战略规划，提供准确的市场情报信息及科学的决策依据，同时对银行信贷部门也具有极大的参考价值。

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法律法规

三、《国务院关于加强发展旅游业的意见》

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 2013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、2015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 2014-2019年文化旅游行业前景及趋势预测

第一节 2014-2019年文化旅游市场发展前景

- 一、2014-2019年文化旅游市场发展潜力
- 二、2014-2019年文化旅游市场发展前景展望
- 三、2014-2019年文化旅游细分行业发展前景分析

第二节 2014-2019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 2014-2019年文化旅游市场发展趋势预测

- 一、2014-2019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、2014-2019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、2014-2019年细分市场发展趋势预测

第十三章 2014-2019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 2014-2019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 2014-2019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、2014-2019年细分行业发展战略

图表目录

图表：2010-2013年我国旅游总收入

图表：2013年我国主要景区旅游人次规模及收入

图表：2013年我国重点省市旅游接待人数统计

图表：2013年我国旅游人均花费

图表：2013年我国文化旅游重点企业投资增速

图表：2013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：2013-2014年深圳华侨城集团主要财务指标

图表：2013-2014年深圳华侨城集团盈利能力

图表：2013-2014年深圳华侨城集团盈利能力

图表：2013-2014年深圳华侨城集团营运能力

图表：2013-2014年深圳华侨城集团成长能力

图表：2013-2014年杭州宋城旅游发展有限公司主要财务指标

图表：2013-2014年杭州宋城旅游发展有限公司盈利能力

图表：2013-2014年杭州宋城旅游发展有限公司资本结构

图表：2013-2014年杭州宋城旅游发展有限公司营运能力

图表：2013-2014年杭州宋城旅游发展有限公司成长能力

图表：2013-2014年丽江玉龙旅游股份有限公司主要财务指标

图表：2013-2014年丽江玉龙旅游股份有限公司盈利能力

图表：2013-2014年丽江玉龙旅游股份有限公司资本结构

图表：2013-2014年丽江玉龙旅游股份有限公司营运能力

图表：2013-2014年丽江玉龙旅游股份有限公司成长能力

图表：2014-2019年国内文化旅游行业市场容量预测

图表：2014-2019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：<http://www.cction.com/report/201408/110926.html>