

2021-2027年中国影视旅游 行业发展趋势与行业前景预测报告

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

《2021-2027年中国影视旅游行业发展趋势与行业前景预测报告》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/202012/198040.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

电影和旅游在中国呈现短暂牵手的状态，不能够持续性的发展，尤其是形成了一种影视剧火时旅游地发展也红火，随着影视剧热潮的褪去，旅游地游客量也急转直下的“三分钟热度”的怪现象。投资商和开发商也会本着急功近利的心态，不重视电影及影视旅游产品质量以粗暴简单的形式强加给游客。2016年，中国旅游总收入为4.69万亿元；2017年，旅游总收入达到5.40万亿元，同比增长15.1%。我们预计，2019年中国旅游总收入将达到6.17万亿元，未来五年（2018-2022）年均复合增长率约为13.86%，2022年旅游总收入将达到10.37万亿元。2018-2022年中国旅游总收入预测

中企顾问网发布的《2021-2027年中国影视旅游行业发展趋势与行业前景预测报告》共十一章。首先介绍了中国影视旅游行业市场发展环境、影视旅游整体运行态势等，接着分析了中国影视旅游行业市场运行的现状，然后介绍了影视旅游市场竞争格局。随后，报告对影视旅游做了重点企业经营状况分析，最后分析了中国影视旅游行业发展趋势与投资预测。您若想对影视旅游产业有个系统的了解或者想投资中国影视旅游行业，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：

第一章影视旅游相关概述

1.1文化旅游相关内容

1.1.1文化旅游内涵

1.1.2文化旅游类型

1.1.3文化旅游核心价值

1.2影视旅游简述

1.2.1影视旅游概念

1.2.2影视旅游特征

1.2.3影视旅游类型

1.2.4影视旅游形成原因

1.3影视旅游综合效益

- 1.3.1带动相关设施发展
- 1.3.2改善地方旅游交通
- 1.3.3提供更多就业机会
- 1.3.4优化地方产业结构

第二章2014-2019年中国文化旅游业所属行业发展状况剖析

2.12014-2019年中国文化旅游业发展现状文化旅游行业相关政策汇总 部门 相关政策 国务院常务 会议通过《文化产业振兴规划》 国家旅游局 发布《关于促进文化与旅游结合发展的指导意见》 国务院 发布《关于加快旅游业发展的建议》 国家旅游局 推出“中华文化游”主题年 十七届六中全会 通过《中共中央关于深化文化体制改革推动社会主义文化大发展大繁荣若干重大问题的决定》 国务院 “一带一路”的提出，明确了我国未来文化旅游产业发展方向 国务院 发布《关于促进旅游改革发展的若干意见》明确提出，创新文化旅游产品 文化部和国家旅游局 推出以“文化旅游、和谐共赢”为主题的“中国文化旅游主题年”系列活动 十八大报告 首次提出“建设美丽中国”概念，旅游发展前景广阔 十八大报 要推动文化产业快速发展，到2020年文化产业成为国民经济支柱产业 国务院 发布《关于推进文化创意和设计服务于相关产业融合发展的若干意见》指出，以文化提升旅游内涵质量，以旅游扩大文化传播消费 国家旅游局 “515”战略的推动

- 2.1.1市场逐渐成型
- 2.1.2产业融合发展
- 2.1.3行业并购重组
- 2.1.4行业投资动态

2.1.5重点文化旅游项目

2.22014-2019年中国文化旅游创意园区运营状况

- 2.2.1园区发展概述
- 2.2.2园区逐渐兴起
- 2.2.3园区开发模式
- 2.2.4园区建设动态
- 2.2.5园区发展战略

2.3中国文化旅游业营销运作形式

- 2.3.1行业营销的运作基础
- 2.3.2文化包装与产品设计

2.3.3文化传播与广告促销

2.3.4文化体验与旅游品牌

2.4中国文化旅游业发展存在的问题

2.4.1文化旅游业面临的开发难题

2.4.2文化旅游业运营存在的挑战

2.4.3产品开发面临的文化矛盾

2.4.4传统文化景区发展的尴尬局面

2.5中国文化旅游业发展的对策分析

2.5.1充分挖掘旅游文化内涵

2.5.2文化旅游产业开发策略

2.5.3文化旅游产业融合发展战略

2.5.4文化旅游产业集团发展路径

第三章2014-2019年国际影视旅游所属行业分析及经验借鉴

3.1国外影视旅游行业发展综述

3.1.1行业发展历程

3.1.2行业盈利模式

3.1.3产业链分析

3.2美国

3.2.1发展概况

3.2.2表现形式

3.2.3主题公园发展

3.2.4案例借鉴分析

3.3韩国

3.3.1发展概况

3.3.2运作模式

3.3.3成功经验

3.3.4案例借鉴分析

3.4其他国家

3.4.1日本

3.4.2法国

3.4.3加拿大

第四章2014-2019年中国影视旅游所属行业发展环境分析

4.1政策环境

4.1.1旅游业相关政策支持

4.1.2旅游业国家标准颁布

4.1.3重视旅游业产业地位

4.1.4文化旅游融合相关政策

4.2经济环境

4.2.1国民经济发展态势

4.2.2城乡居民收入水平

4.2.3社会消费品零售总额

4.2.4宏观经济发展走势

4.3社会环境

4.3.1人口数量规模

4.3.2民众休闲需求

4.3.3旅游消费提高

4.3.4人均出游率上升

第五章2014-2019年中国影视旅游所属行业发展全方位透析

5.1中国影视旅游行业发展综述

5.1.1行业发展起源

5.1.2行业发展阶段

5.1.3经济社会效益

5.1.4行业发展机遇

5.22014-2019年中国影视旅游行业运行状况

5.2.1行业运行机制分析

5.2.2影视带动旅游效应

5.2.3行业IP时代的到来

5.2.4企业市场布局

5.3中国影视旅游业发展的五力模型分析

5.3.1潜在进入者

5.3.2现有竞争程度

5.3.3替代产品压力

5.3.4供方议价能力

5.3.5买方议价能力

5.4中国影视旅游行业发展问题剖析

5.4.1行业生命周期短

5.4.2行业的运营障碍

5.4.3开发中存在的阻碍

5.4.4影视作品的消极影响

5.5中国影视旅游行业发展对策分析

5.5.1加快行业发展的措施

5.5.2市场经营主要路径

5.5.3品牌塑造与推广策略

5.5.4民族旅游业相结合策略

5.5.5延伸影视旅游产业链

第六章2014-2019年中国影视旅游所属行业市场营销分析

6.1中国影视旅游地市场推广方式

6.1.1开发影视主题公园

6.1.2策划影视旅游节日活动

6.1.3影视旅游目的地推广

6.1.4强化行业品牌建设

6.2中国影视旅游产品的新型营销模式

6.2.1影视主题目的地旅游

6.2.2影视与旅游联合营销

6.2.3专业化城市营销模式

6.2.4影视置入式旅游广告

6.3中国影视旅游的促销策略

6.3.1广告促销

6.3.2活动促销

6.3.3公关促销

6.3.4有形展示

6.4中国影视旅游行业的主要传播媒介

- 6.4.1 动漫传播
- 6.4.2 时尚杂志传播
- 6.4.3 电视传播
- 6.4.4 网络传播

第七章中国影视旅游产品生命周期研究

- 7.1 中国影视旅游产品生命周期类型
 - 7.1.1 影视景点旅游产品生命周期
 - 7.1.2 影视城市旅游产品生命周期
 - 7.1.3 影视节庆旅游产品生命周期
 - 7.1.4 影视基地旅游产品生命周期
- 7.2 中国影视旅游产品生命周期演变的阶段特征
 - 7.2.1 影视景点旅游产品生命周期的阶段特征
 - 7.2.2 影视城市旅游产品生命周期的阶段特征
 - 7.2.3 影视节庆旅游产品生命周期的阶段特征
 - 7.2.4 影视基地旅游产品生命周期的阶段特征
- 7.3 中国影视旅游产品生命周期演变的影响因素
 - 7.3.1 产品吸引力
 - 7.3.2 市场容量
 - 7.3.3 市场环境

第八章2014-2019年中国影视城运作分析

- 8.1 中国影视城综合状况
 - 8.1.1 发展背景
 - 8.1.2 运营状况
 - 8.1.3 代表性影视城
 - 8.1.4 存在的问题
 - 8.1.5 投资状况
 - 8.1.6 发展趋势
- 8.2 横店影视城
 - 8.2.1 发展概况
 - 8.2.2 发展历程

8.2.3 发展规模

8.2.4 经营模式

8.3 无锡影视城

8.3.1 发展概况

8.3.2 发展历程

8.3.3 运营模式

8.3.4 发展经验

8.4 焦作影视城

8.4.1 发展概况

8.4.2 发展历程

8.4.3 运营状况

8.4.4 发展困境

8.4.5 发展对策

8.4.6 经验借鉴

8.5 象山影视城

8.5.1 发展概况

8.5.2 发展历程

8.5.3 运营状况

8.5.4 发展经验

8.6 其他影视城

8.6.1 上海影视乐园

8.6.2 长影世纪城

8.6.3 涿州影视城

8.6.4 北普陀影视城

第九章 2014-2019年中国重点区域影视旅游运营现状分析

9.1 浙江省

9.1.1 建设影视旅游项目

9.1.2 打造电影拍摄基地

9.1.3 无锡打造影视旅游产业

9.1.4 宁波市影视旅游业发展

9.2 海南省

9.2.1资源状况

9.2.2行业快速发展

9.2.3行业发展思路

9.2.4探索发展新模式

9.3江西省

9.3.1行业发展历程

9.3.2行业发展状况

9.3.3行业发展优势

9.3.4发展面临困境

9.3.5行业发展对策

9.4山东省

9.4.1水浒影视城发展状况

9.4.2组建影视旅游产业联盟

9.4.3青岛影视旅游资源条件

9.4.4中龙影视文化产业园项目

9.5山西省

9.5.1开发状况

9.5.2资源潜力

9.5.3存在的问题

9.5.4发展对策建议

9.6陕西省

9.6.1行业发展状况

9.6.2重视行业升级发展

9.6.3发展存在的问题

9.6.4行业发展建议

9.7云南省

9.7.1发展定位

9.7.2产品状况

9.7.3资源条件

9.7.4存在问题

9.7.5发展策略

9.8贵州省

9.8.1区域资源状况

9.8.2产品营销策略

9.8.3发展存在的问题

9.8.4影视旅游开发策略

9.9其他地区

9.9.1四川省

9.9.2安徽省

9.9.3北京市

9.9.4天津市

9.9.5上海市

9.9.6重庆市

9.9.7长沙市

第十章中国影视旅游标杆企业经营状况分析

10.1北京众信国际旅行社股份有限公司

10.1.1企业发展概况

10.1.2经营效益分析

10.1.3业务经营分析

10.1.4财务状况分析

10.1.5企业业务动态

10.2中国国旅股份有限公司

10.2.1企业发展概况

10.2.2经营效益分析

10.2.3业务经营分析

10.2.4财务状况分析

10.2.5未来前景展望

10.3中青旅控股股份有限公司

10.3.1企业发展概况

10.3.2经营效益分析

10.3.3业务经营分析

10.3.4财务状况分析

10.3.5未来前景展望

10.4海航凯撒旅游集团股份有限公司

10.4.1企业发展概况

10.4.2经营效益分析

10.4.3业务经营分析

10.4.4财务状况分析

10.4.5未来前景展望

10.5景域国际旅游运营集团

10.5.1企业发展概况

10.5.2企业战略布局

10.5.3企业业务动态

第十一章中国影视旅游行业投资分析及前景趋势

11.1中国影视旅游行业投资状况

11.1.1影视巨头的介入投资

11.1.2影视基地投资情况

11.1.3影视旅游蕴含的商机

11.2中国影视旅游行业发展前景及趋势

11.2.1行业发展趋势

11.2.2行业发展方向

11.2.3行业发展前景

11.32021-2027年影视旅游行业发展预测分析

11.3.1中国影视旅游行业发展因素分析

11.3.22021-2027年影视旅游行业规模预测

部分图表目录：

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开发的主流模式介绍

图表影视旅游产业链

图表2009-2019年旅游业相关政策概要

图表2014-2019年国内生产总值增长速度

图表2014-2019年规模以上工业增加值增速

图表2014-2019年固定资产投资（不含农户）及房地产开发投资名义增速

图表2014-2019年工业生产者出厂价格涨跌情况

图表2014-2019年社会消费品零售总额分月同比增长速度

图表2001-2019年中国人口数量规模

图表2019年年末中国人口结构

图表影视旅游发展的运行机制

图表影视旅游发展的动力机制

图表各种广告媒体及其优缺点比较

图表影视景点旅游生命周期的阶段特征

图表影视城市旅游生命周期的阶段特征表

图表影视节庆旅游生命周期各阶段特征表

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202012/198040.html>