

2023-2029年中国民俗旅游 行业前景展望与市场需求预测报告

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

《2023-2029年中国民俗旅游行业前景展望与市场需求预测报告》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/202308/394846.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

民俗旅游是指人们离开惯常住地，到异地去体验当地民俗的文化旅游行程。民俗文化作为一个地区、一个民族悠久历史文化发展的结晶，蕴含着极其丰富的社会内容，由于地方特色和民俗特色是旅游资源开发的灵魂，具有独特性与不可替代性，因而，从某种意义上讲，民俗旅游属于高层次的旅游。旅游者通过开展民俗旅游活动，亲身体验当地民众生活事项，实现自我完善的旅游目的，从而达到良好的游玩境界。民俗旅游的内容主要包括生活文化、婚姻家庭和人生礼仪文化、口头传承文化、民间歌舞娱乐文化、节日文化、信仰文化等。

中企顾问网发布的《2023-2029年中国民俗旅游行业前景展望与市场需求预测报告》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

1、集锦荟萃式

2、复古再现式

3、原地浓缩式

4、原生自然式

5、主题附会式

6、短期表现式

第二节 民俗经济分析

一、中国经济形势分析

一、中国民俗经济分析

第三节 《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

四、中国旅游行业发展现状

五、中国旅游行业发展特点

六、中国旅游行业市场规模

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 中国民俗旅游所属行业运行现状分析

第一节 中国民俗旅游所属行业总体规模分析

一、企业数量结构分析

二、行业资产规模分析

第二节 中国民俗旅游所属行业产销与费用分析

一、产成品分析

二、销售收入分析

三、负债分析

四、利润规模分析

五、产值分析

六、销售成本分析

七、销售费用分析

八、管理费用分析

九、财务费用分析

十、其他运营数据分析

第三节 中国民俗旅游所属行业财务指标分析

一、行业盈利能力分析

二、行业偿债能力分析

三、行业营运能力分析

四、行业发展能力分析

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、中国民俗民俗文化活动分布情况
- 二、中国民俗民俗文化活动开发情况
- 三、中国民俗民俗文化活动门票价格

- 四、中国民俗民俗文化活动旅客人数
- 五、中国民俗民俗文化活动人均消费
- 六、中国民俗民俗文化活动开发存在的问题
- 七、中国民俗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 湖北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 湖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 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

第四节 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

第五节 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

第六节 广东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、企业发展简况分析

二、企业产品服务分析

三、企业发展现状分析

四、企业竞争优势分析

第二节 中国旅行社总社（北京）有限公司

一、企业发展简况分析

二、企业产品服务分析

三、企业发展现状分析

四、企业竞争优势分析

第三节 中青旅控股股份有限公司

一、企业发展简况分析

二、企业产品服务分析

三、企业发展现状分析

四、企业竞争优势分析

第四节 上海春秋国际旅行社(集团)有限公司

一、企业发展简况分析

二、企业产品服务分析

三、企业发展现状分析

四、企业竞争优势分析

第五节 广州岭南集团控股股份有限公司

一、企业发展简况分析

二、企业产品服务分析

三、企业发展现状分析

四、企业竞争优势分析

第六节 中国康辉旅游集团有限公司

一、企业发展简况分析

二、企业产品服务分析

三、企业发展现状分析

四、企业竞争优势分析

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 2023-2029年民俗旅游行业发展预测

一、2023-2029年民俗旅游市场规模预测

二、2023-2029年民俗旅游行业供给预测

三、2023-2029年民俗旅游行业需求预测

第四节 2023-2029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（ ）

图表目录

图表：民俗旅游行业生命周期

图表：民俗旅游行业产业链结构

图表：民俗旅游行业产业价值链

图表：国际民俗旅游行业市场规模

图表：国际民俗旅游行业竞争格局

图表：欧洲民俗旅游行业市场规模

图表：美国民俗旅游行业市场规模

图表：日本民俗旅游行业市场规模

图表：中国民俗旅游行业市场规模

图表：中国民俗旅游行业企业数量分析

图表：中国民俗旅游行业人员规模分析

图表：中国民俗旅游行业资产规模分析

图表：中国民俗旅游行业市场规模分析

图表：中国民俗旅游行业盈利能力分析

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202308/394846.html>