

2024-2030年中国文化旅游 市场深度分析与投资战略研究报告

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

《2024-2030年中国文化旅游市场深度分析与投资战略研究报告》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/202312/431996.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《2024-2030年中国文化旅游市场深度分析与投资战略研究报告》共十三章。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：

第一章 2017-2022年文化旅游业发展环境分析

1.1 宏观经济环境

1.1.1 宏观经济概况

1.1.2 对外经济分析

1.1.3 固定资产投资

1.1.4 转型升级态势

1.1.5 宏观经济展望

1.2 社会环境分析

1.2.1 人口规模分析

1.2.2 居民收入水平

1.2.3 社会消费规模

1.2.4 居民消费水平

1.2.5 消费市场特征

1.3 政策环境分析

1.3.1 机构改革发展机遇

- 1.3.2 文旅融合发展规划纲要
- 1.3.3 文化旅游提升工程实施
- 1.3.4 全域旅游发展意见落地
- 1.3.5 文化旅游规划管理办法
- 1.3.6 文化旅游消费促进政策
- 1.4 旅游行业发展
- 1.4.1 经济运行状况
- 1.4.2 行业收入规模
- 1.4.3 入境旅游情况
- 1.4.4 出境旅游状况
- 1.4.5 行业发展热点
- 1.4.6 行业发展形势

第二章 2017-2022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 文化旅游的特征
- 2.1.4 文化旅游的类型
- 2.1.5 文旅业表现形式
- 2.1.6 文旅业发展模式
- 2.2 2017-2022年中国文化旅游市场发展状况
- 2.2.1 市场逐渐成型
- 2.2.2 行业发展总况
- 2.2.3 区域发展状况
- 2.2.4 企业布局情况
- 2.2.5 房企竞争格局
- 2.3 2017-2022年中国文化旅游行业产业链上市场发展分析
- 2.3.1 行业产业链条
- 2.3.2 在线旅游市场
- 2.3.3 旅游住宿市场
- 2.3.4 主题公园建设

2.3.5 智慧旅游市场

2.4 2017-2022年文化旅游创意园区发展分析

2.4.1 文化旅游产业园区相关概述

2.4.2 文化旅游创意园区逐渐兴起

2.4.3 文化旅游创意园区建设动态

2.4.4 文化旅游创意产业园的成因及特征

2.4.5 文化旅游创意产业园区的开发模式

2.4.6 文化旅游创意产业园区的规划要点

2.4.7 文化旅游创意产业园区的发展对策

2.5 文化旅游业发展存在的问题分析

2.5.1 文化旅游业面临的主要难题

2.5.2 文化旅游业遭遇的主要挑战

2.5.3 旅游产品开发面临的文化矛盾

2.5.4 传统文化型景区发展的尴尬局面

2.6 文化旅游业发展对策及路径解析

2.6.1 充分挖掘旅游文化内涵

2.6.2 文化旅游产业开发策略

2.6.3 提升中国文化旅游业竞争力

2.6.4 运用文化因素开发旅游产品

2.6.5 互联网背景下产业发展策略

2.6.6 文化旅游业供给侧改革路径

第三章 2017-2022年民族文化旅游发展分析

3.1 民族文化与旅游业关系分析

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 中国民族文化旅游产业发展综述

3.2.1 区域民族文化旅游产业发展意义

3.2.2 民族文化旅游产业发展特点分析

3.2.3 民族文化旅游产业影响因素分析

- 3.2.4 民族文化旅游资源发展面临挑战
- 3.2.5 民族文化旅游健康发展对策建议
- 3.3 民族文化旅游资源的开发分析
 - 3.3.1 民族文化旅游资源开发模式
 - 3.3.2 民族文化旅游资源开发方案
 - 3.3.3 民族文化旅游资源开发导向
 - 3.3.4 民族文化旅游资源开发对策
- 3.4 民族文化旅游的品牌设计分析
 - 3.4.1 民族文化旅游品牌发展意义
 - 3.4.2 民族文化旅游品牌设计原则
 - 3.4.3 民族文化旅游品牌传播方向
- 3.5 生态博物馆模式在民族文化旅游中的应用透析
 - 3.5.1 模式简介
 - 3.5.2 保护性原则
 - 3.5.3 原生态原则
 - 3.5.4 选择控制原则
 - 3.5.5 社区参与原则
 - 3.5.6 效益回报原则
- 3.6 西部地区民族文化生态旅游的开发与保护综述
 - 3.6.1 概念定义
 - 3.6.2 开发模式剖析
 - 3.6.3 保护思路解析

第四章 2017-2022年红色旅游业发展分析

- 4.1 红色旅游相关概述
 - 4.1.1 基本概念
 - 4.1.2 发展历程
 - 4.1.3 资源特点
 - 4.1.4 综合价值
- 4.2 2017-2022年中国红色旅游发展现状
 - 4.2.1 红色旅游市场规模
 - 4.2.2 红色旅游经典景区

- 4.2.3 红色旅游消费情况
- 4.2.4 红色旅游国际发展
- 4.2.5 红色旅游发展形态
- 4.2.6 红色旅游投资状况
- 4.2.7 红色旅游公路规划
- 4.2.8 红色旅游前景展望
- 4.3 2017-2022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 辽宁省
 - 4.3.6 吉林省
 - 4.3.7 黑龙江省
- 4.4 红色旅游发展问题分析
 - 4.4.1 红色旅游资源开发问题
 - 4.4.2 红色旅游存在主要问题
 - 4.4.3 红色旅游景区存在问题
 - 4.4.4 红色旅游发展面临障碍
 - 4.4.5 红色旅游投融资的问题
- 4.5 发展红色旅游的策略与建议
 - 4.5.1 发展红色旅游的对策建议
 - 4.5.2 打造红色旅游的产品品牌
 - 4.5.3 加强老区建设助力红色旅游
 - 4.5.4 社区旅游模式推动红色旅游
 - 4.5.5 红色旅游需可持续发展策略

第五章 2017-2022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 影视中的旅游模因

- 5.1.4 影视旅游形成原因
- 5.1.5 影视旅游动机浅析
- 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 影视旅游的价值分析
 - 5.3.2 影视旅游业发展状况
 - 5.3.3 影视旅游业发展特点
 - 5.3.4 影视旅游业发展模式
 - 5.3.5 影视城游客的关注点
 - 5.3.6 影视旅游业面临机遇
 - 5.3.7 影视旅游业发展建议
 - 5.3.8 影视旅游业发展趋势
- 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 2017-2022年部分地区影视旅游业的发展
 - 5.5.1 四川影视旅游可行性分析
 - 5.5.2 桂林影视旅游业发展状况
 - 5.5.3 黑龙江影视旅游发展分析
 - 5.5.4 海南影视旅游业发展路径
 - 5.5.5 山西影视旅游业开发状况
 - 5.5.6 云南影视旅游业发展思路
 - 5.5.7 无锡影视旅游SWOT分析
- 5.6 影视旅游业存在的问题
 - 5.6.1 影视旅游业发展存在的问题

5.6.2 影视旅游开发中存在的阻碍

5.6.3 影视旅游业发展带来的弊端

5.7 影视旅游业开发的对策分析

5.7.1 影视旅游业发展机制建设

5.7.2 加快影视旅游业发展措施

5.7.3 影视旅游业发展策略建议

5.7.4 影视旅游业融合发展路径

第六章 2017-2022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 定义与特点

6.1.3 行业分类介绍

6.1.4 产品形态分析

6.1.5 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 2017-2022年中国旅游演艺行业运行状况

6.3.1 行业政策利好

6.3.2 演出场次规模

6.3.3 演出票房收入

6.3.4 细分市场分析

6.3.5 演出观众规模

6.3.6 消费市场特征

6.3.7 行业市场空间

6.3.8 2017-2022年中国旅游演艺市场发展特点分析

6.3.9 剧目更新速度加快

6.3.10 演艺品牌系列扩张

6.3.11 沉浸式演出迎增长

- 6.3.12 机构投资重心转移
- 6.3.13 产品组合模式多元化
- 6.3.14 旅游演艺朝海外扩张
- 6.4 中国旅游演艺市场运作分析
 - 6.4.1 行业开发途径
 - 6.4.2 市场运作模式
 - 6.4.3 行业投资要素
 - 6.4.4 运行案例分析
- 6.5 中国旅游演艺业发展的问题及对策
 - 6.5.1 市场发展存在问题
 - 6.5.2 市场运营中的问题
 - 6.5.3 市场标准亟待完善
 - 6.5.4 推动市场发展建议
 - 6.5.5 市场营销策略浅析
 - 6.5.6 探索产品开发思路

第七章 2017-2022年其他文化旅游业发展分析

- 7.1 养生文化旅游
 - 7.1.1 行业逐步兴起
 - 7.1.2 行业发展现状
 - 7.1.3 行业支持政策
 - 7.1.4 行业发展潜力
 - 7.1.5 行业发展建议
- 7.2 民俗文化旅游
 - 7.2.1 基本概念阐释
 - 7.2.2 行业发展意义
 - 7.2.3 旅游资源类型
 - 7.2.4 资源开发方式
 - 7.2.5 行业发展路径
- 7.3 宗教文化旅游
 - 7.3.1 行业基本内涵
 - 7.3.2 旅游影响宗教

- 7.3.3 宗教旅游名山
- 7.3.4 行业开发现状
- 7.3.5 行业产品体系
- 7.3.6 产品开发要点
- 7.3.7 禅文化的开发
- 7.3.8 行业发展方向
- 7.4 茶文化旅游
 - 7.4.1 茶文化的界定
 - 7.4.2 行业主要内容
 - 7.4.3 行业经济效益
 - 7.4.4 产业发展现状
 - 7.4.5 资源开发潜力
 - 7.4.6 行业发展对策
- 7.5 非物质文化遗产旅游
 - 7.5.1 基本概念阐释
 - 7.5.2 行业发展机遇
 - 7.5.3 行业典型案例
 - 7.5.4 行业开发挑战
 - 7.5.5 行业发展对策
 - 7.5.6 发展案例分析
- 7.6 工业文化旅游
 - 7.6.1 行业政策利好
 - 7.6.2 行业发展展望

第八章 2017-2022年中国文化旅游业区域市场发展分析

- 8.1 山东省
 - 8.1.1 旅游产业运行现状
 - 8.1.2 旅游基建逐步完善
 - 8.1.3 文化旅游核心品牌
 - 8.1.4 文化创意旅游开发
 - 8.1.5 文化旅游重点项目
 - 8.1.6 文化旅游发展对策

8.1.7 文化旅游合作项目

8.2 河南省

8.2.1 旅游行业营收收入情况

8.2.2 文化旅游产业发展优势

8.2.3 文化旅游产业支持政策

8.2.4 文化旅游产业发展综况

8.2.5 文化旅游项目合作动态

8.2.6 文化旅游产业发展规划

8.3 湖北省

8.3.1 旅游经济发展现状

8.3.2 文化旅游政策规划

8.3.3 政商关系促进文旅

8.3.4 产业发展问题分析

8.3.5 产业发展对策建议

8.4 湖南省

8.4.1 旅游经济运行发展现状

8.4.2 文化旅游产业发展概况

8.4.3 湖南文化旅游的新地标

8.4.4 文化旅游项目建设规模

8.4.5 文化旅游发展政策支持

8.4.6 文化旅游品牌打造成就

8.4.7 湖南文旅对接亚洲发展

8.4.8 湖湘文化旅游产业发展

8.4.9 发展湖南文旅产品输出

8.5 四川省

8.5.1 四川省旅游业运行情况分析

8.5.2 四川文化旅游产业发展概况

8.5.3 四川文化旅游产业资源状况

8.5.4 四川文化旅游项目建设动向

8.5.5 四川文化旅游产业发展问题

8.5.6 文化旅游发展的战略和措施

8.6 云南省

- 8.6.1 云南省旅游产业发展现状
- 8.6.2 文化旅游产业资源分析
- 8.6.3 文化旅游带动脱贫作用
- 8.6.4 文化旅游项目建设状况
- 8.6.5 云南文旅融合发展对策
- 8.6.6 文化旅游产业发展规划
- 8.7 贵州省
- 8.7.1 贵州旅游业发展现状
- 8.7.2 贵州文化旅游资源概述
- 8.7.3 贵州民族文化旅游表现
- 8.7.4 贵州文化旅游业发展因素
- 8.7.5 贵州文旅“十四五”规划进展
- 8.8 其他地区
- 8.8.1 海南省
- 8.8.2 福建省
- 8.8.3 安徽省
- 8.8.4 河北省
- 8.8.5 山西省
- 8.8.6 陕西省
- 8.8.7 甘肃省
- 8.8.8 江苏省
- 8.8.9 广东省
- 8.8.10 广西壮族自治区
- 8.8.11 西藏自治区

第九章 2017-2022年中国文化旅游服务贸易发展分析

- 9.1 中国文化旅游服务贸易发展现状
- 9.1.1 政策推动文旅游服务贸易发展
- 9.1.2 产业基础促进文旅游服务贸易进步
- 9.1.3 消费需求拓宽文旅贸易市场空间
- 9.1.4 业态发展提升文旅贸易实力水平
- 9.2 中国文化旅游服务贸易存在的问题与不足

- 9.2.1 文旅融合与服务有效供给能力存在不足
- 9.2.2 文旅资源与项目开发规划水平较低
- 9.2.3 文旅服务贸易平台市场开拓能力低
- 9.2.4 文旅服务贸易模式创新与风险应对能力低
- 9.3 促进中国文化旅游服务贸易的对策建议
- 9.3.1 发挥政策部门区域协同发展作用
- 9.3.2 把握重大发展机遇构建新格局
- 9.3.3 推动文化旅游相关产业深度融合
- 9.3.4 以“文化+”为文旅提供科技动力

第十章 文化旅游产业重点企业分析

10.1 深圳华侨城股份有限公司

- 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 核心竞争力分析
- 10.1.6 未来前景展望

10.2 宋城演艺发展股份有限公司

- 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 核心竞争力分析
- 10.2.6 公司发展战略

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 核心竞争力分析
- 10.3.6 公司发展战略

10.4 中视传媒股份有限公司

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 核心竞争力分析

10.4.6 公司发展战略

10.5 西安曲江文化旅游股份有限公司

10.5.1 企业发展概况

10.5.2 经营效益分析

10.5.3 业务经营分析

10.5.4 财务状况分析

10.5.5 核心竞争力分析

10.5.6 公司发展战略

10.6 岭南生态文旅股份有限公司

10.6.1 企业发展概况

10.6.2 经营效益分析

10.6.3 业务经营分析

10.6.4 财务状况分析

10.6.5 核心竞争力分析

10.6.6 公司发展战略

第十一章 文化旅游行业项目投资建设案例深度解析

11.1 张家界文化旅游项目

11.1.1 项目基本概述

11.1.2 项目投资背景

11.1.3 项目的可行性

11.1.4 资金需求测算

11.1.5 实施进度安排

11.1.6 经济效益分析

11.2 大千生态文化旅游项目——泰和县马市生态文化旅游特色小镇PPP项目

11.2.1 项目基本概述

11.2.2 项目的可行性

11.2.3 项目建设背景

11.2.4 资金需求测算

11.2.5 项目审批情况

11.2.6 经济效益分析

11.3 西域旅游开发项目——天池游客服务中心改扩建项目

11.3.1 项目基本概述

11.3.2 项目投资必要性

11.3.3 建设内容规划

11.3.4 资金需求测算

11.3.5 项目审批进展

11.3.6 经济效益分析

第十二章 文化旅游业投资潜力分析

12.1 2017-2022年中国文化旅游业投资状况

12.1.1 文旅企业债券规模

12.1.2 文旅地产投资状况

12.1.3 重点项目投资状况

12.1.4 区域项目投资状况

12.2 中国文化旅游行业投资机会分析

12.2.1 红色旅游业投资方向

12.2.2 “农业文旅”投资机遇

12.2.3 历史文旅产品开发潜力

12.2.4 其他细分市场投资机会

12.3 文化旅游业投资风险提示

12.3.1 政策风险

12.3.2 经营风险

12.3.3 资金风险

12.3.4 市场风险

12.4 文化旅游业投资建议

12.4.1 行业投资建议

12.4.2 行业竞争策略

第十三章 2024-2030年中国文化旅游业发展前景及趋势预测

13.1 文化旅游业未来发展趋势

13.1.1 全球化发展趋势

13.1.2 区域化发展趋势

13.1.3 全域化发展趋势

13.1.4 产业化发展趋势

13.1.5 运营化发展趋势（ ）

13.2 文化旅游业发展前景分析

13.2.1 旅游市场发展潜力分析

13.2.2 文化旅游行业政策机遇

13.2.3 文化旅游产业转型升级

13.2.4 文化旅游产业前景展望

13.3 文旅产业发展形势分析

13.3.1 对企业经营的影响分析

13.3.2 对产业投资的影响分析

13.3.3 对项目建设的影响分析

13.3.4 对行业发展的整体影响

13.4 2024-2030年中国文化旅游行业预测分析

13.4.1 2024-2030年中国文化旅游行业影响因素分析

13.4.2 2024-2030年中国旅游业收入规模预测

13.4.3 2024-2030年中国红色旅游收入规模预测

13.4.4 2024-2030年中国旅游演出票房收入规模预测

图表目录

图表1 2017-2022年国内生产总值及其增长速度

图表2 2017-2022年三次产业增加值占国内生产总值比重

图表3 2020年GDP初步核算数据

图表4 2017-2022年货物进出口总额

图表5 2020年货物进出口总额及其增长速度

图表6 2020年主要商品出口数量、金额及其增长速度

图表7 2020年主要商品进口数量、金额及其增长速度

图表8 2020年对主要国家和地区货物进出口金额、增长速度及其比重

图表9 2017-2022年三次产业投资占固定资产投资（不含农户）比重

图表10 2020年分行业固定资产投资（不含农户）增长速度

图表11 2020年固定资产投资新增主要生产与运营能力

图表12 2020年全国固定资产投资（不含农户）增速（累计同比）

图表13 2020年末人口数量及构成

图表14 2020年居民人均可支配收入平均数与中位数对比

图表15 2020年全国居民人均可支配收入平均数与中位数

图表16 2020年全国社会消费品零售总额月度同比增长

图表17 2020年社会消费品零售总额主要数据

图表18 2017-2022年社会消费品零售总额增速（月度同比）

图表19 2020年居民人均消费支出及构成

图表20 2020年全国居民人均消费支出及构成

更多图表见正文……

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202312/431996.html>