

2017-2022年中国文化旅游 市场调查与投资战略报告

报告目录及图表目录

智研数据研究中心 编制

www.abaogao.com

一、报告报价

《2017-2022年中国文化旅游市场调查与投资战略报告》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.abaogao.com/b/lvyou/Z227199Y82.html>

报告价格：印刷版：RMB 7000 电子版：RMB 7200 印刷版+电子版：RMB 7500

智研数据研究中心

订购电话：400-600-8596(免长话费) 010-80993963

海外报告销售：010-80993963

传真：010-60343813

Email：sales@abaogao.com

联系人：刘老师 谭老师 陈老师

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

文化旅游定义：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。

行业本身来看，旅游产业已突破传统旅游业的范畴，逐步演变为一个多方位、多层面、多维度的综合性大产业。消费需求来看，文化旅游逐渐成为人们生活追求的新时尚。

文化旅游行业的发展阶段

智研数据研究中心发布的《2017-2022年中国文化旅游市场调查与投资战略报告》共十八章。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 中国文化旅游业运行整体情况分析 22

第一节 文化旅游的基本概述 22

一、文化旅游的内涵 22

二、文化旅游产品分类 22

三、文化旅游发展历程 23

四、开发文化旅游方略 24

五、文化旅游产业的特征 24

六、旅游与文化的关系浅析 26

七、文化对旅游产业的促进作用 26

第二节 中国文化旅游产业的发展概况 27

一、中国文化旅游的文化属性 27

二、中国文化旅游的核心分析 28

三、中国文化旅游的发展之路	28
四、中国文化旅游发展方向分析	29
五、中国文化旅游品牌构建旅游强国建设	30
第三节 中国文化旅游创意园区发展分析	32
一、文化旅游创意园区逐渐兴起	32
二、“一站式体验”的基本简述	32
三、文化旅游创意产业园区的成因及特征浅析	33
四、文化旅游创意产业园区的开发模式剖析	34
五、文化旅游产业园区的发展策略	37
第四节 中国文化旅游业发展难题	38
一、文化旅游资源的开发不够，规划不当	38
二、文化旅游配套基础设施落后	38
三、发展资金不足，投融资渠道单一	38
四、法规体系不健全	39
五、缺乏优秀文化旅游产业专业人才	39
第五节 中国文化旅游业发展的对策分析	39
一、文化旅游创意产业发展策略分析	39
二、提升文化旅游产业竞争力的有效措施	41
（一）提升文化内涵加快旅游产业发展	41
（二）注重实效宣传充分利用多元化促销手段	43
（三）加强创新发展增强发展活力	43
（四）重视旅游设施、环境、服务、人才等方面的综合质量	44
三、促进文化旅游产业可持续发展的建议	44
第二章 中国文化旅游产业运行环境分析	47
第一节 中国文化旅游产业政策分析	47
一、近年来中国主要旅游支持政策	47
二、《依法治理旅游市场秩序三年行动方案（年）》	48
三、《旅游经营服务不良信息管理办法（试行）》	51
四、《关于促进智慧旅游发展的指导意见》	52
五、旅游局令第38号《旅游行政处罚办法》	53
六、《旅游质量发展纲要（年）》	53

七、国民旅游休闲纲要（年）	54
第二节 年中国宏观经济环境分析	56
一、中国GDP增长情况分析	56
2011-2016年中国国内生产总值及其增长速度	
二、工业经济发展形势分析	57
三、社会固定资产投资分析	58
四、全社会消费品零售总额	59
2011-2015年我国社会消费品零售总额	
五、居民消费价格变化分析	61
六、对外贸易发展形势分析	62
第三节 文化旅游发展的消费环境	62
一、城乡居民收入消费情况分析	62
二、居民收入与旅游消费相关性	63
三、城乡居民人均旅游花费情况	64
第四节 文化旅游发展的交通环境	64
一、铁路投资建设情况	64
二、公路投资建设情况	65
三、机场投资建设情况	67
四、交通行业客货运输情况	68
第五节 旅游景区发展的社会环境	71
一、中国人口总量及结构	71
二、中国城镇化发展进程	72
三、法定节假日和带薪假期实施	73
第六节 中国旅游业发展环境分析	74
一、国内旅游业发展情况	74
二、旅游总收入增长情况	75
三、国内旅游市场发展分析	75
（一）国内旅游人数规模	75
（二）国内旅游收入规模	76
（三）国内旅游人均花费	76

四、入境旅游市场发展分析 77

(一) 入境旅游接待人数 77

(二) 入境旅游外汇收入 79

(三) 入境旅游客源情况 80

1、客源结构分析 80

2、客源入境方式 81

3、入境旅游目的 83

4、年龄及性别结构 85

(四) 入境旅游过夜游客数 86

五、出境旅游市场发展分析 87

(一) 中国出境旅游市场规模分析 87

(二) 中国出境旅游市场特征分析 87

(三) 中国出境旅游市场趋势分析 88

第三章 中国文化旅游产业细分分析——民族文化旅游 89

第一节 民族文化与旅游业的关系 89

一、民族文化与旅游发展有三大相关性 89

二、民族文化与西部旅游业息息相关 89

三、民族文化决定着旅游业的竞争力 90

四、正确开发利用能有效保护民族文化资源 90

第二节 中国民族文化旅游发展相关概述 91

一、民族文化旅游发展现状分析 91

二、民族文化旅游发展的时代机遇 91

三、民族文化旅游开发问题分析 92

四、民族文化资源开发的成功经验 94

五、民族文化旅游的开发模式 97

六、民族文化旅游创新开发路径 98

第三节 生态博物馆模式在民族文化旅游中的应用透析 100

一、生态博物馆模式简介 100

二、生态博物馆旅游的保护性原则 101

三、生态博物馆旅游的原生态原则 103

四、生态博物馆旅游的选择控制原则 103

五、生态博物馆旅游的社区参与原则	104
六、生态博物馆旅游的效益回报原则	104
第四节 少数民族文化旅游业发展概况	105
一、少数民族文化旅游资源简述	105
二、少数民族文化旅游资源的开发原则	105
三、旅游开发对少数民族文化的影响剖析	106
四、少数民族文化旅游资源开发面临的难题	108
五、少数民族文化旅游资源开发的建议	108
第五节 西部地区民族文化旅游发展	109
一、西部地区民族文化旅游发展现状	109
二、西部地区民族文化旅游资源特点	109
三、西部地区民族文化生态旅游开发的作用和意义	111
四、西部民族文化对旅游业的负面影响	112
五、西部地区民族文化旅游发展存在的问题	115
六、西部地区民族文化旅游可持续之路	116
第四章 中国文化旅游产业细分分析——红色旅游	118
第一节 中国红色旅游的发展概况	118
一、红色旅游含义及意义	118
二、国内红色旅游兴起原因	119
三、中国红色旅游的发展历程	119
四、中国红色旅游发展现状	121
五、新机遇助推红色旅游的持续升温	123
六、中国红色旅游业发展亟待升级	125
七、未来中国红色旅游业发展趋势	127
第二节 重点红色旅游景区及精品路线简介	129
一、12个重点红色旅游景区简介	129
（一）沪浙红色旅游区	129
（二）湘赣闽红色旅游区	130
（三）左右江红色旅游区	131
（四）黔北黔西红色旅游区	132
（五）雪山草地红色旅游区	132

(六) 陕甘宁红色旅游区	133
(七) 东北红色旅游区	134
(八) 鲁苏皖红色旅游区	135
(九) 大别山红色旅游区	136
(十) 太行山红色旅游区	137
(十一) 川陕渝红色旅游区	138
(十二) 京津冀红色旅游区	138
二、30条红色旅游精品路线简介	138
三、红色旅游新线路开发情况	144
第三节 红色旅游市场价值分析	145
一、红色旅游具有旺盛的有效需求	145
(一) 红色旅游有效需求及其特征	145
(二) 红色旅游需求旺盛	147
二、红色旅游产品的垄断性分析	148
三、红色旅游商业模式和竞争策略	149
(一) 红色旅游产品开发	149
(二) 价格与市场的创新	149
(三) 拓宽渠道平台	151
(四) 政府的推动	151
(五) 全系统营销	151
第四节 中国红色旅游发展的问题分析	152
一、政治性太强，市场意识缺乏	152
二、产品形式单一，吸引力有限	152
三、整体带动功能弱，产业发展滞后	153
四、开发深度不足，基础设施落后	153
第五节 中国发展红色旅游的建议	153
一、立足红色旅游资源的世界性，加强国际化研究	153
二、挖掘红色旅游资源内涵与“研学旅行”相结合	154
三、适应和引领经济发展新常态，加快实施创新驱动发展战略	154
四、突破行政区划，统筹红色旅游资源的整体开发	154
第五章 中国文化旅游产业细分分析——影视旅游	155

- 第一节 影视旅游的相关概述 155
 - 一、影视旅游的内涵 155
 - 二、影视旅游的特点 155
 - 三、影视旅游产业链的运行模式 157
 - 四、影视旅游的动机浅析 159
 - 五、影视对旅游目的地旅游发展的影响 160
 - 六、世界影视旅游发展历程 161
- 第二节 中国影视旅游产业的发展分析 162
 - 一、中国影视旅游产业发展历程 162
 - 二、中国影视旅游外景地的分化 163
 - 三、中国影视旅游主要盈利模式 164
 - 四、中国影视城与旅游业结合运作模式 165
 - 五、国内影视旅游未来发展趋势 166
- 第三节 国外影视旅游成功案例分析--以韩国在东南亚地区掀起的“韩流”为例 167
 - 一、亚洲文化的相似性 167
 - 二、韩国政府与企业携手推动影视旅游 169
 - 三、成功的商业运作 170
 - 四、韩国影视旅游开发规划 173
- 第四节 中国影视旅游业发展亟需关注问题 174
 - 一、要重视前期的商业运作 174
 - 二、重视影视旅游产品创新 174
 - 三、要重视影视作品对旅游的负面影响 175
- 第五节 中国主要影视旅游基地分析 176
 - 一、横店影视城 176
 - 二、象山影视城 176
 - 三、镇北堡西部影视城 177
 - 四、涿州影视城 177
 - 五、无锡影视基地 178
 - 六、同里影视基地 178
 - 七、上海影视乐园基地 179
 - 八、松江影视基地 179
 - 九、焦作影视城 180

十、中原影视城 180

第六节 中国影视旅游业存在的问题 181

第七节 中国影视旅游业各方发挥作用的建议 182

一、中国影视旅游业政府发挥的引导作用 182

二、中国影视旅游业企业发挥的主导作用 184

第八节 影视旅游营销策略分析 187

一、广告促销 187

二、活动促销 188

三、公关促销 189

四、有形展示策略 189

第六章 中国文化旅游产业细分分析——其他文化旅游业 191

第一节 民俗文化旅游 191

一、民俗文化旅游的概念 191

二、中国民俗文化旅游开发优势分析 192

三、中国民俗文化旅游资源开发问题 192

四、民俗文化旅游开发基本模式剖析 193

五、民俗文化旅游开发遵循原则分析 194

六、中国民俗文化旅游开发路径分析 195

七、中国民俗文化旅游发展建议分析 196

第二节 宗教文化旅游 197

一、宗教文化与旅游业的相关性阐述 197

二、宗教文化旅游资源分类情况 198

(一) 佛教旅游资源 198

(二) 道教旅游资源 199

(三) 伊斯兰教旅游资源 200

(四) 基督教旅游资源 200

三、我国主要宗教旅游名山分析 201

(一) 武当山 201

(二) 峨眉山 202

(三) 五台山 203

(四) 普陀山 204

(五) 天台山	205
(六) 九华山	206
四、宗教文化旅游的产品体系剖析	207
五、宗教文化旅游产品开发的相关要点分析	208
六、宗教文化旅游景区开发情况	209
第三节 茶文化旅游	210
一、中国茶文化的定义与内涵浅述	210
二、茶文化旅游的主要内容	211
三、中国茶文化旅游的类型	211
四、茶文化旅游存在的问题	214
五、促进茶文化旅游业发展的对策	216
六、茶文化旅游业发展的方向分析	217
第四节 非物质文化遗产旅游	219
一、非物质文化遗产的基本概念	219
二、非物质文化遗产旅游开发模式分析	219
(一) 民间文学类	219
(二) 表演艺术类	221
(三) 工艺美术类	222
(四) 生产生活知识与技能类	223
(五) 仪式及节日类	225
(六) 文化空间类	227
三、非物质文化遗产旅游产品的开发	228
四、非物质文化遗产的活态旅游开发	232
第七章 中国文化旅游主要省市分析——河南省	235
第一节 河南省文化旅游业发展概况	235
一、河南省旅游产业发展分析	235
二、河南发展文化旅游产业具独特优势	236
三、制约河南省文化旅游业发展的因素分析	236
四、河南省文化旅游产业发展的出路探讨	238
五、“村落文化”推动河南特色生态旅游发展	240
第二节 河南文化旅游产品的开发设计概述	241

- 一、自有资源的产品开发与设计 241
- 二、外源资源的产品开发与利用 243
- 三、构建文化旅游消费循环 243
- 四、河南函谷关古文化旅游区 244
- 第三节 郑州市 244
 - 一、郑州市文化旅游资源概况 244
 - 二、郑州市文化旅游产业发展近况分析 245
 - 三、郑州着力构建沿黄文化旅游产业带 247
 - 四、少林寺文化旅游资源深度利用分析 249
 - 五、登封文化旅游产业集聚区初步形成 251
 - 六、郑州市旅游产业转型升级 251
- 第四节 南阳市 252
 - 一、南阳旅游业发展优势 252
 - 二、南阳市发展文化旅游业的优势 254
 - 三、南阳市文化旅游业存在的不足 255
 - 四、南阳方城大力发展文化旅游业 256
 - 五、南阳文化旅游产业发展的对策建议 258
- 第五节 信阳市 260
 - 一、信阳旅游业现状 260
 - 二、信阳旅游业优势 261
 - 三、信阳旅游业存在的问题 262
 - 四、发展信阳旅游业的建议 265
 - 五、信阳罗山县文化旅游发展分析 268
 - 六、信阳与港中旅联手打造鸡公山 268
- 第六节 开封市 270
 - 一、开封市文化旅游产业发展条件突出 270
 - 二、开封文化产业园区晋升“国家级” 271
 - 三、开封市文化旅游产业存在的主要问题 272
 - 四、促进开封市文化旅游产业发展的对策 274
 - 五、年大宋文化旅游节 279
- 第七节 其他地区 279
 - 一、周口文化旅游资源发展概况 279

- 二、许昌市文化旅游产业发展 279
- 三、项城五大合力团聚力促发展 281
- 四、驻马店汝南县文化旅游发展 282
- 五、洛阳文化旅游发展模式分析 283

第八章 中国文化旅游主要省市分析——湖北省 285

第一节 湖北省文化旅游业发展概况 285

- 一、湖北省旅游产业发展分析 285
- 二、湖北省文化旅游资源开发现状 287
- 三、楚文化旅游开发的可行性分析 289
- 四、红安打造红色文化旅游新名片 290
- 五、湖北汉水文化旅游开发的主体内容与基本思路 291
- 六、湖北着力构建武汉城市旅游圈 295
- 七、年钟祥紫薇节签约186亿 296
- 八、湖北省旅游业发展蓝图 296

第二节 荆州市 297

- 一、荆州文化旅游资源概况 297
- 二、荆州文化旅游现行发展措施 298
- 三、荆州文化旅游发展存在问题 300
- 四、荆州文化旅游产业发展对策 301

第三节 孝感市 303

- 一、孝感市旅游业发展现况 303
- 二、孝感市旅游业发展存在的问题 305
- 三、孝感市生态文化旅游区建设规划 306
- 四、孝感市文化旅游节启动情况分析 306
- 五、发展孝文化旅游产业SWOT分析 307

第四节 湖北秭归 309

- 一、秭归文化旅游业发展现况 309
- 二、秭归文化旅游发展的空间布局 310
- 三、秭归旅游业发展战略分析 311
- 四、秭归屈原文化旅游开发的建议 311
- 五、秭归荣膺国家 5 A 级景区 313

第五节 昭君文化旅游业 314

- 一、兴山县旅游资源分析 314
- 二、项目实施的背景与意义 314
- 三、文化旅游开发的战略思想 317
- 四、文化旅游开发思路与战略措施 317
- 五、昭君故里文化旅游发展存在的问题 321
- 六、昭君旅游景区SWOT分析 324

第六节 鄂西生态文化旅游圈 326

- 一、鄂西圈建设发展现状分析 326
- 二、襄樊市九天玄女文化生态旅游区 327
- 三、鄂西圈四城市“抱团发展”旅游业 328
- 四、鄂西圈建设战略实施路径 329
- 五、鄂西圈发展存在的主要问题 331
- 六、鄂西圈文化旅游业发展的思路 332

第九章 中国文化旅游主要省市分析——湖南省 333

第一节 湖南省文化旅游业发展概况 333

- 一、湖南省旅游产业发展分析 333
- 二、湖南山水文学的旅游价值开发 334
- 三、湖南民俗文化旅游发展情况分析 335
- 四、湖南红色文化旅游发展情况分析 338
- 五、湖南影视文化旅游发展情况分析 340
- 六、湖南影视文化旅游资源的类型 340

第二节 郴州文化旅游业发展概况 341

- 一、郴州主要旅游资源介绍 341
- 二、郴州旅游产业发展情况分析 344
- 三、郴州文化旅游产业的主要问题 346
- 四、郴州文化旅游产业发展建议 347

第三节 吉首市文化旅游业发展概况 348

- 一、吉首市文化旅游产业状况分析 348
- 二、吉首市文化旅游产业存在的不足 350
- 三、促进吉首市文化旅游产业发展的建议 351

- 四、吉首市文化旅游产业最新动态 354
- 第四节 凤凰县文化旅游业发展概况 354
 - 一、凤凰文化旅游发展现状分析 354
 - 二、凤凰文化旅游发展规划分析 355
 - 三、旅游业对凤凰发展的有利影响 356
 - 四、“旅游过热”对凤凰古城的破坏 358
 - 五、对凤凰文化旅游业发展的建议 359
- 第五节 大湘西文化旅游产业分析 360
 - 一、大湘西文化旅游业发展的基础 360
 - 二、大湘西文化产业与旅游业发展的阶段性特征 362
 - 三、大湘西文化旅游业的发展思路 363
 - 四、推进大湘西文化旅游业发展的意义 364

- 第十章 中国文化旅游主要省市分析——山东省 366
 - 第一节 山东省文化旅游业发展概况 366
 - 一、山东省旅游经济行业发展情况 366
 - 二、山东省旅游景区情况分析 366
 - 三、山东齐鲁文化旅游品牌打造的思路 369
 - 四、促进山东文化旅游业发展的对策 369
 - 五、山东省文化旅游业发展目标分析 372
 - 六、山东首个齐长城文化旅游项目落户淄博 372
 - 七、山东：文物“活”旅游热 372
 - 第二节 济宁市文化旅游业发展概况 375
 - 一、济宁市旅游产业发展现状 375
 - 二、对济宁市文化旅游的主题定位的思考 376
 - 三、济宁旅游大项目推动产业大发展 378
 - 四、用“孔子”元素带动济宁文化旅游产业 379
 - 五、济宁微山湖创5A工作计划 381
 - 第三节 曲阜市文化旅游业发展概况 382
 - 一、曲阜市文化旅游业发展现状 382
 - 二、曲阜市旅游业发展的优劣势分析 383
 - 三、曲阜市文化旅游产业发展对策 386

四、曲阜将围绕儒学文化“升级”修学旅游 388

第四节 其他地区文化旅游业发展概况 391

- 一、沂水泉庄镇乡村旅游发展情况 391
- 二、郓城积极推进文化旅游业全面发展 392
- 三、菏泽37个文化旅游项目在建情况 394
- 四、莱阳文化旅游产业发展情况分析 395
- 五、青岛文化旅游产业发展情况分析 396

第十一章 中国文化旅游主要省市分析——云南省 399

第一节 云南省文化旅游业发展状况 399

- 一、云南省旅游经济行业发展情况 399
- 二、云南省建十大历史文化旅游项目 400
- 三、云南昆明将建特色文化旅游商业街 401
- 四、云南省文化旅游业发展目标分析 403
- 五、云南省历史文化旅游项目建设重点 403
- 六、云南民族文化旅游的SWOT剖析 404
- 七、云南省促进旅游文化产业融合发展 407
- 八、云南省旅游发展多项扶持政策 410

第二节 云南省民族文化旅游 411

- 一、丰富多彩的云南民族文化 411
- 二、云南民族文化与旅游业关系 412
- 三、云南民俗旅游资源开发中的问题 413
- 四、云南民族文化旅游业的可持续开发 414

第三节 云南文化旅游业发展策略 415

- 一、培育文化旅游的主导产业 415
- 二、提高旅游商品文化含量和市场竞争力 415

第四节 丽江民俗文化旅游业分析 416

- 一、丽江古城基本阐述 416
- 二、民族文化是丽江古城的血脉根基 416
- 三、丽江古城民俗文化旅游发展具有重要意义 418
- 四、丽江古城民俗文化旅游发展面临的挑战 419
- 五、丽江古城民俗文化旅游发展的对策措施 420

第五节 其他地区 421

- 一、大理影视文化旅游资源开发情况 421
- 二、楚雄州禄丰县旅游产业发展亮点频现 424
- 三、保山市着力打造文化旅游名市 424
- 四、云南沧源县建设国际旅游度假区 425
- 五、昆明晋宁县文化旅游业发展分析 427
- 六、玉溪市文化旅游资源概况 430

第十二章 中国文化旅游主要省市分析——四川省 431

第一节 四川省文化旅游业发展概况 431

- 一、四川省旅游行业发展情况 431
- 二、四川省文化旅游资源介绍 431
- 三、四川文化旅游产品发展情况 432
- 四、四川文化旅游业发展任务 434
- 五、构建四川省文化旅游品牌体系 435

第二节 四川省文化旅游投资合作重点项目 437

- 一、南充市“龙王寨—望龙湖”森林公园建设项目 437
- 二、九顶山生态旅游开发项目 438
- 三、观音岩文化旅游风景区建设项目 439
- 四、绵竹市汉旺地震遗址公园项目 440
- 五、凉山州越西县文昌故里旅游景区建设项目 440
- 六、四川省文化旅游业吸引社会资本投资的建议 441

第三节 四川省民俗文化旅游的现实与对策 446

- 一、四川省民族地区民俗文化旅游的特点 446
- 二、四川省民族地区民俗文化旅游开发的优势与作用 447
- 三、四川省民族地区民俗文化旅游发展存在的问题 448
- 四、四川省发展民族地区民俗文化旅游的路径选择 450

第四节 四川省主要地区文化旅游业分析 453

- 一、德阳市全力打造特色文化旅游区 453
- 二、普格县民俗文化旅游前景 454
- 三、罗江县打造特色文化旅游区 456
- 四、渠县土溪镇：向历史文化旅游名镇迈进 457

五、达州十里水街城市文化旅游产业园 460

六、年四川国际文化旅游节启幕 461

第十三章 中国文化旅游主要省市分析——贵州省 462

第一节 贵州文化旅游业发展概况 462

一、贵州省旅游产业发展分析 462

二、贵州文化旅游资源概述 463

三、贵州文化旅游发展创新区介绍 467

四、打造具有贵州特色的旅游文化品牌 468

第二节 推进贵州文化和旅游产业融合发展 469

一、文化和旅游产业融合发展目标 469

二、文化旅游融合发展的路径 469

三、文化旅游融合发展模式选择 469

四、文化旅游融合发展的重点 470

第三节 主要地区文化旅游业分析 473

一、左右江革命老区文化旅游发展 473

二、黔东北文化旅游精品长廊 473

三、赤水市“双提升”打造千亿级文化旅游产业带 474

四、荔波加快民族文化与旅游融合发展 475

五、黔南文化旅游产业发展分析 476

六、务川县努力实现文化旅游大发展 477

第十四章 中国文化旅游主要省市分析——其他地区 479

第一节 安徽省 479

一、安徽省旅游产业发展分析 479

二、安徽省文化旅游概况 479

三、安徽文化旅游资源 480

四、安徽打造首个文化创意村 481

五、安徽古徽州文化旅游区正式晋级5A 482

六、安徽亳州市芍花养生旅游文化节 482

第二节 甘肃省 483

一、甘肃省旅游产业发展分析 483

- 二、甘肃文化旅游资源 484
- 三、兰州打造七里河文化旅游产业新地标 486
- 四、甘肃省文化旅游“安宁模式” 486
- 五、甘肃西和县文化旅游的发展情况 488
- 六、甘肃省文化旅游发展困难与措施 489
- 七、甘肃文化资源与文化旅游产业融合协同发展 490
- 第三节 福建省 493
 - 一、福建省旅游产业发展分析 493
 - 二、福建省文化旅游发展情况 494
 - 三、福州文化旅游建设规划 494
 - 四、福建打造“重走客家路”文化旅游产品 495
 - 五、厦门市拟建特色文化旅游休闲街区 496
 - 六、福建平和县打造文化旅游名县 496
- 第四节 海南省 498
 - 一、海南省旅游产业发展分析 498
 - 二、海南拟建中部文化旅游绿色产业带 500
 - 三、海南全国首家少数民族文化型5A旅游景区 501
 - 四、海南南山文化旅游区：老牌5A转型升级 501
 - 五、儋州借东坡文化体验提升海南西部旅游档次 504
 - 六、海南三亚海螺姑娘创意文化园 505
- 第五节 河北省 506
 - 一、河北省旅游产业发展分析 506
 - 二、河北省文化旅游资源特色与优势 507
 - 三、河北省文化旅游产业发展主打特色牌 507
 - 四、定州古城恢复改造工程 打造2400亩文化旅游景区 508
 - 五、河北邢台：文化旅游打造特色品牌 509
 - 六、沧州重点打造杂技、武术、运河文化旅游线路 510
 - 七、打造热河文化旅游新区 承德隆化县发挥资源优势 510
 - 八、河北遵化旅游文化产业再添新景 511
- 第六节 山西省 512
 - 一、山西省旅游产业发展分析 512
 - 二、山西文化旅游业发展概况 513

- 三、百里寺庙群 山西的文化旅游宝藏 514
- 四、运城建旅游大厦商业综合体 打造国际文化旅游地 516
- 五、繁峙县文化旅游精品在太原叫响 516
- 六、平遥统筹推进以文化为核心的文化旅游业 518
- 七、晋中文化旅游助力经济转型升级 518
- 第七节 陕西省 520
 - 一、陕西省旅游产业发展分析 520
 - 二、陕西省文化旅游资源概况 520
 - 三、陕西省文化旅游名镇建设情况 521
 - 四、渭南文化旅游产业构建“一核三圈八区”格局 523
 - 五、陕西尧头窑文化旅游生态园区 524
- 第八节 广西壮族自治区 525
 - 一、广西壮族自治区旅游产业发展分析 525
 - 二、广西民族文化旅游资源概述 526
 - 三、桂林文化旅游的发展情况 527
 - 四、邕江新城打造广西文化旅游新一极 529
 - 五、广西那坡县民族文化与旅游融合发展 530
- 第十五章 中国文化旅游业市场营销策略分析 533
 - 第一节 旅游文化营销的运作形式剖析 533
 - 一、运作基础 533
 - 二、文化包装与产品设计 533
 - 三、文化传播与广告促销 534
 - 四、文化体验与旅游品牌 534
 - 第二节 影视旅游营销方法解析 535
 - 一、我国对影视形成的旅游品牌的开发现状 535
 - 二、影视旅游业的营销模式分析 536
 - 三、影视主题公园发展存在的问题 537
 - 四、影视主题公园的定位策略 538
 - 五、影视旅游主题公园提高重游率 538
 - 六、影视旅游产品的开发、营销及组合策略 539
 - 第三节 红色旅游市场营销策略分析 544

- 一、创造优良的营销环境 544
- 二、深度挖掘红色旅游产品的文化内涵 546
- 三、注重产品新颖性，体现参与性、体验性和趣味性 546
- 四、实施科学的产品组合策略 547
- 五、建立科学合理的价格体系 548
- 六、拓宽销售渠道 548
- 七、全面系统地宣传促销 549
- 八、开展红色旅游公共关系活动 550

第十六章 中国文化旅游业重点企业竞争力分析 551

第一节 深圳华侨城股份有限公司 551

- 一、企业基本情况 551
- 二、企业文化旅游业务 551
- 三、企业经营情况分析 551
- 四、企业经济指标分析 553
- 五、企业盈利能力分析 553
- 六、企业偿债能力分析 554
- 七、企业运营能力分析 554
- 八、企业成本费用分析 554
- 九、企业竞争优势分析 555

第二节 杭州宋城旅游发展股份有限公司 556

- 一、企业基本情况 556
- 二、企业文化旅游业务 557
- 三、企业经营情况分析 558
- 四、企业经济指标分析 559
- 五、企业盈利能力分析 560
- 六、企业偿债能力分析 560
- 七、企业运营能力分析 560
- 八、企业成本费用分析 561
- 九、企业竞争优势分析 561

第三节 丽江玉龙旅游股份有限公司 563

- 一、企业基本情况 563

二、企业文化旅游业务 563

三、企业经营情况分析 564

四、企业经济指标分析 565

五、企业盈利能力分析 566

六、企业偿债能力分析 566

七、企业运营能力分析 567

八、企业成本费用分析 567

九、企业竞争优势分析 567

第四节 西安曲江文化旅游股份有限公司 568

一、企业基本情况 568

二、企业文化旅游业务 568

三、企业经营情况分析 569

四、企业经济指标分析 570

五、企业盈利能力分析 571

六、企业偿债能力分析 571

七、企业运营能力分析 571

八、企业成本费用分析 572

九、企业竞争优势分析 573

第五节 安徽九华山旅游发展股份有限公司 574

一、企业发展基本情况 574

二、企业文化旅游业务 574

三、企业经营情况分析 575

四、企业经济指标分析 576

五、企业盈利能力分析 576

六、企业偿债能力分析 577

七、企业运营能力分析 577

八、企业成本费用分析 577

九、企业竞争优势分析 578

第六节 北京巅峰智业旅游文化创意股份有限公司 579

一、企业发展基本情况 579

二、企业文化旅游业务 579

三、企业经营情况分析 580

四、企业销售网络分布 581

五、企业竞争优势分析 582

六、企业发展战略分析 584

第七节 其他企业概述 586

一、鄂尔多斯东联集团 586

二、鄂西生态文化旅游圈投资有限公司 588

三、四川美仑旅游文化产业投资有限公司 589

四、成都文化旅游发展集团有限责任公司 590

五、珠海唐家湾文化旅游有限公司 590

第十七章 2017-2022年中国文化旅游业发展前景展望分析 591

第一节 中国旅游行业市场发展前景分析 591

一、旅游行业“十三五”发展规划分析 591

二、旅游业信息化“十三五”发展目标 591

三、旅游公共服务“十三五”发展规划 592

四、中国旅游市场发展情况预测 594

(一) 国内游市场发展情况预测 594

(二) 入境游市场发展情况预测 595

(三) 出境游市场发展情况预测 596

(四) 中国在线旅游市场规模预测 596

第二节 中国文化旅游业发展趋势和方向分析 598

一、中国文化旅游的发展新方向 598

二、中国文化旅游业发展趋势分析 600

(一) 向大旅游商品发展 600

(二) 向生活化方向发展 600

(三) 各类旅游商品同步发展并相互促进 601

(四) 旅游商品销售与“游”深度结合 601

(五) 旅游商品与旅游目的地的建设同步发展 601

(六) 旅游购物店与互联网融合 602

第三节 中国文化旅游业发展前景分析 603

一、先进的旅游文化引领旅游产业发展的方向 603

二、文化是旅游经济竞争的核心 603

三、文化是旅游产业可持续发展的驱动力 603

四、文化旅游是旅游产业的发展方向 604

五、旅游与文化相互作用 604

第十八章 年中国文化旅游行业投资可行性分析 605 (ZY LII)

第一节 年中国文化旅游行业投资机会分析 605

一、中国文化旅游行业投资潜力分析 605

二、文化旅游行业区域投资机会分析 610

第二节 年中国文化旅游行业投资风险分析 614

一、政策风险 614

二、竞争风险 614

三、市场风险 614

四、经营风险 615

五、文化风险 615

六、投资过热风险 616

第三节 年中国文化旅游行业投资策略分析 617

一、高铁旅游产品开发建议 617

二、免税业旅游业投资策略 618

三、邮轮旅游市场投资分析 618

四、多元化经营景区投资潜力 619

五、旅游业风险投资未来走势 620

六、中国酒店业投资策略分析 620

七、中国主题公园投资分析 624 (ZY LII)

详细请访问：<http://www.abaogao.com/b/lvyou/Z227199Y82.html>