



艾凯咨询
ICAN Consulting

2015-2020年中国文化旅游产业 监测及投资策略报告

一、调研说明

《2015-2020年中国文化旅游产业监测及投资策略报告》是艾凯咨询集团经过数月的周密调研，结合国家统计局，行业协会，工商，税务海关等相关数据，由行业内知名专家撰写而成。报告意于成为从事本行业人士经营及投资提供参考的重要依据。

报告主要可分为四大部分，首先，报告对本行业的特征及国内外市场环境进行描述；其次，是本行业的上下游产业链，市场供需状况及竞争格局从宏观到细致的详尽剖析，接着报告中列出数家该行业的重点企业，分析相关经营数据；最后，对该行业未来的发展前景，投资风险给出指导建议。相信该份报告对您把握市场脉搏，知悉竞争对手，进行战略投资具有重要帮助。

官方网址：<https://www.icandata.com/view/248799.html>

报告价格： 纸介版9000元 电子版9000元 纸介版+电子版9200元

订购电话： 400-700-0142 010-80392465

电子邮箱： sales@icandata.com

联系人： 刘老师

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、摘要、目录、图表

第一部分 行业发展分析

第一章 文化旅游业分析 1

第一节 文化旅游的基本概述 1

一、文化旅游的内涵 1

二、文化旅游的核心 1

三、文化旅游业的深刻解读 2

四、旅游文化的特征 2

五、旅游与文化的关系浅析 3

第二节 文化旅游产业的发展概况 4

一、中国文化旅游市场逐渐成型 4

二、中国文化旅游资源丰富多采 5

三、文化内涵成为旅游业发展的新焦点 5

四、2014年被确定为"中华文化游"主题旅游年 6

五、中欧文化旅游业发展的差异比较 8

第三节 文化旅游创意园区发展分析 12

一、文化旅游创意园区逐渐兴起 12

二、"一站式体验"的基本简述 13

三、文化旅游创意产业园区的成因及特征浅析 14

四、文化旅游创意产业园区的开发模式剖析 16

五、文化旅游创意产业园区发展的战略建议 18

第四节 文化旅游业存在的问题 20

一、我国文化旅游业发展面临的主要难题 20

二、我国文化旅游业遭遇的主要挑战 22

三、旅游产品开发面临的三类文化矛盾 24

四、传统文化型景区发展的尴尬局面 25

第五节 文化旅游业发展的对策分析 29

一、推进文化旅游产业发展思考 29

二、开发文化旅游产业的方略 30

三、促进我国文化旅游业发展的对策 31

四、提升中国文化旅游业竞争力的战略方针 33

五、适当运用文化因素开发旅游产品的思路 34

第六节 2014年文化部、国家旅游局关于促进文化与旅游结合发展的指导意见 38

一、高度重视文化与旅游的结合发展 38

二、推进文化与旅游结合发展的主要措施 38

三、加强组织领导，完善工作机制 40

第二部分 细分行业分析

第二章 民族文化旅游 42

第一节 民族文化与旅游业的关系 42

一、民族文化与旅游发展有三大相关性 42

二、民族文化与西部旅游业息息相关 42

三、民族文化决定着旅游业的竞争力 44

四、正确开发利用能有效保护民族文化资源 44

第二节 民族文化开发的相关概述 45

一、民族文化开发成功应具备的特点 45

二、民族文化资源开发面临的阻碍 47

三、开发民族文化资源的对策 48

四、民族文化资源开发与保护 51

五、建立民族文化旅游资源产权制度的必要性 55

第三节 生态博物馆模式在民族文化旅游中的应用透析 61

一、生态博物馆模式简介 61

二、生态博物馆旅游的保护性原则 62

三、生态博物馆旅游的原生态原则 63

四、生态博物馆旅游的选择控制原则 64

五、生态博物馆旅游的社区参与原则 64

六、生态博物馆旅游的效益回报原则 65

第四节 少数民族文化旅游业发展概况 65

一、少数民族文化旅游资源简述 65

二、少数民族文化旅游资源的开发原则 66

三、旅游开发对少数民族文化的影响剖析 67

四、少数民族文化旅游资源开发面临的难题 68

五、应加强少数民族文化旅游资源开发的保护力度 69

第五节 西部地区民族文化生态旅游的开发与保护综述 70

一、西部民族文化生态层次分析	70
二、西部民族文化生态特点分析	71
三、西部旅游对民族文化生态的冲击	72
四、西部旅游对民族文化生态的改良	73
五、西部民族文化可持续发展的旅游开发模式	74
第三章 红色旅游	77
第一节 红色旅游相关概述	77
一、红色旅游的概念	77
二、红色旅游资源的特点	77
三、红色旅游文化发展的重大意义	80
四、红色旅游的综合价值分析	80
第二节 中国红色旅游的发展概况	83
一、中国兴起红色旅游发展高潮	83
二、中国红色旅游进入快车道	86
三、我国在全国范围培育形成12个重点红色旅游区	87
四、2014年上半年中秋长假全国红色旅游情况分析	88
五、2014年我国红色旅游业持续火爆	91
六、2014年上半年安徽红色旅游收入	92
七、2014年上半年湖南红色旅游人次和收入比增长均超两成	93
八、2014年江西旅游接待总数突破1亿人	93
九、河北红色旅游综合收入超200亿元	94
十、我国红色旅游《一期规划》已超过了目标任务 二期规划待报批	94
第三节 红色旅游发展的问题分析	95
一、红色旅游业面临的主要难题	95
二、当前红色旅游开发中存在的主要问题	96
三、对红色旅游景区发展的思考	98
第四节 发展红色旅游的策略与建议	99
一、红色旅游业发展的对策	99
二、红色旅游发展应注重塑造品牌	101
三、老区建设与红色旅游业的互促发展	105
四、以社区旅游模式来推动红色旅游和谐发展	107
五、红色旅游可持续发展的相关建议	110

六、如何整合红色旅游市场	112
第四章 影视旅游	117
第一节 影视旅游的相关概述	117
一、影视旅游的内涵	117
二、影视旅游的特征	118
三、影视旅游的动机浅析	119
四、影视文化对旅游业的促进作用	119
第二节 国外影视旅游业发展的成功经验	120
一、美国	120
二、加拿大	121
三、韩国	122
四、印度	124
第三节 中国影视旅游产业的发展	127
一、我国影视旅游业的兴起与开发情况	127
二、我国影视旅游联姻产生巨大经济效应	128
三、国内影视旅游热掀起基地建设高潮	129
第四节 部分地区影视旅游业的发展	130
一、山西影视旅游业发展的现状及展望	130
二、海南影视旅游发展的基础及开发路径	134
三、影视文化给湘西旅游业带来新血液	137
四、长沙影视旅游业发展的可行性及对策	141
五、横店影视旅游形成完整产业链	143
六、电影《赤壁》成为赤壁旅游业发展的驱动器	144
七、开平市打造赤坎影视基地 做大旅游业蛋糕	145
第五节 影视旅游业存在的问题	147
一、影视旅游开发中存在的阻碍	147
二、我国影视旅游开发的错误观念	150
三、管理人才匮乏影响影视旅游发展	151
第六节 影视旅游业开发的对策分析	152
一、影视旅游结合发展需要关注的要点	152
二、加快我国影视旅游业发展的措施	153
三、民族地区旅游业和影视文化的结合策略探讨	154

四、影视旅游的品牌塑造与推广策略透析	155
五、我国影视旅游产业化发展之策	157
第五章 其他文化旅游业	160
第一节 民俗文化旅游	160
一、民俗文化旅游的概念	160
二、中国民俗文化旅游开发的现状	161
三、民俗文化旅游开发的基本模式剖析	163
四、民俗文化旅游开发应遵循环保经济原则	164
五、中国民俗旅游开发重点分析	165
第二节 宗教文化旅游	166
一、宗教文化与旅游业的相关性阐述	166
二、宗教文化旅游的涵义简析	170
三、我国主要宗教旅游名山简介	171
四、2014年中国12城市共组"禅宗文化旅游联盟"	175
第三节 茶文化旅游	175
一、中国茶文化的定义与内涵浅述	175
二、茶文化旅游的主要内容	178
三、中国茶文化旅游发展概述	180
四、促进茶文化旅游业发展的对策	181
第四节 非物质文化遗产旅游	183
一、非物质文化遗产的基本概念	183
二、非物质文化遗产旅游开发日趋火热	184
三、非物质文化遗产旅游开发面临的挑战	185
四、非物质文化遗产旅游发展的对策建议	185
五、海洋非物质文化遗产的旅游开发综述	186
第三部分 各省市文化旅游分析	
第六章 河南省文化旅游业	189
第一节 河南省文化旅游业发展概况	189
一、河南发展文化旅游产业具独特优势	189
二、河南借助演艺节目盘活文化旅游产业	189
三、促进河南省文化产业与旅游产业融合发展的建议	191
四、河南省文化旅游产业发展的出路探讨	193

第二节 河南文化旅游产品的开发设计概述 198

一、自有资源的产品开发与设计 198

二、外源资源的产品开发与利用 200

三、构建文化旅游消费循环 200

四、河南巨资打造函谷关古文化旅游区 201

第三节 郑州市 202

一、郑州市文化旅游产业发展近况分析 202

二、郑州着力构建沿黄文化旅游产业带 202

三、嵩山少林文化旅游成产业渐入佳境 203

四、郑州市文化旅游产业发展的问题及对策 204

五、郑州登封文化旅游产业发展的战略解析 205

第四节 南阳市 207

一、南阳政府重视文化旅游产业发展 207

二、南阳玉文化成为旅游业发展助推器 209

三、南阳市卧龙区文化旅游产业发展潜力探析 212

四、2015-2020年南阳文化旅游业发展规划 213

五、南阳文化旅游产业发展的对策建议 216

第五节 信阳市 218

一、信阳固始文化旅游业拉动经济大幅增长 218

二、2014年信阳新县文化旅游业取得可喜成绩 219

三、信阳罗山县积极加强文化旅游融合发展 220

四、信阳鸡公山文化旅游业快速发展的政策建议 220

五、信阳光山县文化旅游产业发展的深度思考 222

第六节 开封市 223

一、2014年上半年开封文化旅游产业迅猛发展 223

二、2014年开封市文化旅游产业运行情况 225

三、河南开封文化旅游产业进入良性化轨道 225

四、开封市文化旅游产业存在的主要问题 228

五、促进开封市文化旅游产业发展的对策 230

六、“十二五”开封将重点发展文化旅游建设文化旅游强市 231

第七节 其他地区 232

一、周口文化旅游产业发展概况 232

二、2014年上半年许昌市文化旅游项目建设成果突出	239
三、项城市文化旅游产业发展近况及对策	244
四、驻马店汝南县加快推进文化旅游产业发展	249
第七章 湖北省	251
第一节 湖北省文化旅游业发展概况	251
一、湖北省文化旅游业发展概况	251
二、湖北将着力开发三国文化旅游	253
三、湖北加快建设鄂西生态文化旅游圈	256
四、湖北文化旅游资源及开发现状分析	256
五、2014年鄂西文化旅游业取得良好成效	260
六、湖北发展红色文化旅游业前景看好	260
第二节 荆州市	263
一、深入解析荆州文化旅游产业的问题	263
二、文化旅游产业的经营策略思考	264
三、文化旅游业资本增值的途径分析	268
四、荆州"十一五"文化旅游发展回顾	278
五、做大做强荆州文化旅游产业的对策	281
第三节 孝感市	284
一、孝感市文化旅游业发展的环境及优势	284
二、孝感市文化旅游业发展现况浅析	286
三、孝文化资源开发的价值探究	286
四、孝文化资源的综合开发路径选择	290
五、促进孝文化旅游发展的策略	291
第四节 湖北秭归	292
一、湖北秭归文化旅游业发展迅速	292
二、秭归屈原文化旅游开发状况	296
三、秭归屈原文化旅游开发存在的问题	298
四、秭归屈原文化旅游开发的建议	299
第五节 昭君文化旅游业	301
一、项目实施的背景与意义	302
二、文化旅游开发的战略思想	304
三、文化旅游开发的战略布局	304

四、文化旅游开发思路与战略措施 306

五、文化旅游开发的目标 311

第六节 鄂西生态文化旅游圈 313

一、鄂西圈文化旅游资源概况 313

二、鄂西生态文化旅游圈规划体系与原则 313

三、鄂西圈文化旅游业发展的思路 314

四、鄂西圈旅游业发展要着力打造“山水人文”四大品牌 315

五、鄂西圈文化旅游业发展的战略、布局及路线 320

六、2014年《鄂西生态文化旅游圈文化旅游发展规划》解读 324

第八章 湖南省 328

第一节 湖南省文化旅游业发展概况 328

一、湖南山水文学具有丰富的旅游开发潜力 328

二、湖湘文化影响下的湖南省旅游业探析 331

三、湘中六县（市）勾画文化旅游区蓝图 333

四、2014年湖南投30亿设文化旅游产业基金 338

第二节 郴州 340

一、郴州旅游文化产业步入快速增长阶段 340

二、2014年郴州旅游文化产业发展重点介绍 341

三、郴州民俗文化旅游产业快速发展的对策 342

第三节 吉首市 344

一、吉首市文化旅游产业近况分析 344

二、2014年吉首市专项资金扶持民族文化旅游业发展 345

三、吉首市全力打造湘鄂渝黔四省(市)边区民族文化展示中心 346

四、促进吉首市文化旅游产业发展的六大建议 346

第四节 凤凰县 348

一、凤凰文化旅游产业步入快速发展轨道 348

二、凤凰文化旅游产业取得巨大经济效益 349

三、凤凰文化旅游带动各业发展 350

四、进一步推动凤凰文化旅游业发展的建议 351

第五节 大湘西文化旅游产业 354

一、大湘西文化旅游业发展的基础 355

二、大湘西文化旅游业发展的目标 355

三、大湘西文化旅游业发展的基本理念	355
四、大湘西文化旅游业的品牌塑造思路	356
五、大湘西文化旅游业发展需要的政策环境	357
第六节 张家界溶洞文化旅游发展战略研究	357
一、溶洞文化旅游发展的成功探索	358
二、溶洞文化旅游发展的突出问题	359
三、溶洞文化旅游发展的战略对策	360
第九章 山东省	362
第一节 山东省文化旅游业发展概况	362
一、山东旅游业推出一批具有浓郁文化底蕴精品项目	362
二、山东积极打造优秀文化旅游品牌	363
三、2014年上半年"好客山东"文化旅游品牌得到有效推广	364
四、促进山东文化旅游业发展的对策	364
第二节 济宁市	366
一、济宁市文化旅游产业发展现况	366
二、济宁市文化旅游业发展规划简析	367
三、济宁市文化旅游产业面临的问题及解决措施	369
四、抓住机遇济宁积极塑造文化旅游知名品牌	374
五、2014年济宁市文化旅游产业发展的重点任务	376
第三节 曲阜市	376
一、文化旅游业成为曲阜市经济增长新亮点	377
二、2014年曲阜文化旅游产业创造可喜佳绩	377
三、曲阜促进文化旅游业发展的主要做法	377
四、曲阜市文化旅游产业发展战略透析	379
第四节 其他地区	381
一、沂水文化旅游业兴旺发达	381
二、青岛积极挖掘文化旅游潜力	382
三、郯城积极推进文化旅游业全面发展	383
四、莱阳文化旅游产业发展的战略思路分析	388
五、荷泽东明县文化旅游产业进程加快	389
六、山东临沭文化旅游业成为经济增长新引擎	390
七、山东省枣庄市文化旅游业发展综述	391

第十章 云南省 394

第一节 云南省文化旅游业发展概况 394

- 一、云南省文化旅游产业发展特点透析 394
- 二、2014年上半年云南省文化旅游产业再添新项目 395
- 三、2014年云南省文化产业与旅游产业互动发展 395
- 四、云南省文化旅游产业发展的对策 396
- 五、云南文化旅游产业发展的远景预测 400

第二节 云南省民族文化旅游业分析 417

- 一、云南民族文化旅游业发展的深远意义 417
- 二、云南民族文化旅游的SWOT剖析 418
- 三、云南集中精力创建民族文化旅游区 420
- 四、云南民族文化旅游取得长足发展的原则 421
- 五、加快云南民族文化旅游业发展的建议 421

第三节 丽江民俗文化旅游业分析 423

- 一、丽江古城基本简介 423
- 二、丽江古城民俗文化旅游发展具有重要意义 423
- 三、丽江古城民俗文化旅游发展面临的挑战 425
- 四、丽江古城民俗文化旅游发展的对策措施 426

第四节 大理 427

- 一、大理旅游文化产业发展进程综述 427
- 二、2014年上半年大理市旅游文化进展状况 428
- 三、大理积极发展文化旅游产业 429
- 四、弘扬大理特色花卉文化 促进旅游文化产业发展 429
- 五、大理剑川民族文化旅游产业发展壮大的路径 431

第五节 其他地区 432

- 一、楚雄州文化旅游产业面临大好局面 432
- 二、楚雄禄丰县文化旅游业发展措施浅析 436
- 三、双江文化旅游产业发展概述 440
- 四、2014年姚安全面推进文化旅游产业发展 443
- 五、巧家县文化旅游产业发展势头强劲 445

第十一章 四川省 448

第一节 四川省文化旅游业发展概况 448

一、四川文化旅游资源介绍	448
二、文化旅游成为震后四川旅游业发展方向	449
三、四川文化旅游业发展的目标与对策	452
四、四川文化旅游业发展的政策建议	453
第二节 四川省文化旅游产业的融资分析	457
一、2014年四川推出旅游文化国际化贷款项目	457
二、文化旅游业吸收社会资本的主要经验解析	458
三、社会资本投入文化旅游业面临的挑战	459
四、文化旅游业吸引社会资本投资的建议	461
第三节 四川民族地区文化旅游发展综述	465
一、民族地区文化旅游业基本发展情况	465
二、民族地区文化旅游发展存在的难题	466
三、民族地区文化旅游呈现两大趋向	472
四、四川省民族文化旅游业发展的对策	479
第四节 主要地区文化旅游业	479
一、阿坝州文化旅游产业发展壮大的路径分析	479
二、“小平故里”文化旅游开发近况	487
三、雅安文化旅游产业发展前景	492
四、四川大禹文化旅游资源开发利用探讨	494
五、四川省乐山市文化旅游资源开发构想	496
六、四川三国文化旅游资源的整合与深度开发	503
第十二章 贵州省	508
第一节 贵州文化旅游业发展概况	508
一、贵州文化旅游资源概述	508
二、2014年贵州隆重打造端午文化旅游项目	511
三、贵州大夜郎文化旅游圈发展机遇来临	512
四、贵州发展旅游文化产业的条件	512
五、贵州旅游文化系列产品开发构想	515
六、创立文化产业品牌	520
第二节 贵州民族地区文化旅游业发展的经验探究	521
一、借助媒体力量贵州民族文化旅游业发展迅猛	521
二、应用新媒体网络	522

三、借用品牌媒体做宣传 522

四、借助文化媒介名人提升知名度 523

五、巧借歌舞产品宣传自己 524

第三节 主要地区文化旅游业 526

一、铜仁市文化旅游产业发展现况 526

二、赤水市文化旅游产业发展综述 528

三、荔波文化旅游产业发展浅析 532

四、黔南文化旅游产业发展的思路分析 537

五、务川县文化旅游产业发展的成功经验评析 542

六、松桃自治县文化旅游产业发展特点剖析 545

七、文化旅游产业成为镇远战略性支柱产业 547

第十三章 其他地区 548

第一节 安徽省 548

一、安徽努力开创文化与旅游共赢局面 548

二、安徽省三座名山跻身全国"十大文化旅游胜地" 548

三、安徽桐城大力发展文化旅游产业 549

四、安徽芜湖重点发展文化旅游产业 549

五、2014年安徽旅游主打文化牌 主推六大文化旅游项目 552

六、2014年安徽省设立皖南国际旅游文化示范区 553

七、2014年安徽将推出系列文化旅游新品 554

第二节 甘肃省 554

一、甘肃文化旅游业成为经济危机中发展亮点 554

二、以丝路文化为核心 甘肃旅游业进入黄金发展期 556

三、甘肃武威文化旅游产业发展的深入思考 557

四、甘肃礼县文化旅游产业发展概况 558

五、精品三国文化旅游线又成为天水旅游一大亮点 560

六、灵台县强力推进文化旅游产业开发工作 561

七、甘肃西和巧打文化品牌加快旅游产业发展 562

第三节 福建省 562

一、福建妈祖文化旅游的开发价值 562

二、福建红色文化遗产的保护与旅游开发 564

三、福建安溪竭力推广茶文化旅游品牌 566

四、福建省武夷山大力发展文化旅游业 567

五、2014年福建着力振兴文化旅游产业 573

第四节 海南省 575

一、海南省五大文化旅游资源分析 575

二、文化助推海南旅游业高速发展 577

三、海南挖掘"侨文化" 发展"咖啡"旅游业 580

四、海南民俗文化旅游资源的开发 581

五、海南白鹭湖新农村生态文化旅游开发的可行性与前景分析 585

第五节 河北省 589

一、河北省文化旅游资源特色与优势 589

二、河北省文化旅游资源空间布局设想 590

三、河北省文化旅游精品开发重点 591

四、河北省文化旅游用品的六大开发系列与开发思路 595

五、河北西柏坡红色文化旅游产业的进一步开发探讨 597

第六节 山西省 603

一、山西的历史定位与文化旅游资源分析 603

二、山西的文化旅游业发展概述 605

三、文化旅游业将成为大同第二大支柱性产业 609

四、山西右玉借助《走西口》 亮出西口文化旅游牌 610

五、经济危机下山西文化旅游业发展的方向 610

六、山西省发展文化旅游产业的模式探讨 613

第七节 陕西省 617

一、陕西文化旅游产业发展态势良好 617

二、陕西红色文化旅游资源的保护与开发 617

三、陕西玉华山佛教文化旅游开发价值分析 620

四、陕西省三国文化旅游发展日渐成形 622

五、2014年扶风文化旅游业打造百亿产业集群 622

六、2014年宝鸡市文化旅游产业签约122亿元 624

七、陕南地区水文化旅游资源开发策略 625

第八节 广西省 629

一、深入探讨广西文化旅游产业的发展模式 629

二、做大做强桂林文化旅游产业的思考 632

三、宾阳县文化旅游产业成为重点经济支柱 633

四、广西藤县壮大文化旅游产业 635

第九节 江西文化旅游资源的开发利用 637

一、赣文化的表现形态及历史发展 637

二、赣文化旅游资源的现状 638

三、赣文化旅游资源开发中面临的问题 639

四、赣文化旅游资源的开发策略 640

第十节 北京、天津市 641

一、2014年京津联手打造旅游文化圈 641

二、未来5年天津打造9大旅游文化板块 643

第十一节 澳门世界文化遗产旅游的创新性开发策略研究 644

第十二节 江南水乡古镇文化旅游资源开发分析 653

一、江南水乡古镇文化旅游资源开发现状 653

二、江南水乡古镇文化旅游资源开发中的不足之处 656

三、江南水乡文化旅游资源开发中的"三强化"措施 657

第四部分 行业营销与重点企业分析

第十四章 文化旅游业营销分析 660

第一节 旅游文化营销的运作形式剖析 660

一、运作基础 660

二、文化包装与产品设计 660

三、文化传播与广告促销 661

四、文化体验与旅游品牌 661

第二节 主题公园的影视营销方法解析 662

一、影视拍摄对主题公园的促进作用浅述 662

二、影视主题公园发展存在的问题 662

三、营销环境与市场定位分析 664

四、产品的开发、营销及组合策略 665

第三节 体验经济在红色旅游产业的融合发展 669

一、体验经济对红色旅游产品的积极作用简述 670

二、红色旅游发展存在的主要问题 671

三、红色旅游产品的营销要点透析 672

四、红色旅游景区体验型开发的具体模式探析 673

第十五章 重点企业 676

第一节 华侨城 676

一、企业概况 676

二、2011-2014年10月企业经营情况分析 676

三、2011-2014年10月企业财务数据分析 678

四、2011-2014年10月企业发展最新动态与策略 684

五、企业未来发展展望与战略 685

第二节 宋城集团控股有限公司 690

一、公司简介 690

二、宋城集团用文化助推旅游业发展 691

三、宋城集团对文化资源进行有效的商品开发 694

四、宋城集团投资理念透析 697

五、2014年宋城股份登陆创业板 699

第三节 东联集团 700

一、公司简介 700

二、东联集团进入文化旅游业的背景分析 703

三、东联集团文化旅游业发展规划 706

第四节 其他企业简介 707

一、鄂西生态文化旅游圈投资有限公司 707

二、四川美仑旅游文化产业投资有限公司 710

三、成都文化旅游发展集团有限责任公司 712

四、唐家湾文化旅游有限公司 715

第五部分 行业发展前景预测

第十六章 2015-2020年文化旅游业发展前景预测 716

第一节 2015-2020年旅游业总体前景展望 716

一、中国旅游业发展的潜力探讨 716

二、中国旅游业发展的主流趋势预测 717

三、中国旅游业发展的走向浅析 718

四、中国旅游市场未来发展趋势透析 719

五、我国旅游产品将更加丰富 720

六、“十三五”中国旅游业收入预测 721

第二节 2015-2020年文化旅游业的趋势分析 721

一、2014年"中华文化游"主题年利好文化旅游业 721

二、农村旅游文化产业发展面临大好机遇 723

三、欠发达地区民俗文化旅游业发展空间广大 724

四、扩大内需政策下文化旅游业投资前景看好 725

五、2014文化旅游业发展机遇与投资策略 725

图表目录：

图表：文化旅游创意园"一站式体验"的形成 13

图表：文化旅游创意产业园区成因图 14

图表：文化旅游创意产业园区概念示意图 15

图表：文化旅游创意产业园区开发的主流模式 16

图表：2014年上半年中秋长假全国10个重点红色旅游城市接待人数及旅游收入分析 88

图表：自有资源开发市场设计 199

图表：自有资源层次设计开发与功能优势比较 199

图表：外源资源比较与评价 200

图表：许昌市2014年上半年文化旅游产业重点项目建设目标任务 239

图表：四川省文化旅游产业吸引社会资本分析 460

图表：澳门世界文化遗产旅游认知度在受教育程度的上的分异 645

图表：澳门世界文化遗产景点 646

图表：文化遗产感知与向朋友推荐的成对样本T检验 650

图表：江南九大水乡古镇宗教文化景观 653

图表：江南九大水乡古镇名人故居、名人墓或纪念馆景观 654

图表：江南水乡九大古镇中出现频率最高的5个用于桥梁名称的字 654

图表：2011-2014年10月华侨城股份有限公司主营构成表 678

图表：2011-2014年10月华侨城股份有限公司流动资产表 679

图表：2011-2014年10月华侨城股份有限公司长期投资表 679

图表：2011-2014年10月华侨城股份有限公司固定资产表 679

图表：2011-2014年10月华侨城股份有限公司无形及其他资产表 679

图表：2011-2014年10月华侨城股份有限公司流动负债表 680

图表：2011-2014年10月华侨城股份有限公司长期负债表 680

图表：2011-2014年10月华侨城股份有限公司股东权益表 680

图表：2011-2014年10月华侨城股份有限公司主营业务收入表 681

图表：2011-2014年10月华侨城股份有限公司主营业务利润表 681

图表：2011-2014年10月华侨城股份有限公司营业利润表 681
图表：2011-2014年10月华侨城股份有限公司利润总额表 681
图表：2011-2014年10月华侨城股份有限公司净利润表 682
图表：2011-2014年10月华侨城股份有限公司每股指标表 682
图表：2011-2014年10月四季度华侨城股份有限公司获利能力表 682
图表：2011-2014年10月华侨城股份有限公司经营能力表 682
图表：2011-2014年10月华侨城股份有限公司偿债能力表 683
图表：2011-2014年10月华侨城股份有限公司资本结构表 683
图表：2011-2014年10月华侨城股份有限公司发展能力表 683
图表：2011-2014年10月华侨城股份有限公司现金流量分析表 683

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/248799.html>

三、研究方法

- 1、系统分析方法
- 2、比较分析方法
- 3、具体与抽象方法
- 4、分析与综合方法
- 5、归纳与演绎方法
- 6、定性分析与定量分析方法
- 7、预测研究方法

四、数据来源

对行业内相关的专家、厂商、渠道商、业务（销售）人员及客户进行访谈，获取最新的一手市场资料；

艾凯咨询集团长期监测采集的数据资料；

行业协会、国家统计局、海关总署、国家发改委、工商总局等政府部门和官方机构的数据与资料；

行业公开信息；

行业企业及上、下游企业的季报、年报和其它公开信息；

各类中英文期刊数据库、图书馆、科研院所、高等院校的文献资料；

行业资深专家公开发表的观点；

对行业的重要数据指标进行连续性对比，反映行业发展趋势；

中华人民共和国国家统计局 <http://www.stats.gov.cn>

中华人民共和国国家工商行政管理总局 <http://www.saic.gov.cn>

中华人民共和国海关总署 <http://www.customs.gov.cn>

中华人民共和国商务部 <http://www.mofcom.gov.cn>

中国证券监督管理委员会 <http://www.csrc.gov.cn>

中华人民共和国商务部 <http://www.mofcom.gov.cn>

世界贸易组织 <https://www.wto.org>

联合国统计司 <http://unstats.un.org>

联合国商品贸易统计数据库 <http://comtrade.un.org>

五、关于艾凯咨询网

艾凯咨询网（www.icandata.com）隶属艾凯咨询集团（北京华经艾凯企业咨询有限公司），艾凯咨询集团专注提供大中华区产业经济情报，为企业商业决策赋能，是领先的市场研究报告和竞争情报提供商

艾凯咨询集团为企业专业提供投资咨询报告、深度研究报告、市场调查、统计数据等。艾凯咨询网每天更新大量行业分析报告、图表资料、竞争情报、投资情报等，为用户及时了解迅速变化中的世界和中国市场提供便利，为企业商业决策赋能。

研究力量

高素质的专业的研究分析团队，密切关注市场最新动向。在多个行业，拥有数名经验丰富的专业分析师。对于特定及专属领域，我们有国内外众多合作研究机构，同时我们聘请数名行业资深专家顾问，帮助客户分清市场现状和趋势，找准市场定位和切入机会，提出合适中肯的建议，帮助客户实现价值，与客户一同成长。

我们的优势

权威机构 艾凯咨询集团二十年深厚行业背景;
数量领先 囊括主流研究报告和权威合作伙伴;
服务齐全 促销、推荐指数、积分、网上支付等;
良好声誉 广泛知名度、满意度, 众多新老客户。