



艾凯咨询  
ICAN Consulting

# 中国民俗旅游发展市场分析及发展趋势研究报告（2009）

## 一、调研说明

《中国民俗旅游发展市场分析及发展趋势研究报告（2009）》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/47197.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

民俗旅游，是以特定地域或特定民族的传统风俗为资源而加以保护，开发的旅游产品。它赖以存在的基础是民俗，而且是以地方性或民族性为标志的民情风俗。民俗旅游取自生活，追求自然，在平实无华的外表下，藏着生活的情趣和丰富的文化内涵。它具有宜感受，宜识解，宜参与的特点，以使游人能很快进入氛围，并将身心融入其中；民俗旅游的核心内容为民俗文化，是广大中下层劳动人民所创造和传承的民间文化，是在共同地域，共同历史作用下形成的积久成习的文化传统。这种民族的，时代的文化既有物质的标识，制度的规范，又有具体社会行为，风尚习俗的鲜活体现。《礼记王制篇》说“五方之民皆有性也，不可推移。”《汉书王吉传》载：“是以百里不同风，千里不同俗。”这些都是先辈对风俗文化的明确指认。我们的旅游经营、旅游开发、旅游规划，在文字上、在口头上，常常也以“民俗旅游”做“主题”；但是在实际上，真正民俗旅游的内容并不很多，或者并不多。究其原因，其实还在于我们对于当地的民俗传承了解不多，或者是还没有分出工夫去挖掘。除了我们的经营者、开发者、规划者应该在这个领域更加努力外，还应该欢迎更多的民俗学者进入到旅游经营、旅游开发、旅游规划的工作中来。在这里，不能不提到韩国“江陵端午祭”（韩国的中文网站上仍称“江陵端午节”）作为“人类口头和非物质文化遗产代表作”在去年的申报成功。在我国，虽然各个地方当局对“申遗”的积极性都很高，但是多把目光集中在本地的某一处文物上。反观韩国，端午节虽然在总体上也是一个正在淡化的民间节日，然而江原道的江陵市，却不仅把这个乡土味儿、农民味儿十足的节日活动保留和发挥得很好，而且还取得了申报人类口头和非物质文化遗产代表作的成功。这对我国说来，是不乏警醒意义的。从事后我国媒体发表的一些专家的评论来看，诸如什么“韩国端午与中国端午根本不是一回事”、“韩国端午是祭祀山神而中国端午是祭祀水神”等不合实际的解释，也说明了，即使是我们的某些专家，也仍然有进一步学习的必要。随着人类社会现代化步伐的加快，作为生活传承的民俗正在不断地淡化和消退。但是，无论是国家还是地区，在现代化的进程中，乡村总是滞后于城市的。所以，乡村保存的民俗也就总是多于城市，再加之我国广袤土地上交通阻隔的历史差异，因此地域性的民俗特征就更显出了它的千差万别。本报告在大量周密的市场调研基础上，依据国家统计局、国家商务部、国务院发展研究中心等公布和提供的大量资料，组织课题组编辑而成。本报告是高层次、权威性，深度研究与实际应用的有机结合，具有一定参考价值。

### 【 目录 】

## 1.前言

### 1.1本报告的研究动机

### 1.2相关研究综述

### 1.3数据来源

### 1.4有关术语/指标解释

### 1.5研究方法

## 2.本报告研究的支撑理论

### 2.1民俗旅游的概念和特征

#### 2.1.1民俗旅游的概念

#### 2.1.2民俗与旅游的关系

#### 2.1.3民俗旅游特点研究

### 2.2民俗旅游资源概述

#### 2.2.1民俗旅游资源的概念

#### 2.2.2民俗旅游资源的类型

## 3.中国民俗旅游资源

### 3.1中国民俗旅游资源赋存背景分析

#### 3.1.1区域背景分析

#### 3.1.2开发条件分析

### 3.2民俗旅游资源类型

#### 3.2.1服饰民俗旅游资源

#### 3.2.2居住民俗旅游资源

#### 3.2.3节庆民俗旅游资源

#### 3.2.4婚姻民俗旅游资源

#### 3.2.5饮食民俗旅游资源

#### 3.2.6崇尚吉祥物习俗

### 3.3中国民俗旅游资源特征

#### 3.3.1保留传统民俗且各具特色

#### 3.3.2汉族与少数民族民俗兼容

#### 3.3.3境内外有广泛影响的民俗与特定范围的奇风异俗兼有

#### 3.3.4中外风情兼融

### 3.3.5女性风情地位突出

## 4.中国民俗旅游资源深度开发必要性与可行性分析

### 4.1必要性分析

4.1.1适应旅游业发展趋势，满足游客需求

4.1.2优化旅游产品结构的需要

4.1.3更好的保护民俗文化

### 4.2可行性分析

4.2.1民俗旅游资源等级高，开发价值巨大

4.2.2交通等基础设施完善

4.2.3具有充足的客源市场

4.2.4已有一定的开发基础和典型产品

## 5.中国民俗旅游开发探讨

### 5.1存在问题

5.1.1旅游地的民俗文化出现舞台化、商品化

5.1.2现存的民俗旅游活动缺乏文化内涵

5.1.3民俗旅游开发各自为政，缺乏统一规划

5.1.4规模偏小，资源利用期短

5.1.5民俗旅游配套措施重复开发

### 5.2中国民俗旅游开发原则

5.2.1挖掘民俗资源的独特性原则

5.2.2坚持保护与开发相结合原则

5.2.3坚持多样性与参与性相结合原则

5.2.4经济效益、社会效益与文化效益相结合原则

### 5.3开发模式探讨

5.3.1动态开发

5.3.2静态开发

5.3.3商品开发

5.3.4服务开发

### 5.4开发方式研究

5.4.1集中开发，建立民俗旅游点

5.4.2联合开发，开辟民俗旅游线

5.4.3系列开发，建立民俗旅游区

## 6.结论

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/47197.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](http://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。