

2015-2022年中国文化旅游 市场深度评估及投资战略研究报告

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

《2015-2022年中国文化旅游市场深度评估及投资战略研究报告》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.abaogao.com/b/lyyou/M93271269W.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，是最近几年才出现并流行的一个名词，它的出现与游客需求的转变密切相关。因此，较为流行的定义是“那些以人文资源为主要内容的旅游活动，包括历史遗迹、建筑、民族艺术和民俗、宗教等方面”。还有说法认为文化旅游属于专项旅游的一种，是集政治、经济、教育、科技等于一体的大旅游活动。

近年来，尽管受金融危机影响，全球经济增长陷入停滞，但是全球电影产业仍保持稳步增长。根据美国电影协会发布的统计数据：2014年全球电影票房市场规模达到364亿美元，较上年度同比增长1%，电影已成为全球文化娱乐消费的重要组成部分。

1、北美电影市场票房统计

根据北美票房权威统计机构boxofficemojo统计，截至2014年北美电影的总票房达到103.51亿美元，售出的电影票为12.75亿张。

2002-2014年北美票房市场概况（百万美元，百万张）	年度	票房	票数
	2014年	\$10,351.3	1,274.8
	2013年	\$10,922.9	1,343.5
	2012年	\$10,837.4	1,361.5
	2011年	\$10,174.3	1,283.0
	2010年	\$10,565.6	1,339.1
	2009年	\$10,595.5	1,412.7
	2008年	\$9,630.7	1,341.3
	2007年	\$9,663.8	1,404.6
	2006年	\$9,209.5	1,406.0
	2005年	\$8,840.5	1,379.2
	2004年	\$9,380.5	1,510.5
	2003年	\$9,239.7	1,532.3
	2002年	\$9,155.0	1,575.7

资料来源：boxofficemojo

《2015-2022年中国文化旅游市场深度评估及投资战略研究报告》由智研咨询公司领衔撰写，在大量周密的市场调研基础上，主要依据了国家统计局、国家商务部、国家发改委、国家经济信息中心、国务院发展研究中心、国家海关总署、知识产权局、智研数据中心提供的最新行业运行数据为基础，验证于与我们建立联系的全国科研机构、行业协会组织的权威统计资料。

报告揭示了文化旅游行业市场潜在需求与市场机会，报告对中国文化旅游做了重点企业经营状况分析，并分析了中国文化旅游行业发展前景预测。为战略投资者选择恰当的投资时机和公司领导层做战略规划提供准确的市场情报信息及科学的决策依据，同时对银行信贷部门也具有极大的参考价值。

报告目录：

第一部分 行业发展分析 1

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	3
五、旅游与文化的关系浅析	5
第二节 文化旅游产业的发展概况	6
一、中国文化旅游市场逐渐成型	6
二、中国文化旅游资源丰富多采	6
三、文化内涵成为旅游业发展的新焦点	8
四、“中华文化游”主题旅游年	10
五、中欧文化旅游业发展的差异比较	11
1、我国文化旅游业的现状	
第三节 文化旅游创意园区发展分析	13
一、文化旅游创意园区逐渐兴起	13
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	19
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	23
四、传统文化型景区发展的尴尬局面	24
第五节 文化旅游业发展的对策分析	26
一、推进文化旅游产业发展思考	26
二、开发文化旅游产业的方略	27
三、促进我国文化旅游业发展的对策	27
四、提升中国文化旅游业竞争力的战略方针	28
五、适当运用文化因素开发旅游产品的思路	29
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	33

一、高度重视文化与旅游的结合发展	33
二、推进文化与旅游结合发展的主要措施	33
三、加强组织领导，完善工作机制	36
第二部分 细分行业分析	37
第二章 民族文化旅游	37
第一节 民族文化与旅游业的关系	37
一、民族文化与旅游发展有三大相关性	37
二、民族文化与西部旅游业息息相关	37
三、民族文化决定着旅游业的竞争力	38
四、正确开发利用能有效保护民族文化资源	38
第二节 民族文化开发的相关概述	39
一、民族文化开发成功应具备的特点	39
二、民族文化资源开发面临的阻碍	39
三、开发民族文化资源的对策	41
四、民族文化资源开发与保护	42
五、建立民族文化旅游资源产权制度的必要性	43
第三节 生态博物馆模式在民族文化旅游中的应用透析	45
一、生态博物馆模式简介	45
二、生态博物馆旅游的保护性原则	47
三、生态博物馆旅游的原生态原则	48
四、生态博物馆旅游的选择控制原则	49
五、生态博物馆旅游的社区参与原则	50
六、生态博物馆旅游的效益回报原则	50
第四节 少数民族文化旅游业发展概况	51
一、少数民族文化旅游资源简述	51
二、少数民族文化旅游资源的开发原则	51
三、旅游开发对少数民族文化的影响剖析	51
四、少数民族文化旅游资源开发面临的难题	53
五、应加强少数民族文化旅游资源开发的保护力度	53
第五节 西部地区民族文化生态旅游的开发与保护综述	55
一、西部民族文化生态层次分析	55

二、西部民族文化生态特点分析	55
三、西部旅游对民族文化生态的冲击	56
四、西部旅游对民族文化生态的改良	58
五、西部民族文化可持续发展的旅游开发模式	60

第三章 红色旅游 62

第一节 红色旅游相关概述 62

一、红色旅游的概念	62
二、红色旅游资源的特点	62
三、红色旅游文化发展的重大意义	66
四、红色旅游的综合价值分析	67

第二节 中国红色旅游的发展概况 68

一、中国兴起红色旅游发展高潮	68
二、中国红色旅游进入快车道	70
三、我国在全国范围培育形成12个重点红色旅游区	70
四、2014年中秋长假全国红色旅游情况分析	71

甲子峥嵘岁月，65年风雨历程。7天的国庆中秋长假期间，红色旅游成为假日旅游的热点、假日经济的增长点，反映出各地统筹红色旅游“四大工程”综合效能成效明显，进一步彰显了红色旅游又好又快发展的强劲势头。

1、人潮涌动，红旅火爆。

今年全国10个重点红色旅游城市共接待游客642.45万人次，同比增长50.5%；实现旅游综合收入29.715亿元，同比增长43.6%，两项重要指标均呈现出两位数增长的良好势头。

其中游客接待人次在100万以上的城市分别有，遵义市166.8万人次，湘潭市105.87万人次，临沂市103.68万人次，游客接待人次在50万以上的城市还有，延安市85.15万人次，常熟市76.09万人次，广安市58.1万人次。旅游综合收入过亿元的城市有，常熟市8.42亿元，遵义市8.16亿元，延安市3.53亿元，广安市2.87亿元，山东临沂市2.48亿元，湘潭市2.45亿元，井冈山1.27亿元。旅游接待人次与旅游综合收入同比增长幅度均超过100%的城市是延安市人次同比增长162.9%，收入同比增长105.5%，两项指标增长幅度均超过50%的城市还有遵义市人次同比增长62.3%，收入同比增长65.8%；单项指标增长幅度达到50%的城市还有湘潭市旅游综合收入同比增长55.42%，山东临沂市接待游客人次同比增长71.94%。

五、2014年我国红色旅游业持续火爆	74
六、2014年安徽红色旅游收入	75
七、2014年湖南红色旅游人次和收入比增长均超两成	76
八、2014年江西旅游接待总数突破3亿人	76
九、河北红色旅游综合收入超200亿元	77
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	77
第三节 红色旅游发展的问题分析	78
一、红色旅游业面临的主要难题	78
二、当前红色旅游开发中存在的主要问题	78
三、对红色旅游景区发展的思考	79
第四节 发展红色旅游的策略与建议	80
一、红色旅游业发展的对策	80
二、红色旅游发展应注重塑造品牌	82
三、老区建设与红色旅游业的互促发展	83
四、以社区旅游模式来推动红色旅游和谐发展	84
五、红色旅游可持续发展的相关建议	89
六、如何整合红色旅游市场	90

第四章 影视旅游 95

第一节 影视旅游的相关概述 95

- 一、影视旅游的内涵 95
- 二、影视旅游的特征 95
- 三、影视旅游的动机浅析 96
- 四、影视文化对旅游业的促进作用 98

第二节 国外影视旅游业发展的成功经验 100

一、美国 100

一、北美地区电影产业发展现状

近年来，尽管受金融危机影响，全球经济增长陷入停滞，但是全球电影产业仍保持稳步增长。根据美国电影协会发布的统计数据：2014年全球电影票房市场规模达到364亿美元，较上年度同比增长1%，电影已成为全球文化娱乐消费的重要组成部分。

1、北美电影市场票房统计

根据北美票房权威统计机构boxofficemojo统计，截至2014年北美电影的总票房达到103.51亿美

元，售出的电影票为12.75亿张。

2、北美外市场统计

2014年北美外市场电影票房总额为260亿美元，当中拉美市场规模为30亿美元，亚太市场为124亿美元，EMEA（欧洲、中东、非洲）电影票房规模为106亿美元。

2014年国际（不含北美）电影票房TOP 20（十亿美元） - 国家 票房：十亿美元

1 中国	\$4.8
2 日本	\$2.0
3 英国	\$1.7
4 法国	\$1.8
5 印度	\$1.7
6 韩国	\$1.6
7 俄国	\$1.2
8 德国	\$1.3
9 澳大利亚	\$1.0
10 墨西哥	\$0.9
11 巴西	\$0.8
12 意大利	\$0.8
13 西班牙	\$0.7
14 荷兰	\$0.3
15 土耳其	\$0.3
16 委内瑞拉	\$0.3
17 阿根廷	\$0.2
18 瑞典	\$0.2
19 台湾	\$0.2
20 印尼	\$0.2

资料来源：美国电影协会

二、加拿大 105

三、韩国 106

四、印度 108

第三节 中国影视旅游产业的发展 109

一、我国影视旅游业的兴起与开发情况 109

二、我国影视旅游联姻产生巨大经济效应 110

三、国内影视旅游热掀起基地建设高潮 114

四、中国影视旅游产业面临广阔发展机遇 117

一、我国电影产业发展现状

1、影院数量

作为电影放映的主体，随着电影市场的飞速发展，影院数量和银幕数量亦得到稳步增长。2013年中国电影突破了200亿元关口，比2012年高出近50亿元。全年新开业影院903家，全国新增银幕5077块，新增座位48万个。2014年全年新增影院1015家，新增银幕5397块，日均增长15块银幕，目前全国银幕总数已达2.36万块。《智取威虎山》《归来》《亲爱的》等一批优秀影片受到广大观众欢迎。

2、银幕数量增长分析

银幕数量是当前阶段推动中国电影票房的关键因素，则银幕数量在未来几年的发展趋势也将具有重要的预示作用。

截至2013年底，全国银幕数从2002年的1845块增加到18195块。2013年银幕数量增长超过5000块。2014年新增为5397块。总体来看，这一快速的增长趋势有一定的惯性，一方面，影院投资是一个相对长期的规划，诸多在2011、2012年规划的项目仍在推进之中；另一方面，排名靠前的院线中，不少都有上市的规划，上市前有保住排名的需要，若成功上市后，资本市场募

得资金，将加速或至少坚定其扩张的步伐。

第四节 部分地区影视旅游业的发展 120

- 一、山西影视旅游业发展的现状及展望 120
- 二、海南影视旅游发展的基础及开发路径 122
- 三、影视文化给湘西旅游业带来新血液 128
- 四、长沙影视旅游业发展的可行性及对策 132
- 五、横店影视旅游形成完整产业链 135
- 六、电影《赤壁》成为赤壁旅游业发展的驱动器 135
- 七、开平市打造赤坎影视基地 做大旅游业蛋糕 136

第五节 影视旅游业存在的问题 137

- 一、影视旅游开发中存在的阻碍 137
- 二、我国影视旅游开发的错误观念 138
- 三、管理人才匮乏影响影视旅游发展 138

第六节 影视旅游业开发的对策分析 139

- 一、影视旅游结合发展需要关注的要点 139
- 二、加快我国影视旅游业发展的措施 142
- 三、民族地区旅游业和影视文化的结合策略探讨 145
- 四、影视旅游的品牌塑造与推广策略透析 147
- 五、我国影视旅游产业化发展之策 155

第五章 其他文化旅游业 159

第一节 民俗文化旅游 159

- 一、民俗文化旅游的概念 159
- 二、中国民俗文化旅游开发的现状 160
- 三、民俗文化旅游开发的基本模式剖析 161
- 四、民俗文化旅游开发应遵循环保经济原则 163
- 五、促进中国民俗旅游发展的对策 164

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 169
- 三、我国主要宗教旅游名山简介 172

四、2014年中国12城市共组“禅宗文化旅游联盟” 172

第三节 茶文化旅游 173

一、中国茶文化的定义与内涵浅述 173

二、茶文化旅游的主要内容 173

三、中国茶文化旅游发展概述 174

四、促进茶文化旅游业发展的对策 175

第四节 非物质文化遗产旅游 177

一、非物质文化遗产的基本概念 177

二、非物质文化遗产旅游开发日趋火热 178

三、非物质文化遗产旅游开发面临的挑战 179

四、非物质文化遗产旅游发展的对策建议 180

五、海洋非物质文化遗产的旅游开发综述 180

第三部分 各省市文化旅游分析 184

第六章 河南省文化旅游业 184

第一节 河南省文化旅游业发展概况 184

一、河南发展文化旅游产业具独特优势 184

二、河南借助演艺节目盘活文化旅游产业 184

三、促进河南省文化产业与旅游产业融合发展的建议 185

四、河南省文化旅游产业发展的出路探讨 186

第二节 河南文化旅游产品的开发设计概述 187

一、自有资源的产品开发与设计 187

二、外源资源的产品开发与利用 189

三、构建文化旅游消费循环 189

四、河南巨资打造函谷关古文化旅游区 190

第三节 郑州市 190

一、郑州市文化旅游产业发展近况分析 190

二、郑州着力构建沿黄文化旅游产业带 195

三、嵩山少林文化旅游成产业渐入佳境 196

四、郑州市文化旅游产业发展的问题及对策 197

五、郑州登封文化旅游产业发展的战略解析 198

第四节 南阳市 199

一、南阳政府重视文化旅游产业发展	199
二、南阳玉文化成为旅游业发展助推器	200
三、南阳市卧龙区文化旅游产业发展潜力探析	201
四、2015-2020年南阳文化旅游业发展规划	202
五、南阳文化旅游产业发展的对策建议	206
第五节 信阳市	208
一、信阳固始文化旅游业拉动经济大幅增长	208
二、2014年信阳新县文化旅游业取得可喜成绩	208
三、信阳罗山县积极加强文化旅游融合发展	210
四、信阳鸡公山文化旅游业快速发展的政策建议	211
五、信阳光山县文化旅游产业发展的深度思考	213
第六节 开封市	213
一、2013年开封文化旅游产业迅猛发展	213
二、2014年开封市文化旅游产业运行情况	214
三、河南开封文化旅游产业进入良性化轨道	215
四、开封市文化旅游产业存在的主要问题	216
五、促进开封市文化旅游产业发展的对策	218
六、“十三五”开封将重点发展文化旅游建设文化旅游强市	220
第七节 其他地区	221
一、周口文化旅游产业发展概况	221
二、2014年许昌市文化旅游项目建设成果突出	222
三、项城市文化旅游产业发展近况及对策	228
四、驻马店汝南县加快推进文化旅游产业发展	228
第七章 湖北省	231
第一节 湖北省文化旅游业发展概况	231
一、湖北省文化旅游业发展概况	231
二、湖北将着力开发三国文化旅游	232
三、湖北加快建设鄂西生态文化旅游圈	232
四、湖北文化旅游资源及开发现状分析	233
五、2014年鄂西文化旅游业取得良好成效	233
六、湖北发展红色文化旅游业前景看好	234

第二节 荆州市	235
一、深入解析荆州文化旅游产业的问题	235
二、文化旅游产业的经营策略思考	235
三、文化旅游业资本增值的途径分析	237
四、荆州“十一五”文化旅游发展回顾	248
五、做大做强荆州文化旅游产业的对策	251
第三节 孝感市	252
一、孝感市文化旅游业发展的环境及优势	252
二、孝感市文化旅游业发展现况浅析	253
三、孝文化资源开发的价值探究	257
四、孝文化资源的综合开发路径选择	258
五、促进孝文化旅游发展的策略	264
第四节 湖北秭归	267
一、湖北秭归文化旅游业发展迅速	267
二、秭归屈原文化旅游开发状况	269
三、秭归屈原文化旅游开发存在的问题	269
四、秭归屈原文化旅游开发的建议	271
第五节 昭君文化旅游业	272
一、项目实施的背景与意义	272
二、文化旅游开发的战略思想	274
三、文化旅游开发的战略布局	275
四、文化旅游开发思路与战略措施	276
五、文化旅游开发的目标	279
第六节 鄂西生态文化旅游圈	281
一、鄂西圈文化旅游资源概况	281
二、鄂西生态文化旅游圈规划体系与原则	282
三、鄂西圈文化旅游业发展的思路	284
四、鄂西圈旅游业发展要着力打造“山水人文”四大品牌	285
五、鄂西圈文化旅游业发展的战略、布局及路线	287
六、2014年《鄂西生态文化旅游圈文化旅游发展规划》解读	317
第八章 湖南省	321

第一节 湖南省文化旅游业发展概况	321
一、湖南山水文学具有丰富的旅游开发潜力	321
二、湖湘文化影响下的湖南省旅游业探析	324
三、湘中六县(市)勾画文化旅游区蓝图	325
四、2014年湖南投30亿设文化旅游产业基金	326
第二节 郴州	328
一、郴州旅游文化产业步入快速增长阶段	328
二、2014年郴州旅游文化产业发展重点介绍	330
三、郴州民俗文化旅游产业快速发展的对策	330
第三节 吉首市	333
一、吉首市文化旅游产业近况分析	333
二、2014年吉首市专项资金扶持民族文化旅游业发展	333
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	335
四、促进吉首市文化旅游产业发展的六大建议	336
第四节 凤凰县	339
一、凤凰文化旅游产业步入快速发展轨道	339
二、凤凰文化旅游产业取得巨大经济效益	340
三、凤凰文化旅游带动各业发展	341
四、进一步推动凤凰文化旅游业发展的建议	341
第五节 大湘西文化旅游产业	343
一、大湘西文化旅游业发展的基础	343
二、大湘西文化旅游业发展的目标	343
三、大湘西文化旅游业发展的基本理念	345
四、大湘西文化旅游业的品牌塑造思路	346
五、大湘西文化旅游业发展需要的政策环境	349
第六节 张家界溶洞文化旅游发展战略研究	350
一、溶洞文化旅游发展的成功探索	350
二、溶洞文化旅游发展的突出问题	352
三、溶洞文化旅游发展的战略对策	353
第九章 山东省	356
第一节 山东省文化旅游业发展概况	356

一、山东旅游业推出一批具有浓郁文化底蕴精品项目	356
二、山东积极打造优秀文化旅游品牌	358
三、2014年“好客山东”文化旅游品牌得到有效推广	367
四、促进山东文化旅游业发展的对策	367
第二节 济宁市	370
一、济宁市文化旅游产业发展现状	370
二、济宁市文化旅游业发展规划简析	370
三、济宁市文化旅游产业面临的问题及解决措施	373
四、抓住机遇济宁积极塑造文化旅游知名品牌	378
五、2015年济宁市文化旅游产业发展的重点任务	380
第三节 曲阜市	381
一、文化旅游业成为曲阜市经济增长新亮点	381
二、2014年曲阜文化旅游产业创造可喜佳绩	382
三、曲阜促进文化旅游业发展的主要做法	383
四、曲阜市文化旅游产业发展战略透析	384
第四节 其他地区	387
一、沂水文化旅游业兴旺发达	387
二、青岛积极挖掘文化旅游潜力	388
三、郯城积极推进文化旅游业全面发展	388
四、莱阳文化旅游产业发展的战略思路分析	392
五、荷泽东明县文化旅游产业进程加快	394
六、山东临沭文化旅游业成为经济增长新引擎	394
七、山东省枣庄市文化旅游业发展综述	395
第十章 云南省	398
第一节 云南省文化旅游业发展概况	398
一、云南省文化旅游产业发展特点透析	398
二、2014年云南省文化旅游产业再添新项目	400
三、2014年云南省文化产业与旅游产业互动发展	401
四、云南省文化旅游产业发展的对策	402
五、云南文化旅游产业发展的远景预测	405
第二节 云南省民族文化旅游业分析	407

二、云南民族文化旅游的SWOT剖析	412
三、云南集中精力创建民族文化旅游区	416
四、云南民族文化旅游取得长足发展的原则	420
五、加快云南民族文化旅游业发展的建议	420
第三节 丽江民俗文化旅游业分析	421
一、丽江古城基本简介	421
二、丽江古城民俗文化旅游发展具有重要意义	422
三、丽江古城民俗文化旅游发展面临的挑战	423
四、丽江古城民俗文化旅游发展的对策措施	424
第四节 大理	426
一、大理旅游文化产业发展进程综述	426
二、2014年大理市旅游文化进展状况	426
三、大理积极发展文化旅游产业	427
四、弘扬大理特色花卉文化 促进旅游文化产业发展	428
五、大理剑川民族文化旅游产业发展壮大的路径	429
第五节 其他地区	430
一、楚雄州文化旅游产业面临大好局面	430
二、楚雄禄丰县文化旅游业发展措施浅析	431
三、双江文化旅游产业发展概述	432
四、2014年姚安全面推进文化旅游产业发展	433
五、巧家县文化旅游产业发展势头强劲	434
第十一章 四川省	436
第一节 四川省文化旅游业发展概况	436
一、四川文化旅游资源介绍	436
二、文化旅游成为震后四川旅游业发展方向	437
三、四川文化旅游业发展的目标与对策	438
四、四川文化旅游业发展的政策建议	440
第二节 四川省文化旅游产业的融资分析	445
一、2014年四川推出旅游文化国际化贷款项目	445
二、文化旅游业吸收社会资本的主要经验解析	446
三、社会资本投入文化旅游业面临的挑战	446

四、文化旅游业吸引社会资本投资的建议	448
第三节 四川民族地区文化旅游发展综述	453
一、民族地区文化旅游业基本发展情况	453
二、民族地区文化旅游发展存在的难题	453
三、民族地区文化旅游呈现两大趋向	457
四、四川省民族文化旅游业发展的对策	461
第四节 主要地区文化旅游业	466
一、阿坝州文化旅游产业发展壮大的路径分析	466
二、“小平故里”文化旅游开发近况	474
三、雅安文化旅游产业发展前景	475
四、四川大禹文化旅游资源开发利用探讨	477
五、四川省乐山市文化旅游资源开发构想	480
六、四川三国文化旅游资源的整合与深度开发	481
第十二章 贵州省	487
第一节 贵州文化旅游业发展概况	487
一、贵州文化旅游资源概述	487
二、2014年贵州隆重打造端午文化旅游项目	492
三、贵州大夜郎文化旅游圈发展机遇来临	493
四、贵州发展旅游文化产业的条件	494
五、贵州旅游文化系列产品开发构想	497
六、创立文化产业品牌	502
第二节 贵州民族地区文化旅游业发展的经验探究	503
一、借助媒体力量贵州民族文化旅游业发展迅猛	503
二、应用新媒体网络	504
三、借用品牌媒体做宣传	505
四、借助文化媒介名人提升知名度	506
五、巧借歌舞产品宣传自己	506
第三节 主要地区文化旅游业	509
一、铜仁市文化旅游产业发展现况	509
二、赤水市文化旅游产业发展综述	511
三、荔波文化旅游产业发展浅析	515

四、黔南文化旅游产业发展的思路分析	516
五、务川县文化旅游产业发展的成功经验评析	516
六、松桃自治县文化旅游产业发展特点剖析	517
七、文化旅游产业成为镇远战略性支柱产业	518
第十三章 其他地区	520
第一节 安徽省	520
一、安徽努力开创文化与旅游共赢局面	520
二、安徽省三座名山跻身全国“十大文化旅游胜地”	521
三、安徽桐城大力发展文化旅游产业	521
四、安徽芜湖重点发展文化旅游产业	522
五、2014年安徽旅游主打文化牌 主推六大文化旅游项目	525
六、2014年安徽省设立皖南国际旅游文化示范区	526
七、2014年安徽将推出系列文化旅游新品	527
第二节 甘肃省	527
一、甘肃文化旅游业成为经济危机中发展亮点	527
二、以丝路文化为核心 甘肃旅游业进入黄金发展期	528
三、甘肃武威文化旅游产业发展的深入思考	529
四、甘肃礼县文化旅游产业发展概况	530
五、精品三国文化旅游线又成为天水旅游一大亮点	531
六、灵台县强力推进文化旅游产业开发工作	532
七、甘肃西和巧打文化品牌加快旅游产业发展	533
第三节 福建省	534
一、福建妈祖文化旅游的开发价值	534
二、福建红色文化遗产的保护与旅游开发	535
三、福建安溪竭力推广茶文化旅游品牌	537
四、福建省武夷山大力发展文化旅游业	538
五、2014年福建着力振兴文化旅游产业	539
第四节 海南省	541
一、海南省五大文化旅游资源分析	541
二、文化助推海南旅游业高速发展	543
三、海南挖掘“侨文化”发展“咖啡”旅游业	545

四、海南民俗文化旅游资源的开发	545
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	547
第五节 河北省	556
一、河北省文化旅游资源特色与优势	556
二、河北省文化旅游资源空间布局设想	557
三、河北省文化旅游精品开发重点	558
四、河北省文化旅游用品的六大开发系列与开发思路	562
五、河北西柏坡红色文化旅游产业的进一步开发探讨	565
第六节 山西省	572
一、山西的历史定位与文化旅游资源分析	572
二、山西的文化旅游业发展概述	574
三、文化旅游业将成为大同第二大支柱性产业	575
四、山西右玉借助《走西口》亮出西口文化旅游牌	576
五、经济危机下山西文化旅游业发展的方向	576
六、山西省发展文化旅游产业的模式探讨	579
第七节 陕西省	583
一、陕西文化旅游产业发展态势良好	583
二、陕西红色文化旅游资源的保护与开发	585
三、陕西玉华山佛教文化旅游开发价值分析	586
四、陕西省三国文化旅游发展日渐成形	587
五、2014年扶风文化旅游业打造百亿产业集群	588
六、2014年宝鸡市文化旅游产业签约122亿元	589
七、陕南地区水文化旅游资源开发策略	590
第八节 广西省	592
一、深入探讨广西文化旅游产业的发展模式	592
二、做大做强桂林文化旅游产业的思考	596
三、宾阳县文化旅游产业成为重点经济支柱	600
四、广西藤县壮大文化旅游产业	602
第九节 江西文化旅游资源的开发利用	604
一、赣文化的表现形态及历史发展	604
二、赣文化旅游资源的现状	606
三、赣文化旅游资源开发中面临的问题	606

四、赣文化旅游资源的开发策略	607
第十节 北京、天津市	608
一、2014年京津联手打造旅游文化圈	608
二、未来5年天津打造9大旅游文化板块	609
第十一节 澳门世界文化遗产旅游的创新性开发策略研究	609
第十二节 江南水乡古镇文化旅游资源开发分析	611
一、江南水乡古镇文化旅游资源开发现状	611
二、江南水乡古镇文化旅游资源开发中的不足之处	613
三、江南水乡文化旅游资源开发中的“三强化”措施	615
第四部分 行业营销与重点企业分析	617
第十四章 文化旅游业营销分析	617
第一节 旅游文化营销的运作形式剖析	617
一、运作基础	617
二、文化包装与产品设计	618
三、文化传播与广告促销	618
四、文化体验与旅游品牌	619
第二节 主题公园的影视营销方法解析	619
一、影视拍摄对主题公园的促进作用浅述	619
二、影视主题公园发展存在的问题	620
三、营销环境与市场定位分析	621
四、产品的开发、营销及组合策略	623
第三节 体验经济在红色旅游产业的融合发展	628
一、体验经济对红色旅游产品的积极作用简述	628
二、红色旅游发展存在的主要问题	629
三、红色旅游产品的营销要点透析	630
四、红色旅游景区体验型开发的具体模式探析	632
第十五章 重点企业	636
第一节 华侨城	636
一、企业概况	636
二、2014-2015年企业经营情况分析	637

三、2014-2015年企业财务数据分析	644
四、2010-2015年企业发展最新动态与策略	644
五、企业未来发展展望与战略	645
第二节 宋城集团控股有限公司	646
一、公司简介	646
二、宋城集团用文化助推旅游业发展	651
三、宋城集团对文化资源进行有效的商品开发	654
四、宋城集团投资理念透析	655
五、2014年宋城股份登陆创业板	656
第三节 东联集团	657
一、公司简介	657
二、东联集团进入文化旅游业的背景分析	658
三、东联集团文化旅游业发展规划	660
第四节 其他企业简介	661
一、鄂西生态文化旅游圈投资有限公司	661
二、四川美仑旅游文化产业投资有限公司	665
三、成都文化旅游发展集团有限责任公司	665
四、唐家湾文化旅游有限公司	667
第五部分 行业发展前景预测	669
第十六章 2015-2020年文化旅游业发展前景预测	669
第一节 2015-2020年旅游业总体前景展望	669
一、中国旅游业发展的潜力探讨	669
二、中国旅游业发展的主流趋势预测	670
三、中国旅游业发展的走向浅析	671
四、中国旅游市场未来发展趋势透析	673
五、我国旅游产品将更加丰富	674
六、“十三五”中国旅游业收入预测	675
第二节 2015-2020年文化旅游业的趋势分析	676
一、“中华文化游”主题年利好文化旅游业	676
二、农村旅游文化产业发展面临大好机遇	677
三、欠发达地区民俗文化旅游业发展空间广大	677

四、扩大内需政策下文化旅游业投资前景看好 678

五、2015文化旅游业发展机遇与投资策略 678

图表目录：部分

图表：全国10个重点红色旅游市、（县）反馈的统计数据

图表：2015年一季度票房收入前10名进口影片（万元）

图表：2010-2014年中国电影市场票房收入统计：亿元

图表：2015年1季度票房收入前10名国产影片（万元）

图表：2015年一季度票房收入前10名进口影片（万元）

图表：2005-2014年全国影院数量走势分析003-2014年中国电影银幕数量统计

详细请访问：<http://www.abaogao.com/b/lyyou/M93271269W.html>