

2018-2023年中国旅游产业市场现状规划调查与未来发展前景预测报告

报告大纲

观研报告网

www.chinabaogao.com

一、报告简介

观研报告网发布的《2018-2023年中国旅游产业市场现状规划调查与未来发展前景预测报告》涵盖行业最新数据，市场热点，政策规划，竞争情报，市场前景预测，投资策略等内容。更辅以大量直观的图表帮助本行业企业准确把握行业发展态势、市场商机动向、正确制定企业竞争战略和投资策略。本报告依据国家统计局、海关总署和国家信息中心等渠道发布的权威数据，以及我中心对本行业的实地调研，结合了行业所处的环境，从理论到实践、从宏观到微观等多个角度进行市场调研分析。

官网地址：<http://baogao.chinabaogao.com/lyyou/297245297245.html>

报告价格：电子版: 7200元 纸介版：7200元 电子和纸介版: 7500

订购电话: 400-007-6266 010-86223221

电子邮箱: sale@chinabaogao.com

联系人: 客服

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、报告目录及图表目录

旅游资源整合

全域旅游背景下，门票收入将进一步被淡化，换言之传统景区门票提价实现营收增长的预期应适当降低。产业链的延伸将依托于：1) 从单点单一类型的景区向周边多样项目拓展，自然+人文混搭，单一景区+综合体项目串联；2) 单一依赖门票收入的路径向食住行游购娱等多项消费收入转变；3) 上市公司与政府、产业基金、运营方的商业合作模式发生变化，PPP 等模式进一步加深各方利益捆绑。

全域旅游资源整合——从景点旅游走向全域旅游的转变

资料来源：中国报告网整理

举例黄山旅游——从山上走到山下

资料来源：中国报告网整理

举例黄山旅游——从山上走到山下

资料来源：中国报告网整理

交通利好与可利用市场客流增量 机场扩建、高铁通车、高速新建等利好将直接引导周边客流。对于具体项目来说，客流增量的计算方法为客流人次测算=可利用市场*项目渗透率。

可利用市场——对周边游市场来说，车程/高铁三小时之内的辐射客流都是直接受益的可利用市场。可利用市场一般分为可利用居民市场和可利用游客市场。可利用居民市场取决于项目所在地的区域，因消费水平差异，目前主要考虑城镇消费人口。可利用游客市场为区域游客市场统计数据（一般指向市级单位，可依据地方统计年鉴），但也需要在适时具体情形下考虑实际过夜游客数量 VS 非过夜游客数量以及休闲游客 VS 商务游客比例，从而得出项目真正能够辐射的客流群体。

项目渗透率——不同的可利用市场对应的项目渗透率有较大差异，简单理解就是地理区位越靠近项目地的可利用市场渗透率越高，而远离项目地的渗透率越低，但这其中还需考虑交通客运便捷程度、项目规模、票价体系、品牌吸引力、营销渠道和周边竞和项目等影响。通常来说，我们会参考该区域的其他相似性项目或者相似产品类型的居民市场渗透率。在统一口径下，可得到居民市场渗透率和游客市场渗透率的矩阵图，并根据项目规模和票价体系的考量确定该项目的整体市场渗透率。但需要注意的是，市场渗透率这一数据会随着时间推移而变化，主要参考的变量因素有项目后续可开发规模、未来类似项目的加体量等。

交通利好与可利用市场客流增量

资料来源：中国报告网整理

举例：张家界大庸古城客流测算（万人次）

资料来源：中国报告网整理

举例：张家界演艺项目和演艺行业渗透率（万人次）

资料来源：中国报告网整理

周边竞和项目的影响：是竞还是合？ 从单一景区向外延项目拓展的过程中，在不实行门票捆绑销售的情况下，原有景区垄断性的绝对优势将会下滑。所以必须将周边竞和项目的影响考虑进来。而为什么说是竞和而不仅仅竞争，因为旅游景点的聚集将会加大整体地域的吸引力，即提高了项目可利用市场的客流基数。竞争这一面的态势比较明显，主要是来自新增项目对原有景区的客流分流影响，特别是在高频周边自由行的背景下，依靠大门票、旅行社或交通动线捆绑销售的方式受到较大承压。因此考虑市场供给端的竞和态势，是为了在项目定位、客源吸引力和产品类型上进行分析判断和借鉴——是否公司外延开拓的项目准确切入了竞争格局中的利基市场。但相应的，对一个国资委控股的地方知名景点来说，即使面对非常大的外部竞争压力，通常来说上市公司依然是地方国资委和管委会利益捆绑最深的关联方。在交通区位、客流导流和资源禀赋方面，上市公司坐拥绝对的优势权。

周边竞和项目影响举例：张家界演艺项目竞和分析

资料来源：中国报告网整理

周边竞和项目影响举例：张家界演艺项目竞和分析 资料来源：中国报告网整理

中国报告网发布的报告书内容严谨、数据翔实，更辅以大量直观的图表帮助本行业企业准确把握行业发展动向、市场前景、正确制定企业竞争战略和投资策略。本报告依据国家统计局、海关总署和国家信息中心等渠道发布的权威数据，以及我中心对本行业的实地调研，结合了行业所处的环境，从理论到实践、从宏观到微观等多个角度进行市场调研分析。它是业内企业、相关投资公司及政府部门准确把握行业发展趋势，洞悉行业竞争格局，规避经营和投资风险，制定正确竞争和投资战略决策的重要决策依据之一。本报告是全面了解行业以及对本行业进行投资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 2015-2017年旅游业发展环境分析

1.1 经济环境

1.1.1 国际宏观经济运行现状分析

- 1.1.2 2017年中国宏观经济运行状况
- 1.1.3 2017年中国宏观经济运行分析
- 1.1.4 2017年经济发展未来形势预测
- 1.2 消费环境
 - 1.2.1 2017年中国消费趋势分析
 - 1.2.2 2017年中国旅游市场发展概况
 - 1.2.3 我国旅游休闲消费呈现良好发展势头
 - 1.2.4 我国旅游消费市场发展趋向分析
 - 1.2.5 中国旅游消费保持强劲增长
 - 1.2.6 “十二五”期间文化与旅游业消费潜力分析
- 1.3 政策环境
 - 1.3.1 国家出台旅游业发展指导意见
 - 1.3.2 中央发布政策首次对旅游业提出文化要求
 - 1.3.3 文化部联合旅游局发布重点旅游演出项目名录
 - 1.3.4 国家发布指导意见推进旅游与文化融合发展
 - 1.3.5 《国民旅游休闲纲要（2018-2023年）》解读

第二章 2015-2017年旅游业分析

- 2.1 旅游的基本概述
 - 2.1.1 旅游的内涵
 - 2.1.2 旅游的核心
 - 2.1.3 旅游业的深刻解读
 - 2.1.4 旅游文化的五大特征
 - 2.1.5 文化对旅游产业的促进作用
- 2.2 2015-2017年旅游产业的发展概况
 - 2.2.1 中国旅游市场逐渐成型
 - 2.2.2 近十年中国旅游业的发展路径剖析
 - 2.2.3 中国旅游业蓬勃发展
 - 2.2.4 旅游产业相互融合发展
 - 2.2.5 我国旅游并购重组现状
 - 2.2.6 中欧旅游业发展的差异比较
- 2.3 旅游产业园区的相关概述
 - 2.3.1 内涵浅析
 - 2.3.2 主要特征
 - 2.3.3 要素分析

2.4 2015-2017年旅游创意园区发展分析

2.4.1 旅游创意园区逐渐兴起

2.4.2 “一站式体验”的基本简述

2.4.3 旅游创意产业园区的成因及特征浅析

2.4.4 旅游创意产业园区的开发模式剖析

2.4.5 旅游创意产业园区发展的战略建议

2.5 旅游业存在的问题

2.5.1 我国旅游业发展面临的主要难题

2.5.2 我国旅游业遭遇的主要挑战

2.5.3 旅游产品开发面临的三类文化矛盾

2.5.4 传统文化型景区发展的尴尬局面

2.6 旅游业发展的对策分析

2.6.1 充分挖掘旅游文化内涵的建议

2.6.2 开发旅游产业的方略

2.6.3 提升中国旅游业竞争力的战略方针

2.6.4 适当运用文化因素开发旅游产品的思路

2.6.5 我国旅游产业集团发展路径分析

2.6.6 旅游产业融合发展战略分析

第三章 2015-2017年民族旅游分析

3.1 民族文化与旅游业的关系

3.1.1 民族文化与旅游发展有三大相关性

3.1.2 民族文化与西部旅游业息息相关

3.1.3 民族文化决定着旅游业的竞争力

3.1.4 正确开发利用能有效保护民族文化资源

3.2 民族文化开发的相关概述

3.2.1 民族文化开发成功应具备的特点

3.2.2 民族旅游开发产生的负面效应

3.2.3 民族文化资源开发面临的阻碍

3.2.4 开发民族文化资源的对策

3.3 生态博物馆模式在民族旅游中的应用透析

3.3.1 模式简介

3.3.2 保护性原则

3.3.3 原生态原则

3.3.4 选择控制原则

3.3.5 社区参与原则

3.3.6 效益回报原则

3.4 西部地区民族文化生态旅游的开发与保护综述

3.4.1 概念定义

3.4.2 开发模式剖析

3.4.3 保护思路解析

第四章 2015-2017年红色旅游分析

4.1 红色旅游相关概述

4.1.1 概念

4.1.2 资源特点

4.1.3 综合价值

4.2 2015-2017年中国红色旅游的发展概况

4.2.1 中国红色旅游发展情况回顾

4.2.2 2017年我国红色旅游良好增长态势

4.2.3 2017年我国发布首个红色旅游产品手册

4.2.4 2017年华东片区红色旅游规划通过评审

4.2.5 2017年我国红色旅游经济简况

4.2.6 2017年我国红色旅游发展良好

4.2.7 我国红色旅游消费者特征分析

4.3 2015-2017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 浙江省

4.3.6 广西壮族自治区

4.3.7 河北省

4.3.8 河南信阳

4.3.9 山东烟台

4.3.10 贵州遵义

4.4 红色旅游发展的问题分析

4.4.1 中国红色旅游发展存在的突出问题

4.4.2 红色旅游业面临的主要难题

4.4.3 红色旅游景区发展的掣肘

4.5 发展红色旅游的策略与建议

4.5.1 红色旅游业发展的对策

4.5.2 红色旅游发展应注重塑造品牌

4.5.3 以社区旅游模式来推动红色旅游和谐发展

4.5.4 红色旅游可持续发展的相关建议

4.6 2015-2017年全国红色旅游发展规划纲要

4.6.1 发展目标

4.6.2 主要任务

4.6.3 主要措施

第五章 2015-2017年影视旅游分析

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 影视旅游的动机浅析

5.1.4 影视文化对旅游业的促进作用

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 2015-2017年中国影视旅游产业的发展

5.3.1 我国影视旅游业的兴起与开发状况

5.3.2 我国影视旅游联姻产生巨大经济效应

5.3.3 国内影视旅游热掀起基地建设高潮

5.3.4 中国影视旅游产业面临广阔发展机遇

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 供方侃价能力

5.4.5 买方侃价能力

5.5 2015-2017年部分地区影视旅游业的发展

5.5.1 山西影视旅游业开发状况分析

5.5.2 长沙影视旅游业发展的可行性及对策

- 5.5.3 浙江横店影视和旅游业融合发展综述
- 5.5.4 安徽凤阳打造影视旅游产业之城
- 5.5.5 山东省大力促进影视旅游产业发展
- 5.5.6 天津津南区小站镇打造影视旅游基地
- 5.5.7 河南舞钢市影视旅游产业园区开工建设
- 5.5.8 四川广安建中国最大红色文化影视旅游城
- 5.5.9 云南腾冲打造影视基地促旅游业发展
- 5.6 影视旅游业存在的问题
 - 5.6.1 影视旅游发展过程中存在的问题
 - 5.6.2 影视旅游开发中存在的阻碍
 - 5.6.3 我国影视旅游开发的错误观念
 - 5.6.4 影视作品对旅游业发展的消极影响
- 5.7 影视旅游业开发的对策分析
 - 5.7.1 加快我国影视旅游业发展的措施
 - 5.7.2 民族地区旅游业和影视文化的结合策略探讨
 - 5.7.3 影视旅游的品牌塑造与推广策略透析
 - 5.7.4 影视旅游业的市场经济路径探讨

第六章 2015-2017年旅游演艺业分析

- 6.1 中国旅游演艺业发展综述
 - 6.1.1 旅游演艺的产生与发展
 - 6.1.2 旅游演艺产品的形态分析
 - 6.1.3 旅游业与演艺业融合发展的意义
- 6.2 2015-2017年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 2015-2017年中国旅游演艺市场发展概况
 - 6.3.1 我国旅游演艺产品市场的格局剖析
 - 6.3.2 中国旅游演艺项目开发状况
 - 6.3.3 我国旅游演艺行业的投资要素
 - 6.3.4 中国旅游演艺市场前景看好
 - 6.3.5 中国旅游演艺发展空间广阔
- 6.4 2015-2017年部分地区旅游演艺业的发展

6.4.1 四川

6.4.2 西藏

6.4.3 湖北

6.4.4 宁夏

6.4.5 张家界

6.5 中国旅游演艺业发展的问题及对策

6.5.1 中国旅游演艺市场发展中的主要问题

6.5.2 旅游演艺市场运营中的突出问题

6.5.3 推动旅游演艺市场发展的对策建议

6.5.4 旅游演艺市场的营销策略浅析

6.5.5 从体验经济角度探索旅游演艺产品开发思路

第七章 2015-2017年其他旅游业分析

7.1 民俗旅游

7.1.1 民俗旅游的概念

7.1.2 中国民俗旅游开发的现况

7.1.3 民俗旅游开发的基本模式剖析

7.1.4 民俗旅游开发应遵循环保经济原则

7.1.5 促进中国民俗旅游发展的对策

7.2 宗教旅游

7.2.1 宗教文化与旅游业的相关性阐述

7.2.2 宗教旅游的内涵及价值

7.2.3 我国主要宗教旅游名山简介

7.2.4 我国宗教旅游开发的现状

7.2.5 宗教旅游的产品体系剖析

7.2.6 宗教旅游产品开发的相关要点分析

7.2.7 中国禅文化与休闲旅游的开发探析

7.2.8 我国宗教旅游开发的对策分析

7.3 茶旅游

7.3.1 中国茶文化的定义与内涵浅述

7.3.2 茶旅游的主要内容

7.3.3 茶旅游具有可观经济效益

7.3.4 中国茶旅游发展概述

7.3.5 我国茶旅游产业发展现状

7.3.6 促进茶旅游业发展的对策

7.4 非物质文化遗产旅游

7.4.1 非物质文化遗产的基本概念

7.4.2 非物质文化遗产旅游渐入佳境

7.4.3 非物质文化遗产旅游开发的热点解析

7.4.4 非物质文化遗产旅游开发面临的挑战

7.4.5 非物质文化遗产旅游发展的对策建议

7.4.6 海洋非物质文化遗产的旅游开发综述

第八章 2015-2017年山东省旅游业

8.1 2015-2017年山东省旅游业整体概况

8.1.1 山东省大力推动旅游项目开发

8.1.2 山东构建重点旅游产品品牌

8.1.3 山东打造聚集区开发海洋文化产业

8.1.4 山东道教旅游资源开发概况

8.1.5 促进山东旅游业发展的对策

8.1.6 山东旅游产业发展政策建议

8.2 2015-2017年济宁市旅游业分析

8.2.1 济宁市旅游产业发展概况

8.2.2 济宁重视发展乡村旅游业

8.2.3 济宁市旅游项目开发动态

8.2.4 济宁市旅游业发展规划简析

8.2.5 中长期济宁市城市旅游发展规划解读

8.3 2015-2017年曲阜市旅游业分析

8.3.1 曲阜旅游产业创造可喜佳绩

8.3.2 曲阜市加快旅游产业转型升级

8.3.3 政策出台加快曲阜文化产业示范园区建设

8.3.4 曲阜市旅游产业发展战略透析

8.4 2015-2017年其他地区旅游业分析

8.4.1 2017年影视旅游产业园项目落户临沂

8.4.2 2017年大型旅游产业项目落户德州

8.4.3 2017年聊城打造“水文化”旅游产品体系

8.4.4 2017年青岛市南区旅游产业园建设情况

8.4.5 2017年潍坊禹王打造湿地旅游产业

8.4.6 山东临沭旅游业获丰硕成果

8.4.7 东平县着力推广水浒旅游品牌

8.4.8 莱阳打造特色旅游产业

8.4.9 台儿庄古城旅游业发展纪实

第九章 2015-2017年河南省旅游业

9.1 2015-2017年河南省旅游业整体概况

9.1.1 河南发展旅游产业具独特优势

9.1.2 河南省加快旅游融合发展

9.1.3 河南省旅游产业呈蓬勃发展态势

9.1.4 制约河南省旅游业发展的因素分析

9.1.5 河南旅游业开发的方向与建议

9.1.6 河南旅游产业发展思路及对策

9.2 河南旅游产品的开发设计

9.2.1 自有资源的产品开发与设计

9.2.2 外源资源的产品开发与利用

9.2.3 构建旅游消费循环

9.3 2015-2017年郑州市旅游业分析

9.3.1 郑州市旅游产业发展状况分析

9.3.2 郑州着力构建沿黄旅游产业带

9.3.3 郑州文化创意旅游产业发展总体分析

9.3.4 郑州投资50亿开发明清文化旅游项目

9.3.5 郑州市旅游产业发展的问题及对策

9.4 2015-2017年南阳市旅游业分析

9.4.1 南阳旅游产业发展综述

9.4.2 南阳市卧龙区旅游产业发展潜力探析

9.4.3 南阳市南召县旅游产业发展良好

9.4.4 南阳旅游业存在的主要问题

9.4.5 南阳旅游业的开发思路

9.5 2015-2017年信阳市旅游业分析

9.5.1 信阳新县旅游业取得可喜成绩

9.5.2 2017年大型旅游项目花落信阳东双河

9.5.3 2017年信阳引资开发龙山湖旅游项目

9.5.4 信阳光山县旅游产业发展的深度思考

9.6 2015-2017年开封市旅游业分析

9.6.1 开封市旅游业实现跨越式发展

9.6.2 2017年开封旅游产业发展良好

- 9.6.3 开封加强旅游业的招商引资
- 9.6.4 开封市旅游业发展政策与规划解读
- 9.6.5 开封旅游产业存在的主要不足
- 9.6.6 促进开封市旅游产业发展的对策
- 9.7 2015-2017年其他地区旅游业分析
 - 9.7.1 2017年沁阳市旅游项目投资情况
 - 9.7.2 2017年漯河市特色历史文化游快速发展
 - 9.7.3 2017年灵宝市推动黄河风情旅游发展
 - 9.7.4 2017年许昌旅游项目藏兵洞进展情况
 - 9.7.5 周口旅游产业发展概况
 - 9.7.6 驻马店汝南县加快推进旅游产业发展
 - 9.7.7 洛阳市旅游产业发展综述
 - 9.7.8 汤阴县多方位推动旅游业发展

第十章 2015-2017年湖北省旅游业

- 10.1 2015-2017年湖北省旅游业整体概况
 - 10.1.1 湖北省旅游业开发状况
 - 10.1.2 鄂西圈生态旅游业呈快速发展态势
 - 10.1.3 湖北省斥巨资着力建设鄂西生态旅游圈
 - 10.1.4 湖北省部分县市旅游业发展状况
- 10.2 2015-2017年荆州市旅游业分析
 - 10.2.1 “十一五”期间荆州市旅游业发展综述
 - 10.2.2 荆州旅游产业发展动向
 - 10.2.3 荆州古城复古工程建设规划
 - 10.2.4 深入解析荆州旅游产业的问题
 - 10.2.5 荆州旅游业资本增值的途径分析
 - 10.2.6 荆州旅游产业整合发展思路解析
- 10.3 2015-2017年孝感市旅游业分析
 - 10.3.1 孝感市旅游业发展的环境及优势
 - 10.3.2 孝感市旅游业发展现况浅析
 - 10.3.3 孝文化资源开发的价值探究
 - 10.3.4 孝文化资源的综合开发路径选择
 - 10.3.5 促进孝旅游发展的策略
- 10.4 2015-2017年湖北秭归旅游业分析
 - 10.4.1 湖北秭归旅游业发展综述

- 10.4.2 秭归屈原旅游开发取得的成就
- 10.4.3 秭归屈原文化生态旅游区规划通过评审
- 10.4.4 2017年秭归屈原旅游发展成果
- 10.4.5 秭归屈原旅游开发存在的问题
- 10.4.6 秭归屈原旅游开发的建议
- 10.5 2015-2017年昭君旅游业分析
 - 10.5.1 项目实施的背景与意义
 - 10.5.2 旅游开发的战略思想
 - 10.5.3 旅游开发的战略布局
 - 10.5.4 旅游开发思路与战略措施
- 10.6 鄂西生态旅游圈规划布局
 - 10.6.1 资源概况
 - 10.6.2 规划体系
 - 10.6.3 发展思路
 - 10.6.4 发展目标
 - 10.6.5 发展战略
- 10.7 2015-2017年其他地区旅游业分析
 - 10.7.1 恩施州打造生态旅游目的地
 - 10.7.2 襄阳市历史旅游营销分析
 - 10.7.3 宜昌大力发展旅游产业
 - 10.7.4 宜昌市旅游产业发展规划

第十一章 2015-2017年湖南省旅游业

- 11.1 2015-2017年湖南省旅游业整体概况
 - 11.1.1 湖南山水文学具有丰富的旅游开发潜力
 - 11.1.2 湖湘文化影响下的湖南省旅游业探析
 - 11.1.3 湖南省借举办旅游节契机促产业发展
 - 11.1.4 湖南旅游投资基金助力省内文化企业
 - 11.1.5 2017年五家企业合力开发湖南神农谷旅游项目
 - 11.1.6 2017年湖南省旅游产业项目
 - 11.1.7 湖南沧源花垣旅游发展比较分析
- 11.2 2015-2017年郴州旅游业分析
 - 11.2.1 郴州旅游文化产业步入快速增长阶段
 - 11.2.2 郴州资兴旅游业再添新军
 - 11.2.3 零陵区旅游产业发展状况

- 11.2.4 民俗文化带动郴州旅游业大发展
- 11.2.5 郴州民俗旅游产业快速发展的对策
- 11.2.6 建设郴州旅游品牌的发展建议
- 11.3 2015-2017年吉首市旅游业分析
 - 11.3.1 吉首市旅游产业状况分析
 - 11.3.2 吉首市发展旅游业的必要性和有利条件
 - 11.3.3 吉首市专项资金扶持民族旅游业发展
 - 11.3.4 吉首市旅游产业存在的不足
 - 11.3.5 促进吉首市旅游产业发展的建议
- 11.4 2015-2017年凤凰县旅游业分析
 - 11.4.1 凤凰旅游产业取得巨大经济效益
 - 11.4.2 凤凰旅游业发展的关键要素
 - 11.4.3 凤凰县旅游产业发展的成功经验
 - 11.4.4 凤凰旅游产业快速发展的思路
- 11.5 2015-2017年大湘西旅游产业分析
 - 11.5.1 发展基础
 - 11.5.2 有利条件
 - 11.5.3 基本理念
 - 11.5.4 发展规划
 - 11.5.5 品牌塑造
 - 11.5.6 政策环境
 - 11.5.7 发展思路

第十二章 2015-2017年四川省旅游业

- 12.1 2015-2017年四川省旅游业整体概况
 - 12.1.1 四川旅游资源介绍
 - 12.1.2 四川旅游业发展基本概况
 - 12.1.3 四川旅游业发展存在的不足
 - 12.1.4 四川旅游业发展的目标与对策
- 12.2 四川省旅游产业的融资分析
 - 12.2.1 旅游业吸收社会资本的主要经验解析
 - 12.2.2 社会资本投入旅游业面临的挑战
 - 12.2.3 旅游业吸引社会资本投资的建议
- 12.3 2015-2017年四川民族地区旅游发展综述
 - 12.3.1 基本情况

12.3.2 发展难题

12.3.3 两大趋向

12.3.4 发展对策

12.4 2015-2017年主要地区旅游业

12.4.1 2017年九寨沟推旅游发展强劲

12.4.2 2017年德阳打造“德孝旅游区”

12.4.3 2017年德阳旅游产业园发展良好

12.4.4 西昌旅游业发展回顾及展望

12.4.5 阿坝州旅游产业发展路径分析

12.4.6 绵阳着力打造三国旅游线路

12.4.7 甘孜州旅游产业发展势头强劲

12.4.8 泸县旅游产业未来发展方向

第十三章 2015-2017年云南省旅游业

13.1 2015-2017年云南省旅游业整体概况

13.1.1 云南省旅游产业发展特点透析

13.1.2 云南旅游产业基金促力行业发展

13.1.3 云南省旅游产业发展的对策

13.1.4 云南旅游产业发展的远景预测

13.2 2015-2017年云南省民族旅游业分析

13.2.1 云南民族旅游业发展的深远意义

13.2.2 云南民族旅游的SWOT剖析

13.2.3 云南集中精力创建民族旅游区

13.2.4 民族旅游助方山诸葛营村经济腾飞

13.2.5 加快云南民族旅游业发展的建议

13.3 2015-2017年丽江民俗旅游业分析

13.3.1 基本简介

13.3.2 重要意义

13.3.3 面临挑战

13.3.4 对策措施

13.4 2015-2017年大理旅游业分析

13.4.1 大理市旅游产业发展状况

13.4.2 大理着力推进旅游产业基地建设

13.4.3 大理剑川民族旅游产业发展壮大的路径

13.5 2015-2017年楚雄州旅游业分析

- 13.5.1 楚雄州旅游产业发展回顾
- 13.5.2 楚雄州旅游产业发展概述
- 13.5.3 楚雄姚安县全面推进旅游产业发展
- 13.5.4 楚雄大姚县旅游业发展概况
- 13.5.5 楚雄州武定县积极推进旅游业发展
- 13.6 2015-2017年其他地区旅游业分析
- 13.6.1 昆明大力发展福保文化城旅游
- 13.6.2 昆明晋宁旅游业发展优势及战略
- 13.6.3 广南旅游产业十年发展概述
- 13.6.4 玉溪十街乡旅游产业发展综述

第十四章 2015-2017年贵州省旅游业

- 14.1 2015-2017年贵州旅游业整体概况
- 14.1.1 贵州旅游资源概述
- 14.1.2 贵州大夜郎旅游圈发展机遇来临
- 14.1.3 贵州旅游业发展的支撑因素
- 14.1.4 贵州确立以旅游为龙头的文化产业发展战略
- 14.1.5 打造具有贵州文化特色的旅游品牌
- 14.1.6 贵州生态旅游产业政策环境
- 14.1.7 贵州民俗旅游产业发展综述
- 14.2 贵州民族地区旅游业发展的经验探究
- 14.2.1 借助媒体力量贵州民族旅游业发展迅猛
- 14.2.2 应用新媒体网络
- 14.2.3 借用品牌媒体做宣传
- 14.2.4 借助文化媒介名人提升知名度
- 14.2.5 巧借歌舞产品宣传自己
- 14.3 2015-2017年主要地区旅游业发展分析
- 14.3.1 2017年松桃县旅游产业蓬勃发展
- 14.3.2 2017年镇远县旅游发展情况及蓝图
- 14.3.3 遵义市旅游产业发展迅猛
- 14.3.4 务川县旅游产业发展的成功经验评析
- 14.3.5 贵州大方县着力提升旅游产业

第十五章 2015-2017年其他地区旅游业

- 15.1 海南省

- 15.1.1 海南省五大旅游资源分析
- 15.1.2 海南旅游产业发展势头良好
- 15.1.3 海南特色品牌旅游发展情况
- 15.1.4 海南省将加快旅游文化融合发展
- 15.1.5 海南民俗旅游资源的开发
- 15.1.6 海南省旅游产业发展方向
- 15.2 福建省
 - 15.2.1 福建省旅游产业发展概况
 - 15.2.2 福建妈祖旅游的开发价值
 - 15.2.3 莆田市妈祖旅游产业发展综述
 - 15.2.4 福建东山生态旅游发展概述
 - 15.2.5 泉州大力促进旅游产业发展
 - 15.2.6 福建平和着力打造建设旅游产业
 - 15.2.7 永定多方位推进旅游产业
 - 15.2.8 福建省旅游产业发展的问题分析
 - 15.2.9 福建省旅游产业发展的目标及主要措施
- 15.3 广西自治区
 - 15.3.1 旅游为广西旅游业发展开辟新空间
 - 15.3.2 深入探讨广西旅游产业的发展模式
 - 15.3.3 宜州市积极推广刘三姐旅游品牌
 - 15.3.4 2015-2017年广西大力发展旅游产业
 - 15.3.5 广西民族旅游发展存在的问题
 - 15.3.6 广西民族旅游产业发展对策分析
- 15.4 上海市
 - 15.4.1 上海旅游资源的基本分类
 - 15.4.2 上海着力推广红色旅游文化
 - 15.4.3 上海旅游资源的特点分析
 - 15.4.4 上海旅游资源的开发思路
- 15.5 安徽省
 - 15.5.1 安徽努力开创文化与旅游共赢局面
 - 15.5.2 安徽黟县创造独特的旅游产业发展模式
 - 15.5.3 安徽亳州旅游产业发展总体分析
 - 15.5.4 乌衣老街旅游产业开发发展综述
 - 15.5.5 2017年苏皖两省联手打造乌江特色旅游区
 - 15.5.6 2017年泾县打造古宣旅游创意产业园

- 15.5.7 2017年安徽合肥旅游产业重点项目
- 15.5.8 2017年安徽六安旅游项目情况
- 15.5.9 安徽省将加快旅游文化生态一体化发展
- 15.6 河北省
 - 15.6.1 河北省旅游资源特色与优势
 - 15.6.2 河北省旅游资源空间布局设想
 - 15.6.3 河北省旅游精品开发重点
 - 15.6.4 河北廊坊将打造红楼旅游
 - 15.6.5 河北省旅游用品的六大开发系列与开发思路
 - 15.6.6 河北西柏坡红色旅游产业的进一步开发探讨
- 15.7 北京市
 - 15.7.1 北京市旅游资源概况
 - 15.7.2 北京市旅游业发展状况
 - 15.7.3 北京旅游消费者调研分析
 - 15.7.4 北京旅游业发展存在的问题
 - 15.7.5 北京旅游业发展的趋势探讨
- 15.8 内蒙古自治区
 - 15.8.1 内蒙古民俗旅游资源的分布及特征
 - 15.8.2 内蒙古民俗旅游产业发展现状
 - 15.8.3 2015-2017年内蒙古多地旅游发展情况
 - 15.8.4 内蒙古民俗旅游资源开发的问题及对策
 - 15.8.5 内蒙古旅游产业发展规划
- 15.9 山西省
 - 15.9.1 山西的历史定位与旅游资源分析
 - 15.9.2 山西旅游产业发展概述
 - 15.9.3 山西多项活动推进旅游发展
 - 15.9.4 山西运城全力推进旅游产业发展
 - 15.9.5 山西运城关公旅游产业发展分析
 - 15.9.6 山西省发展旅游产业的模式探讨
- 15.10 陕西省
 - 15.10.1 陕西红色旅游资源的保护与开发
 - 15.10.2 陕西旅游业的发展探索及方向
 - 15.10.3 陕西玉华山佛教旅游开发价值分析
 - 15.10.4 陕西西乡县茶旅游发展分析
 - 15.10.5 陕西宝鸡市旅游产业发展迅猛

- 15.10.6 西安市旅游创意产业总体分析
- 15.10.7 陕西紫阳县旅游产业发展综述
- 15.11 甘肃省
 - 15.11.1 甘肃提出建立旅游强省目标及实施战略
 - 15.11.2 2017年酒泉市大力推进旅游产业发展
 - 15.11.3 2017年临泽县商贸旅游文化产业项目情况
 - 15.11.4 2017年嘉峪关打造旅游全产业链
 - 15.11.5 甘肃礼县旅游产业发展概况
 - 15.11.6 甘肃省陇南市西和县旅游业发展简况
- 15.12 宁夏自治区
 - 15.12.1 宁夏旅游资源状况
 - 15.12.2 宁夏持续大力推进文化与旅游业融合发展
 - 15.12.3 宁夏旅游产业项目受投资者青睐
 - 15.12.4 宁夏旅游产业种子基金助产业发展
 - 15.12.5 宁夏旅游业存在的问题及解决对策
- 15.13 新疆自治区
 - 15.13.1 新疆旅游业发展渐入佳境
 - 15.13.2 新疆旅游开发的资源状况分析
 - 15.13.3 新疆哈密地区大力发展旅游业
 - 15.13.4 2017年英吉沙旅游产业快速发展
 - 15.13.5 新疆旅游业发展的问题与对策
 - 15.13.6 吐鲁番旅游产业发展路径分析
 - 15.13.7 新疆旅游开发的不足及发展建议
- 15.14 西藏自治区
 - 15.14.1 西藏为旅游业创造良好的发展环境
 - 15.14.2 西藏民族旅游资源的开发概况
 - 15.14.3 金融业助力西藏旅游文化发展
 - 15.14.4 西藏建设旅游创意园区情况
 - 15.14.5 2017年拉萨旅游项目投资情况
 - 15.14.6 西藏民族旅游业发展面临的阻碍
 - 15.14.7 西藏民族旅游资源的开发思路探究
- 15.15 其他地区
 - 15.15.1 吉林省
 - 15.15.2 辽宁大连
 - 15.15.3 江苏南京

15.15.4 广东西樵山

第十六章 2015-2017年旅游业营销分析

16.1 旅游文化营销的运作形式剖析

16.1.1 运作基础

16.1.2 文化包装与产品设计

16.1.3 文化传播与广告促销

16.1.4 文化体验与旅游品牌

16.2 主题公园的影视营销方法解析

16.2.1 影视拍摄对主题公园的促进作用浅述

16.2.2 影视主题公园发展存在的问题

16.2.3 营销环境与市场定位分析

16.2.4 产品的开发、营销及组合策略

16.3 旅游景区的影视营销模式透析

16.3.1 长期捆绑式

16.3.2 深度植入式

16.3.3 专题电影

16.3.4 借助知名影视剧炒作

16.4 民俗旅游产业营销策略分析

16.4.1 差异化体验

16.4.2 营销模式建构

16.4.3 营销实施策略

16.5 体验经济在红色旅游产业的融合发展

16.5.1 积极作用

16.5.2 主要问题

16.5.3 营销要点

16.5.4 具体模式

第十七章 2015-2017年重点企业发展分析

17.1 深圳华侨城控股股份有限公司

(1) 企业概况

(2) 主营业务情况分析

(3) 公司运营情况分析

(4) 公司优劣势分析

17.2 杭州宋城旅游发展股份有限公司

- (1) 企业概况
 - (2) 主营业务情况分析
 - (3) 公司运营情况分析
 - (4) 公司优劣势分析
- 17.3 中青旅控股股份有限公司

- (1) 企业概况
- (2) 主营业务情况分析
- (3) 公司运营情况分析
- (4) 公司优劣势分析

17.4 中视传媒股份有限公司

- (1) 企业概况
- (2) 主营业务情况分析
- (3) 公司运营情况分析
- (4) 公司优劣势分析

第十八章 2018-2023年旅游业发展前景分析

18.1 旅游业总体前景展望

- 18.1.1 中国旅游业未来发展前景广阔
 - 18.1.2 中国休闲旅游产业发展潜力可观
 - 18.1.3 “十二五”期间中国旅游业发展展望
 - 18.1.4 中国旅游市场未来发展趋势透析
- ### 18.2 旅游业的趋势及前景分析
- 18.2.1 中国旅游产业的发展趋势分析
 - 18.2.2 中国历史旅游产品开发潜力无限
 - 18.2.3 农村旅游文化产业发展面临大好机遇
 - 18.2.4 欠发达地区民俗旅游业发展空间广大
 - 18.2.5 2018-2023年中国旅游业发展形势分析

图表目录：

- 图表1 2015-2017年国内生产总值按季度累计同比增长速度
- 图表2 2015-2017年城镇居民人均可支配收入实际增长速度
- 图表3 2015-2017年农村居民人均收入实际增长速度
- 图表4 2015-2017年中国入境游接待人次与同比增速
- 图表5 2015-2017年中国入境游外汇收入与同比增速
- 图表6 2015-2017年我国居民出境游人数因公占比情况
- 图表7 《国家旅游重点项目名录—旅游演出类》名单

图表8 “一站式”服务的形成

图表9 旅游创意产业园区成因图

图表10 旅游创意产业园区概念示意

图表11 旅游创意产业园区开发的主流模式介绍

图表12 影视旅游的形式和特征

图表13 中国影视旅游业发展的三个阶段

图表14 宗教旅游产品体系

图表15 自有资源开发市场设计

图表16 自有资源层次设计开发与功能优势比较

更多图表详见正文（GSLWK）

特别说明：中国报告网所发行报告书中的信息和数据部分会随时间变化补充更新，报告发行年份对报告质量不会有任何影响，并有助于降低企事业单位投资风险。

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/lyyou/297245297245.html>