

# 中国文化旅游区行业现状深度研究与发展前景分析 报告（2026-2033年）

## 报告大纲

观研报告网

[www.chinabaogao.com](http://www.chinabaogao.com)

## 一、报告简介

观研报告网发布的《中国文化旅游区行业现状深度研究与发展前景分析报告（2026-2033年）》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：<https://www.chinabaogao.com/baogao/202512/773585.html>

报告价格：电子版: 8200元 纸介版：8200元 电子和纸介版: 8500

订购电话: 400-007-6266 010-86223221

电子邮箱: sales@chinabaogao.com

联系人：客服

特别说明：本PDF目录为计算机程序生成，页面图表可能存在缺失；格式美观性可能有欠缺，实际报告排版规则、美观；可联系客服索取更完整的目录大纲。

## 二、报告目录及图表目录

### 一、行业相关定义

文化旅游区是以文化为核心吸引物，融合旅游、休闲、娱乐、教育等功能，为游客提供综合性文化体验的特定区域。

文化旅游区分类方式较为多样化，主要有：

- （1）按文化类型：历史文化、民俗文化、红色文化、生态文化等；
- （2）按功能：观光游览、休闲度假、教育体验、文化娱乐等；
- （3）按地域：城市、乡村、风景名胜区等。

### 二、行业规模现状

#### 1、市场规模

文旅业被明确为国民经济支柱产业，中央通过《关于进一步培育新增长点繁荣文化和旅游消费的若干措施》《提振消费专项行动方案》等政策，发放消费券、优化休假制度，直接刺激市场需求，2024年我国文化旅游区行业市场规模达到了2330.07亿元，2025年上半年为1469.32亿元。

数据来源：观研天下数据中心整理

#### 2、供应规模

2024年,文化和旅游部持续推动文化产业和旅游业发展,促进文旅产业数字化转型升级,培育旅游演艺、数字演艺、线上演播、沉浸式体验等新型业态,开展数字赋能文旅场景建设行动,推动文旅产业赋能城市发展。持续实施文化产业赋能乡村振兴计划,开展文化产业赋能乡村振兴试点。新命名219家文化企业为国家文化产业示范基地,现有示范基地总数达384家。组织开展5期“多彩中国 佳节好物”文化和旅游贸易促进活动,在中东、东南亚、欧洲等重点及新兴市场创新开展服务重点企业重点项目海外交流对接活动。举办中日韩文化产业论坛、中国(深圳)国际文化产业博览交易会等。举办中国文化旅游产业博览会,汇聚2000多家企业参展参会,成交额3.85亿元,项目签约额300多亿元。

推进实施《关于释放旅游消费潜力推动旅游业高质量发展的若干措施》,制定促进服务消费、冰雪经济、进一步培育新增长点繁荣文化和旅游消费的若干措施等政策。印发智慧旅游创新发展行动计划、推进旅游公路高质量发展五年行动方案。新增102个国家级夜间文化和旅游消费集聚区。开展全国文化和旅游消费促进活动。开展“旅游中国美好生活”全国旅游宣传推广活动,举办“读苏轼 游神州”中华文化主题旅游线路宣传推广活动,开展“跟着演出去旅行”“跟着赛事去旅行”“跟着影视去旅行”品牌建设。组织“乡村创意生活季”、“游购乡村”、旅游专列援疆援藏等活动。深入实施旅游促进各民族交往交流交融计划,遴选确定38个试点项目。实施旅游景区强基焕新行动、乡村旅游提质增效行动。举办“天工开物”

2024年工业旅游推广活动。发布“乡村四时好风光”、全国冰雪旅游等精品线路。新评定国家5A级旅游景区19家、国家级旅游度假区22个、国家级滑雪旅游度假地7个,推出42个智慧旅游沉浸式体验新空间培育试点项目。推荐云南阿者科村等7个乡村入选联合国旅游组织“最佳旅游乡村”。推进旅游厕所建设管理,旅游公共服务稳步提升。

数据来源：观研天下数据中心整理

3、需求规模

消费者不再满足于传统观光，转而追求文化内涵和个性化体验，同时研学旅行、非遗体验、康养度假等细分领域增速显著。2024年国内居民出游56.2亿人次,同比增长14.8%。其中,城镇居民国内出游43.7亿人次,同比增长16.3%;农村居民国内出游12.5亿人次,同比增长9.9%。2025年上半年，国内居民出游人次32.85亿，同比增长20.6%。其中，城镇居民出游人次24.52亿，同比增长17.5%；农村居民出游人次8.33亿，同比增长30.6%。

数据来源：观研天下数据中心整理

三、行业细分市场分析

1、线上

相较于线下平台，线上购票系统通常支持银行卡、第三方支付（支付宝、微信）等多渠道支付，并采用加密技术保障信息安全。退款机制更透明，如因特殊情况预订失败，系统可自动触发退款流程，款项原路退回，消费场景灵活且便捷。2025年上半年文化旅游区线上购票消费市场规模约为585.11亿元，具体如下：

资料来源：观研天下数据中心整理

2、线下

近年来，国内消费者对旅游产品的个性化需求日益强烈，传统跟团游模式逐渐被定制化、自由行取代。2025年上半年国内文化旅游区线下购票消费市场规模约为881.21亿元，具体如下：

资料来源：观研天下数据中心整理

四、行业竞争情况

文化旅游区行业竞争分散，根据头部代表企业来看，2025年上半年宋城演艺、陕西旅游和丽江股份三家企业相关业务营收份额仅为全国文化旅游区市场规模的1.28%。因此，市场处于明显的竞争型格局，拥有优质旅游资源、强大创新创造能力，并拥有综合化整合及运营能力的企业在竞争中优势明显。

2025年H1中国文化旅游区代表企业市场份额占比				企业	业务营收（亿元）		市场份额	
宋城演艺	10.35	0.70%	陕西旅游	5.13	0.35%	丽江股份	3.39	0.23%

文化旅游区市场规模（亿元） 1469.32

资料来源：公司年报，观研天下数据中心整理

文化旅游区自然景区方面，因资源分布的地域性，呈现一定的区域性特征，拥有名山大川等优质资源的企业将稳定发展，企业纷纷通过不断整合区域资源、推广新产品、开发新景点提升市场份额；休闲景区方面，市场上没有出现绝对的行业龙头，重资产和轻资产休闲景区分别通过提高运营能力和提高品牌影响力来拓展市场空间，抢占市场份额，强化市场地位，尤其是具有人文历史资源并与文旅产业有效结合的企业，能够吸引国内外游客，品牌优势与集聚效应得以凸显。

文化旅游区行业主要品牌 名称 品牌 品牌简介 丽江股份 丽江玉龙旅游股份有限公司成立于2001年10月，2004年8月在深交所成功上市，是云南省第一家旅游上市企业，滇西北唯一的A股上市公司。公司成立以来，通过资本市场化运作，公司规模逐年壮大，十二五期间，公司践行“立足丽江，辐射滇西北及云南，拓展滇川藏大香格里拉生态旅游圈，放眼全国知名旅游目的地”的战略发展目标，使公司的经营业绩得到了大幅提升，进一步完善了公司的产业链，深度开拓了公司的发展格局，为公司未来的持续发展奠定了坚实的基础。经过多年发展，公司已经发展成为经营范围涵盖索道、文化演艺、高端酒店、旅游交通、旅行社、旅游纪念品开发销售、餐饮经营等多项业务，现已发展为一家成长性好，赢利能力较强的旅游集团企业。目前，公司主要业务有：1.索道业务：玉龙雪山索道、云杉坪索道、牦牛坪索道；2.演艺业务：印象丽江实景演出；3.酒店业务：丽江和府洲际度假酒店、丽江古城英迪格酒店、丽江古城丽世酒店、德钦奔子栏丽世酒店等。 峨眉山 峨眉山旅游股份有限公司位于四川省峨眉山市境内，成立于1997年，同年10月在深圳证券交易所上市，是西南地区第一家旅游上市公司和中国第二家景区上市公司。公司依托峨眉山得天独厚的世界自然与文化双遗产旅游资源，发展成为集景区门票、索道、宾馆饭店、茶业、演艺、旅行社、旅游商品、广告传媒、旅游大数据信息技术和软件开发等为一体的综合性文旅企业。 宋城演艺 宋城集团，中国大型文旅集团。旗下的宋城演艺十三次获得全国文化企业三十强，以及国家文化产业示范基地、国家精神文明建设“五个一工程”奖等多项荣誉，是中国演艺第一股。公司旗下拥有75个各类型剧院、175000个座位，创造了世界演艺市场的五个“第一”—— 栎托夫 0 鹳数第一、年演出场次第一、年观众人次第一、年演出利润第一。公司以文化演艺、旅游景区、主题酒店等为主业，确立了“宋城”、“千古情”等品牌。 曲江文旅 西安曲江文化旅游股份有限公司是隶属于西安曲江新区管理委员会旗下西安曲江文化产业投资（集团）有限公司（全国文化企业30强）的国有控股上市公司。曲江文旅紧抓国家大力发展文化旅游产业的机遇，坚定实施“文化+”“旅游+”战略，立足西安，放眼全国，构建了文化旅游全产业链条集成运营发展平台，是涵盖文化旅游“策、规、投、建、营”于一体的中国文化旅游集成运营商。

陕西旅游 陕西旅游集团有限公司成立于1998年12月，是陕西省政府授权的国有资本投资和运营机构。作为引领陕西省文化旅游产业创新发展的先行者和践行者，核心业务包括旅游文化、旅游服务、旅游综合体、旅游科技、旅游投资和金融、体育产业等，涵盖股份公司、骏

景集团、睿景公司、延安公司、投资控股公司、唐城资产公司、中金旅公司、融景公司、陕体集团、实业集团十大板块，是国内品类最齐全、产业链条最完整、综合效应最凸显的旅游企业之一，也是全国最早成为联合国旅游组织（UN Tourism）附属成员的国有企业。截止2024年年底，累计接待游客3.5亿人次；集团下设全资、控股及参股二级、三级公司合计126家；集团全系统共有职工1万余人，资产总额超500亿元，公司主体信用评级为“AA+”。陕西旅游集团曾先后荣获“中国旅游产业影响力社会责任企业”“中国最具影响力旅游集团”“中国服务企业500强”“中国旅游集团20强”等荣誉。近年来，陕西旅游集团在省内已形成覆盖关中、陕北和陕南的“王”字型产业布局；在省外，依托文化演艺、索道产业两大核心竞争力已实现海南、广西、新疆、四川、山东等地业务布局。当前，集团拥有5A级景区华清宫、黄河壶口瀑布旅游区（陕西侧），4A级景区少华山、白鹿原影视城、中国·周原、诸葛古镇等十大景区；推出《长恨歌》《丝路之声》《延安保育院》《延安十三年》《12·12》《红色娘子军》《黑娃演义》等19台大型实景演艺；打造华山西峰索道、延川乾坤湾索道、少华山索道等6条景区客运索道；建设丝路风情城、金延安、三亚中央文化旅游区等3个大型文旅中心区，金旅城·四海唐人街、陕西国际体育之窗等2个文旅商综合体。

资料来源：企业官网，观研天下数据中心整理（WWTQ）

注：上述信息仅供参考，图表均为样式展示，具体数据、坐标轴与数据标签详见报告正文。个别图表由于行业特性可能会有出入，具体内容请联系客服确认，以报告正文为准。更多图表和内容详见报告正文。

观研报告网发布的《中国文化旅游区行业现状深度研究与发展前景分析报告（2026-2033年）》数据丰富，内容详实，整体图表数量达到130个以上，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，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，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。

行业报告是业内企业、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。观研天下是国内知名的行业信息咨询机构，拥有资深的专家团队，多年来已经为上万家企业单位、咨询机构、金融机构、行业协会、个人投资者等提供了专业的行业分析报告，客户涵盖了华为、中国石油、中国电信、中国建筑、惠普、迪士尼等国内外行业领先企业，并得到了客户的广泛认可。

## 目录大纲：

### 【第一部分 行业基本情况与监管】

#### 第一章 文化旅游区 行业基本情况介绍

##### 第一节 文化旅游区 行业发展情况概述

##### 一、文化旅游区 行业相关定义

##### 二、文化旅游区 特点分析

##### 三、文化旅游区 行业供需主体介绍

##### 四、文化旅游区 行业经营模式

##### 1、生产模式

##### 2、采购模式

##### 3、销售/服务模式

##### 第二节 中国文化旅游区 行业发展历程

##### 第三节 中国文化旅游区行业经济地位分析

#### 第二章 中国文化旅游区 行业监管分析

##### 第一节 中国文化旅游区 行业监管制度分析

##### 一、行业主要监管体制

##### 二、行业准入制度

##### 第二节 中国文化旅游区 行业政策法规

##### 一、行业主要政策法规

##### 二、主要行业标准分析

##### 第三节 国内监管与政策对文化旅游区 行业的影响分析

### 【第二部分 行业环境与全球市场】

#### 第三章中国文化旅游区 行业发展环境分析

##### 第一节 中国宏观经济发展现状

##### 第二节 中国对外贸易环境与影响分析

##### 第三节 中国文化旅游区 行业宏观环境分析（PEST模型）

##### 一、PEST模型概述

##### 二、政策环境影响分析

##### 三、经济环境影响分析

##### 四、社会环境影响分析

##### 五、技术环境影响分析

##### 第四节 中国文化旅游区 行业环境分析结论

第四章 全球文化旅游区	行业发展现状分析
第一节 全球文化旅游区	行业发展历程回顾
第二节 全球文化旅游区	行业规模分布
一、2021-2025年全球文化旅游区	行业规模
二、全球文化旅游区	行业市场区域分布
第三节 亚洲文化旅游区	行业地区市场分析
一、亚洲文化旅游区	行业市场现状分析
二、2021-2025年亚洲文化旅游区	行业市场规模与需求分析
三、亚洲文化旅游区	行业市场前景分析
第四节 北美文化旅游区	行业地区市场分析
一、北美文化旅游区	行业市场现状分析
二、2021-2025年北美文化旅游区	行业市场规模与需求分析
三、北美文化旅游区	行业市场前景分析
第五节 欧洲文化旅游区	行业地区市场分析
一、欧洲文化旅游区	行业市场现状分析
二、2021-2025年欧洲文化旅游区	行业市场规模与需求分析
三、欧洲文化旅游区	行业市场前景分析
第六节 2026-2033年全球文化旅游区	行业分布走势预测
第七节 2026-2033年全球文化旅游区	行业市场规模预测

### 【第三部分 国内现状与企业案例】

第五章 中国文化旅游区	行业运行情况
第一节 中国文化旅游区	行业发展介绍
一、文化旅游区行业发展特点分析	
二、文化旅游区行业技术现状与创新情况分析	
第二节 中国文化旅游区	行业市场规模分析
一、影响中国文化旅游区	行业市场规模的因素
二、2021-2025年中国文化旅游区	行业市场规模
三、中国文化旅游区行业市场规模数据解读	
第三节 中国文化旅游区	行业供应情况分析
一、2021-2025年中国文化旅游区	行业供应规模
二、中国文化旅游区	行业供应特点
第四节 中国文化旅游区	行业需求情况分析
一、2021-2025年中国文化旅游区	行业需求规模



二、中国文化旅游区 行业需求特点

第五节 中国文化旅游区 行业供需平衡分析

第六章 中国文化旅游区 行业经济指标与需求特点分析

第一节 中国文化旅游区 行业市场动态情况

第二节 文化旅游区 行业成本与价格分析

一、文化旅游区行业价格影响因素分析

二、文化旅游区行业成本结构分析

三、2021-2025年中国文化旅游区 行业价格现状分析

第三节 文化旅游区 行业盈利能力分析

一、文化旅游区 行业的盈利性分析

二、文化旅游区 行业附加值的提升空间分析

第四节 中国文化旅游区 行业消费市场特点分析

一、需求偏好

二、价格偏好

三、品牌偏好

四、其他偏好

第五节 中国文化旅游区 行业的经济周期分析

第七章 中国文化旅游区 行业产业链及细分市场分析

第一节 中国文化旅游区 行业产业链综述

一、产业链模型原理介绍

二、产业链运行机制

三、文化旅游区 行业产业链图解

第二节 中国文化旅游区 行业产业链环节分析

一、上游产业发展现状

二、上游产业对文化旅游区 行业的影响分析

三、下游产业发展现状

四、下游产业对文化旅游区 行业的影响分析

第三节 中国文化旅游区 行业细分市场分析

一、中国文化旅游区 行业细分市场结构划分

二、细分市场分析——市场1

1. 2021-2025年市场规模与现状分析

2. 2026-2033年市场规模与增速预测

三、细分市场分析——市场2

1.2021-2025年市场规模与现状分析

2. 2026-2033年市场规模与增速预测

（细分市场划分详情请咨询观研天下客服）

第八章 中国文化旅游区	行业市场竞争分析
第一节 中国文化旅游区	行业竞争现状分析
一、中国文化旅游区	行业竞争格局分析
二、中国文化旅游区	行业主要品牌分析
第二节 中国文化旅游区	行业集中度分析
一、中国文化旅游区	行业市场集中度影响因素分析
二、中国文化旅游区	行业市场集中度分析
第三节 中国文化旅游区	行业竞争特征分析
一、企业区域分布特征	
二、企业规模分布特征	
三、企业所有制分布特征	
第四节 中国文化旅游区	行业竞争结构分析（波特五力模型）
一、波特五力模型原理	
二、供应商议价能力	
三、购买者议价能力	
四、新进入者威胁	
五、替代品威胁	
六、同业竞争程度	
七、波特五力模型分析结论	

第九章 中国文化旅游区	行业所属行业运行数据监测
第一节 中国文化旅游区	行业所属行业总体规模分析
一、企业数量结构分析	
二、行业资产规模分析	
第二节 中国文化旅游区	行业所属行业产销与费用分析
一、流动资产	
二、销售收入分析	
三、负债分析	
四、利润规模分析	
五、产值分析	
第三节 中国文化旅游区	行业所属行业财务指标分析

- 一、行业盈利能力分析
- 二、行业偿债能力分析
- 三、行业营运能力分析
- 四、行业发展能力分析

## 第十章 中国文化旅游区 行业区域市场现状分析

### 第一节 中国文化旅游区 行业区域市场规模分析

- 一、影响文化旅游区 行业区域市场分布的因素
- 二、中国文化旅游区 行业区域市场分布

### 第二节 中国华东地区文化旅游区 行业市场分析

- 一、华东地区概述
- 二、华东地区经济环境分析
- 三、华东地区文化旅游区 行业市场分析
  - 1、2021-2025年华东地区文化旅游区 行业市场规模
  - 2、华东地区文化旅游区 行业市场现状
  - 3、2026-2033年华东地区文化旅游区 行业市场规模预测

### 第三节 华中地区市场分析

- 一、华中地区概述
- 二、华中地区经济环境分析
- 三、华中地区文化旅游区 行业市场分析
  - 1、2021-2025年华中地区文化旅游区 行业市场规模
  - 2、华中地区文化旅游区 行业市场现状
  - 3、2026-2033年华中地区文化旅游区 行业市场规模预测

### 第四节 华南地区市场分析

- 一、华南地区概述
- 二、华南地区经济环境分析
- 三、华南地区文化旅游区 行业市场分析
  - 1、2021-2025年华南地区文化旅游区 行业市场规模
  - 2、华南地区文化旅游区 行业市场现状
  - 3、2026-2033年华南地区文化旅游区 行业市场规模预测

### 第五节 华北地区市场分析

- 一、华北地区概述
- 二、华北地区经济环境分析
- 三、华北地区文化旅游区 行业市场分析
  - 1、2021-2025年华北地区文化旅游区 行业市场规模

2、华北地区文化旅游区            行业市场现状

3、2026-2033年华北地区文化旅游区            行业市场规模预测

第六节 东北地区市场分析

一、东北地区概述

二、东北地区经济环境分析

三、东北地区文化旅游区            行业市场分析

1、2021-2025年东北地区文化旅游区            行业市场规模

2、东北地区文化旅游区            行业市场现状

3、2026-2033年东北地区文化旅游区            行业市场规模预测

第七节 西南地区市场分析

一、西南地区概述

二、西南地区经济环境分析

三、西南地区文化旅游区            行业市场分析

1、2021-2025年西南地区文化旅游区            行业市场规模

2、西南地区文化旅游区            行业市场现状

3、2026-2033年西南地区文化旅游区            行业市场规模预测

第八节 西北地区市场分析

一、西北地区概述

二、西北地区经济环境分析

三、西北地区文化旅游区            行业市场分析

1、2021-2025年西北地区文化旅游区            行业市场规模

2、西北地区文化旅游区            行业市场现状

3、2026-2033年西北地区文化旅游区            行业市场规模预测

第九节 2026-2033年中国文化旅游区            行业市场规模区域分布预测

第十一章 文化旅游区            行业企业分析（企业名单请咨询观研天下客服）

第一节 企业1

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

1、主要经济指标情况

2、企业盈利能力分析

3、企业偿债能力分析

4、企业运营能力分析

5、企业成长能力分析

## 四、公司优势分析

### 第二节 企业2

### 第三节 企业3

### 第四节 企业4

### 第五节 企业5

### 第六节 企业6

### 第七节 企业7

### 第八节 企业8

### 第九节 企业9

### 第十节 企业10

## 【第四部分 行业趋势、总结与策略】

## 第十二章 中国文化旅游区 行业发展前景分析与预测

### 第一节 中国文化旅游区 行业未来发展趋势预测

### 第二节 2026-2033年中国文化旅游区 行业投资增速预测

### 第三节 2026-2033年中国文化旅游区 行业规模与供需预测

#### 一、2026-2033年中国文化旅游区 行业市场规模与增速预测

#### 二、2026-2033年中国文化旅游区 行业产值规模与增速预测

#### 三、2026-2033年中国文化旅游区 行业供需情况预测

### 第四节 2026-2033年中国文化旅游区 行业成本与价格预测

#### 一、2026-2033年中国文化旅游区 行业成本走势预测

#### 二、2026-2033年中国文化旅游区 行业价格走势预测

### 第五节 2026-2033年中国文化旅游区 行业盈利走势预测

### 第六节 2026-2033年中国文化旅游区 行业需求偏好预测

## 第十三章 中国文化旅游区 行业研究总结

### 第一节 观研天下中国文化旅游区 行业投资机会分析

#### 一、未来文化旅游区 行业国内市场机会

#### 二、未来文化旅游区行业海外市场机会

### 第二节 中国文化旅游区 行业生命周期分析

### 第三节 中国文化旅游区 行业SWOT分析

#### 一、SWOT模型概述

#### 二、行业优势

#### 三、行业劣势

#### 四、行业机会

五、行业威胁

六、中国文化旅游区 行业SWOT分析结论

第四节 中国文化旅游区 行业进入壁垒与应对策略

第五节 中国文化旅游区 行业存在的问题与解决策略

第六节 观研天下中国文化旅游区 行业投资价值结论

第十四章 中国文化旅游区 行业风险及投资策略建议

第一节 中国文化旅游区 行业进入策略分析

一、目标客户群体

二、细分市场选择

三、区域市场的选择

第二节 中国文化旅游区 行业风险分析

一、文化旅游区 行业宏观环境风险

二、文化旅游区 行业技术风险

三、文化旅游区 行业竞争风险

四、文化旅游区 行业其他风险

五、文化旅游区 行业风险应对策略

第三节 文化旅游区 行业品牌营销策略分析

一、文化旅游区 行业产品策略

二、文化旅游区 行业定价策略

三、文化旅游区 行业渠道策略

四、文化旅游区 行业推广策略

第四节 观研天下分析师投资建议

详细请访问：<https://www.chinabaogao.com/baogao/202512/773585.html>