

# 2017-2022年中国影视旅游市场运营态势及投资策略 略研究报告

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《2017-2022年中国影视旅游市场运营态势及投资策略研究报告》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/yingshidongman/289437289437.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

影视作品，其自然风景、人文景观、故事情节、演员等均能给观众留下深刻印象和心灵的震撼，可以诱发观众到访影视作品拍摄地(即影视外景地)，这种旅游称为影视旅游。影视旅游是在影视业发展到一定阶段后的产物。1895年12月28日，近代电影在法国诞生。1955年，美国电影动画大师沃尔特迪斯尼以其丰富的想象创造了公认为是现代第一座主题公园的迪斯尼乐园。迪斯尼游乐园将以往制作动画电影所运用的色彩、魔幻、刺激、娱乐和游乐园的特性相融合，使游乐形态以一种戏剧性、舞台化的方式表现出来，用主题情节暗示和贯穿各个游乐项目，使游客很容易进入角色，从而极大地改进了传统的游乐方式。而影视旅游的起源是与主题公园的兴起相关的。早期的主题公园是从游乐园(Amusementpark)演变而来的，主要是以游乐为目标而模拟建成的景观。它能满足人们多层次的需求，集参与性、观赏性、娱乐性于一体，是开展影视旅游的基础和条件。

国际影视旅游正式开始于1963年，其标志是环球影城系列的第一个主题公园好莱坞影城的建成。环球影城是世界上规模最大的围绕电影拍摄场景建立的主题娱乐公园。其中，根据著名影片《侏罗纪公园》、《木乃伊》、《怪物史莱克》和《终结者》等推出的模拟场景也是目前影城中客流量最大的游览项目。至2004年，全球共有环球影城主题公园5个，其中日本和西班牙各1个，美国3个，最初都是拍摄场所，后来都逐渐成为了以好莱坞出品、全球风靡的热门影视作品为主题的游乐园。

图：旅游的产业化 资料来源：公开资料，中国报告网整理

### 一、国际外景地影视旅游的发展现状

影视大片的播放而带来的片场之旅、外景地之旅成为国际旅游上的一类新的旅游产品。据《每日邮报》2005年8月9日报道，由英国哈利法克斯旅游保险公司新近进行的调查发现，在电影《指环王》大获成功后，新西兰已经成为这股外景地旅游热中受益最多的国家。

其它几个因为电影的影响而大受追捧的旅游目的地包括：在《哈利波特》系列影片中多次出现的位于英国诺森伯兰郡的安尼克城堡；电影《日历女孩》中的约克郡河谷；《海滩》中的泰国风光以及《科雷利上尉的曼陀林》中的希腊凯法劳尼亚岛。而韩国的影视产业作为文化产业中的重要组成部分，在新的政策的扶植下得到了飞速的发展。大量的资金投入，保证了韩剧的高质量制作水准。韩剧拍摄地点的选取十分讲究，这不仅是为了剧情的需要，更是把旅游业与影视产业结合在一起的一种商业策略。《蓝色生死恋》的拍摄就选在风景优美的束草。剧中俊熙和恩熙骑车嬉戏的田间和他们生离死别的海边，给每个观众留下了深刻的记忆。因此《蓝色生死恋》在中国大陆和港台地区热播以后，掀起了一阵韩国旅行热。韩国

方面特意开出“去束草，觅爱情”的专线，让游客参观《蓝色生死恋》的拍摄地，再次重温观看电视剧时的感动。束草也因此被更多人所熟知，成为了热门的旅游景点。韩国观光中还有许多是针对韩剧拍摄地点而设计的。例如：《情定大饭店》让华克山庄扬名海外，《冬季恋歌》及《All In》也分别为江原道及济州岛声名远扬，《大长今》《明成皇后》等剧吸引无数旅游者，为韩国带来了近十亿韩币的观光收益。

## 二、我国影视旅游的发展

1896年，在上海徐园内的“又一村”，国内第一次放映电影。1906年，北京丰泰照相馆拍摄了戏曲片《定军山》，标志了中国国产电影的开始。而中国影视旅游的产生，以影视城的建设作为标志。

1987年，中国最早规划建设的影视拍摄基地于无锡太湖之滨落成，这标志着中国影视旅游的正式兴起。1987-1997年，该基地得到不断完善，20多年来，无锡中视影视城已有200多部影视剧在此拍摄。随着《三国演义》、《唐明皇》、《武则天》、《水浒传》等历史名剧的热播，数以百万计的中外游客纷纷前来观光。它不仅仅是我国规模最宏大的影视创作基地之一，而且已成为最有名的影视旅游地之一。太湖基地的影视拍摄与影视旅游，不仅促进了地方经济的发展，丰富了江南名城无锡的文化内涵；而且因其保持了影视文化与江南人文风情的结合，影视创作与特色旅游的结合，使得影视旅游和无锡地方旅游业得到了充分的发展。2001年大力发展文化产业被纳入全国“十五”规划纲要，使得具有鲜明文化产业特征的“影视基地”再度成为人们关注的焦点。随后，文化产业对民资外资的逐步开放更是极大刺激了资本积蓄已久的投资热情，直接引发了影视基地新一轮投建热潮。国内兴起了投资建设影视城的热潮，先后有30多家影视城投资兴建落成，如广东南海影视城、山东威海影视城、河北涿州影视城，横店影视城等。其中横店影视城已成为首批国家AAAA级旅游区，年接待游客达160万人次。作为新兴的产业，中国影视旅游历经20年的探索与发展，影视旅游逐渐形成了“以影视基地（影视城）为依托、以影视文化为内涵、以旅游观光为形态、以休闲娱乐为目的”的具有独特运营模式、完整上下游产业链的跨行业、复合型的新型产业。进入21世纪，中国的影视旅游更是发展势头迅猛——市场培育不断成熟，赢利能力不断提高，产业规模不断扩大，业态模式渐趋清晰。20年的苦尽甘来，影视旅游人的不懈努力，终成影视旅游作为朝阳产业的日新月异、蓬勃发展。

## 三、影视作品促进旅游的原因

在旅游界，往往用求知、猎奇、审美、休闲、娱乐、健康、寻根、访友、解压等等原因来解释旅游动机的形成。这些因素可能是人们旅游行为的直接目的，但并不是人们旅游活

动的深层动机。旅游资源正是通过需要这个心理机制来激发人们旅游动机的。随着经济的发展和居民生活水平的不断提高，人类的精神文化需求已经发生了很大的变化。快节奏使人们的生活变得忙碌，压力增大。在流行文化中，影视剧具有社会娱乐功能。作为传播媒介的一种形式，它具有受众数量庞大、视听兼备等特点，已经成为人们获得信息和满足精神生活的重要媒介之一。影视剧在传播某种文化的同时，往往还把那种文化所依托的当地的自然资源和人文资源加以推介，给潜在的旅游者树立了有别于旅游宣传册的、更加真实直观的印象，从而促进了当地旅游业的发展。影视旅游是一种主题化的旅游模式，影视基地抓住了游客对旅游地的选择是基于对娱乐、实现梦想及其参与的愿望，影视拍摄能让游客通过亲眼目睹、亲身体验，最大限度地实现游客对影视作品所描述的融合，很好地成全了游客的心理诉求，在国外普遍称为“影视引致旅游”。影视旅游具有不同于其它旅游的形式和特征，归纳下大体有八种形式：

- 1.以受影视作品影响而发生的旅游为主，外景拍摄地本身就是一个吸引物，足以吸引游客来旅游，例如天津滨海新区《蓝色生死恋》；
- 2.影视旅游作为大型节日活动的一部分，例如上海国际电影节；
- 3.影视旅游朝圣，参观影视作品中的地点以示对作品的敬意，例如《庐山恋》、《红河谷》等；
- 4.名人影视旅游，例如《乔家大院》；
- 5.怀旧影视旅游，例如《末代皇帝》的紫禁城；
- 6.人造影视旅游吸引物，例如《西游记》和《红楼梦》；
- 7.影视路线游，例如《大长今》；
- 8.在特定的外景地的、有引导的路线游，例如《指环王3:王者归来》。

总之，影视旅游是影视和旅游交叉的产物，二者互相嫁接而形成，可以实现优势互补，共同发展，由此产生巨大的经济效益和社会效益。美国的好莱坞、我国的无锡和横店影视基地都是发展影视旅游的成功典范。

中国报告网发布的《2017-2022年中国影视旅游市场运营态势及投资策略研究报告》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。

目录：

## 第一章影视旅游相关概述

### 1.1文化旅游相关内容

#### 1.1.1文化旅游内涵

#### 1.1.2文化旅游类型

#### 1.1.3文化旅游核心价值

### 1.2影视旅游简述

#### 1.2.1影视旅游概念

#### 1.2.2影视旅游特征

#### 1.2.3影视旅游类型

#### 1.2.4影视旅游形成原因

### 1.3影视旅游综合效益

#### 1.3.1带动相关设施发展

#### 1.3.2改善地方旅游交通

#### 1.3.3提供更多就业机会

#### 1.3.4优化地方产业结构

## 第二章中国文化旅游业发展状况剖析

### 2.1中国文化旅游业发展现状

#### 2.1.1市场逐渐成型

#### 2.1.2产业融合发展

#### 2.1.3行业并购重组

#### 2.1.4行业投资动态

#### 2.1.5重点文化旅游项目

### 2.2中国文化旅游创意园区运营状况

#### 2.2.1园区发展概述

#### 2.2.2园区逐渐兴起

#### 2.2.3园区开发模式

#### 2.2.4园区建设动态

#### 2.2.5园区发展战略

### 2.3中国文化旅游业营销运作形式

- 2.3.1行业营销的运作基础
- 2.3.2文化包装与产品设计
- 2.3.3文化传播与广告促销
- 2.3.4文化体验与旅游品牌
- 2.4中国文化旅游业发展存在的问题
  - 2.4.1文化旅游业面临的开发难题
  - 2.4.2文化旅游业运营存在的挑战
  - 2.4.3产品开发面临的文化矛盾
  - 2.4.4传统文化景区发展的尴尬局面
- 2.5中国文化旅游业发展的对策分析
  - 2.5.1充分挖掘旅游文化内涵
  - 2.5.2文化旅游产业开发策略
  - 2.5.3文化旅游产业融合发展战略
  - 2.5.4文化旅游产业集团发展路径

### 第三章国际影视旅游行业分析及经验借鉴

- 3.1国外影视旅游行业发展综述
  - 3.1.1行业发展历程
  - 3.1.2行业盈利模式
  - 3.1.3产业链分析
- 3.2美国
  - 3.2.1发展概况
  - 3.2.2表现形式
  - 3.2.3主题公园发展
  - 3.2.4案例借鉴分析
- 3.3韩国
  - 3.3.1发展概况
  - 3.3.2运作模式
  - 3.3.3成功经验
  - 3.3.4案例借鉴分析
- 3.4其他国家
  - 3.4.1日本
  - 3.4.2法国
  - 3.4.3加拿大

## 第四章中国影视旅游行业发展环境分析

### 4.1政策环境

#### 4.1.1旅游业相关政策支持

#### 4.1.2旅游业国家标准颁布

#### 4.1.3重视旅游业产业地位

#### 4.1.4文化旅游融合相关政策

### 4.2经济环境

#### 4.2.1国民经济发展态势

#### 4.2.2城乡居民收入水平

#### 4.2.3社会消费品零售总额

#### 4.2.4宏观经济发展走势

### 4.3社会环境

#### 4.3.1人口数量规模

#### 4.3.2民众休闲需求

#### 4.3.3旅游消费提高

#### 4.3.4人均出游率上升

## 第五章中国影视旅游行业发展全方位透析

### 5.1中国影视旅游行业发展综述

#### 5.1.1行业发展起源

#### 5.1.2行业发展阶段

#### 5.1.3经济社会效益

#### 5.1.4行业发展机遇

### 5.2中国影视旅游行业运行状况

#### 5.2.1行业运行机制分析

#### 5.2.2影视带动旅游效应

#### 5.2.3行业IP时代的到来

#### 5.2.4企业市场布局

### 5.3中国影视旅游业发展的五力模型分析

#### 5.3.1潜在进入者

#### 5.3.2现有竞争程度

#### 5.3.3替代产品压力

#### 5.3.4供方议价能力

#### 5.3.5买方议价能力

### 5.4中国影视旅游行业发展问题剖析

5.4.1行业生命周期短

5.4.2行业的运营障碍

5.4.3开发中存在的阻碍

5.4.4影视作品的消极影响

5.5中国影视旅游行业发展对策分析

5.5.1加快行业发展的措施

5.5.2市场经营主要路径

5.5.3品牌塑造与推广策略

5.5.4民族旅游业相结合策略

5.5.5延伸影视旅游产业链

第六章中国影视旅游市场营销分析

6.1中国影视旅游地市场推广方式

6.1.1开发影视主题公园

6.1.2策划影视旅游节日活动

6.1.3影视旅游目的地推广

6.1.4强化行业品牌建设

6.2中国影视旅游产品的新型营销模式

6.2.1影视主题目的地旅游

6.2.2影视与旅游联合营销

6.2.3专业化城市营销模式

6.2.4影视置入式旅游广告

6.3中国影视旅游的促销策略

6.3.1广告促销

6.3.2活动促销

6.3.3公关促销

6.3.4有形展示

6.4中国影视旅游行业的主要传播媒介

6.4.1动漫传播

6.4.2时尚杂志传播

6.4.3电视传播

6.4.4网络传播

第七章中国影视旅游产品生命周期研究

7.1中国影视旅游产品生命周期类型

- 7.1.1 影视景点旅游产品生命周期
- 7.1.2 影视城市旅游产品生命周期
- 7.1.3 影视节庆旅游产品生命周期
- 7.1.4 影视基地旅游产品生命周期
- 7.2 中国影视旅游产品生命周期演变的阶段特征
  - 7.2.1 影视景点旅游产品生命周期的阶段特征
  - 7.2.2 影视城市旅游产品生命周期的阶段特征
  - 7.2.3 影视节庆旅游产品生命周期的阶段特征
  - 7.2.4 影视基地旅游产品生命周期的阶段特征
- 7.3 中国影视旅游产品生命周期演变的影响因素
  - 7.3.1 产品吸引力
  - 7.3.2 市场容量
  - 7.3.3 市场环境

## 第八章 中国影视城运作分析

### 8.1 中国影视城综合状况

- (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

### 8.2 横店影视城

- (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

### 8.3 无锡影视城

- (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

### 8.4 焦作影视城

- (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

## 8.5象山影视城

- (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

## 8.6其他影视城

### 8.6.1上海影视乐园

### 8.6.2长影世纪城

### 8.6.3涿州影视城

### 8.6.4北普陀影视城

## 第九章中国重点区域影视旅游运营现状分析

### 9.1浙江省

#### 9.1.1建设影视旅游项目

#### 9.1.2打造电影拍摄基地

#### 9.1.3无锡打造影视旅游产业

#### 9.1.4宁波市影视旅游业发展

### 9.2海南省

#### 9.2.1资源状况

#### 9.2.2行业快速发展

#### 9.2.3行业发展思路

#### 9.2.4探索发展新模式

### 9.3江西省

#### 9.3.1行业发展历程

#### 9.3.2行业发展状况

#### 9.3.3行业发展优势

#### 9.3.4发展面临困境

#### 9.3.5行业发展对策

### 9.4山东省

#### 9.4.1水浒影视城发展状况

#### 9.4.2组建影视旅游产业联盟

#### 9.4.3青岛影视旅游资源条件

#### 9.4.4中龙影视文化产业园项目

### 9.5山西省

#### 9.5.1开发状况

#### 9.5.2资源潜力

#### 9.5.3存在的问题

#### 9.5.4发展对策建议

### 9.6陕西省

#### 9.6.1行业发展状况

#### 9.6.2重视行业升级发展

#### 9.6.3发展存在的问题

#### 9.6.4行业发展建议

### 9.7云南省

#### 9.7.1发展定位

#### 9.7.2产品状况

#### 9.7.3资源条件

#### 9.7.4存在问题

#### 9.7.5发展策略

### 9.8贵州省

#### 9.8.1区域资源状况

#### 9.8.2产品营销策略

#### 9.8.3发展存在的问题

#### 9.8.4影视旅游开发策略

### 9.9其他地区

#### 9.9.1四川省

#### 9.9.2安徽省

#### 9.9.3北京市

#### 9.9.4天津市

#### 9.9.5上海市

#### 9.9.6重庆市

#### 9.9.7长沙市

## 第十章中国影视旅游标杆企业经营状况分析

### 10.1北京众信国际旅行社股份有限公司

#### (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

### 10.2中国国旅股份有限公司

- (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

#### 10.3 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

#### 10.4 海航凯撒旅游集团股份有限公司

- (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

#### 10.5 景域国际旅游运营集团

- (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

### 第十一章 中国影视旅游行业投资分析及前景趋势

#### 11.1 中国影视旅游行业投资状况

##### 11.1.1 影视巨头的介入投资

##### 11.1.2 影视基地投资情况

##### 11.1.3 影视旅游蕴含的商机

#### 11.2 中国影视旅游行业发展前景及趋势

##### 11.2.1 行业发展趋势

##### 11.2.2 行业发展方向

##### 11.2.3 行业发展前景

#### 11.3 对影视旅游行业发展预测分析

##### 11.3.1 对中国影视旅游行业发展因素分析

##### 11.3.2 对影视旅游行业规模预测

#### 图表目录

图表万达文化旅游项目情况

图表华侨城集团文化旅游项目情况

图表宋城股份文化旅游项目情况

图表新华联文化旅游项目情况

图表中坤集团文化旅游项目情况

图表文化旅游创意产业园区开发的主流模式介绍

图表影视旅游产业链

图表旅游业相关政策概要

图表国内生产总值增长速度

图表规模以上工业增加值增速

图表固定资产投资（不含农户）及房地产开发投资名义增速

图表工业生产者出厂价格涨跌情况

图表社会消费品零售总额分月同比增长速度

图表中国人口数量规模

图表年末中国人口结构

图表影视旅游发展的运行机制

图表影视旅游发展的动力机制

图表各种广告媒体及其优缺点比较

（ GYZJY ）

图表详见正文

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，请放心查阅。

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/yingshidongman/289437289437.html>