

2024-2029年中国文化旅游行业全景调研与投资风险预测报告

报告简介

文化旅游泛指以鉴赏异国异地传统文化、追寻文化名人遗踪或参加当地举办的各种文化活动为目的的旅游。寻求文化享受已成为当前旅游者的一种风尚。文化旅游产业是一种特殊的综合性产业，因其关联度高、涉及面广、辐射力强、带动性大而成为二十一世纪经济社会发展中最具活力的新兴产业。

近几年来，我国旅游行业持续迎来政策利好，人民生活水平的提高也为旅游业发展提供持续动力。2018年，国内旅游人数55.39亿人次，比上年同期增长10.8%；全年实现旅游总收入5.97万亿元，同比增长10.5%。2019年，旅游经济继续保持高于GDP增速的较快增长。国内旅游市场和出境旅游市场稳步增长，入境旅游市场基础更加稳固。2019年，国内旅游人数60.06亿人次，比上年同期增长8.4%；全年实现旅游总收入6.63万亿元，同比增长11%。旅游业对GDP的综合贡献为10.94万亿元，占GDP总量的11.05%。旅游直接就业2825万人，旅游直接和间接就业7987万人，占全国就业总人口的10.31%。2020年12月31日，国家统计局发布公告显示，经核算，2019年全国旅游及相关产业增加值为44989亿元，占国内生产总值(GDP)比重为4.56%，比2018年提高0.05个百分点。2021年2月18日，文化和旅游部公布数据显示，受新型冠状病毒肺炎疫情影响，2020年度国内旅游人数28.79亿人次，比上年同期减少30.22亿人次，下降52.1%。国内旅游收入2.23万亿元，比上年同期减少3.50万亿元，下降61.1%。

为推进文化和旅游规划工作科学化、规范化、制度化，充分发挥规划在文化和旅游发展中的重要作用，结合文化和旅游工作实际，文化和旅游部制定了《文化和旅游规划管理办法》，并于2019年6月印发实施。

《办法》旨在推进文化和旅游规划体系有机融合，更好实现统一、规范、有序的工作目标。2019年8月23日，国务院办公厅印发《关于进一步激发文化和旅游消费潜力的意见》(以下简称《意见》)。《意见》指出，要以习近平新时代中国特色社会主义思想为指导，顺应文化和旅游消费提质转型升级新趋势，深化文化和旅游领域供给侧结构性改革，提升文化和旅游消费质量水平，不断激发文化和旅游消费潜力，以高质量文化和旅游供给增强人民群众的获得感、幸福感。2020年10月23日，文化和旅游部、国家发展改革委等三部门联合印发《关于开展文化和旅游消费试点示范工作的通知》明确，自2020年起，在全国范围内分批次确定若干试点城市，在此基础上，综合考虑不同规模和类型城市的示范性，择优确定示范城市。推动试点城市、示范城市纳入多层次消费中心培育建设。到2022年，建设100个试点城市、30个示范城市。

当前，中国的旅游业正在慢慢转型，文化与旅游结合的需求越来越明显。全国各地文化旅游业发展如火如荼。各地充分挖掘自身文化旅游的优秀资源，提供更丰富的、多样化的、更富趣味性的旅游产品。文化与旅游行业的结合能够有效挖掘和保护文化内涵，另一方面文化创意提升了文化旅游价值，进一步带动旅游产业的发展。

疫情之下，经济社会各方面都受到了冲击和影响，其中，旅游业是受创最严重的行业之一。当前，我国进入抗击疫情与稳定经济双线作战的关键时期，疫情对文旅产业发展产生全方位冲击，疫情结束后旅游业振兴是一项复杂的系统工程，需要提前研究谋划，也需要国家层面统筹引导推动。疫情加速了旅游业转向高质量发展的步伐，中国游客已经不满足于陈旧的场景和传统服务，在新的发展环境下，旅游业需要快速积累并精细运营线上资产，借助科技创新和文化发展的力量，实现跨越式成长。2020年3月13日，经国务院同意，国家发展改革委、文化旅游部等23个部门联合印发了《关于促进消费扩容提质加快形成强大国内市

场的实施意见》。文旅等聚集性消费是此次疫情冲击最为严重的领域，在疫情结束后帮助文化产业和旅游产业有效应对疫情、渡过难关、有序恢复营业，十分重要。《实施意见》主要从丰富特色文化旅游产品、改善入境旅游与购物环境、创新文化旅游宣传推广模式三个方面发力。主要包括构建文旅多产业多领域融合互通的休闲消费体系;发展集合多种业态的消费集聚区;规范演出票务市场;鼓励地方运用手机APP等方式整合旅游产品、优化服务环境;提升智慧景区服务水平;优化购物离境退税服务及退税操作流程;编制前瞻性入境旅游营销战略规划等。

21世纪中国旅游的方向直指文化旅游，文化旅游产品以其丰富的文化内涵、相当的发展规模和精深的人文底蕴独占鳌头，成为最具竞争力的优势产品。

本研究咨询报告由北京中道泰和信息咨询有限公司领衔撰写，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、中国工信部、全国商业信息中心、中国经济景气监测中心、51行业报告网、国内外相关报刊杂志的基础信息以及文化旅游相关专业研究单位等公布和提供的大量资料，对我国文化旅游的行业现状、市场各类经营指标的情况、重点企业状况、产业链上下游发展情况等内容进行详细的阐述和深入的分析，着重对文化旅游市场的发展进行详尽深入的分析，并根据市场的政策经济发展环境对市场潜在的风险和防范建议进行分析。最后提出研究者对文化旅游市场的研究观点，以供投资决策者参考。

报告目录

第一部分 行业运行环境

第一章 文化旅游行业发展概述

第一节 文化旅游行业概述

一、行业的内涵与定义

三、行业的特征及价值

四、行业的产生背景

五、行业的发展历程

六、行业在国民经济中的地位

第二节 文化旅游行业经济指标分析

一、行业赢利性

二、行业成长速度

三、行业附加值的提升空间

四、行业进入壁垒/退出机制

五、行业风险性

六、行业行业周期

七、行业竞争激烈程度指标

八、行业及其主要子行业成熟度分析

第二章 文化旅游行业产业链分析

第一节 文化旅游行业产业链结构分析

第二节 文化旅游行业上游分析

一、文化旅游行业上游发展状况

二、文化旅游行业上游发展特点

三、上游对文化旅游行业发展影响分析

第三节 文化旅游行业下游分析

一、文化旅游行业下游发展状况

二、文化旅游行业下游发展特点

三、文化旅游行业下游需求规模

四、下游对文化旅游行业发展影响分析

第四节 文化旅游产业链发展趋势分析

一、文化旅游行业上游发展趋势

二、文化旅游行业下游发展趋势

第三章 文化旅游行业发展环境分析 (pest)

第一节 文化旅游行业政策环境分析(p)

一、文化旅游行业的管理体制

二、文化旅游行业发展规划解读

三、文化旅游行业相关政策分析

四、政策环境对行业的影响分析

第二节 文化旅游行业经济环境分析(e)

一、国际宏观经济环境分析

1、国际宏观经济现状

2、国际宏观经济预测

二、国内宏观经济环境分析

1、gdp增长情况分析

2、工业经济增长分析

3、固定资产投资情况

4、社会消费品零售总额

5、进出口总额及其增长

三、政策环境对行业的影响分析

第三节 文化旅游行业社会环境分析(s)

一、文化旅游行业社会环境总体分析

二、文化旅游行业社会环境现状分析

三、社会环境对行业的影响分析

第四节 文化旅游行业技术环境分析(t)

一、文化旅游技术发展现状

二、文化旅游技术发展趋势

三、技术环境对行业影响分析

第二部分 行业深度分析

第四章 全球文化旅游行业发展状况分析

第一节 全球文化旅游行业的发展概况

一、全球文化旅游行业发展状况分析

二、全球文化旅游行业竞争特点分析

三、全球文化旅游行业发展趋势分析

第二节 全球文化旅游市场的需求分析

一、全球文化旅游市场需求特点

二、全球文化旅游市场需求结构

三、全球文化旅游市场需求规模

四、全球文化旅游市场需求区域

第三节 全球主要国家文化旅游产业发展分析

一、澳大利亚文化旅游产业发展分析

1、澳大利亚文化旅游行业发展概况

2、澳大利亚文化旅游市场结构分析

3、澳大利亚文化旅游行业发展前景预测

二、日本文化旅游产业发展分析

1、日本文化旅游行业发展概况

2、日本文化旅游市场结构分析

3、日本文化旅游行业发展前景预测

三、欧洲文化旅游产业发展分析

1、欧洲文化旅游行业发展概况

2、欧洲文化旅游市场结构分析

3、欧洲文化旅游行业发展前景预测

第四节 全球主要国家文化旅游行业发展经验借鉴

一、全球主要国家文化旅游政策经验借鉴

二、全球主要国家文化旅游管理经验借鉴

三、全球主要国家文化旅游技术经验借鉴

第五章 中国文化旅游行业发展状况分析

第一节 文化旅游行业生产状况分析

一、文化旅游行业发展现状

二、文化旅游行业发展特点

三、文化旅游行业市场规模

第二节 文化旅游行业经营情况分析

一、文化旅游行业经营效益分析

二、文化旅游行业盈利能力分析

三、文化旅游行业运营能力分析

四、文化旅游行业偿债能力分析

五、文化旅游行业发展能力分析

第三节 文化旅游行业需求情况分析

一、文化旅游行业市场需求规模

二、文化旅游行业细分市场规模

三、文化旅游行业市场集中度分析

四、文化旅游行业市场供需格局

第四节 文化旅游行业市场规模情况分析

一、2019-2023年文化旅游行业企业规模

二、2019-2023年文化旅游行业人员规模

三、2019-2023年文化旅游行业资产规模

四、2019-2023年文化旅游行业市场规模

第五节 文化旅游行业区域市场发展情况分析

一、2019-2023年文化旅游行业山东省市场发展情况分析

二、2019-2023年文化旅游行业河南省市场发展情况分析

三、2019-2023年文化旅游行业湖北省市场发展情况分析

四、2019-2023年文化旅游行业湖南省市场发展情况分析

五、2019-2023年文化旅游行业四川省市场发展情况分析

六、2019-2023年文化旅游行业云南省市场发展情况分析

第六节 文化旅游行业发展存在的问题及对策分析

一、文化旅游行业存在问题分析

二、文化旅游行业发展制约因素

三、文化旅游行业发展对策分析

第六章 中国文化旅游行业细分市场发展状况分析

第一节 民族文化旅游市场发展状况分析

一、民族文化旅游市场发展现状分析

二、民族文化旅游市场发展格局分析

三、民族文化旅游市场发展规模分析

四、民族文化旅游市场需求规模分析

五、民族文化旅游市场发展对茶市场影响分析

第二节 红色旅游市场发展状况分析

一、红色旅游市场发展现状分析

二、红色旅游市场发展格局分析

三、红色旅游市场发展规模分析

四、红色旅游市场需求规模分析

五、红色旅游市场发展对茶市场影响分析

第三节 影视旅游市场发展状况分析

一、影视旅游市场发展现状分析

二、影视旅游市场发展格局分析

三、影视旅游市场发展规模分析

四、影视旅游市场需求规模分析

五、影视旅游市场发展对茶市场影响分析

第三部分 行业竞争格局

第七章 文化旅游行业市场竞争状况分析

第一节 文化旅游行业总体市场竞争状况分析

一、文化旅游行业竞争结构分析

1、现有企业间竞争

2、潜在进入者分析

3、替代品威胁分析

4、供应商议价能力

5、客户议价能力

6、竞争结构特点总结

二、文化旅游行业企业间竞争格局分析

1、不同地域企业竞争格局

2、不同规模企业竞争格局

3、不同所有制企业竞争格局

三、文化旅游行业集中度分析

1、市场集中度分析

2、企业集中度分析

3、区域集中度分析

4、各子行业集中度

5、集中度变化趋势

第二节 文化旅游行业竞争格局综述

一、文化旅游行业竞争概况

1、文化旅游行业品牌竞争格局

2、文化旅游业未来竞争格局和特点

3、文化旅游市场进入及竞争对手分析

二、文化旅游行业主要企业竞争力分析

1、重点企业资产总计对比分析

2、重点企业从业人员对比分析

3、重点企业营业收入对比分析

4、重点企业利润总额对比分析

5、重点企业综合竞争力对比分析

第三节 文化旅游行业swot分析

一、行业优势分析

二、行业劣势分析

三、行业机会分析

四、行业威胁分析

第四节 文化旅游企业竞争策略分析

一、提高文化旅游企业核心竞争力的对策

二、影响文化旅游企业核心竞争力的因素及提升途径

三、提高文化旅游企业竞争力的策略

第八章 文化旅游行业领先企业经营分析

第一节 中国文化旅游行业领先企业经营概况

第二节 中国文化旅游行业领先企业经营分析

一、深圳华侨城股份有限公司

1、企业发展简况概述

2、企业经营状况分析

3、企业业务结构分析

4、企业销售渠道分析

5、企业最新发展动向

二、宋城演艺发展股份有限公司

1、企业发展简况概述

2、企业经营状况分析

3、企业业务结构分析

4、企业销售渠道分析

5、企业最新发展动向

三、中青旅控股股份有限公司

1、企业发展简况概述

2、企业经营状况分析

3、企业业务结构分析

4、企业销售渠道分析

5、企业最新发展动向

四、中视传媒股份有限公司

1、企业发展简况概述

2、企业经营状况分析

3、企业业务结构分析

4、企业销售渠道分析

5、企业最新发展动向

五、西安曲江文化旅游股份有限公司

1、企业发展简况概述

2、企业经营状况分析

3、企业业务结构分析

4、企业销售渠道分析

5、企业最新发展动向

六、唐家湾文化旅游有限公司

1、企业发展简况概述

2、企业经营状况分析

3、企业业务结构分析

4、企业销售渠道分析

5、企业最新发展动向

七、重庆长江三峡旅游开发有限公司

1、企业发展简况概述

2、企业经营状况分析

3、企业业务结构分析

4、企业销售渠道分析

5、企业最新发展动向

八、四川美仑旅游文化产业投资有限公司

1、企业发展简况概述

2、企业经营状况分析

3、企业业务结构分析

4、企业销售渠道分析

5、企业最新发展动向

九、成都文化旅游发展集团有限责任公司

1、企业发展简况概述

2、企业经营状况分析

3、企业业务结构分析

4、企业销售渠道分析

5、企业最新发展动向

十、湖北神农旅游投资集团有限公司

1、企业发展简况概述

2、企业经营状况分析

3、企业业务结构分析

4、企业销售渠道分析

5、企业最新发展动向

第四部分 投资前景展望

第九章 文化旅游行业发展战略与发展前景分析

第一节 文化旅游行业发展战略分析

一、战略综合规划

二、技术开发战略

三、业务组合战略

四、区域战略规划

五、产业战略规划

六、竞争战略规划

第二节 对文化旅游品牌的战略思考

一、文化旅游品牌的重要性

二、文化旅游实施品牌战略的意义

三、文化旅游企业品牌的现状分析

四、我国文化旅游企业的品牌战略

五、文化旅游品牌战略管理的策略

第三节 文化旅游行业经营策略分析

一、文化旅游市场细分策略

二、文化旅游市场创新策略

三、品牌定位与品类规划

四、文化旅游新产品差异化战略

第四节 2024-2029年文化旅游行业发展预测分析

一、全球文化旅游市场发展预测

二、文化旅游行业发展预测

1、文化旅游行业产值预测

2、文化旅游行业产量预测

3、文化旅游市场规模预测

4、文化旅游市场供需预测

5、文化旅游市场盈利预测

第十章 文化旅游行业投资机会与投资风险分析

第一节 文化旅游行业投资特性分析

一、文化旅游产业景气度分析

二、文化旅游行业生命周期分析

三、文化旅游行业增长性与波动性分析

四、文化旅游产业发展及影响因素

第二节 文化旅游行业投资进入壁垒

一、文化旅游行业政策壁垒分析

二、文化旅游行业资金壁垒分析

三、文化旅游行业技术壁垒分析

四、文化旅游行业其它壁垒分析

第三节 文化旅游行业投资机会分析

- 一、文化旅游行业投资吸引力分析
- 二、文化旅游行业需求增长投资机会分析
- 三、文化旅游行业新产品投资机会分析
- 四、文化旅游行业区域市场投资机会分析

第四节 文化旅游行业投资风险及控制策略分析

- 一、文化旅游行业投资风险识别分析
- 二、文化旅游行业投资风险分析
 - 1、市场风险分析
 - 2、行业政策风险
 - 3、经营风险分析
 - 4、竞争风险分析
 - 5、技术风险分析
 - 6、其它风险分析
- 三、文化旅游行业投资风险控制策略分析
 - 1、市场风险控制策略
 - 2、行业政策控制策略
 - 3、经营风险控制策略
 - 4、竞争风险控制策略
 - 5、技术风险控制策略
 - 6、其它风险控制策略

第十一章 文化旅游行业研究结论及投资建议

第一节 文化旅游行业研究结论及建议

第二节 文化旅游子行业研究结论及建议

第三节 中道泰和关于文化旅游行业2024-2029年投资建议

一、行业发展策略建议

二、行业投资方向建议

三、行业投资方式建议

图表目录

图表：文化旅游行业生命周期

图表：文化旅游行业盈利模式分析

图表：文化旅游产业产品种类

图表：2019-2023年文化旅游行业经营规模情况

图表：2019-2023年文化旅游行业经营效益变化情况

图表：2019-2023年文化旅游行业盈利能力分析

图表：2019-2023年文化旅游行业运营能力分析

图表：2019-2023年文化旅游行业偿债能力分析

图表：2019-2023年文化旅游行业发展能力分析

图表：2019-2023年文化旅游行业广东地区主要经济指标

图表：2019-2023年文化旅游行业四川地区主要经济指标

图表：2019-2023年文化旅游行业福建地区主要经济指标

图表：2019-2023年文化旅游行业湖北地区主要经济指标

图表：2019-2023年文化旅游行业湖南地区主要经济指标

图表：2019-2023年文化旅游行业台湾地区主要经济指标

图表：文化旅游行业竞争结构

图表：文化旅游行业的产业阶段

图表：文化旅游行业竞争格局

图表：2024-2029年期间文化旅游产业增速预测

图表：2024-2029年期间文化旅游行业增速预测

图表：2024-2029年期间文化旅游行业发展规模预测

图表：2024-2029年期间文化旅游政府投资发展规模预测

图表：2024-2029年期间文化旅游行业发展趋势预测

图表：2024-2029年文化旅游行业整体经济规模预测

图表：2024-2029年文化旅游行业交易规模预测

图表：2024-2029年我国文化旅游主要细分市场市场结构趋势

图表：2024-2029年文化旅游市场规模预测

把握投资 决策经营！

咨询订购 请拨打 400-886-7071 (免长途费) Email : kf@51baogao.cn

本文地址 : <https://www.51baogao.cn/lvyou/2009wenhualvyou.shtml>

在线订购 : [点击这里](#)