

2025-2031年中国文化旅游 业行业前景展望与投资战略咨询报告

报告目录及图表目录

北京迪索共研咨询有限公司

www.cction.com

一、报告报价

《2025-2031年中国文化旅游业行业前景展望与投资战略咨询报告》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.cction.com/report/202503/481203.html>

报告价格：纸介版8000元 电子版8000元 纸介+电子8500元

北京迪索共研咨询有限公司

订购电话: 400-700-9228(免长话费) 010-69365838

海外报告销售: 010-69365838

Email: kefu@gonyn.com

联系人：李经理

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。受新型冠状病毒肺炎疫情影响，2024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%。2024年1月24日文旅部发布数据显示，2024年国内旅游总人次32.46亿，比上年同期增加3.67亿，增长12.8%；国内旅游收入（旅游总消费）2.92万亿元，比上年同期增加0.69万亿元，增长31.0%。2024年，国内旅游总人次25.30亿，比上年同期减少7.16亿，同比下降22.1%；国内旅游收入（旅游总消费）2.04万亿元，比上年减少0.87万亿元，同比下降30.0%。2024年春节假期全国国内旅游出游3.08亿人次，同比增长23.1%，恢复至2024年同期的88.6%；实现国内旅游收入3758.43亿元，同比增长30%，恢复至2024年同期的73.1%。

政策方面，2024年1月20日，国务院印发《“十四五”旅游业发展规划》，提出到2024年，旅游业发展水平不断提升，现代旅游业体系更加健全，旅游有效供给、优质供给、弹性供给更为丰富，大众旅游消费需求得到更好满足。国内旅游蓬勃发展，出入境旅游有序推进，旅游业国际影响力、竞争力明显增强，旅游强国建设取得重大进展。经国务院批复同意，国家发展改革委2024年7月12日印发《“十四五”新型城镇化实施方案》，《实施方案》提出，推动文化旅游融合发展，发展红色旅游、文化遗产旅游和旅游演艺。2024年7月18日，经国务院同意，国家发展改革委、文化和旅游部联合印发《国民旅游休闲发展纲要（2025-2031年）》，旨在进一步优化我国旅游休闲环境，完善相关公共服务体系，提升产品和服务质量，丰富旅游休闲内涵，促进相关业态融合。2024年7月21日，人民银行、文化和旅游部联合印发《关于金融支持文化和旅游行业恢复发展的通知》，强调要切实改善对文化和旅游企业的金融服务，稳定从业人员队伍。这为促进文化和旅游行业尽快恢复发展吃下了定心丸、注入了强心剂。2024年8月15日，文化和旅游部发布《关于加强行业监管进一步规范旅游市场秩序的通知》，要求各地要以保障游客合法权益为目标，严格规范旅游市场秩序；以提升服务质量为根本，规范导游执业行为；以整治“不合理低价游”为重点，加大综合执法力度；以落实旅行社疫情防控指南为基础，加强疫情防控 and 安全管理。2024年2月21日，文化和旅游部出台了《文化和旅游标准化工作管理办法》，自2024年3月1日起施行，办法将进一步规范文化和旅游标准化工作，充分发挥标准化对行业高质量发展的

引领和支撑作用。2024年2月27日，文化和旅游部办公厅发布关于推行应用文化和旅游市场电子证照的通知，自2024年3月1日起，在全国范围内推行应用文化和旅游市场涉企电子证照。电子证照与纸质证照同步制发、并行使用，具有同等法律效力。

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。

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。

中企顾问网发布的《2025-2031年中国文化旅游业行业前景展望与投资战略咨询报告》共十二章。首先介绍了文化旅游业的发展环境及发展概况等，随后分析了民族文化旅游业、红色文化旅游业、影视旅游业、旅游演艺业、其他文化旅游业的发展现状。紧接着报告对文化旅游产业区域市场做了详细分析，还对文化旅游业做了外贸服务分析和重点企业分析，最后报告分析了文化旅游业的发展前景。

本研究报告数据主要来自于国家统计局、文化和旅游部、中企顾问网、中企顾问网市场调查中心、旅游协会以及国内外重点刊物等渠道，数据权威、详实、丰富，同时通过专业的分析预测模型，对行业核心发展指标进行科学地预测。您或贵单位若想对文化旅游业有个系统深入的了解、或者想投资文化旅游行业，本报告将是您不可或缺的重要参考工具。

报告目录：

第一章 2020-2024年文化旅游业发展环境分析

1.1 宏观经济环境

1.1.1 宏观经济概况

1.1.2 服务业运行状况

1.1.3 对外经济分析

1.1.4 固定资产投资

- 1.1.5 宏观经济展望
- 1.2 社会环境分析
 - 1.2.1 人口规模分析
 - 1.2.2 居民收入水平
 - 1.2.3 社会消费规模
 - 1.2.4 居民消费水平
 - 1.2.5 消费市场特征
- 1.3 政策环境分析
 - 1.3.1 文化旅游政策汇总
 - 1.3.2 旅游消费支持政策
 - 1.3.3 文化旅游规划管理办法
 - 1.3.4 文旅消费试点示范工作
 - 1.3.5 文旅行业专项债券支持
 - 1.3.6 “互联网+”推动行业发展
 - 1.3.7 旅游服务质量监管政策
 - 1.3.8 文旅融合“十四五”规划
 - 1.3.9 “十四五”文旅发展规划
 - 1.3.10 “十四五”文旅科技创新规划
- 1.4 旅游行业发展
 - 1.4.1 资源条件分析
 - 1.4.2 经济运行特点
 - 1.4.3 行业收入规模
 - 1.4.4 行业旅游人次
 - 1.4.5 入境旅游情况
 - 1.4.6 出境旅游状况
 - 1.4.7 行业发展热点

第二章 2020-2024年文化旅游业发展分析

- 2.1 文化旅游的基本概述
 - 2.1.1 文化旅游的内涵
 - 2.1.2 文化旅游的核心
 - 2.1.3 文化旅游的特征

- 2.1.4 文化旅游的类型
- 2.1.5 文旅业表现形式
- 2.1.6 文旅业发展模式
- 2.2 国外文化旅游发展模式借鉴
 - 2.2.1 美国文化旅游模式
 - 2.2.2 英国文化旅游模式
 - 2.2.3 意大利文化旅游模式
- 2.3 2020-2024年中国文化旅游市场运行状况
 - 2.3.1 市场逐渐成型
 - 2.3.2 行业发展总况
 - 2.3.3 行业发展特征
 - 2.3.4 企业数量规模
 - 2.3.5 企业布局情况
 - 2.3.6 创新创业指数
 - 2.3.7 城市文旅分析
- 2.4 中国文化旅游服务贸易发展状况分析
 - 2.4.1 文旅服务贸易发展现状
 - 2.4.2 文旅服务贸易存在的问题
 - 2.4.3 文旅服务贸易促进对策
- 2.5 2020-2024年中国文化旅游行业产业链上市场发展分析
 - 2.5.1 行业产业链条
 - 2.5.2 在线旅游市场
 - 2.5.3 旅游住宿市场
 - 2.5.4 主题公园市场
 - 2.5.5 智慧旅游市场
- 2.6 2020-2024年文化旅游创意园区发展分析
 - 2.6.1 文化旅游产业园区相关概述
 - 2.6.2 文化旅游创意园区逐渐兴起
 - 2.6.3 文化旅游创意园区建设动态
 - 2.6.4 文化旅游创意产业园的成因及特征
 - 2.6.5 文化旅游创意产业园区的开发模式
 - 2.6.6 文化旅游创意产业园区的规划要点

- 2.6.7 文化旅游创意产业园区的发展对策
- 2.7 后疫情时代中国文化旅游产业发展分析
 - 2.7.1 疫情前行业发展态势
 - 2.7.2 疫情对文化旅游的影响
 - 2.7.3 疫情后文旅产业面临的挑战
 - 2.7.4 疫情后文旅产业面临的机遇
 - 2.7.5 后疫情时代文旅产业发展对策
 - 2.7.6 后疫情时代文旅企业自救策略
- 2.8 文化旅游业发展存在的问题分析
 - 2.8.1 文化旅游产业不良现象
 - 2.8.2 文旅创意产业面临的挑战
 - 2.8.3 文旅融合过程中面临的问题
- 2.9 文化旅游业发展对策及路径解析
 - 2.9.1 加强文化遗产保护力度
 - 2.9.2 关注产品品质和知识产权
 - 2.9.3 推动文化旅游创意发展
 - 2.9.4 文化旅游业转型升级路径
 - 2.9.5 文化与旅游产业融合策略

第三章 2020-2024年民族文化旅游发展分析

- 3.1 民族文化与旅游业关系分析
 - 3.1.1 民族文化保护促进旅游发展
 - 3.1.2 旅游开发拓宽人们文化视野
 - 3.1.3 旅游开发促进民族文化复兴
 - 3.1.4 民族文化与旅游融合发展意义
- 3.2 中国民族文化旅游产业发展综述
 - 3.2.1 民族文化旅游产业发展特点分析
 - 3.2.2 民族文化旅游产业影响因素分析
 - 3.2.3 民族文化旅游资源发展面临挑战
 - 3.2.4 民族文化与旅游业融合发展策略
 - 3.2.5 民族文化旅游健康发展对策建议
- 3.3 民族文化旅游资源的开发分析

- 3.3.1 民族文化旅游资源开发模式
- 3.3.2 民族文化旅游资源开发规划
- 3.3.3 民族文化旅游资源开发意义
- 3.3.4 民族文化旅游资源开发问题
- 3.3.5 民族文化旅游资源开发对策
- 3.3.6 民族文化旅游资源开发持续性
- 3.4 民族文化旅游的品牌设计分析
 - 3.4.1 民族文化旅游品牌发展意义
 - 3.4.2 民族文化旅游品牌设计原则
 - 3.4.3 民族文化旅游品牌传播方向
- 3.5 生态博物馆模式在民族文化旅游中的应用透析
 - 3.5.1 模式简介
 - 3.5.2 保护性原则
 - 3.5.3 原生态原则
 - 3.5.4 选择控制原则
 - 3.5.5 社区参与原则
 - 3.5.6 效益回报原则
- 3.6 少数民族文化旅游开发与保护
 - 3.6.1 少数民族文化旅游资源的载体
 - 3.6.2 旅游业对少数民族文化的影响
 - 3.6.3 少数民族文化旅游资源保护措施

第四章 2020-2024年红色旅游业发展分析

- 4.1 红色旅游相关概述
 - 4.1.1 基本概念
 - 4.1.2 发展历程
 - 4.1.3 资源特点
 - 4.1.4 综合价值
- 4.2 2020-2024年中国红色旅游发展现状
 - 4.2.1 红色旅游政策环境
 - 4.2.2 红色旅游市场规模
 - 4.2.3 红色旅游景区数量

- 4.2.4 红色旅游经典景区
- 4.2.5 红色旅游消费情况
- 4.2.6 红色旅游产品特点
- 4.2.7 红色旅游投资状况
- 4.2.8 红色旅游发展形态
- 4.3 红色旅游发展问题分析
 - 4.3.1 红色旅游资源开发问题
 - 4.3.2 红色旅游存在主要问题
 - 4.3.3 红色旅游产品存在问题
 - 4.3.4 红色旅游发展面临障碍
 - 4.3.5 红色旅游投融资的问题
- 4.4 发展红色旅游的策略与建议
 - 4.4.1 发展红色旅游的对策建议
 - 4.4.2 新时代红色旅游发展路径
 - 4.4.3 打造红色旅游的产品品牌
 - 4.4.4 助力革命老区乡村振兴
 - 4.4.5 社区旅游模式推动红色旅游
 - 4.4.6 红色旅游需可持续发展策略
- 4.5 “十四五”中国红色旅游发展思路
 - 4.5.1 树立发展总导向
 - 4.5.2 构建顶层设计新模式
 - 4.5.3 拓展红色旅游发展新领域
 - 4.5.4 打造红色教育服务新体
 - 4.5.5 融入数字科技体验新元素

第五章 2020-2024年影视旅游发展分析

- 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 影视中的旅游模因
 - 5.1.4 影视旅游形成原因
 - 5.1.5 影视旅游发展历程

5.2 国外影视旅游业发展的成功经验

5.2.1 美国

5.2.2 新西兰

5.3 中国影视旅游产业发展状况

5.3.1 影视旅游的价值分析

5.3.2 影视旅游业发展状况

5.3.3 影视旅游业发展特点

5.3.4 影视旅游业发展模式

5.3.5 影视城游客的关注点

5.3.6 影视旅游业技术创新

5.3.7 影视旅游业发展建议

5.3.8 影视旅游业发展趋势

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 供方议价能力

5.4.5 买方议价能力

5.5 中国影视基地旅游发展状况分析

5.5.1 发展概况

5.5.2 发展特点

5.5.3 发展问题

5.5.4 未来趋势

5.6 中国影视旅游业区域发展分析

5.6.1 桂林影视旅游业发展状况

5.6.2 重庆影视旅游业发展分析

5.6.3 海南影视旅游业发展路径

5.6.4 江门影视旅游业发展优势

5.6.5 云南影视旅游业发展思路

5.6.6 广西影视旅游业发展对策

5.6.7 襄阳影视旅游发展动态

5.7 中国影视旅游业存在的问题

- 5.7.1 影视旅游业发展存在的问题
- 5.7.2 影视旅游开发中存在的阻碍
- 5.7.3 影视旅游业的发展瓶颈分析
- 5.8 中国影视旅游业开发的对策分析
 - 5.8.1 影视旅游业发展机制建设
 - 5.8.2 加快影视旅游业发展措施
 - 5.8.3 影视旅游业发展策略建议
 - 5.8.4 影视旅游业融合发展路径

第六章 2020-2024年旅游演艺业发展分析

- 6.1 中国旅游演艺基本界定
 - 6.1.1 产生与发展
 - 6.1.2 定义与特点
 - 6.1.3 行业分类介绍
 - 6.1.4 产品形态分析
 - 6.1.5 发展的意义
- 6.2 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 2020-2024年中国旅游演艺行业运行状况
 - 6.3.1 行业政策利好
 - 6.3.2 行业发展现状
 - 6.3.3 演出场次规模
 - 6.3.4 演出票房收入
 - 6.3.5 市场竞争格局
 - 6.3.6 市场区域布局
 - 6.3.7 消费市场特征
 - 6.3.8 疫后市场恢复
 - 6.3.9 行业发展趋势
- 6.4 中国旅游演艺市场运作分析

- 6.4.1 行业开发途径
- 6.4.2 市场运作模式
- 6.4.3 行业投资要素
- 6.4.4 运行案例分析
- 6.5 中国旅游演艺与经济协同发展分析
 - 6.5.1 旅游演艺经济驱动因素
 - 6.5.2 旅游演艺经济拉动效应
 - 6.5.3 旅游演艺与经济协同发展策略
- 6.6 中国旅游演艺业发展的问题及对策
 - 6.6.1 市场发展存在问题
 - 6.6.2 市场运营中的问题
 - 6.6.3 市场标准亟待完善
 - 6.6.4 推动市场发展建议
 - 6.6.5 市场营销策略浅析
 - 6.6.6 探索产品开发思路

第七章 2020-2024年其他文化旅游业发展分析

- 7.1 养生文化旅游
 - 7.1.1 行业逐步兴起
 - 7.1.2 行业发展现状
 - 7.1.3 行业支持政策
 - 7.1.4 行业发展潜力
 - 7.1.5 行业发展建议
- 7.2 宗教文化旅游
 - 7.2.1 行业基本内涵
 - 7.2.2 旅游影响宗教
 - 7.2.3 宗教旅游名山
 - 7.2.4 行业开发现状
 - 7.2.5 行业产品体系
 - 7.2.6 产品开发要点
 - 7.2.7 禅文化的开发
 - 7.2.8 行业发展方向

7.3 茶文化旅游

7.3.1 茶文化的界定

7.3.2 行业主要内容

7.3.3 行业经济效益

7.3.4 产业发展现状

7.3.5 资源开发潜力

7.3.6 行业发展对策

7.4 非物质文化遗产旅游

7.4.1 基本概念阐释

7.4.2 行业发展机遇

7.4.3 行业典型案例

7.4.4 行业开发挑战

7.4.5 行业发展对策

7.4.6 发展案例分析

7.5 工业文化旅游

7.5.1 行业相关概述

7.5.2 行业政策利好

7.5.3 行业发展特征

7.5.4 典型案例分析

7.5.5 行业发展问题

7.5.6 行业发展对策

7.5.7 行业发展展望

7.6 研学旅行

7.6.1 产业政策保障

7.6.2 产业发展基础

7.6.3 代表性企业分析

7.6.4 行业发展问题

7.6.5 行业发展策略

7.6.6 未来发展展望

第八章 2020-2024年中国文化旅游业区域市场发展分析

8.1 北京市

- 8.1.1 文化旅游发展背景
- 8.1.2 文化旅游政策配置
- 8.1.3 旅游市场发展状况
- 8.1.4 文旅消费状况分析
- 8.1.5 文旅服务贸易状况
- 8.1.6 文旅各业态发展分析
- 8.2 吉林省
 - 8.2.1 文旅产业发展状况
 - 8.2.2 疫情对文旅企业的影响
 - 8.2.3 冰雪文化旅游分析
 - 8.2.4 文旅发展存在的问题
 - 8.2.5 文旅产业发展对策
 - 8.2.6 文旅产业发展趋势
- 8.3 山东省
 - 8.3.1 旅游基建逐步完善
 - 8.3.2 文化旅游核心品牌
 - 8.3.3 “十三五”文旅行业成就
 - 8.3.4 文旅市场消费现状
 - 8.3.5 文旅行业发展重点
 - 8.3.6 “十四五”文旅行业规划
- 8.4 湖北省
 - 8.4.1 旅游经济发展现状
 - 8.4.2 文旅产业利好政策
 - 8.4.3 政商关系促进文旅
 - 8.4.4 产业发展问题分析
 - 8.4.5 产业发展对策建议
 - 8.4.6 文旅综合体投资项目
- 8.5 湖南省
 - 8.5.1 文旅产业发展基础分析
 - 8.5.2 文化旅游产业战略地位
 - 8.5.3 文化旅游产业发展现状
 - 8.5.4 文化旅游行业发展成效

- 8.5.5 “十三五”文旅发展亮点
- 8.5.6 文化旅游市场消费升级
- 8.5.7 文旅产业发展制约因素
- 8.5.8 文旅产业发展对策建议
- 8.5.9 “十四五”文旅发展思路
- 8.6 江西省
 - 8.6.1 文旅市场促进消费政策
 - 8.6.2 “十三五”文旅业发展成就
 - 8.6.3 文化旅游发展存在的不足
 - 8.6.4 “十四五”文旅发展展望
- 8.7 四川省
 - 8.7.1 文化旅游产业资源状况
 - 8.7.2 文化旅游业运行情况分析
 - 8.7.3 “十三五”文旅发展成就
 - 8.7.4 文化旅游项目效益分析
 - 8.7.5 文化旅游产业发展问题
 - 8.7.6 文化旅游发展的战略和措施
- 8.8 云南省
 - 8.8.1 文化旅游产业发展现状
 - 8.8.2 文化旅游带动脱贫作用
 - 8.8.3 云南文旅融合发展对策
 - 8.8.4 文化旅游项目建设分析
 - 8.8.5 文化旅游行业发展重点
 - 8.8.6 “十四五”文化旅游产业展望
- 8.9 贵州省
 - 8.9.1 文化旅游资源概述
 - 8.9.2 文化旅游行业发展现状
 - 8.9.3 后疫情时代文旅复苏状况
 - 8.9.4 文化旅游业发展因素
 - 8.9.5 文化旅游强省建设重点
 - 8.9.6 “十四五”文旅行业投资展望
- 8.10 其他地区

- 8.10.1 上海市
- 8.10.2 重庆市
- 8.10.3 苏州市
- 8.10.4 河南省
- 8.10.5 海南省
- 8.10.6 安徽省
- 8.10.7 山西省
- 8.10.8 甘肃省
- 8.10.9 广东省
- 8.10.10 广西壮族自治区

第九章 中国文化旅游数字化发展分析

9.1 国外文化旅游数字化发展经验借鉴分析

- 9.1.1 美国文旅数字化发展经验
- 9.1.2 日本文旅数字化发展经验
- 9.1.3 英国文旅数字化发展经验
- 9.1.4 新加坡文旅数字化发展经验

9.2 我国文化旅游数字化发展进程

- 9.2.1 文化数字化发展进程
- 9.2.2 旅游数字化发展进程

9.3 新冠疫情下中国文旅数字化转型发展分析

- 9.3.1 文旅数字化转型背景
- 9.3.2 文旅数字化转型困境
- 9.3.3 文旅数字化转型途径
- 9.3.4 文旅数字化转型案例

9.4 我国文旅数字化技术进展

- 9.4.1 旅游大数据
- 9.4.2 人工智能技术
- 9.4.3 虚拟现实和增强现实技术
- 9.4.4 物联网技术
- 9.4.5 定位技术

9.5 中国文化和旅游数字化发展形势分析

- 9.5.1 文旅数字化问题及挑战
- 9.5.2 文旅数字化发展思路
- 9.5.3 文旅数字化发展形势
- 9.5.4 文旅数字化发展趋势

第十章 2020-2024年文化旅游产业重点企业分析

10.1 深圳华侨城股份有限公司

- 10.1.1 企业发展概况
- 10.1.2 经营效益分析
- 10.1.3 业务经营分析
- 10.1.4 财务状况分析
- 10.1.5 核心竞争力分析
- 10.1.6 未来前景展望

10.2 宋城演艺发展股份有限公司

- 10.2.1 企业发展概况
- 10.2.2 经营效益分析
- 10.2.3 业务经营分析
- 10.2.4 财务状况分析
- 10.2.5 核心竞争力分析
- 10.2.6 公司发展战略
- 10.2.7 未来前景展望

10.3 中青旅控股股份有限公司

- 10.3.1 企业发展概况
- 10.3.2 经营效益分析
- 10.3.3 业务经营分析
- 10.3.4 财务状况分析
- 10.3.5 核心竞争力分析
- 10.3.6 公司发展战略
- 10.3.7 未来前景展望

10.4 中视传媒股份有限公司

- 10.4.1 企业发展概况
- 10.4.2 经营效益分析

- 10.4.3 业务经营分析
- 10.4.4 财务状况分析
- 10.4.5 核心竞争力分析
- 10.4.6 公司发展战略
- 10.4.7 未来前景展望
- 10.5 西安曲江文化旅游股份有限公司
 - 10.5.1 企业发展概况
 - 10.5.2 经营效益分析
 - 10.5.3 业务经营分析
 - 10.5.4 财务状况分析
 - 10.5.5 核心竞争力分析
 - 10.5.6 公司发展战略
 - 10.5.7 未来前景展望
- 10.6 岭南生态文旅股份有限公司
 - 10.6.1 企业发展概况
 - 10.6.2 经营效益分析
 - 10.6.3 业务经营分析
 - 10.6.4 财务状况分析
 - 10.6.5 核心竞争力分析
 - 10.6.6 公司发展战略
 - 10.6.7 未来前景展望

第十一章 对文化旅游业投资潜力分析

- 11.1 中国文化旅游业投资状况
 - 11.1.1 文旅行业投资现状
 - 11.1.2 文旅企业债券规模
 - 11.1.3 市场投资存在的问题
- 11.2 文旅项目投资状况
 - 11.2.1 文旅项目投资规模分析
 - 11.2.2 文旅项目投资类别分布
 - 11.2.3 文旅项目投资地区分布
 - 11.2.4 文旅签约项目规模分析

- 11.2.5 文旅开工项目规模状况
- 11.3 A股及新三板上市公司在文化旅游领域投资动态分析
 - 11.3.1 投资项目综述
 - 11.3.2 投资区域分布
 - 11.3.3 投资模式分析
 - 11.3.4 典型投资案例
- 11.4 文化旅游业投资风险提示
 - 11.4.1 政策风险
 - 11.4.2 经营风险
 - 11.4.3 资金风险
 - 11.4.4 市场风险
- 11.5 文化旅游业投资建议
 - 11.5.1 市场投资对策
 - 11.5.2 行业投资建议
 - 11.5.3 行业竞争策略

第十二章 2025-2031年中国文化旅游业发展前景及趋势预测

- 12.1 文化旅游业未来发展趋势
 - 12.1.1 全球化发展趋势
 - 12.1.2 区域化发展趋势
 - 12.1.3 全域化发展趋势
 - 12.1.4 产业化发展趋势
 - 12.1.5 运营化发展趋势
 - 12.1.6 其他发展趋势
- 12.2 文化旅游业发展前景分析
 - 12.2.1 文化旅游行业政策机遇
 - 12.2.2 文化旅游行业发展机遇
 - 12.2.3 文化旅游产业转型升级
- 12.3 对2025-2031年中国文化旅游行业预测分析
 - 12.3.1 2025-2031年中国文化旅游行业影响因素分析
 - 12.3.2 2025-2031年中国国内旅游收入预测
 - 12.3.3 2025-2031年中国红色旅游出游人次预测

12.3.4 2025-2031年中国旅游演艺票房收入规模预测

图表目录

图表1 2020-2024年国内生产总值及其增长速度

图表2 2020-2024年三次产业增加值占国内生产总值比重

图表3 2024年GDP初步核算数据

图表4 2024年货物进出口总额及其增长速度

图表5 2024年主要商品出口数量、金额及其增长速度

图表6 2024年主要商品进口数量、金额及其增长速度

图表7 2024年对主要国家和地区货物进出口金额、增长速度及其比重

图表8 2020-2024年货物进出口总额

图表9 2024年货物进出口总额及其增长速度

图表10 2024年主要商品出口数量、金额及其增长速度

图表11 2024年主要商品进口数量、金额及其增长速度

图表12 2024年对主要国家和地区货物进出口金额、增长速度及其比重

图表13 2024年三次产业投资占固定资产投资（不含农户）比重

图表14 2024年分行业固定资产投资（不含农户）增长速度

图表15 2024年固定资产投资新增主要生产与运营能力

图表16 2024年三次产业投资占固定资产投资（不含农户）比重

图表17 2024年分行业固定资产投资（不含农户）增长速度

图表18 2024年固定资产投资新增主要生产与运营能力

图表19 2020-2024年全国固定资产投资（不含农户）同比增速

图表20 2024年固定资产投资（不含农户）主要数据

图表21 2024年全国人口年龄构成

图表22 2024年全国居民人均可支配收入平均数与中位数

图表23 2024年居民人均可支配收入平均数与中位数

图表24 2020-2024年全国社会消费品零售总额同比增速

图表25 2020-2024年按消费类型分零售额同比增速

图表26 2024年社会消费品零售总额主要数据

图表27 2024年全国居民人均消费支出及构成

图表28 2024年居民人均消费支出及构成

图表29 2024年中国文化旅游行业相关政策汇总

图表30 2020-2024年国家颁布促进旅游消费的相关政策

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202503/481203.html>