

2015-2020年中国工业旅游产业发展现状及市场监测报告

报告大纲

一、报告简介

华经情报网发布的《2015-2020年中国工业旅游产业发展现状及市场监测报告》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：<https://www.huaon.com/detail/181373.html>

报告价格：电子版: 9000元 纸介版：9000元 电子和纸介版: 9200元

订购电话: 400-700-0142 010-80392465

电子邮箱: kf@huaon.com

联系人: 刘老师

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

工业旅游是伴随着人们对旅游资源理解的拓展而产生的一种旅游新概念和产品新形式。工业旅游在发达国家由来已久，特别是一些大企业，利用自己的品牌效益吸引游客，同时也使自己的产品家喻户晓。在我国，有越来越多的现代化企业开始注重工业旅游。近年来，我国著名工业企业如青岛海尔、上海宝钢、广东美的、佛山海天[1]等相继向游人开放，许多项目获得了政府的高度重视。

发展方向:

以国家旅游局审核批准的首批全国工业旅游示范点为基础资料进行分析，可以发现如下规律：

(一)从地域分布来看

我国的工业旅游点在地域分布上与工业发展状况基本吻合，即在老工业基地和新兴工业城市发展较快。在2004年国家旅游局公布的103家首批工业旅游示范点中，经济发展强劲的浙江省11家企业入选，数量为全国之最。传统工业重省河南省10家企业入选，位居第二位。东北老工业基地辽宁省、吉林省分别有9家和8家企业入选，位居第三名和第四名，山东与广东、安徽均为6家，并列第5，上述六省共有56家企业入选，占全部示范点的50%以上，而经济基础较弱的西部地区则寥寥无几。

(二)从行业分布上看

在103家工业旅游示范点当中，入选的大都是行业领先者，如四川长虹、青岛海尔、上海宝钢、山西杏花村等。其中酿造类企业最多有 18 家，其次是汽车、机车、船舶、飞机制造，雷雨、水力、发电类，均为 12 家，石油、煤炭、矿物开采类 8 家，陶瓷类、医药类、电器类和钢铁制造类 7 家，食品饮料类、工艺品类6 家，服装、鞋帽、纺织品类 4 家，日用品类 3 家，烟草类、港口类 2 家，其他 2 家。

经对比分析，可看出开发工业旅游企业往往需要具备的如下几个条件：

- 1、企业所在城市自身具有良好的经济基础雄厚，交通便利，可达性强。工业旅游发展较好的城市自身往往已经成为旅游城市。
- 2、企业本身有品牌，有知名度。企业整个市场上处于领先地位，企业所生产的产品要么高科技类产品(如卫星发射基地、空客A320、大推力火箭)，要么是公众所关心的，经常接触到的大众化产品(啤酒、汽车等)，能满足游客的求知欲望和好奇心，而对于介于二者中间的生产企业则对游客的吸引力不大。
- 3、企业开展工业旅游与产品生产不发生冲突，所带来的成本增加不大或者开展工业旅游可以帮助企业拓展市场、打造品牌、进行宣传、带来直接或者间接的经济收益。(如青岛啤酒)
- 4、企业出于对商业机密方面的考虑
- 5、企业对于游客安全方面的考虑等等

发展形势:

工业旅游起源于法国，最初是以汽车行业最后逐步深化为工业旅游，中国工业旅游未来的发展趋势应该更重视工业旅游经济效益的增长点，即工业旅游购物，旅游规划专家分析，工业旅游规划项目因具有文化性、知识性、趣味性，具备现场感、动态感、体验感等独特魅力而深受游客青睐。

国外很多工业旅游规划的景点，都因为其独特的个性和具有文化、艺术气息的设计风格而成为人们津津乐道的经典。在法国，不仅酿酒、香水、服装业等普通生产企业对游人开放，就连汽车、飞机和火箭制造业每年也要接待几十万的游客。德国作为世界著名的工业大国，他们对有代表性的工业遗迹进行保护，并加以利用作为工业博物馆、展览和演出的场所。

鲁尔区是德国传统的煤铁工业基地，在心脏地带的埃森，过去的厂房、矿区被打扮和改成了音乐厅、体育馆、博物馆，随之相配套的餐饮、住宿、交通、娱乐业蓬勃兴起，人们在参观奔驰汽车公司总装线时，可以穿上工作服，拧上几颗螺丝钉，到工人的食堂里吃顿午饭，体验“奔驰人”的生活，最后购买些印有奔驰商标的钥匙圈、丝巾、手表等纪念品，或者把车买走。这些国外成功经验表明，工业旅游作为一种高品位的旅游方式，有着广阔的发展远景，并会产生巨大的社会效益和经济效益。

受党的十八大以来，特别是十八届三中全会提出了更完善的社会主义市场经济发展机制，我国必将迎来经济发展的新的高潮，为旅游业的发展带来了经济和物质基础。加之出台并实施的《旅游法》的制度保障，旅游正成为人们余暇时间消费热点之一。

2014年全国旅行社总数为26709家，同比增长4.45%。宁夏、新疆、贵州、山西和河南5个省份旅行社数量减少，减幅最大的宁夏为5.94%;其余27个省份旅行社数量都有不同程度的增长，增幅最大的重庆为15.86%,内蒙古、海南、北京和天津4个省份增长超过10%。有11个省份旅行社数量超过1000家，数量最多的江苏为2073家；有9个省份旅行社数量少于500家，数量最少的新疆为92家。

我国是拥有众多国有工业企业、非国有企业和外资企业的国家，其中企业数量超过10000家的省市有：江苏、浙江、山东和广东四个省，从资源的角度看，这些数以万计的企业都是开发的工业旅游点，潜力巨大。从1990年山西杏花村汾酒集团收取门票开展工业旅游以来，国内开展工业旅游新增企业数量稳步增加，2014年也才仅340家。其中，1990-1996年，为工业旅游发展的萌芽阶段，仅有13家企业开展旅游；1997年之后，增长速度明显加快，年均新增10家以上；2000年起进入增长高峰期。开办旅游项目的企业总量保持快速增长的趋势，可以预见，随着游客对工业旅游认识的深入，更多的工厂和企业将会开发工业旅游项目。但是，即使是工业旅游大省（山东省）也只有39家，而山东省的企业数量有13467家，相比较其工业旅游的数量就太少了。各省的国有企业数量和非国有企业数量之多，品牌企业之多，可开发多种工业旅游产品和项目，潜力巨大。

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家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：

第一部分 工业旅游产业环境分析

第一章 世界工业旅游行业发展情况分析

第一节 世界工业旅游行业分析

一、世界工业旅游行业特点

二、世界工业旅游行业动态

第二节 世界工业旅游市场分析

一、世界工业旅游消费情况

二、世界工业旅游消费结构

1、关系旅游消费结构的分类

2、影响旅游消费结构的因素

三、世界工业旅游价格分析

第三节 2014年中外工业旅游市场对比

一、各国旅游市场对比

1、法国

2、英国

3、荷兰

4、美国

5、德国

5、中国

6、澳大利亚

二、各国工业旅游主要项目对比

1、拉默尔斯贝格矿

2、弗尔克林根钢铁厂

3、关税同盟煤矿工业建筑群（Zeche Zollverein）

4、鲁尔区工业旅游项目

5、大众汽车城

6、RWE露天褐煤矿

7、北杜伊斯堡钢铁厂

8、胶片博物馆

第二章 中国工业旅游行业供给情况分析

第一节 2013-2014年中国工业旅游行业市场供给分析

一、工业旅游整体供给情况分析

二、工业旅游重点区域供给分析

第二节 工业旅游行业供给关系因素分析

一、需求变化因素

二、原料供给状况

三、技术水平提高

1、高新技术在工业中的新应用

2、现代产业发展的新趋势

四、政策变动因素

1、国务院关于加快发展旅游业的意见

2、四川工业旅游政策

3、东莞工业旅游推进政策

第三节 2015-2020年中国工业旅游行业市场供给趋势

一、工业旅游整体供给情况趋势分析

二、工业旅游重点区域供给趋势分析

三、影响未来工业旅游供给的因素分析

第二部分 工业旅游行业深度透视

第三章 金融危机下工业旅游行业宏观经济环境分析

第一节 2012-2014年全球经济环境分析

一、2014年全球经济运行概况

二、2015-2020年全球经济形势预测

三、对我国经济的影响

第二节 金融危机对全球经济的影响

一、国际金融危机发展趋势及其国际影响

1、国际金融危机发展趋势

2、国际金融危机对我国发展的影响

二、对各国实体经济的影响

第三节 金融危机对中国经济的影响

一、金融危机对中国实体经济的影响

1、金融危机对外贸出口的影响

2、金融危机对就业的影响

3、金融危机对房地产业的影响

4、金融危机对旅游业的影响

二、2014年中国宏观经济运行概况

1、GDP运行情况

2、消费价格指数CPI、PPI

3、全国居民收入情况

4、恩格尔系数

5、工业发展形势

6、固定资产投资情况

7、财政收支状况

8、中国汇率调整

9、对外贸易&进出口

三、2015-2020年中国宏观经济趋势预测

第四章 2014年中国工业旅游行业发展概况

第一节 2014年中国工业旅游行业发展态势分析

第二节 2014年中国工业旅游行业发展特点分析

一、以各行业的龙头企业作为其主要依托

二、积累了丰富的旅游管理经验

三、组建了完善的旅游管理机构

四、形成了规范的旅游参观线路

第三节 2014年中国工业旅游行业市场供需分析

第四节 2014年中国工业旅游行业价格分析

第五章 2014年中国工业旅游行业整体运行状况

第一节 2014年工业旅游行业发展分析

一、探索阶段

二、起步阶段

三、发展阶段

第二节 2014年工业旅游行业盈利能力分析

第三节 2014年工业旅游行业偿债能力分析

第四节 2014年工业旅游行业营运能力分析

第六章 2015-2020年工业旅游行业投资价值及行业发展预测

第一节 2015-2020年工业旅游行业成长性预测

第二节 2015-2020年工业旅游行业经营能力预测

第三节 2015-2020年工业旅游行业盈利能力预测

第四节 2015-2020年工业旅游行业偿债能力预测

第五节 2015-2020年我国工业旅游行业发展能力预测

第七章 2011-2014年中国工业旅游产业行业重点区域运行分析

第一节 2011-2014年华东地区工业旅游产业行业运行情况

一、区域国家级工业旅游企业分布

二、区域工业旅游发展分析

1、山东

2、上海

3、江苏徐州

第二节 2011-2014年华南地区工业旅游产业行业运行情况

一、区域国家级工业旅游企业分布

二、区域工业旅游发展分析

第三节 2011-2014年华中地区工业旅游产业行业运行情况

一、区域国家级工业旅游企业分布

二、区域工业旅游发展分析

1、工业及工业旅游发展情况

2、河南省工业旅游资源分布

3、分布密度特征分析

4、行业分布特征分析

第四节 2011-2014年华北地区工业旅游产业行业运行情况

一、区域国家级工业旅游企业分布

二、区域工业旅游发展分析

1、内蒙古

2、河北

3、北京

第五节 2011-2014年西北地区工业旅游产业行业运行情况

一、区域国家级工业旅游企业分布

二、区域工业旅游发展分析

1、新疆

2、甘肃

3、宁夏

第六节 2011-2014年西南地区工业旅游产业行业运行情况

一、区域国家级工业旅游企业分布

二、区域工业旅游发展分析

1、四川

2、重庆

3、贵州

第七节 2011-2014年东北地区工业旅游产业行业运行情况

一、区域国家级工业旅游企业分布

一、东北工业旅游发展的制约因素

二、东北地区开展工业旅游的优势及潜力

三、东北地区工业旅游发展建议

第三部分 工业旅游行业竞争分析

第八章 2014年中国工业旅游行业重点企业竞争力分析

第一节 内蒙古蒙牛乳业（集团）股份有限公司

一、公司基本情况

二、公司主要财务指标分析

三、公司发展优势

四、公司未来战略分析

第二节 福建七匹狼实业股份有限公司

一、公司基本情况

二、公司主要财务指标分析

三、公司投资情况

四、公司未来战略分析

第三节 青岛啤酒股份有限公司

一、公司基本情况

二、公司主要财务指标分析

三、公司投资情况

四、公司未来战略分析

第四节 海尔电器集团有限公司

一、公司基本情况

二、公司主要财务指标分析

三、公司投资情况

四、公司未来战略分析

第五节 中国贵州茅台酒厂有限责任公司

一、公司基本情况

二、公司主要财务指标分析

三、公司发展优劣势分析

1、优势

2、劣势

四、公司未来战略分析

1、加强旅游基础设施建设

2、加速旅游产品优化升级，打造茅台酒镇

3、整合区域旅游资源，加强酒类企业联合互动

4、加快产业园区建设，形成国酒区域旅游圈

5、扩充茅台工业旅游的的内涵，向文化产业方向融合

第六节 江铃汽车股份有限公司

一、公司基本情况

二、公司主要财务指标分析

三、公司投资情况

四、公司未来战略分析

第九章 2015-2020年中国工业旅游行业消费者偏好调查

第一节 消费者对工业旅游品牌认知度宏观调查

一、市场认知度

二、消费者对工业旅游的品牌偏好调查

第二节 消费者对工业旅游参与情况分析

第三节 工业旅游消费市场潜力调研

第四节 消费者对工业旅游品牌的认知渠道

第五节 消费者的消费理念调研

第六节 调研结果分析建议

第四部分 工业旅游行业投资发展建议

第十章 中国工业旅游行业投资策略分析

第一节 2013-2014年中国工业旅游行业投资环境分析

一、内部环境

二、外部环境

第二节 2013-2014年中国工业旅游行业投资收益分析

第三节 2013-2014年中国工业旅游行业产品投资战略方向

一、资源重组战略

1、工业旅游资源之间的整合

2、工业旅游与传统旅游资源的整合

二、“大旅游”发展战略

三、品牌发展战略

四、示范带动发展战略

第四节 2015-2020年中国工业旅游行业投资收益预测

一、2015-2020年中国工业旅游行业行业销售收入预测

二、2015-2020年中国工业旅游行业利润总额预测

三、2015-2020年中国工业旅游行业总资产预测

第十一章 中国工业旅游行业投资风险分析

第一节 中国工业旅游行业内部风险分析

一、市场竞争风险分析

二、技术水平风险分析

- 1、旅游行业企业技术风险的种类
- 2、旅游行业企业技术风险来源
- 3、旅游行业企业技术风险的防范
- 4、企业应对策略

三、企业竞争风险

第二节 中国工业旅游行业外部风险分析

一、宏观经济环境风险分析

二、行业政策环境风险分析

- 1、政策风险的内容
- 2、政策风险管理
- 3、政策风险防范

三、2015-2020年工业旅游行业经营风险预测

- 1、旅游市场风险的普遍性
- 2、旅游市场风险的长期性
- 3、旅游市场风险的复杂性

四、关联行业风险分析

第十二章 工业旅游行业发展趋势与投资战略研究

第一节 工业旅游市场发展潜力分析

一、资源潜力

- 1、众多的工业企业是工业旅游资源开发的巨大潜力
- 2、品牌企业是工业旅游迅猛发展的主要推动器
- 3、各行业的龙头企业是主要依托
- 4、企业积累了丰富的旅游管理经验

二、客源潜力

- 1、按消费者群体划分
- 2、按产业、行业群体划分
- 3、按地域划分

第二节 工业旅游行业发展趋势分析

- 一、工业旅游景点类型增多
- 二、完善的开发、经营、管理规划
- 三、经营目的多样性
- 四、服务规范化
- 五、采取综合开发模式，建立综合型景区

第三节 工业旅游行业发展策略研究

一、产品开发策略

1、工业旅游生命周期分析

2、工业旅游产品开发原则

3、工业旅游产品开发策略

二、渠道策略

1、“一对一”直接营销

2、间接分销渠道

3、借用企业工业产品营销渠道

三、促销策略

1、多元化媒体促销

2、活动促销

3、联合促销

第十三章 行业发展趋势及投资策略分析

第一节 中国工业旅游运作模式分析

一、文化传承型发展模式

二、综合景观型发展模式

三、现代企业型发展模式

四、艺术品展示型发展模式

五、工业园区型发展模式

六、遗产与博物馆型发展模式

第二节 市场营销策略分析

一、总体营销战略

1、以专业旅游市场带动大众旅游市场

2、以的地区旅游市场带动全国旅游市场

3、工业旅游产品营销和企业营销相互促进

4、资源整合战略

二、营销原则

1、紧扣主题，体现核心资源原则

2、独具特色，易于识别原则

3、满足旅游者心理需求原则

第三节 2015-2020年全国市场规模及增长趋势

第四节 2015-2020年全国项目投资分析

一、主体条件

二、客体条件

三、媒介条件

第五节 2015-2020年市场盈利预测

一、直接经济效益不明显

二、综合效益见效慢

第六节 项目投资建议

一、技术应用注意事项

二、项目投资注意事项

三、生产开发注意事项

1、工业旅游管理保障体系

2、人力资源保障体系

3、公共服务保障体系

4、旅游安全保障体系

四、销售注意事项

图表目录:

图表：工业旅游者和公众个体旅游者的区别

图表：2010-2014年美国工业生产同比增速

图表：全球经济与贸易增速

图表：2013年-2014年国内生产总值增长速度

图表：2013-2014年社会零售总额增长率

图表：2013-2014年居民消费价格月增长速度

图表：2013-2014Q3中国居民人均收入实际增长速度

图表：2002-2013年中国居民恩格尔系数

图表：2014年各月累计及主营业务收入以及利税总额同比增速

图表：2014年各月累计利润率与百元主营业务收入成本分析

图表：2014年按经济类型分主营业务收入与利润总额同比增速

图表：2014年规模以上工业企业经济效益指标

图表：2014年规模以上工业企业主要财务指标（主要行业）

图表：2013-2014年固定资产投资累计同比增速

图表：2013-2014年房地产开发投资累计同比增速

图表：2000-2014年我国开展工业旅游企业数量规模分析

图表：2010-2014年国家级工业旅游示范企业数量规模分析

图表：2009-2014年中国工业旅游行业总资产利润率分析

图表：2009-2014年中国工业旅游行业营业利润率分析

图表：2009-2014年中国工业旅游行业资产负债率分析

图表：2009-2014年中国工业旅游行业营业流动比率分析

图表：2009-2014年中国工业旅游行业总资产周转率分析

图表：2009-2014年中国工业旅游行业流动资产周转率分析

图表：2015-2020年国家级工业旅游示范企业数量规模预测

图表：2015-2020年中国工业旅游行业总资产周转率预测

图表：2015-2020年中国工业旅游行业流动资产周转率预测

图表：2015-2020年中国工业旅游行业营业利润率预测

图表：2015-2020年中国工业旅游行业总资产收益率预测

图表：2015-2020年中国工业旅游行业流动比率预测

图表：2015-2020年中国工业旅游行业资产负债率预测

图表：2015-2020年中国工业旅游行业净利润增长率预测

图表：2015-2020年中国工业旅游行业总资产增长率预测

图表：华东地区工业旅游示范企业分布

图表：华南地区工业旅游示范企业分布

图表：华东地区工业旅游示范企业分布

图表：河南省工业旅游示范点空间分布图

图表：河南省工业旅游示范点分布图

图表：河南省工业旅游示范点空间分布密度表

图表：河南省工业旅游示范点地级市分布表

图表：河南工业旅游示范点行业分布表

图表：华北地区工业旅游示范企业分布

图表：内蒙古工业旅游资源及其分布

图表：北京工业旅游行业分布表

图表：北京工业旅游产业分布图

图表：北京工业旅游资源分布

图表：全国酒业工业旅游分布图

图表：西北地区工业旅游示范企业分布

图表：新疆工业旅游示范点

图表：华东地区工业旅游示范企业分布

图表：四川省工业旅游的重点发展品牌及依托项目

图表：华东地区工业旅游示范企业分布

图表：2013-2014年内蒙古蒙牛乳业（集团）股份有限公司资产负债情况分析

图表：2013-2014年内蒙古蒙牛乳业（集团）股份有限公司营业利润情况分析

图表：2013-2014年内蒙古蒙牛乳业（集团）股份有限公司现金流量分析

图表：蒙牛工业旅游市场开发

图表：2013-2014年福建七匹狼实业股份有限公司资产负债情况分析

图表：2013-2014年福建七匹狼实业股份有限公司营业利润情况分析

图表：2013-2014年福建七匹狼实业股份有限公司现金流量分析

图表：2013-2014年青岛啤酒股份有限公司资产负债情况分析

图表：2013-2014年青岛啤酒股份有限公司营业利润情况分析

图表：2013-2014年青岛啤酒股份有限公司现金流量分析

图表：2013-2014年海尔电器集团有限公司资产负债情况分析

图表：2013-2014年海尔电器集团有限公司营业利润情况分析

图表：2013-2014年海尔电器集团有限公司现金流量分析

图表：2013-2014年中国贵州茅台酒厂有限责任公司资产负债情况分析

图表：2013-2014年中国贵州茅台酒厂有限责任公司营业利润情况分析

图表：2013-2014年中国贵州茅台酒厂有限责任公司现金流量分析

图表：2013-2014年江铃汽车股份有限公司资产负债情况分析

图表：2013-2014年江铃汽车股份有限公司营业利润情况分析

图表：2013-2014年江铃汽车股份有限公司现金流量分析

图表：北京工业旅游市场认知度

图表：中国市工业旅游认知度及参观情况

图表：中国市工业旅游企业认知度及参观情况

图表：参加工业旅游次数

图表：中国工业旅游发展制约因素调

图表：是否想体验工业旅游

图表：是否愿意参加单位组织免费参观工业旅游

图表：工业旅游了解信息途径

图表：参加工业旅游原因分析

图表：工业旅游门票价格调查

图表：工业旅游游览时间调查

图表：工业旅游产品经济效益循环图

图表：2015-2020年中国工业旅游行业销售收入预测

图表：2015-2020年中国工业旅游行业利润总额预测

图表：2015-2020年中国工业旅游行业总资产规模预测

图表：中国城市按职能定位

图表：旅游地生命周期各阶段特征

图表：旅游地生命周期的两种变形模式

图表：工业旅游产品多层次发展特征

图表：媒体营销特点和媒体选择

图表：工业旅游资源与其他旅游资源组合

图表：文化传承型工业旅游企业

图表：艺术与购物型工业旅游企业接待指标

图表：2015-2020年中国工业旅游行业市场规模预测

图表：工业旅游利益相关者分析

详细请访问：<https://www.huaon.com/detail/181373.html>