

2017-2022年中国影视旅游行业市场竞争格局及投资方向研究报告

报告大纲

一、报告简介

华经情报网发布的《2017-2022年中国影视旅游行业市场竞争格局及投资方向研究报告》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：<https://www.huaon.com/detail/305867.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

影视旅游是一种因特定的对象的某一性征引发媒体的关注与投入，通过电视广播与影片使该对象的特殊性征得以强化，产生更为广泛的社会关注从而引发带动旅游效应的一种旅游形式。诸如国产电视剧《天龙八部》刘亦菲版在桂林阳朔取景，使阳朔被众多去桂林旅游者列为首选之地。中国西部地貌因苍凉、空旷、壮美成为不少武侠小说与历史剧的取景之地，宁夏镇北堡的西部影视城也成为众多游客金秋十月北上的不二之选。

国外对影视旅游的定义主要依据伊万斯（Evans）的广义定义：影视旅游是指由描述物吸引电视、广播和影片引致的旅游。国外影视旅游起步较早，对其的研究也相应较早，主要集中在影视旅游的概念、外景地旅游兴起的原因、影视作品对外景地旅游形象的作用、影视作品的上映对外景地旅游社区的影响等几个方面。在上世纪90年代的中期,美国、英国、澳大利亚的一些经济类专家就开始了关于影视旅游的探讨。他们把它称“Movie and TV Induced Tourism”,他们把它的范畴界定为“所有因影视活动的开展并引致的旅游成果”,包括影视拍摄地旅游、影视节事活动地旅游、影视文化演绎出的旅游等,统称为影视旅游。

中国十大影城

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。

报告目录：

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 2014-2016年中国文化旅游业发展状况剖析

2.1 2014-2016年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 2014-2016年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 2014-2016年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 2014-2016年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

2005-2015年间我国城市人口年增均复合增长率为3.21%。

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 2014-2016年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 2014-2016年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 2014-2016年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 2014-2016年中国影视城运作分析

8.1 中国影视城综合状况

8.1.1 发展背景

8.1.2 运营状况

8.1.3 代表性影视城

8.1.4 存在的问题

8.1.5 投资状况

8.1.6 发展趋势

8.2 横店影视城

8.2.1 发展概况

8.2.2 发展历程

8.2.3 发展规模

8.2.4 经营模式

8.3 无锡影视城

8.3.1 发展概况

8.3.2 发展历程

8.3.3 运营模式

8.3.4 发展经验

8.4 焦作影视城

8.4.1 发展概况

8.4.2 发展历程

8.4.3 运营状况

8.4.4 发展困境

8.4.5 发展对策

8.4.6 经验借鉴

8.5 象山影视城

8.5.1 发展概况

8.5.2 发展历程

8.5.3 运营状况

8.5.4 发展经验

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 2014-2016年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 2014-2016年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

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 企业业务动态

10.1.6 未来前景展望

10.2 中国国旅股份有限公司

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 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 未来前景展望
- 10.4 海航凯撒旅游集团股份有限公司
 - 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 未来前景展望
- 10.5 景域国际旅游运营集团
 - 10.5.1 企业发展概况
 - 10.5.2 企业战略布局
 - 10.5.3 企业业务动态

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 2017-2022年影视旅游行业发展预测分析
 - 11.3.1 中国影视旅游行业发展因素分析
 - 11.3.2 2017-2022年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：2014-2016年旅游业相关政策概要

图表：2014-2016年国内生产总值增长速度

图表：2014-2016年规模以上工业增加值增速

图表：2014-2016年固定资产投资（不含农户）及房地产开发投资名义增速

图表：2014-2016年工业生产者出厂价格涨跌情况

图表：2014-2016年社会消费品零售总额分月同比增长速度

图表：2014-2016年中国人口数量规模

图表：2016年中国人口结构

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

图表：影视景点旅游生命周期的阶段特征

图表：影视城市旅游生命周期的阶段特征表

图表：影视节庆旅游生命周期各阶段特征表

图表：中国十大影视城经营概况

图表：中国十大影视城

图表：江西外景地拍摄作品一览

图表：江西已初步完成建设的影视城

图表：江西知名影视拍摄基地

图表：江西影视旅游产业的发展阶段

图表：江西省部分影视作品简介与文化类别

图表：江西部分影视拍摄地文化类别鉴定

图表：江西名胜古迹简介

图表：江西著名红色旅游地与旅游景点

图表：陕西外景地影视作品拍摄现状

详细请访问：<https://www.huaon.com/detail/305867.html>