

# 2017-2022年中国文化旅游综合体产业专项调查及 盈利前景预测报告

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年中国文化旅游综合体产业专项调查及盈利前景预测报告》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：<http://baogao.chinabaogao.com/lyyou/285151285151.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

文化旅游综合体的概念来源于旅游综合体的概念，所谓旅游综合体是指基于一定的旅游资源与土地基础，以旅游休闲为导向进行土地综合开发而形成的，以互动发展的度假酒店集群、综合休闲项目、休闲地产社区为核心功能构架，整体服务品质较高的旅游休闲聚集区。作为聚集综合旅游功能的特定空间，旅游综合体是一个泛旅游产业聚集区，也是一个旅游经济系统，并有可能成为一个旅游休闲目的地。文化旅游综合体或文化创意旅游综合体是旅游综合体的一种类型，其特点在于以文化为核心资源、核心产品或核心功能的旅游综合体。

文化旅游项目频现投资热点。注重传统文化的注入，精神内涵的提炼，并结合市场需求实现文化的传承与创新，将文化转化为具有积极价值取向的旅游消费产品，同时突破传统景点的单纯旅游功能或楼盘的单一地产功能，使观光、休闲、度假、会展、运动、教育、居住、娱乐等功能相辅相成。近两年文化旅游地产如井喷般出现，规模之大，涉及企业之多，令市场炫目，如万达投资2300亿建设文化旅游地产，永泰集团投资几百亿建设永泰城，恒大集团投资千亿全国布局旅游城。 数据来源：公开资料整理

1、文化创意，成为文化旅游的重点发展方向 文化创意产业被称为21世纪全球最有前途的产业之一，全世界创意经济每天创造产值达220亿美元，并以5%的年增长速度递增。如今，文化创意产业已经成为许多国家和地区经济发展的支柱产业。 文化创意产业在旅游领域的拓展和延伸，成为旅游发展的新引擎，反过来，旅游的发展也为文化创意产业的繁荣创造了新机遇、新动力。在旅游产业集群化发展及文化创意产品特点的背景下，文化创意旅游已经成为旅游景区、旅游企业及相关参与的新领域、新热点。北京怀柔影视基地、横店影视基地等一大批文化创意产业园区，不但提升了休闲经济时代下的传统旅游产品和文化活动，而且开始成为各大城市旅游经济发展的新引擎。

2、文化“深度游”成为中国旅游产业发展的新亮点 数据来源：公开资料整理

中国旅游已经从传统“走马观花”式的观光游向以文化为主题导向的“文化深度游”、“文化休闲游”转变，并出现了以世界遗产为核心主题的专项旅游产品。 我国国民人均出游从1984年的0.2次增长到2015年的3次，增长了14倍；我国国内游客数量从1984年的2亿人次增长到2015年的40亿人次，增长了19倍；我国国内旅游收入从1984年的80亿元人民币增长到2015年的34200亿元人民币，增长了426.5倍；我国入境旅游人数从1978年的180.92万人次增加到2015年的1.33亿人次，增长72.5倍，年均增长12.3%；旅游外汇收入从1978年的2.63亿美元增加到2015年的1136.5亿美元，增长431倍，年均增长17.8%。 以上数据表明，我国已进入大众旅游新时代，中国旅游业仍将保持快速发展的黄金期，而且进入转型升级创新发展的关键期，“旅游+”战略、“全域旅游”战略、“一带一路”旅游合作的进一步实施，中国旅游业将迎来提质增效的阶段，世界将充分分享中国旅游市场带来的巨大红利，无限广阔的旅游发展空间为旅游目的地城市和区域的转型升级提出了迫切要求。通过创建和更新旅游城市的文化旅游综合体，构建景区、园区和城区三位一体格局，实现旅游集聚地多产业的跨界

融合，通过大规模的文化消费聚集形成规模效应，营造旅游的全新文化生态。 数据来源：公开资料整理

文化旅游综合体，作为城镇空间范畴内，基于休闲度假的主体功能，集聚多种商业、办公、居住、旅店、展览、餐饮、会议、文娱和交通等现代城市的关联功能业态，形成主题创意化、环境景区化、产品休闲化、空间集聚化、服务社区化的一种全新生活方式的载体。由于其多功能高效率的特性，也被称为“城中之城”。文化旅游综合体的综合价值在于推动文化产业，减少政府投资，提高生活品质和拉动经济发展，改善城市形象及解决社会就业，联动区域城市开发，形成文化保护沉淀。此外，城市文化旅游综合体还具有通道树型体系、现代城市设计、高科技集成设施、地标式建筑等典型特点。 数据来源：公开资料整理

文化涵育。特色文化、传统文化及创意文化等各种文化都需要一个传承创新、涵养培育的过程。在文化旅游综合体中要体现出各种文化元素，同时，也应在文化旅游综合体的各项规划中，将文化的规划放到重要的位置。

品牌汇聚。海中成群游动的鱼，纷乱而有序。随着洋流和食物，忽东忽西，整齐划一；遇到猎手攻击的时候，倏忽聚散，就像一个严密分工协作的组织。就像鱼群一样，品牌亦是价值的天然聚合。作为文化旅游目的地，往往有利于各种品牌的消费与传播，大量游客的涌入，消费成为旅游中的必然释放，品牌自然成为拉动消费欲望强烈的游客的潜在消费。在品牌聚合的同时，通过创新将各品牌有机地整合，既利用品牌吸引，又推动品牌传播。

空间集聚。大多数的文化旅游综合体会规划很多空间内容，它是城市的地标，将各种空间资源整合于此，游客不能在旅行中遍及各处，如能在一定的空间内集约进行旅游观光，既服务游客，也整合了各种城市资源。文化旅游综合体空间的集聚形成更好市场，刺激带动当地就业和商业文化消费。

创意孕育。正如“创意英格兰”(CreativeEngland)的主席约翰牛比津所言：“创意产业关乎态度”。这个态度之于创造者而言，是冒险的精神、年轻的豪迈和改变生活的勇气。创意产业这一概念自20世纪末由英国学者定义后，迅速被世界各国所接受，其根本观念是通过“越界”促成不同行业、不同领域的重组与合作。通过越界来寻找新的增长点，并通过在全社会推动创造性发展，来促进社会机制的改革创新。创意产品的创意内容的吸引力是最大的，游客因为受创意吸引，从而愿意深入体验，愿意深度消费。不同年龄层的不同消费趋向越发明显，现在的消费主体是80后，但90后的消费也在崛起，关注不同的消费群体，进行创意的孕育，让旅游目的地既要留住人，更要留住“人心”。

消费供给。文化旅游地要不断地研发新的消费样式和消费内容，更好的吸引和留住游客，包括中国各旅游城市方兴未艾的实景演出以及非遗的展示等。随着时代的变化，老百姓也会有新的消费习惯和消费意识，文化产品要不地推陈出新，不断地供给老百姓更具创意性的产品。 中国报告网发布的《2017-2022年中国文化旅游综合体产业专项调查及盈利前景预测报告》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。报告目录\REPORTDIRECTORRY

第一章文化旅游综合体相关概述第一节文化旅游综合体概念一、文化旅游综合体的定义二、文化旅游综合体的作用第二节文化旅游综合体的特征一、功能的核心性二、空间的延展性三、产业的相关性四、服务高品质性第三节文化旅游综合体相关概念辨析一、与城市综合体的关系（一）核心功能（二）服务对象与目的二、与旅游产业集群的关系（一）范围界定（二）核心功能三、与旅游地产的关系（一）开发模式（二）主要目的第四节文化旅游综合体的内涵一、旅游产业化是背景二、空间集聚是基础条件三、多重要素整合是本质四、文化整合是核心五、旅游休闲是导向六、商业运作是盈利点七、生态环境营造理念八、土地使用效益优化是目标九、综合功能是特征

第二章国际文化旅游综合体开发经验借鉴第一节国外文化旅游综合体开发运营概况一、国外文化旅游综合体开发现状二、国外文化旅游综合体开发特征三、国外文化旅游综合体发展趋势第二节主要国家文化旅游综合体发展经验一、美国（一）美国文化旅游综合体开发现状（二）美国文化旅游综合体政策规划（三）美国文化旅游综合体经验借鉴二、欧洲（一）欧洲文化旅游综合体开发现状（二）欧洲文化旅游综合体政策规划（三）欧洲文化旅游综合体经验借鉴三、日本（一）日本文化旅游综合体开发现状（二）日本文化旅游综合体开发规划（三）日本文化旅游综合体经验借鉴第三节文化旅游综合体开发经营案例分析一、迪拜棕榈岛（一）项目概况（二）空间布局（三）项目设置（四）经营管理（五）开发启示二、圣淘沙名胜世界（一）项目概况（二）核心优势（三）配套设施（四）产业延伸（五）成功经验三、拉斯维加斯综合体（一）项目概况（二）布局规划（三）运营情况（四）经验借鉴四、澳门博彩综合体（一）项目概况（二）规划布局（三）运营情况（四）经验借鉴五、豪斯登堡（一）项目概况（二）配套设施（三）功能区域（四）运营情况六、棕榈岛亚特兰蒂斯酒店（一）项目概况（二）规划布局（三）经营管理（四）经验借鉴

第三章中国文化旅游综合体投资开发环境第一节中国文化旅游综合体开发条件一、政策条件二、经济条件三、社会条件四、技术条件第二节国内旅游市场发展分析一、中国旅游市场发展概况二、国内旅游接待人数分析三、国内旅游收入情况分析四、国内人均旅游消费情况五、入境旅游市场发展分析（一）入境旅游接待人数（二）入境旅游外汇收入（三）入境旅游过夜游客数（四）入境旅游客源情况六、中国旅游消费趋势分析（一）GDP与旅游业的相

关性（二）旅游消费规律分析（三）中国旅游消费趋势七、中国旅游业转型升级分析（一）旅游业转型升级的基本认识（二）旅游业转型升级的基本表现（三）旅游业转型升级的基本要求（四）旅游业转型升级的主要思路第三节国内旅游景区开发经营情况一、中国景区资源规模二、中国世界遗产名录三、中国5A级旅游景区分析（一）5A级旅游景区发展变迁（二）5A级旅游景区分布情况四、全国特色景观旅游名镇村（一）第一批特色景观旅游名镇村（二）第二批特色景观旅游名镇村五、旅游景区市场经营情况（一）旅游景区市场规模分析（二）旅游景区行业排名情况1、旅游景区营业收入排名2、旅游景区门票收入排名3、景区接待游客人数排名（三）旅游景区发展中的问题（四）旅游景区发展态势分析第四节中国城镇化建设情况及影响一、中国城镇化水平及规划二、新型城镇化发展现状三、新型城镇化对文化旅游综合体的影响四、文化旅游综合体对新型城镇化的要求第五节中国文化旅游综合体土地开发环境一、土地政策发展现状分析二、旅游用地优惠政策分析三、建设用地供需情况分析四、主要城市土地价格分析

第四章文化旅游地产行业发展与竞争现状第一节文化旅游地产行业准入门槛一、行业政策门槛分析二、行业资金门槛分析三、行业技术门槛分析第二节文化旅游地产行业发展现状一、文化旅游地产行业市场调研（一）文化旅游地产行业发展总体情况（二）文化旅游地产项目区域分布情况（三）文化旅游地产项目用地规模分析二、文化旅游地产行业发展特点分析三、文化旅游地产行业存在问题分析第三节文化旅游地产行业竞争现状一、需求者议价能力分析二、供给者议价能力分析三、潜在竞争者威胁分析四、替代产品的威胁分析五、行业内部竞争态势分析

第五章中国文化旅游综合体开发现状分析第一节中国文化旅游综合体发展现状一、文化旅游综合体开发现状二、文化旅游综合体开发特点三、文化旅游综合体开发策略四、文化旅游综合体开发模式第二节文化旅游综合体开发运营模式一、政府运营模式（一）政府角色定位（二）政府运作关键点二、企业运营模式（一）企业角色定位（二）企业运作商业模式（三）企业运作流程分析第三节文化旅游综合体盈利模式分析一、传统观赏旅游收入模式二、体验式观赏旅游收入模式三、休闲旅游收入模式四、度假旅游收入模式五、旅游房地产收入模式六、区域开发收入模式

第六章文化旅游综合体发展模式选择及优化第一节文化旅游综合体发展模式实现路径一、转变发展理念二、以RMTIE模型为指导三、以商业模式创新为前提四、以综合性和高规划性为保障五、以一体化综合运营为核心第二节文化旅游综合体发展模式的选择一、发展模式选择的必要性二、发展模式选择影响因素（一）资源禀赋（二）投资回收期（三）价值协同强度（四）城市经济环境（五）城市社会环境（六）城市旅游环境（七）区位环境（八）利益相关者三、文化旅游综合体发展模式选择（一）确定旅游综合体核心驱动功能1、以娱乐功能为核心的旅游综合体2、以度假功能为核心的旅游综合体3、以综合购物功能为核心的旅游综合体4、以会展功能为核心的旅游综合体（二）其他功能子系统配置原则第三节文化旅游综合体发展模式优化一、旅游综合体发展主要问题二、旅游综合体发展模式优化思路第四节文

文化旅游综合体各种发展模式分析一、以娱乐功能为核心的发展模式（一）模式发展基本概述（二）模式开发运营特征（三）模式开发运营战略（四）典型案例运营分析二、以休闲度假功能为核心的发展模式（一）模式发展基本概述（二）模式开发运营特征（三）模式开发运营战略（四）典型案例运营分析三、以综合购物功能为核心的发展模式（一）模式发展基本概述（二）模式开发运营特征（三）模式开发运营战略（四）典型案例运营分析四、以会展功能为核心的发展模式（一）模式发展基本概述（二）模式开发运营特征（三）模式开发运营战略（四）典型案例运营分析

第七章从土地价值链分析区域文化旅游综合体开发策略第一节区域文化旅游综合体土地价值链内涵需求一、土地依托性的资源二、旅游消费者的活动三、地产功能化的开发四、载体城市化的体现第二节区域文化旅游综合体竞争力案例评价一、区域资源流转发展模式-成都市红砂村花香农居二、区域产业联动发展模式-北京一号地国际艺术区三、区域核心产业拉动模式-海南博鳌四、特色基地发展模式-北京北普陀影视城五、区域功能载体互融开发模式-北京华侨城第三节拓展区域文化旅游综合体可持续发展策略一、区域文化旅游综合体实现基础-土地规模化利用二、区域文化旅游综合体开发保证-土地合法化流转三、区域文化旅游综合体构建核心-产业复合化联动四、区域文化旅游综合体终极目标-城市功能化载体五、区域文化旅游综合体引领手段-产业龙头化集聚第四节区域文化旅游综合体立体化发展策略一、资源流转二、功能转换三、概念包装四、旅游物业五、集群地产

第八章不同类型文化旅游综合体案例开发分析第一节温泉旅游综合体一、温泉旅游综合体开发运营总况（一）项目开发特征分析（二）项目开发模式分析（三）项目投资开发条件（四）项目运营开发策略二、珠海海泉湾（一）项目发展概况（二）产品体系分析（三）经营情况分析（四）运营经验借鉴三、北京温都水城（一）项目发展概况（二）设施建设情况（三）开发项目分析（四）建设规模分析四、昆明柏联SPA温泉度假村（一）景区基本情况（二）项目实施进程（三）项目创新思路（四）项目成功经验第二节滨水旅游综合体一、滨水旅游综合体开发运营总况（一）项目开发特征分析（二）项目开发模式分析（三）项目投资开发条件（四）项目运营开发策略二、海南清水湾（一）项目发展概况（二）设施建设情况（三）项目定位分析第三节主题公园综合体一、主题公园综合体开发运营总况（一）项目开发特征分析（二）项目开发模式分析（三）项目投资开发条件（四）项目运营开发策略二、成都温江国色天香（一）项目发展概况（二）设施建设情况（三）经营情况分析（四）开发时序分析第四节乡村旅游综合体一、乡村旅游综合体开发运营总况（一）项目开发特征分析（二）项目开发模式分析（三）项目投资开发条件（四）项目运营管理策略二、成都三圣乡五朵金花（一）项目发展概况（二）功能定位情况（三）经营情况分析（四）运营经验借鉴第五节高尔夫旅游综合体一、高尔夫旅游综合体开发运营总况（一）项目开发特征分析（二）项目开发模式分析（三）项目投资开发条件（四）项目运营管理策略二、深圳观澜湖（一）项目发展概况（二）设施建设情况（三）相关情况分析三、杭州富春山居高尔夫（一）项目发展概况（二）设施建设情况第六节文化创意旅游综合体一、文化创意旅游综合体开发运营

总况（一）项目开发特征分析（二）重视项目研发要点（三）项目投资开发条件（四）项目运营管理策略二、上海新天地（一）项目发展概况（二）设施建设情况（三）商业模式分析（四）项目规划布置三、楚雄彝人古镇（一）项目发展概况（二）设施建设情况（三）经营情况分析第七节养生养老型旅游综合体一、养生养老型旅游综合体开发运营总况（一）项目开发特征分析（二）项目开发模式分析（三）项目投资开发条件（四）项目运营管理策略二、北京将府庄园（一）项目发展概况（二）设施建设情况（三）运营经验借鉴三、台湾长庚养生文化村（一）项目发展概况（二）设施建设情况（三）运营经验借鉴第八节主题酒店旅游综合体一、主题酒店旅游综合体开发运营总况（一）项目开发特征分析（二）项目市场定位分析（三）项目投资开发条件（四）项目运营管理策略二、西溪天堂（一）项目发展概况（二）设施建设情况（三）开发项目分析（四）项目定位分析三、澳门威尼斯人度假村（一）项目发展概况（二）产品体系分析（三）运营经验借鉴第九节生态休闲旅游综合体一、生态休闲旅游综合体开发运营总况（一）项目开发特征分析（二）项目开发模式分析（三）项目投资开发条件（四）项目功能要素分析二、恩龙世界木屋村（一）项目发展概况（二）设施建设情况（三）旅游景点简介三、万达长白山国际旅游度假区（一）项目发展概况（二）设施建设情况（三）功能分区情况第十节度假区旅游综合体一、度假区旅游综合体开发运营总况（一）项目开发特征分析（二）项目开发模式分析（三）项目投资开发条件（四）项目运营管理策略二、滇池国家旅游度假区（一）项目发展概况（二）开发项目情况（三）经营情况分析（四）发展目标分析

第九章文化旅游综合体典型案例分析-深圳东部华侨城第一节东部华侨城项目基本概况一、项目定位二、区位分析三、开发时序四、区位交通（一）机动车观景环保交通系统（二）有轨山地缆车和森林小火车系统（三）观景人行交通系统（四）环保停车场系统五、项目发展独特优势第二节东部华侨城分区介绍一、茶溪谷二、大侠谷三、云海谷四、主题酒店群五、天麓大宅六、主题演艺节目第三节东部华侨城经营情况一、票价体系二、营销策略三、游客接待及收入四、经营评价第四节东部华侨城发展模式评析一、东部华侨城项目产生背景（一）企业产品结构的诉求（二）旅游休闲需求的升级（三）生态旅游项目的回归（四）政府对旅游产业的支持二、东部华侨城发展模式分析（一）东部华侨城现有模式概述（二）东部华侨城模式发展特点1、开发理念原生化2、项目规划情景化3、产品体系多元化4、旅游方式复合化5、文化创新集成化6、旅游地产支撑化7、政府支持保障化三、东部华侨城模式的借鉴意义（一）开发理念的先进性（二）规划设计的科学性（三）主题文化的独特性（四）大资本运作的高效性（五）环保理念的前瞻性（六）运营管理的优势性（七）景区建设的高科技性

第十章中国文化旅游综合体区域开发潜力分析第一节海南一、海南旅游产业发展规划二、海南旅游资源开发情况三、旅游地产投资潜力分析四、文化旅游综合体现有项目五、文化旅游综合体开发潜力第二节广东一、广东旅游产业发展规划二、广东旅游资源开发情况三、旅游地产投资潜力分析四、文化旅游综合体现有项目五、文化旅游综合体开发潜力第三节上海一



、上海旅游产业发展规划二、上海旅游资源开发情况三、旅游地产投资开发分析四、文化旅游综合体现有项目五、文化旅游综合体开发潜力第四节杭州一、杭州旅游产业发展规划二、杭州旅游资源开发情况三、旅游地产投资开发分析四、文化旅游综合体现有项目五、文化旅游综合体开发潜力第五节江苏一、江苏旅游产业发展规划二、江苏旅游资源开发情况三、旅游地产投资潜力分析四、文化旅游综合体现有项目五、文化旅游综合体开发潜力第六节四川一、四川旅游产业发展规划二、四川旅游资源开发情况三、旅游地产投资潜力分析四、文化旅游综合体现有项目五、文化旅游综合体开发潜力第七节云南一、云南旅游产业发展规划二、云南旅游资源开发情况三、旅游地产投资开发分析四、文化旅游综合体现有项目五、文化旅游综合体开发潜力第八节安徽一、安徽旅游产业发展规划二、安徽旅游资源开发情况三、旅游地产投资潜力分析四、文化旅游综合体现有项目五、文化旅游综合体开发潜力第九节青岛一、青岛旅游产业发展规划二、青岛旅游资源开发情况三、旅游地产投资潜力分析四、文化旅游综合体现有项目五、文化旅游综合体开发潜力第十节大连一、大连旅游产业发展规划二、大连旅游资源开发情况三、旅游地产投资潜力分析四、文化旅游综合体现有项目五、文化旅游综合体开发潜力

第十一章中国文化旅游综合体投资开发企业运营分析第一节文化旅游综合体地产开发企业分析一、恒大地产集团有限公司（一）企业基本情况概述（二）企业主营业务分析（三）企业经营情况分析1、收入利润2、运营能力3、盈利能力4、偿债能力（四）文化旅游综合体项目（五）企业发展优势分析二、大连万达集团股份有限公司（1）企业概况（2）主营业务情况分析（3）公司运营情况分析（4）公司优劣势分析三、雅居乐地产控股有限公司（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1、收入利润2、运营能力3、盈利能力4、偿债能力（四）文化旅游综合体项目（五）企业发展优势分析四、深圳万科企业股份有限公司（一）企业基本情况概述（二）企业主营业务分析（三）企业经营情况分析1、收入利润2、运营能力3、盈利能力4、偿债能力（四）文化旅游综合体项目（五）企业发展战略分析五、广州富力地产股份有限公司（一）企业基本情况概述（二）企业主营业务分析（三）企业经营情况分析1、收入利润2、运营能力3、盈利能力4、偿债能力（四）文化旅游综合体项目（五）企业发展优势分析六、碧桂园控股有限公司（一）企业基本情况概述（二）企业主营业务分析（三）企业经营情况分析1、收入利润2、运营能力3、盈利能力4、偿债能力（四）文化旅游综合体项目（五）企业发展优势分析七、保利房地产(集团)股份有限公司（一）企业基本情况概述（二）企业主营业务分析（三）企业经营情况分析1、收入利润2、运营能力3、盈利能力4、偿债能力（四）文化旅游综合体项目（五）企业发展优势分析八、佳兆业集团控股有限公司（一）企业基本情况概述（二）企业主营业务分析（三）企业经营情况分析1、收入利润2、运营能力3、盈利能力4、偿债能力（四）文化旅游综合体项目（五）企业发展优势分析第二节文化旅游综合体开发运营企业分析一、中国港中旅集团公司（一）企业基本情况概述（二）企业主营业务分析（三）文化旅游综合体项目（四）企业布局情况分析（五）企业发展规划分析二、中青旅控股股份有限公司（

一) 企业基本情况概述 (二) 企业主营业务分析 (三) 企业经营情况分析1、收入利润2、运营能力3、盈利能力4、偿债能力 (四) 文化旅游综合体项目 (五) 企业发展优势分析三、云南旅游股份有限公司 (一) 企业基本情况概述 (二) 企业主营业务分析 (三) 企业经营情况分析1、收入利润2、运营能力3、盈利能力4、偿债能力 (四) 文化旅游综合体项目 (五) 企业发展优势分析四、深圳华侨城股份有限公司 (一) 企业基本情况概述 (二) 企业主营业务分析 (三) 企业经营情况分析1、收入利润2、运营能力3、盈利能力4、偿债能力 (四) 文化旅游综合体项目 (五) 企业发展战略分析五、杭州宋城旅游发展股份有限公司 (一) 企业基本情况概述 (二) 企业主营业务分析 (三) 企业经营情况分析1、收入利润2、运营能力3、盈利能力4、偿债能力 (四) 文化旅游综合体项目 (五) 企业发展优势分析六、北京中坤投资集团有限公司 (一) 企业基本情况概述 (二) 企业主营业务分析 (三) 企业旅游地产分析 (四) 文化旅游综合体项目 (五) 企业发展优势分析

第十二章文化旅游综合体项目投资开发前景第一节文化旅游综合体投资环境分析一、经济发展趋势及影响二、政策发展趋势及影响三、人均GDP增长情况四、交通运输能力分析五、行业发展走向影响第二节文化旅游综合体投资SWOT分析一、项目投资优势分析二、项目投资劣势分析三、项目投资机遇分析四、项目投资威胁分析第三节文化旅游综合体投资机会分析一、旅游业投资潜力分析二、旅游业投资特性分析三、文化旅游综合体投资趋势四、文化旅游综合体投资特性五、文化旅游综合体投资收益

第十三章文化旅游综合体项目投资开发策略第一节旅游企业如何打造文化旅游综合体一、综合打造为指引 (一) 土地综合开发 (二) 产业综合发展 (三) 功能综合配置 (四) 目标综合打造二、定位突破为先导 (一) 区域功能定位 (二) 开发主题定位三、功能构架为核心 (一) 打造核心吸引中心 (二) 构造休闲聚集中心 (三) 创造延伸发展中心四、操纵运营为支撑第二节文化旅游综合体开发中的利益均衡问题一、关注各方利益的必要性二、各相关主体的利益诉求 (一) 旅游者 (二) 社区 (三) 旅游企业 (四) 政府 (五) 社会公众第三节文化旅游综合体开发中的土地流转问题一、关注土地流转问题的必要性二、现行土地性质及流转模式三、开发过程中土地流转问题的解决第四节文化旅游综合体投资开发风险及控制一、策划定位风险控制二、地段选择风险控制三、资金投入风险控制四、市场运营风险控制五、环境保护风险控制

第十四章文化旅游综合体项目运营管理策略第一节文化旅游综合体项目产品规划建议一、项目总体规划设计原则二、项目功能复合性规划建议三、项目其他功能设施规划建议第二节文化旅游综合体项目整合推广策略一、媒体广告推广品牌策略二、节庆活动推广景区品牌策略三、公关活动推广景区品牌策略四、口碑传播推广项目品牌策略五、数据库营销推广项目品牌策略第三节文化旅游综合体项目整合传播层次一、认知的整合二、形象的整合三、功能的整合四、协调的整合五、基于旅游者的整合六、基于利益相关者的整合第四节文化旅游综合体项目营销执行策划一、消费者行为调查二、销售与经营的平衡三、物业商铺营销特性四、项目营销推广流程第五节文化旅游综合体项目管理策略一、零散销售、统一经营二、零散销

售、各自经营三、整体出售、整体经营四、整体出租、整体经营五、零散出租、各自经营第  
章文化旅游综合体企业资金来源及投融资策略第一节文化旅游综合体企业资金来源渠道一、  
银行信贷二、小额贷款公司三、村镇银行四、信托/基金公司五、信用担保公司第二节文化  
旅游综合体企业主要融资方式一、国内银行贷款二、国外银行贷款三、发行债券融资四、民  
间借贷融资五、信用担保融资六、金融租赁融资第三节文化旅游综合体企业投资策略分析一  
、以资产价值提升为基石二、以功能价值创新为源泉三、以品牌价值塑造为核心四、以文化  
价值彰显为支点五、以情感价值融入为纽带（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/lyyou/285151285151.html>