

## 中国工业旅游最佳商业模式分析与开发策略报告(2013新版)

## 目 录

## CONTENTS

- 第1章：旅游行业发展的背景与阶段**
  - 1.1 旅游行业发展现状**
    - 1.1.1 中国国内旅游市场发展现状
      - (1) 国内旅游人数
      - (2) 国内旅游收入
      - (3) 国内旅游人均花费
    - 1.1.2 中国入境旅游市场发展现状
      - (1) 入境旅游接待人数
      - (2) 入境旅游外汇收入
      - (3) 入境旅游客源情况
      - (4) 入境旅游过夜游客数
    - 1.1.3 中国黄金周旅游市场发展现状
      - (1) “十一”黄金周旅游市场发展分析
      - (2) 春节黄金周旅游市场发展分析
  - 1.2 旅游行业发展环境**
    - 1.2.1 旅游行业政策环境分析
      - (1) 国家支持旅游业发展
      - (2) 国家支持西部地区旅游业发展
      - (3) 国家扩大内需政策推动旅游市场规模扩大
    - 1.2.2 旅游行业经济环境分析
      - (1) 国际经济环境分析
      - (2) 国内经济环境分析
      - (3) 宏观经济环境对旅游行业的影响
    - 1.2.3 旅游行业消费环境分析
      - (1) 居民消费价格指数
      - (2) 消费品零售市场分析
      - (3) 居民消费性支出分析
      - (4) 消费结构升级
    - 1.2.4 旅游行业社会环境分析
      - (1) 法定节假日和带薪假期实施
      - (2) 人口年龄结构
      - (3) 社会结构
- 第2章：工业旅游特征与模式分类**
  - 2.1 工业旅游属性特征**
    - 2.1.1 工业旅游属性
    - 2.1.2 工业旅游特征
  - 2.2 工业旅游开发模式**
    - 2.2.1 工业遗产旅游
    - 2.2.2 工业科普旅游
    - 2.2.3 产业公园旅游
    - 2.2.4 企业文化旅游
- 第3章：工业遗产旅游模式典型案例分析**
  - 3.1 工业遗产旅游开发模式概述**
  - 3.2 英国艾思布里奇峡博物馆开发模式分析**
    - 3.2.1 工业旅游资源背景
    - 3.2.2 工业旅游开发模式
    - 3.2.3 工业旅游经营情况
  - 3.3 德国杜伊斯堡景观公园开发模式分析**
    - 3.3.1 工业旅游资源背景
    - 3.3.2 工业旅游开发模式
    - 3.3.3 工业旅游经营情况

- 3.4 德国奥伯豪森购物中心开发模式分析
  - 3.4.1 工业旅游资源背景
  - 3.4.2 工业旅游开发模式
  - 3.4.3 工业旅游经营情况
- 3.5 德国鲁尔区工业遗产旅游开发模式分析
  - 3.5.1 工业旅游资源背景
  - 3.5.2 工业旅游开发模式
  - 3.5.3 工业旅游经营情况
- 3.6 美国SO HO社区开发模式分析
  - 3.6.1 工业旅游资源背景
  - 3.6.2 工业旅游开发模式
  - 3.6.3 工业旅游经营情况
- 3.7 南非约翰内斯堡黄金公园开发模式分析
  - 3.7.1 工业旅游资源背景
  - 3.7.2 工业旅游开发模式
  - 3.7.3 工业旅游经营情况
- 3.8 北京798大山子艺术区开发模式分析
  - 3.8.1 工业旅游资源背景
  - 3.8.2 工业旅游开发模式
  - 3.8.3 工业旅游经营情况
- 3.9 中华儿女美术馆开发模式分析
  - 3.9.1 工业旅游资源背景
  - 3.9.2 工业旅游开发模式
  - 3.9.3 工业旅游经营情况
  - 3.9.4 工业旅游最新动向
- 3.10 中山岐江公园开发模式分析
  - 3.10.1 工业旅游资源背景
  - 3.10.2 工业旅游开发模式
  - 3.10.3 工业旅游经营情况
- 第4章：工业科普旅游模式典型案例分析**
  - 4.1 工业科普旅游开发模式概述
  - 4.2 英国斯尼伯斯顿发现者公园开发模式分析
    - 4.2.1 工业旅游资源背景
    - 4.2.2 工业旅游开发模式
    - 4.2.3 工业旅游经营情况
  - 4.3 欧洲航天局地面控制中心开发模式分析
    - 4.3.1 工业旅游资源背景
    - 4.3.2 工业旅游开发模式
    - 4.3.3 工业旅游经营情况
  - 4.4 美国芝加哥科学工业博物馆开发模式分析
    - 4.4.1 工业旅游资源背景
    - 4.4.2 工业旅游开发模式
    - 4.4.3 工业旅游经营情况
  - 4.5 胜利油田科技展览中心开发模式分析
    - 4.5.1 工业旅游资源背景
    - 4.5.2 工业旅游开发模式
    - 4.5.3 工业旅游经营情况
  - 4.6 沈阳新光航天科普基地开发模式分析
    - 4.6.1 工业旅游资源背景
    - 4.6.2 工业旅游开发模式
    - 4.6.3 工业旅游经营情况
  - 4.7 西昌卫星发射中心开发模式分析
    - 4.7.1 工业旅游资源背景
    - 4.7.2 工业旅游开发模式
    - 4.7.3 工业旅游经营情况
- 第5章：产业公园旅游模式典型案例分析**
  - 5.1 产业公园旅游开发模式概述
  - 5.2 美国沃尔瑟姆研究开发区公园·沃尔瑟姆产业中心开发模式分析
    - 5.2.1 工业旅游资源背景

- 5.2.2 工业旅游开发模式
- 5.2.3 工业旅游经营情况
- 5.2.4 工业旅游最新动向
- 5.3 三峡大坝旅游区开发模式分析**
  - 5.3.1 工业旅游资源背景
  - 5.3.2 工业旅游开发模式
  - 5.3.3 工业旅游经营情况
  - 5.3.4 工业旅游最新动向
- 第6章：企业文化旅游模式典型案例分析**
  - 6.1 企业文化旅游开发模式概述**
  - 6.2 英国利兹泰德雷酿酒码头工业旅游开发模式分析**
    - 6.2.1 工业旅游资源背景
    - 6.2.2 工业旅游开发模式
    - 6.2.3 工业旅游经营情况
  - 6.3 英国伯明翰卡德布里世界工业旅游开发模式分析**
    - 6.3.1 工业旅游资源背景
    - 6.3.2 工业旅游开发模式
    - 6.3.3 工业旅游经营情况
  - 6.4 苏格兰威士忌文化遗产中心开发模式分析**
    - 6.4.1 工业旅游资源背景
    - 6.4.2 工业旅游开发模式
    - 6.4.3 工业旅游经营情况
  - 6.5 烟台张裕葡萄酒博物馆开发模式分析**
    - 6.5.1 工业旅游资源背景
    - 6.5.2 工业旅游开发模式
    - 6.5.3 工业旅游经营情况
  - 6.6 一汽中国长春汽车博物馆开发模式分析**
    - 6.6.1 工业旅游资源背景
    - 6.6.2 工业旅游开发模式
    - 6.6.3 工业旅游经营情况
  - 6.7 茅台国酒文化城开发模式分析**
    - 6.7.1 工业旅游资源背景
    - 6.7.2 工业旅游开发模式
    - 6.7.3 工业旅游经营情况
  - 6.8 辽宁鞍山钢铁集团工业旅游开发模式分析**
    - 6.8.1 工业旅游资源背景
    - 6.8.2 工业旅游开发模式
    - 6.8.3 工业旅游经营情况
  - 6.9 青岛啤酒博物馆工业旅游开发模式分析**
    - 6.9.1 工业旅游资源背景
    - 6.9.2 工业旅游开发模式
    - 6.9.3 工业旅游经营情况
  - 6.10 海尔科技馆工业旅游开发模式分析**
    - 6.10.1 工业旅游资源背景
    - 6.10.2 工业旅游开发模式
    - 6.10.3 工业旅游经营情况
  - 6.11 华富玻璃器皿有限公司工业旅游开发模式分析**
    - 6.11.1 工业旅游资源背景
    - 6.11.2 工业旅游开发模式
    - 6.11.3 工业旅游经营情况

## 图表目录

图表1：2005-2012年中国国内旅游人数及预测（单位：亿人次，%）

图表2：2006-2012年中国国内旅游收入（单位：亿元，%）

图表3：2006-2012年中国国内旅游人均花费及增长率（单位：元，%）

- 图表4: 2012年中国入境旅游接待人数(单位:万人次,%)
- 图表5: 2012年中国入境旅游接待人数(单位:万人次,%)
- 图表6: 2012年中国入境旅游外汇收入(单位:亿美元,%)
- 图表7: 2012年中国入境旅游外汇收入(单位:亿美元,%)
- 图表8: 2012年中国入境旅游客源结构(单位:%)
- 图表9: 2012年外国人入境旅游目的(单位:%)
- 图表10: 2012年入境旅游外国人年龄结构(单位:%)
- 图表11: 2012年入境旅游外国人性别结构(单位:%)
- 图表12: 2012年中国入境旅游主要客源市场情况(单位:%)
- 图表13: 2012年中国入境旅游过夜游客数(单位:万人次,%)
- 图表14: 2012年中国入境旅游过夜游客数(单位:万人次,%)
- 图表15: 2005-2012年“十一”黄金周旅游人数及增长率(单位:万人次,%)
- 图表16: 2005-2012年“十一”黄金周旅游收入及增长率(单位:亿元,%)
- 图表17: 2006-2012年春节黄金周旅游人数及增长率(单位:万人次,%)
- 图表18: 2006-2012年春节黄金周旅游收入及增长率(单位:亿元,%)
- 图表19: 各旅游区的规划及政策研究
- 图表20: 2008-2012年全球主要经济体经济增长速度(单位:%)
- 图表21: 2005-2012年各项全球PMI指数变动情况
- 图表22: 2012年1-2季度欧盟经济增长速度(单位:%)
- 图表23: 2012年1-2季度主要新兴市场经济体货币升、贬值情况(单位:%)
- 图表24: 2010-2012年全球大宗商品价格和石油价格指数走势图
- 图表25: 2010-2014年全球主要经济体经济增速及预测分析(单位:%)
- 图表26: 2006-2012年中国国内生产总值及其增长速度(单位:亿元,%)
- 图表27: 2011-2012年规模以上工业增加值增速走势及预测(单位:%)
- 图表28: 2006-2012年中国全社会固定资产投资及增长情况(单位:亿元,%)
- 图表29: 2011-2012年中国居民消费价格月度涨跌幅度(单位:%)
- 图表30: 2012年中国居民消费价格比上年涨跌幅度(单位:%)
- 图表31: 2006-2012年中国社会消费品零售总额及其增长情况(单位:亿元,%)
- 图表32: 2012年中国人均消费性支出情况(单位:元,%)
- 图表33: 2012年中国人均消费性支出结构(单位:%)
- 图表34: 2012年中国法定节假日安排
- 图表35: 2012年与2011年中国人口年龄结构表(单位:万人,%)
- 图表36: 2012年与2011年中国人口年龄结构图(单位:%)
- 图表37: 2006-2012年中国人口年龄结构变化趋势(单位:%)
- 图表38: 中国目前“金字塔型”社会结构具体表现
- 图表39: 工业遗产旅游开发模式分析
- 图表40: 工业科普旅游开发模式分析
- 图表41: 产业园区旅游开发模式分析
- 图表42: 企业文化旅游开发模式分析
- 图表43: 英国艾思布里奇峡博物馆工业旅游经营优劣势分析
- 图表44: 德国杜伊斯堡景观公园工业旅游经营优劣势分析
- 图表45: 德国奥伯豪森购物中心工业旅游经营优劣势分析
- 图表46: 德国鲁尔区工业遗产旅游经营优劣势分析
- 图表47: 美国SO HO社区工业旅游经营优劣势分析
- 图表48: 南非约翰内斯堡黄金公园工业旅游经营优劣势分析
- 图表49: 北京798大山子艺术区工业旅游经营优劣势分析
- 图表50: 中华儿女美术馆发展历程
- 图表51: 中华儿女美术馆工业旅游经营优劣势分析
- 图表52: 中山岐江公园获奖情况
- 图表53: 中山岐江公园工业旅游经营优劣势分析
- 图表54: 英国斯尼伯斯顿发现者公园工业旅游经营优劣势分析
- 图表55: 欧洲航天局地面控制中心工业旅游经营优劣势分析
- 图表56: 美国芝加哥科学工业博物馆工业旅游经营优劣势分析
- 图表57: 胜利油田科技展览中心工业旅游经营优劣势分析
- 图表58: 沈阳新光航天科普基地工业旅游经营优劣势分析
- 图表59: 西昌卫星发射中心工业旅游经营优劣势分析
- 图表60: 美国沃尔瑟姆研究开发区公园·沃尔瑟姆产业中心工业旅游经营优劣势分析
- 图表61: 三峡大坝工业旅游经营优劣势分析
- 图表62: 英国利兹泰德雷酿酒码头工业旅游经营优劣势分析

- 图表63: 英国伯明翰卡德布里世界工业旅游经营优劣势分析
- 图表64: 苏格兰威士忌文化遗产中心经营优劣势分析
- 图表65: 2009-2012年烟台张裕葡萄酒股份有限公司主要经济指标分析 (单位: 万元)
- 图表66: 2009-2012年烟台张裕葡萄酒股份有限公司盈利能力分析 (单位: %)
- 图表67: 2009-2012年烟台张裕葡萄酒股份有限公司运营能力分析 (单位: 次)
- 图表68: 2009-2012年烟台张裕葡萄酒股份有限公司偿债能力分析 (单位: %, 倍)
- 图表69: 2009-2012年青岛啤酒股份有限公司发展能力分析 (单位: %)
- 图表70: 烟台张裕葡萄酒博物馆经营优劣势分析
- 图表71: 一汽中国长春汽车博物馆经营优劣势分析
- 图表72: 2009-2012年贵州茅台酒股份有限公司主要经济指标分析 (单位: 万元)
- 图表73: 2009-2012年贵州茅台酒股份有限公司盈利能力分析 (单位: %)
- 图表74: 2009-2012年贵州茅台酒股份有限公司运营能力分析 (单位: 次)
- 图表75: 2009-2012年贵州茅台酒股份有限公司偿债能力分析 (单位: %, 倍)
- 图表76: 2009-2012年贵州茅台酒股份有限公司发展能力分析 (单位: %)
- 图表77: 茅台国酒文化城经营优劣势分析
- 图表78: 2009-2012年鞍钢股份有限公司主要经济指标分析 (单位: 万元)
- 图表79: 2009-2012年鞍钢股份有限公司盈利能力分析 (单位: %)
- 图表80: 2009-2012年鞍钢股份有限公司运营能力分析 (单位: 次)
- 图表81: 2009-2012年鞍钢股份有限公司偿债能力分析 (单位: %, 倍)
- 图表82: 2009-2012年鞍钢股份有限公司发展能力分析 (单位: %)
- 图表83: 辽宁鞍山钢铁集团工业旅游经营优劣势分析
- 图表84: 2009-2012年青岛啤酒股份有限公司主要经济指标分析 (单位: 万元)
- 图表85: 2009-2012年青岛啤酒股份有限公司盈利能力分析 (单位: %)
- 图表86: 2009-2012年青岛啤酒股份有限公司运营能力分析 (单位: 次)
- 图表87: 2009-2012年青岛啤酒股份有限公司偿债能力分析 (单位: %, 倍)
- 图表88: 2009-2012年青岛啤酒股份有限公司发展能力分析 (单位: %)
- 图表89: 青岛啤酒工业旅游经营优劣势分析
- 图表90: 2009-2012年青岛海尔股份有限公司主要经济指标分析 (单位: 万元)
- 图表91: 2009-2012年青岛海尔股份有限公司盈利能力分析 (单位: %)
- 图表92: 2009-2012年青岛海尔股份有限公司运营能力分析 (单位: 次)
- 图表93: 2009-2012年青岛海尔股份有限公司偿债能力分析 (单位: %, 倍)
- 图表94: 2009-2012年青岛海尔股份有限公司发展能力分析 (单位: %)
- 图表95: 海尔科技馆工业旅游经营优劣势分析
- 图表96: 华富玻璃器皿有限公司工业旅游经营优劣势分析

如需了解报告详细内容, 请直接致电前瞻客服中心。

全国免费服务热线: 400-068-7188 0755-82925195 82925295 83586158

或发电子邮件: [service@qianzhan.com](mailto:service@qianzhan.com)

或登录网站: <https://bg.qianzhan.com/>

我们会竭诚为您服务!