

# 2022-2023年中国文旅景区品牌发展报告

Report on the Brand Development of Chinese Scenic Area Industry (2022-2023)

---

# 目录



发展背景



指数走向



运营管理



趋势展望



# 01 发展背景

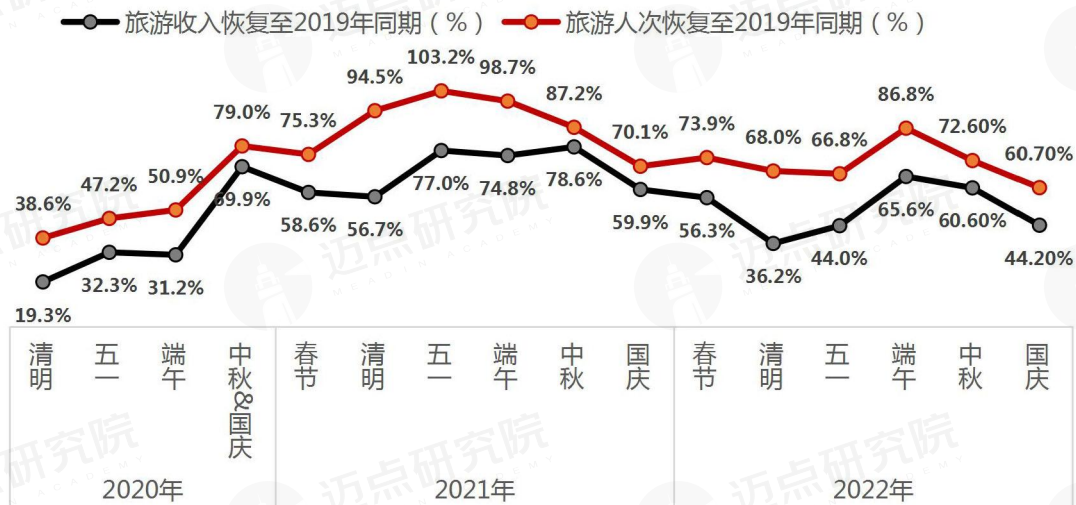


# 疫情影响：文旅市场反复波动，防控措施持续向好

上海疫情防控关键词 广州疫情防控关键词



2020-2022年各假期国内旅游数据恢复情况



数据来源：文化和旅游部，迈点研究院整理

# 行业影响：“临时闭园”频现，景区业绩受到拖累

| 2022年上海迪士尼景区开闭园情况 |                                  |
|-------------------|----------------------------------|
| 3月21日             | 上海迪士尼度假区整体暂时关闭（疫情原因）             |
| 6月10日             | 星愿公园、迪士尼世界商店及蓝天大道恢复运营（乐园及小镇继续暂闭） |
| 6月16日             | 上海迪士尼小镇及迪士尼乐园酒店恢复运营              |
| 6月30日             | 上海迪士尼乐园恢复运营（部分项目保持关闭）            |
| 10月9日             | 上海迪士尼乐园运营减少部分游客体验（疫情原因）          |
| 10月29日            | 减少人员配置运营，减少部分游客体验（疫情原因）          |
| 10月31日            | 上海迪士尼乐园临时闭园（疫情原因）                |
| 12月8日             | 恢复开放                             |

数据来源：网络公开数据，迈点研究院整理

| 2022年1季度景区乐园集团营收与归母净利润数据 |      |        |         |           |            |
|--------------------------|------|--------|---------|-----------|------------|
| 序号                       | 证券名称 | 营收（亿元） | 营收同比（%） | 归母净利润（万元） | 归母净利润同比（%） |
| 1                        | 天目湖  | 1.54   | 70.61   | 5616.57   | 4829.87    |
| 2                        | 峨眉山A | 1.25   | -22.33% | -2126.8   | -300.15    |
| 3                        | 张家界  | 0.81   | 55.34%  | -2656.32  | 15.5       |
| 4                        | 长白山  | 1.33   | 21.69   | 4611.21   | 9.67       |
| 5                        | 宋城演艺 | 2.76   | -1.66   | 10500     | 93.51      |
| 6                        | 黄山旅游 | 3.86   | 85.52   | 11100     | 1224.86    |
| 7                        | 三峡旅游 | 4.66   | -1.08   | 1260.11   | -23.15     |
| 8                        | 丽江股份 | 1.77   | 101.91  | 8010.77   | 8764.15    |

| 2022年3季度景区乐园集团营收与归母净利润数据 |      |        |         |           |            |
|--------------------------|------|--------|---------|-----------|------------|
| 序号                       | 证券名称 | 营收（亿元） | 营收同比（%） | 归母净利润（万元） | 归母净利润同比（%） |
| 1                        | 天目湖  | 0.56   | -28.05  | -2149.03  | -371.27    |
| 2                        | 峨眉山A | 1.49   | 12.66   | 442.33    | 268.2      |
| 3                        | 张家界  | 0.1    | -62.86% | -6203.6   | -96.2      |
| 4                        | 长白山  | 0.21   | 101.31% | -3457.39  | 11.79      |
| 5                        | 宋城演艺 | 0.85   | -72.16  | -3858.65  | -129.15    |
| 6                        | 黄山旅游 | 1.29   | -12.07  | -8369.97  | -162.31    |
| 7                        | 三峡旅游 | 5.15   | -16.55  | 1423.97   | 8.06       |
| 8                        | 丽江股份 | 0.42   | -42.31  | -2827.75  | -185.04    |

数据来源：网络公开数据、集团财报，迈点研究院整理

| 2022年2季度景区乐园集团营收与归母净利润数据 |      |        |         |           |            |
|--------------------------|------|--------|---------|-----------|------------|
| 序号                       | 证券名称 | 营收（亿元） | 营收同比（%） | 归母净利润（万元） | 归母净利润同比（%） |
| 1                        | 天目湖  | 0.33   | -78.19  | -3219.06  | -168.01    |
| 2                        | 峨眉山A | 0.83   | -61.24  | -6299.39  | -288.16    |
| 3                        | 张家界  | 0.16   | -81.55  | -5519.45  | -1290.01   |
| 4                        | 长白山  | 0.07   | -82.26  | -3709.96  | -25.52     |
| 5                        | 宋城演艺 | 0.26   | -93.83  | 947.36    | -96.15     |
| 6                        | 黄山旅游 | 0.85   | -72.98  | -8849.89  | -233.26    |
| 7                        | 三峡旅游 | 5.97   | 11.2    | -2024.47  | -155.07    |
| 8                        | 丽江股份 | 0.37   | -71.34  | -2514.22  | -225.86    |



# 政策导向：纾困补贴频出，人才、金融双激励

发放文旅行业纾困发展资金，对A级旅游景区叠加补助

保障专业人才供给，对旅游业人才培养项目给予奖励

探索开展门票收费权、未来收益权等质押贷款业务

政策托底

01

02

03

01

02

03

发展导向

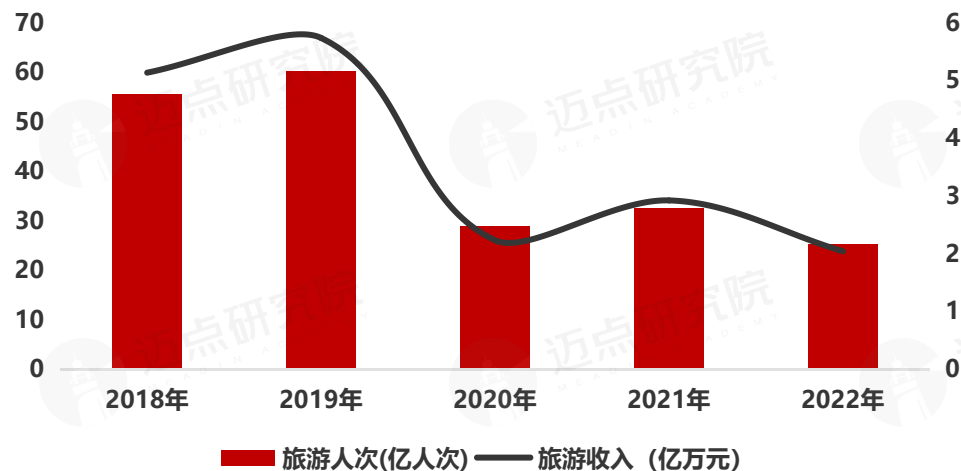
露营旅游休闲促进就近出游

户外运动产业发展助力构建新发展格局

虚拟现实加速多场景应用落地

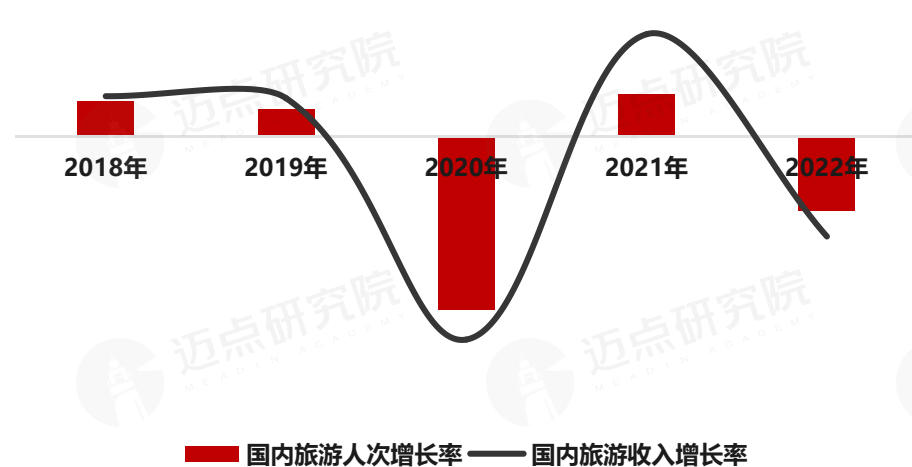
# 经济环境：旅游收入及旅游人数下跌趋势明显

## 2018-2022年国内旅游人次及收入规模变化



数据来源：文化和旅游部，迈点研究院整理

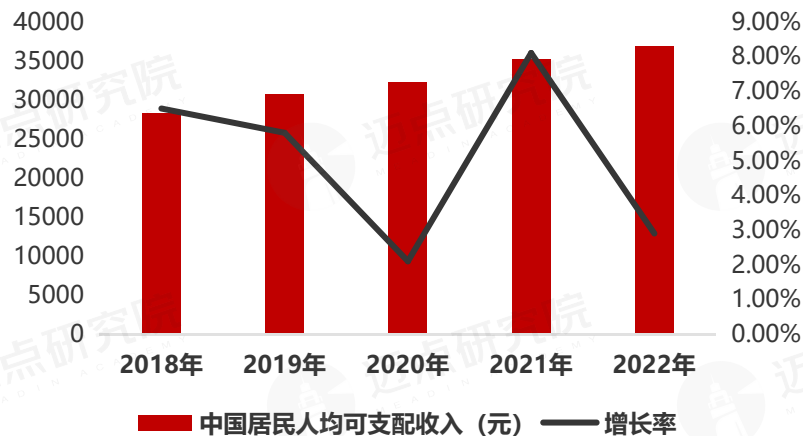
## 2018-2022年国内旅游市场增长率变化



数据来源：文化和旅游部，迈点研究院整理

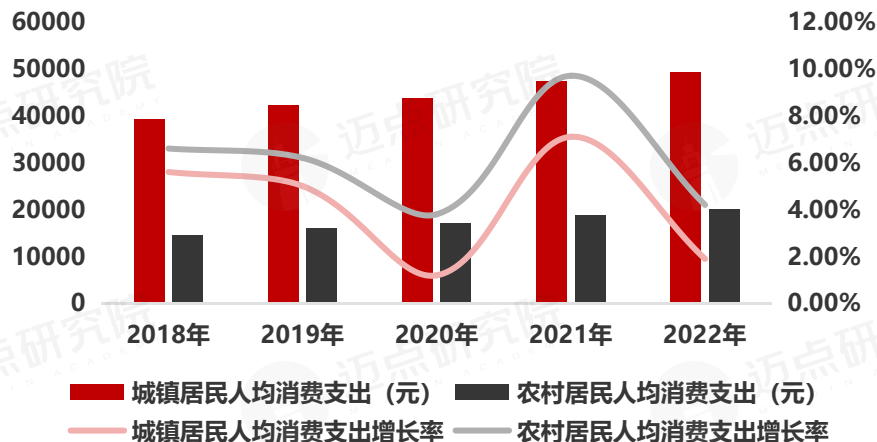
# 社会环境：旅游消费需求升级，下沉消费崛起

## 2018-2022年中国人均可支配收入变化趋势



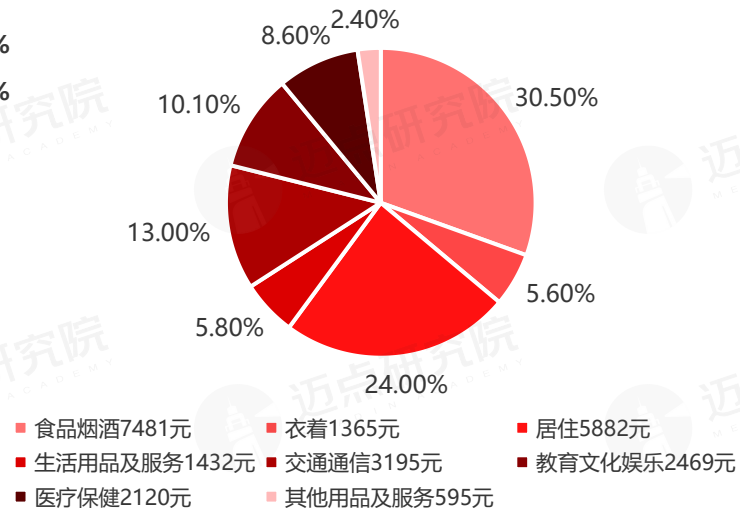
数据来源：文化和旅游部，迈点研究院整理

## 2018-2022年城乡居民人均消费支出及增长率



数据来源：文化和旅游部，迈点研究院整理

## 2022年居民人均消费支出及构成



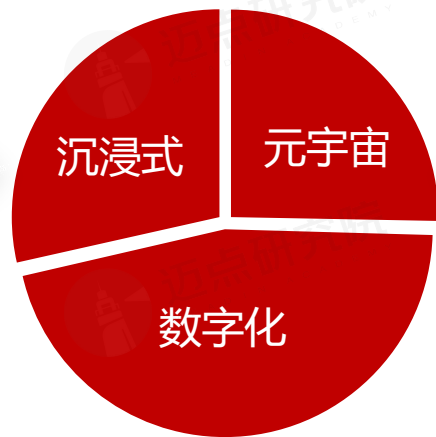
数据来源：文化和旅游部，迈点研究院整理



# 科技环境：“景区+科技”，打造数字文旅新优势

## 打造文旅景区升级新体验

1. 文旅深度融合新机遇
2. 沉浸式+夜经济=文旅消费新蓝海



## 赋能文旅景区开启新未来

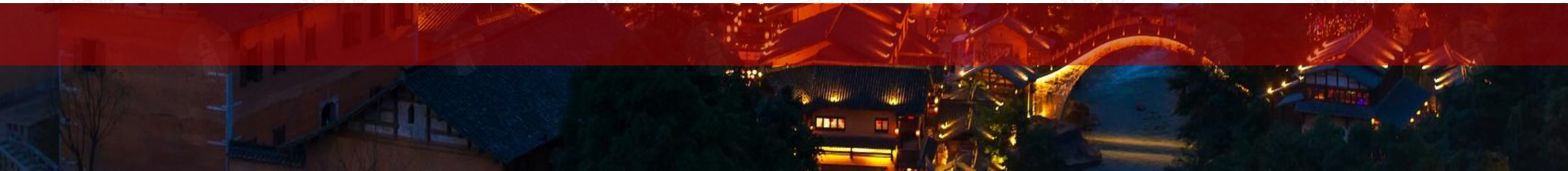
1. 景区演艺的线上虚拟化重现

## 助力文旅景区产品新升级

1. 景区门票的数字化加速
2. 景区纪念品的数字化重构

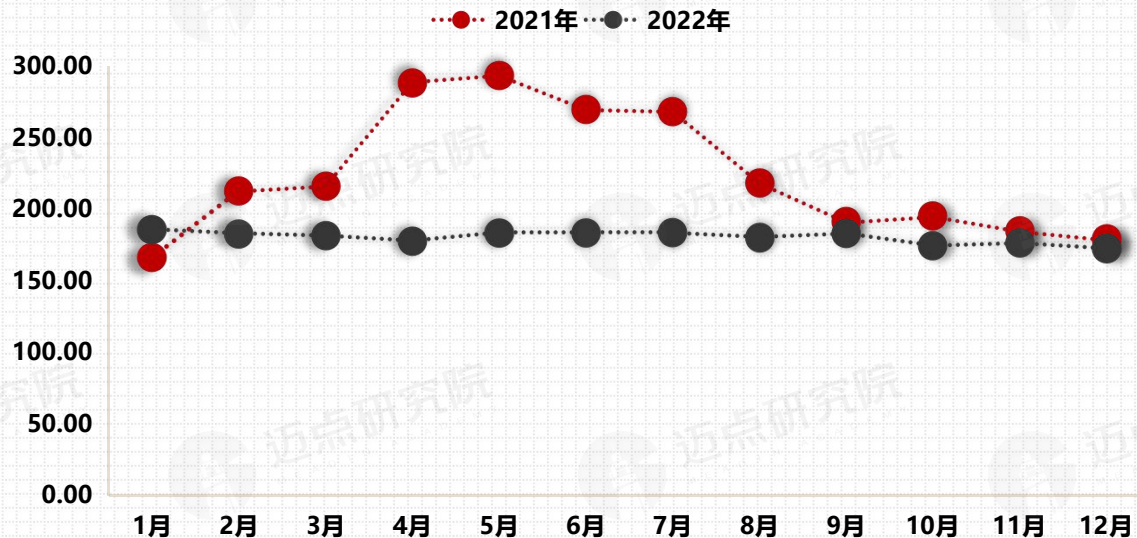
# 02

## 指数走向



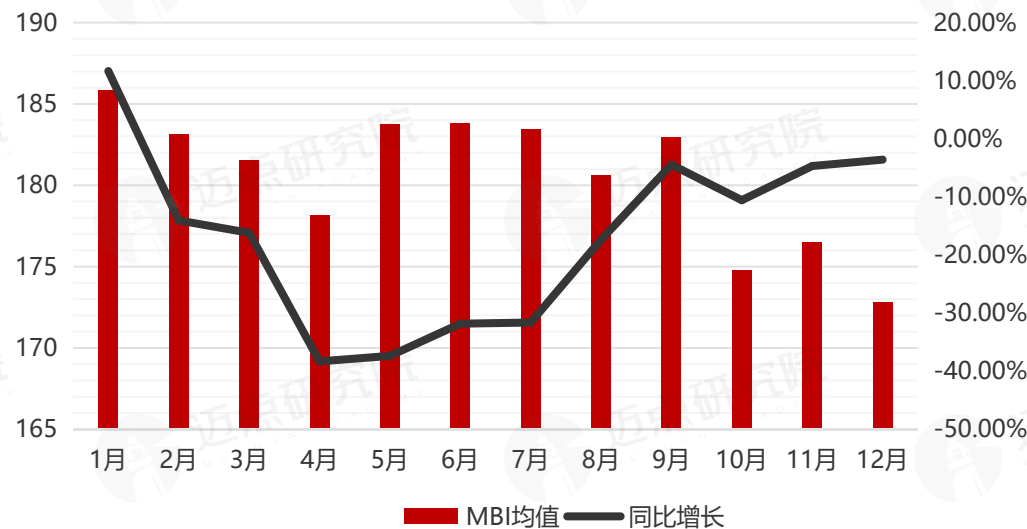
# 年度指数：全年未见明显波动，同比影响力下滑

## 2021-2022年文旅景区品牌指数变动



数据来源：迈点研究院

## 2022年文旅景区品牌指数月度变动

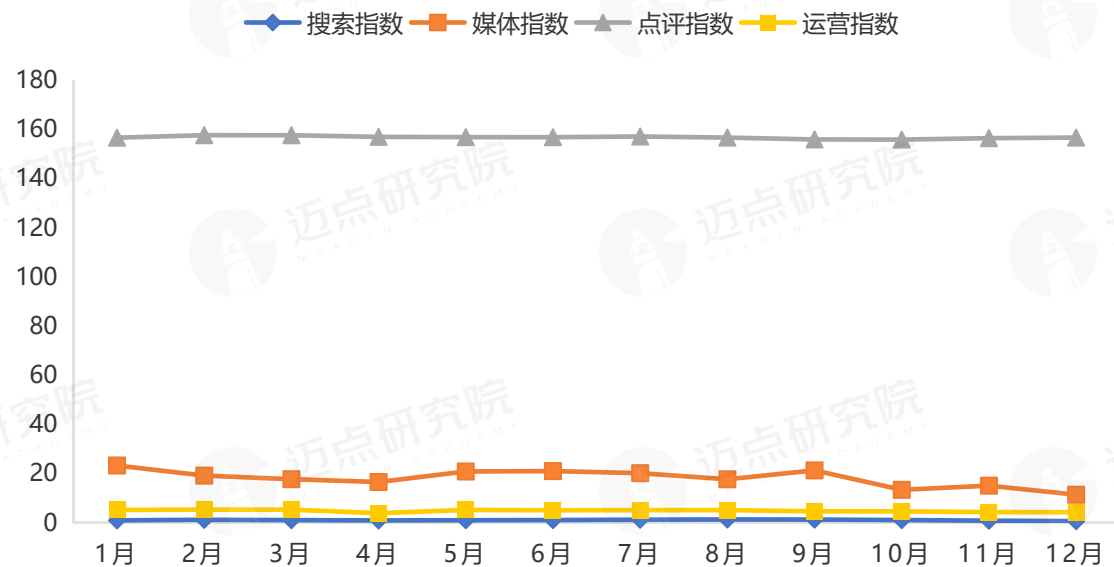


数据来源：迈点研究院



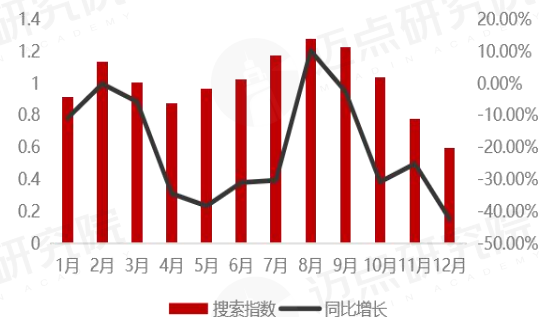
# 维度细分：全年平稳运行，搜索热度4月起攀升

## 2022年文旅景区细分维度品牌指数变动

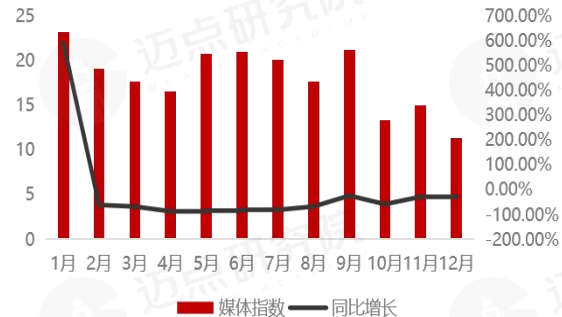


数据来源：迈点研究院

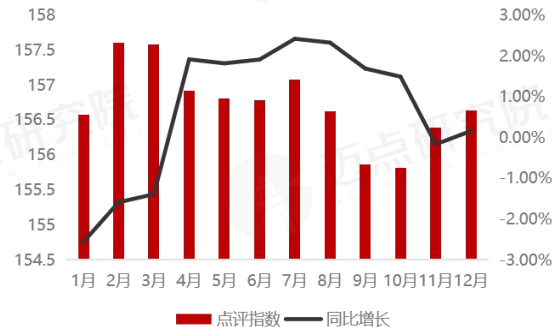
## 2022年文旅景区品牌搜索指数变动



## 2022年文旅景区品牌媒体指数变动

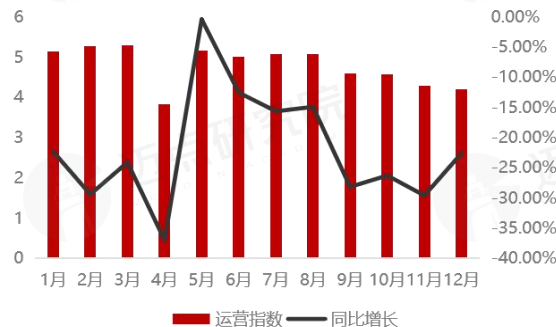


## 2022年文旅景区品牌点评指数变动



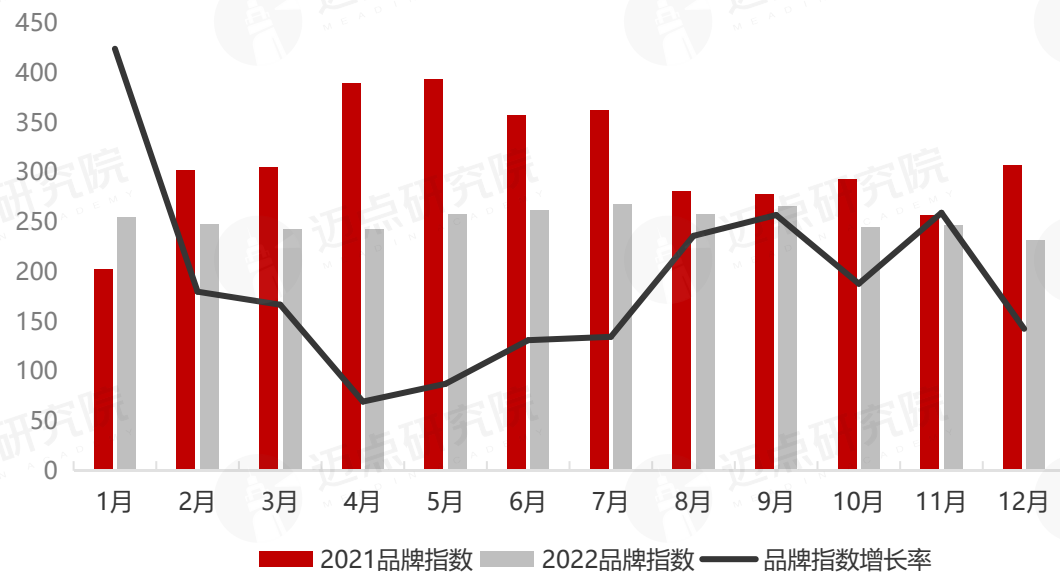
数据来源：迈点研究院

## 2022年文旅景区品牌运营指数变动



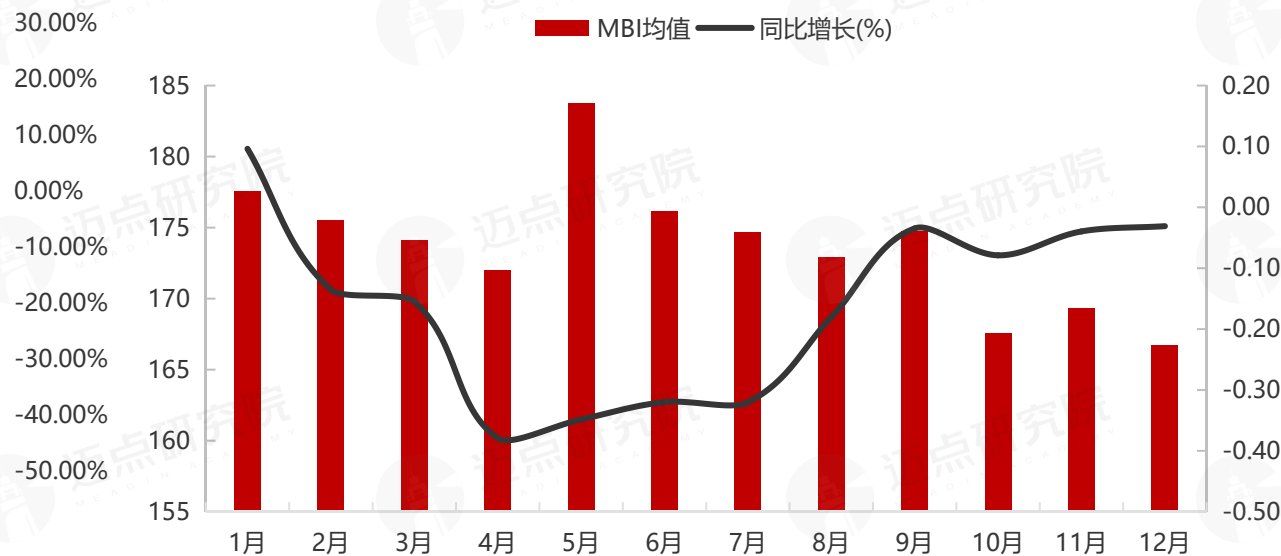
# 级别表现：同比热度明显下滑，头部效益保持稳定

## 2022年5A级景区品牌变动



数据来源：迈点研究院

## 2022年4A级景区MBI品牌指数

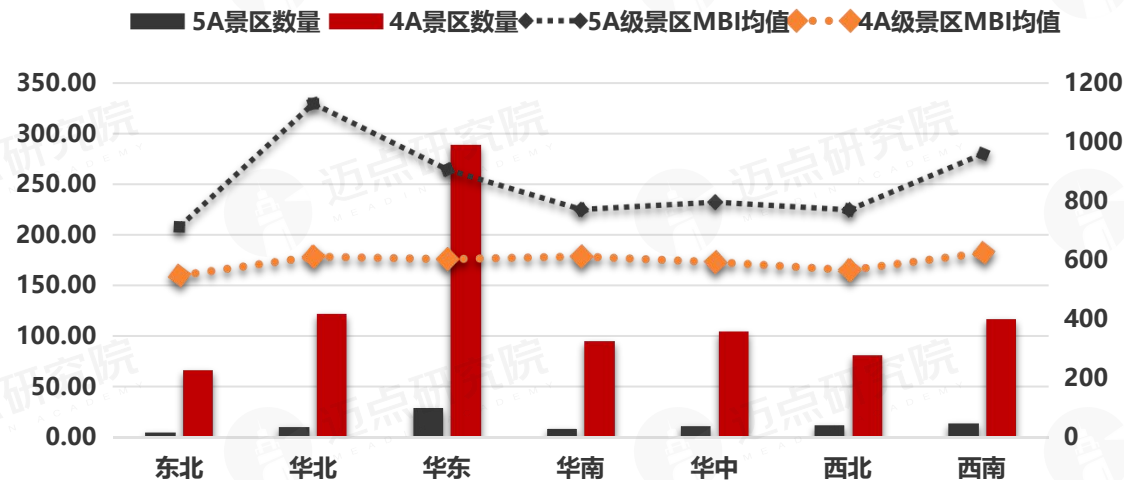


数据来源：迈点研究院



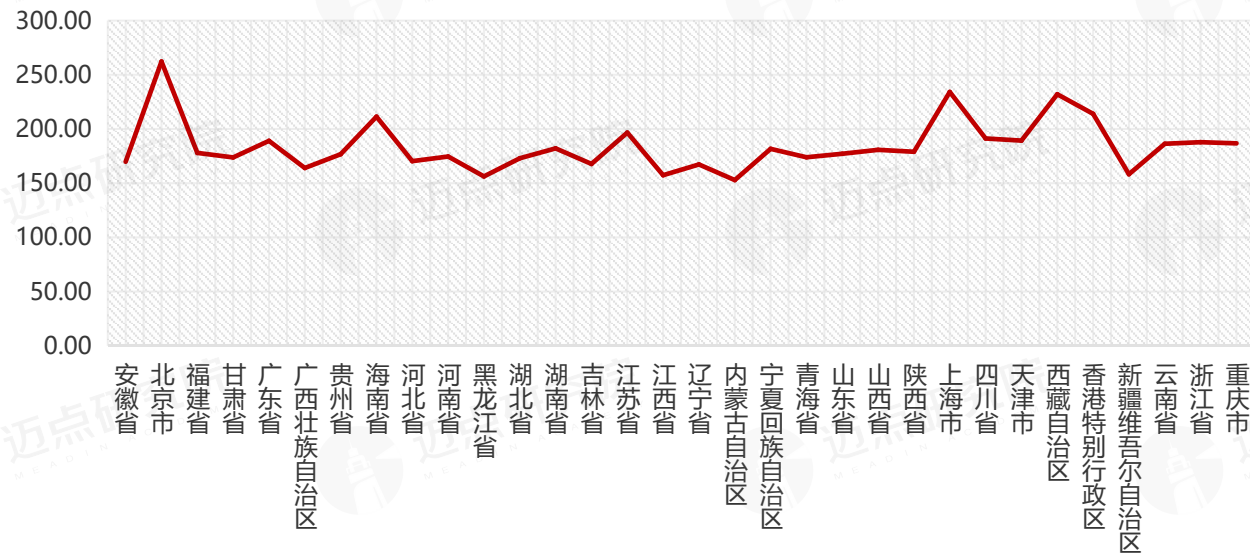
# 区域情况：华东分布最为集中，北京影响力领跑全国

## 2022年4/5A级景区区域分布



数据来源：迈点研究院

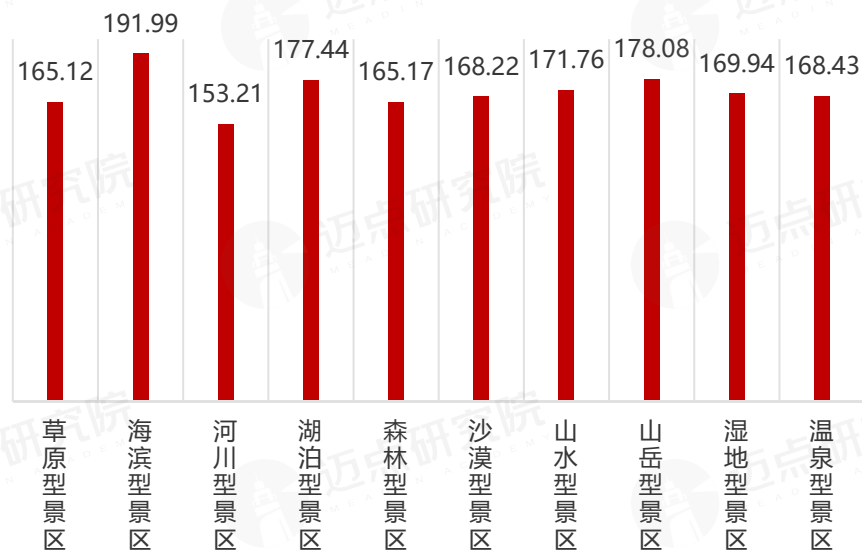
## 2022年全国各省份景区品牌指数



数据来源：迈点研究院

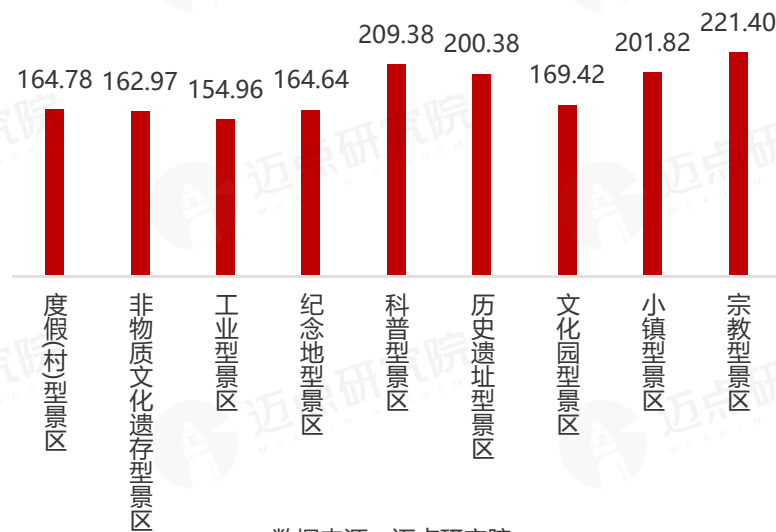
# 类型分布：品牌不相上下，现代娱乐类波折反复

## 2022年自然景观类景区细分类型品牌指数



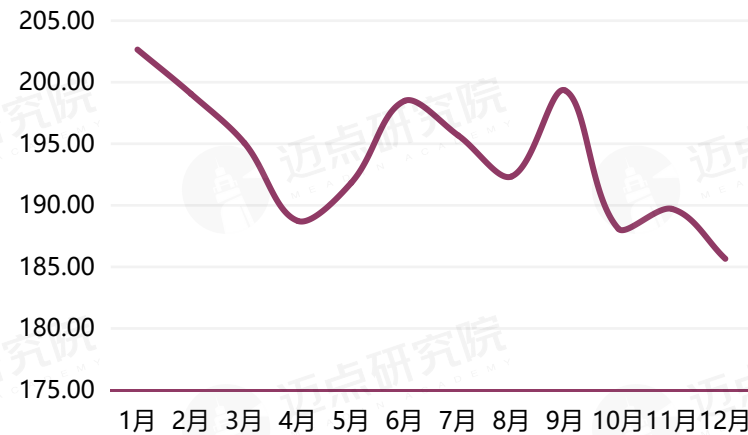
数据来源：迈点研究院

## 2022年人文景观类景区细分类型品牌指数



数据来源：迈点研究院

## 2022年现代娱乐类景区月度品牌指数

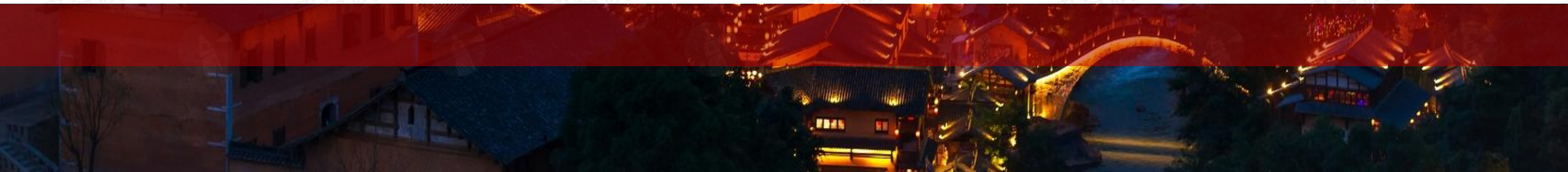


数据来源：迈点研究院



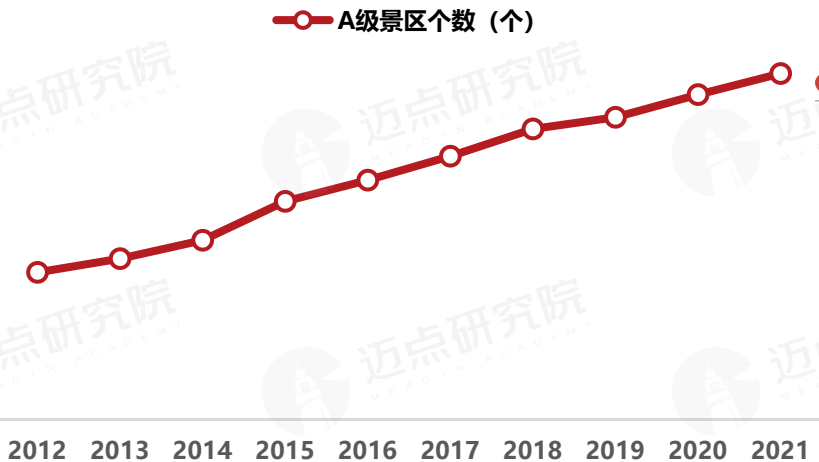
03

运营管理



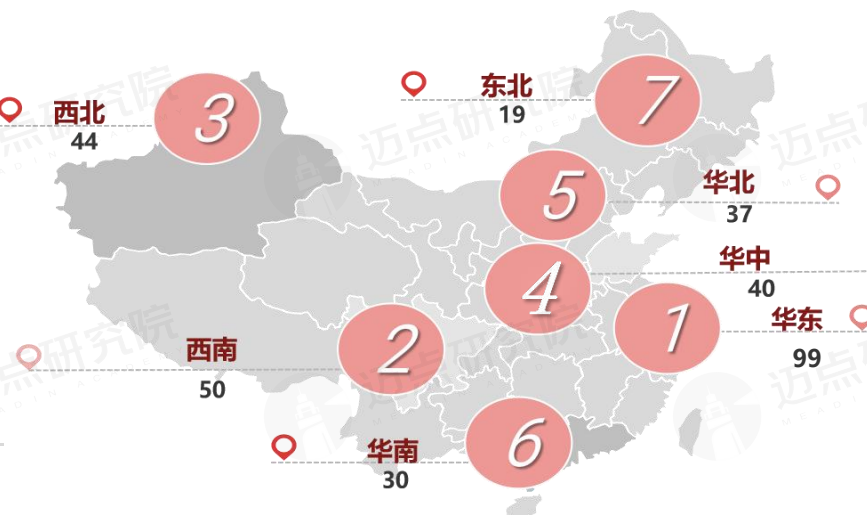
# 发展概况：全国A级景区十年来数量扩增1.37倍

## 2012-2021年全国A级景区数量



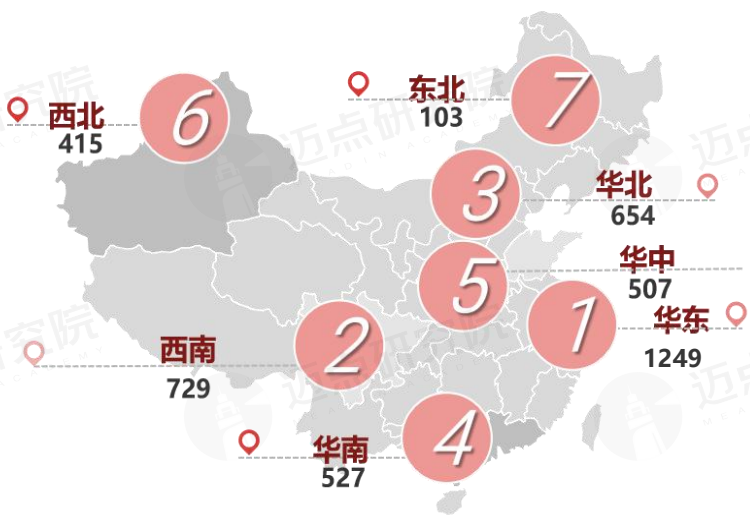
数据来源：各省文化和旅游厅，迈点研究院整理

## 2022年各省（市、区）5A级旅游景区区域分布



数据来源：文化和旅游部，迈点研究院整理

## 2022年各省（市、区）4A级旅游景区区域分布



数据来源：各省文化和旅游厅，迈点研究院整理

# 发展特征：高质量发展，红色旅游、冰雪旅游持续深耕

## 红色旅游

1. 人次持续突破
2. 客群年轻化
3. 组合新业态

## 冰雪旅游

1. 亿万规模潜力巨大
2. 南方冰雪游持续高热
3. 疫后冰雪游率先复苏
4. “亲子冰雪游”成为新增长点
5. 冰雪消费本地化、短半径

## 康养旅居度假游

1. 亚健康人群(70%)及老龄人群(24949万)诉求扩大行业增长潜力
2. 万亿级市场前景可观（2030年16万亿）
3. 康养旅居业态丰富（中医药健康旅游、温泉旅游、森林生态游、康养运动游.....）

# 发展动能：内外兼修，产品、营销、管理持续升级

## 产品升级

1. 拓展夜游产业空间，点燃“夜经济”
2. 开发数字藏品，传统文化新载体
3. 活化IP，打造爆品
4. 挖掘沉浸式产品体验空间

## 营销升级

1. 做市场

2. 做渠道

3. 做场景

4. 做活动

5. 做内容

## 管理升级

监督机制

规范制度+标准“硬约束”

数智化管理运营

创新型管理人才引进

明确管理机制及架构



# 标杆案例——全域旅游+文旅IP+研学主题

武功山  
深耕全域旅游赛道



景村融合构建全  
域旅游发展格局

营销策略助力  
全域旅游格局  
提质增效

明月山  
“月亮文化”领衔文旅融合



因地制宜  
科学规划,  
挖掘文旅  
特色资源

提炼主题,  
树立特色  
文旅品牌  
IP

制定并实  
施文旅品  
牌营销战  
略

强化文旅  
品牌运营  
与管理

三孔景区  
纵深发展孔儒文化



传统古礼典庆打  
造一流服务品牌

教育+文旅, 研学  
旅游助力“双创”  
之路

手造文旅产品定制化



# 04 趋势展望

# 景区加速文旅融合，文博类景区数字化趋势凸显

## 2022年景区国潮活动一览

| 景区名称       | 具体活动                      |
|------------|---------------------------|
| 杭州西湖风景名胜區  | 西湖游船「国潮宋风」特色夜游活动          |
| 欢乐谷        | 开启国潮节                     |
| 长隆旅游度假区    | 国潮新生少女活力舞蹈                |
| 沙湾古镇       | 举办国潮鱼灯展                   |
| 龙口南山景区     | 十一国庆“黄金周”国潮主题活动           |
| 徐州汉文化景区    | 国潮汉风民俗非遗游园活动              |
| 东台西溪旅游文化景区 | 举办天仙缘孝贤文化节“宋潮明月，西溪团圆”主题活动 |

数据来源：网络公开数据，迈点研究院整理

4

1-5月携程国内最受欢迎景区文博类排在第四位。

30%

搜索博物馆人群中，95后占据近30%。

15%

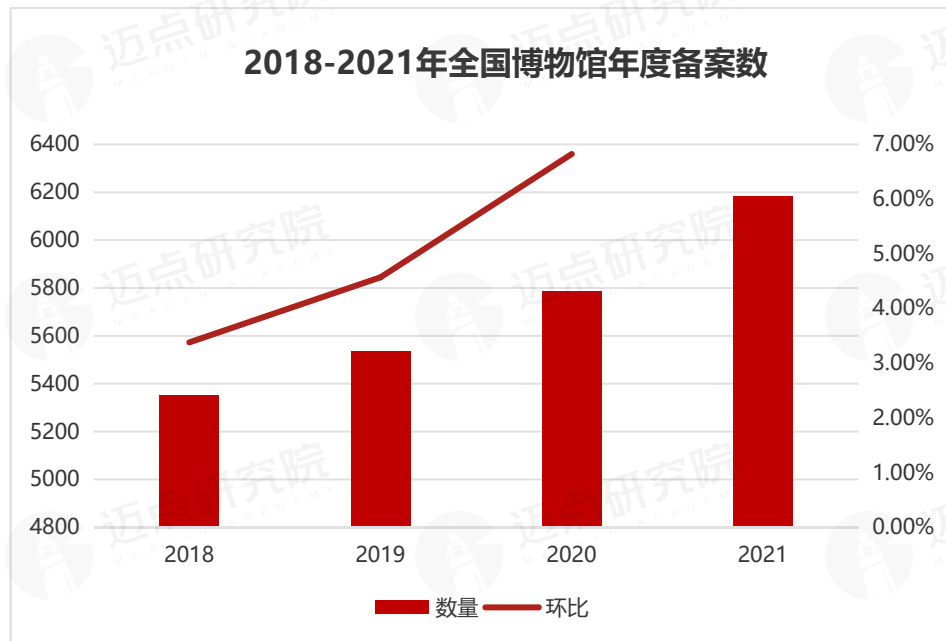
2021年全球采用线上展示藏品、的博物馆比上年增加了15%以上

## 2020-2021年各地博物馆线上展览的数量

2000余项

3000多个

## 2018-2021年全国博物馆年度备案数

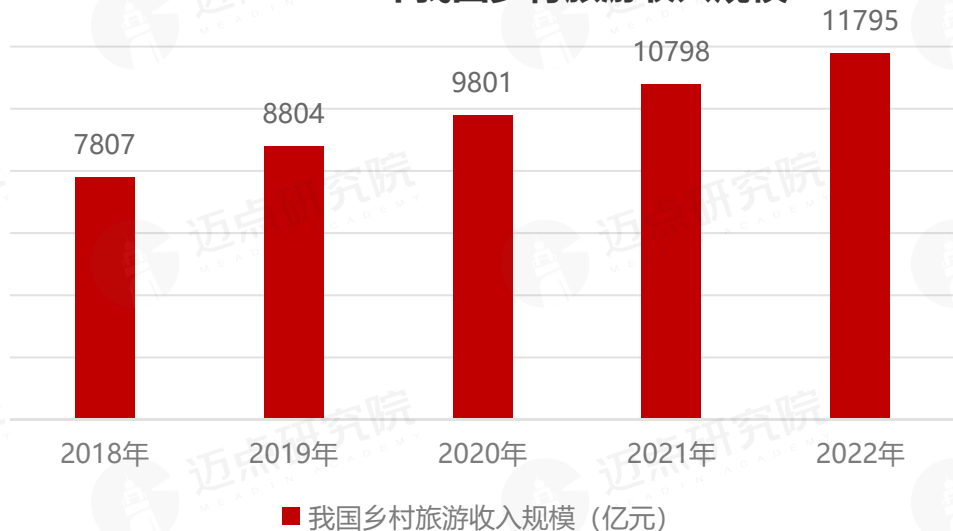


数据来源：国家文旅局数据，迈点研究院整理



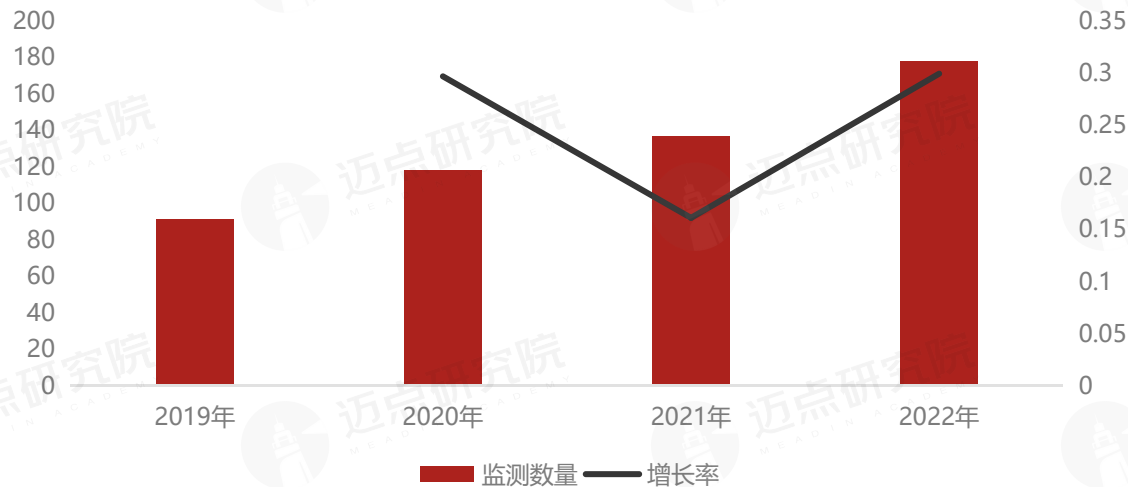
# 旅游消费格局生变，乡村度假游持续性增长

## 2018-2022年我国乡村旅游收入规模



数据来源：中国报告大厅，迈点研究院整理

## 2019-2022年4A级景区乡村田园类景区监测数量统计

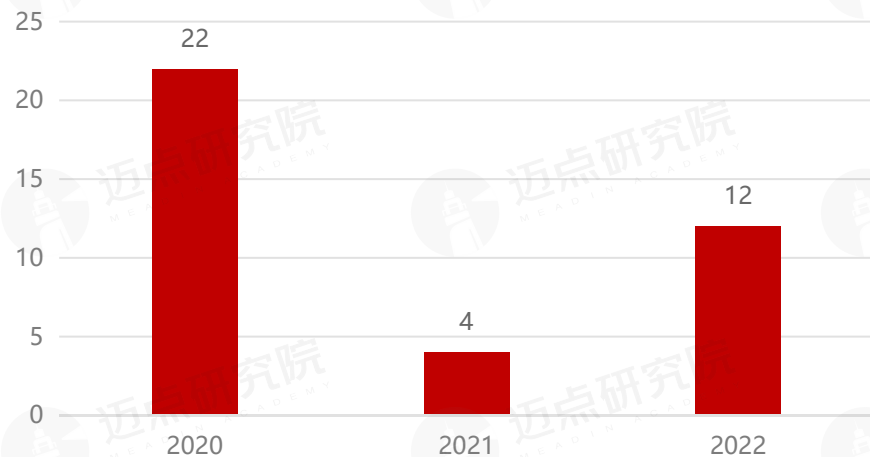


数据来源：迈点研究院



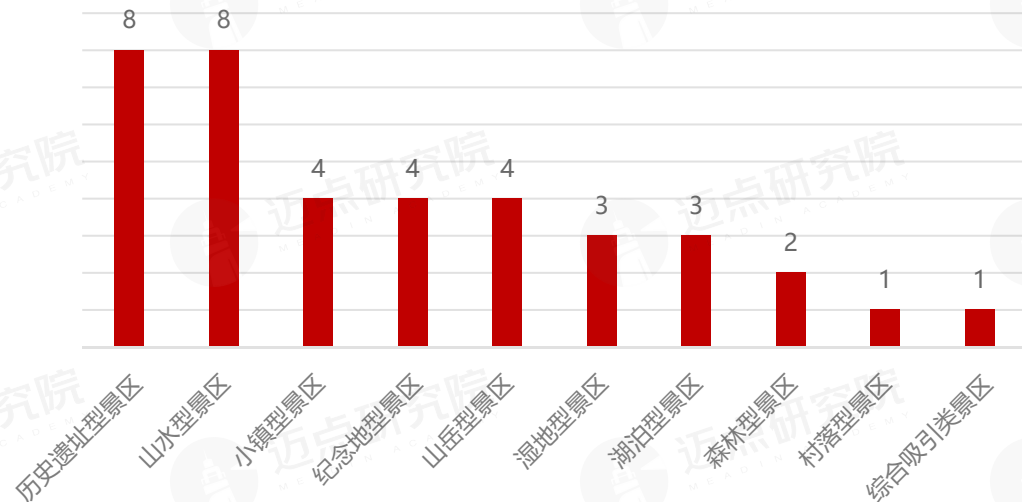
# 优质景区扩容放缓，自然景观、人文景观类占比近九成

## 2020-2022年5A级景区数量增加情况



数据来源：迈点研究院

## 2019-2022年新增5A级景区细分类型

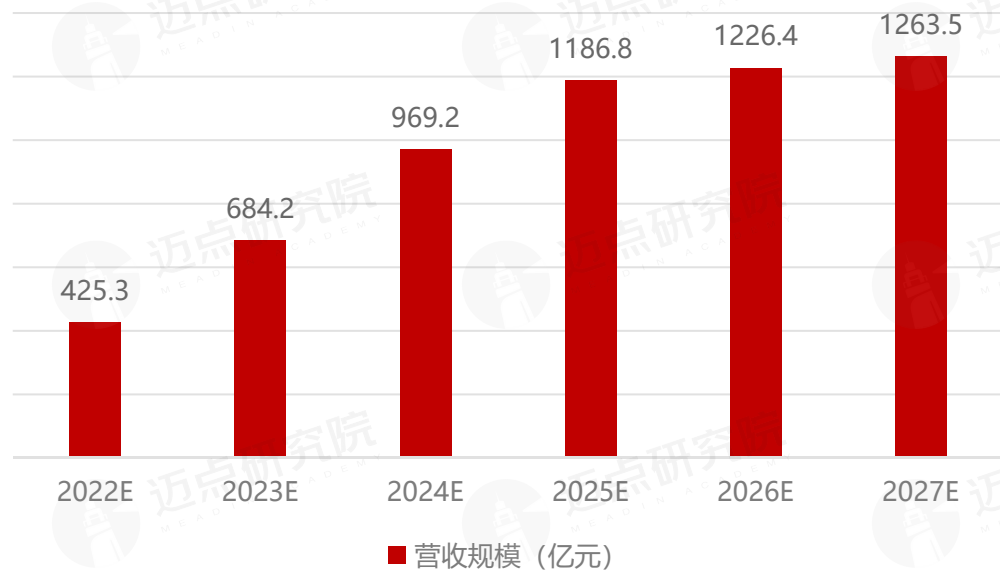


数据来源：迈点研究院



# 文旅+元宇宙转型，创新景区二次消费空间

2022-2027年中国元宇宙市场规模预测趋势图



数据来源：中商产业研究院

《2022胡润中国元宇宙潜力企业榜》主营行业分布

|    | 主营业务    | 上榜企业占比 | 最具潜力100强数量 | 代表企业 |
|----|---------|--------|------------|------|
| 1  | 软件与数据服务 | 17%    | 15         | 奥菲数据 |
| 2  | 半导体     | 16%    | 11         | 联发科技 |
| 3  | 传媒和娱乐   | 15%    | 19         | 腾讯控股 |
| 4  | 电子元件    | 14%    | 13         | 京东方  |
| 5  | 消费电子    | 10%    | 16         | 华为   |
| 6  | 人工智能    | 8%     | 8          | 百度   |
| 7  | 电信      | 6%     | 7          | 中国移动 |
| 8  | 零售      | 5%     | 4          | 阿里巴巴 |
| 9  | 金融服务    | 3%     | 1          | 蚂蚁集团 |
| 9  | 休闲与旅游   | 3%     | 3          | 东方明珠 |
| 11 | 医疗健康    | 1.40%  | 1          | 医联   |
| 12 | 教育      | 0.90%  | 0          | 中公教育 |
| 12 | 专业服务    | 0.90%  | 0          | 宝通科技 |
| 14 | 房地产     | 0.50%  | 1          | 贝壳   |
| 14 | 机器人     | 0.50%  | 1          | 优必选  |

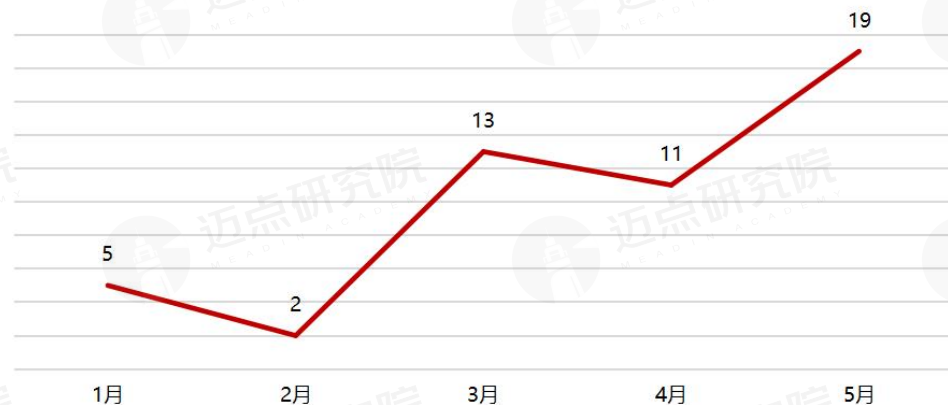
《2022胡润中国元宇宙潜力企业榜》寻找元宇宙最具发展潜力的中国企业200强休闲与娱乐企业情况

| 企业   | 榜单         | 企业主营业务 | 元宇宙优势范围 | 元宇宙具体优势   |
|------|------------|--------|---------|-----------|
| 宋城演艺 | 最具潜力TOP100 | 休闲与旅游  | 生态应用    | 演出/展馆应用   |
| 携程集团 | 最具潜力TOP100 | 休闲与旅游  | 生态应用    | 商品/商务拓展应用 |
| 东方明珠 | 最具潜力TOP200 | 休闲与旅游  | 生态应用    | 演出/展馆应用   |

数据来源：《2022胡润中国元宇宙潜力企业榜》

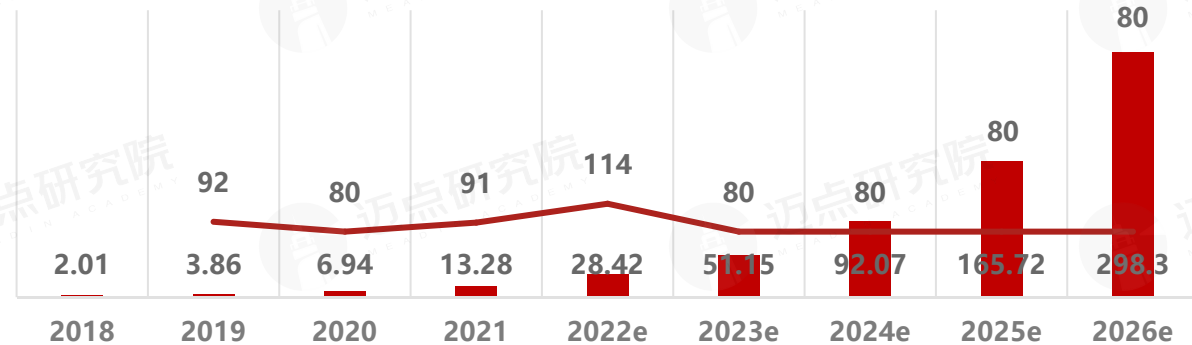
# 数字藏品，景区IP变现的高效途径

2022年1-5月41家5A级景区发行数字藏品情况



数据来源：海鳗云

中国NFT市场规模情况一览



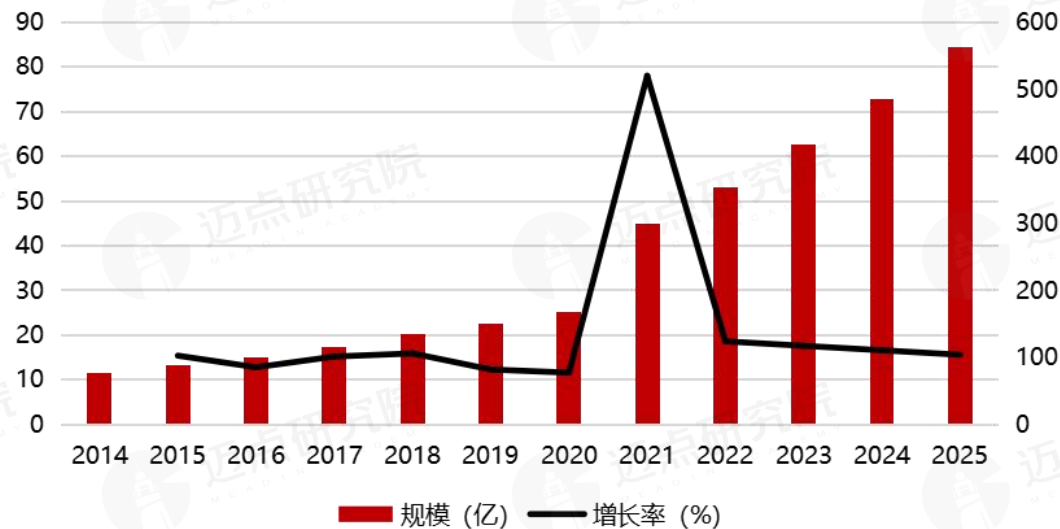
中国NFT市场规模 (亿元) — yoy(%)

数据来源：IDC，国信证券研究所，迈点研究院整理

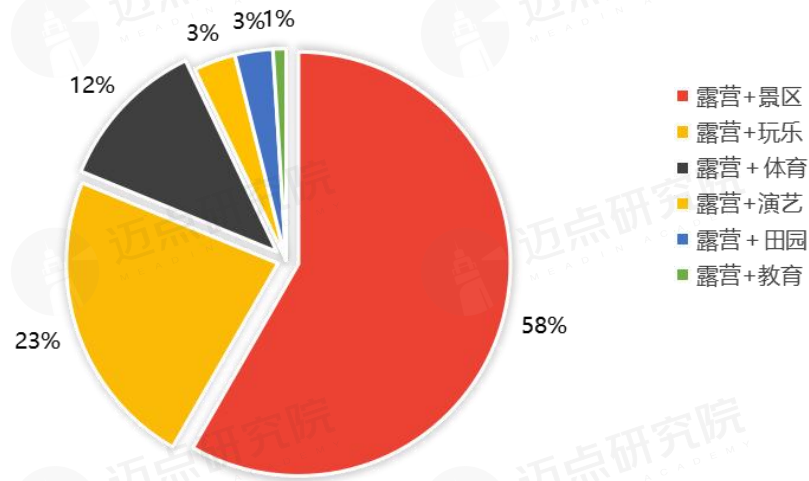
2021年市场规模为13.28亿元，根据数据显示，随着监管政策完善、数字资产NFT普及及二次交易市场开放逐步发展，到2026年，市场规模可达298.3亿元，年复合增速86%。

# 露营“出圈”，健康、个性、社交影射消费新趋势

2014-2025年露营市场规模情况



数据来源：营地规划及运营



数据来源：营地规划及运营





“迈点” 公众号



“迈点研究院” 公众号



“迈点空间租赁” 公众号