# 省文化与旅游产业发展调研报告（共5篇）

来源：网络 作者：月落乌啼 更新时间：2024-07-27

*第一篇：省文化与旅游产业发展调研报告文章标题：省文化与旅游产业发展调研报告文化产业一般是指从事文化产品生产和提供文化服务的经营性行业。由于文化产业明显地涵盖文化产品生产、流通和服务三大领域，该产业的统计预测工作也就具有复杂性和高难度。清晰...*

**第一篇：省文化与旅游产业发展调研报告**

文章标题：省文化与旅游产业发展调研报告

文化产业一般是指从事文化产品生产和提供文化服务的经营性行业。由于文化产业明显地涵盖文化产品生产、流通和服务三大领域，该产业的统计预测工作也就具有复杂性和高难度。清晰定义文化产业所涉及的行业内容有利于研究分析和政府决策。文化产业发展至今，已形成一个巨大的“产业群”，包括文化产品制造业、文化产品流通业和文化服务业。其中文化产品制造业根据现行国民经济行业分类标准，主要包括书报刊印刷业、记录媒介的复制、文教体育用品制造业、广播电视设备制造业、工艺美术制造业等。文化产品批发零售业主要包括文具用品批发业、工艺美术品批发业、图书报刊批发业、音像制品及电子出版物批发、文化体育用品零售业、图书报刊零售业等。文化服务业指专门从事文化工作的服务部门，主要包括互联网信息服务、广播电视传输服务、广告业、旅行社、旅游酒店、游览景区管理、摄影扩印服务、新闻出版业、广播电视电影和音像业、动漫业、文化艺术业、体育、娱乐业等。

湖南的文化与旅游产业在全国处于第一军团的地位。与排在前5位的广东、北京、山东、上海、浙江相比，存在明显差距，但发展趋势良好，潜力巨大。在中部6省中综合发展水平排第1，旅游收入排第2。2024年，文化与旅游产业总产值可望达到1239亿元（文化产业增加值预计325亿元），比2024年约增长20。在宏观经济环境向好的情况下，预计2024年，文化与旅游产业的增长在15—20左右，文化产业增加值可望达到375亿元，旅游总收入将达到664亿元。文化与旅游的进一步发展需解决目前存在的4个问题：即政企不分、激励政策不完善，竞争激烈、利润下降，民族地方特色淡薄、地区发展失衡，以及国际竞争力低下等问题。

一、湖南省文化与旅游产业发展现状分析

（一）湖南省文化与旅游产业发展的主要特点

1、产值与规模

2024年，湖南文化与旅游产业（以下简称大文化）总产值为1037.87亿元，文化产业增加值271.08亿元，旅游总收入453.57亿元，其中旅游外汇收入3.9亿美元。2024年末全省拥有艺术表演团体93个、文化馆125个、博物馆和纪念馆72个、公共图书馆120个，省内广播电台11座，中、短波发射台和转播台25座；广播人口覆盖率为82.47，省内电视台15座；电视人口覆盖率为92.42；2024年文化产业从业人员82.81万人，占全部从业人数的2.2。2024年上半年累计旅游总收入260.7亿元，文化产业增加值156.8亿元。产业发展突出特点是：①多数企业产值规模偏小。2024年，产值过5000万元的文化企业基本集中在长沙，而长沙市产值过5000万元的28家，过亿元的12家，过10亿元的2家。②集团化快速扩张的要求明显。目前，湖南已初步形成了出版、广播影视、报业等八大文化产业集团。其中，省级出版、报业、广电、电影四家集团的总资产超过150亿元，占法人单位资产总数的32.1。

2、结构与速度

2024年，大文化产业增加值占GDp的比重7.71，预计2024年底，这一比重将在10以上。大文化产业2024年的内部结构出现明显变化，支柱行业中，旅游产值占产业的比重43.7，新闻出版产业12.92，广播影视集团1.93，文化娱乐29.3，动漫画1.90；文化产品生产和销售4.56。

“十五”期间，湖南文化产业加大了投资力度，累计投资额约300亿元人民币；2024年大文化产业增加值163.86亿元（其中旅游约75.23亿元），“十五”期间年均递增速度为22.9（剔除旅游后为17.3），与“九五”期间年均增速12相比，2024年上半年比去年同期增长了15，呈显加速度增长态势。

3、优势行业特点

进入21世纪，大文化产业成为湖南的第1大优势产业，到“十一五”末，其产值比重将占湖南GDp的15。文化产业中，优势突出的行业有五：新闻出版业、广播电视电影业、报业、文化娱乐业、动漫画。

新闻出版总量指标全国排前8位，效益指标全国排第5位，湖南出版集团连续4年入围中国最大企业500强，并成为全国重要的出版基地；广播电视电影业在国内具有明显的竞争优势，金鹰节、《快乐中国》、《超级女声》等品牌等在国内具有极强的辐射力；《体坛周报》的发行和广告均占据了全国体育类报刊50以上的市场份额，成为全国综合实力最强、发行量最大的体育类报纸；文化娱乐业则在歌厅、KTV、酒吧、演艺吧、温泉沐浴等有超速的发展，仅省会长沙就拥有大小歌厅、酒吧、演艺吧等演艺场所4000多家，每天吸引40万人，每年经济收入达20多亿元。动漫画更是领先中国，拥有国内第一个卡通原创驰名商标“蓝猫”，以及“虹猫”、“山猫”等一系列原创卡通形象，拥有动画研发、制作、出版、发行、教育和传媒机构共18

**第二篇：省文化与旅游产业发展调研报告**

文章标题：省文化与旅游产业发展调研报告

文化产业一般是指从事文化产品生产和提供文化服务的经营性行业。由于文化产业明显地涵盖文化产品生产、流通和服务三大领域，该产业的统计预测也就具有复杂性和高难度。清晰定义文化产业所涉及的行业内容有利于研究分析和政府决策。文化产业发展至今，已形成一个巨大的“产业群”，包括文化产品制造业、文化产品流通业和文化服务业。其中文化产品制造业根据现行国民经济行业分类标准，主要包括书报刊印刷业、记录媒介的复制、文教体育用品制造业、广播电视设备制造业、工艺美术制造业等。文化产品批发零售业主要包括文具用品批发业、工艺美术品批发业、图书报刊批发业、音像制品及电子出版物批发、文化体育用品零售业、图书报刊零售业等。文化服务业指专门从事文化的服务部门，主要包括互联网信息服务、广播电视传输服务、广告业、旅行社、旅游酒店、游览景区管理、摄影扩印服务、新闻出版业、广播电视电影和音像业、动漫业、文化艺术业、体育、娱乐业等。

湖南的文化与旅游产业在全国处于第一军团的地位。与排在前5位的广东、北京、山东、上海、浙江相比，存在明显差距，但发展趋势良好，潜力巨大。在中部6省中综合发展水平排第1，旅游收入排第2。2024年，文化与旅游产业总产值可望达到1239亿元（文化产业增加值预计325亿元），比2024年约增长20。在宏观经济环境向好的情况下，预计2024年，文化与旅游产业的增长在15—20左右，文化产业增加值可望达到375亿元，旅游总收入将达到664亿元。文化与旅游的进一步发展需解决目前存在的4个问题：即政企不分、激励政策不完善，竞争激烈、利润下降，民族地方特色淡薄、地区发展失衡，以及国际竞争力低下等问题。

一、湖南省文化与旅游产业发展现状分析

（一）湖南省文化与旅游产业发展的主要特点

1、产值与规模

2024年，湖南文化与旅游产业（以下简称大文化）总产值为1037.87亿元，文化产业增加值271.08亿元，旅游总收入453.57亿元，其中旅游外汇收入3.9亿美元。2024年末全省拥有艺术表演团体93个、文化馆125个、博物馆和纪念馆72个、公共图书馆120个，省内广播电台11座，中、短波发射台和转播台25座；广播人口覆盖率为82.47，省内电视台15座；电视人口覆盖率为92.42；2024年文化产业从业人员82.81万人，占全部从业人数的2.2。2024年上半年累计旅游总收入260.7亿元，文化产业增加值156.8亿元。产业发展突出特点是：①多数企业产值规模偏小。2024年，产值过5000万元的文化企业基本集中在长沙，而长沙市产值过5000万元的28家，过亿元的12家，过10亿元的2家。②集团化快速扩张的要求明显。目前，湖南已初步形成了出版、广播影视、报业等八大文化产业集团。其中，省级出版、报业、广电、电影四家集团的总资产超过150亿元，占法人单位资产总数的32.1。

2、结构与速度

2024年，大文化产业增加值占GDp的比重7.71，预计2024年底，这一比重将在10以上。大文化产业2024年的内部结构出现明显变化，支柱行业中，旅游产值占产业的比重43.7，新闻出版产业12.92，广播影视集团1.93，文化娱乐29.3，动漫画1.90；文化产品生产和销售4.56。

“十五”期间，湖南文化产业加大了投资力度，累计投资额约300亿元人民币；2024年大文化产业增加值163.86亿元（其中旅游约75.23亿元），“十五”期间年均递增速度为22.9（剔除旅游后为17.3），与“九五”期间年均增速12相比，2024年上半年比去年同期增长了15，呈显加速度增长态势。

3、优势行业特点

进入21世纪，大文化产业成为湖南的第1大优势产业，到“十一五”末，其产值比重将占湖南GDp的15。文化产业中，优势突出的行业有五：新闻出版业、广播电视电影业、报业、文化娱乐业、动漫画。

新闻出版总量指标全国排前8位，效益指标全国排第5位，湖南出版集团连续4年入围中国最大企业500强，并成为全国重要的出版基地；广播电视电影业在国内具有明显的竞争优势，金鹰节、《快乐中国》、《超级女声》等品牌等在国内具有极强的辐射力；《体坛周报》的发行和广告均占据了全国体育类报刊50以上的市场份额，成为全国综合实力最强、发行量最大的体育类报纸；文化娱乐业则在歌厅、KTV、酒吧、演艺吧、温泉沐浴等有超速的发展，仅省会长沙就拥有大小歌厅、酒吧、演艺吧等演艺场所4000多家，每天吸引40万人，每年经济收入达20多亿元。动漫画更是领先中国，拥有国内第一个卡通原创驰名商标“蓝猫”，以及“虹猫”、“山猫”等一系列原创卡通形象，拥有动画研发、制作、出版、发行、教育和传媒机构共18

家，2024年产动画片2.5万分钟，年产值20多亿元，占中国动漫画产值的60。

4、体制、环境与地位

体制：产业与事业并重并存、计划体制向市场体制转型的初级阶段。文化产业是市场经济的产物，也是计划经济时代的文化事业发展变化的产物。湖南的文化体制改革起步早，行动快，收效大。局部看，少数大型文化企业集团已彻底离开事业母体并成功的发展为国内知名品牌；全局看，文化经营性企业从事业单位剥离的不够彻底，2024年湖南文化事业财政支出与文化产业投资大体相等，约20亿元。处于一种文化产业和事业体制并重并存状态，文化体制和机制改革尚未走出初级阶段。

环境：面临国际同业的急剧竞争态势，产业制度和发展政策处于探索期。“十五”期间，国家先后出台《关于文化体制改革中经营性文化事业单位转制为企业的若干税收政策问题的通知》和《关于文化体制改革试点中支持文化产业发展若干税收政策问题的通知》，《文化部关于支持和促进文化产业发展的若干意见》，湖南出台了《关于加快文化产业发展若干政策措施的意见》、《湖南省文化产业发展规划（2024—2024）》等一系列文件，成为湖南文化产业发展的强大政策推动力。面对WTO后国际同业进入湖南，一些探索性的制度、政策的推动力正在减弱，虽然出现个别企业和品牌竞争力增强，但湖南文化产业的国际竞争力尚未形成，产业的进一步发展面临国际国内激烈竞争环境的大考验。

地位：文化产业综合实力仍处于第一军团的地位，但有下滑的趋势。2024年，湖南文化产业以增加值（不含旅游）排位，居国内第9位，前8：广东、北京、山东、浙江、上海、江苏、福建、河南（339亿），2024年的增加值排序是江苏、山东、广东、浙江、北京、湖南、上海，增加值后退3位；以占GDp的比重排国内7位，前6为：广东、北京、上海、浙江、天津、福建。2024年湖南旅游收入达到421.2亿元，旅游收入全国第12位，中部6省第3位。

(二)文化与旅游发展问题及深层原因

1、竞争激烈，利润率下降问题

文化产业是在全球化背景下的激烈竞争环境中成长起来的“朝阳产业”，被日本经济学家和国内部分人士戏称为“２１世纪的最后一块暴利蛋糕。”自2024年底，文化部出台向非公有制经济敞开文化经营大门的政策意见后，湖南的文化产业在国际、国内众多的竞争对手的全面夹击下，快速增长的同时利润率明显下降。例如，2024年，湖南新闻出版行业总收入134.02亿元，实现利润10.2亿元，收入比2024年增长67.13％，利润只增长26.24％；湖南电广传媒集团主营收入18.14亿元，实现利润4.39亿元，收入比2024年增长了87.4，利润只增长60，利润率下降明显。文化产业利润下降的直接原因是双向的，即多元竞争引发的产品（服务）价格明显下跌和经营成本（尤其是人力成本）的大幅提高。

2、民族地方特色淡薄（结构失调），地区发展失衡问题

文化的竞争是思想创造力的竞争，也是民族特质的竞争。在动慢画行业中，世界3大品牌“米老鼠”、“阿童木”、“蓝猫”的巨大成功，既充分证明“创意”就是竞争力，又深刻印证“民族文化”为底料的文化产品才具备国际竞争力。湖南的文化支柱产业中，具有本国民族特色的产品比例偏低，兜售外国西方文化的比重居高不下。特别是旅游景点和休闲产品中，文化含量低，自然资源成分高。因此，文化的民族价值和旅游的文化价值，在结构上普遍失调，大文化内部产值结构偏重与旅游、娱乐和新闻出版，文化产业的供给与市场的需求在城乡之间出现巨大反差。文化和旅游产业在省内地区间发展不平衡。2024年，长沙市文化和旅游增加值达到242.85亿元，占当地GDp的16，全省文化增加值48.78；张家界市文化和旅游增加值41.57亿，占当地GDp的37.6，全省文化增加值8.35；郴州市文化和旅游增加值38.75亿，占当地GDp的8.1，全省文化增加值7.18。以上3市的文化和旅游增加值合计占湖南总量的64.31。其他11个地州市共享余下的35.69。

3、机制改革，政策完善问题

文化产业发展的体制机制仍没有完全改革到位的突出表现在：公益性文化单位和准公益性文化单位两大块。公益性文化单位，如公共图书馆、博物馆、群艺馆、科技馆等，因获得政府的全额投入和工资福利保障，内部机制改革动力缺失；准公益性文化单位，如表演团体、艺术院校和国家重点文物保护单位等，产业化经营效益苦乐不一，终因部分获得政府财政投入和补贴支持，缺少市场危机感，体制创新进展缓慢；总的原因是改革有3怕，“想改不敢改”。一怕政治风险，文化是意识形态，触及党的喉舌阵地；二怕经济风险，文化单位是国有资产，担心资产流失；三怕社会风险，人员安置不好易触犯众怒。不过，“十五”期间的系列文化产业政策不够完善的问题正在引起部分省市的重视。2024年7月，国务院办公厅就转发了10部门《关于推动我国动漫产业发展的若干意见》，南京市迅速作出反映，8月10日召开的全市加快文化产业发展会议，推出“1 4”一揽子文化产业发展新政策文件。湖南急需出台有关保持领先地位的一系列新政策文件。

4、速度快，国际竞争力低的问题

“十五”改革的重大成果之一，就是文化产业发展速度普遍超过GDp的增长速度。2024年湖南文化产业增长速度比GDp快了近1倍，形成文化产业在GDp中的“蛋糕”不断扩大的良好趋势。我们对这种趋势不宜过分乐观，因为无论国家和各省市文化产业的国际竞争力都普遍低下。从大文化产业占GDp的比重看，2024湖南才7.71，2024中国平均2.13；同等口径美国和英国在2024年前就分别达到12和10，意大利高达25，日本18。从业人员占全部人员的比重看，2024年美国4.8，英国7.7，中国1.7；提高湖南大文化产业的国际竞争力已经成为重大而紧迫的课题。

5、深层原因

目前，中国与文化相关的服务产业的发展水平相对发达国家明显偏低，一段时期内还不能满足人民群众已经形成的巨大消费需求，这就在客观上为外国文化产业提供了觊觎的市场空间。据保守估计，目前这个我国文化产业无法填补的空间至少在5000亿元人民币以上。另一方面，文化产业在中国正在经历着由传统模式向市场经济下的商业模式转轨，不可避免地存在着3大深层矛盾：

一是文化产业组织集约化程度不高与过大市场需求之间的矛盾。资源分散和集约化程度低的问题重点表现在公益性和经营性文化单位。用于文化建设的财政资源分散在成千上万的重复建设、效益低下的单位，既不能满足人民群众的精神文化需要，又造成了资源的闲置和浪费。

二是文化产业发展的先进性要求与文化原创能力不足之间的矛盾。在经济学的垄断竞争理论中，保持产品差异被认为是维持产品在市场上的垄断力量的关键。文化产品的差异首先是来自价值观及表达手段的独特性；文化差异也是我们在国际竞争中可以依赖的比较优势。一方面由于战争和人为的破坏，不仅使文化遗产没有得到很好的保护，而且贻误了发展机遇；另一方面，由于目前还没有一个较为系统的政策方针，人才相对缺乏，造成了旅游和文化产品的相对滞后。

三是文化产业传统的资源配置机制与市场化要求之间的尖锐矛盾。近年来，湖南文化产业的体制改革开始进入“快车道”，成功地组建广电、报刊、出版等8个集团公司，实现了“强强联合”和“资产重组”。但是，如何将结构调整与体制转型结合起来，解决资源配置机制混乱，仍然在摸索之中。条块分割和行业壁垒与市场化要求之间的矛盾仍然是困扰文化产业发展的一个重大难题。

二、湖南省文化与旅游产业发展趋势

（一）发展指数

科学发展观强调以人为本，和谐发展。文化和旅游的发展既是人类文明和生活方式进步的重要标志，也是和谐发展的重要组成部分。衡量产业发展的标准不是经济指标的增长，而是全面满足人们群众物质和精神需要的程度。依此，产业发展指数可由多方面的综合指数的构成。文化产业和其他经济产业不同，具有更强的政治功能和社会功能，其发展指数应兼顾政治发展和社会发展指标。

文化产业的发展综合指数计算方法有二：时间序列法和目标参照法。时间序列法一般是将各项指标的当年数值除以上一年数值得到该单项指数Xi；目标参照法，首先要根据国民全面小康计划的要求，设定各项指标的目标值。然后将各项指标的当年数值除以目标值得到该单项指数Xi。在计算湖南文化产业的发展综合指数时，我们筛选了如下7个指标：人均文化产业增加值指数（X1）、人均旅游收入指数（X2）、电视人口覆盖率指数（X3）、城镇人均文化产品和服务消费额指数（X4）、农村人均文化娱乐和教育服务消费指数（X5）、农村恩格尔系数（X6）、初中适龄人口入学率指数（X7）。本文的发展综合指数就是上述7项指标的加权值。即：

文化旅游产业发展指数=0.15X1 0.15X2 0.2X3 0.16X4 0.14X5 0.1X6 0.1X7

按照以上的两种计算方法，得出了湖南2024年的文化及旅游发展综合指数分别是1.0818和0.615。也就是说，从时间序列看，2024年湖南文化与旅游产业发展总体上比2024年改善8.18，从全面小康目标的差距看，2024年湖南文化与旅游产业发展综合结果距小康目标有（1-0.615）的距离，即相差38.5。

表

06年湖南的旅游收入中文化价值比重偏低，多数旅游产品和服务的文化含量不足、品位不高，特色文化旅游品牌不多，影响了湖南旅游发展后劲和文化旅游前景。

中部地区的河南和江西，旅游发展就明显带有文化互动的特性，特别是2024年河南的旅游总收入和增长速度分别达到800.2亿元和26.4，总收入是湖南的1倍。同期江西旅游旅游收入增长速度32.9，比湖南多10.8。江西“十一五”旅游规划把整合井冈山“革命摇篮”的历史文化资源为重点，提出红色旅游强省战略，使2024年红色旅游综合收入达到300亿，占旅游总收入的40。湖南能与井冈山红色旅游发展抗衡的只有张家界生态旅游。“十一五”期间，整合湘西民族文化和生态资源与一体，促进张家界旅游品牌国际名牌化，将是湖南旅游与文化互动融合发展的重大工程，建议加快湖南本土文化与生态旅游、乡村旅游的综合研究开发，加快建设湘江生态经济带文化旅游项目和省内其他高品位的文化旅游链。用文化旅游带动湖南休闲产业、休闲经济的生动化。作者单位:湖南省社会科学院

参考文献：

1、马勇，《实现文化大省到文化强省跨越若干问题的思考》，湖南统计网，2024年6月3日

2、刘鸣泰，《湖南出版产业发展状况与发展思路》，中国出版网，2024年5月12日

3、孙安民，《北京文化产业现状与发展对策》，北京日报，2024年2月8日A4版

4、佚名，《云南民族文化和娱乐产业发展对策》，云南网www.feisuxs，2024年5月21日

5、刘新荣，《湘西土家族，苗族服务文化的生态属性》，船山学刊，2024/2期，第147-148页

6、刘新荣，《论少数民族文化创新与湘西旅游核心竞争力》，企业技术开发，2024/11期，第87-89页

《省文化与旅游产业发展调研报告(第3页)》来源于网，欢迎阅读省文化与旅游产业发展调研报告(第3页)。Hzq

家，2024年产动画片2.5万分钟，年产值20多亿元，占中国动漫画产值的60。

4、体制、环境与地位

体制：产业与事业并重并存、计划体制向市场体制转型的初级阶段。文化产业是市场经济的产物，也是计划经济时代的文化事业发展变化的产物。湖南的文化体制改革起步早，行动快，收效大。局部看，少数大型文化企业集团已彻底离开事业母体并成功的发展为国内知名品牌；全局看，文化经营性企业从事业单位剥离的不够彻底，2024年湖南文化事业财政支出与文化产业投资大体相等，约20亿元。处于一种文化产业和事业体制并重并存状态，文化体制和机制改革尚未走出初级阶段。

环境：面临国际同业的急剧竞争态势，产业制度和发展政策处于探索期。“十五”期间，国家先后出台《关于文化体制改革中经营性文化事业单位转制为企业的若干税收政策问题的通知》和《关于文化体制改革试点中支持文化产业发展若干税收政策问题的通知》，《文化部关于支持和促进文化产业发展的若干意见》，湖南出台了《关于加快文化产业发展若干政策措施的意见》、《湖南省文化产业发展规划（2024—2024）》等一系列文件，成为湖南文化产业发展的强大政策推动力。面对WTO后国际同业进入湖南，一些探索性的制度、政策的推动力正在减弱，虽然出现个别企业和品牌竞争力增强，但湖南文化产业的国际竞争力尚未形成，产业的进一步发展面临国际国内激烈竞争环境的大考验。

地位：文化产业综合实力仍处于第一军团的地位，但有下滑的趋势。2024年，湖南文化产业以增加值（不含旅游）排位，居国内第9位，前8：广东、北京、山东、浙江、上海、江苏、福建、河南（339亿），2024年的增加值排序是江苏、山东、广东、浙江、北京、湖南、上海，增加值后退3位；以占GDp的比重排国内7位，前6为：广东、北京、上海、浙江、天津、福建。2024年湖南旅游收入达到421.2亿元，旅游收入全国第12位，中部6省第3位。

(二)文化与旅游发展问题及深层原因

1、竞争激烈，利润率下降问题

文化产业是在全球化背景下的激烈竞争环境中成长起来的“朝阳产业”，被日本经济学家和国内部分人士戏称为“２１世纪的最后一块暴利蛋糕。”自2024年底，文化部出台向非公有制经济敞开文化经营大门的政策意见后，湖南的文化产业在国际、国内众多的竞争对手的全面夹击下，快速增长的同时利润率明显下降。例如，2024年，湖南新闻出版行业总收入134.02亿元，实现利润10.2亿元，收入比2024年增长67.13％，利润只增长26.24％；湖南电广传媒集团主营收入18.14亿元，实现利润4.39亿元，收入比2024年增长了87.4，利润只增长60，利润率下降明显。文化产业利润下降的直接原因是双向的，即多元竞争引发的产品（服务）价格明显下跌和经营成本（尤其是人力成本）的大幅提高。

2、民族地方特色淡薄（结构失调），地区发展失衡问题

文化的竞争是思想创造力的竞争，也是民族特质的竞争。在动慢画行业中，世界3大品牌“米老鼠”、“阿童木”、“蓝猫”的巨大成功，既充分证明“创意”就是竞争力，又深刻印证“民族文化”为底料的文化产品才具备国际竞争力。湖南的文化支柱产业中，具有本国民族特色的产品比例偏低，兜售外国西方文化的比重居高不下。特别是旅游景点和休闲产品中，文化含量低，自然资源成分高。因此，文化的民族价值和旅游的文化价值，在结构上普遍失调，大文化内部产值结构偏重与旅游、娱乐和新闻出版，文化产业的供给与市场的需求在城乡之间出现巨大反差。文化和旅游产业在省内地区间发展不平衡。2024年，长沙市文化和旅游增加值达到242.85亿元，占当地GDp的16，全省文化增加值48.78；张家界市文化和旅游增加值41.57亿，占当地GDp的37.6，全省文化增加值8.35；郴州市文化和旅游增加值38.75亿，占当地GDp的8.1，全省文化增加值7.18。以上3市的文化和旅游增加值合计占湖南总量的64.31。其他11个地州市共享余下的35.69。

3、机制改革，政策完善问题

文化产业发展的体制机制仍没有完全改革到位的突出表现在：公益性文化单位和准公益性文化单位两大块。公益性文化单位，如公共图书馆、博物馆、群艺馆、科技馆等，因获得政府的全额投入和工资福利保障，内部机制改革动力缺失；准公益性文化单位，如表演团体、艺术院校和国家重点文物保护单位等，产业化经营效益苦乐不一，终因部分获得政府财政投入和补贴支持，缺少市场危机感，体制创新进展缓慢；总的原因是改革有3怕，“想改不敢改”。一怕政治风险，文化是意识形态，触及党的喉舌阵地；二怕经济风险，文化单位是国有资产，担心资产流失；三怕社会风险，人员安置不好易触犯众怒。不过，“十五”期间的系列文化产业政策不够完善的问题正在引起部分省市的重视。2024年7月，国务院办公厅就转发了10部门《关于推动我国动漫产业发展的若干意见》，南京市迅速作出反映，8月10日召开的全市加快文化产业发展会议，推出“1 4”一揽子文化产业发展新政策文件。湖南急需出台有关保持领先地位的一系列新政策文件。

4、速度快，国际竞争力低的问题

“十五”改革的重大成果之一，就是文化产业发展速度普遍超过GDp的增长速度。2024年湖南文化产业增长速度比GDp快了近1倍，形成文化产业在GDp中的“蛋糕”不断扩大的良好趋势。我们对这种趋势不宜过分乐观，因为无论国家和各省市文化产业的国际竞争力都普遍低下。从大文化产业占GDp的比重看，2024湖南才7.71，2024中国平均2.13；同等口径美国和英国在2024年前就分别达到12和10，意大利高达25，日本18。从业人员占全部人员的比重看，2024年美国4.8，英国7.7，中国1.7；提高湖南大文化产业的国际竞争力已经成为重大而紧迫的课题。

5、深层原因

目前，中国与文化相关的服务产业的发展水平相对发达国家明显偏低，一段时期内还不能满足人民群众已经形成的巨大消费需求，这就在客观上为外国文化产业提供了觊觎的市场空间。据保守估计，目前这个我国文化产业无法填补的空间至少在5000亿元人民币以上。另一方面，文化产业在中国正在经历着由传统模式向市场经济下的商业模式转轨，不可避免地存在着3大深层矛盾：

一是文化产业组织集约化程度不高与过大市场需求之间的矛盾。资源分散和集约化程度低的问题重点表现在公益性和经营性文化单位。用于文化建设的财政资源分散在成千上万的重复建设、效益低下的单位，既不能满足人民群众的精神文化需要，又造成了资源的闲置和浪费。

二是文化产业发展的先进性要求与文化原创能力不足之间的矛盾。在经济学的垄断竞争理论中，保持产品差异被认为是维持产品在市场上的垄断力量的关键。文化产品的差异首先是来自价值观及表达手段的独特性；文化差异也是我们在国际竞争中可以依赖的比较优势。一方面由于战争和人为的破坏，不仅使文化遗产没有得到很好的保护，而且贻误了发展机遇；另一方面，由于目前还没有一个较为系统的政策方针，人才相对缺乏，造成了旅游和文化产品的相对滞后。

三是文化产业传统的资源配置机制与市场化要求之间的尖锐矛盾。近年来，湖南文化产业的体制改革开始进入“快车道”，成功地组建广电、报刊、出版等8个集团公司，实现了“强强联合”和“资产重组”。但是，如何将结构调整与体制转型结合起来，解决资源配置机制混乱，仍然在摸索之中。条块分割和行业壁垒与市场化要求之间的矛盾仍然是困扰文化产业发展的一个重大难题。

二、湖南省文化与旅游产业发展趋势

（一）发展指数

科学发展观强调以人为本，和谐发展。文化和旅游的发展既是人类文明和生活方式进步的重要标志，也是和谐发展的重要组成部分。衡量产业发展的标准不是经济指标的增长，而是全面满足人们群众物质和精神需要的程度。依此，产业发展指数可由多方面的综合指数的构成。文化产业和其他经济产业不同，具有更强的政治功能和社会功能，其发展指数应兼顾政治发展和社会发展指标。

文化产业的发展综合指数计算方法有二：时间序列法和目标参照法。时间序列法一般是将各项指标的当年数值除以上一年数值得到该单项指数Xi；目标参照法，首先要根据国民全面小康计划的要求，设定各项指标的目标值。然后将各项指标的当年数值除以目标值得到该单项指数Xi。在计算湖南文化产业的发展综合指数时，我们筛选了如下7个指标：人均文化产业增加值指数（X1）、人均旅游收入指数（X2）、电视人口覆盖率指数（X3）、城镇人均文化产品和服务消费额指数（X4）、农村人均文化娱乐和教育服务消费指数（X5）、农村恩格尔系数（X6）、初中适龄人口入学率指数（X7）。本文的发展综合指数就是上述7项指标的加权值。即：

文化旅游产业发展指数=0.15X1 0.15X2 0.2X3 0.16X4 0.14X5 0.1X6 0.1X7

按照以上的两种计算方法，得出了湖南2024年的文化及旅游发展综合指数分别是1.0818和0.615。也就是说，从时间序列看，2024年湖南文化与旅游产业发展总体上比2024年改善8.18，从全面小康目标的差距看，2024年湖南文化与旅游产业发展综合结果距小康目标有（1-0.615）的距离，即相差38.5。

表15-12005、2024年湖南文化及旅游发展综合指数

指标项　时间序列目标参照

2024年2024年2024年

X11.2341.19390.67

1X21.1841.18380.67

4X31.003910.924

X41.0751.0420.526

X51.11091.120.3

5X61.03851.01960.769

X70.99050.99690.968

发展综合指数1.094041.081830.615

数据来源：依湖南省统计局2024—2024年的统计数据计算得出

值得注意的是，2024年文化与旅游产业综合发展比2024年略有放慢，根据预测，文化及其相关产业增加值速度比上年减慢4，城镇人均文化消费增长放慢3.5。同时农村人均文化娱乐教育消费水平目标差距很远，达到65。

（二）发展趋势1、2024发展趋势判断

2024年第三季度，湖南文化与旅游产业的主力集团企业比上年同同期增产约19以上，全省文化产业增加值比上年同期增长约20以上，因此，初步判断全年文化产业增加值将达到325亿元。2024年将会持续这一良好的趋势。理由如下：

一是国家宏观政策调控将继续倾向与扩大内需，构建和完善文化公共服务体系，国内和湖南居民的有效文化消费需求将得到明显释放，加上文化产业的利润仍然可观，将会刺激文化产业新一轮增长。

二是湖南的新农村建设将取得初步成效，农民增收能力有所增强，人均文化娱乐和教育支出比例在明显增加。同时，自2024年底，中央发布《进一步发展农村文化的意见》以来，湖南整个农村文化发展的体制环境应该有了一定的改善，长沙、株洲、湘潭等文化中心地区在农村文化事业投入稳步增加，将带动农村文化市场的升温。

三是随着国家文化局、广电总局对国产动画片保护政策的细化，国产动画片全面进入黄金时段，湖南动慢业的国内领先优势将进一步发挥，加之金鹰卡通产业科技园等重大文化工程项目的相继建成，将带动来年相关文化产业链的良性快速增长。

2、2024年文化与旅游产业增长预测

时间序列预测结果：“十五”期间，湖南文化产业增加值年递增速度达到17.3，“十一五”计划递增速度为15，2024年的实际增长达到19。我们用时间序列预测2024年湖南文化产业增加值的增长速度为17.6，即文化产业增加值将达到382.46亿元人民币。而过去6年里，旅游总收入的平均增长速度高于文化产业增加值的速度，达到21.5。随着休闲理念普及和城镇人均可支配收入的大副提高，大众旅游将进入高峰期。我们用时间序列预测2024年湖南旅游总收入的增长速度为20，即旅游总收入将达到664.03亿元人民币以上。

比重法预测结果：根据湖南省统计局和国家统计局公布的数据，“十五”期间，文化产业的增长速度明显快于国民生产总值的增长速度，湖南文化产业增加值占当地GDp的比重平均增速15。依据“

**第三篇：文化旅游产业发展调研报告**

文化旅游产业发展调研报告

按.........................的要求，为进一步理清全县文化旅游产业发展思路，找准发展难题、采取发展措施，以大景区建设为突破口，重点推进....景区和.....景区建设，促进全县文化旅游产业快速发展。根据本职工作，结合实际，紧扣调研内容开展了文化旅游调研活动。

一、发展文化旅游产业的现状

由于我县基础设施滞后、旅游业起步晚，目前正处于开发建设阶段，旅游产生的经济效益还不明显。主要表现为：

一是景区规划完善，实施缺乏恒性。扁都口和圣天寺景区虽然制定了发展规划，但是发展思路、发展重点和发展定位没有很好地与实际结合，没有与全局的发展有效对接，资源整合力度不够，特色不突出，发展措施空泛，建设资金难于筹措，导致规划难于实施。

二是投入不足，发展乏力。由于长期以来文化旅游投资主体单一，多依赖各级财政投入，招商引资力度不大，缺乏政策保障机制，在具体运作中土地、税收、项目审批、融资等方面难以落实，在很大程度上制约了民间资本进入文化旅游产业领域。

三是管理体制不顺，运行机制不活。由于文化体制改革和文化产业发展尚处于起步阶段，管理体制和经营机制还未实现根本性转变。各有关部门协调配合还不够紧密，缺乏对文化旅游资源进行统一挖掘、整理、研究、开发的专门机构，形成文化事业、文化产业、旅游业“三张皮”现象。景点开发除靠政府投资和社会投资外，自身缺乏能力进行景点改造和服务功能的完善，缺乏发展活力和竞争力。

四是文化旅游主导产品不突出。虽然我县在文化旅游产品的打造上，主要打造万亩油菜花田原风光品牌，但文化资源的研究、挖掘和包装与文化旅游业的结合度不够，文化旅游产业缺乏主导产品，整体形象不鲜明，市场影响力不大，产业效能未能发挥。

五是机构不健全，缺乏专业人才。目前我县文化产业从创意、策划，文化产品的生产、包装和营销各个环节都缺乏相应的人才，难以适应新形势下文化旅游产业发展需要。

二、发展文化旅游产业的优势

一是产业优势。南丰乡以万亩油菜花为主的田园风光独具特色，为发展农业休闲观光旅游打下了扎实的基础。

二是区位优势。国道227线贯穿南北，交通和区位优势十分突出，容易进入过往游客的视线；

三是干部优势。有两支好的干部队伍，一支是靠得住、2 有本事、能干事的乡村干部队伍，一支是作风硬、吃得苦、能力强的文化旅游干部队伍，为宣传民乐、服务游客提供了强大的智力支持；

四是群众优势。广大纯朴、勤劳、善良的民乐人民，为发展文化旅游产业树立了良好的形象。

三、文化旅游产业的定位

根据民乐县文化旅游产业发展现状以及历史文化发展特点，认为全县文化旅游产业可定位于：

一是发展休闲观光农业旅游。休闲观光农业旅游集农业产销、农产品加工、农业旅游服务等三种产业于一体，顺应了人们向往自然、崇尚自然、亲近自然的心理需求，具有广阔的市场前景。主要发展种植业观光旅游。结合227线公路沿线引导群众发展油菜种植，根据节令适时开展春季赏美景、体验农家风情活动，推动农村旅游经济，带动农村文化产业的发展。

二是发展地方民俗风情体验旅游。民乐人文历史悠久，文化底蕴深厚，非常迎合城市人到农村的体验需求。

1、民俗民风旅游。在.....景区一年一度的新观音庙会，四面八方的男女老少都会自发聚集到这个地方。老的烧香拜佛，年轻的唱歌嬉戏、自娱自乐。这些民俗民风带有明显地方特色，有着深厚的传统文化背景，对游客具有强烈的吸引 3 力。

2、农村节庆旅游。在....景区进一步挖掘、整合本地农村节庆风俗，以观赏油菜花田原风光为载体，不断丰富群众文艺生活，体现独特的地方文化特色，打造独具魅力的地方文化品牌。

3、农村饮食文化旅游。品尝风味餐饮是旅游不可缺少的内容，具有农家地方特色的食文化应该成为吸引游客的旅游资源。农村之“食”关键在于“土”和“特”，......村的青稞面搓鱼子、辣油菜、酸奶子、牦牛肉干等地方风味特色远近闻名，对过往游客具有强烈的诱惑力。

三是发展生态旅游业。以....和......为主的油菜花，打造“生态田原休闲”风姿，使之与绿油油的稻田和金黄黄的油菜相依为伴，真正构成一幅充满诗情画意的田园风光美景，以吸引更多的游客前来观光旅游。

四、发展文化旅游业的建议：

一要在政策上给与积极扶持。发展农村文化旅游是一个全新的领域，需要各级政府、部门相互协调、全力投入。首先，要在县委、政府的统一领导下，会同县直有关部门，制定出台鼓励农村文化旅游的扶持政策，在资金投入、道路通讯等方面向农村文化旅游项目倾斜。同时，要组织专门人员帮助挖掘有较深文化内涵的旅游文化资源。

二要加大对农村文化旅游基础设施的投入。实施相关基础设施配套建设，合理开发旅游资源，强化文化旅游功能。

三要注重抓好农村文化旅游品的开发。要筛选出能显示地方特色、文化底蕴深厚的文化旅游品。要在保留其古色古装的基础上，按照旅游品的要求对一些民间艺术品或古建筑物要进行重新设计、包装。要加强农村文化旅游产业的包装宣传和市场开发工作，充分激发消费潜力。

四要注重文化旅游队伍的培养。要充分发挥文化旅游产业发展中心的职能作用，千方百计吸引旅游管理人才，努力造就一支素质高的农村旅游从业人员队伍，为推进文化产业发展提供保障和智力支持。

**第四篇：文化旅游产业发展调研报告**

文化旅游产业发展调研报告

根据区委、区政府关于打造全区文化旅游产业的会议要求，乡党委、政府高度重视，结合本乡实际，紧扣调研内容，立即组织相关人员开展文化旅游产业调研活动。

一、乐居乡发展文化旅游产业的优势

一是产业优势。苹果、水稻田园风光独具特色，为发展农业休闲观光旅游打下了扎实的基础。

二是基础设施优势。全乡水利化程度高，三面光沟渠纵横交错，抗旱水窖遍布地块，为发展农村文化旅游业创造了条件，提供了保障；

三是区位优势。昭大公路贯穿南北，渔洞水库专用线途径乐居、上街两个村，洒渔河烟柳与乐居、上街两个村遥遥相望。区位优势十分突出，容易进入过往游客的视线；

四是干部优势。有两支好的干部队伍，一支是靠得住、有本事、能干事的村级干部队伍，一支是作风硬、吃得苦、能力强的乡级干部队伍，为宣传乐居和服务游客提供了强大的智力支持；

五是群众优势。广大纯朴、勤劳、善良的乐居人民，为发展文化旅游产业树立了良好的形象。

二、乐居文化旅游产业的定位

根据乐居现状以及历史文化发展特点，认为乐居的文化旅游产业可定位于：

一是发展休闲观光农业旅游。休闲观光农业旅游集农业产销、农产品加工、农业旅游服务等三种产业于一体，顺应了人们向往自然、崇尚自然、亲近自然的心理需求，具有广阔的市场前景。

1、发展种植业观光旅游。可以依托科技示范园，组织青少年开展“农村科技夏令营”活动，普及农村科技文化知识；可以结合昭大公路沿线引导群众发展庭院果园种植，根据节令适时开展春季赏美景、夏秋季摘果子活动，推动农村旅游经济，带动农村文化产业的发展。

2、发展水面养殖业观光旅游。可以充分利用周家口子水库、桃树井水库从事水产养殖，还可以在水库周围添置一些必要的设施，方便游客垂钓和打捞；还可以设置餐厅，让游客自己品尝劳动成果，享受成功的喜悦；

二是发展地方民俗风情体验旅游。乐居人文历史悠久，文化底蕴深厚，非常迎合城市人到农村的体验需求。

1、民俗民风旅游。一年一度的新观音庙会，四面八方的男女老少都会自发聚集到这个地方。老的烧香拜佛，年轻的唱歌嬉戏、自娱自乐。这些民俗民风带有明显地方特色，有着深厚的传统文化背景，对游客具有强烈的吸引力。

2、农村节庆旅游。进一步挖掘、整合本地农村节庆风俗，以农村老年协会为载体，不断丰富群众文艺生活，体现独特的地方文化特色，打造独具魅力的地方文化品牌。

3、农村饮食文化旅游。品尝风味餐饮是旅游不可缺少的内容，具有农家地方特色的食文化应该成为吸引游客的旅游资源。农村之“食”关键在于“土”和“特”，乐居的野菜、豆干、腊肉远近闻名，对过往游客具有强烈的诱惑力。

三是发展生态旅游业。以乐居大河土地整理项目为契机，顺河绿化，打造“乐居烟柳”风姿，使之与绿油油的稻田相依为伴，真正构成一幅充满诗情画意的田园风光美景，以吸引更多的游客前来观光旅游。

三、发展文化旅游业的建议：

1、要在政策上给与积极扶持。发展农村文化旅游是一个全新的领域，需要各级政府、部门相互协调、全力投入。首先，要在区委、政府的统一领导下，会同区直有关部门，制定出台鼓励农村文化旅游的扶持政策，在资金投入、道路通讯等方面向农村文化旅游项目倾斜。同时，要组织专门人员帮助挖掘有较深文化内涵的旅游文化资源。

2、要加大对农村文化旅游基础设施的投入。实施相关基础设施配套建设，合理开发旅游资源，强化文化旅游功能。

3、注重抓好农村文化旅游品的开发。一是要筛选出能显示地方特色、文化底蕴深厚的文化旅游品。二是要在保留其古色古装的基础上，按照旅游品的要求对一些民间艺术品或古建筑物要进行重新设计、包装。三是要加强农村文化旅游产业的包装宣传和市场开发工作，充分激发消费潜力。

4、要注重文化旅游队伍的培养。要充分发挥乡文化站的职能作用，千方百计吸引旅游管理人才，努力造就一支素质高的农村旅游从业人员队伍，为推进文化产业发展提供保障和智力支持。

来自

**第五篇：文化旅游产业发展调研报告**

文化旅游产业发展调研报告

――党的群众路线教育实践活动专题调研

赵重建

按照党的群众路线教育实践活动的要求，为进一步理清全县文化旅游产业发展思路，找准发展难题、采取发展措施，以大景区建设为突破口，重点推进扁都口景区和圣天寺景区建设，促进全县文化旅游产业快速发展。根据本职工作，结合实际，紧扣调研内容开展了文化旅游调研活动。

一、发展文化旅游产业的现状

由于我县基础设施滞后、旅游业起步晚，目前正处于开发建设阶段，旅游产生的经济效益还不明显。主要表现为：

一是景区规划完善，实施缺乏恒性。扁都口和圣天寺景区虽然制定了发展规划，但是发展思路、发展重点和发展定位没有很好地与实际结合，没有与全局的发展有效对接，资源整合力度不够，特色不突出，发展措施空泛，建设资金难于筹措，导致规划难于实施。

二是投入不足，发展乏力。由于长期以来文化旅游投资主体单一，多依赖各级财政投入，招商引资力度不大，缺乏政策保障机制，在具体运作中土地、税收、项目审批、融资 1

等方面难以落实，在很大程度上制约了民间资本进入文化旅游产业领域。

三是管理体制不顺，运行机制不活。由于文化体制改革和文化产业发展尚处于起步阶段，管理体制和经营机制还未实现根本性转变。各有关部门协调配合还不够紧密，缺乏对文化旅游资源进行统一挖掘、整理、研究、开发的专门机构，形成文化事业、文化产业、旅游业“三张皮”现象。景点开发除靠政府投资和社会投资外，自身缺乏能力进行景点改造和服务功能的完善，缺乏发展活力和竞争力。

四是文化旅游主导产品不突出。虽然我县在文化旅游产品的打造上，主要打造万亩油菜花田原风光品牌，但文化资源的研究、挖掘和包装与文化旅游业的结合度不够，文化旅游产业缺乏主导产品，整体形象不鲜明，市场影响力不大，产业效能未能发挥。

五是机构不健全，缺乏专业人才。目前我县文化产业从创意、策划，文化产品的生产、包装和营销各个环节都缺乏相应的人才，难以适应新形势下文化旅游产业发展需要。

二、发展文化旅游产业的优势

一是产业优势。南丰乡以万亩油菜花为主的田园风光独具特色，为发展农业休闲观光旅游打下了扎实的基础。

二是区位优势。国道227线贯穿南北，交通和区位优势

十分突出，容易进入过往游客的视线；

三是干部优势。有两支好的干部队伍，一支是靠得住、有本事、能干事的乡村干部队伍，一支是作风硬、吃得苦、能力强的文化旅游干部队伍，为宣传民乐、服务游客提供了强大的智力支持；

四是群众优势。广大纯朴、勤劳、善良的民乐人民，为发展文化旅游产业树立了良好的形象。

三、文化旅游产业的定位

根据民乐县文化旅游产业发展现状以及历史文化发展特点，认为全县文化旅游产业可定位于：

一是发展休闲观光农业旅游。休闲观光农业旅游集农业产销、农产品加工、农业旅游服务等三种产业于一体，顺应了人们向往自然、崇尚自然、亲近自然的心理需求，具有广阔的市场前景。主要发展种植业观光旅游。结合227线公路沿线引导群众发展油菜种植，根据节令适时开展春季赏美景、体验农家风情活动，推动农村旅游经济，带动农村文化产业的发展。

二是发展地方民俗风情体验旅游。民乐人文历史悠久，文化底蕴深厚，非常迎合城市人到农村的体验需求。

1、民俗民风旅游。在圣天寺景区一年一度的新观音庙会，四面八方的男女老少都会自发聚集到这个地方。老的烧

香拜佛，年轻的唱歌嬉戏、自娱自乐。这些民俗民风带有明显地方特色，有着深厚的传统文化背景，对游客具有强烈的吸引力。

2、农村节庆旅游。在扁都口景区进一步挖掘、整合本地农村节庆风俗，以观赏油菜花田原风光为载体，不断丰富群众文艺生活，体现独特的地方文化特色，打造独具魅力的地方文化品牌。

3、农村饮食文化旅游。品尝风味餐饮是旅游不可缺少的内容，具有农家地方特色的食文化应该成为吸引游客的旅游资源。农村之“食”关键在于“土”和“特”，民乐南丰乡炒面庄村的青稞面搓鱼子、辣油菜、酸奶子、牦牛肉干等地方风味特色远近闻名，对过往游客具有强烈的诱惑力。

三是发展生态旅游业。以南丰乡和山丹马场为主的油菜花，打造“生态田原休闲”风姿，使之与绿油油的稻田和金黄黄的油菜相依为伴，真正构成一幅充满诗情画意的田园风光美景，以吸引更多的游客前来观光旅游。

四、发展文化旅游业的建议：

一要在政策上给与积极扶持。发展农村文化旅游是一个全新的领域，需要各级政府、部门相互协调、全力投入。首先，要在县委、政府的统一领导下，会同县直有关部门，制定出台鼓励农村文化旅游的扶持政策，在资金投入、道路通

讯等方面向农村文化旅游项目倾斜。同时，要组织专门人员帮助挖掘有较深文化内涵的旅游文化资源。

二要加大对农村文化旅游基础设施的投入。实施相关基础设施配套建设，合理开发旅游资源，强化文化旅游功能。

三要注重抓好农村文化旅游品的开发。要筛选出能显示地方特色、文化底蕴深厚的文化旅游品。要在保留其古色古装的基础上，按照旅游品的要求对一些民间艺术品或古建筑物要进行重新设计、包装。要加强农村文化旅游产业的包装宣传和市场开发工作，充分激发消费潜力。

四要注重文化旅游队伍的培养。要充分发挥文化旅游产业发展中心的职能作用，千方百计吸引旅游管理人才，努力造就一支素质高的农村旅游从业人员队伍，为推进文化产业发展提供保障和智力支持。

本文档由站牛网zhann.net收集整理，更多优质范文文档请移步zhann.net站内查找