

中国文物学会

关于配合开展《中国文物旅游发展研究报告》调研的函

各相关单位：

为贯彻落实国家文化强国战略，深化文物资源保护利用，系统梳理我国文物旅游发展现状，总结提炼成功案例，促进文物保护利用协调发展，培育文旅融合新兴业态，中国文物学会联合中国文物报社开展《中国文物旅游发展研究报告》编制工作，并将于年内发布。现函请各单位配合调研，提交相关数据信息（内容详见附件）。有关事项如下：

1、请于 2025 年 7 月 18 日 17:00 前，将附件以电子版或纸质版方式提交。

电子版：发送至邮箱 ABC18501180910@163.com，邮件主题注明“单位名称+调查表反馈”。

纸质版：邮寄至北京市东城区东四北大街 219 号南楼中国文物学会（邮编：100007），信封注明“《中国文物旅游发展研究报告》调研材料”。

2、请各单位指定一名联系人，便于及时沟通调研进展。

3、联系人：温 慈 18501180910

张玉亭 13701359085



附件：

全国文物旅游机构发展状况调查表

一、调查对象基本信息

1. 单位名称_____
- 详细地址_____
2. 员工数量_____（人）
 - 文旅专业背景员工数量_____（人）
 - 中高级职称员工数量_____（人）
3. 单位类型（可多选）：
 - 世界文化遗产地 ☐
 - 文物保护单位 ☐ 全国重点文物保护单位 ☐ 省级文物保护单位
☐ 设区的市级文物保护单位 ☐ 县级文物保护单位
 - 考古遗址公园 ☐ 国家级考古遗址公园 ☐ 省级考古遗址公园
 - 博物馆 ☐ 一级博物馆 ☐ 二级博物馆 ☐ 三级博物馆
 - A 级景区 ☐ 5A ☐ 4A ☐ 3A ☐ 2A
 - 其他_____

二、经营数据统计（2024 年度）

4. 全年接待游客总量：_____万人次
 - 其中：国内游客_____万人次，入境游客_____万人次
 - 按客群分类（可多选）：
☐ 研学团队 ☐ 散客 ☐ 政府/企业考察 ☐ 国际访问团 ☐ 其他
 - 按客群分层（可多选）：
☐ 学生群体，_____人次
☐ 银发群体（60+），_____人次
☐ 企业客户（商务/奖励旅游），_____人次
☐ 其他_____，_____人次
5. 收入构成：
 - 门票收入：_____万元（占比____%）
 - 二次消费收入（文创/餐饮/住宿等）：_____万元（占比____%）
 - ☐ 数字展览收入_____万元
 - ☐ 研学收入_____万元
 - ☐ 演艺收入_____万元
 - ☐ 其他（请注明）_____
 - 政府补贴_____万元（占比____%）

• 社会捐赠：____万元（占比____%）

6. 运营成本结构：

• 总运营成本：____万元

• 分项成本：

☐ 人力成本：____万元（占比____%）

☐ 文物保护利用费用：____万元（占比____%）

☐ 营销与宣传费用：____万元（占比____%）

☐ 技术研发与数字化投入：____万元（占比____%）

☐ 日常行政与管理费用：____万元（占比____%）

☐ 其他成本：____万元（请注明：____，占比____%）

三、产品情况

7. 核心文旅产品类型（可多选）：

☐ 传统观光导览 ☐ 沉浸式夜游 ☐ 数字互动展项 ☐ 研学体验

☐ 考古模拟体验 ☐ 非遗手工作坊 ☐ 学术讲座/论坛 ☐ 其他

8. 沉浸式产品体系：

• 实景演艺项目：

☐ 夜间光影秀（投资____万元，年观演____万人次）

☐ 历史情景剧（演员中专业文保员占比____%）

☐ 其他____（投资____万元，年观演____万人次）

• 交互装置（可多选）：

☐ 考古盲盒挖掘机 ☐ 数字纹样创作台 ☐ 声景复原舱

☐ 其他____

9. 请提供近三年最具创新性的三个产品：

① 项目名称：____（类型：☐ 数字文创 ☐ 沉浸体验 ☐ 其他____）

投资额____万元 回报周期____年 游客增长率____%

② 项目名称：____（类型：☐ 数字文创 ☐ 沉浸体验 ☐ 其他____）

投资额____万元 回报周期____年 游客增长率____%

③ 项目名称：____（类型：☐ 数字文创 ☐ 沉浸体验 ☐ 其他____）

投资额____万元 回报周期____年 游客增长率____%

四、衍生消费结构

10. IP 开发情况：

☐ 已注册商标____个 ☐ 年授权收入____万元

☐ 联名产品数量____款（注明合作品牌）

11. 自有文创品牌:

☐ 文创品牌数量_____个, 年度销售额_____万元

☐ 受欢迎的品牌_____, 品类_____种, 数量_____个

12. 文旅 IP 授权模式:

☐ IP 分润 (年收入_____万元)

☐ IP 授权获利 (年收入_____万元)

☐ 品牌联营 (合作方_____)

13. 高附加值产品:

☐ 限量数字藏品 (发行量_____件, 均价_____元)

☐ 文物 3D 复刻品 (材质: ☐ 树脂 ☐ 贵金属 ☐ 其他_____)

五、可持续发展机制

14. 文物保护专项措施 (可多选):

☐ 实时环境监测系统 ☐ 限流预约机制 ☐ 修缮修复技术应用

☐ 社区共管机构 ☐ 其他_____

15. 低碳设施 (可多选):

☐ 太阳能讲解站 ☐ 无人驾驶接驳车 ☐ 生态厕所占比____%

☐ 光伏发电系统 ☐ 雨水回收装置 ☐ 低碳游览动线

16. 社区共生网络:

• 本地就业贡献率: ____% (其中文旅相关岗位____人)

• 本地居民参与方式:

☐ 传统技艺表演

☐ 民宿餐饮经营

☐ 文物保护巡查员

☐ 其他_____

• 利益共享机制: ☐ 门票分成 (社区获____%) ☐ 商铺优先租赁权 ☐ 其他

• 用于社区发展基金____%

六、游客体验

17. 游客满意度:

☐ 游客满意度____%

18. 游客投诉主要问题:

☐ 票务问题 ☐ 接待问题 ☐ 服务问题 ☐ 设施问题

☐ 其他_____

七、数字化运营矩阵

19. 智慧运营 (可多选):

☐数字化管理平台 ☐动态客流调控 ☐线上展览与传播

☐数字化营销推广 ☐智慧安防体系 ☐其他

20. 虚拟服务设施（可多选）：

☐区块链票务系统 ☐智慧导览小程序 ☐社交媒体营销矩阵

☐云展览（年访问量___万人次） ☐AR 增强导览覆盖率___%

☐其他

21. 技术投资效益：

• 数字技术投入___万元，年营收___万元，投入营收比___%

• 数字化项目营收增长率：___%

八、市场传播成效

22. 文化遗产传播力：

• 新媒体运营数据：

☐年度爆款视频（最高播放量___万次，平台：___）

☐文化类大V合作人次___次，带动客流量___%

☐多语种导览覆盖率___%，（语种：___）

23. 入境游客画像：

• 主要客源国 TOP3：___（占比分别为___%/___%/___%）

• 外宾消费特征：

☐人均停留时间___小时 ☐二次消费占比___%

☐文化体验项目参与率___%

24. 跨区域合作实效：

• 近三年跨省/地级市合作项目___个（类型：☐展览交流 ☐研学合作
☐品牌联名）

• 社交媒体运营数据：平台___，粉丝量___万，年度互动量___万次

九、发展挑战与政策需求

25. 当前主要发展瓶颈（可多选）：

☐资金短缺 ☐专业人才不足 ☐客源结构单一

☐同质化竞争 ☐其他___

26. 未来三年重点投资方向（可多选）：

☐文旅体验产品 ☐数字化升级 ☐文创产品研发

☐国际宣传推广 ☐基础设施改造 ☐其他___

27. 政策支持需求（开放题）：