

2017-2022年中国探险旅游 市场监测及发展趋势研究报告

报告目录及图表目录

北京迪索共研咨询有限公司

www.cction.com

一、报告报价

《2017-2022年中国探险旅游市场监测及发展趋势研究报告》信息及时，资料详实，指导性强，具有独家，独到，独特的优势。旨在帮助客户掌握区域经济趋势，获得优质客户信息，准确、全面、迅速了解目前行业发展动向，从而提升工作效率和效果，是把握企业战略发展定位不可或缺的重要决策依据。

官方网站浏览地址：<http://www.cction.com/report/201702/139817.html>

报告价格：纸介版8000元 电子版8000元 纸介+电子8500元

北京迪索共研咨询有限公司

订购电话: 400-700-9228(免长话费) 010-69365838

海外报告销售: 010-69365838

Email: kefu@gonyn.com

联系人：李经理

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、说明、目录、图表目录

探险旅游AdventureTravel是旅游者到人迹罕至或险状环生的特殊环境着进行的充满神秘性、危险性和刺激性的旅行考察活动。

一些人长期居住于繁华都市，厌倦了车马喧嚣的生活，很想找一个幽静而富有神奇刺激的场所体验探险乐趣。据此，很多国家开辟了探险旅游。如泰国的骑象探险旅游，丹麦的狗拉雪橇探险旅游等。另一种以追求世界纪录为目的的冒险旅行。如乘气球环球旅行，驾脚踏飞机或滑行器飞渡海峡，驾游艇或小船周游世界，乘独木舟横渡大西洋等。而以科学考察为主要目的的探险旅游，种类繁多，如高山探险旅游，沙漠探险旅游，海洋探险旅游，森林探险旅游，洞穴探险旅游，极地探险旅游，追踪野生动物探险旅游，寻找人类原始部落探险旅游等。

在探险旅游的战略规划里（WTB，2002d：1），所给出的探险旅游的定义为“把主动性的参与活动或者户外探险活动作为首要目的或者次要动机的度假或者一日游行为”。

报告目录;

第一章探险旅游相关基础概述研究4

第一节探险旅游的界定及分类4

一、探险旅游的界定分析4

二、探险旅游的分类分析4

三、探险旅游的特性分析5

第二节探险旅游产业链研究分析6

第三节探险旅游行业成熟度分析8

一、行业发展周期分析8

二、中外市场成熟度对比9

三、主要细分行业成熟度10

第四节探险旅游产业地位研究分析11

第二章世界探险旅游行业发展状况分析13

第一节世界探险旅游行业发展环境分析13

一、全球经济发展环境分析13

二、全球消费环境分析研究16

第二节世界探险旅游行业市场发展情况18

一、全球探险旅游行业发展概况18

二、全球探险旅游市场规模分析	19
三、全球探险旅游市场分布分析	20
四、全球探险旅游品牌发展分析	21
五、中外探险旅游市场发展对比	22
第三节世界主要国家地区发展分析	23
一、美国探险旅游行业市场发展分析	23
二、欧洲探险旅游行业市场发展分析	25
三、日本探险旅游行业市场发展分析	27
四、韩国探险旅游行业市场发展分析	29
五、其他国家行业市场发展分析	31
第四节世界探险旅游行业发展趋势分析	33
第三章中国探险旅游行业市场投资环境分析	35
第一节探险旅游行业市场投资环境总况	35
一、政治法律环境	35
二、基础设施环境	37
三、金融环境	38
四、科技环境	39
五、经济环境	40
六、自然地理环境	41
七、社会文化环境	43
第二节探险旅游行业市场投资环境特点	45
一、投资环境的综合性	46
二、投资环境的整体性	47
三、投资环境的差异性	48
四、投资环境的动态性	49
第三节探险旅游行业市场投资环境评价原则标准	50
一、投资环境评价原则	50
（一）系统性原则	50
（二）客观性原则	51
（三）比较性原则	52
（四）时效性原则	53
（五）目的性原则	54

二、投资环境评价标准55

（一）安全性55

（二）盈利性56

（三）服务的完善性57

（四）优惠性58

第四节探险旅游行业市场投资环境评价59

一、政治稳定性59

二、市场机会60

三、经济发展和成就61

四、文化一元化62

五、法规阻碍63

六、实质阻碍64

七、地理和文化差距65

第五节探险旅游行业市场投资壁垒分析66

一、投资准入壁垒66

二、投资经营壁垒67

三、投资退出壁垒68

四、贸易投资壁垒69

第四章中国探险旅游行业运行态势剖析70

第一节中国探险旅游行业发展现状70

一、探险旅游行业发展现状分析70

二、探险旅游行业发展特点分析72

三、探险旅游行业发展规模分析74

四、探险旅游行业品牌发展现状75

第二节中国探险旅游市场发展分析76

一、探险旅游市场需求现状分析76

二、探险旅游市场发展规模分析78

三、探险旅游市场分布情况研究80

四、探险旅游市场发展特点分析82

第三节中国探险旅游行业成本分析研究84

一、租金成本分析86

二、劳动成本分析87

三、管理成本分析	88
四、销售成本分析	89
第四节探险旅游行业市场问题及策略分析	90
第五章探险旅游行业经济运行数据情况	93
第一节探险旅游行业运行规模情况	93
一、企业数量增长情况	93
二、从业人数增长情况	94
三、资产规模增长情况	95
第二节探险旅游行业销售产值情况	96
一、营业收入情况	96
二、销售增加值分情况	97
第三节探险旅游行业成本费用情况	98
第四节探险旅游行业盈利能力情况	99
第六章探险旅游行业产业链分析研究	100
第一节探险旅游产业链基本概况	100
一、行业经济特性	100
二、行业特性分析	101
三、产业链结构分析	103
第二节探险旅游关联行业一发展分析	105
一、关联行业一发展规模	105
二、关联行业一发展格局	109
三、关联行业一发展态势	110
四、关联产业一发展前景	113
第三节探险旅游关联行业二发展分析	115
一、关联行业二发展规模	115
二、关联行业二发展格局	119
三、关联行业二发展态势	120
四、关联产业二发展前景	122
第四节探险旅游关联行业三发展分析	124
一、关联行业三需求规模	124
二、关联行业三发展格局	128
三、关联行业三发展态势	129

四、关联产业三发展前景	131
第五节探险旅游关联行业四发展分析	133
一、关联行业四需求规模	133
二、关联行业四发展格局	137
三、关联行业四发展态势	138
四、关联产业四发展前景	140
第七章中国探险旅游行业细分市场分析	142
第一节细分一行业市场	142
一、细分行业运行环境分析	142
二、细分行业运行数据分析	144
三、细分行业市场发展趋势	145
四、细分行业市场发展机会	146
五、细分行业市场发展影响	148
第二节细分二行业市场	150
一、细分行业运行环境分析	150
二、细分行业运行数据分析	152
三、细分行业市场发展趋势	153
四、细分行业市场发展机会	154
五、细分行业市场发展影响	156
第三节细分三行业市场	158
一、细分行业运行环境分析	158
二、细分行业运行数据分析	160
三、细分行业市场发展趋势	161
四、细分行业市场发展机会	162
五、细分行业市场发展影响	164
第八章探险旅游行业区域发展研究	166
第一节东部地区	166
一、东部地区探险旅游行业发展水平	166
二、东部地区探险旅游行业发展规模	168
三、东部地区探险旅游行业发展因素	170
四、东部地区探险旅游行业发展态势	172
五、东部地区探险旅游行业发展前景	174

第二节中部地区176

- 一、中部地区探险旅游行业发展水平176
- 二、中部地区探险旅游行业发展规模178
- 三、中部地区探险旅游行业发展因素180
- 四、中部地区探险旅游行业发展态势182
- 五、中部地区探险旅游行业发展前景184

第三节西部地区186

- 一、西部地区探险旅游行业发展水平188
- 二、西部地区探险旅游行业发展规模190
- 三、西部地区探险旅游行业发展因素192
- 四、西部地区探险旅游行业发展态势194
- 五、西部地区探险旅游行业发展前景196

第九章探险旅游行业城市发展研究200

第一节一线城市200

- 一、一线城市探险旅游行业发展水平200
- 二、一线城市探险旅游行业发展规模202
- 三、一线城市探险旅游行业发展因素204
- 四、一线城市探险旅游行业发展态势206
- 五、一线城市探险旅游行业发展前景208

第二节二线城市210

- 一、二线城市探险旅游行业发展水平212
- 二、二线城市探险旅游行业发展规模214
- 三、二线城市探险旅游行业发展因素216
- 四、二线城市探险旅游行业发展态势218
- 五、二线城市探险旅游行业发展前景220

第三节三四线城市224

- 一、三四线城市探险旅游行业发展水平224
- 二、三四线城市探险旅游行业发展规模226
- 三、三四线城市探险旅游行业发展因素228
- 四、三四线城市探险旅游行业发展态势230
- 五、三四线城市探险旅游行业发展前景232

第十章探险旅游行业市场竞争状况分析234

第一节探险旅游行业市场竞争现状234

一、探险旅游行业市场竞争激烈程度234

二、探险旅游行业市场竞争阵营分析236

三、探险旅游行业市场竞争关系研究238

四、探险旅游行业市场竞争特点分析240

第二节探险旅游行业市场竞争格局242

一、行业集中度242

二、市场集中度242

三、区域集中度243

四、企业集中度243

第三节影响行业竞争结构的因素245

一、行业内部的竞争状况245

二、用户顾客的议价能力247

三、供货厂商的议价能力249

四、潜在竞争对手的威胁251

五、关联替代产品的压力253

第四节行业市场竞争战略研究255

一、总成本领先战略257

二、差别化战略研究259

三、专一化战略研究261

第五节探险旅游行业市场竞争预测263

一、探险旅游行业市场竞争趋势265

二、探险旅游行业市场竞争机会267

三、探险旅游行业市场竞争前景269

四、探险旅游行业市场竞争展望271

第十一章探险旅游行业企业竞争策略分析273

第一节主要企业市场竞争力综合分析273

一、重点企业资产总计对比分析273

二、重点企业从业人员对比分析274

三、重点企业全年营业收入对比275

四、重点企业全年营业成本对比276

五、重点企业利润总额对比分析277

六、重点企业综合竞争力对比分析	278
第二节探险旅游市场竞争策略分析	279
一、探险旅游市场增长潜力分析	279
二、探险旅游主要潜力品种分析	281
三、现有探险旅游产品竞争策略分析	283
四、潜力探险旅游品种竞争策略选择	285
五、典型企业产品竞争策略分析	287
第三节探险旅游企业竞争策略分析	289
一、外部环境对探险旅游行业竞争的影响	289
二、中国探险旅游行业竞争策略分析	291
三、中国探险旅游企业竞争策略分析	293
（一）原料供应策略	293
（二）产品开发策略	295
（三）价格调整策略	297
（四）绿色营销策略	299
（五）技术进步策略	301
（六）促销策略运用	303
（七）规模经营策略	305
第四节行业市场竞争策略研究	307
一、市场领先者的竞争策略	307
二、市场挑战者的竞争策略	309
三、市场追随者的竞争策略	311
四、市场补缺者的竞争策略	313
第十二章影响探险旅游市场营销策略因素	315
第一节宏观因素	315
一、人文环境	315
二、社会因素	316
三、经济环境	317
（一）国民生产总值	318
（二）个人收入	319
（三）外贸收支情况	320
四、自然环境	321

五、技术环境322

六、政治-法律环境323

七、社会-文化环境324

第二节微观因素325

一、供应者325

二、购买者326

（一）私人购买者327

（二）集团购买者328

三、中间商329

四、竞争者330

（一）竞争者及其数量和规模331

（二）消费者需求量与竞争供应量的关系332

五、公众333

六、企业内部各部门协作334

第三节探险旅游市场营销要点分析335

一、市场环境分析335

二、消费心理分析336

三、产品优势分析337

四、营销方式和平台的选择338

第十三章探险旅游市场营销策略研究339

第一节网络营销341

一、搜索引擎营销341

二、电子邮件营销342

三、即时通讯营销343

四、病毒式营销344

五、博客营销345

六、创意广告营销346

七、口碑营销347

八、体验营销348

九、趣味营销349

十、知识营销350

十一、整合营销351

十二、事件营销352

第二节连锁营销353

第三节广告营销354

一、锁定目标客户354

二、减少价格竞争355

三、给目标受众定位356

第四节营销竞争策略357

一、直接与竞争对手竞争357

二、使竞争对手难以反击358

三、不战而胜的竞争策略359

四、与竞争对手合作的策略360

第五节典型营销策略分析361

一、整合营销361

二、系统营销362

三、事件营销363

四、体育营销364

五、文化营销365

六、危机营销366

第六节营销方略分析367

一、知己知彼百战不殆367

二、避实就虚攻击软肋368

三、快速强攻先发制人369

四、以强攻弱集中攻击370

五、抢位营销量力而行371

第十四章探险旅游行业生命周期阶段营销策略372

第一节介绍期的营销策略372

一、快速撇脂策略373

二、缓慢撇脂策略374

三、快速渗透策略375

四、缓慢渗透策略376

第二节成长期市场营销策略377

一、改善产品品质377

二、寻找新的细分市场378

三、改变广告宣传的重点379

四、适时降价380

第三节成熟期市场营销策略381

一、市场调整381

二、产品调整382

三、市场营销组合调整383

第四节衰退期市场营销策略384

一、继续策略384

二、集中策略385

三、收缩策略386

四、放弃策略387

第十五章探险旅游行业市场重点企业分析389

第一节***公司

一、企业发展简况分析

二、企业经营与分布状况

三、企业经营情况分析

四、企业经营优劣势分析

第二节***公司

一、企业发展简况分析

二、企业经营与分布状况

三、企业经营情况分析

四、企业经营优劣势分析

第三节***公司

一、企业发展简况分析

二、企业经营与分布状况

三、企业经营情况分析

四、企业经营优劣势分析

第四节***公司

一、企业发展简况分析

二、企业经营与分布状况

三、企业经营情况分析

四、企业经营优劣势分析

第五节***公司

一、企业发展简况分析

二、企业经营与分布状况

三、企业经营情况分析

四、企业经营优劣势分析

第六节***公司

一、企业发展简况分析

二、企业经营与分布状况

三、企业经营情况分析

四、企业经营优劣势分析

……略……

第十六章2017-2022年探险旅游行业投资机会综合分析预测453

第一节2017-2022年探险旅游行业投资PESTEL分析453

一、政治因素(Political)453

二、经济因素(Economic)455

三、社会因素(Social)457

四、技术因素(Technological)459

五、环境因素(Environmental)461

六、法律因素(Legal)463

第二节2017-2022年探险旅游行业投资价值链分析465

一、内部价值链分析465

二、纵向价值链分析467

三、横向价值链分析467

第三节2017-2022年探险旅游行业投资生命周期469

第四节2017-2022年探险旅游行业投资SWOT分析471

一、竞争优势 (strength) 471

二、竞争劣势 (weakness) 473

三、机会(opportunity)475

四、威胁 (threat) 477

第十七章2017-2022年探险旅游行业市场发展预测分析479

第一节2017-2022年中国探险旅游行业发展前景分析479

一、有利因素	479
二、不利因素	481
三、稳定因素	483
四、发展机遇	485
五、挑战威胁	487
第二节2017-2022年探险旅游行业活力系数比较及分析	489
一、相关产业景气指数比较	489
二、探险旅游行业活力系数分析	489
第三节2017-2022年国内探险旅游行业发展趋势分析	490
第四节2017-2022年探险旅游行业投资效益分析预测	491
一、探险旅游行业资产总额分析预测	492
二、探险旅游行业利润总额分析预测	492
三、中国探险旅游行业市场规模预测	493
四、中国探险旅游市场盈利预测分析	493
第十八章2017-2022年中国探险旅游行业投资前景及风险	495
第一节2017-2022年探险旅游行业投资周期分析	495
一、经济周期性	495
二、增长与波动性	496
三、成熟度分析	497
第二节2017-2022年探险旅游行业投资收益率分析	500
一、相关产业投资收益率比较	500
二、探险旅游行业投资收益率分析	500
第三节2017-2022年探险旅游行业发展环境展望	501
一、宏观经济形势展望	501
二、相关政策走势展望	503
三、国际行业走势展望	505
第四节2017-2022年探险旅游行业投资机会分析	507
一、行业投资吸引力分析	507
二、区域投资潜力分析	508
三、相关细分行业投资潜力分析	509
第五节2017-2022年探险旅游行业投资风险分析	510
一、宏观经济风险	510

二、产业政策风险511

三、市场竞争风险512

四、市场运营风险513

更多图表见正文。。。

详细请访问：<http://www.cction.com/report/201702/139817.html>