

2020-2026年中国探险旅游 行业分析与未来发展趋势报告

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

《2020-2026年中国探险旅游行业分析与未来发展趋势报告》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/202008/185018.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Adventure Travel 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。

中企顾问网发布的《2020-2026年中国探险旅游行业分析与未来发展趋势报告》共十三章。首先介绍了探险旅游行业市场发展环境、探险旅游整体运行态势等，接着分析了探险旅游所属行业市场运行的现状，然后介绍了探险旅游市场竞争格局。随后，报告对探险旅游做了重点企业经营状况分析，最后分析了探险旅游行业发展趋势与投资预测。您若想对探险旅游产业有个系统的了解或者想投资探险旅游行业，本报告是您不可或缺的重要工具。

本研究报告数据主要采用国家统计局数据，海关总署，问卷调查数据，商务部采集数据等数据库。其中宏观经济数据主要来自国家统计局，部分行业统计数据主要来自国家统计局及市场调研数据，企业数据主要来自于国统计局规模企业统计数据库及证券交易所等，价格数据主要来自于各类市场监测数据库。

报告目录：

第一章 探险旅游行业相关概述

1.1 探险旅游行业定义及特点

1.1.1 探险旅游行业的定义

1.1.2 探险旅游行业产品

1.2 探险旅游主要国家的发展情况

1.2.1 2016-2019年新西兰探险旅游的发展概况

1.2.2 2016-2019年英国探险旅游的发展概况

1.2.3 2016-2019年法国探险旅游的发展概况

1.2.4 2016-2019年美国探险旅游的发展概况

1.2.5 2016-2019年加拿大探险旅游的发展概况

1.2.6 2016-2019年澳大利亚探险旅游的发展概况

1.2.7 国外探险旅游规划经验

1、探险旅游的可持续发展

2、探险旅游的服务质量

3、探险旅游的宣传和旅游节事活

4、探险旅游的发展政策

5、探险旅游的电子化营销

第二章 2016-2019年探险旅游行业发展环境分析

2.1 经济环境分析

2.1.1 国际经济对探险旅游行业的影响

2.1.2 我国宏观经济运行现状

2.1.3 我国货币金融环境分析

2.1.4 我国经济发展趋势分析

2.2 政策环境分析

2.2.1 近年探险旅游行业政策综述

2.2.2 探险旅游行业重点政策解读

2.2.3 探险旅游行业相关政策分析

2.2.4 我国探险旅游行业发展规划

2.3 社会环境分析

2.3.1 大众化旅游时代来临

2.3.2 旅游交通环境不断改善

2.3.3 旅游产业建设重要热点

2.3.4 出境游限制逐渐放宽

2.4 消费环境分析

2.4.1 我国旅游消费价格特征

2.4.2 我国探险旅游市场消费潜力

2.4.3 我国探险旅游市场消费趋向

第三章 2016-2019年中国探险旅游行业发展情况综述

3.1 2016-2019年中国探险旅游行业发展概述

3.1.1 探险旅游行业的发展国内外市场的最新进展

3.1.2 城市探险与探险旅游行业的协同发展

3.1.3 发展我国探险旅游行业的重要意义

3.2 2016-2019年我国探险旅游行业发展的主要模式

3.2.1 构建探险旅游圈的模式

3.2.2 组建会员制俱乐部(私人会所)的模式

3.2.3 产业非均衡协调发展模式

3.2.4 主题式开发模式

3.3 2016-2019年我国加快探险旅游行业发展的策略分析

3.3.1 加强旅游行业管理部门的监管职能

3.3.2 积极推动社区探险旅游的发展

3.3.3 加快探险旅游人才的培养

3.4 2016-2019年我国探险旅游行业市场规模分析

第四章 2016-2019年中国探险旅游所属行业市场运行动态分析

4.1 2016-2019年我国探险旅游开发的SWOT分析

4.1.1 探险旅游行业优势分析

4.1.2 探险旅游行业劣势分析

4.1.3 探险旅游行业机遇分析

4.1.4 探险旅游行业挑战分析

4.2 2016-2019年中国探险旅游行业市场发展存在问题分析

4.2.1 缺乏高品质的探险旅游资源

4.2.2 对城市环境及基础设施造成严重破坏

4.2.3 人才缺乏，经营管理水平低

4.2.4 缺少以探险旅游为主题的旅行社

4.2.5 探险旅游的规划和管理比较混乱

4.2.6 缺乏对探险旅游的宣传

4.3 2016-2019年中国探险旅游行业市场开发对策分析

4.3.1 合理开发探险旅游资源

4.3.2 培养探险旅游的专项服务人才

4.3.3 加大探险与旅游联姻的力度

4.3.4 加强规范管理,开展积极的产业导向

4.3.5 加大宣传力度

第五章 2016-2019年保健旅游行业经济运行效益分析

5.1 2016-2019年中国保健旅游发展分析

5.1.1 2019年中国保健旅游概述

5.1.2 2019年中国保健旅游概述

5.1.3 2019年中国保健旅游概述

5.2 2016-2019年中国保健旅游规模分析

- 5.2.1 保健旅游企业数量统计
- 5.2.2 保健旅游资产总额分析
- 5.2.3 保健旅游销售收入分析
- 5.2.4 保健旅游利润总额分析
- 5.3 2016-2019年保健旅游经营效益分析
- 5.3.1 保健旅游偿债能力分析
- 5.3.2 保健旅游盈利能力分析
- 5.3.3 保健旅游的毛利率分析
- 5.3.4 保健旅游营运能力分析

第六章 探险旅游行业产业结构分析

- 6.1 探险旅游产业结构分析
 - 6.1.1 市场细分充分程度分析
 - 6.1.2 各细分市场领先企业排名
 - 6.1.3 各细分市场占总市场的结构比例
 - 6.1.4 领先企业的结构分析（所有制结构）
- 6.2 产业价值链的结构分析及产业链条的整体竞争优势分析
 - 6.2.1 产业价值链的构成
 - 6.2.2 产业链条的竞争优势与劣势分析
- 6.3 产业结构发展预测
 - 6.3.1 产业结构调整指导政策分析
 - 6.3.2 产业结构调整中消费者需求的引导因素
 - 6.3.3 中国探险旅游行业参与国际竞争的战略市场定位
 - 6.3.4 探险旅游产业结构调整方向分析
 - 6.3.5 建议

第七章 中国探险旅游行业细分市场分析

- 7.1 探险旅游行业时空特征
 - 7.1.1 周期性探险旅游
 - 7.1.2 定点型探险旅游
 - 7.1.3 季节型探险旅游
- 7.2 陆地项目

- 7.2.1 市场发展现状概述
- 7.2.2 陆地项目中主要细分探险运动
- 7.2.3 行业市场需求分析
- 7.2.4 产品市场潜力分析
- 7.3 水上项目
 - 7.3.1 市场发展现状概述
 - 7.3.2 水上项目中主要细分探险运动
 - 7.3.3 行业市场需求分析
 - 7.3.4 产品市场潜力分析
- 7.4 空中项目
 - 7.4.1 市场发展现状概述
 - 7.4.2 空中项目中主要细分探险运动
 - 7.4.3 行业市场需求分析
 - 7.4.4 产品市场潜力分析
- 7.5 建议
 - 7.5.1 细分市场研究结论
 - 7.5.2 细分市场建议

第八章 探险旅游产业集群发展及区域市场分析

- 8.1 中国探险旅游产业集群发展特色分析
 - 8.1.1 长江三角洲地区探险旅游产业发展特色分析
 - 8.1.2 珠江三角洲地区探险旅游产业发展特色分析
 - 8.1.3 环渤海地区探险旅游产业发展特色分析
- 8.2 探险旅游重点区域市场分析预测
 - 8.2.1 行业总体区域结构特征及变化
 - 1、区域结构总体特征
 - 2、行业区域集中度分析
 - 3、行业区域分布特点分析
 - 4、行业规模指标区域分布分析
 - 5、行业效益指标区域分布分析
 - 6、行业企业数的区域分布分析
 - 8.2.2 2016-2019年中国商务旅游行业重点区域运行分析

- 1、2016-2019年华东地区商务旅游所属行业运行情况
- 2、2016-2019年华南地区商务旅游所属行业运行情况
- 3、2016-2019年华中地区商务旅游所属行业运行情况
- 4、2016-2019年华北地区商务旅游所属行业运行情况
- 5、2016-2019年西北地区商务旅游所属行业运行情况
- 6、2016-2019年西南地区商务旅游所属行业运行情况
- 7、2016-2019年东北地区商务旅游所属行业运行情况

8.2.3 主要省市集中度及竞争力分析

第九章 2016-2019年探险旅游行业部分旅游区及企业分析

9.1 探险旅游行业部分旅游区经营分析

9.1.1 北大壶探险旅游开发区

- 1、旅游区概况分析
- 2、旅游区项目分析
- 3、旅游区特点分析
- 4、旅游区投资规划分析
- 5、旅游区前景分析

9.1.2 桂林凤凰探险运动休闲旅游区

- 1、旅游区概况分析
- 2、旅游区项目分析
- 3、旅游区特点分析
- 4、旅游区投资规划分析
- 5、旅游区前景分析

9.1.3 石关探险休闲旅游区

- 1、旅游区概况分析
- 2、旅游区项目分析
- 3、旅游区特点分析
- 4、旅游区投资规划分析
- 5、旅游区前景分析

9.1.4 世界屋脊猎奇探险旅游区

- 1、旅游区概况分析
- 2、旅游区项目分析

3、旅游区特点分析

4、旅游区投资规划分析

5、旅游区前景分析

9.1.5 巴丹吉林沙漠探险旅游区

1、旅游区概况分析

2、旅游区项目分析

3、旅游区特点分析

4、旅游区投资规划分析

5、旅游区前景分析

9.1.6 腾格里沙漠月亮湖生态探险旅游区

1、旅游区概况分析

2、旅游区项目分析

3、旅游区特点分析

4、旅游区投资规划分析

5、旅游区前景分析

9.1.7 呀诺达雨林文化旅游区

1、旅游区概况分析

2、旅游区项目分析

3、旅游区特点分析

4、旅游区投资规划分析

5、旅游区前景分析

9.2 探险旅游行业领先企业分析

9.2.1 中国国际旅行社总社有限公司

1、企业概况分析

2、企业项目分析

3、企业特点分析

4、企业投资规划分析

5、企业前景分析

9.2.2 中青旅控股股份有限公司

1、企业概况分析

2、企业项目分析

3、企业特点分析

4、企业投资规划分析

5、企业前景分析

9.2.3 康辉旅行社集团有限责任公司

1、企业概况分析

2、企业项目分析

3、企业特点分析

4、企业投资规划分析

5、企业前景分析

9.2.4 上海锦江国际旅游股份有限公司

1、企业概况分析

2、企业项目分析

3、企业特点分析

4、企业投资规划分析

5、企业前景分析

9.2.5 青海海兰探险旅游有限公司

1、企业概况分析

2、企业项目分析

3、企业特点分析

4、企业投资规划分析

5、企业前景分析

9.2.6 深圳极度探险(洞穴探险)户外旅游开发有限公司

1、企业概况分析

2、企业项目分析

3、企业特点分析

4、企业投资规划分析

5、企业前景分析

第十章 2020-2026年探险旅游行业前景及趋势预测

10.1 2020-2026年探险旅游市场发展前景

10.1.1 2020-2026年探险旅游市场发展潜力

10.1.2 2020-2026年探险旅游市场发展前景展望

10.1.3 2020-2026年探险旅游细分行业发展前景分析

10.2 2020-2026年探险旅游市场发展趋势预测

10.2.1 2020-2026年探险旅游行业发展趋势

10.2.2 2020-2026年探险旅游市场规模预测

10.2.3 2020-2026年探险旅游行业应用趋势预测

10.2.4 2020-2026年细分市场发展趋势预测

10.3 2020-2026年中国探险旅游行业供需预测

10.4 影响企业生产与经营的关键趋势

10.4.1 市场整合成长趋势

10.4.2 需求变化趋势及新的商业机遇预测

10.4.3 企业区域市场拓展的趋势

10.4.4 科研开发趋势及替代技术进展

10.4.5 影响企业销售与服务方式的关键趋势

第十一章 2020-2026年探险旅游行业投资价值评估分析

11.1 探险旅游行业投资特性分析

11.1.1 探险旅游行业进入壁垒分析

11.1.2 探险旅游行业盈利因素分析

11.1.3 探险旅游行业盈利模式分析

11.2 2020-2026年探险旅游行业发展的影响因素

11.2.1 有利因素

11.2.2 不利因素

11.3 2020-2026年探险旅游行业投资价值评估分析

11.3.1 行业投资效益分析

1、行业活力系数比较及分析

2、行业投资收益率比较及分析

3、行业投资效益评估

11.3.2 产业发展的空白点分析

11.3.3 投资回报率比较高的投资方向

11.3.4 新进入者应注意的障碍因素

第十二章 2020-2026年探险旅游行业面临的困境及对策

12.1 2019年探险旅游行业面临的困境

12.2 探险旅游企业面临的困境及对策

12.2.1 重点探险旅游企业面临的困境及对策

1、重点探险旅游企业面临的困境

2、重点探险旅游企业对策探讨

12.2.2 中小探险旅游企业发展困境及策略分析

1、中小探险旅游企业面临的困境

2、中小探险旅游企业对策探讨

12.2.3 国内探险旅游企业的出路分析

12.3 中国探险旅游行业存在的问题及对策

12.3.1 中国探险旅游行业存在的问题

12.3.2 探险旅游行业发展的建议对策

1、把握国家投资的契机

2、竞争性战略联盟的实施

3、企业自身应对策略

12.3.3 市场的重点客户战略实施

1、实施重点客户战略的必要性

2、合理确立重点客户

3、重点客户战略管理

4、重点客户管理功能

12.4 中国探险旅游市场发展面临的挑战与对策

第十三章 研究结论及建议（ ）

13.1 研究结论

13.2 建议

13.2.1 行业发展策略建议

13.2.2 行业投资方向建议

13.2.3 行业投资方式建议

图表目录：

图表：探险旅游行业生命周期

图表：探险旅游行业产业链结构

图表：2016-2019年全球探险旅游行业市场规模

图表：2016-2019年中国探险旅游行业市场规模

图表：2016-2019年探险旅游行业重要数据指标比较

图表：2016-2019年中国探险旅游市场占全球份额比较

图表：2016-2019年探险旅游行业销售收入

图表：2016-2019年探险旅游行业利润总额

图表：2016-2019年探险旅游行业资产总计

图表：2016-2019年探险旅游行业负债总计

图表：2016-2019年探险旅游行业竞争力分析

图表：2016-2019年探险旅游市场价格走势

图表：2016-2019年探险旅游行业主营业务收入

图表：2016-2019年探险旅游行业主营业务成本

图表：2016-2019年探险旅游行业销售费用分析

图表：2016-2019年探险旅游行业管理费用分析

图表：2016-2019年探险旅游行业财务费用分析

图表：2016-2019年探险旅游行业销售毛利率分析

图表：2016-2019年探险旅游行业销售利润率分析

图表：2016-2019年探险旅游行业成本费用利润率分析

图表：2016-2019年探险旅游行业总资产利润率分析

图表：2020-2026年中国探险旅游行业供给预测

图表：2020-2026年中国探险旅游行业需求预测

图表：2020-2026年中国探险旅游行业市场容量预测

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202008/185018.html>