

# 2018年中国互联网+冰雪体育旅游行业分析报告- 市场运营态势与投资前景预测

报告大纲

观研报告网

[www.chinabaogao.com](http://www.chinabaogao.com)

## 一、报告简介

观研报告网发布的《2018年中国互联网+冰雪体育旅游行业分析报告-市场运营态势与投资前景预测》涵盖行业最新数据，市场热点，政策规划，竞争情报，市场前景预测，投资策略等内容。更辅以大量直观的图表帮助本行业企业准确把握行业发展态势、市场商机动向、正确制定企业竞争战略和投资策略。本报告依据国家统计局、海关总署和国家信息中心等渠道发布的权威数据，以及我中心对本行业的实地调研，结合了行业所处的环境，从理论到实践、从宏观到微观等多个角度进行市场调研分析。

官网地址：<http://baogao.chinabaogao.com/lvyou/342030342030.html>

报告价格：电子版: 7200元 纸介版：7200元 电子和纸介版: 7500

订购电话: 400-007-6266 010-86223221

电子邮箱: sale@chinabaogao.com

联系人: 客服

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、报告目录及图表目录

2016年11月2日，国家体育总局发布了《冰雪运动发展规划（2016-2025年）》[1]，其中明确指出：“到2025年，我国冰雪产业总规模达到10000亿元。初步形成以冰雪场地设施建设运营为基础，冰雪大众休闲健身和竞赛表演为核心，以冰雪体育旅游为带动，冰雪装备制造为支撑的冰雪产业体系……积极推动冰雪旅游产业发展，指导冰雪资源大省做好冰雪旅游专项规划，建设一批复合型冰雪旅游基地和冰雪运动中心。”自从我国获得了2022年冬奥会的举办权之后，政府陆续出台了相关政策予以扶持，社会各界资本也开始了冰雪产业的建设与布局。其中，冰雪体育旅游作为冰雪产业的重要组成部分，在普及冰雪运动、引导冰雪体育消费方面都起着积极的推动作用。

同时，伴随着“互联网+”的不断深入，体育产业与互联网也进行有机结合，催生了各种体育健身类移动应用、体育生活云平台等体育互联网产品。

在此背景下，实现互联网与冰雪体育旅游的结合，打造冰雪体育旅游的网络营销平台，创新冰雪体育旅游的营销模式，对于完善冰雪体育旅游的供给侧结构性改革、引导大众冰雪体育旅游消费。

### 1、互联网+ 冰雪体育旅游的理论基础

#### 1.1 “互联网+”的概念

“互联网+”是李克强总理在2015年的政府工作报告中提出的行动计划，其概念是以互联网平台为基础，充分发挥互联网在社会资源配置中的优化和集成作用，将互联网的创新成果深度融合于经济与社会各领域之中，形成更广泛的以互联网为基础设施和实现工具的经济发展新形态。

#### 1.2 冰雪体育旅游的概念

目前，国内外对于冰雪体育旅游的概念没有明确统一的定义，国外学者Sabine Muller认为，冰雪体育旅游是以冰上和雪上运动为载体的旅游活动[3]。Wiebke Unbehaun则认为，冰雪体育旅游是以冰雪气候资源为载体，以冰雪运动为外在表现形式促进旅游者身心娱乐的旅游活动[4]。我国学者刘立军、韩春艳、刘晋认为，冰雪体育旅游是人们除工作和生活以外借助冰雪所从事的各种休闲娱乐、身体锻炼、以及体育文化交流活动等方式所产生的各种社会关系的总和。分析认为，冰雪体育旅游是旅游者在旅游过程中，借助冰雪所作的各种身体娱乐、体育竞赛、体育康复等活动与旅游地、体育旅游企业及社会之间关系的总和。经过大量相关文献的整理与分析，并结合当前冰雪体育旅游的发展现状，本文对冰雪体育旅游界定的概念如下：冰雪体育旅游是指为了满足旅游者的各种冰雪旅游需求，让旅游者借助冰雪运动资源进行的体育锻炼、体育休闲娱乐等活动的社会关系与经济活动的集合。

#### 1.3 “互联网+ 冰雪体育旅游”的概念

综上所述，“互联网+ 冰雪体育旅游”即为了满足旅游者的需求，将传统的冰雪运动资源运营互联网的思维方式，结合互联网、大数据等先进技术，通过构建冰雪体育旅游网络平台

，整合冰雪体育旅游资源，进行冰雪体育旅游推广与营销的一种新型经济运营模式。

## 2、互联网+ 冰雪体育旅游发展的时代背景

### 2.1 国家政策大力支持

在我国成功获得2022年冬奥会的举办权之后，冰雪体育旅游市场的积极性便被进一步激活，从而加速了冰雪体育旅游的建设与布局。在此背景下，国家相关部门出台了一系列政策支持冰雪体育产业的发展，从而为冰雪体育旅游的发展营造良好的外部环境，强化了政府的引导与调控作用。

由下表可知，从2014年国务院发布《关于加快体育产业促进体育消费的若干意见》之后，冰雪运动便逐步引起各方重视，吸引了部分社会力量参与到冰雪体育产业之中。在2015年我国获得2022年冬奥会的举办权之后，冰雪体育产业才真正上升到国家战略地位，并提出了“带动中国三亿人参与冰雪运动”的战略目标。由此可见，国家对于冰雪体育产业的发展极为重视，而冰雪体育旅游作为冰雪体育产业的重要分支，是群众参与冰雪运动的主要方式，因此，良好的外部政策环境为冰雪体育旅游的发展提供了机遇与保障。

### 2.2 冰雪场地数量激增

冰雪场地资源是冰雪体育旅游发展的重要基础与保障，随着冰雪运动“南展西扩”战略的不断推进，我国的冰雪场地数量在近年来得到了极大的增长，社会各界力量也加速了对冰雪场地的建设与开发。在2006年至2014年期间，我国滑冰场由31个增加至101个，滑雪场则由210个增加到460个。而随着冰雪体育旅游巨大经济效益的显现，冰雪体育旅游已经由最初的东北三省拓展到了北京、河北等地，目前我国开展冰雪体育旅游的省市已经达到30余个，成为了部分省市新兴的经济支柱产业[10]。这些数据说明了冰雪体育旅游具有推动经济结构转型升级的巨大作用，因此，国家与社会各界资本力量也相继加大了对冰雪场地与资源的建设。国家体育总局发布的《全国冰雪场地设施建设规划（2016-2022年）》制定了“到2022年，全国滑冰馆数量不少于650座，滑雪场数量达到800座”的战略目标，进一步强化了宏观政策的支持与引导，对于完善冰雪场地设施的有效供给也具有较强的推动作用，同时，也为“互联网+ 冰雪体育旅游”的发展模式提供了重要的保障。

表：近年来有关冰雪体育产业的相关国家政策汇总表

资料来源：公开资料整理

### 2.3 互联网发展迅猛

随着我国信息技术的飞速发展，互联网在我国的普及率越来越高，纵观整个社会结构，“互联网+”与各个行业都开始了进一步的融合，塑造了全新的社会生活形态。据中国互联网络信息中心发布的第37次《中国互联网络发展状况统计报告》的数据显示，截至2015年12月，我国网民规模达到6.88亿，互联网普及率达到50.3%，其中手机网民规模达6.20亿，有90.1%的网民通过手机上网。由此可见，我国网民的上网设备正在向手机端集中，移动互联网成为了拉动网民规模增长的主要因素。移动互联网相比PC互联网具有较多的优势，如及时通讯、移动终端携带方便等，其良好的发展态势也为冰雪体育旅游带来了发展机遇。冰

雪体育旅游产业可以借助移动互联网，搭建冰雪体育旅游移动平台，进行网络营销与推广，同时，可以凭借其优势及时的推送服务与消息，结合个性化、专业化服务等多种创新的营销模式，进行互联网与冰雪体育旅游的深度融合，从而培育现代化的冰雪体育旅游营销体系。

观研天下发布的《2018年中国互联网+冰雪体育旅游行业分析报告-市场运营态势与投资前景预测》内容严谨、数据翔实，更辅以大量直观的图表帮助本行业企业准确把握行业发展动向、市场前景、正确制定企业竞争战略和投资策略。本报告依据国家统计局、海关总署和国家信息中心等渠道发布的权威数据，以及我中心对本行业的实地调研，结合了行业所处的环境，从理论到实践、从宏观到微观等多个角度进行市场调研分析。

它是业内企业、相关投资公司及政府部门准确把握行业发展趋势，洞悉行业竞争格局，规避经营和投资风险，制定正确竞争和投资战略决策的重要决策依据之一。本报告是全面了解行业以及对本行业进行投资不可或缺的重要工具。观研天下是国内知名的行业信息咨询机构，拥有资深的专家团队，多年来已经为上万家企业单位、咨询机构、金融机构、行业协会、个人投资者等提供了专业的行业分析报告，客户涵盖了华为、中国石油、中国电信、中国建筑、惠普、迪士尼等国内外行业领先企业，并得到了客户的广泛认可。

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。本研究报告采用的行业分析方法包括波特五力模型分析法、SWOT分析法、PEST分析法，对行业进行全面的内外部环境分析，同时通过资深分析师对目前国家经济形势的走势以及市场发展趋势和当前行业热点分析，预测行业未来的发展方向、新兴热点、市场空间、技术趋势以及未来发展战略等。

## 【报告大纲】

### 第一章 2016-2018年中国互联网+冰雪体育旅游行业发展概述

#### 第一节 互联网+冰雪体育旅游行业发展情况概述

- 一、互联网+冰雪体育旅游行业相关定义
- 二、互联网+冰雪体育旅游行业基本情况介绍
- 三、互联网+冰雪体育旅游行业发展特点分析

#### 第二节 中国互联网+冰雪体育旅游行业上下游产业链分析

- 一、产业链模型原理介绍
- 二、互联网+冰雪体育旅游行业产业链条分析
- 三、中国互联网+冰雪体育旅游行业产业链环节分析

## 1、上游产业

## 2、下游产业

### 第三节 中国互联网+冰雪体育旅游行业生命周期分析

#### 一、互联网+冰雪体育旅游行业生命周期理论概述

#### 二、互联网+冰雪体育旅游行业所属的生命周期分析

### 第四节 互联网+冰雪体育旅游行业经济指标分析

#### 一、互联网+冰雪体育旅游行业的赢利性分析

#### 二、互联网+冰雪体育旅游行业的经济周期分析

#### 三、互联网+冰雪体育旅游行业附加值的提升空间分析

### 第五节 中国互联网+冰雪体育旅游行业进入壁垒分析

#### 一、互联网+冰雪体育旅游行业资金壁垒分析

#### 二、互联网+冰雪体育旅游行业技术壁垒分析

#### 三、互联网+冰雪体育旅游行业人才壁垒分析

#### 四、互联网+冰雪体育旅游行业品牌壁垒分析

#### 五、互联网+冰雪体育旅游行业其他壁垒分析

## 第二章 2016-2018年全球互联网+冰雪体育旅游行业市场发展现状分析

### 第一节 全球互联网+冰雪体育旅游行业发展历程回顾

### 第二节 全球互联网+冰雪体育旅游行业市场区域分布情况

### 第三节 亚洲互联网+冰雪体育旅游行业地区市场分析

#### 一、亚洲互联网+冰雪体育旅游行业市场现状分析

#### 二、亚洲互联网+冰雪体育旅游行业市场规模与市场需求分析

#### 三、亚洲互联网+冰雪体育旅游行业市场前景分析

### 第四节 北美互联网+冰雪体育旅游行业地区市场分析

#### 一、北美互联网+冰雪体育旅游行业市场现状分析

#### 二、北美互联网+冰雪体育旅游行业市场规模与市场需求分析

#### 三、北美互联网+冰雪体育旅游行业市场前景分析

### 第五节 欧盟互联网+冰雪体育旅游行业地区市场分析

#### 一、欧盟互联网+冰雪体育旅游行业市场现状分析

#### 二、欧盟互联网+冰雪体育旅游行业市场规模与市场需求分析

#### 三、欧盟互联网+冰雪体育旅游行业市场前景分析

### 第六节 2018-2024年世界互联网+冰雪体育旅游行业分布走势预测

### 第七节 2018-2024年全球互联网+冰雪体育旅游行业市场规模预测

## 第三章 中国互联网+冰雪体育旅游产业发展环境分析

## 第一节 我国宏观经济环境分析

- 一、中国GDP增长情况分析
- 二、工业经济发展形势分析
- 三、社会固定资产投资分析
- 四、全社会消费品互联网+冰雪体育旅游总额
- 五、城乡居民收入增长分析
- 六、居民消费价格变化分析
- 七、对外贸易发展形势分析

## 第二节 中国互联网+冰雪体育旅游行业政策环境分析

- 一、行业监管体制现状
- 二、行业主要政策法规

## 第三节 中国互联网+冰雪体育旅游产业社会环境发展分析

- 一、人口环境分析
- 二、教育环境分析
- 三、文化环境分析
- 四、生态环境分析
- 五、消费观念分析

## 第四章 中国互联网+冰雪体育旅游行业运行情况

### 第一节 中国互联网+冰雪体育旅游行业发展状况情况介绍

- 一、行业发展历程回顾
- 二、行业创新情况分析
- 三、行业发展特点分析

### 第二节 中国互联网+冰雪体育旅游行业市场规模分析

### 第三节 中国互联网+冰雪体育旅游行业供应情况分析

### 第四节 中国互联网+冰雪体育旅游行业需求情况分析

### 第五节 中国互联网+冰雪体育旅游行业供需平衡分析

### 第六节 中国互联网+冰雪体育旅游行业发展趋势分析

## 第五章 中国互联网+冰雪体育旅游所属行业运行数据监测

### 第一节 中国互联网+冰雪体育旅游所属行业总体规模分析

- 一、企业数量结构分析
- 二、行业资产规模分析

### 第二节 中国互联网+冰雪体育旅游所属行业产销与费用分析

- 一、流动资产

## 二、销售收入分析

## 三、负债分析

## 四、利润规模分析

## 五、产值分析

### 第三节 中国互联网+冰雪体育旅游所属行业财务指标分析

#### 一、行业盈利能力分析

#### 二、行业偿债能力分析

#### 三、行业营运能力分析

#### 四、行业发展能力分析

## 第六章 2016-2018年中国互联网+冰雪体育旅游市场格局分析

### 第一节 中国互联网+冰雪体育旅游行业竞争现状分析

#### 一、中国互联网+冰雪体育旅游行业竞争情况分析

#### 二、中国互联网+冰雪体育旅游行业主要品牌分析

### 第二节 中国互联网+冰雪体育旅游行业集中度分析

#### 一、中国互联网+冰雪体育旅游行业市场集中度分析

#### 二、中国互联网+冰雪体育旅游行业企业集中度分析

### 第三节 中国互联网+冰雪体育旅游行业存在的问题

### 第四节 中国互联网+冰雪体育旅游行业解决问题的策略分析

### 第五节 中国互联网+冰雪体育旅游行业竞争力分析

#### 一、生产要素

#### 二、需求条件

#### 三、支援与相关产业

#### 四、企业战略、结构与竞争状态

#### 五、政府的作用

## 第七章 2016-2018年中国互联网+冰雪体育旅游行业需求特点与价格走势分析

### 第一节 中国互联网+冰雪体育旅游行业消费特点

### 第二节 中国互联网+冰雪体育旅游行业消费偏好分析

#### 一、需求偏好

#### 二、价格偏好

#### 三、品牌偏好

#### 四、其他偏好

### 第三节 互联网+冰雪体育旅游行业成本分析

### 第四节 互联网+冰雪体育旅游行业价格影响因素分析



- 一、供需因素
- 二、成本因素
- 三、渠道因素
- 四、其他因素

#### 第五节 中国互联网+冰雪体育旅游行业价格现状分析

#### 第六节 中国互联网+冰雪体育旅游行业平均价格走势预测

- 一、中国互联网+冰雪体育旅游行业价格影响因素
- 二、中国互联网+冰雪体育旅游行业平均价格走势预测
- 三、中国互联网+冰雪体育旅游行业平均价格增速预测

### 第八章 2016-2018年中国互联网+冰雪体育旅游行业区域市场现状分析

#### 第一节 中国互联网+冰雪体育旅游行业区域市场规模分布

#### 第二节 中国华东地互联网+冰雪体育旅游市场分析

- 一、华东地区概述
- 二、华东地区经济环境分析
- 三、华东地区互联网+冰雪体育旅游市场规模分析
- 四、华东地区互联网+冰雪体育旅游市场规模预测

#### 第三节 华中地区市场分析

- 一、华中地区概述
- 二、华中地区经济环境分析
- 三、华中地区互联网+冰雪体育旅游市场规模分析
- 四、华中地区互联网+冰雪体育旅游市场规模预测

#### 第四节 华南地区市场分析

- 一、华南地区概述
- 二、华南地区经济环境分析
- 三、华南地区互联网+冰雪体育旅游市场规模分析

### 第九章 2016-2018年中国互联网+冰雪体育旅游行业竞争情况

#### 第一节 中国互联网+冰雪体育旅游行业竞争结构分析（波特五力模型）

- 一、现有企业间竞争
- 二、潜在进入者分析
- 三、替代品威胁分析
- 四、供应商议价能力
- 五、客户议价能力

#### 第二节 中国互联网+冰雪体育旅游行业SWOT分析

一、行业优势分析

二、行业劣势分析

三、行业机会分析

四、行业威胁分析

第三节 中国互联网+冰雪体育旅游行业竞争环境分析（PEST）

一、政策环境

二、经济环境

三、社会环境

四、技术环境

第十章 互联网+冰雪体育旅游行业企业分析（随数据更新有调整）

第一节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

1、主要经济指标情况

2、企业盈利能力分析

3、企业偿债能力分析

4、企业运营能力分析

5、企业成长能力分析

四、公司优劣势分析

第二节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

1、主要经济指标情况

2、企业盈利能力分析

3、企业偿债能力分析

4、企业运营能力分析

5、企业成长能力分析

四、公司优劣势分析

第三节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

1、主要经济指标情况

2、企业盈利能力分析

3、企业偿债能力分析

4、企业运营能力分析

5、企业成长能力分析

四、公司优劣势分析

第四节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

1、主要经济指标情况

2、企业盈利能力分析

3、企业偿债能力分析

4、企业运营能力分析

5、企业成长能力分析

四、公司优劣势分析

第五节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

1、主要经济指标情况

2、企业盈利能力分析

3、企业偿债能力分析

4、企业运营能力分析

5、企业成长能力分析

四、公司优劣势分析

第十一章 2018-2024年中国互联网+冰雪体育旅游行业发展前景分析与预测

第一节 中国互联网+冰雪体育旅游行业未来发展前景分析

一、互联网+冰雪体育旅游行业国内投资环境分析

二、中国互联网+冰雪体育旅游行业市场机会分析

三、中国互联网+冰雪体育旅游行业投资增速预测

第二节 中国互联网+冰雪体育旅游行业未来发展趋势预测

第三节 中国互联网+冰雪体育旅游行业市场发展预测

一、中国互联网+冰雪体育旅游行业市场规模预测

二、中国互联网+冰雪体育旅游行业市场规模增速预测

三、中国互联网+冰雪体育旅游行业产值规模预测

四、中国互联网+冰雪体育旅游行业产值增速预测

五、中国互联网+冰雪体育旅游行业供需情况预测

第四节 中国互联网+冰雪体育旅游行业盈利走势预测

一、中国互联网+冰雪体育旅游行业毛利润同比增速预测

二、中国互联网+冰雪体育旅游行业利润总额同比增速预测

第十二章 2018-2024年中国互联网+冰雪体育旅游行业投资风险与营销分析

第一节 互联网+冰雪体育旅游行业投资风险分析

一、互联网+冰雪体育旅游行业政策风险分析

二、互联网+冰雪体育旅游行业技术风险分析

三、互联网+冰雪体育旅游行业竞争风险分析

四、互联网+冰雪体育旅游行业其他风险分析

第二节 互联网+冰雪体育旅游行业企业经营发展分析及建议

一、互联网+冰雪体育旅游行业经营模式

二、互联网+冰雪体育旅游行业销售模式

三、互联网+冰雪体育旅游行业创新方向

第三节 互联网+冰雪体育旅游行业应对策略

一、把握国家投资的契机

二、竞争性战略联盟的实施

三、企业自身应对策略

第十三章 2018-2024年中国互联网+冰雪体育旅游行业发展策略及投资建议

第一节 中国互联网+冰雪体育旅游行业品牌战略分析

一、互联网+冰雪体育旅游企业品牌的重要性

二、互联网+冰雪体育旅游企业实施品牌战略的意义

三、互联网+冰雪体育旅游企业品牌的现状分析

四、互联网+冰雪体育旅游企业的品牌战略

五、互联网+冰雪体育旅游品牌战略管理的策略

第二节 中国互联网+冰雪体育旅游行业市场的关键客户战略实施

一、实施关键客户战略的必要性

二、合理确立关键客户

三、对关键客户的营销策略

四、强化关键客户的管理

## 五、实施重点客户战略要重点解决的问题

### 第三节 中国互联网+冰雪体育旅游行业战略综合规划分析

#### 一、战略综合规划

#### 二、技术开发战略

#### 三、业务组合战略

#### 四、区域战略规划

#### 五、产业战略规划

#### 六、营销品牌战略

#### 七、竞争战略规划

## 第十四章 2018-2024年中国互联网+冰雪体育旅游行业发展策略及投资建议

### 第一节 中国互联网+冰雪体育旅游行业产品策略分析

#### 一、服务产品开发策略

#### 二、市场细分策略

#### 三、目标市场的选择

### 第二节 中国互联网+冰雪体育旅游行业定价策略分析

### 第三节 中国互联网+冰雪体育旅游行业营销渠道策略

#### 一、互联网+冰雪体育旅游行业渠道选择策略

#### 二、互联网+冰雪体育旅游行业营销策略

### 第四节 中国互联网+冰雪体育旅游行业价格策略

### 第五节 观研天下行业分析师投资建议

#### 一、中国互联网+冰雪体育旅游行业重点投资区域分析

#### 二、中国互联网+冰雪体育旅游行业重点投资产品分析

图表详见正文（GYJPWW）

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/lvyou/342030342030.html>