

# 2018年中国互联网+冰雪体育旅游行业分析报告- 市场深度调研与发展前景研究

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-市场深度调研与发展前景研究》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/lyyou/342032342032.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

### 1、冰雪体育旅游OTA 模式

OTA 是Online Travel Agent 的简称，是指将传统的线下旅行社改变为通过网络平台进行营销与宣传的在线旅行社[12]。我国旅游OTA 市场交易规模已经在2011 年的1297.1 亿元增长至2015年的4737.7亿元，增长率约高达265%[13]。目前OTA模式已经形成了完善的市场运营体系，能够有效满足用户的旅游购买服务，成为了“互联网+旅游”最成熟的发展模式，同时，这也为“互联网+ 冰雪体育旅游”的结合提供了发展契机。

保险体育旅游资源的供给方可分为资源型企业与服务型企业，其供给渠道也分别对应为直销与中介两种方式，从而满足用户的冰雪体育旅游需求。冰雪资源企业借助OTA 模式，进行“点对点”式网络直销，通过构建网络营销网站，展示一系列冰雪体育旅游产品、活动及服务，能够有效提升线下冰雪资源的知名度和影响力，从而进行冰雪体育旅游的营销。冰雪资源服务企业则在网站原有的基础上，开辟冰雪体育旅游版块，完善冰雪装备、冰雪活动等冰雪服务体系，充分调动线下冰雪资源的活力，实现需求方与供给方的动态平衡。由此可见，两类供给方都借助了互联网构建的在线旅行社，能够有效展示线下的冰雪旅游资源和项目，并且带动酒店、餐饮等关联行业的发展，对完善冰雪体育旅游OTA模式的营销体系都具有重要的推动作用。 图：冰雪体育旅游OTA 模式架构图 资料来源：互联网

### 2、冰雪体育旅游O2O 模式

O2O 是Online to Offline 的简称，是一种基于“互联网+”的新兴商业营销模式，其概念是将线下的商务机会与互联网相结合，让互联网成为线下交易的平台，同时把线上的购买者带到线下进行消费的一种商业营销模式[14]。冰雪体育旅游提供的旅游产品分为观赏型冰雪旅游产品和参与型冰雪旅游产品，前者主要包括冰雕、雪雕等冰雪艺术景观，后者则主要是指游客亲自参加的滑雪、滑冰等冰雪体育活动或赛事。在此背景下，冰雪体育旅游借助O2O 模式，可以构建线上营销与宣传平台，并搭载线上支付和评价的功能，能够有效提升旅游者购买冰雪体育旅游产品的积极性，同时，提高了冰雪体育旅游景点和项目的知名度。

借助O2O 模式，冰雪体育旅游供给方可以在线上进行冰雪资源的展示和营销，为用户提供观赏型和参与型的冰雪体育旅游产品。

用户可以对冰雪旅游资源进行筛选并在线支付，构建出一站式服务模式，因此，能够形成完善的冰雪消费体系，满足用户对冰雪场地、装备和活动等冰雪资源的需求。在此基础上

，用户消费后能够对供给方的服务进行反馈评价，进一步完善供给方的资源整合，推动供给方的服务升级，形成良好的动态循环系统。

图：冰雪体育旅游O2O 模式架构图

资料来源：互联网

### 3、冰雪体育旅游V2O 模式

V2O 是Video to Online 的简称，即将电视、电影、网络视频等影视节目内容的商业机会与互联网相结合，将影视作品、娱乐节目的内容转化为旅游商品，打造“影视节目+ 旅游电商”的发展模式。将冰雪体育旅游资源与V2O 模式进行结合，即通过冰雪影视节目进行冰雪体育旅游的在线营销，不仅可以较大程度的提高线下冰雪旅游资源的知名度，利用明星效应增进冰雪资源对旅游人群的吸引力，而且可以打造线上营销平台，为用户提供各种冰雪体育旅游产品和定制冰雪旅游行程服务，引导旅游人群的冰雪体育旅游消费。

冰雪体育旅游资源与V2O 模式进行结合，可以借助冰雪影视节目，对线下的用户进行冰雪体育资源的宣传与推广，当用户对节目中的冰雪旅游景点或者冰雪运动感兴趣时，即可通过微信二维码等即时通讯工具的连接进行景点的搜索和浏览，线下资源便可以通过OTA 模式进行冰雪体育旅游产品的预订和销售。随着V2O模式与冰雪体育旅游的不断结合与深化，冰雪体育旅游V2O 将成为推动冰雪体育旅游营销与普及、引导冰雪体育旅游人群消费的新型发展模式。

图：冰雪体育旅游V2O 模式架构图

资料来源：互联网

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-市场深度调研与发展前景研究》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 国中互联网+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

#### 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重点客户战略实施

- 一、实施重点客户战略的必要性
- 二、合理确立重点客户
- 三、对重点客户的营销策略
- 四、强化重点客户的管理
- 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/lyyou/342032342032.html>