

# 2018年中国生态旅游行业分析报告- 行业深度分析与发展趋势研究

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年中国生态旅游行业分析报告-行业深度分析与发展趋势研究》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/lvyou/342312342312.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

以有特色的生态环境为主要景观的旅游。是指以可持续发展为理念，以保护生态环境为前提，以统筹人与自然和谐发展为准则，并依托良好的自然生态环境和独特的人文生态系统，采取生态友好方式，开展的生态体验、生态教育、生态认知并获得心身愉悦的旅游方式。

### 一、生态旅游的发展现状及存在问题

目前，我国生态旅游正处于初级发展阶段。国民对生态旅游认识不足，甚至不知道什么是生态旅游。由于社会经济、国民素质等国情，我国的生态旅游存在以下问题。

我国的生态旅游存在以下问题

资料来源：公开资料整理

### 二、发展生态旅游的必要性

#### （一）发展生态旅游，是保护生态，保障职工利益的需要

建设生态文明是关系人民福祉、关乎民族未来的大计，是实现中华民族伟大复兴中国梦的重要内容。2013年9月7日，习近平总书记在哈萨克斯坦纳扎尔巴耶夫大学发表演讲并回答学生们提出的问题，在谈到环境保护问题时他指出：“我们既要绿水青山，也要金山银山。宁要绿水青山，不要金山银山，而且绿水青山就是金山银山。”在国有林场改革之际，砍树致富只能成为过去，植树造林、增资源护生态已经成为时代的主题。无论什么渠道，“看树人”只能变成“看树”，即使管护的是商品林、用材林，但其采伐也是有限。审时度势，国有林场的经营发展必须拓展思路，应对城市居民巨大的健康、休闲、娱乐的需要，发展生态旅游，既达到了保护生态的效果，也满足了创收的目的，保障了林业职工的利益。

#### （二）发展生态旅游，是人们追求健康生活的需要

越来越多的人追求健康科学的生活方式，在满是混泥土乱舞的高楼大厦里忙碌了一周后，在密密麻麻乱跳的字符前日以继夜的工作后，人们渴望休息，来一次休闲的、能使身心放松的，能呼吸到新鲜空气的，能接近大自然的旅行。生态旅游毫无疑问是首选。

### 三、如何发展生态旅游

#### （一）加强领导重视，完善生态旅游相关法律法规

一个产业的发展离不开领导层的重视和决策。现阶段，我国生态旅游正处于初级阶段，人们的环保意识和责任感有待提高，有关旅游业的法律法规不完全适合生态旅游的发展，建立和完善属于生态旅游的法律法规变得尤为迫切。

## （二）准确的定位与良好的品牌宣传

生态旅游是以保护生态环境为前提，以统筹人与自然和谐发展为准则。生态旅游，必须做到以保护为主，开发为辅，开发与保护相结合。在保护生态的前提下，适当的加以开发利用。正确处理好经济发展与环境保护的关系。制定良好的品牌战略。以健康、慈善为主题大力宣传，例如：你来一次，就挽救了一棵树。让人们富有责任感，让出行变得更加有意义。

## （三）多种模式相结合，发挥各自的特点

生态旅游的载体很多，国家公园，森林公园，湿地公园等等，各有各的特点。

1.说一百次不如亲自做一次。当你亲自将幼苗放进坑里，填土，浇水，我想这比所有生态宣传理念更有效。野外的生活，探险的经历，无不是引人入胜之处。保留其“荒野”的原貌，不宜过多的人工修葺。分清保护区和开发区，保持神秘感。

2. 大部分森林公园、国家公园除了以独一无二的自然景观闻名，也是多种野生动植物的居住地。例如：羚羊峡森林公园，其森林覆盖率达94.3%，主峰龙门顶海拔615米，植被茂密。园内有野生维管植物163科586属1106种，有陆栖脊椎野生动物239种，其中属国家重点保护和珍稀濒危动物的有35种。鸟类150种、两栖类11种、爬行类20种、兽类32种和亚种。

有国家保护的穿山甲、豺、云豹、蟒蛇、大灵猫、小灵猫、苏门羚、白鹇等珍稀濒危动物。这些无不是现成的科普知识。

3. 人们说山不在高，有仙则名，水不在深，有龙则灵。护林员的辛勤劳作，犹如高山的仙和深水的龙，让没有生命的山山水水有了故事，让树木和动物有了人情味。万亩林田的守护者，爱岗敬业的“林二代”，广东省龙眼洞林场护林员张来仔的故事，夫妻隐居深山18年，最美护林员景祥俊的故事。这些人物事迹，让人们忆苦思甜，鼓励人们在享受当今美好生活的同时，也不忘珍惜我们身边的一草一木。

4. 适度发展森林康养。森林康养是指以强身健体、恢复健康、延缓衰老为目的，依托森林景观、森林食品及森林生态文明等优质的森林资源，将现代医学和传统中医学有机结合，并配合相应的养生休闲、医疗及康体服务设施，在森林中所开展的一系列改善身心健康活动的总称，是森林旅游的深化，是以开展保健、养生、养老等改善身心健康活动为主要目的的旅游。目前，我国建设的各级森林公园，其中一些已明确设置了森林浴场所，如北京“红螺松林浴园”、浙江天目山“森林康复医院”、广东肇庆鼎湖山“品氧谷”等。

5. 公路与旅游相结合。你在路上，也在旅游。自驾出行将成为越来越多的人出行的选择。细想一下，无论是感受沿途冒险的刺激还是沉浸在曼妙的风景中，抑或是感受速度上的自由快意，沿途公路的美景是必要的加分项。或是成排成片的景观林带，或是与天相接的沙滩和海洋，都会让你感受到，你在路上，也在旅行，过程即享受。

#### 6. 加强旅游设备建设，完善产业链。

逐渐将以门票效益主导的发展变成整个产业链的共同发展，环环相扣，以点到面，变卖方市场为买方市场。以高层次的消费，完善的产业链实现既要绿水青山也要金山银山。实施品牌战略，创新旅游产品，对游客开展针对性、深层次的个性营销，带动景区综合效益和游览质量的提高。让人们消费得意想不到，而不是想消费却无处花钱。科学管理，适当的加强招商引资，承包与主管相结合，寻求产品经济的解决方式。

生态旅游是实现可持续旅游的一种发展模式，比大众旅游更注重对当地自然和文化的保护、更注重对旅游者的教育，消费高于国内大众旅游的消费水平，是高层次的旅游活动。是一种文明的出行，是一种怀着对大自然敬意，与自然和谐相处的人文行动。“生态兴则文明兴，生态衰则文明衰”，人与自然和谐的关系，印证了良好的生态环境对人类社会生存发展的影响。规章制度制约人，思想品德约束人，文明的举动影响人，当人处于和谐的氛围中时，文明渐渐成为一种习惯，一种流行风气。

(GYWWPT)

观研天下发布的《2018年中国生态旅游行业分析报告-行业深度分析与发展趋势研究》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年中国生态旅游行业发展概述

#### 第一节 生态旅游行业发展情况概述

- 一、生态旅游行业相关定义
- 二、生态旅游行业基本情况介绍
- 三、生态旅游行业发展特点分析

#### 第二节 中国生态旅游行业上下游产业链分析

- 一、产业链模型原理介绍
- 二、生态旅游行业产业链条分析
- 三、中国生态旅游行业产业链环节分析
  - 1、上游产业
  - 2、下游产业

#### 第三节 中国生态旅游行业生命周期分析

- 一、生态旅游行业生命周期理论概述
- 二、生态旅游行业所属的生命周期分析

#### 第四节 生态旅游行业经济指标分析

- 一、生态旅游行业的赢利性分析
- 二、生态旅游行业的经济周期分析
- 三、生态旅游行业附加值的提升空间分析

## 第五节 国中生态旅游行业进入壁垒分析

- 一、生态旅游行业资金壁垒分析
- 二、生态旅游行业技术壁垒分析
- 三、生态旅游行业人才壁垒分析
- 四、生态旅游行业品牌壁垒分析
- 五、生态旅游行业其他壁垒分析

## 第二章 2016-2018年全球生态旅游行业市场发展现状分析

### 第一节 全球生态旅游行业发展历程回顾

### 第二节 全球生态旅游行业市场区域分布情况

### 第三节 亚洲生态旅游行业地区市场分析

- 一、亚洲生态旅游行业市场现状分析
- 二、亚洲生态旅游行业市场规模与市场需求分析
- 三、亚洲生态旅游行业市场前景分析

### 第四节 北美生态旅游行业地区市场分析

- 一、北美生态旅游行业市场现状分析
- 二、北美生态旅游行业市场规模与市场需求分析
- 三、北美生态旅游行业市场前景分析

### 第五节 欧盟生态旅游行业地区市场分析

- 一、欧盟生态旅游行业市场现状分析
- 二、欧盟生态旅游行业市场规模与市场需求分析
- 三、欧盟生态旅游行业市场前景分析

### 第六节 2018-2024年世界生态旅游行业分布走势预测

### 第七节 2018-2024年全球生态旅游行业市场规模预测

## 第三章 中国生态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、全社会消费品生态旅游总额
- 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 中国生态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 中国生态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 中国生态旅游行业运行情况

### 第一节 中国生态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 中国生态旅游行业市场规模分析

### 第三节 中国生态旅游行业供应情况分析

### 第四节 中国生态旅游行业需求情况分析

### 第五节 中国生态旅游行业供需平衡分析

### 第六节 中国生态旅游行业发展趋势分析

## 第五章 中国生态旅游所属行业运行数据监测

### 第一节 中国生态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 中国生态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 中国生态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年中国生态旅游市场格局分析

### 第一节 中国生态旅游行业竞争现状分析

#### 一、中国生态旅游行业竞争情况分析

#### 二、中国生态旅游行业主要品牌分析

### 第二节 中国生态旅游行业集中度分析

#### 一、中国生态旅游行业市场集中度分析

#### 二、中国生态旅游行业企业集中度分析

### 第三节 中国生态旅游行业存在的问题

### 第四节 中国生态旅游行业解决问题的策略分析

### 第五节 中国生态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年中国生态旅游行业需求特点与价格走势分析

### 第一节 中国生态旅游行业消费特点

### 第二节 中国生态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 生态旅游行业成本分析

### 第四节 生态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 中国生态旅游行业价格现状分析

### 第六节 中国生态旅游行业平均价格走势预测

#### 一、中国生态旅游行业价格影响因素

#### 二、中国生态旅游行业平均价格走势预测

#### 三、中国生态旅游行业平均价格增速预测

## 第八章 2016-2018年中国生态旅游行业区域市场现状分析

### 第一节 中国生态旅游行业区域市场规模分布

#### 第二节 中国华东地生态旅游市场分析

##### 一、华东地区概述

##### 二、华东地区经济环境分析

##### 三、华东地区生态旅游市场规模分析

##### 四、华东地区生态旅游市场规模预测

#### 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、华中地区生态旅游市场规模分析

##### 四、华中地区生态旅游市场规模预测

#### 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、华南地区生态旅游市场规模分析

## 第九章 2016-2018年中国生态旅游行业竞争情况

### 第一节 中国生态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 中国生态旅游行业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 中国生态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 生态旅游行业企业分析（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年中国生态旅游行业发展前景分析与预测

### 第一节 中国生态旅游行业未来发展前景分析

- 一、生态旅游行业国内投资环境分析
- 二、中国生态旅游行业市场机会分析
- 三、中国生态旅游行业投资增速预测

### 第二节 中国生态旅游行业未来发展趋势预测

### 第三节 中国生态旅游行业市场发展预测

- 一、中国生态旅游行业市场规模预测
- 二、中国生态旅游行业市场规模增速预测
- 三、中国生态旅游行业产值规模预测
- 四、中国生态旅游行业产值增速预测
- 五、中国生态旅游行业供需情况预测

### 第四节 中国生态旅游行业盈利走势预测

- 一、中国生态旅游行业毛利润同比增速预测
- 二、中国生态旅游行业利润总额同比增速预测

## 第十二章 2018-2024年中国生态旅游行业投资风险与营销分析

## 第一节 生态旅游行业投资风险分析

- 一、生态旅游行业政策风险分析
- 二、生态旅游行业技术风险分析
- 三、生态旅游行业竞争风险分析
- 四、生态旅游行业其他风险分析

## 第二节 生态旅游行业企业经营发展分析及建议

- 一、生态旅游行业经营模式
- 二、生态旅游行业销售模式
- 三、生态旅游行业创新方向

## 第三节 生态旅游行业应对策略

- 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年中国生态旅游行业发展策略及投资建议

### 第一节 中国生态旅游行业品牌战略分析

- 一、生态旅游企业品牌的重要性
- 二、生态旅游企业实施品牌战略的意义
- 三、生态旅游企业品牌的现状分析
- 四、生态旅游企业的品牌战略
- 五、生态旅游品牌战略管理的策略

### 第二节 中国生态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 中国生态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年中国生态旅游行业发展策略及投资建议

### 第一节 中国生态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 中国生态旅游行业定价策略分析

### 第三节 中国生态旅游行业营销渠道策略

#### 一、生态旅游行业渠道选择策略

#### 二、生态旅游行业营销策略

### 第四节 中国生态旅游行业价格策略

### 第五节 观研天下行业分析师投资建议

#### 一、中国生态旅游行业重点投资区域分析

#### 二、中国生态旅游行业重点投资产品分析

图表详见正文 . . . . . ( FSW )

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/lyyou/342312342312.html>