

# 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-市场运营态势与发展前景研究》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/346602346602.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、整合冰雪体育旅游资源供给体系，构建冰雪体育旅游网络平台 我国冰雪体育资源丰富，观赏型与参与型的冰雪项目类型繁多，然而，目前还存在冰雪体育旅游资源的整合力度不够，供给体系不完善等问题，导致冰雪旅游的布局受到了限制。因此，体育部门和冰雪体育旅游服务商要在整合冰雪体育资源和完善其配套设施的基础上，加大对线下冰雪景点的开发力度，借助互联网的优势，打造冰雪体育旅游网络平台。一方面，线下冰雪景点可以在网络平台上展示冰雪体育旅游资源和项目，并开通支付功能和预订服务，打造“一站式服务”模式。另一方面，线下冰雪景点可以和冰雪体育旅游服务商合作，借助服务商成熟的网络平台，利用大数据进行使用人群消费动机与偏好的分析，进行针对性的冰雪体育旅游服务。政府相关部门也应适当对线下冰雪资源进行整合、鼓励与合作，共同打造“冰雪体育旅游嘉年华”、“冰雪体育旅游节”等特色化的冰雪活动。随着冰雪体育旅游网络平台的不断发展与完善，线下冰雪体育旅游资源将会得到有效整合，其积极性也会被充分调动起来，这对于完善我国冰雪体育产业的供给侧结构性改革具有重要的意义。

### 2、实现营销模式的融合创新，打造三位一体式营销

随着互联网与冰雪体育旅游合作发展的不断深入，单一的营销模式已经无法适应高速发展的冰雪体育旅游运营体系，因此，实现三种营销模式的融合创新是推动冰雪体育旅游现代化布局的重要方式。冰雪体育旅游服务商要以OTA 模式为全局基础和服务终端，结合O2O 模式进行线上宣传与营销，加大对线下实体店的开发力度与内容填充，使用户需求跳转到线下实际的冰雪景点资源。而作为覆盖率更加广泛的V2O 模式，借助冰雪影视节目和明星效应，则能够快速地将用户引流到后台的OTA，实现冰雪资源的检索与预订，进一步提升了冰雪资源的影响力和吸引力。将“OTA+O2O+V2O”进行“三位一体”式的融合营销，能够有效发挥互联网+ 冰雪体育旅游的宣传作用，同时，借助O2O 模式的线下实体店和V2O模式的冰雪影视节目，将用户的需求进一步通过“PC+APP+ 微信公众号”的方式引流到OTA 终端，从而引导线下人群的冰雪体育旅游消费，带动线下冰雪资源的活跃与发展。这种“三位一体”式营销能够帮助冰雪体育旅游服务商更精确的制定4P策略，即“产品策略、价格策略、渠道策略、促销策略”，以此增强对目标游客的定位作用，让游客感知到冰雪旅游产品的需求性并产生支付意愿，形成最终的冰雪体育旅游决策。

### 3、健全社会力量的参与机制，构造“互联网+冰雪体育旅游”生态圈

当前，我国冰雪体育旅游资源的开发与营销主要是以政府为主导、旅游服务商配合的方式进行的，随着我国体育政策的放宽，作为社会力量主要代表的旅游服务商，便有了更多参

与冰雪体育旅游开发的主动权和积极性。

旅游产业和冰雪体育资源结合后形成了以观赏型和参与型为代表的冰雪体育旅游资源，这两种旅游产品构成了“互联网+ 冰雪体育旅游”生态圈的上游。经过与互联网的融合创新后，衍生出的网络平台构成了生态圈的中游，最后借助“OTA+O2O+V2O”三类营销模式的商业化运作，为线下人群带来“一站式服务”的营销流程，即为生态圈的下游。利用“互联网+冰雪体育旅游”生态圈，引入社会力量的参与，在不断整合线下冰雪体育旅游资源的基础上，大力开发冰雪装备、举办冰雪赛事等冰雪活动增加冰雪资源的吸引力。同时借助网络平台，培养游客完成线上购买线下消费的习惯，以此增大线上资金的引流，另一方面，也能够带动酒店、购物、餐饮等关联产业的发展，为游客提供“一站式服务”模式。因此，不断健全社会力量的参与机制，构造成熟完善的“互联网+ 冰雪体育旅游”生态圈，将会有效推动冰雪体育旅游多模式的开发与营销，提升关联产业的升级与驱动，促使冰雪体育旅游产业成为居民消费升级的重要领域。

图：“互联网+ 冰雪体育旅游”生态圈

资料来源：互联网（GYWWJP）

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 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

#### 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、实施关键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

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/lvyou/346602346602.html>