

2018年中国索道缆车市场分析报告- 行业运营态势与发展前景预测

报告大纲

观研报告网

www.chinabaogao.com

一、报告简介

观研报告网发布的《2018年中国索道缆车市场分析报告-行业运营态势与发展前景预测》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/329359329359.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

索道（Ropeway），又称吊车、缆车、流笼（缆车又可以指缆索铁路），是交通工具的一种，通常在崎岖的山坡上运载乘客或货物上下山。索道是利用悬挂在半空中的钢索，承托及牵引客车或货车。除了车站外，一般在中途每隔一段距离建造承托钢索的支架。部分的索道采用吊挂在钢索之下的吊车；亦有索道是没有吊车的，乘客坐在开放在半空的吊椅。使用吊椅的索道在滑雪区最为常见。

1、与相关法律法规不冲突并严格审批

符合国家相关法律、法规是旅游景区索道建设的重要前提,必须严格遵守审批程序。首先,索道建设应该服从《国务院对确需保留的行政审批项目设定行政许可的决定》(中华人民共和国国务院令 第412号)第106项、《国家风景名胜区管理条例》(国发1985第76号)、《风景名胜区建设管理规定》(建城字第848号文1993年12月20日)、《中华人民共和国自然保护区条例》(中华人民共和国国务院令 第167号1994年10月9日)、《中华人民共和国文物保护法》(2002年)、《中华人民共和国森林法》(1998年修正)等相关法律、法规,并符合旅游景区总体规划或修建性详细规划要求。其次,索道建设项目要有环境影响评价报告、工程地质勘察报告等相关专题报告,审查结果符合建设要求。同时,建设单位和个人必须经景区管理机构 and 市县建设部门审查同意,呈报省级主管部门。省级风景名胜区由省建设厅审查批复,国家级风景区由建设厅审查同意后转报建设部审批,有些4A级旅游景区,还需要旅游主管部门的同意审批。属文物保护单位的景区,需要向文物主管部门审批。在世界文化自然遗产地规划建设索道项目,还要认真履行《保护世界文化和自然遗产公约》(联合国教科文组织1972年)的规定,本着“保护第一,合理开发,科学管理,永续利用”的原则,使索道建设科学合理。批手续,则会造成建设的停顿和损失。比如张家界武陵源风景区的“百龙天梯”,1999年10月动工修建,总造价1.2亿元人民币,包括154m地下竖井和172m地上井架,日最高载客量达1.8万人次。该“天梯”拥有辉煌的3项桂冠——“世界最高的全暴露户外观光电梯,世界最高的双层观光电梯,世界载重最大、速度最快的观光电梯”。然而这座“天梯”刚刚运营不到半年时间,由于缺乏电梯备案所需的安全检测报告和环境影响评估报告,在2002年9月30日被建设部叫停,一直到2003年8月7日才“恢复正常运行”。这期间也引发了媒体的跟踪报道,甚至受到了联合国教科文组织的关注,给索道建设者和旅游景区的开发带来了巨大的损失。因此索道建设必须符合有关的法律、法规,执行严格的审批程序,这是索道建设的重要前提之一。

2、应处理好景区保护与开发的关系

从严格意义上说,任何形式的开发都会对景区生态环境造成一定的影响。但是索道建设存在的负面影响也是不容忽视的,其主要体现在修建索道会破坏景区内植被和地貌,进而影响到景区的生态价值。对世界自然和文化遗产而言,则直接影响遗产的整体形象。因此,正确处理保护与开发的关系是索道建设中首先要面对的问题。旅游景区开发和保护之间的关系,存在着4种模式:第一种模式是“为保护而保护”。第二种模式是“为开发而开发”。第三种模式是“为保护而开发”。第四种模式是“为开发而保护”。旅游景区中索道建设无疑属于后两种情

况。从经济可持续增长的角度来看,资源的有效保护和可持续利用永远是第一位的,处理索道开发与保护关系的核心问题在于“如何慎重决策、精心设计、科学布线、有效防止对景观质量和环境质量造成破坏”。这就要求在索道规划设计上不要与景区争景,它和景观相比处于从属地位。如泰山中天门索道的修建,炸掉了月观峰峰面的1/3,面积达1.9万m²,远在10~20km以外都能清晰看到这片山峰的破败景象,造成了泰山有史以来最严重的破坏。联合国教科文组织在第27届世界遗产会议召开期间,就对此提出过批评警告:“在遗产地范围内建设现代化的游览机械索道和不协调的服务设施,严重影响了遗产地的整体性”。中国科学院院士侯仁之,中国工程院院士吴良镛、工程院院士孟兆祯,北京大学世界遗产研究中心主任谢凝高,国家文物局古建筑专家组组长罗哲文等14名知名学者为此联名呼吁。为了保护自然景观,首先,在进行索道线路和站址选择时,要远离景区中心一定距离,且不能抢占制高点,并力求“藏而不露”。如必须暴露于景区某一部位时,也要在设计中充分考虑“露而生辉”的感观效果,达到从大环境整体出发,使索道建设成为自然美的点缀和陪衬。其次,索道在满足交通功能要求前提下,索道站房的建筑风格、体量、尺度,既要体现时代精神,又要吸取景区原有建筑风格的精华,站房的设计体量要小,附属设施要少,建筑风格要与景区环境氛围协调统一,体现中国园林建筑“以物衬景”的风格。如黄山风景区在索道建设中,对原有索道做出了及时调整和规划:玉屏索道保留上站位置,将下站位置西移至白砂岗一带,使之尽量与慈光阁分开;由于现状的云谷索道路线与云谷至白鹅岭的登山步道大部分重叠,游客很容易看到缆线与缆车,对视觉影响比较大,拆除现在的云谷索道,改建从山岔到皮蓬一带的云谷索道;太平索道上站在丹霞峰,下站在松谷庵,上下站均对视觉景观产生很大的负面影响,规划将索道选线东移,做到了保护与开发双赢的效果。对于世界遗产地,在索道建设中更需要权衡开发与保护的关系。

3、索道上部(山顶)景观必须诱人

旅游本质上是一种以获得心理快感为目的的审美和自娱过程,虽然索道本身有时也会成为一种旅游景观,乘索道也有居高临下欣赏美景的功能,但索道最基本的功能还是交通功能,游客乘索道的目的主要是便捷地到达景观地。因此索道上部(山顶)必须有诱人景观,如果没有诱人景观或者景观一般,不能吸引大量游人,仅满足个别人的登高望远的闲情逸致,索道建设则得不偿失。如厦门的万石岩景区,索道的上部山顶既没有很诱人的自然景观,又没有浓厚的人文资源,根本不能够使游人流连,所以索道的收益受到了挑战,索道成为万石岩景区的一大败笔。相反,如果索道的顶部有很好的旅游吸引物,游客就会大量的前往,如黄山风景区有大小72个山峰,其中莲花峰、光明顶、天都峰三大主峰都在海拔1800m以上,奇峰怪石古松隐现云海之中,美如仙境,乘索道前往观赏“迎客松”、“云海”的游人如织,也给黄山旅游带来了丰厚的经济效益。

4、景区高差大、攀登难、游线长

许多名山景色宜人,但山峰高,山体陡,难以攀登,许多旅游者,特别是年老体弱的游客只能望山兴叹。索道建设一般都是在山地旅游景区,山地景区“高差大、攀登难、游线长”是索道建设的重要前提,反之“高差小、攀登易、游线短”就不必建索道设施。如平原丘陵地区的旅游景区,游览区域高差不大,游人很容易到达景观地观光,因此一般都不需要建索道。根据旅游景

区索道建设的科学规划,山体垂直高差应该在1000m左右,步游道路达10km以上,爬坡角度45度应该考虑修建索道。如金山岭长城是京北长城沿线最壮美的一段,它西起“龙峪口”,东止望京楼,全长10.5km。沿线设有大小关隘5处,敌楼67座,烽火台2座。多年来,金山岭长城以其优越的地理位置和保存完好的文物古迹,成为避暑山庄之外冀北旅游的最大热点景区之一,吸引了大批中外游客前来旅游观光和度假。然而,由于此处的不少景点位置险峻,峰高路遥,使得许多身体欠佳和年迈残疾的游客难以到达理想的景地,无奈之下只能望长城兴叹。为了让更多的游客能从高空领略金山岭长城的风采,有关部门投巨资兴建金山岭长城索道。这条吊仓式索道从长城脚下直达小金山岭楼附近,长城沿线的风光尽收眼底,使游客在有限的时间内,从容领略长城的风采。另外,有时由于山体起伏较大,修建行车道路有难度,还会对景区生态造成大的破坏,特别是在部分陡峭的山峰,修建车行道路几乎是不可能的,这样一来,只有修建一些登山石阶步道,但如果游线过长,特别是登山时间在3h以上,甚至达到5~6h,登山石阶步道也会将许多游客置之门外,特别是老年游客。如贵州的梵净山万级石阶通向云海深处,大多数旅游者没有体力、没有勇气也没有时间去登攀,建索道就成为必然。如果游线较短,旅游者能够较轻松地爬到景观制高点,欣赏到山顶的诱人景观,建索道就没有必要。登山道路行走时间少于3h,特别是半个小时登山路程,即使坡度很陡一般也没有必要建设索道,让游人适度地爬爬山不失为一种乐趣。国内外经验都表明,在复杂地形条件下,从环境效果、生态价值方面考虑,景区内规划交通方式时应首先考虑索道,因为它的确可以成为最佳的运送方式,此时应尽量减少公路和步行盘道的修建。但从经济学上来看,索道建设毕竟投资巨大,往往超过车道的投资。在索道上部具备诱人景观的前提下,如果汽车已经开到了山顶,一般情况下就不必要再修建索道,因为人们可以乘车前往。这在许多生态山水景观中是常见的,因为有相当一部分山水景观区,都是早期的林场,而林场在伐木时已经修有登顶的部分山路。在此情况下索道建设就显得有些多余。比如河南省的万仙山景区的南坪村,由于山上已有村庄,因此车路早已修到村中,在这种情况下,如果还考虑修建索道就会浪费资金,因此在专家的建议下万仙山南坪区取消了索道建设项目。产业环境利好,推动景区旅游进一步发展 资料来源:公开资料整理(FSW)

观研天下发布的《2018年中国索道缆车市场分析报告-行业运营态势与发展前景预测》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、索道缆车T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 2015-2017年中国索道缆车行业发展概述

第一节 索道缆车行业发展情况概述

- 一、索道缆车行业相关定义
- 二、索道缆车行业基本情况介绍
- 三、索道缆车行业发展特点分析

第二节 中国索道缆车行业上下游产业链分析

- 一、产业链模型原理介绍
- 二、索道缆车行业产业链条分析
- 三、中国索道缆车行业产业链环节分析
 - 1、上游产业
 - 2、下游产业

第三节 中国索道缆车行业生命周期分析

- 一、索道缆车行业生命周期理论概述
- 二、索道缆车行业所属的生命周期分析

第四节 索道缆车行业经济指标分析

- 一、索道缆车行业的赢利性分析
- 二、索道缆车行业的经济周期分析
- 三、索道缆车行业附加值的提升空间分析

第五节 中国索道缆车行业进入壁垒分析

- 一、索道缆车行业资金壁垒分析
- 二、索道缆车行业技术壁垒分析
- 三、索道缆车行业人才壁垒分析
- 四、索道缆车行业品牌壁垒分析
- 五、索道缆车行业其他壁垒分析

第二章 2015-2017年全球索道缆车行业市场发展现状分析

第一节 全球索道缆车行业发展历程回顾

第二节 全球索道缆车行业市场区域分布情况

第三节 亚洲索道缆车行业地区市场分析

一、亚洲索道缆车行业市场现状分析

二、亚洲索道缆车行业市场规模与市场需求分析

三、亚洲索道缆车行业市场前景分析

第四节 北美索道缆车行业地区市场分析

一、北美索道缆车行业市场现状分析

二、北美索道缆车行业市场规模与市场需求分析

三、北美索道缆车行业市场前景分析

第五节 欧盟索道缆车行业地区市场分析

一、欧盟索道缆车行业市场现状分析

二、欧盟索道缆车行业市场规模与市场需求分析

三、欧盟索道缆车行业市场前景分析

第六节 2018-2024年世界索道缆车行业分布走势预测

第七节 2018-2024年全球索道缆车行业市场规模预测

第三章 2015-2017年中国索道缆车产业发展环境分析

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、全社会消费品零售总额

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 中国索道缆车行业政策环境分析

一、行业监管体制现状

二、行业主要政策法规

第三节 中国索道缆车产业社会环境发展分析

一、人口环境分析

二、索道缆车环境分析

三、文化环境分析

四、生态环境分析

五、消费观念分析

第四章 2015-2017年中国索道缆车行业运行情况

第一节 中国索道缆车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 中国索道缆车行业市场规模分析

第三节 中国索道缆车行业供应情况分析

第四节 中国索道缆车行业需求情况分析

第五节 中国索道缆车行业供需平衡分析

第六节 中国索道缆车行业发展趋势分析

第五章 中国索道缆车所属行业运行数据监测

第一节 中国索道缆车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 中国索道缆车所属行业产销与费用分析

一、产成品分析

二、销售收入分析

三、负债分析

四、利润规模分析

五、产值分析

六、销售成本分析

七、销售费用分析

八、管理费用分析

九、财务费用分析

十、其他运营数据分析

第三节 中国索道缆车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 2015-2017年中国索道缆车市场格局分析

第一节 中国索道缆车行业竞争现状分析

一、中国索道缆车行业竞争情况分析

二、中国索道缆车行业主要品牌分析

第二节 中国索道缆车行业集中度分析

一、中国索道缆车行业市场集中度分析

二、中国索道缆车行业企业集中度分析

第三节 中国索道缆车行业存在的问题

第四节 中国索道缆车行业解决问题的策略分析

第五节 中国索道缆车行业竞争力分析

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 2015-2017年中国索道缆车行业需求特点与价格走势分析

第一节 中国索道缆车行业消费特点

第二节 中国索道缆车行业消费偏好分析

一、需求偏好

二、价格偏好

三、品牌偏好

四、其他偏好

第三节 索道缆车行业成本分析

第四节 索道缆车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 中国索道缆车行业价格现状分析

第六节 中国索道缆车行业平均价格走势预测

一、中国索道缆车行业价格影响因素

二、中国索道缆车行业平均价格走势预测

三、中国索道缆车行业平均价格增速预测

第八章 2015-2017年中国索道缆车行业区域市场现状分析

第一节 中国索道缆车行业区域市场规模分布

第二节 中国华东地索道缆车市场分析

一、华东地区概述

二、华东地区经济环境分析

三、华东地区索道缆车市场规模分析

四、华东地区索道缆车市场规模预测

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、华中地区索道缆车市场规模分析

四、华中地区索道缆车市场规模预测

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、华南地区索道缆车市场规模分析

第九章 2015-2017年中国索道缆车行业竞争情况

第一节 中国索道缆车行业竞争结构分析（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 中国索道缆车行业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 中国索道缆车行业竞争环境分析（索道缆车T）

一、政策环境

二、经济环境

三、社会环境

四、技术环境

第十章 索道缆车行业企业分析（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年中国索道缆车行业发展前景分析与预测

第一节 中国索道缆车行业未来发展前景分析

- 一、索道缆车行业国内投资环境分析
- 二、中国索道缆车行业市场机会分析
- 三、中国索道缆车行业投资增速预测

第二节 中国索道缆车行业未来发展趋势预测

第三节 中国索道缆车行业市场发展预测

- 一、中国索道缆车行业市场规模预测
- 二、中国索道缆车行业市场规模增速预测
- 三、中国索道缆车行业产值规模预测
- 四、中国索道缆车行业产值增速预测
- 五、中国索道缆车行业供需情况预测

第四节 中国索道缆车行业盈利走势预测

- 一、中国索道缆车行业毛利润同比增速预测
- 二、中国索道缆车行业利润总额同比增速预测

第十二章 2018-2024年中国索道缆车行业投资风险与营销分析

第一节 索道缆车行业投资风险分析

一、索道缆车行业政策风险分析

二、索道缆车行业技术风险分析

三、索道缆车行业竞争风险分析

四、索道缆车行业其他风险分析

第二节 索道缆车行业企业经营发展分析及建议

一、索道缆车行业经营模式

二、索道缆车行业销售模式

三、索道缆车行业创新方向

第三节 索道缆车行业应对策略

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年中国索道缆车行业发展策略及投资建议

第一节 中国索道缆车行业品牌战略分析

一、索道缆车企业品牌的重要性

二、索道缆车企业实施品牌战略的意义

三、索道缆车企业品牌的现状分析

四、索道缆车企业的品牌战略

五、索道缆车品牌战略管理的策略

第二节 中国索道缆车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 中国索道缆车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年中国索道缆车行业发展策略及投资建议

第一节中国索道缆车行业产品策略分析

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 中国索道缆车行业定价策略分析

第二节中国索道缆车行业营销渠道策略

一、索道缆车行业渠道选择策略

二、索道缆车行业营销策略

第三节中国索道缆车行业价格策略

第四节 观研天下行业分析师投资建议

一、中国索道缆车行业重点投资区域分析

二、中国索道缆车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/lyyou/329359329359.html>