

2018年中国教育旅游行业分析报告- 市场深度调研与发展趋势预测

报告大纲

一、报告简介

观研报告网发布的《2018年中国教育旅游行业分析报告-市场深度调研与发展趋势预测》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/lyyou/342039342039.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

一、教育旅游的含义及主要形式 （一）教育旅游的含义

教育旅游就是指通过参与以素质教育为主题的旅游活动，帮助游客在旅游过程中达到教育的目的，使游客有所学习和成长，丰富旅游经验并且提高自身的整体素质。作为一种独特的旅游形式，教育旅游包含了丰富的内容，既包括国内外高校的教育交流，国内外高校的学习体验以及校园参观等，也包括参与高端会议以及考察活动等。教师与学生的教育休闲之旅，特别是在寒暑假通过参加夏令营而拜访各大名校，这些形成了丰富多彩的教育旅游类型。

教育旅游作为一种嵌入式旅游形式，是一种以提高教育质量和启发性为目的的旅游方式，但并非完全是从休闲体验出发的。

教育旅游是基于所有旅游者的兴趣和爱好，逐渐形成旅游动机，并通过与外界的不断接触和互动，获取外界的知识和经验的过程。而教育体验是对独特的历史文化和自然资源的利用，教育旅游和科学普及功能相结合，实现游客在旅游过程中获得一些知识的需求。

在国外，旅游教育在20世纪80年代就被列入为“特殊旅游形式”，主要集中在自然文化遗产旅游和城乡生态旅游的综合开发上。在中国，研究主要从“教育、旅游、知识”三元视角出发。

首先，教育理念作为教育旅游的核心，必须在此基础上充分挖掘红色旅游、科普旅游以及生态旅游等传统教育功能的作用及功能。其次，举办各种展览、论坛、首脑会议、校际访问、学生交流、夏令营和其他类型的活动，发挥教育旅游对学生价值观潜移默化的作用。最后，必须将教育旅游与传统的休闲度假旅游活动进行区别，注重哲学旅游可持续发展在旅游要素和社会文化因素的过程中以及在自然环境之间相互作用和反馈的指导下，强调个人教育的旅游活动。

（二）教育旅游的主要形式

教育旅游最初是在城市和风景名胜区发展起来的，依托城市的现代化科技园区（馆）设施、我国高等学府院校以及渗透在城市文化展览活动等各类活动中。除此以外，教育旅游的另一个缺点在于过于依赖旅游过程中的环节和活动，并没有形成成熟的教育旅游市场，也没有形成相对完善的教育旅游发展体系，即以独立业态的形式发展。

教育旅游的主要形式

教育旅游的主要形式

红色旅游

红色旅游指的是在爱国主义教育示范基地，即革命基地进行的教育旅游活动。我国高度重视对于学生爱国主义意识的培养，并且积极促进革命传统教育旅游以及红色教育旅游的发展。

.教育旅游

作为一种新型的旅游形式，教育考察引起了旅游业的广泛关注。目前，我国在全国范围内大力开展素质教育，各地积极响应政府政策，开展并推广各种教育改革措施。许多地方教育部门及高校通过搜集教改信息进行学习而在教学方式上进行改革，这为教育考察这一新型的教育旅游形式的萌芽及发展奠定了良好的基础。

围绕先进学校特色同行学习经验，特别是在北京，有不同类别和规模的职业学校，北京教育资源成千上万，非常丰富。同时，香港的教育质量也是独一无二的，值得教育代表团对兄弟省份进行研究。因此，教育督导是教育旅游的一个新的增长点，具有巨大的潜力。

修学旅游

修学旅游，是指通关组织和带领学生参加异国、异地的旅游学习，帮助学生在旅游过程中汲取知识的过程。修学旅游是各种类型的旅游形式中最能够体现“教育”核心要素的一种旅游形式。修学旅游将“学习”作为主要目的，一次修学旅游通常有一个明确的主题或者专题，如体验民风民俗、学习第二语言、参观高校、参与科研活动等，其内容及内涵非常丰富，能够使学生在寓教于乐中增长知识，有所收获。资料来源：公开资料整理

二、我国教育旅游的发展现状

（一）发展速度较快

近年来，我国经济持续回暖，旅游业也蓬勃发展，其中教育旅游也受到红利影响有了较为迅速的进步。鼓励学生进行素质教育旅游，尤其是各种类型的教育旅游。近年来，全国各地建立了教育体系，有100多家旅行社开展了教育服务。旅行社还组织和接待了教师、学生和家长的旅游。参加人数、覆盖范围是其他类型的旅游方式所无法达到的。所以，教育旅游相比于其他的传统旅游方式成为当下旅游业新经济的增长点。其发展前景相对乐观。发展较为迅速的教育旅游具有非常大的市场潜力，其还没有达到预期的市场规模以及行业天花板，可操作性强。同时，教育旅游仍然有较大的发展空间，在很多分支的产品线上都没有得到最有效的开发和发展，因此，教育旅游的发展态势良好。

（二）活动时间比较集中

中国的中小学生具有更长的假期，大多数以三个月为基础。自1999年10月1日实施长假制度以来，学生即可自主安排短途旅行。对旅游时间的调查和分析表明，近65%的游客将在寒假期间安排旅游。因此，学生旅游者普遍使用较为集中的假期和其他休闲时间旅行，具有明显的集中性。

（三）以大中城市青少年为主要参与对象

城市的地域特点决定了教育旅游的受众大多为城市的青少年，这类人群构成了教育旅游参与者的主力军。因为，住在城市的青少年的家庭经济条件较好，消费水平较高。对于大多数农村居民来说，他们还没有相当的经济条件进行教育旅游。国内调查数据显示。城市青年出国旅游占青年旅游市场的比重超过85%。

（四）消费层次有明显提高趋势

在过去，人们更加被动接受而不是主动汲取知识。但目前，随着各种教育旅游产品的出现，以及整个教育旅游市场的迅速发展，尤其是科技旅游、科普旅游、国防旅游等各类旅游类型不断涌出，显示出了教育旅游的独特生机，并且具有高科技含量、高文化素质、强参与度的独特性。人们通过教育旅游进行休闲和娱乐，并且能够从中学习新的知识，丰富自己的人生经验，这能够满足人们的消费需求。教育旅游不仅受到年轻人的热烈追捧，也受到中老年人的欢迎。人们的生活水平以及消费能力随着时代的进步有了明显的提高，而作为未来主要劳动力的主体，对学生的教育不容忽视。目前，中国已经加入了WTO，对学生教育的重视程度空前高涨，因此我国旅游业市场不断细分。

1.教育旅游产品突出素质教育特色

教育旅游已晋升为促进中国素质教育的重要途径之一，目的是提高中小学学生的综合素质，弥补学校教育的不足。因此，在产品和服务的设计上，旅行社应为学生着想，突出“教育”功能，积极组织学生进行教育旅游活动，通过寓教于乐的方式锻炼学生的各种能力。比如，可以鼓励学生积极进行社会交往，从而提高其沟通能力及社交能力。同时，还可以在旅游中了解历史，鼓励学生间的互动交流，帮助学生开阔视野，丰富自身知识等。

这些都能够帮助学生大幅度提高其综合素质。

旅游教育的产品应该不同于传统的旅游产品。在设计教育旅游产品的过程中，要充分考虑旅游服务人员的旅游资源、旅游设施和教育特色，提高旅游产品的竞争力。旅游产品的教

育和开发，主要是对旅游资源所包含的科学文化知识的培训，以提高旅游从业人员的素质，从而更好地体现教育产品的性质及特色。

2.加强宣传推广，促进产品销售

旅游企业在考虑如何开发旅游产品的时候，应该以精准的市场细分为基础，选择关联程度高的细分市场，并且以青年学生为主要目标人群进行培养。同时，在营销方面，要进行大面积的促销活动，以及大力宣传具有教育特色的旅游产品，提高旅游产品的知名度及美誉度。此外，还要加快促进旅游业发展计划的实施，通过对各类促销工具的使用，提高旅游产品的销售额，加大人力、财力的投入，特别是要保证宣传不是虚假宣传，不夸大，不用“耸人听闻”的语言来误导或欺骗游客。宣传推广的目的在于让更多的人知道产品，而弄虚作假只能破坏消费者心中对产品的好感，并通过恶行传播，使得消费者对产品的信任度降低，不利于长远发展。

3.严格管理，树立企业良好形象

旅游企业应加强在旅游产品组合上的设计及研发，同时对此进行严格管理，确保旅游产品能够最大化体现出教育特色。在旅游产品的设计上，要合理安排旅游项目的时间及类型，保证学生的饮食健康卫生，保证师生旅游过程中的安全问题以及身心健康。带领教育旅游的导游人员应该是具有高素质、高道德修养水平的从业者，这有助于游客在导游的指引下获得情感方面的升华。必须通过严格的管理及把控，树立旅游企业在游客心目中的良好形象，得到旅游者的信任和支持。严格管理、树立企业形象，一方面可以提高业务水平，另一方面可以提高消费者美誉度，而消费者美誉度的提高又可以带动业务水平的提高。

4.拓展产品种类，丰富产品内涵

丰富产品种类，满足学生和家长的期望，“走出去游学”项目得到了消费者的广泛欢迎。海外游学活动主要以外国大学为基地，除安排一定时间集中于课堂教学外，还可以在轻松愉快的环境中游览当地的景点、进行旅游和学习，提高学生的英语水平。一些学习小组还可安排孩子们住在外国原住民的家里，这样能够让学生感受和体验不一样的文化氛围以及不同的生活习惯。同时，在寄宿家庭中生活，能够充分激发学生学习英语的积极性，锻炼口语能力以及英文交流能力。一般的教育旅游目的地包括美国、加拿大、大不列颠、法国和澳大利亚，中国游客旅行时间从10多天到20天以上，一般每人13 500元，这属于最低消费，大多数将花费近2万元，最高限额是33 000元。有80%的学生是中小学生，并且这个市场正在进一步扩大。

我国国民素质也随着经济的不断发展有着显著的提高，其中教育行业已经超过了其他行业成为目前社会各界共同高度重视的部分。与高等教育的社会服务功能的联系越来越明显，也越来越受到人们的重视。但由于管理较为松散，不严格，旅游业不可避免地会表现出随机性或不确定性。从实际情况来看，教育旅游的内容是丰富多样的，它包含了学校生活的诸多方面。为了解决旅行过程中的其他问题并且进行严格管理，就应当制定旅游发展规划，形成旅游接待以及校园建设的特殊旅游服务机构是非常必要的。鼓励团体旅游，不仅方便学校主管安排相关的旅游事宜，也能够保证学校的正常教研活动不受影响。这不仅能够给游客充分观光的机会，还能够为游客带来最佳的旅游体验。安排接待事宜，还可以保证学校教研活动的秩序，它还使游客能够充分利用观光的机会，获得最好的旅游体验。

观研天下发布的《2018年中国教育旅游行业分析报告-市场深度调研与发展趋势预测》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年中国教育旅游行业发展概述

第一节 教育旅游行业发展情况概述

一、教育旅游行业相关定义

二、教育旅游行业基本情况介绍

三、教育旅游行业发展特点分析

第二节 中国教育旅游行业上下游产业链分析

一、产业链模型原理介绍

二、教育旅游行业产业链条分析

三、中国教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 中国教育旅游行业生命周期分析

一、教育旅游行业生命周期理论概述

二、教育旅游行业所属的生命周期分析

第四节 教育旅游行业经济指标分析

一、教育旅游行业的赢利性分析

二、教育旅游行业的经济周期分析

三、教育旅游行业附加值的提升空间分析

第五节 中国教育旅游行业进入壁垒分析

一、教育旅游行业资金壁垒分析

二、教育旅游行业技术壁垒分析

三、教育旅游行业人才壁垒分析

四、教育旅游行业品牌壁垒分析

五、教育旅游行业其他壁垒分析

第二章 2016-2018年全球教育旅游行业市场发展现状分析

第一节 全球教育旅游行业发展历程回顾

第二节 全球教育旅游行业市场区域分布情况

第三节 亚洲教育旅游行业地区市场分析

一、亚洲教育旅游行业市场现状分析

二、亚洲教育旅游行业市场规模与市场需求分析

三、亚洲教育旅游行业市场前景分析

第四节 北美教育旅游行业地区市场分析

一、北美教育旅游行业市场现状分析

二、北美教育旅游行业市场规模与市场需求分析

三、北美教育旅游行业市场前景分析

第五节 欧盟教育旅游行业地区市场分析

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

第六节 2018-2024年世界教育旅游行业分布走势预测

第七节 2018-2024年全球教育旅游行业市场规模预测

第三章 中国教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、全社会消费品教育旅游总额
- 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 中国教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 中国教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 中国教育旅游行业运行情况

第一节 中国教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 中国教育旅游行业市场规模分析

第三节 中国教育旅游行业供应情况分析

第四节 中国教育旅游行业需求情况分析

第五节 中国教育旅游行业供需平衡分析

第六节 中国教育旅游行业发展趋势分析

第五章 中国教育旅游所属行业运行数据监测

第一节 中国教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 中国教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 中国教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年中国教育旅游市场格局分析

第一节 中国教育旅游行业竞争现状分析

一、中国教育旅游行业竞争情况分析

二、中国教育旅游行业主要品牌分析

第二节 中国教育旅游行业集中度分析

一、中国教育旅游行业市场集中度分析

二、中国教育旅游行业企业集中度分析

第三节 中国教育旅游行业存在的问题

第四节 中国教育旅游行业解决问题的策略分析

第五节 中国教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年中国教育旅游行业需求特点与价格走势分析

第一节 中国教育旅游行业消费特点

第二节 中国教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 教育旅游行业成本分析

第四节 教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 中国教育旅游行业价格现状分析

第六节 中国教育旅游行业平均价格走势预测

一、中国教育旅游行业价格影响因素

二、中国教育旅游行业平均价格走势预测

三、中国教育旅游行业平均价格增速预测

第八章 2016-2018年中国教育旅游行业区域市场现状分析

第一节 中国教育旅游行业区域市场规模分布

第二节 中国华东地教育旅游市场分析

一、华东地区概述

二、华东地区经济环境分析

三、华东地区教育旅游市场规模分析

四、华东地区教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、华中地区教育旅游市场规模分析

四、华中地区教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、华南地区教育旅游市场规模分析

第九章 2016-2018年中国教育旅游行业竞争情况

第一节 中国教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 中国教育旅游行业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 中国教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 教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年中国教育旅游行业发展前景分析与预测

第一节 中国教育旅游行业未来发展前景分析

一、教育旅游行业国内投资环境分析

二、中国教育旅游行业市场机会分析

三、中国教育旅游行业投资增速预测

第二节 中国教育旅游行业未来发展趋势预测

第三节 中国教育旅游行业市场发展预测

一、中国教育旅游行业市场规模预测

二、中国教育旅游行业市场规模增速预测

三、中国教育旅游行业产值规模预测

四、中国教育旅游行业产值增速预测

五、中国教育旅游行业供需情况预测

第四节 中国教育旅游行业盈利走势预测

一、中国教育旅游行业毛利润同比增速预测

二、中国教育旅游行业利润总额同比增速预测

第十二章 2018-2024年中国教育旅游行业投资风险与营销分析

第一节 教育旅游行业投资风险分析

一、教育旅游行业政策风险分析

二、教育旅游行业技术风险分析

三、教育旅游行业竞争风险分析

四、教育旅游行业其他风险分析

第二节 教育旅游行业企业经营发展分析及建议

一、教育旅游行业经营模式

二、教育旅游行业销售模式

三、教育旅游行业创新方向

第三节 教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年中国教育旅游行业发展策略及投资建议

第一节 中国教育旅游行业品牌战略分析

一、教育旅游企业品牌的重要性

二、教育旅游企业实施品牌战略的意义

三、教育旅游企业品牌的现状分析

四、教育旅游企业的品牌战略

五、教育旅游品牌战略管理的策略

第二节中国教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 中国教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年中国教育旅游行业发展策略及投资建议

第一节中国教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 中国教育旅游行业定价策略分析

第三节中国教育旅游行业营销渠道策略

一、教育旅游行业渠道选择策略

二、教育旅游行业营销策略

第四节中国教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、中国教育旅游行业重点投资区域分析

二、中国教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/342039342039.html>