

2018年中国航空体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

观研报告网

www.chinabaogao.com

一、报告简介

观研报告网发布的《2018年中国航空体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/346468346468.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

航空体育旅游是以航空体育为载体所进行的探险、娱乐、健身、观赏等游览活动，是区域旅游产业转型升级的新方向与新抓手之一，同时也是新型旅游消费需求的焦点之一，作为一种新兴的旅游活动给游客带来了全新的视觉冲击和心灵感受，受到越来越多人的青睐。国家旅游局、体育总局在2016年12月22日联合颁布了《关于大力发展体育旅游的指导意见》（〔2016〕172号），其中特别强调了要大力发展航空体育旅游的指导思想，并对航空体育旅游中的项目开发、人才培养、飞行营地建设等方面提出了具体指导意见。

图：航空体育旅游

资料来源：互联网 1 航空体育旅游发展现状

1.1 航空体育旅游投资大

航空体育旅游的开发涉及基础设施、航空器具、专业人才、航空组织、旅游宣传等多方面的内容。随着我国航空体育旅游的逐渐兴起，其投资规模也越来越大，例如新疆特克斯航空体育旅游基地总投资1亿元，占地133333.4 m²，建有标准轻型飞机跑道、机库、指挥塔等设施，主要开展双座硬翼三角翼飞机、双人动力滑翔伞、双人山坡滑翔伞等旅游项目；福建龙岩直升机体验基地投资2.22亿元，占地92500 m²，建设了起飞区、飞行区、联络道、停机坪、航站楼、机库、塔台等，重点开发空中体验式旅游，满足高端度假的个性化需求；四川洪雅航空休闲基地投资26亿元，主要开展直升机与小型固定翼的旅游、培训、商务飞行等，以打造高端、一流航空休闲旅游基地为目标；内蒙古包头航空运动旅游基地投资34.23亿元，占地373333.4 m²，建设有小型通用机场、航空运动旅游度假中心、飞行俱乐部及国家航空体育项目基地等，主要开展直升机、热气球、动力伞等观光体验项目。此外还有河南洛阳低空体育旅游基地（投资18亿元）、广东清远佛冈海明堡航空运动旅游度假基地（投资40亿元）、海南海口航空科技体育文化旅游基地（投资45亿元）等。

1.2 航空体育旅游经济效益明显

航空体育旅游对餐饮、交通、住宿、设施开发等影响较大，并产生明显的经济效益。以航空运动旅游节为例，它是航空体育旅游的重要组成部分，集旅游、健身、娱乐、经贸等于一体，其经济效益主要体现在两个方面：一是直接消费带动经济发展，重庆大足航空体育旅游节（2010年10月4日-6日）以特技飞行、跳伞、热气球等表演为主题，同时还开展了航空装备展、航空运动体验、旅游产品展、巴渝风味美食荟萃等多维娱乐形式，3天的节庆活动中共有31.49万人次参与其中，门票收入720.43万元，同比增长了4913%，接待70多

万人次，收入达1亿元，为大足节庆旅游之首[2]。内蒙古包头国际热气球旅游节（2009年8月12日-18日）和新疆克拉玛依航空运动旅游节（2013年8月16日-18日）前来休闲娱乐的人数分别约为28万人次、10万人次，其在餐饮、宾馆、旅游、购物等方面消费在很大程度上带动了当地经济发展；二是招商引资促进经济发展，“航空运动搭台、经贸合作唱戏”是当今航空体育旅游节举办的主要思路，例如招商引资是河南安阳航空运动文化旅游节的重要内容之一，从2010年到2017年连续举办了7届，累计吸引外资1932.9亿元，山东莱芜航空体育旅游节从2009年至2017年共举办了四届，共吸引外资150多亿元，这为航空体育旅游节举办地的经济发展起到了重要的促进作用。

1.3 航空体育旅游内容丰富

当前我国航空体育旅游开发的项目非常多，根据旅游者参与目的与动机的不同，航空体育旅游主要分三大类：第一是休闲参观型，主要包括参观游览航空博物馆、航空主题乐园、航空体育节、航空体育表演与比赛、模拟飞行、航空博览会等。例如重庆模拟飞行馆提供体验者视觉、听觉、触觉等感官的真实模拟，感受驾驶飞机起降、翻转、空战、超重、失重与魔幻场景穿越等；秦皇岛飞行大世界航空主题公园主要开展飞行体验、航空夏令营、飞行装备展览、飞行培训等航空休闲活动。第二是刺激体验游，主要包括亲身体验滑翔伞、直升机、热气球、动力伞、水上飞机、跳伞等运动项目。例如大连金石滩开发了环绕金石滩十里黄金海岸、滨海国家地质公园、金石文化博览广场等区域的直升机观光游；云南普洱驼峰跳伞基地开展了3000m高空降落10s的双人跳伞挑战游；上海汇联皆景信息科技有限公司投资开通了“上海—嵊泗、嵊泗—舟山、舟山—上海”3条水上飞机体验游航线。第三是奢侈享受游，主要包括结婚游、私人定制游、度假游、主题游等，消费极其昂贵，例如晋中市天外天航空运动俱乐部开展的三小时1.8万元的热气球结婚游；河南永翔通用航空有限责任公司提供的每小时3万元的飞机私人定制游等。

1.4 航空体育旅游开发形式多元化

航空体育旅游的开发与硬件设施、航空器具、专人人才、旅游景区、空管部门等密切相关，客观需要多部门通力合作共同完成，这就造成了我国航空体育旅游开发形式的多元化现状，具体来讲主要有三类开发模式：第一类是企业开发，企业独资或合作投资开发，例如温州市兴龙航空投资有限公司建设的温州市洞头区岛际低空飞行旅游项目，总投资5亿元；青岛西海岸航空运动旅游生态园是由青岛航空产业投资服务中心有限公司、山东海若通用航空有限公司、青岛圣龙通用航空有限公司等共同筹资开发，投资50亿元。第二类是专业俱乐部经营，俱乐部经营资质需要相关部门严格审核，例如山西航美航空运动俱乐部是经北京军区空军司令部空中管制中心、山西省航协、体育局、民政局、公安局、税务局等多部门联

合审批通过，主要从事动力滑翔伞、动力三角翼、热气球等飞行器的观光游；常熟市新天地航空运动娱乐俱乐部经过中国民用航空总局、南京军区空军司令部、江苏省体育局、民政局的资质认证，主要开展动力伞、热气球、飞艇的体验游。第三类是政府、企业合作经营，政府和企业共同出资开发，例如河北省体育局、保定市政府和中航文化股份有限公司三方合作建设了保定国际低空飞行基地，总投资30 亿元，主要开展私人定制飞行、航空运动体验游、航空运动节等业务；云南圣乙投资有限公司、昆明钢铁控股有限公司、丽江市政府共同投资9 亿元筹建了丽江白沙航空旅游基地，主要开展直升机观光游。

2 航空体育旅游存在的问题

2.1 航空体育旅游消费较高

航空体育旅游具有占地广、投资大、运行成本高等特点，属于奢侈性消费，被称为“贵族运动”[3]，这也是阻碍其发展的主要因素之一，例如河南大宇通用航空有限公司主要开展航空旅游观光、空中婚礼、私人定制飞行等业务，在2015 年8 月30 日成功策划了一场航空运动体验游婚礼，动用了19 架航空器，具体包括直升机（4 架）、三角翼（5 架）、热气球（2 个）、旋翼机（2 架）、动力伞（6 架），消费达50 多万元。西安航空飞行体验中心在2016 年为游客提供了初级、经典和深度三种体验方式，其中深度体验最为昂贵，价格为10 200 元，机型为泰克南P2006T、德国CTLS 或美国西锐SR-20，时间为60 min，重点体验失重、超重、360 度旋转飞行、90 度倾斜飞行一圈、空中翻筋斗、三级蛙跳、大坡度爬升等动作。2017年广州阳江跳伞基地的双人跳伞体验游价格为4680 元，另外手持摄像800 元，第三方摄像1600元；北京天狼热气球俱乐部2017年度热气球体验费是按小时制定的，每1.3 h、3h、6h 系留飞行的价格为3000 元、6000 元、12000 元，自由飞行的价格为5000 元、12000 元、30000 元。滑翔伞运营成本较低但价格并不便宜，2017 年河南林州航空运动俱乐部的双人滑翔伞体验费用为980 元，时间约15 min，飞行高度500 m。

2.2 航空体育旅游事故频发

航空体育旅游是一项危险、刺激的活动，既具挑战又充满诱惑，一旦发生意外就危及生命，这也是大多数民众不敢涉足的重要原因之一，当前我国航空体育旅游开展过程中事故不断，这在一定程度上阻碍了其健康、快速发展。直升机、轻型飞机观光是游客最为热衷的旅游方式，然而其也是事故高发的航空体育旅游项目，例如2016年5 月1 日河南济源五龙口景区开发的从五龙口景区中心广场至沁河的低空观光项目发生事故，罗宾逊R44观光直升机坠毁，机上4 人中2 死2 伤，其中最小的4 岁游客不幸遇难。2015 年5 月11 日荆门市爱飞客航空俱乐部一架超轻型水上运动观光飞机发生侧翻事故，机上2 名游客溺水死亡，年龄较小

的为14岁。动力伞、滑翔伞、热气球等航空体育旅游项目价位相对较低，受到不少游客的青睐，但事故也常有发生。例如2016年4月15日北海燕莎运动航空有限公司经营的轮式动力伞发生事故，造成飞行员当场死亡，游客受重伤；2013年10月6日四川九龙山滑翔伞运动基地开展的滑翔伞观光项目发生意外高空坠落事故，滑翔伞教练当场死亡，12岁小游客挂在树上侥幸躲过一劫。热气球被誉为最安全的航空体育旅游项目，但意外事故也时常发生。例如2006年3月31日北京飞翔热气球俱乐部运营的热气球碰撞高压线起火，导致1死3伤；2009年10月14日东莞市美翔航空俱乐部经营的热气球观光项目发生燃烧坠毁事故，造成4名荷兰籍游客死亡，3人受伤。

2.3 航空体育旅游驾驶人员缺乏

航空体育旅游是一项高危的活动项目，航空器驾驶员是其运行过程中的核心环节，稍有差错便会危及游客生命，虽然管理部门对飞行驾驶员资质有严格的要求，但在现实中一些航空体育旅游组织者为了经济效益竟让没有飞行资质的人员从事驾驶业务，并造成了多起航空体育旅游事故，究其原因主要是由于我国航空驾驶员的培训费用太高和人数太少造成的。飞机驾驶资格培训费用最高，且每年培养的人数也非常少，例如2016年国家体育总局安阳航空运动学校主要有罗宾逊R44和罗宾逊R22两种机型的驾驶培训，商用驾照分别为87.1万元、37.5万元，私人驾照分别为42.8万元、18万元，全年共培训了8人，2015年莱芜中俄飞行学院飞机驾驶员商用驾照培训费用为70万元，私人驾照为25万元，全年才培训9名。双人跳伞是一种新兴、刺激的航空体育旅游项目，跳伞教练资质培训费用也非常高，例如安阳翔大跳伞俱乐部和重庆鹰飞航空体育俱乐部跳伞资格培训费分别为7.8万元、4.56万元，2016年度二个俱乐部培养人数的总和才只有7人。热气球是游客最为喜欢的旅游项目之一，其驾驶员的培训费用也较为昂贵，例如2016年中航外企航空运动俱乐部和山西航美航空运动俱乐部的热气球驾照培训费用分别为4.5万元、3万元，全年二者共培训16名。此外滑翔伞、动力伞、三角翼等飞行资格培训的价格也不低，例如2016年度上海伞云间航空运动俱乐部滑翔伞资格培训初级、中级培训为0.8万元，高级长途越野飞行培训为1.6万元，动力伞培训单人轮式2万元，轮式双人2.2万元，全年共培训13人。北京飞人俱乐部飞行资格培训费用如下，滑翔伞0.78万元，单人动力伞1.68万元，双人动力伞3万元，三角翼5万元，全年共培训18人。

2.4 航空体育旅游缺乏特色

特色是航空体育旅游发展的动力源泉，是游客参与的主要动机，当前我国航空体育旅游发展过程中存在诸多问题，其中缺乏特色是主要问题之一，具体表现在两个方面：第一是航空体育旅游项目开发过于集中，以直升机观光游为例，当今我国无论是航空体育旅游基地

、航空运动旅游小镇、航空体育体验中心还是航空产业园区、旅游景区、企业都把直升机观光作为主打的旅游项目进行重点开发，更有甚者，一些专业的滑翔伞、动力伞、热气球等单项俱乐部为了经济创收也都增加了直升机体验项目，把直升机观光做成了万能的航空体育旅游项目，形成了只要直升机升天就能挣钱的假象，这种过度集中开发的现象势必造成游客由开始的积极主动到最后的避而远之，从而阻碍航空体育旅游的健康发展；第二是航空体育旅游开展的雷同、低层次重复，以航空体育旅游节为例，当前我国的航空体育旅游节大多数都是由政府主办，节庆的内容主要由航空展览、表演、比赛、商贸等组成，虽然每年都会定不同的活动主题，但节庆实质内容变化不大，并没有把节庆主题与当地特色的自然资源、历史文化、民风民俗、产业优势等结合起来，缺乏个性鲜明、独具特色的识别标志，造成航空体育旅游节庆活动的简单雷同和低层次重复。

3 航空体育旅游发展对策

3.1 降低消费，鼓励民众积极参与

航空体育旅游是一种新兴、惊险、挑战自我的旅游活动，目前旅游定价高，属于奢侈性消费，主要是由于开发过程中所涉及的航空器购买、租赁、保养、人员培养、硬件建设等一系列成本非常高造成的。当前降低旅游消费，鼓励更多人参与是开发航空体育旅游市场的第一要务，可以尝试从以下三个方面着手解决：第一是政策倾斜，政府要对航空体育旅游开发主体在土地使用、贷款、税收等方面予以特殊照顾，出台鼓励性的倾斜政策，降低开发成本；第二是直接降低费用，航空体育旅游市场主要分初步开发和成熟发展两个阶段，目前我国处于初步开发阶段，这一时期航空体育旅游开发主体应尽量压缩利润空间，以低价吸引民众、聚集人气、盘活旅游市场为主要目的，随着航空体育旅游市场的成熟，可以适当调整价格，提高服务品质，打造经典旅游线路，逐步实现从简单观光游到豪华精品游的过渡；第三是积极开发相关旅游产品，在航空体育旅游开展过程中应积极开发全程视频录像、空中照相、挑战记录及纪念徽章、宣传册、吉祥物、特制钥匙链等相关产品，一方面可以给游客留下永久美好的回忆，为航空体育旅游宣传、游客故地重游打下基础，另一方面也可以弥补降低体验费用造成的损失，逐步扩大和完善航空体育旅游产业链，促进其健康、快速发展。

3.2 加强监督，确保旅游安全

我国航空体育旅游开展过程中存在诸多安全隐患，并造成了众多机（器）毁人亡事故，因此安全管理刻不容缓，未来航空体育旅游安全保障应在三个方面着重建设：第一是逐步完善航空飞行监管体系，改进和推广ADS-B 系统（通信、监视信息系统），广泛利用全向信标导航台（VOR）、测距仪导航台（DME）、仪表着陆导航台（ILS）等重要导航设备，

积极建设飞行服务站（FSS），为航空体育旅游开展提供飞行计划、天气预报、飞行通信、航空情报、航空警告与救援等服务，以防意外事故的发生；第二是健全监督检查制度，航空体育旅游管理部门应成立专门的安全监督部门，不定期对航空体育旅游开展过程中的路线、计划、组织、驾驶资质、安全培训、应急预案等内容进行抽查，以确保其按照规定运营；第三是制定严格的奖惩措施，航空体育旅游管理部门应根据安全检查结果和事故率制定科学、合理的奖惩制度，对于严格按照规章制度进行经营的组织应给予重奖以资鼓励，安全措施做的不到位或发生旅游事故的单位要进行停业、整改、重罚达到以儆效尤，防止类似情况重复发生。

3.3 重视人才，形成多渠道培养途径

随着航空体育旅游的发展，人才缺乏是阻碍其快速发展的主要瓶颈，为了满足日益增长的航空体育旅游专业人才需求应从四个途径进行培养：第一是航空运动专业学校，当前我国航空运动专业学校的性质是事业单位，学历以中专为主，层次低，人数少，应对其进行资源整合成立航空运动大学，提高学历层次，培养高、精、尖的航空运动旅游专业人才；第二是综合类大学，可以尝试在一些综合大学设置航空运动旅游专业，采用学校与航空运动俱乐部、航空企业联合培养模式，按企业要求实现人才订单式培养，实现资源共享、优势互补；第三是航空运动俱乐部，航空运动俱乐部应以市场为导向，以短期培训为中心，以飞行资格培训为重点，从而满足社会广大业余爱好者的飞行需求，为航空运动旅游开展进行人才储备；第四是航空企业，航空企业作为我国航空体育旅游开发的主体，应从航空驾驶、维修、组织、策划等途径培养专业人才，在此基础上逐步形成以学校、俱乐部、企业为核心的多类型、多层次航空运动旅游人才培养体系。

3.4 挖掘文化内涵，打造精品旅游路线

文化是航空体育旅游的灵魂，只有把独特的地域文化与航空体育旅游充分结合起来，才能使其独具特色，具有旺盛的生命力，实现可持续发展。当前我国航空体育旅游的发展没有体现出独特的设计和丰富的文化内涵，例如低空观光游没有与最能呈现特色风光的高山峻岭、冰川峡谷、潭溪瀑布、原始森林、沙漠草甸等相结合[5]，航空体验游没有与最能体现记录直观感受的视频、照片等相结合，航空纪念品设计没有与最能展现当地特色历史文化相结合等。因此当前应从旅游地的自然环境、历史渊源、民族风俗、审美情趣、饮食服饰等因素中提炼独特的文化内涵，采用现代化的包装手段和营销技巧，再通过丰富多彩的表现形式将其融入到航空体育旅游的开发与设计当中，从而展现航空体育旅游的时代特征、创新精神和文化内涵，创造鲜明、新奇的效果，打造出高层次、差异化、特色化的航空体育旅游精品路线。

(GYWWJP)

观研天下发布的《2018年中国航空体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年中国航空体育旅游行业发展概述

第一节 航空体育旅游行业发展情况概述

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

第二节 中国航空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、航空体育旅游行业产业链条分析

三、中国航空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 中国航空体育旅游行业生命周期分析

一、航空体育旅游行业生命周期理论概述

二、航空体育旅游行业所属的生命周期分析

第四节 航空体育旅游行业经济指标分析

一、航空体育旅游行业的赢利性分析

二、航空体育旅游行业的经济周期分析

三、航空体育旅游行业附加值的提升空间分析

第五节 中国航空体育旅游行业进入壁垒分析

一、航空体育旅游行业资金壁垒分析

二、航空体育旅游行业技术壁垒分析

三、航空体育旅游行业人才壁垒分析

四、航空体育旅游行业品牌壁垒分析

五、航空体育旅游行业其他壁垒分析

第二章 2016-2018年全球航空体育旅游行业市场发展现状分析

第一节 全球航空体育旅游行业发展历程回顾

第二节 全球航空体育旅游行业市场区域分布情况

第三节 亚洲航空体育旅游行业地区市场分析

一、亚洲航空体育旅游行业市场现状分析

二、亚洲航空体育旅游行业市场规模与市场需求分析

三、亚洲航空体育旅游行业市场前景分析

第四节 北美航空体育旅游行业地区市场分析

一、北美航空体育旅游行业市场现状分析

二、北美航空体育旅游行业市场规模与市场需求分析

三、北美航空体育旅游行业市场前景分析

第五节 欧盟航空体育旅游行业地区市场分析

一、欧盟航空体育旅游行业市场现状分析

二、欧盟航空体育旅游行业市场规模与市场需求分析

三、欧盟航空体育旅游行业市场前景分析

第六节 2018-2024年世界航空体育旅游行业分布走势预测

第七节 2018-2024年全球航空体育旅游行业市场规模预测

第三章 中国航空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、全社会消费品航空体育旅游总额
- 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 中国航空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 中国航空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 中国航空体育旅游行业运行情况

第一节 中国航空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 中国航空体育旅游行业市场规模分析

第三节 中国航空体育旅游行业供应情况分析

第四节 中国航空体育旅游行业需求情况分析

第五节 中国航空体育旅游行业供需平衡分析

第六节 中国航空体育旅游行业发展趋势分析

第五章 中国航空体育旅游所属行业运行数据监测

第一节 中国航空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 中国航空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 中国航空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年中国航空体育旅游市场格局分析

第一节 中国航空体育旅游行业竞争现状分析

一、中国航空体育旅游行业竞争情况分析

二、中国航空体育旅游行业主要品牌分析

第二节 中国航空体育旅游行业集中度分析

一、中国航空体育旅游行业市场集中度分析

二、中国航空体育旅游行业企业集中度分析

第三节 中国航空体育旅游行业存在的问题

第四节 中国航空体育旅游行业解决问题的策略分析

第五节 中国航空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年中国航空体育旅游行业需求特点与价格走势分析

第一节 中国航空体育旅游行业消费特点

第二节 中国航空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 航空体育旅游行业成本分析

第四节 航空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 中国航空体育旅游行业价格现状分析

第六节 中国航空体育旅游行业平均价格走势预测

- 一、中国航空体育旅游行业价格影响因素
- 二、中国航空体育旅游行业平均价格走势预测
- 三、中国航空体育旅游行业平均价格增速预测

第八章 2016-2018年中国航空体育旅游行业区域市场现状分析

第一节 中国航空体育旅游行业区域市场规模分布

第二节 中国华东地区航空体育旅游市场分析

- 一、华东地区概述
- 二、华东地区经济环境分析
- 三、华东地区航空体育旅游市场规模分析
- 四、华东地区航空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、华中地区航空体育旅游市场规模分析
- 四、华中地区航空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、华南地区航空体育旅游市场规模分析

第九章 2016-2018年中国航空体育旅游行业竞争情况

第一节 中国航空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 中国航空体育旅游行业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 中国航空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 航空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年中国航空体育旅游行业发展前景分析与预测

第一节中国航空体育旅游行业未来发展前景分析

- 一、航空体育旅游行业国内投资环境分析
- 二、中国航空体育旅游行业市场机会分析
- 三、中国航空体育旅游行业投资增速预测

第二节中国航空体育旅游行业未来发展趋势预测

第三节中国航空体育旅游行业市场发展预测

- 一、中国航空体育旅游行业市场规模预测
- 二、中国航空体育旅游行业市场规模增速预测
- 三、中国航空体育旅游行业产值规模预测
- 四、中国航空体育旅游行业产值增速预测
- 五、中国航空体育旅游行业供需情况预测
- 第四节中国航空体育旅游行业盈利走势预测
- 一、中国航空体育旅游行业毛利润同比增速预测
- 二、中国航空体育旅游行业利润总额同比增速预测

第十二章 2018-2024年中国航空体育旅游行业投资风险与营销分析

第一节 航空体育旅游行业投资风险分析

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

第二节 航空体育旅游行业企业经营发展分析及建议

- 一、航空体育旅游行业经营模式
- 二、航空体育旅游行业销售模式
- 三、航空体育旅游行业创新方向

第三节 航空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年中国航空体育旅游行业发展策略及投资建议

第一节 中国航空体育旅游行业品牌战略分析

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

第二节 中国航空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 中国航空体育旅游行业战略综合分析

一、战略综合分析

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年中国航空体育旅游行业发展策略及投资建议

第一节中国航空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 中国航空体育旅游行业定价策略分析

第三节中国航空体育旅游行业营销渠道策略

一、航空体育旅游行业渠道选择策略

二、航空体育旅游行业营销策略

第四节中国航空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、中国航空体育旅游行业重点投资区域分析

二、中国航空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/lyyou/346468346468.html>