

2017-2022年中国生态旅游 行业分析与投资决策咨询报告

报告目录及图表目录

一、报告报价

《2017-2022年中国生态旅游行业分析与投资决策咨询报告》信息及时，资料详实，指导性强，具有独家，独到，独特的优势。旨在帮助客户掌握区域经济趋势，获得优质客户信息，准确、全面、迅速了解目前行业发展动向，从而提升工作效率和效果，是把握企业战略发展定位不可或缺的重要决策依据。

官方网站浏览地址：<http://www.chinairr.org/report/R09/R0901/201706/05-232393.html>

产品价格：纸介版9800元 电子版9800元 纸介+电子10000元

订购电话: 400-600-8596 010-80993936

传真: 010-60343813

网址: <http://www.chinairr.org>

Email: sales@chyxx.com

联系人：刘老师 陈老师 谭老师

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、说明、目录、图表目录

产业现状

生态旅游产业是以生态旅游资源为依托，以旅游设施为基础，为生态旅游活动创造便利条件并提供所需的商品和服务的综合性产业。随着人们物质文明与精神文明的提高，传统的旅游模式逐渐与人类的发展态势不相协调。人类从自己的切身体验和反思中逐渐认识到发展与环境之间的重要关系，可持续发展的思想的提出就是这一探索的重要成果。旅游活动既然是人类重要的消费行为和世界上最大的产业，那么，可持续旅游发展就理所当然地成为世界旅游业发展的重要目标，而生态旅游是实现旅游业可持续发展的保障。近年来，由于人们生活水平的提高，社会、经济和科技等方面的发展，生态旅游快速发展起来。它以回归大自然为基调，以保护自然资源、自然环境、促进区域社会和谐发展为目的，提倡人们在保护环境的过程中感受大自然的美丽。

市场容量

国家林业局数据显示，1993~2015年，我国森林公园年接待游客人数一直保持两位数的增长。去年全国森林旅游接待游客达7.6亿人次，占国内旅游人数的23%，同比增长11.8%；去年森林旅游直接收入685亿元，同比增长10.8%；去年全国森林公园接待游客超50万人次的有275家，超100万人次的有112家，旅游收入超1000万元的423处。虽然我国森林公园数量众多，但目前人气旺盛的仍不多。2015年，接待游客量排名前30的国家森林公园，占全国森林公园接待游客总量的21.8%。一些森林公园由于认识、人才、投资、区位等原因发展缓慢，建设水平低，服务能力差，市场影响力小。这些森林公园虽然拥有优越的风景资源，但依然“养在深闺人未识”。2015年，九寨沟接待游客突破180万人次，创历史新高。而紧邻九寨沟的雅克夏国家森林公园的游客人数却远不及预期。2015年，我国生态旅游总收入突破6000亿元。

资源分布状况

生态旅游区的景观格局

报告认为，生态旅游区景观格局的基本面貌是点、线、面的分布状态，旅游景点或景区以空间板块的形式镶嵌于具有不同地理背景的称为旅游区的基质上，旅游线路则是以连接景点或景区之间，以及对外交通的廊道，廊道之间常常相互交叉形成网络。旅游区中的板块特征类型、大小，形状与分布状况等，常影响景点景区分布于旅游活动项目的选择；廊道特征如连通性，弯曲度与宽度等，影响景点的可达性、游路的合理组织安排及自然资源的有效保护等；基质的特征有大小、孔隙率、边界形状等，它是策划旅游区整体形象和划分各种功能区的基础，对基质的研究有助于认清旅游区的环境背景，有助于对景点斑块的选择和布局，也

有利于确定保护旅游区的生态系统特色。区域旅游景观系统功能的实现来自景观元素之间的景观流。因此可以将旅游活动进一步解释为通过特定地点和特定路线的生态流，即通过游客所带来的信息流、客流、物流、货币流和价值流等。各种生态流由于季节性而产生变化。

前景预测

生态旅游作为一种新的旅游形式在中国得到了迅速的发展。虽然也曾出现了这样或者那样的问题，但是，这种旅游形式将在未来获得更加广阔的发展空间。目前我国，环保意识不断增强，绿色消费也已初见端倪。人们开始更多地关注自然、热爱自然、走进自然、保护自然，提倡绿色消费，倾向于选择不受污染的生态产品。这种市场需求的转变为生态旅游提供了广阔的市场空间。

与环境保护的关联

生态环境保护是可持续发展的基础，也是一项长期的基本国策，随着旅游人数的增加，旅游活动和环境保护之间的矛盾愈加凸显，就必须从游客做起，从游客的思想上进行改变，从各个方面加强环境意识的教育，加大生态宣传和教育的力度，使游客自动参与到环境保护中来，使“生态旅游热”更加趋于理性化，使得旅游经营者能够真正理解生态旅游的内涵，项目建设能真正体现生态旅游的实质。

面临的问题及挑战

在我国积极开展生态旅游的过程中，由于各方因素的影响，必然会出现的一系列问题，这主要归因于两大原因，第一个是我国国情决定的，目前经济水平不高、环保意识较差、国内旅游市场仍处于大众观光、度假旅游阶段，尚不完全具备开发生态旅游的条件，在这种情况下，盲目引导旅游者进入生态系统较为脆弱的景区而引发的问题，诸如，生态旅游发展带来的环境问题严重，企业的有意识曲解生态旅游含义等等。第二个是由于生态旅游概念和实践在我国历史较短而产生的认识不清、设施、人员、法规等等的配套问题。诸如，对生态旅游的认识不清、管理混乱、缺乏科学规划和专业人才等问题。中国虽然拥有众多的生态旅游资源，但对这些资源的保护力度不够，加上我国生态旅游的发展大部分还停留在初级阶段，致使中国生态旅游存在不少问题。如生态旅游资源遭受了严重的损害，生态旅游景区建设也存在大量问题，人们的生态环保观念不足，旅游景区经营超载等。针对生态旅游中的问题，应该着力构建我国生态旅游适宜的开发和经营模式，以纠正目前生态旅游发展中的偏差。

报告目录：

第一部分 产业环境透视

第一章 旅游行业发展环境分析

第一节 全球经济环境分析

- 一、全球经济发展及影响因素
- 二、全球市场经济对旅游行业的影响
- 三、全球经济一体化对旅游行业的影响

第二节 国内旅游行业发展影响因素

- 一、经济环境
- 二、政策法规
- 三、社会文化环境
- 四、资源环境

第三节 生态旅游行业发展规划

- 一、国家旅游局“十三五”规划纲要
- 二、新疆生态旅游发展规划纲要

第四节 生态旅游发展的行业环境分析

- 一、旅游行业发展现状及趋势
- 二、旅游行业规模分析
- 三、旅游行业技术水平分析

第五节 生态旅游技术环境分析

- 一、生态旅游开发建设技术
 - 1、生态旅游技术发展现状
 - 2、生态旅游绿色创新技术
- 二、生态旅游规划设计研究
- 三、生态旅游行业技术发展趋势

第二章 中国生态旅游行业概述

第一节 生态旅游

- 一、生态旅游的定义
- 二、生态旅游的基本特征
- 三、生态旅游的建设标准
- 四、生态旅游的分类及特点

第二节 生态旅游的发展历程

第三节 生态旅游的发展态势

- 一、生态旅游的发展趋势

二、新疆生态旅游的发展现状及问题

第四节 新疆生态旅游资源

一、生态旅游资源

二、新疆生态旅游资源概况

1、生物景观

2、地文景观

3、水域景观

4、气候景观

5、其他生态旅游资源

三、生态旅游资源地区

1、盆地地区

2、山地地区

3、峡谷地区

4、高原地区

5、绿洲地区

第三章 中国生态旅游行业发展分析及经验借鉴

第一节 全国生态旅游市场总体情况分析

一、全国生态旅游市场结构

二、全国生态旅游行业发展分析

三、全国生态旅游行业竞争格局

第二节 福建省生态旅游行业发展经验借鉴

一、福建省生态旅游行业发展历程分析

二、福建省生态旅游行业市场现状分析

三、福建省生态旅游行业发展趋势预测

第三节 四川生态旅游行业发展经验借鉴

一、四川生态旅游行业发展历程分析

二、四川生态旅游行业市场现状分析

三、四川生态旅游行业发展趋势预测

第四节 青海省生态旅游行业发展经验借鉴

一、青海省生态旅游行业发展历程分析

二、青海省生态旅游行业市场现状分析

三、青海省生态旅游行业发展趋势预测

第四章 新疆生态旅游发展战略与建设

第一节 生态旅游发展战略

一、指导思想

二、发展原则

三、目标定位

四、发展对策

第二节 生态旅游建设

一、生态旅游区建设

二、生态旅游项目建设

三、生态旅游线路建设

四、生态旅游保障体系建设

第三节 2017-2022年新疆生态旅游的建设重点

第二部分 市场深度分析

第五章 新疆生态旅游行业运行现状分析

第一节 新疆生态旅游行业发展状况分析

一、新疆生态旅游行业发展阶段

二、新疆生态旅游行业发展总体概况

三、新疆生态旅游行业发展特点分析

第二节 2013-2016年生态旅游行业发展现状

一、新疆生态旅游行业市场规模

二、新疆生态旅游行业发展分析

三、新疆生态旅游景区发展分析

第三节 2013-2016年生态旅游市场情况分析

一、新疆生态旅游市场总体概况

二、新疆生态旅游产品市场发展分析

三、新疆生态旅游市场发展趋势分析

第四节 生态旅游市场竞争格局及集中度分析

一、生态旅游景区竞争格局分析

二、区域集中度分析

三、市场集中度分析

第六章 新疆生态旅游市场供需形势分析

第一节 生态旅游行业生产分析

一、省内产品及消费者分布

二、产品及消费者集群发展分析

三、2013-2016年消费情况分析

第二节 中国生态旅游市场供需分析

一、2013-2016年中国生态旅游行业供给情况

1、中国生态旅游行业供给分析

2、中国生态旅游行业产品分析

二、2013-2016年中国生态旅游行业需求情况

1、生态旅游行业需求市场

2、生态旅游行业消费者结构

3、生态旅游行业需求的地区差异

三、2013-2016年中国生态旅游行业供需平衡分析

第三部分 竞争格局分析

第七章 生态旅游行业区域市场分析

第一节 行业总体区域结构特征分析

一、行业区域结构总体特征

二、行业区域集中度分析

三、行业区域分布特点分析

四、行业规模指标区域分布分析

五、行业效益指标区域分布分析

六、行业景区数的区域分布分析

第二节 西南地区生态旅游行业发展分析

一、近期重大项目

二、热点事件

三、新疆生态旅游发展动态

第八章 新疆生态旅游行业示范区经营分析

第一节 生产建设兵团一八五团白沙湖边境生态旅游区

- 一、景区概况
- 二、景区旅游资源价值
- 三、景区经营情况
- 四、景区核心竞争优势
- 五、景区战略规划

第二节 伊犁州那拉提旅游风景区

- 一、景区概况
- 二、景区旅游资源特色
- 三、景区主要经营项目
- 四、企业经营情况
- 五、景区最新发展动态

第三节 可可托海镇

- 一、景区概况
- 二、景区旅游资源特色
- 三、景区市场经济效益
- 四、企业核心竞争力
- 五、景区最新发展动态

第四节 夏特大峡谷

- 一、景区概况
- 二、景区旅游资源及文化
- 三、景区经营情况
- 四、景区核心竞争优势
- 五、景区最新发展动态

第五节 天山天池

- 一、景区概况
- 二、景区旅游资源及文化
- 三、景区经营情况
- 四、景区核心竞争优势
- 五、景区最新发展动态

第六节 太阳岛旅游生态园

- 一、景区概况

二、景区旅游资源及文化

三、景区经营情况

四、景区核心竞争优势

五、景区最新发展动态

第七节 红光山生态文化旅游园

一、景区概况

二、景区旅游资源及文化

三、景区经营情况

四、景区核心竞争优势

五、景区最新发展动态

第八节 七星湖沙漠生态旅游区

一、景区概况

二、景区旅游资源及文化

三、景区经营情况

四、景区核心竞争优势

五、景区最新发展动态

第九节 温宿大峡谷

一、景区概况

二、景区旅游资源及文化

三、景区经营情况

四、景区核心竞争优势

五、景区最新发展动态

第十节 天山神秘大峡谷

一、景区概况

二、景区旅游资源及文化

三、景区经营情况

四、景区核心竞争优势

五、景区最新发展动态

第四部分 发展前景展望

第九章 2017-2022年生态旅游行业发展前景

第一节 2017-2022年生态旅游市场发展前景

一、生态旅游市场发展潜力

二、生态旅游市场发展前景展望

三、生态旅游产品发展前景分析

第二节 2017-2022年生态旅游市场发展趋势预测

一、生态旅游行业发展趋势分析

1、技术发展趋势分析

2、产品发展趋势分析

二、生态旅游行业市场规模预测

1、生态旅游行业市场容量预测

2、生态旅游行业销售收入预测

三、生态旅游行业产业链发展趋势预测

第十章 2017-2022年中国生态旅游行业投资机会与风险防范

第一节 中国生态旅游行业投资特性分析

一、生态旅游行业进入壁垒分析

二、生态旅游行业盈利模式分析

三、影响生态旅游行业的盈利因素分析

第二节 中国生态旅游行业投资情况分析

一、生态旅游行业总体投资及结构

二、生态旅游行业投资规模情况

三、生态旅游行业投资项目分析

第三节 中国生态旅游行业投资风险

一、生态旅游行业供求风险

二、生态旅游行业关联产业风险

三、生态旅游行业其它风险

四、生态旅游行业技术风险

第四节 生态旅游行业投资机会

一、产业链投资机会

二、产品投资机会

三、重点区域投资机会

四、生态旅游行业投资机遇

第十一章 2017-2022年新疆生态旅游行业投资机会与风险防范

第一节 新疆生态旅游行业投资特性分析

- 一、生态旅游行业进入壁垒分析
- 二、生态旅游行业盈利模式分析
- 三、影响生态旅游行业的盈利因素分析

第二节 新疆生态旅游行业投资情况分析

- 一、生态旅游行业总体投资及结构
- 二、生态旅游行业投资规模情况
- 三、生态旅游行业投资项目分析

第三节 新疆生态旅游行业投资风险

- 一、生态旅游行业供求风险
- 二、生态旅游行业关联产业风险
- 三、生态旅游行业其它风险
- 四、生态旅游行业技术风险

第四节 生态旅游行业投资机会

- 一、产业链投资机会
- 二、产品投资机会
- 三、重点区域投资机会
- 四、生态旅游行业投资机遇

第五部分 发展战略研究

第十二章 生态旅游行业发展战略研究

第一节 生态旅游行业发展战略研究

- 一、战略综合规划
- 二、结构优化战略
- 三、产品功能区分战略
- 四、区域战略规划
- 五、产业战略定位
- 六、营销品牌战略
- 七、可持续发展战略

第二节 对我国生态旅游品牌的战略思考

- 一、生态旅游品牌的重要性

二、生态旅游实施品牌战略的意义

三、生态旅游企业品牌的现状分析

四、我国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

第三节 生态旅游经营策略分析

一、生态旅游产品市场策略

二、生态旅游市场创新策略

三、品牌定位与品类规划

四、生态旅游新产品差异化战略

第四节 生态旅游行业投资战略研究

一、2017-2022年生态旅游行业投资战略

二、2017-2022年行业投资战略

图表目录

图表 生态旅游行业产品的分类

图表 生态旅游行业成长周期图

图表 2015年GDP初步核算数据

图表 2015年GDP环比和同比增长速度

图表 2013-2016年我国GDP季度累计增长图

图表 2015-2016年我国消费价格指数增长趋势图

图表 2016年我国居民人均收入情况

图表 2016年我国旅游行业消费收入

图表 2016年生态旅游行业市场集中度

图表 2011-2016年我国居民恩格尔系数情况

图表 2016年生态旅游占旅游行业百分比

图表 2016年生态旅游行业市场分布图

图表 2016年我国生态旅游供需对比

图表 2016年我国生态旅游行业景区数量

图表 2016年新疆生态旅游景区占全国比例

图表 2016年生态旅游产业机构图

图表 2016年生态旅游产品结构图

图表 2016年新疆生态旅游产品营业收入占生态旅游行业比例

图表 2017-2022新疆生态旅游行业市场规模预测

略……

详细请访问：<http://www.chinairr.org/report/R09/R0901/201706/05-232393.html>