

中国研学旅行市场发展现状分析与投资趋势预测报告（2023-2030年）

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《中国研学旅行市场发展现状分析与投资趋势预测报告（2023-2030年）》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://www.chinabaogao.com/baogao/202311/675846.html>

报告价格：电子版: 8200元 纸介版：8200元 电子和纸介版: 8500

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、研学旅行行业概述

研学旅行是一种将教育活动与旅游体验相结合的新型教育模式，它以立德树人、培养人才为根本目的，以学生的参与、互动、研究性学习为核心，以体验式素质教育为特征，以培养学生的综合素养和创新能力为目标。研学旅行作为新课程改革的产物，是素质教育践行的重要载体，也是教育现代化的重要内容。

近年来，随着国家对研学旅行的政策支持和社会对素质教育的需求，研学旅行在中小学得到了广泛开展和推进，呈现出如火如荼的发展态势。尤其是在小学阶段，研学旅行作为一种寓教于乐、寓乐于教的教育方式，更加符合小学生的特点和需求，能够有效地拓展小学生的知识视野、培养小学生的实践能力、激发小学生的创新思维、提升小学生的综合素质。

二、政策合力助推，研学旅行市场日渐火热

1、从中央到地方推出研学相关奖补政策和活动

近年来，国家愈发重视以研学等为载体的素质教育模式，教育部明确把研学旅行写到《中小学德育工作指南》里，并提出“年级的全覆盖和学生的全覆盖”要求，这意味着学生每年都要参加研学旅行。在一系列国家政策利好下，研学旅行蓬勃兴起，研学旅行活动越来越被学校和家长重视，自2016年来，海南、河南、云南、北京、广东等地相继跟进，明确提出各中小学要根据教育教学计划科学合理安排研学实践活动。

除了指导性政策，国家在研学旅行的时间、空间和资源方面都有更多支持，总体上前瞻性和指导性更强。从省级层面看，研学旅行、劳动实践等成为各地文旅、教育等领域推进“十四五”规划的重要内容；相关职能部门在基地营地评定、研学课程建设、指导师培养等方面的融合、联动、协同正在加强；省级政策的颗粒度更细更小。例如，对旅行社开发冬季研学类专项定制旅游线路和产品，对组织开展冬季研学旅游活动的单位或机构给予补贴；重点围绕支持文旅品牌创建、研学旅行产业等方面，针对研学营地星级创建，研学课程开发、研学活动举行等方面进行奖励支持等。

从中央到地方推出研学相关奖补政策和活动 政策/活动 介绍 中央专项彩票公益金 每年支持20个新增基地、32个营地开展研学实践活动。基地不超过150万元/个/年，营地不超过500万元/个/年。

研学旅行学生门票减免

多数研学旅行基地、旅游景区等推出针对性门票减免政策。基金会、企业等支持公益研学 共青团中央光华科技基金会发起设立育英青少年研学旅行公益基金，开启“中国制造2025”主题公益研学活动。蓝图公益基金会“带草原上的孩子看大海”研学活动，上海真爱梦想公益基金会“去远方”公益研学旅行项目...

基地营地建设补贴

淳安县《关于支持和鼓励发展研学旅行的指导意见》政府“请客”。各方参与“澳人食宿游”本地游项目增设“学生研学篇”，全澳中、小学生以及接受特殊教育的学生，可免费参与一次。

“1+X”研学旅行策划与管理(EEPM)职业技能等级证书统筹财政拨款、学费及其他事业收入等

办学经费。自2019年，试点院校近千所，申报学生人数超200000人。 研学旅行创新奖励江苏省旅行社企业创新发展奖补中设立“研学旅行奖”；

河南省对市县文化和旅游局进行研学旅行专项奖励。

研学企业接待人次、住宿晚数，年度营收阶梯式奖励和增量奖励《“引客入晋”奖补政策》，《集美区进一步促进“集美研学”发展若干措施》，《关于对在弋阳县开展研学游活动给予扶持奖励的方案》

资料来源：观研天下数据中心整理

2、政策支持下研学旅行市场逆势增长

随着国家大力推动素质教育的发展，鼓励学校开展研学旅行活动，叠加新一代父母教育理念革新。同时，AR、VR等新技术的应用也使得研学旅行的方式更加多样化，典型案例如城市传媒子公司数字时间深耕虚拟现实+研学领域，不断探索新技术应用、数字产品创新，在全国多省市科技馆、博物馆等场地实现虚拟现实项目落地；“科学大脑”VR主题科普研学和VR数字教育科普产品形成VR应用场景和服务教育新模式，累计在全国25个省市推广落地。这些因素共同催生研学旅行市场逆势增长：2021年研学旅行人数达494万人次，超过疫情前2019年的480万人次，2022年更是突破600万人次，创历史新高。

资料来源：观研天下整理

进入2023年，该趋势仍在延续，暑期更甚。大批中小學生及家长预约参观名校博物馆、校史馆，甚至校园内公共区域。北大、清华等高校开放日门票供不应求。学生们也纷纷报名参加博物馆、科技馆等文化场馆举办的寓教于乐的科普夏令营。根据马蜂窝统计，以博物馆为代表的知识文化类场所迎来大批亲子客群，“三星堆研学”热度涨幅高达

240%。根据同程旅行数据，7

月以来“研学”旅游搜索热度上涨

203%，超过亲子游大盘涨幅。在驴妈妈平台，暑期游研学产品预定量已超过 2019 年同期

。中华优秀传统文化研学旅游产品更受欢迎，无论是跟着课本打卡国内名山大川、人文古迹，或到全国各地博物馆参观“国宝”文物，都受到研学客群的热捧。在飞猪平台上，“研学游”搜索量同比去年暑期增长超2.3倍。故宫博物院、中国国家博物馆、军事博物馆、中国科学技术馆、北京天文馆等文博机构是人们最感兴趣的研学游目的地。

资料来源：同程旅行、观研天下整理

注：学生人群定义为订单中包含乘客年龄18-26周岁的会员。

民宿预订量的激增，也进一步体现了“研学游”的巨大热度。6月中旬以来，木鸟民宿平台上带有“亲子”关键词的民宿访问量增长显著，环比5月同期增长超4倍，按照当前预订增速，2023年暑期民宿订单有望达到2019年同期订单的3倍。从暑期民宿入住房型分布来看，适宜全家出游的两居室、三居室受到亲子用户喜爱，探访古建筑、参观博物馆、着汉服出游等体验后台咨询量迅速上涨。北京、上海、西安、南京、成都、武汉、青岛等文化底蕴丰富、便利

性高的都市旅游目的地民宿预订火爆。

3、各大企业积极布局暑期研学游产品

面对暑期研学游需求的集中释放，提供研学服务的企业，下游需求方学校、上游旅游、营地稀缺资源供应者旅游公司、地产公司，此外还有部分教育培训企业和留学中介也在积极布局暑期研学游产品。以旅游企业为例，途牛持续优化研学游产品形态和多样化产品供给，推出了包括研学夏令营、轻研学跨省游、本地博物馆研学游等丰富的产品组合，并针对境外亲子研学类需求，重点推出新加坡、英国等热门目的地的小众、深度、体验类研学产品；以教育培训企业为例，新东方成立了“新东方国际游学”品牌，推出国际游学、国内研学、营地教育三种线路活动；以出版企业为例，山东出版、中原传媒等国企出版公司已开始在研学赛道上布局并产生收入，提供研学实践、基地运营等综合性教育服务方案，构建课外教育消费场景。

出版行业各公司研学业务布局梳理	公司	业务名称	业务布局亮点
中原传媒数字文创研学中心	中原传媒	结合场馆特点，搭建课后延时服务课程体系，涵盖了科技与创新、戏剧表演等五个系列共14门课程。	推出“1堂全国示范课程+1堂省级示范课程+14堂地方特色课程+100堂精品课程”，以课程为向导，引导全省广大党员干部和中小學生坚定理想信念。
山东出版新铎文旅	山东出版	打造曲阜中华优秀传统文化国际研学实践教育营地(依托曲阜儒家文化源地、孔子故里头部IP优势，定位为立足山东、辐射全国、面向世界的国际中小学专业研学旅行营地)、沂蒙红色教育研学营地、日照新华爱书客1971研学营地等特色研学营地矩阵。	将中华优秀传统文化与现代科技发展相结合,通过文字、印刷、纸张、现代设备、实践等方式,让学生不仅学习到校本相关延伸课程；而且通过实践体验到优秀传统文化和科技创造的各种发展变化。
皖新传媒	皖新传媒	皖新研学	截至2023年9月，累计服务了4,000余所学校，带领125万中小學生开展全国研学活动。

资料来源：公司公告、东风新闻、红网等、观研天下数据中心整理

随着行业参与者逐渐增多，立足特色资源优势（如非遗、体育、科技、工业），大力发展研学旅行产业成为增长亮点。以工业研学为例，例如东阿阿胶、北汽、青岛啤酒、泸州老窖、首钢等各类工业制造企业陆续设立研学板块，既是跨界资源融合的再创新，也是产业间边界打开后带来的新增长功能。

总体来看，虽然专业研学机构在整个研学链条的资源、产品、渠道上均有积累，但于其对稀缺资源把控能力较弱、获客成本高导致产业链大多数利润被其他环节截取。一方面，产业链上游环节众多，专业研学机构利润不断被压低的同时还面临上游稀缺资源商对自身业务的蚕食；另一方面，下游学校自身通常与国际名校建立长期的合作关系，其研学的价格实惠，且容易获得家长的信赖，获客来源稳定且成本低。

观研天下分析师观点：大型综合游学集团具有规模优势和资源整合能力，未来有望在市场竞争中占据主导地位；而小而美的垂直领域公司则能够在特定领域或市场中提供专业、精细化

的服务，满足特定客户的需求。不具备规模优势和资源整合能力的中小机构可能会面临来自大型机构和新型机构的双重压力，生存空间将不断受到挤压。

三、研学旅行热潮下乱象渐起，行业亟待规范化治理

1、货不对板、游而不学、质次价高等问题频频出现

值得关注的是，由于研学旅行相关产业链正处于发育期，行业内企业短期内快速扩容，导致货不对板、游而不学、质次价高等问题频频出现。从线上问卷消费者反馈以及体验式调查来看，游而不学是当前最大的“通病”。有48.5%的消费者认为名校、博物馆打卡教育效果不佳，34.3%的消费者认为只游不学或只学不游，效果打折扣。主要原因可以归咎于两方面，一是目前的研学旅行市场上，研学企业、亲子游/冬夏令营机构、旅行业转型创业者等鱼龙混杂，他们大多缺乏对研学旅行教育意义和教学目标的系统思考，误把研学旅行当成夏令营活动，流于形式，所以陷入了“只游不学”的怪圈。二是当前一些热门的研学游“打卡地”，如清华、北大、故宫、长城等地往往涉及热门旅行城市的各类著名景点，这些景点虽然具有很高的知名度和吸引力，但往往过于注重旅游体验而忽视了学习效果，导致“只游不学”的现象出现。

资料来源：观研天下整理

还有近一半（45.7%）的消费者反映研学机构主要存在收费标准不一，市场混乱情况；37.4%的消费者认为存在虚假宣传的问题；也有消费者反映存在附加项目随意加价和二次收费等问题。这些均反映出当前研学旅行市场缺乏统一的标准和规范，导致不同企业的服务质量存在较大差异。此外，安全措施不到位，出行食宿无保证，研学师资存疑等问题也是研学旅行中常见的困扰。

资料来源：观研天下整理

观研天下分析师观点：考虑到当前热门研学地点的资源紧张，应开放周边的替代性资源，一些旅游资源较为丰富的地方，也不妨将当地教育、文化、体育和旅游资源有效整合，打造高质量“研学游”项目和相应实践基地，在提升当地旅游竞争力的同时，也有助于提升青少年综合素质。此外，一些科研院所、科研基地、高新技术企业及企业总部也可以考虑开放。

2、破解乱象需国家立法和行业规范共同发力

研学旅行是近年来新兴的教育模式和消费业态。目前，除推荐性国家标准外，暂无国家专门法律法规或规章予以规范。针对上述问题，当务之急是教育、人社、旅游和市场监管等部门应开展联合执法，取缔不合规的研学旅行项目，提醒家长在给孩子报名参加研学旅行活动时，不盲目跟风参与，要仔细查看合同主体、合同内容、合同责任等，并注意举办方的过往案例和评价信息。

其次，应尽快规范研学旅行收费标准，根据线路和研学项目内容等确定合理的价格，使研学旅行成为普通家庭能承受、普通学生能参与的正常活动。最后，还应尽快制定专门的法规或

规则，明确研学旅行的主管部门，规范研学旅行的组织和实施，从行业准入、活动安全、信用约束等方面加强研学旅行的监督和管理，破解当前研学旅行领域各种乱象。（LZC）

注：上述信息仅供参考，具体内容请以报告正文为准。

观研报告网发布的《中国研学旅行市场发展现状分析与投资趋势预测报告（2023-2030年）》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，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。

行业报告是业内企业、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。

【目录大纲】

第一章 2019-2023年中国研学旅行行业发展概述

第一节 研学旅行行业发展情况概述

- 一、研学旅行行业相关定义
- 二、研学旅行特点分析
- 三、研学旅行行业基本情况介绍
- 四、研学旅行行业经营模式
 - 1、生产模式
 - 2、采购模式
 - 3、销售/服务模式

五、研学旅行行业需求主体分析

第二节 中国研学旅行行业生命周期分析

- 一、研学旅行行业生命周期理论概述
- 二、研学旅行行业所属的生命周期分析

第三节 研学旅行行业经济指标分析

- 一、研学旅行行业的赢利性分析

- 二、研学旅行行业的经济周期分析
- 三、研学旅行行业附加值的提升空间分析

第二章 2019-2023年全球研学旅行行业市场发展现状分析

- 第一节 全球研学旅行行业发展历程回顾
- 第二节 全球研学旅行行业市场规模与区域分布情况
- 第三节 亚洲研学旅行行业地区市场分析
 - 一、亚洲研学旅行行业市场现状分析
 - 二、亚洲研学旅行行业市场规模与市场需求分析
 - 三、亚洲研学旅行行业市场前景分析
- 第四节 北美研学旅行行业地区市场分析
 - 一、北美研学旅行行业市场现状分析
 - 二、北美研学旅行行业市场规模与市场需求分析
 - 三、北美研学旅行行业市场前景分析
- 第五节 欧洲研学旅行行业地区市场分析
 - 一、欧洲研学旅行行业市场现状分析
 - 二、欧洲研学旅行行业市场规模与市场需求分析
 - 三、欧洲研学旅行行业市场前景分析
- 第六节 2023-2030年世界研学旅行行业分布走势预测
- 第七节 2023-2030年全球研学旅行行业市场规模预测

第三章 中国研学旅行行业产业发展环境分析

- 第一节 我国宏观经济环境分析
- 第二节 我国宏观经济环境对研学旅行行业的影响分析
- 第三节 中国研学旅行行业政策环境分析
 - 一、行业监管体制现状
 - 二、行业主要政策法规
 - 三、主要行业标准
- 第四节 政策环境对研学旅行行业的影响分析
- 第五节 中国研学旅行行业产业社会环境分析

第四章 中国研学旅行行业运行情况

- 第一节 中国研学旅行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 中国研学旅行行业市场规模分析

一、影响中国研学旅行行业市场规模的因素

二、中国研学旅行行业市场规模

三、中国研学旅行行业市场规模解析

第三节 中国研学旅行行业供应情况分析

一、中国研学旅行行业供应规模

二、中国研学旅行行业供应特点

第四节 中国研学旅行行业需求情况分析

一、中国研学旅行行业需求规模

二、中国研学旅行行业需求特点

第五节 中国研学旅行行业供需平衡分析

第五章 中国研学旅行行业产业链和细分市场分析

第一节 中国研学旅行行业产业链综述

一、产业链模型原理介绍

二、产业链运行机制

三、研学旅行行业产业链图解

第二节 中国研学旅行行业产业链环节分析

一、上游产业发展现状

二、上游产业对研学旅行行业的影响分析

三、下游产业发展现状

四、下游产业对研学旅行行业的影响分析

第三节 我国研学旅行行业细分市场分析

一、细分市场一

二、细分市场二

第六章 2019-2023年中国研学旅行行业市场竞争分析

第一节 中国研学旅行行业竞争现状分析

一、中国研学旅行行业竞争格局分析

二、中国研学旅行行业主要品牌分析

第二节 中国研学旅行行业集中度分析

一、中国研学旅行行业市场集中度影响因素分析

二、中国研学旅行行业市场集中度分析

第三节 中国研学旅行行业竞争特征分析

- 一、企业区域分布特征
- 二、企业规模分布特征
- 三、企业所有制分布特征

第七章 2019-2023年中国研学旅行行业模型分析

第一节 中国研学旅行行业竞争结构分析（波特五力模型）

- 一、波特五力模型原理
- 二、供应商议价能力
- 三、购买者议价能力
- 四、新进入者威胁
- 五、替代品威胁
- 六、同业竞争程度
- 七、波特五力模型分析结论

第二节 中国研学旅行行业SWOT分析

- 一、SOWT模型概述
- 二、行业优势分析
- 三、行业劣势
- 四、行业机会
- 五、行业威胁
- 六、中国研学旅行行业SWOT分析结论

第三节 中国研学旅行行业竞争环境分析（PEST）

- 一、PEST模型概述
- 二、政策因素
- 三、经济因素
- 四、社会因素
- 五、技术因素
- 六、PEST模型分析结论

第八章 2019-2023年中国研学旅行行业需求特点与动态分析

第一节 中国研学旅行行业市场动态情况

第二节 中国研学旅行行业消费市场特点分析

- 一、需求偏好
- 二、价格偏好
- 三、品牌偏好
- 四、其他偏好

第三节 研学旅行行业成本结构分析

第四节 研学旅行行业价格影响因素分析

一、供需因素

二、成本因素

三、其他因素

第五节 中国研学旅行行业价格现状分析

第六节 中国研学旅行行业平均价格走势预测

一、中国研学旅行行业平均价格趋势分析

二、中国研学旅行行业平均价格变动的影响因素

第九章 中国研学旅行行业所属行业运行数据监测

第一节 中国研学旅行行业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 中国研学旅行行业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 中国研学旅行行业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

第十章 2019-2023年中国研学旅行行业区域市场现状分析

第一节 中国研学旅行行业区域市场规模分析

一、影响研学旅行行业区域市场分布的因素

二、中国研学旅行行业区域市场分布

第二节 中国华东地区研学旅行行业市场分析

一、华东地区概述

二、华东地区经济环境分析

三、华东地区研学旅行行业市场分析

(1) 华东地区研学旅行行业市场规模

(2) 华南地区研学旅行行业市场现状

(3) 华东地区研学旅行行业市场规模预测

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、华中地区研学旅行行业市场分析

(1) 华中地区研学旅行行业市场规模

(2) 华中地区研学旅行行业市场现状

(3) 华中地区研学旅行行业市场规模预测

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、华南地区研学旅行行业市场分析

(1) 华南地区研学旅行行业市场规模

(2) 华南地区研学旅行行业市场现状

(3) 华南地区研学旅行行业市场规模预测

第五节 华北地区研学旅行行业市场分析

一、华北地区概述

二、华北地区经济环境分析

三、华北地区研学旅行行业市场分析

(1) 华北地区研学旅行行业市场规模

(2) 华北地区研学旅行行业市场现状

(3) 华北地区研学旅行行业市场规模预测

第六节 东北地区市场分析

一、东北地区概述

二、东北地区经济环境分析

三、东北地区研学旅行行业市场分析

(1) 东北地区研学旅行行业市场规模

(2) 东北地区研学旅行行业市场现状

(3) 东北地区研学旅行行业市场规模预测

第七节 西南地区市场分析

一、西南地区概述

二、西南地区经济环境分析

三、西南地区研学旅行行业市场分析

(1) 西南地区研学旅行行业市场规模

(2) 西南地区研学旅行行业市场现状

(3) 西南地区研学旅行行业市场规模预测

第八节 西北地区市场分析

一、西北地区概述

二、西北地区经济环境分析

三、西北地区研学旅行行业市场分析

(1) 西北地区研学旅行行业市场规模

(2) 西北地区研学旅行行业市场现状

(3) 西北地区研学旅行行业市场规模预测

第十一章 研学旅行行业企业分析（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、公司优势分析

第二节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

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

四、公司优势分析

第四节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优势分析

第五节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优势分析

第六节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优势分析

第七节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优势分析

第八节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优势分析

第九节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优势分析

第十节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优势分析

第十二章 2023-2030年中国研学旅行行业发展前景分析与预测

第一节 中国研学旅行行业未来发展前景分析

一、研学旅行行业国内投资环境分析

二、中国研学旅行行业市场机会分析

三、中国研学旅行行业投资增速预测

第二节 中国研学旅行行业未来发展趋势预测

第三节 中国研学旅行行业规模发展预测

一、中国研学旅行行业市场规模预测

二、中国研学旅行行业市场规模增速预测

三、中国研学旅行行业产值规模预测

四、中国研学旅行行业产值增速预测

五、中国研学旅行行业供需情况预测

第四节 中国研学旅行行业盈利走势预测

第十三章 2023-2030年中国研学旅行行业进入壁垒与投资风险分析

第一节 中国研学旅行行业进入壁垒分析

一、研学旅行行业资金壁垒分析

二、研学旅行行业技术壁垒分析

三、研学旅行行业人才壁垒分析

四、研学旅行行业品牌壁垒分析

五、研学旅行行业其他壁垒分析

第二节 研学旅行行业风险分析

一、研学旅行行业宏观环境风险

二、研学旅行行业技术风险

三、研学旅行行业竞争风险

四、研学旅行行业其他风险

第三节 中国研学旅行行业存在的问题

第四节 中国研学旅行行业解决问题的策略分析

第十四章 2023-2030年中国研学旅行行业研究结论及投资建议

第一节 观研天下中国研学旅行行业研究综述

一、行业投资价值

二、行业风险评估

第二节 中国研学旅行行业进入策略分析

一、行业目标客户群体

二、细分市场选择

三、区域市场的选择

第三节 研学旅行行业营销策略分析

- 一、研学旅行行业产品策略
 - 二、研学旅行行业定价策略
 - 三、研学旅行行业渠道策略
 - 四、研学旅行行业促销策略
- 第四节 观研天下分析师投资建议

详细请访问：<http://www.chinabaogao.com/baogao/202311/675846.html>