

2018年中国青少年修学旅游市场分析报告- 行业深度调研与投资前景预测

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年中国青少年修学旅游市场分析报告-行业深度调研与投资前景预测》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/lyyou/339644339644.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

2014年8月21日，国务院印发《关于促进旅游业改革发展的若干意见》，在《意见》中将研学旅行单独作为一条，首次明确提出，把其作为青少年爱国主义和革命传统教育、国情教育的重要载体，纳入中小學生日常德育、美育、体育教育的范畴，并对研学旅行的管理、基地的建设提出了明确要求。从政策层面进一步指明了修学旅游的发展方向。

一、我国修学旅游市场发展的现状分析

作为一项有特色和有意义的专项旅游项目，修学旅游呈现出进出两旺的势头。首先是入境修学旅游。很长时间来是我国最具活力和潜力的黄金旅游市场之一。其次是出境修学旅游。是近年来我国修学旅游市场的热门产品和热议话题。它以中小學生为主体，目的地以英国、美国等英语国家为主，到日本、韩国、新加坡的也不在少数，多由旅行社组织和留学中介机构，以学习英语会话、感受外国高等教育等内容为卖点，目的大多为学生将来出国留学做准备，这类游学活动的盈利目的性较强，因而活动本身的修学含量普遍不高，游多学少，而且费用较高，变成了贵族消费项目，难以大众化普及，背离了修学旅游的原原本本价值取向。最后是国内修学旅游。随着我国教育模式由“应试教育”向“素质教育”的转变，国内修学旅游作为一种传统而现代的素质教育手段被广泛关注，正在逐渐兴起和推广。

图表：修学旅游

图表来源：公开资料整理

二、我国青少年修学旅游市场存在的问题

（一）缺乏政策支持，2008年广东省率先把修学旅游列为中小学必修课，写进教学大纲，具体推动的 implements 尚在探讨拟定中。目前国家从政策层面提出了研学的概念，但是具体实施措施没有出台。

（二）修学旅游项目和产品缺乏规范的设计，不论从理念层面的确立，具体项目的设计，还是实施规划的方案，我们都应该从国家战略层面、国民素质教育和国家人力资源开发的高度谋划我国的国内修学旅游。

（三）修学旅游的广度和深度不够，广度指修学旅游行为的空间跨度，我国现有的中小学修学旅游项目基本以春游、科普参观、第二课堂兴趣活动为主，跨市甚至跨省的修学旅游少见报道；深度是指修学旅游设计对修学者素质影响的深远考虑，体现在各个层面和方面，就项目设计而言，应该摆脱单调、浅薄，流于形式的现状，尽管近年开发了爱心扶贫游、动漫游等多种新形式，但是我们还可以象国外那样更直接的把政治、经济、文化、职业体验和导向等内容融合其中，深度的另一方面是指项目深入的参与性、深刻的体验性以及深远的持续性。

（四）修学旅游设计主体资质良莠不齐。除了旅游公司外，各培训机构，教育机构，中介服务机构等均涉足修学旅游市场，没有形成专业化的产品标准和质量标准。

三、对青少年修学旅游市场发展策略的建议

青少年修学旅游项目运作得好可以形成一个独特的品牌，例如夏令营，美国的“童子军”等。但是，当前修学旅游产品存在的主要问题除了行程成人化，还有产品卖点怪异，服务质量不高，安全无保障等问题，这些问题大大地破坏了修学旅游市场的健康成长。因此，发展青少年修学旅游市场，首先要在产品上做文章，做到产品设计主题化，服务程序标准化，市场宣传透明化，安全保证制度化。建议发展青少年旅游市场的具体策略如下：

（一）修学旅游产品设计需突出教育元素。产品设计要全面考虑青少年旅游者的需求，避免产品设计成人化；可推出适合家庭修学旅游的产品，让家长和孩子能共同参与。修学旅游产品要突出教育元素，为青少年设计一些培训项目或吃苦为主题的活动，培养青少年的运动技能和生存技能，还有锻炼青少年的心理素质和独立意识的活动，真正实现通过旅游锻炼青少年的目的。

（二）修学旅游产品价格需平衡项目与价格竞争力。目前国内修学旅游的消费主体为大中城市的青少年，这个群体占整个青少年旅游市场的85%以上，修学旅游的消费层次呈现出向相对多层次、高层次转变的特点。同时修学旅游产品逐步细分化也是大势所趋，如科普旅游夏令营就可细分为植物科普夏令营，气象科普夏令营，海洋生物夏令营等。对于教育旅游产品的设计者来讲，产品活动的项目不宜贪多求大，因为一旦价格高出消费者的预期，再好的产品也无法顺利地进入市场。

（三）修学旅游产品营销渠道选择应多元化。修学旅游产品因其特殊性，市场营销针对性也强，过去渠道选择多与教育机构等部门联系。随着国家对研学旅游的支持，以及大众旅游时代的来临，散客旅游、家庭旅游成为新的趋势。修学旅游的渠道选择应与互联网及移动互联网连接，将修学旅游产品的渠道广度打开，培育市场，形成品牌。

（四）修学旅游产品的促销应突出新奇性和安全性。众所周知，青少年的安全对于家长来说是至关重要的。一个全新主题的修学旅游产品会获得广大消费者的眼球，但是在追求项目新奇性的同时，一定要注意青少年身体素质和心理素质的锻炼，在进行带有一定危险性项目的同时，一定要有严密的安全保障措施，以确保项目新奇性和安全性的平衡。这一点对于以拓展能力为主要教育旅游项目来说更显尤为重要。

（五）规范修学游旅游市场促进修学旅游市场的发展。从制度层面设立修学游企业的准入机制，建立若干个修学游示范基地，评定一批修学游星级旅行社，培养一批专业的修学游导游队伍，规范修学游市场才是修学游发展的有力保证。

资料来源：公开资料，观研天下整理，转载请注明出处

观研天下发布的《2018年中国青少年修学旅游市场分析报告-行业深度调研与投资前景预测》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、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年中国修学旅游 行业发展概述

第一节 修学旅游 行业发展情况概述

- 一、修学旅游 行业相关定义
- 二、修学旅游 行业基本情况介绍
- 三、修学旅游 行业发展特点分析

第二节 中国修学旅游 行业上下游产业链分析

- 一、产业链模型原理介绍
- 二、修学旅游 行业产业链条分析
- 三、中国修学旅游 行业产业链环节分析
 - 1、上游产业
 - 2、下游产业

第三节 中国修学旅游 行业生命周期分析

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

第四节 修学旅游 行业经济指标分析

- 一、修学旅游 行业的赢利性分析
- 二、修学旅游 行业的经济周期分析
- 三、修学旅游 行业附加值的提升空间分析

第五节 国中修学旅游 行业进入壁垒分析

- 一、修学旅游 行业资金壁垒分析
- 二、修学旅游 行业技术壁垒分析
- 三、修学旅游 行业人才壁垒分析
- 四、修学旅游 行业品牌壁垒分析
- 五、修学旅游 行业其他壁垒分析

第二章 2016-2018年全球修学旅游 行业市场发展现状分析

第一节 全球修学旅游 行业发展历程回顾

第二节 全球修学旅游 行业市场区域分布情况

第三节 亚洲修学旅游 行业地区市场分析

- 一、亚洲修学旅游 行业市场现状分析
- 二、亚洲修学旅游 行业市场规模与市场需求分析
- 三、亚洲修学旅游 行业市场前景分析

第四节 北美修学旅游 行业地区市场分析

- 一、北美修学旅游 行业市场现状分析
- 二、北美修学旅游 行业市场规模与市场需求分析
- 三、北美修学旅游 行业市场前景分析

第五节 欧盟修学旅游 行业地区市场分析

- 一、欧盟修学旅游 行业市场现状分析
- 二、欧盟修学旅游 行业市场规模与市场需求分析
- 三、欧盟修学旅游 行业市场前景分析

第六节 2018-2024年世界修学旅游 行业分布走势预测

第七节 2018-2024年全球修学旅游 行业市场规模预测

第三章 中国修学旅游 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、全社会消费品修学旅游 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 中国修学旅游 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 中国修学旅游 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 中国修学旅游 行业运行情况

第一节 中国修学旅游 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 中国修学旅游 行业市场规模分析

第三节 中国修学旅游 行业供应情况分析

第四节 中国修学旅游 行业需求情况分析

第五节 中国修学旅游 行业供需平衡分析

第六节 中国修学旅游 行业发展趋势分析

第五章 中国修学旅游 所属行业运行数据监测

第一节 中国修学旅游 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 中国修学旅游 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 中国修学旅游 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年中国修学旅游 市场格局分析

第一节 中国修学旅游 行业竞争现状分析

一、中国修学旅游 行业竞争情况分析

二、中国修学旅游 行业主要品牌分析

第二节 中国修学旅游 行业集中度分析

一、中国修学旅游 行业市场集中度分析

二、中国修学旅游 行业企业集中度分析

第三节 中国修学旅游 行业存在的问题

第四节 中国修学旅游 行业解决问题的策略分析

第五节 中国修学旅游 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年中国修学旅游 行业需求特点与价格走势分析

第一节 中国修学旅游 行业消费特点

第二节 中国修学旅游 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 修学旅游 行业成本分析

第四节 修学旅游 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 中国修学旅游 行业价格现状分析

第六节 中国修学旅游 行业平均价格走势预测

一、中国修学旅游 行业价格影响因素

二、中国修学旅游 行业平均价格走势预测

三、中国修学旅游 行业平均价格增速预测

第八章 2016-2018年中国修学旅游 行业区域市场现状分析

第一节 中国修学旅游 行业区域市场规模分布

第二节 中国华东地修学旅游 市场分析

- 一、华东地区概述
- 二、华东地区经济环境分析
- 三、华东地区修学旅游 市场规模分析
- 四、华东地区修学旅游 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、华中地区修学旅游 市场规模分析
- 四、华中地区修学旅游 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、华南地区修学旅游 市场规模分析

第九章 2016-2018年中国修学旅游 行业竞争情况

第一节 中国修学旅游 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 中国修学旅游 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 中国修学旅游 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 修学旅游 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年中国修学旅游 行业发展前景分析与预测

第一节中国修学旅游 行业未来发展前景分析

- 一、修学旅游 行业国内投资环境分析
- 二、中国修学旅游 行业市场机会分析
- 三、中国修学旅游 行业投资增速预测

第二节中国修学旅游 行业未来发展趋势预测

第三节中国修学旅游 行业市场发展预测

- 一、中国修学旅游 行业市场规模预测
- 二、中国修学旅游 行业市场规模增速预测
- 三、中国修学旅游 行业产值规模预测
- 四、中国修学旅游 行业产值增速预测
- 五、中国修学旅游 行业供需情况预测

第四节中国修学旅游 行业盈利走势预测

- 一、中国修学旅游 行业毛利润同比增速预测
- 二、中国修学旅游 行业利润总额同比增速预测

第十二章 2018-2024年中国修学旅游 行业投资风险与营销分析

第一节 修学旅游 行业投资风险分析

- 一、修学旅游 行业政策风险分析
- 二、修学旅游 行业技术风险分析
- 三、修学旅游 行业竞争风险分析
- 四、修学旅游 行业其他风险分析

第二节 修学旅游 行业企业经营发展分析及建议

- 一、修学旅游 行业经营模式
- 二、修学旅游 行业销售模式
- 三、修学旅游 行业创新方向

第三节 修学旅游 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年中国修学旅游 行业发展策略及投资建议

第一节 中国修学旅游 行业品牌战略分析

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

第二节 中国修学旅游 行业市场的重点客户战略实施

- 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 中国修学旅游 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年中国修学旅游 行业发展策略及投资建议

第一节中国修学旅游 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 中国修学旅游 行业定价策略分析

第三节中国修学旅游 行业营销渠道策略

一、修学旅游 行业渠道选择策略

二、修学旅游 行业营销策略

第四节中国修学旅游 行业价格策略

第五节 观研天下行业分析师投资建议

一、中国修学旅游 行业重点投资区域分析

二、中国修学旅游 行业重点投资产品分析

图表详见正文（GYJPZQ）

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/lyyou/339644339644.html>