中国生态旅游行业发展深度分析及投资前景预测报告(2026-2031版)

报告简介

生态旅游农业可定义为，利用现代科学技术运用生态学环境美学的相关方法，结合现代农业资源的开发，通过科学的、人性化的规划设计及建设，将乡村景观、农业资源及文化风貌等整合人乡村生态旅游中，向游客们提供高质量、富有乡村气息的旅游服务。可以说，生态旅游农业是现代农业系统与时尚旅游相结合的新兴产业。所以生态旅游农业的发展重点在于保护乡村农业天然的生态系统,并结合旅游行业的需求进行开发,以吸引游客前来观光旅游。从世界各国的生态旅游农业发展状况来看，发达国家生态旅游农业发展得更为迅速、成效更为明显。

当前，我国生态旅游发展形势喜人，无论从政策、产业，还是学术研究来看，生态旅游的发展都获得了更多的支持、更大的投入、更加深入的研究和实践。生态旅游是实现可持续旅游的一种发展模式，比大众旅游更注重对当地自然和文化的保护、更注重对旅游者的教育，消费高于国内大众旅游的消费水平，是高层次的旅游活动。是一种文明的出行，是一种怀着对大自然敬意，与自然和谐相处的人文行动。

我国生态旅游发展至今，由于受各方面因素的影响，生态旅游产业虽然还不能进行独立核算和统计产业体量，但生态旅游产业的特色和规模已经形成。此外，生态旅游发展带动了就业增收能力，目前生态旅游已成为农民脱贫增收的新渠道，更成为推动地方经济转型升级、促进消费的新引擎，对地方社会经济的带动作用日益明显。

在我国，生态旅游的利益相关者主要为生态旅游者、当地社区、政府或行政机构和旅游经营者、其他产业部门以及NGO组织。生态旅游产出的效益在各利益相关之间实现合理分配，是一个动态的作用过程。各利益相关者依赖各自掌握的资源，对其他各方施加作用，最终各取所需。处理各利益相关者之间作用关系是生态旅游管理的主要内容，也是关系其成败的关键。利益分配的动态过程始终贯穿在生态旅游管理的框架之中，其中政府的协调与调控作用是不可或缺的。生态旅游已成为实现生态保护、旅游发展、环境教育及社区发展等多重目标的一种最佳手段。

通过开展生态旅游，可以带动当地社区相关产业的发展和多重经济的繁荣，从而减轻社区居民对当地资源的依赖。实践活动表明，社区生态旅游作为一项生计策略已经产生了显著的生计结果，但同时还具有很大的提升空间。

本研究咨询报告由北京中道泰和信息咨询有限公司领衔撰写，在大量周密的市场调研基础上，主要依据了国家统计局、国家旅游局、国家商务部、国家发改委、国务院发展研究中心、国家交通运输部、世界旅游组织、中国旅游协会、中国旅游景区协会、中国旅行社协会、51行业报告网、全国及海外多种相关报刊杂志以及专业研究机构公布和提供的大量资料，对中国生态旅游及各子行业的发展状况、上下游行业发展状况、市场供需形势与技术等进行了分析，并重点分析了中国生态旅游行业发展状况和特点，以及中国生态旅游行业将面临的挑战、企业的发展策略等。报告还对全球的生态旅游行业发展态势作了详细分析，并对生态旅游行业进行了趋向研判，是生态旅游经营企业，科研，投资机构等单位准确了解目前生态旅游业发展动态，把握企业定位和发展方向不可多得的精品。

报告目录

第一部分 产业环境透视

第一章 生态旅游行业发展综述

第一节 生态旅游行业定义及分类

一、生态旅游的概念

二、生态旅游的目的

三、生态旅游的起源

四、生态旅游的分类

五、生态旅游的意义

第二节 生态旅游行业产业链分析

一、产业链结构分析

二、主要环节的增值空间

三、与上下游行业之间的关联性

四、生态旅游行业相关产业分析

1、生态旅游地产项目开发成本构成

2、酒店行业发展状况及影响

3、餐饮行业发展状况及影响

4、旅游服务行业发展状况及影响

5、电子商务行业发展状况及影响

第二章 生态旅游行业市场环境及影响分析（pest）

第一节 生态旅游行业政治法律环境(p)

一、行业管理体制分析

二、行业主要法律法规

1、《旅行社条例》

2、《旅游景区质量等级管理办法》

3、《旅游行政处罚办法》

4、《中国公民出国旅游管理办法》

5、《导游人员管理条例》

6、《大陆居民赴台湾地区旅游管理办法》

三、生态旅游行业标准

1、《旅行社服务质量赔偿标准》

2、《旅游景区质量等级评定与划分》

3、《旅游饭店星级的划分及评定》

四、行业相关发展规划

1、国务院关于加快发展生态旅游业的意见

2、中国旅游业“十三五”发展规划

五、政策环境对行业的影响

第二节 行业经济环境分析(e)

一、宏观经济形势分析

二、宏观经济环境对行业的影响分析

第三节 行业社会环境分析(s)

一、生态旅游产业社会环境

二、社会环境对行业的影响

三、生态旅游产业发展对社会发展的影响

第四节 行业技术环境分析(t)

一、技术嵌入及生态旅游产品开发

二、生态旅游技术发展水平

三、太空生态旅游技术已经成熟

四、旅行社信息化技术分析

第三章 国际生态旅游行业发展分析及经验借鉴

第一节 全球生态旅游市场总体情况分析

一、全球生态旅游行业的发展特点

二、世界生态旅游业发展步伐持续加快

三、绿色生态旅游成为亮点

四、世界生态旅游业动态分析

第二节 全球重点生态旅游项目市场分析

一、美洲生态旅游

1、美洲国家生态旅游资源及景点分布

2、美洲生态旅游游客人次及重点生态旅游景点分布

3、美洲未开放生态旅游国受关注

二、欧洲生态旅游

1、欧洲国家生态旅游资源及景点分布

2、欧洲生态旅游游客人次及重点生态旅游景点分布

3、平均住宿预算：欧洲各国落差大

4、欧洲生态旅游假期平均值及住宿开销

三、亚洲生态旅游

1、亚洲国家生态旅游资源及景点分布

2、亚洲生态旅游游客人次及重点生态旅游景点分布

3、影响亚洲生态旅游业未来的宏观趋势分析

4、亚洲生态旅游发展下一步规划远景

第二部分 行业深度分析

第四章 中国生态旅游行业运行现状分析

第一节 中国生态旅游行业发展状况分析

一、中国生态旅游行业发展阶段

二、中国生态旅游行业发展总体概况

三、传统生态旅游产业模式存在的问题

四、中国生态旅游业发展需要市场力量

五、生态旅游业的商业模式

1、生态旅游供给模式

2、生态旅游商业形态

3、生态旅游产业组织

六、网络旅游市场的商业模式

1、在线旅游市场主流商业模式

2、旅游商品o2o模式

3、在线旅游需要商业模式创新

第二节 生态旅游行业发展现状

一、中国生态旅游行业市场规模

二、中国生态旅游行业发展分析

1、中国生态旅游业发展的特点

2、中国生态旅游业进入快速发展时期

3、生态旅游业与环境的发展关系

4、生态旅游环境承载力研究分析

第三节 生态旅游市场情况分析

一、中国生态旅游市场总体概况

二、中国生态旅游服务市场发展分析

三、生态旅游产业链下游市场发展现状

第四节 中国生态旅游资源开发中的经济学分析

一、生态旅游资源开发作为产品的经济学特征

二、生态旅游资源开发的效率机制

三、生态旅游资源开发中政府的合理定位

第五节 中国生态旅游业面临的挑战与策略应对

一、中国生态旅游资源的产权问题分析

二、应构建中国现代生态旅游资源产权制度

三、中国生态旅游业持续发展需注意的问题

第五章 中国生态旅游行业整体运行指标分析

第一节 中国生态旅游行业总体规模分析

一、企业数量结构分析

二、行业市场规模分析

三、中国生态旅游景区资源分布

四、主要景区生态旅游人次规模及收入

第二节 国内生态旅游市场分析

一、国内生态旅游人数

二、国内生态旅游综合经营收入

三、国内生态旅游人均花费

第三节 入境生态旅游市场发展分析

一、入境生态旅游客源情况

二、客源结构分析

三、客源入境方式

四、入境生态旅游目的

五、年龄及性别结构

六、入境生态旅游过夜游客数

第四节 出境游市场统计分析

一、中国出境游人次规模及目的地分布统计

二、中国因公与因私出境游人次规模统计

三、经旅行社组织出境游人次规模统计

第六章 2026-2031年中国生态旅游市场供需形势分析

第一节 中国国内生态旅游市场发展分析

一、中国国内生态旅游概况

1、国内生态旅游人数

2、国内生态旅游收入

3、国内生态旅游人均花费

二、国内生态旅游的发展特征

1、节假日生态旅游进一步集中

2、一日游占主导地位

3、观光游仍是主体

4、区域生态旅游热点更加凸显

三、中国国内生态旅游市场发展预测

第二节 中国黄金周生态旅游市场发展分析

一、“十一”黄金周生态旅游市场发展分析

1、“十一”黄金周生态旅游人数

2、“十一”黄金周生态旅游收入

二、春节黄金周生态旅游市场发展分析

1、春节黄金周生态旅游人数

2、春节黄金周生态旅游收入

第三节 中国生态旅游业“走出去”机遇分析

一、生态旅游子行业海外市场扩张现状

1、生态旅游景区海外市场扩张现状

2、酒店业海外市场扩张现状

3、餐饮业海外市场扩张现状

4、旅行社海外市场扩张现状

二、生态旅游业海外扩张存在问题

三、未来海外市场前景展望

四、行业海外扩张对策建议

第四节 城乡居民生态旅游消费分析

一、城乡居民收入分析

1、城乡居民收入情况

2、居民收入与生态旅游消费相关性分析

二、城乡居民生态旅游消费分析

1、城乡居民出游率变化

2、城乡居民人均生态旅游消费情况

3、城乡居民出游目的分析

第五节 生态旅游市场消费格局

一、生态旅游市场总体消费格局

1、生态旅游市场高、中、低端协同发展

2、高、中、低端生态旅游市场特点及细分市场情况

二、高端生态旅游市场分析

1、度假游市场分析

2、出境生态旅游市场分析

3、商务会展游市场分析

三、中端生态旅游市场分析

1、休闲度假游市场分析

2、自驾游市场分析

3、自由行市场分析

四、低端生态旅游市场分析

第三部分 市场全景调研

第七章 中国主要类型生态旅游细市场分析及预测

第一节 主要类型生态旅游市场分析预测

一、森林休憩生态游市场分析预测

1、森林休憩生态游技术发展进程

2、森林休憩生态游市场规模分析

3、森林休憩生态游市场结构分析

4、森林休憩生态游市场竞争格局

5、森林休憩生态游市场趋势预测

二、草原风情生态游市场分析预测

1、草原风情生态游发展现状

2、草原风情生态游市场结构分析

3、草原风情生态游发展模式与目标

4、草原风情生态游发展趋势预测

三、湿地观鸟生态游市场分析预测

1、湿地观鸟生态游发展现状

2、湿地观鸟生态游主要区域分布

3、湿地观鸟生态游产业集群特征分析

4、湿地观鸟生态游市场竞争格局

5、湿地观鸟生态游发展趋势预测

四、沙漠探险生态游市场分析预测

1、沙漠探险生态游技术发展进程

2、沙漠探险生态游市场规模分析

3、沙漠探险生态游市场竞争格局

4、沙漠探险生态游市场趋势预测

五、农业体验生态游市场分析预测

1、农业体验生态游发展现状分析

2、农业体验生态游市场规模分析

3、农业体验生态游市场集中区域

4、农业体验生态游主要模式分析

5、农业体验生态游市场趋势预测

六、海洋度假生态游市场分析预测

1、海洋度假生态游主要形式

2、海洋度假生态游市场集中区域

3、海洋度假生态游市场发展现状

4、海洋度假生态游市场趋势预测

第二节 不同出行方式旅游市场分析预测

一、自驾旅游市场分析预测

1、自驾旅游发展速度惊人

2、中国自驾游发展的环境与条件

3、自驾游成旅游消费新亮点

4、短途自驾游成出游新趋势

二、组团旅游市场分析预测

1、组团旅游市场发展现状

2、组团旅游的优劣势分析

3、组团旅游的市场亮点

4、组团旅游成老年人旅游的主要选择

三、其他出行方式旅游市场分析预测

第八章 中国生态旅游景区发展现状及经营模式分析

第一节 生态旅游景区基本情况

一、中国景区资源规模

二、中国的世界遗产

三、中国5a级生态旅游景区分析

第二节 生态旅游景区数量规模

一、自然类的生态旅游景区规模

二、人文类的生态旅游景区规模

第三节 生态旅游景区经营情况

一、接待游客数量

二、营业收入规模

三、门票收入情况

四、新兴生态旅游景区发展情况

第四节 生态旅游景区结构特征

第五节 中国生态景区经营模式分析

一、政府配置模式

二、市场配置模式

三、“景政合一”模式

四、国家公园模式

第六节 中国景区收益管理策略分析

第七节 中国景区管理问题及对策

第八节 中国生态旅游消费变化趋势分析

一、生态旅游消费群体变化

二、生态旅游消费功能变化

三、生态旅游消费结构变化

第九节 景区营销策略

一、景区产品科学定位

二、景区产品组合

三、景区如何选择市场

四、同区域的联合营销

五、景区的深度开发

第九章 生态旅游业市场消费者分析

第一节 中国部分生态旅游市场细分及消费者分析

一、商务生态旅游市场消费者分析

二、民俗生态旅游市场消费者分析

三、女性生态旅游消费市场现状浅析

四、大学生生态旅游市场现状分析

第二节 第四代旅游与民族文化

一、第四代乡村旅游的产生

二、国内外民俗文化旅游开发模式

三、民俗文化旅游开发的原则

四、民俗文化旅游开发的内容选择

第三节 生态旅游消费者类型分析

一、观光型生态旅游者

二、娱乐消遣型生态旅游者

三、度假保健型生态旅游者

四、文化教育型生态旅游者

五、宗教型生态旅游者

六、寻根、探亲、访友型生态旅游者

七、购物型生态旅游者

八、商务/公务型生态旅游者

九、生态/探险型生态旅游者

第四节 体验经济时代的生态旅游消费者行为特点

一、生态旅游消费需求向高端转移

二、情感需求的比重增加

三、个性化产品服务受欢迎

四、从产品本身转移到消费体验

五、对文化生态旅游产品的需求上升

六、绿色生态旅游需求的呼声越来越高

第五节 游客的生态旅游地选择与购买决策模型分析

一、生态旅游地选择与决策过程

二、影响游客的选择的主要因素

三、典型案例分析

第六节 影响城市居民国内生态旅游需求的因素

一、城市居民生态旅游需求概述

二、城市居民国内生态旅游需求影响因素指标的选择

三、城市居民国内生态旅游需求影响因素的量化研究

第七节 中国生态旅游消费市场的流行趋势

一、游客逐渐分化呈现多个层次

二、漫游式度假休闲渐成大趋势

三、在线规划使出行意识更成熟

四、文化宗教类项目成为新主题

第四部分 竞争格局分析

第十章 生态旅游行业领先企业经营形势分析

第一节 中国生态旅游企业总体发展状况分析

一、生态旅游企业主要类型

二、生态旅游企业资本运作分析

三、生态旅游企业创新及品牌建设

第二节 中国领先生态旅游企业经营形势分析

一、杭州千岛湖红星文化度假村有限公司

1、企业发展概况

2、企业经营情况

3、企业业务收入结构

4、企业经营模式分析

5、企业合作机构分析

6、企业发展布局分析

二、四川九寨鲁能生态旅游投资开发有限公司

1、企业发展概况

2、企业经营情况

3、企业业务收入结构

4、企业经营模式分析

5、企业合作机构分析

6、企业发展布局分析

三、长白山旅游股份有限公司

1、企业发展概况

2、企业经营情况

3、企业业务收入结构

4、企业经营模式分析

5、企业合作机构分析

6、企业发展布局分析

四、青海省青海湖旅游集团有限公司

1、企业发展概况

2、企业经营情况

3、企业业务收入结构

4、企业经营模式分析

5、企业合作机构分析

6、企业发展布局分析

五、武夷山福旅生态旅游有限公司

1、企业发展概况

2、企业经营情况

3、企业业务收入结构

4、企业经营模式分析

5、企业合作机构分析

6、企业发展布局分析

六、西藏天域旅游投资股份有限公司

1、企业发展概况

2、企业经营情况

3、企业业务收入结构

4、企业经营模式分析

5、企业合作机构分析

6、企业发展布局分析

七、迪庆州旅游集团有限公司

1、企业发展概况

2、企业经营情况

3、企业业务收入结构

4、企业经营模式分析

5、企业合作机构分析

6、企业发展布局分析

八、贵州梵净谷旅游开发有限公司

1、企业发展概况

2、企业经营情况

3、企业业务收入结构

4、企业经营模式分析

5、企业合作机构分析

6、企业发展布局分析

九、湖北神农架旅游发展股份有限公司

1、企业发展概况

2、企业经营情况

3、企业业务收入结构

4、企业经营模式分析

5、企业合作机构分析

6、企业发展布局分析

十、宁夏农垦集团有限公司

1、企业发展概况

2、企业经营情况

3、企业业务收入结构

4、企业经营模式分析

5、企业合作机构分析

6、企业发展布局分析

第五部分 发展前景展望

第十一章 2026-2031年生态旅游行业前景及趋势预测

第一节 生态旅游产业融合投资前景

一、生态旅游产业融合概述

二、文化生态旅游产业融合投资前景

1、政策支持力度分析

2、文化生态旅游投资项目成功案例调研

3、文化生态旅游项目投资区域分析

三、购物休闲游产业融合投资前景

1、中国居民生态旅游消费中购物消费倾向

2、免税购物休闲生态旅游投资前景

四、其他生态旅游产业融合投资前景

1、会展生态旅游投资前景

2、健康养生生态旅游投资前景

第二节 影响未来几年生态旅游市场发展的重要因素

一、低端劳动力收入水平快速上升

二、高铁网络逐步贯通

三、中西部景区生态旅游政策支持

四、人民币趋势性升值

五、生态旅游业景气度高增长

1、生态旅游人数将加速增长

2、人均生态旅游花费将持续增长

3、居民生态旅游消费倾向将提升

六、二、三线景区及中档酒店发展前景更好

七、生态旅游业子行业投资分析

1、景区经营

2、酒店经营

3、旅行社

第十二章 生态旅游行业投资机会与风险防范

第一节 2026-2031年生态旅游行业投资机会

一、产业链投资机会

二、细分市场投资机会

三、重点区域投资机会

四、生态旅游行业投资机遇

五、生态旅游业重点关注企业

六、互联网+生态旅游行业市场前景及投资机会分析

第二节 2026-2031年生态旅游行业投资风险及防范

一、政策风险及防范

二、技术风险及防范

三、供求风险及防范

四、宏观经济波动风险及防范

五、关联产业风险及防范

第三节 中国生态旅游行业发展建议

一、生态旅游行业未来发展方向

二、生态旅游行业主要投资建议

三、中国生态旅游企业融资分析

四、中国企业投资方向展望

第六部分 发展战略研究

第十三章 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、区域战略规划

三、产业战略规划

四、营销品牌战略

五、竞争战略规划

第二节 对中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、中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、生态旅游市场细分策略

二、生态旅游市场创新策略

三、品牌定位与品类规划

第四节 生态旅游行业投资战略研究

一、2026-2031年生态旅游行业投资战略

二、2026-2031年旅行社投资战略

三、2026-2031年生态旅游景区投资战略

四、2026-2031年生态旅游产业链投资战略

图表目录

图表：生态旅游行业产业链结构

图表：2021-2026年全球生态旅游行业市场规模

图表：2021-2026年中国生态旅游行业市场规模

图表：2021-2026年生态旅游行业重要数据指标比较

图表：2021-2026年中国生态旅游市场占全球份额比较

图表：2021-2026年生态旅游行业竞争力分析

图表：2021-2026年中国城镇和农村居民出游率变化

图表：全国百强旅行社名单

图表：2021-2026年中国入境旅游接待人数

图表：2021-2026年中国入境旅游外汇收入

图表：2021-2026年中国入境旅游客源结构

图表：2021-2026年中国入境旅游主要客源市场情况

图表：2021-2026年入境生态旅游外国人性别结构

图表：2021-2026年外国人入境生态旅游目的

图表：2021-2026年入境生态旅游外国人年龄结构

图表：2021-2026年中国出境生态旅游人数走势图

图表：2021-2026年网民关注的生态旅游区域排行

图表：2021-2026年自然类生态旅游景区经营增长情况

图表：2021-2026年人文类生态旅游景区经营增长情况

图表：游乐类主题景区发展前景预测

图表：2021-2026年主题景区经营增长情况

图表：2021-2026年主题景区主题情况分析

图表：2021-2026年社会类生态旅游景区经营增长情况

图表：2026-2031年生态旅游酒店规模分析

图表：2026-2031年生态旅游行业资产总计

图表：2026-2031年生态旅游行业利润总额增长趋势预测

图表：2026-2031年中国生态旅游行业营业收入增长预测

图表：2026-2031年生态旅游行业净资产增长趋势预测

把握投资 决策经营！

咨询订购 请拨打 400-886-7071 (免长途费)　Emai：kf@51baogao.cn

报告编号：211954

本文地址：https://www.51baogao.cn/baogao/20210526/211954.shtml

在线订购：点击这里