

2024-2030年中国户外旅游行业发展动态及投资方向研究报告

报告大纲

智研咨询

www.chyxx.com

一、报告简介

智研咨询发布的《2024-2030年中国户外旅游行业发展动态及投资方向研究报告》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：<https://www.chyxx.com/research/1124825.html>

报告价格：电子版: 9800元 纸介版：9800元 电子和纸介版: 10000元

订购电话: 010-60343812、010-60343813、400-600-8596、400-700-9383

电子邮箱: sales@chyxx.com

联系人: 刘老师

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、报告目录及图表目录

为方便行业人士或投资者更进一步了解户外旅游行业现状与前景，智研咨询特推出《2024-2030年中国户外旅游行业发展动态及投资方向研究报告》（以下简称《报告》）。报告对中国户外旅游市场做出全面梳理和深入分析，是智研咨询多年连续追踪、实地走访、调研和分析成果的呈现。

为确保户外旅游行业数据精准性以及内容的可参考价值，智研咨询研究团队通过上市公司年报、厂家调研、经销商座谈、专家验证等多渠道开展数据采集工作，并对数据进行多维度分析，以求深度剖析行业各个领域，使从业者能够从多种维度、多个侧面综合了解2022年户外旅游行业的发展态势，以及创新前沿热点，进而赋能户外旅游从业者抢跑转型赛道。

户外旅游是一种有别于传统旅行社组团的、注重于旅游者自主参与体验的、在自然风景内以某项或多项户外旅游项目为休闲娱乐方式的旅游。户外旅游参与者通过直接体验某种或多种户外运动来观察自然探索自然，以获得身体上和精神上回归自我肯定自我的双重需求，从中感受放松、愉悦、提升自我，并激发和强化参与者热爱自然保护环境意识和行为。

我国的户外旅游是近几十年随着我国经济的飞速发展而发展起来的新型旅游活动形式。自上世纪80年代中国改革开放以来，市场经济体系逐渐完善，产业结构不断优化，经济迅速发展，人民生活水平和生活品质不断提高。市场需求引导着产业类型，传统行业不断发展、演变、创新。旅游业同样符合这一过程，从传统企业发展演化为更加符合新世纪人们生活追求的模式。大多数人在选择旅游上开始热衷于多样化的旅行方式，传统的旅行方式对于如今的大多数人已经没有什么吸引程度，旅行者希望能够通过旅行满足自己的精神生活，从旅行中得到与众不同的体验。很多旅行者不再热衷于传统的团队旅行，开始热衷于自助旅行，而自助旅行正好与户外运动的理念一致，两者在根本上都是人们通过自身的行为来走进大自然，通过旅游从中得到身心的愉悦、修身养性等精神层次的满足。两者交集过程中逐渐涌现出新的旅游形式——户外旅游。

我国自然资源十分丰富，拥有960万平方公里国土面积，从平原到山地、从森林到沙漠、从雪山到湖泊，地形复杂多变，民俗文化丰富多彩。广阔的地理区域和丰富的自然风先为户外运动提供了无限的活动空间，越来越多的自然资源和旅游景区不断被开发出来，推动了户外行业的发展。得益于国内幅员辽阔的地理条件，居民收入水平的稳步提升，以及交通基建的不断完善、私家车保有量的快速提升等，我国户外旅游市场快速发展。2022年中国户外旅游行业市场规模为3472亿元，同比增长2.7%，2015年到2022年市场规模复合增长率为23.42%。未来随着疫情管控的放开，中国户外旅游市场规模将持续攀升。

旅游业线上线下融合趋势形成，不断深化发展。各种智能硬件从无到有并开始普及，比如无

线定位、无人遥控飞机、智能手环、谷歌眼镜等，使得户外运动科技感十足，网络科技使得户外运动向移动化、智能化方向发展，充满乐趣。

随着互联网、移动互联网的高速发展，户外旅游的产品将更加标准化、结构化，也将变得更加容易获取，线路产品难度将分级，各种衡量维度也将更加精准，户外旅游也将打破熟人经济、小圈子的局限，最终成为人人触手可及的标准化、体验式旅游产品。户外运动旅游产品越来越走向大众，与大众的健康消费密切相连，逐渐成为大众消费品。

站在当前户外市场规模以及社会认可度的基础上看，同质化的产品无法帮助品牌商更进一步占领消费者心智，甚至有可能降低品牌排位，因此在未来的竞争中，聪明的户外用品品牌商会在产品差异化上苦下功夫。比如登山服装、户外露营用品等细分领域已经出现了知名的户外运动品牌，垂直化、专业化发展趋势明显，各品牌产品差异化进一步加大。

《2024-2030年中国户外旅游行业发展动态及投资方向研究报告》是智研咨询重要成果，是智研咨询引领行业变革、寄情行业、践行使命的有力体现，更是户外旅游领域从业者把脉行业不可或缺的重要工具。智研咨询已经形成一套完整、立体的智库体系，多年来服务政府、企业、金融机构等，提供科技、咨询、教育、生态、资本等服务。

报告目录：

第一章 户外旅游行业相关概述

第一节 户外旅游与户外运动概念辨析

- 一、户外旅游的概念
- 二、户外运动的概念
- 三、两者之间的联系
- 四、两者之间的区别

第二节 户外旅游的分类和特征

- 一、户外旅游类别
- 二、户外旅游特征

第二章 2019-2023年中国户外旅游行业发展环境

第一节 经济环境

- 一、全球经济形势
- 二、国内经济现状
- 三、经济转型升级
- 四、经济发展走势

第二节 社会环境

一、居民收入水平

二、消费结构升级

三、健康意识加强

第三节 政策环境

一、行业改革政策

二、户外运动规划

三、休闲旅游纲要

四、全面健身计划

第四节 产业环境

一、旅游业发展成就

二、旅游业运行状况

三、旅游业重要战略

四、旅游业发展形势

第三章 2019-2023年中国户外旅游行业发展分析

第一节 中国户外旅游行业发展综述

一、行业发展沿革

二、户外旅游产业链

三、旅游参与者现状

四、旅游组织者现状

五、旅游管理者现状

第二节 2019-2023年中国户外旅游行业发展状况

一、行业推动因素

二、市场发展规模

三、市场消费人群

四、市场需求分析

第三节 中国户外旅游用户行为调研分析

一、年龄和性别分布

二、用户所在地分布

三、旅行目的地分布

四、户外项目排名

五、用户消费分析

第四节 中国地方户外旅游产业发展探析

一、产业发展背景

二、产业发展现状

三、产业发展问题

四、产业创新建议

第五节 中国户外旅游发展过程中的问题和对策

一、存在问题分析

二、行业发展建议

第四章 2019-2023年中国徒步旅游行业发展状况

第一节 中国徒步旅游行业概述

一、徒步旅游定义

二、徒步旅游意义

三、徒步旅游产业链

第二节 2019-2023年中国徒步旅游市场发展分析

一、徒步旅游市场规模

二、徒步旅游细分产品

三、徒步旅游市场态势

第三节 中国徒步旅游用户特征剖析

一、用户群体特征

二、徒步目的地分布

三、用户偏好产品类型

四、用户消费特征趋势

第四节 中国徒步旅游未来发展趋势

一、徒步旅游增值潜力

二、徒步旅游发展机遇

三、徒步旅游投资潜力

第五章 2019-2023年中国露营旅游与自驾游行业发展状况

第一节 中国露营旅游行业发展政策环境

一、行业总体政策

二、规范类政策

三、鼓励类政策

四、行业用地政策

五、地方政策汇总

第二节 中国露营旅游行业发展状况

一、露营旅游市场规模

二、露营地建设现状

三、露营地分布状况

第三节 中国自驾游市场运行状况

- 一、自驾游市场发展现状
- 二、自驾游区域发展状况
- 三、服务设施网络化布局
- 四、自驾游市场特点分析
- 五、自驾游存在问题及建议

第六章 2019-2023年中国户外旅游其他细分行业发展分析

第一节 冰雪户外旅游

- 一、行业利好政策
- 二、市场发展规模
- 三、用户特点分析
- 四、产业发展趋势

第二节 山地户外旅游

- 一、行业发展优势
- 二、产品开发模式
- 三、成功案例分析
- 四、行业发展前景

第三节 潜水旅游

- 一、市场发展规模
- 二、区域分布状况
- 三、消费人群特点
- 四、市场竞争分析
- 五、潜水培训规模

第七章 中国户外旅游安全监管问题剖析

第一节 中国户外旅游安全监管的现状分析

- 一、安全监管现状
- 二、主要存在问题
- 三、安全监管体系
- 四、完善对策建议

第二节 中国户外旅游安全事故频发原因分析

- 一、户外旅游者的原因
- 二、旅游组织者的原因

三、管理者方面的原因

四、旅游地环境方面原因

第三节 户外俱乐部违规经营旅游业务原因分析

一、职能部门问题

二、违规经营问题

三、监管存在困难

四、存在隐患分析

第八章 中国户外俱乐部市场运行状况分析

第一节 中国户外俱乐部相关概述

一、户外俱乐部的地位

二、户外俱乐部的特征

第二节 中国户外俱乐部市场经营状况

一、整体市场发展规模

二、地区市场发展现状

三、长短线活动时长

四、俱乐部活动类型

五、俱乐部活动价格

六、消费者满意度分析

第三节 中国户外俱乐部面临的挑战

一、行政管理问题

二、安全保障问题

三、市场规范问题

四、服务内容问题

第九章 2019-2023年中国户外用品行业发展状况

第一节 户外用品行业概述

一、户外用品的定义

二、户外用品的分类

第二节 中国户外用品市场运行状况

一、零售规模

二、品牌数量

三、销售渠道

第三节 中国户外用品行业发展前景

一、市场潜力

二、理念改变

三、政府扶持

第十章 中国户外旅游重点企业经营状况分析

第一节 三特索道

一、企业发展概况

二、经营效益分析

三、业务经营分析

四、财务状况分析

五、未来前景展望

第二节 牧高笛

一、企业发展概况

二、经营效益分析

三、业务经营分析

四、财务状况分析

五、未来前景展望

第三节 智美体育

一、企业发展概况

二、经营效益分析

三、业务经营分析

四、财务状况分析

五、未来前景展望

第四节 众信旅游

一、企业发展概况

二、经营效益分析

三、业务经营分析

四、财务状况分析

五、未来前景展望

第五节 凯撒旅游

一、企业发展概况

二、经营效益分析

三、业务经营分析

四、财务状况分析

五、未来前景展望

第六节 探路者

- 一、企业发展概况
 - 二、经营效益分析
 - 三、业务经营分析
 - 四、财务状况分析
 - 五、未来前景展望
- 第七节 三夫户外

- 一、企业发展概况
- 二、经营效益分析
- 三、业务经营分析
- 四、财务状况分析
- 五、未来前景展望

第十一章 2024-2030年中国户外旅游行业发展前景及趋势预测

第一节 中国户外旅游行业发展前景

- 一、产业发展潜力
- 二、市场规模预测

第二节 中国户外旅游行业发展趋势

- 一、信息化发展趋势
- 二、露营地增加趋势
- 三、细分品类丰富
- 四、产品走向大众
- 五、品牌差异化加大

图表目录：部分

图表1：户外旅游分类表

图表2：2019-2023年国家层面户外运动行业政策

图表3：2019-2023年国内旅游运行现状

图表4：户外旅游产业链

图表5：户外运动旅游主要参与者

图表6：我国消费者户外运动旅游偏好

图表7：2019-2023年中国户外旅游市场规模情况

图表8：地方层面户外运动行业政策

图表9：2023年户外旅游用户年龄分布

图表10：2023年户外旅游用户性别分布

详细请访问：<https://www.chyxx.com/research/1124825.html>