

2015-2020年中国直升机旅游市场监测及发展策略咨询报告

报告目录及图表目录

北京迪索共研咨询有限公司

www.cction.com

一、报告报价

《2015-2020年中国直升机旅游市场监测及发展策略咨询报告》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.cction.com/report/201506/123218.html>

报告价格：纸介版8000元 电子版8000元 纸介+电子8500元

北京迪索共研咨询有限公司

订购电话: 400-700-9228(免长话费) 010-69365838

海外报告销售: 010-69365838

Email: kefu@gonyn.com

联系人：李经理

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

随着大众旅游的不断发展和，潜力巨大的高端旅游市场正在形成。传统的旅游项目难以满足高端市场中不断追新猎奇的旅游者，国内旅游经营者开发新奇刺激的豪华旅游项目来吸引他们，直升机旅游也就应运而生。一般来说，直升机旅游是以直升机为载体，用来开展旅游活动的一种新型旅游模式。直升机旅游是以直升机为载体，用来开展旅游活动的一种新型旅游模式，包括空中观光游览、短途旅游包机和驾驶体验游等。直升机旅游属于高端旅游产品。虽然我国国内和国际游客消费能力有所提高，但定价过高或过低，都会影响游客选择该产品的旅游决策。目前，大多数直升机旅游游览项目时间为15到30分钟左右，价格上千元。由于经营成本高，直升机旅游价格居高不下，大部分旅游消费者觉得定价难以接受。定价过低，易使高端旅游消费者产生安全性能低的疑虑而放弃选择。这使直升机旅游大众推广有难度，客源难获得保障。近年来，国内低空旅游发展呈现星火燎原之势，从北到南，众多城市纷纷开辟了空中之旅。虽然坐飞机出差、旅行已经不再新鲜，但那毕竟受时间、空间限制。随着国家开放低空飞行，越来越多的城市推出了私人直升机旅游航线。随着人民生活水平的不断提高，直升机旅游不断升温。厦门、珠海、云南、青岛、北京、天津等地都有类似的服务。截止到2014年我国有21家公司推出了直升机旅游服务。虽然目前我国直升机空中观光、短途包机等项目还没有形成规模和产业，但随着国民经济发展，各项审批手续的简化，我国的直升机旅游市场有望真正启动，在未来5~10年得到飞速发展，预计未来10~15年间需大、中型直升机大约20架。目前，我国初步形成一批以城市及景区空中观光为核心的低空旅游示范项目。比较代表性的项目有：北京密云机场低空旅游示范基地，2014年被国家旅游局授牌成为全国首个低空旅游示范基地，开通七条观光航线；天津、西安、武汉、株洲、三亚、海口、中卫等旅游城市也开通了观光为主的低空旅游项目。

本行业报告在大量周密的市场调研基础上，主要依据了国家统计局、国家发改委、国家商务部、国家旅游局、世界旅游组织（NTO）、《旅游管理》、中国旅游报、中企顾问网、国内外相关刊物杂志的基础信息以及直升机旅游研究单位等公布和提供的大量资料，结合公司对直升机旅游相关企业的实地调查，对我国直升机旅游行业发展现状与前景、市场竞争格局与形势、赢利水平与企业发展、投资策略与风险预警、发展趋势与规划建议等进行深入研究，并重点分析了直升机旅游行业的前景与风险。报告揭示了直升机旅游市场潜在需求与潜在机会，为战略投资者选择恰当的投资时机和公司领导层做战略规划提供准确的市场情报信息及科学的决策依据，同时对银行信贷部门也具有极大的参考价值。

报告目录

第一部分 直升机旅游产业发展现状

第一章 世界直升机旅游行业发展分析

第一节 2013-2014年全球直升机旅游业发展分析

- 一、2013-2014年全球直升机旅游业发展分析
- 二、2013-2014年亚洲直升机旅游业发展分析
- 三、2013-2014年全球直升机旅游与经济分析

第二节 2013-2014年全球直升机旅游业分析预测

- 一、2014年全球直升机旅游业复苏情况分析
- 二、2014年全球直升机旅游业增长情况分析
- 三、2014年全年世界直升机旅游业增长预测

第三节 主要国家地区直升机旅游业发展分析

- 一、2014年中国直升机旅游市场的规模
- 二、2014年美国直升机旅游业发展分析
- 三、2014年法国直升机旅游业发展分析
- 四、2014年泰国直升机旅游业发展分析
- 五、2014年南非直升机旅游业发展分析

第二章 中国直升机旅游行业发展分析

第一节 2013年直升机旅游市场运行分析

- 一、2013年我国直升机旅游经济运行分析
- 二、2013年我国直升机旅游接待收汇情况
- 三、2013年我国直升机旅游客源市场情况
- 四、2013年我国直升机旅游地方接待情况
- 五、2013年主要城市直升机旅游接待情况
- 六、2013年中国直升机旅游市场的发展形势

第二节 2014年直升机旅游市场运行分析

- 一、2014年我国直升机旅游经济运行分析
- 二、2014年我国直升机旅游接待收汇情况
- 三、2014年我国直升机旅游客源市场情况
- 四、2014年我国直升机旅游地方接待情况
- 五、2014年主要城市直升机旅游接待情况
- 六、2014年中国直升机旅游市场的发展形势

第三章 中国直升机旅游产业消费者行为调研

第一节 消费者旅游偏好调研

一、不同性别直升机旅游偏好调研

二、不同年龄直升机旅游偏好调研

1、20岁以下直升机旅游偏好调研

2、20-40岁直升机旅游偏好调研

3、40岁以上直升机旅游偏好调研

第二节 消费者行为习惯调研

一、不同性别消费者结构调研

1、男性消费者结构调研

2、女性消费者结构调研

二、不同年龄消费者结构调研

1、消费者结构调研总体情况

2、15-24岁消费者结构调研

3、25-39岁消费者结构调研

4、40-50岁消费者结构调研

三、消费者消费频次调研

1、不同性别消费者旅游频次调研

2、不同年龄消费者旅游频次调研

3、不同职业消费者旅游频次调研

4、不同学历消费者旅游频次调研

四、消费者直升机旅游选择考虑因素调研

五、消费者选择直升机旅游因由调研

六、消费者直升机旅游地喜好调研

1、消费者直升机旅游地地喜好调研总体情况

2、不同年龄消费者直升机旅游地喜好调研

第四章 中国直升机旅游行业区域市场分析

第一节 华北地区直升机旅游行业分析

一、2013-2014年行业发展现状分析

二、2013-2014年市场规模情况分析

三、2015-2020年市场需求情况分析

四、2015-2020年行业发展前景预测

第二节 东北地区直升机旅游行业分析

一、2013-2014年行业发展现状分析

二、2013-2014年市场规模情况分析

三、2015-2020年市场需求情况分析

四、2015-2020年行业发展前景预测

第三节 华东地区直升机旅游行业分析

一、2013-2014年行业发展现状分析

二、2013-2014年市场规模情况分析

三、2015-2020年市场需求情况分析

四、2015-2020年行业发展前景预测

第四节 华南地区直升机旅游行业分析

一、2013-2014年行业发展现状分析

二、2013-2014年市场规模情况分析

三、2015-2020年市场需求情况分析

四、2015-2020年行业发展前景预测

第五节 华中地区直升机旅游行业分析

一、2013-2014年行业发展现状分析

二、2013-2014年市场规模情况分析

三、2015-2020年市场需求情况分析

四、2015-2020年行业发展前景预测

第六节 西南地区直升机旅游行业分析

一、2013-2014年行业发展现状分析

二、2013-2014年市场规模情况分析

三、2015-2020年市场需求情况分析

四、2015-2020年行业发展前景预测

第七节 西北地区直升机旅游行业分析

一、2013-2014年行业发展现状分析

二、2013-2014年市场规模情况分析

三、2015-2020年市场需求情况分析

四、2015-2020年行业发展前景预测

第五章 直升机旅游行业投资与发展前景分析

第一节 2014年直升机旅游行业投资情况分析

一、2014年直升机旅游行业总体投资结构

二、2014年直升机旅游行业投资规模情况

三、2014年直升机旅游行业投资增速情况

四、2014年直升机旅游分地区投资分析

第二节 直升机旅游行业投资机会分析

一、直升机旅游投资项目分析

二、可以投资的直升机旅游模式

三、2015年直升机旅游投资机会

四、2015年直升机旅游细分行业投资机会

五、2015年直升机旅游投资新方向

第三节 直升机旅游行业发展前景分析

一、直升机旅游市场发展前景分析

二、我国直升机旅游市场蕴藏的商机

三、后危机时代直升机旅游市场的发展前景

四、2015年直升机旅游市场面临的发展商机

五、2015-2020年直升机旅游市场面临的发展商机

第二部分 直升机旅游市场竞争格局

第六章 直升机旅游行业竞争格局分析

第一节 中国直升机旅游业竞争力

一、2014年中国直升机旅游竞争力排名

二、2014年中国直升机旅游竞争力优劣势

三、2014年中国直升机旅游业国际地位分析

四、2014年中国直升机旅游竞争力前景趋势

第二节 直升机旅游行业竞争分析

一、国际直升机旅游岛与国际竞争分析

二、2014年直升机旅游业竞争存在的问题

三、2014年直升机旅游行业竞争焦点分析

四、2014年直升机旅游行业竞争策略分析

第七章 2015-2020年中国直升机旅游行业发展形势分析

第一节 直升机旅游行业发展概况

一、直升机旅游行业发展特点分析

二、直升机旅游行业投资现状分析

三、直升机旅游行业总产值分析

四、直升机旅游行业技术发展分析

第二节 2013-2014年直升机旅游行业市场情况分析

一、直升机旅游行业市场发展分析

二、直升机旅游市场存在的问题

三、直升机旅游市场规模分析

第三部分 直升机旅游行业市场运营分析

第八章 中国直升机旅游行业整体运行指标分析

第一节 2013-2014年中国直升机旅游行业总体规模分析

一、企业数量结构分析

二、行业生产规模分析

第二节 2013-2014年中国直升机旅游行业财务指标总体分析

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

第九章 直升机旅游行业赢利水平分析

第一节 成本分析

一、2013-2014年直升机旅游价格走势分析

二、2013-2014年直升机旅游行业成本分析

第二节 运营能力分析

一、2013-2014年直升机旅游行业门票收入情况

二、2013-2014年直升机旅游行业其他相关收入情况

三、2013-2014年直升机旅游行业资金周转情况

第三节 盈利水平分析

一、2013-2014年直升机旅游行业营业收入情况

二、2013-2014年直升机旅游行业毛利率情况

三、2013-2014年直升机旅游行业赢利能力

四、2013-2014年直升机旅游行业赢利水平

五、2015-2020年直升机旅游行业赢利预测

第十章 直升机旅游行业盈利能力分析

第一节 2013-2014年中国直升机旅游行业利润总额分析

一、利润总额分析

二、不同规模企业利润总额比较分析

三、不同所有制企业利润总额比较分析

第二节 2013-2014年中国直升机旅游行业销售利润率

一、销售利润率分析

二、不同规模企业销售利润率比较分析

三、不同所有制企业销售利润率比较分析

第三节 2013-2014年中国直升机旅游行业总资产利润率分析

一、总资产利润率分析

二、不同规模企业总资产利润率比较分析

三、不同所有制企业总资产利润率比较分析

第四节 2013-2014年中国直升机旅游行业产值利税率分析

一、产值利税率分析

二、不同规模企业产值利税率比较分析

三、不同所有制企业产值利税率比较分析

第十一章 直升机旅游重点项目发展分析

第一节 江西庐山直升机旅游项目

一、概况

二、竞争优势

三、经营和财务状况

四、发展战略

第二节 珠海直升机旅游项目

一、概况

二、竞争优势

三、经营和财务状况

四、发展战略

第三节 三亚直升机旅游项目

一、概况

二、竞争优势

三、经营和财务状况

四、发展战略

第四节 天津直升机旅游项目

一、概况

二、竞争优势

三、经营和财务状况

四、发展战略

第五节 厦门直升机旅游项目

一、概况

二、竞争优势

三、经营和财务状况

四、发展战略

第六节 四川直升机旅游项目

一、概况

二、竞争优势

三、经营和财务状况

四、发展战略

第七节 甘肃直升机旅游项目

一、概况

二、竞争优势

三、经营和财务状况

四、发展战略

第八节 南海湾直升机旅游项目

一、概况

二、竞争优势

三、经营和财务状况

四、发展战略

第九节 西部大峡谷直升机旅游项目

一、概况

二、竞争优势

三、经营和财务状况

四、发展战略

第十节 日照直升机旅游项目

一、概况

二、竞争优势

三、经营和财务状况

四、发展战略

第四部分 直升机旅游行业市场前景展望

第十二章 直升机旅游行业投资策略分析

第一节 行业发展特征

- 一、行业的周期性
- 二、行业的区域性
- 三、行业的上下游
- 四、行业经营模式

第二节 行业投资形势分析

- 一、行业发展格局
- 二、行业进入壁垒
- 三、行业SWOT分析
- 四、行业五力模型分析

第三节 直升机旅游行业投资效益分析

- 一、2012年直升机旅游行业投资状况分析
- 二、2012年直升机旅游行业投资效益分析
- 三、2015-2020年直升机旅游行业投资方向
- 四、2015-2020年直升机旅游行业投资建议

第四节 直升机旅游行业投资策略研究

- 一、2012年直升机旅游行业投资策略
- 二、2013年直升机旅游行业投资策略
- 三、2015-2020年直升机旅游行业投资策略
- 四、2015-2020年直升机旅游细分行业投资策略

第十三章 直升机旅游行业投资风险预警

第一节 影响直升机旅游行业发展的主要因素

- 一、2013年影响直升机旅游行业运行的有利因素
- 二、2013年影响直升机旅游行业运行的稳定因素
- 三、2013年影响直升机旅游行业运行的不利因素
- 四、2013年我国直升机旅游行业发展面临的挑战
- 五、2013年我国直升机旅游行业发展面临的机遇

第二节 直升机旅游行业投资风险预警

- 一、2015-2020年直升机旅游行业市场风险预测
- 二、2015-2020年直升机旅游行业政策风险预测

三、2015-2020年直升机旅游行业经营风险预测

四、2015-2020年直升机旅游行业技术风险预测

五、2015-2020年直升机旅游行业竞争风险预测

六、2015-2020年直升机旅游行业其他风险预测

第五部分 直升机旅游行业发展战略研究

第十四章 直升机旅游行业发展趋势分析

第一节 2015-2020年中国直升机旅游市场趋势分析

一、2013-2014年我国直升机旅游市场趋势总结

二、2015-2020年我国直升机旅游发展趋势分析

第二节 2015-2020年直升机旅游产品发展趋势分析

一、2015-2020年直升机旅游产品技术趋势分析

二、2015-2020年直升机旅游产品价格趋势分析

第三节 2015-2020年中国直升机旅游行业供需预测

一、2015-2020年中国直升机旅游供给预测

二、2015-2020年中国直升机旅游需求预测

三、2015-2020年中国直升机旅游价格预测

第四节 2015-2020年直升机旅游行业规划建议

一、直升机旅游行业“十二五”规划

二、2015-2020年直升机旅游行业“十二五”规划商机

第十五章 直升机旅游企业管理策略建议

第一节 市场策略分析

一、直升机旅游价格策略分析

二、直升机旅游渠道策略分析

第二节 销售策略分析

一、媒介选择策略分析

二、产品定位策略分析

三、企业宣传策略分析

四、企业市场策略分析

第三节 提高直升机旅游企业竞争力的策略

一、提高中国直升机旅游企业核心竞争力的对策

二、直升机旅游企业提升竞争力的主要方向

三、影响直升机旅游企业核心竞争力的因素及提升途径

四、提高直升机旅游企业竞争力的策略

第四节 对我国直升机旅游品牌的战略思考

一、企业品牌的重要性

二、直升机旅游实施品牌战略的意义

三、直升机旅游企业品牌的现状分析

四、我国直升机旅游企业的品牌战略

五、直升机旅游品牌战略管理的策略

图表目录

图表：2013年我国直升机旅游接待人次分析

图表：2014年我国直升机旅游接待人次分析

图表：不同年龄直升机旅游偏好调研

图表：2014年直升机旅游不同性别消费者结构分析

图表：直升机旅游不同年龄消费者结构调研

图表：直升机旅游不同性别消费者频次调研

图表：直升机旅游不同年龄消费者频次调研

图表：直升机旅游不同职业消费者频次调研

图表：直升机旅游不同学历消费者频次调研

图表：2013-2014年华北地区直升机旅游行业市场规模分析

图表：2015-2020年华北地区直升机旅游行业需求规模预测

图表：2015-2020年华北地区直升机旅游行业市场规模预测

图表：2013-2014年东北地区直升机旅游行业市场规模分析

图表：2015-2020年东北地区直升机旅游行业需求规模预测

图表：2015-2020年东北地区直升机旅游行业市场规模预测

图表：2013-2014年华东地区直升机旅游行业市场规模分析

图表：2015-2020年华东地区直升机旅游行业需求规模预测

图表：2015-2020年华东地区直升机旅游行业市场规模预测

图表：2013-2014年华南地区直升机旅游行业市场规模分析

图表：2015-2020年华南地区直升机旅游行业需求规模预测

图表：2015-2020年华南地区直升机旅游行业市场规模预测

图表：2013-2014年华中地区直升机旅游行业市场规模分析

图表：2015-2020年华中地区直升机旅游行业需求规模预测

图表：2015-2020年华中地区直升机旅游行业市场规模预测

图表：2013-2014年西南地区直升机旅游行业市场规模分析

图表：2015-2020年西南地区直升机旅游行业需求规模预测

图表：2015-2020年西南地区直升机旅游行业市场规模预测

图表：2013-2014年西北地区直升机旅游行业市场规模分析

图表：2015-2020年西北地区直升机旅游行业需求规模预测

图表：2015-2020年西北地区直升机旅游行业市场规模预测

图表：2014年直升机旅游行业投资规模分析

图表：2014年直升机旅游行业投资增速分析

图表：2014年直升机旅游分地区投资分析

图表：2011-2014年我国直升机行业总产值分析

图表：2011-2014年我国直升机旅游市场规模分析

图表：2011-2014年中国直升机旅游行业企业数量分析

图表：2011-2014年我国登记在册的民用直升机分析

图表：2013年-2014年中国直升机旅游行业盈利能力

图表：2013年-2014年中国直升机旅游行业偿债能力

图表：2013年-2014年中国直升机旅游行业运营能力

图表：2013年-2014年中国直升机旅游行业发展能力

图表：2011-2014年中国直升机旅游行业成本分析

图表：2011-2014年中国直升机旅游行业门票收入分析

图表：2011-2014年中国直升机旅游行业其他相关收入分析

图表：2011-2014年中国直升机旅游行业资金周转分析

图表：2011-2014年中国直升机旅游行业营业收入分析

图表：2011-2014年中国直升机旅游行业毛利率分析

图表：2011-2014年中国直升机旅游行业利润总额分析

图表：2014年中国直升机旅游行业不同规模企业利润总额比较分析

图表：2014年中国直升机旅游行业不同所有制企业利润总额比较分析

图表：2014年中国直升机旅游行业不同规模企业销售利润率比较分析

图表：2014年中国直升机旅游行业不同所有制企业销售利润率比较分析

图表：2011-2014年中国直升机旅游行业总资产利润率分析

图表：2014年中国直升机旅游行业不同规模企业总资产利润率比较分析

图表：2014年中国直升机旅游行业不同所有制企业总资产利润率比较分析

图表：2011-2014年中国直升机旅游行业产值利税率分析

图表：2014年中国直升机旅游行业不同规模企业产值利税率比较分析

图表：2014年中国直升机旅游行业不同所有制企业产值利税率比较分析

图表：三亚直升机旅游项目价格表

图表：2015-2020年中国直升机旅游供给预测

图表：2015-2020年中国直升机旅游需求预测

图表：四种基本的品牌战略

详细请访问：<http://www.cction.com/report/201506/123218.html>