market@aporesearch.com | +86-17600652182
全球市场研究报告出版机构



2026–2032年深海旅游产业战略与十五五展望报告

行业	发布日期	页数	格式
服务与软件	2026-07-04	97	PDF

报告编号	出版方	更新日期
1744123201	APO Research Inc.	2026-07-20

报告版本与报价

中文报告	PDF ¥32,900	PDF + Word ¥36,900	PDF + Excel ¥35,400	PDF + Word + Excel ¥37,900
英文报告	PDF ¥32,900	PDF + Word ¥36,900	PDF + Excel ¥35,400	PDF + Word + Excel ¥37,900
中英文报告	PDF ¥65,800	PDF + Word ¥69,800	PDF + Excel ¥68,300	PDF + Word + Excel ¥70,800

APO RESEARCH
报告样本 · 仅供评估 · 1744123201

报告简介

根据 APO Research（河南阿谱尔国际信息咨询有限公司）的统计及预测，2026年全球深海旅游市场规模预计为 亿美元，预计2032年将达到 亿美元，年复合增长率（CAGR）为 %（2026-2032）。鉴于未来数年行业不确定性显著上升，本报告给出的 2026–2032 年市场预测系在可获得的历史数据、产业链调研信息以及分析师审慎判断基础上形成，应被视为在当前信息条件下的情景性测算而非确定性结果。

2026年中国占全球市场份额为 %、日本为 %、美国为 %，预计未来六年（2026-2032）中国市场年复合增长率为 %、并在2032年规模达到 百万美元，同期日本和美国市场CAGR分别为 %和 %。未来几年，亚太地区的重要市场地位将更加显著，除中国外，韩国、印度和东南亚地区，也将扮演重要角色。此外，未来六年预计德国将继续维持其在欧洲的领先地位，预计2026-2032年CAGR大约为 %。

从产品类型方面来看，浅海观光旅游（0–50米）占有重要地位，预计2032年份额将达到 %。同时就应用来看，旅行社在2026年份额大约是 %，未来几年CAGR大约为 %。

目前全球市场基本由 和 地区厂商主导，全球深海旅游头部厂商主要包括U-Boat Worx、Triton Submarines、Atlantis Submarines、SEAmagine Hydrospace和Whale Submarine Maldives等，预计2026年前三大厂商（Top 3）占全球大约 %的市场份额。

全球及中国主要企业包括：

U-Boat Worx

Triton Submarines

Atlantis Submarines

SEAmagine Hydrospace

Whale Submarine Maldives

Honu Submersibles

SubMerge

深圳鳍源科技

深之蓝海洋科技

(c) 2026 APO Research. 版权所有。

Seogwipo Submarine

按照不同产品类型，包括如下几个类别：

浅海观光旅游（0-50米）

中深海旅游（50-300米）

深海探险旅游（300米以上）

按照不同应用，主要包括如下几个方面：

旅行社

个人

科研机构

其他

本文包含的主要地区和国家：

北美（美国和加拿大）

欧洲（德国、英国、法国、意大利和其他欧洲国家）

亚太（中国、日本、韩国、中国台湾地区、东南亚、印度等）

拉美（墨西哥和巴西等）

中东及非洲地区

本文正文共10章，各章节主要内容如下：

第1章：

报告范围、研究目标、研究方法、数据来源、数据交互验证；

第2章：

报告统计范围、产品细分、下游应用领域，以及行业发展总体概况、有利和不利因素、进入壁垒等；

第3章：

全球市场总体规模、中国地区总体规模，包括主要地区深海旅游总体规模及市场份额等；

第4章：

行业竞争格局分析，包括全球市场企业深海旅游收入排名及市场份额、中国市场企业深海旅游收入排名和份额等；

第5章：

全球市场深海旅游主要企业基本情况介绍，包括公司简介、深海旅游产品介绍、深海旅游收入及公司最新动态等；

第6章：

全球市场不同产品类型深海旅游总体规模及份额等；

第7章：

全球市场不同应用深海旅游总体规模及份额等；

第8章：

行业供应链分析，包括产业链、主要原料供应情况、下游应用情况、行业采购模式、生产模式、销售模式及销售渠道等；

第9章：

行业发展机遇与风险分析；

第10章：

研究结论

APO RESEARCH 报告样本 · 仅供评估 · 1744123201

(c) 2026 APO Research. 版权所有。

目录

1 前言

1.1 报告范围

1.2 本报告涉及到的年份

1.3 研究目标

1.4 研究方法

1.5 数据来源

1.5.1 二手信息来源

1.5.2 一手信息来源

1.6 数据交互验证

2 深海旅游市场综述

2.1 产品定义及统计范围

2.2 行业发展现状分析

2.2.1 深海旅游行业发展总体概况

2.2.2 深海旅游行业发展主要特点

2.2.3 深海旅游行业发展影响因素

2.2.4 进入行业壁垒

2.3 深海旅游分类

2.3.1 浅海观光旅游（0–50米）

2.3.2 中深海旅游（50–300米）

2.3.3 深海探险旅游（300米以上）

2.3.4 全球不同产品类型深海旅游销售额增长趋势（2021 VS 2025 VS 2032）

2.4 深海旅游应用

2.4.1 旅行社

2.4.2 个人

2.4.3 科研机构

2.4.4 其他

2.4.5 全球不同应用深海旅游销售额增长趋势（2021 VS 2025 VS 2032）

3 行业发展现状及“十五五”前景预测

3.1 全球深海旅游行业规模及预测分析

3.1.1 全球市场深海旅游总体规模（2021-2032）

3.1.2 中国市场深海旅游总体规模（2021-2032）

3.1.3 中国市场深海旅游总规模占全球比重（2021-2032）

3.2 全球主要地区深海旅游市场规模分析（2021 VS 2025 VS 2032）

3.2.1 北美（美国和加拿大）

3.2.2 欧洲（德国、英国、法国和意大利等国家）

3.2.3 亚太主要国家/地区（中国、日本、韩国、中国台湾、印度和东南亚）

3.2.4 拉美主要国家（墨西哥和巴西等）

3.2.5 中东及非洲地区

4 行业竞争格局

4.1 全球市场主要厂商深海旅游收入分析（2021-2026）

4.2 全球市场主要厂商深海旅游收入市场份额（2021-2026）

APO RESEARCH
报告样本 · 仅供评估 · 1744123201

(c) 2026 APO Research. 版权所有。

4.3 全球主要厂商深海旅游收入排名及市场占有率（2025年）
4.4 全球主要企业总部及深海旅游市场分布
4.5 全球主要企业深海旅游产品类型及应用
4.6 全球主要企业开始深海旅游业务日期
4.7 全球行业竞争格局
4.7.1 深海旅游行业集中度分析：2025年全球 Top 5 厂商市场份额
4.7.2 全球深海旅游第一梯队、第二梯队和第三梯队厂商及市场份额
4.8 全球行业并购及投资情况分析
4.9 中国市场竞争格局
4.9.1 中国本土主要企业深海旅游收入分析（2021-2026）
4.9.2 中国市场深海旅游销售情况分析
4.10 深海旅游中国企业SWOT分析

5 参与公司概览

5.1 U-Boat Worx
5.1.1 U-Boat Worx概况
5.1.2 主要业务
5.1.3 U-Boat Worx 深海旅游产品基准
5.1.4 U-Boat Worx 深海旅游收入及毛利率（2021-2026）
5.1.5 U-Boat Worx战略举措
5.2 Triton Submarines
5.2.1 Triton Submarines概况
5.2.2 Triton Submarines主要业务
5.2.3 Triton Submarines 深海旅游产品基准
5.2.4 Triton Submarines 深海旅游收入及毛利率（2021-2026）
5.2.5 Triton Submarines战略举措
5.3 Atlantis Submarines
5.3.1 Atlantis Submarines概况
5.3.2 Atlantis Submarines主要业务
5.3.3 Atlantis Submarines 深海旅游产品基准
5.3.4 Atlantis Submarines 深海旅游收入及毛利率（2021-2026）
5.3.5 Atlantis Submarines战略举措
5.4 SEAmagine Hydrospace
5.4.1 SEAmagine Hydrospace概况
5.4.2 SEAmagine Hydrospace主要业务
5.4.3 SEAmagine Hydrospace 深海旅游产品基准
5.4.4 SEAmagine Hydrospace 深海旅游收入及毛利率（2021-2026）
5.4.5 SEAmagine Hydrospace战略举措
5.5 Whale Submarine Maldives
5.5.1 Whale Submarine Maldives概况
5.5.2 Whale Submarine Maldives主要业务
5.5.3 Whale Submarine Maldives 深海旅游产品基准
5.5.4 Whale Submarine Maldives 深海旅游收入及毛利率（2021-2026）
5.5.5 Whale Submarine Maldives战略举措
5.6 Honu Submersibles
5.6.1 Honu Submersibles概况
5.6.2 Honu Submersibles主要业务
5.6.3 Honu Submersibles 深海旅游产品基准

APO RESEARCH
报告样本 · 仅供评估 · 1744123201

(c) 2026 APO Research. 版权所有。

5.6.4 Honu Submersibles 深海旅游收入及毛利率（2021-2026）
5.6.5 Honu Submersibles战略举措
5.7 SubMerge
5.7.1 SubMerge概况
5.7.2 SubMerge主要业务
5.7.3 SubMerge 深海旅游产品基准
5.7.4 SubMerge 深海旅游收入及毛利率（2021-2026）
5.7.5 SubMerge战略举措
5.8 深圳鳍源科技
5.8.1 深圳鳍源科技概况
5.8.2 深圳鳍源科技主要业务
5.8.3 深圳鳍源科技 深海旅游产品基准
5.8.4 深圳鳍源科技 深海旅游收入及毛利率（2021-2026）
5.8.5 深圳鳍源科技战略举措
5.9 深之蓝海洋科技
5.9.1 深之蓝海洋科技概况
5.9.2 深之蓝海洋科技主要业务
5.9.3 深之蓝海洋科技 深海旅游产品基准
5.9.4 深之蓝海洋科技 深海旅游收入及毛利率（2021-2026）
5.9.5 深之蓝海洋科技战略举措
5.10 Seogwipo Submarine
5.10.1 Seogwipo Submarine概况
5.10.2 Seogwipo Submarine主要业务
5.10.3 Seogwipo Submarine 深海旅游产品基准
5.10.4 Seogwipo Submarine 深海旅游收入及毛利率（2021-2026）
5.10.5 Seogwipo Submarine战略举措

6 深海旅游市场分析，按类型

6.1 全球市场不同产品类型深海旅游总体规模及市场份额（2021-2032）
6.1.1 全球不同产品类型深海旅游总体规模（2021-2026）
6.1.2 全球不同产品类型深海旅游总体规模预测（2027-2032）
6.1.3 全球不同产品类型深海旅游市场份额（2021-2026）
6.1.4 全球不同产品类型深海旅游市场份额预测预测（2027-2032）
6.2 中国不同产品类型深海旅游总体规模及市场份额（2021-2032）
6.2.1 中国不同产品类型深海旅游总体规模（2021-2026）
6.2.2 中国不同产品类型深海旅游总体规模预测（2027-2032）
6.2.3 中国不同产品类型深海旅游市场份额（2021-2026）
6.2.4 中国不同产品类型深海旅游市场份额预测预测（2027-2032）

7 深海旅游市场分析，按应用

7.1 全球市场不同应用深海旅游总体规模及市场份额（2021-2032）
7.1.1 全球不同应用深海旅游总体规模（2021-2026）
7.1.2 全球不同应用深海旅游总体规模预测（2027-2032）
7.1.3 全球不同应用深海旅游市场份额（2021-2026）
7.1.4 全球不同应用深海旅游市场份额预测预测（2027-2032）
7.2 中国不同应用深海旅游总体规模及市场份额（2021-2032）
7.2.1 中国不同应用深海旅游总体规模（2021-2026）
7.2.2 中国不同应用深海旅游总体规模预测（2027-2032）

APO RESEARCH
报告样本 · 仅供评估 · 1744123201

(c) 2026 APO Research. 版权所有。

7.2.3 中国不同应用深海旅游市场份额（2021-2026）

7.2.4 中国不同应用深海旅游市场份额预测预测（2027-2032）

8 市场生态系统

8.1 深海旅游产业链分析

8.1.1 深海旅游关键原材料分析

8.1.2 原料供应商及联系方式

8.1.3 深海旅游生产模式及流程

8.2 深海旅游销售渠道分析

8.2.1 直接销售与间接销售

8.2.2 深海旅游典型经销商

8.2.3 深海旅游下游典型客户

9 动态分析

9.1 深海旅游行业发展分析---发展趋势

9.2 深海旅游行业发展分析---厂商壁垒

9.3 深海旅游行业发展分析---驱动因素

9.4 深海旅游行业发展分析---制约因素

9.5 深海旅游行业发展分析---行业政策

9.5.1 行业主管部门及监管体制

9.5.2 行业相关政策动向

9.5.3 行业相关规划

10 研究结论

11 免责声明

APO RESEARCH
报告样本 · 仅供评估 · 1744123201

(c) 2026 APO Research. 版权所有。

图表目录

表格清单：

- 表1: 研究范围
- 表1: 二手数据来源
- 表2: 深海旅游行业发展主要特点
- 表3: 深海旅游行业发展有利因素分析
- 表4: 深海旅游行业发展不利因素分析
- 表1: 进入深海旅游行业壁垒
- 表2: 全球不同产品类型深海旅游销售额增长趋势（2021 VS 2025 VS 2032）&（百万美元）
- 表3: 全球不同应用深海旅游销售额增长趋势（2021 VS 2025 VS 2032）&（百万美元）
- 表4: 全球主要地区深海旅游总体规模增速（CAGR）（百万美元）：2021 VS 2025 VS 2032
- 表5: 全球主要地区深海旅游总体规模（2021-2026）&（百万美元）
- 表6: 全球主要地区深海旅游总体规模（2027-2032）&（百万美元）
- 表7: 北美深海旅游基本情况分析
- 表8: 欧洲深海旅游基本情况分析
- 表9: 亚太深海旅游基本情况分析
- 表10: 拉美深海旅游基本情况分析
- 表11: 中东及非洲深海旅游基本情况分析
- 表12: 全球市场主要厂商深海旅游收入（2021-2026）&（百万美元）
- 表13: 全球市场主要厂商深海旅游收入市场份额（2021-2026）
- 表14: 2025年全球主要厂商深海旅游收入排名及市场占有率
- 表15: 全球主要企业总部及深海旅游市场分布
- 表16: 全球主要企业深海旅游产品类型
- 表17: 全球主要企业深海旅游商业化日期
- 表18: 2025年全球深海旅游主要厂商市场地位（第一梯队、第二梯队和第三梯队）
- 表19: 全球行业并购及投资情况分析
- 表20: 中国本土企业深海旅游收入（2021-2026）&（百万美元）
- 表21: 中国本土企业深海旅游收入市场份额（2021-2026）
- 表22: 2025年全球及中国本土企业在中国市场深海旅游收入排名
- 表23: U-Boat Worx 概况
- 表24: U-Boat Worx主要业务
- 表25: U-Boat Worx 深海旅游产品基准
- 表26: U-Boat Worx 深海旅游收入（百万美元）及毛利率（2021-2026）
- 表27: U-Boat Worx战略举措
- 表28: Triton Submarines 概况
- 表29: Triton Submarines主要业务
- 表30: Triton Submarines 深海旅游产品基准
- 表31: Triton Submarines 深海旅游收入（百万美元）及毛利率（2021-2026）
- 表32: Triton Submarines战略举措
- 表33: Atlantis Submarines 概况
- 表34: Atlantis Submarines主要业务
- 表35: Atlantis Submarines 深海旅游产品基准
- 表36: Atlantis Submarines 深海旅游收入（百万美元）及毛利率（2021-2026）
- 表37: Atlantis Submarines战略举措
- 表38: SEAmagine Hydrospace 概况
- 表39: SEAmagine Hydrospace主要业务
- 表40: SEAmagine Hydrospace 深海旅游产品基准
- 表41: SEAmagine Hydrospace 深海旅游收入（百万美元）及毛利率（2021-2026）
- 表42: SEAmagine Hydrospace战略举措
- 表43: Whale Submarine Maldives 概况
- 表44: Whale Submarine Maldives主要业务
- 表45: Whale Submarine Maldives 深海旅游产品基准
- 表46: Whale Submarine Maldives 深海旅游收入（百万美元）及毛利率（2021-2026）
- 表47: Whale Submarine Maldives战略举措
- 表48: Honu Submersibles 概况
- 表49: Honu Submersibles主要业务

APO RESEARCH

(c) 2026 APO Research. 版权所有。

- 表50: Honu Submersibles 深海旅游产品基准
- 表51: Honu Submersibles 深海旅游收入（百万美元）及毛利率（2021-2026）
- 表52: Honu Submersibles战略举措
- 表53: SubMerge 概况
- 表54: SubMerge主要业务
- 表55: SubMerge 深海旅游产品基准
- 表56: SubMerge 深海旅游收入（百万美元）及毛利率（2021-2026）
- 表57: SubMerge战略举措
- 表58: 深圳鳍源科技 概况
- 表59: 深圳鳍源科技主要业务
- 表60: 深圳鳍源科技 深海旅游产品基准
- 表61: 深圳鳍源科技 深海旅游收入（百万美元）及毛利率（2021-2026）
- 表62: 深圳鳍源科技战略举措
- 表63: 深之蓝海洋科技 概况
- 表64: 深之蓝海洋科技主要业务
- 表65: 深之蓝海洋科技 深海旅游产品基准
- 表66: 深之蓝海洋科技 深海旅游收入（百万美元）及毛利率（2021-2026）
- 表67: 深之蓝海洋科技战略举措
- 表68: Seogwipo Submarine 概况
- 表69: Seogwipo Submarine主要业务
- 表70: Seogwipo Submarine 深海旅游产品基准
- 表71: Seogwipo Submarine 深海旅游收入（百万美元）及毛利率（2021-2026）
- 表72: Seogwipo Submarine战略举措
- 表73: 全球不同产品类型深海旅游总体规模（2021-2026）&（百万美元）
- 表74: 全球不同产品类型深海旅游总体规模预测（2027-2032）&（百万美元）
- 表75: 全球不同产品类型深海旅游市场份额（2021-2026）
- 表76: 全球不同产品类型深海旅游市场份额预测（2027-2032）
- 表77: 中国不同产品类型深海旅游总体规模（2021-2026）&（百万美元）
- 表78: 中国不同产品类型深海旅游总体规模预测（2027-2032）&（百万美元）
- 表79: 中国不同产品类型深海旅游市场份额（2021-2026）
- 表80: 中国不同产品类型深海旅游市场份额预测（2027-2032）
- 表81: 全球不同应用深海旅游总体规模（2021-2026）&（百万美元）
- 表82: 全球不同应用深海旅游总体规模预测（2027-2032）&（百万美元）
- 表83: 全球不同应用深海旅游市场份额（2021-2026）
- 表84: 全球不同应用深海旅游市场份额预测（2027-2032）
- 表85: 中国不同应用深海旅游总体规模（2021-2026）&（百万美元）
- 表86: 中国不同应用深海旅游总体规模预测（2027-2032）&（百万美元）
- 表87: 中国不同应用深海旅游市场份额（2021-2026）
- 表88: 中国不同应用深海旅游市场份额预测（2027-2032）
- 表89: 深海旅游关键原材料
- 表90: 深海旅游上游原料供应商及联系方式列表
- 表91: 深海旅游典型经销商列表
- 表92: 深海旅游典型客户列表
- 表93: 深海旅游行业发展分析---发展趋势
- 表94: 深海旅游行业发展分析---厂商壁垒
- 表95: 深海旅游行业发展分析---驱动因素
- 表96: 深海旅游行业发展分析---制约因素
- 表97: 深海旅游行业相关重点政策一览
- 表98: 本文分析师列表

图表清单：

- 图1: 本报告涉及到的年份
- 图2: 研究目标
- 图3: 关键采访目标
- 图4: 自下而上及自上而下验证
- 图5: 资料三角测定
- 图6: 深海旅游产品图片
- 图7: 浅海观光旅游（0–50米）产品图片
- 图8: 中深海旅游（50–300米）产品图片
- 图9: 深海探险旅游（300米以上）产品图片
- 图10: 不同产品类型深海旅游全球规模2021 VS 2025 VS 2032（百万美元）

APO RESEARCH 样本报告 · 仅供评估 · 1744123201

(c) 2026 APO Research. 版权所有。

- 图11: 全球不同产品类型深海旅游市场份额 2025 VS 2032
- 图12: 旅行社
- 图13: 个人
- 图14: 科研机构
- 图15: 其他
- 图16: 不同应用深海旅游全球规模 2021 VS 2025 VS 2032（百万美元）
- 图17: 全球不同应用深海旅游市场份额 2025 VS 2032
- 图18: 全球市场深海旅游市场规模：2021 VS 2025 VS 2032（百万美元）
- 图19: 全球市场深海旅游总体规模（2021-2032）&（百万美元）
- 图20: 中国市场深海旅游总体规模（2021-2032）&（百万美元）
- 图21: 中国市场深海旅游总规模占全球比重（2021-2032）
- 图22: 全球主要地区深海旅游总体规模（百万美元）：2021 VS 2025 VS 2032
- 图23: 全球主要地区深海旅游市场份额（2021-2032）
- 图24: 北美（美国和加拿大）深海旅游总体规模（2021-2032）&（百万美元）
- 图25: 欧洲（德国、英国、法国和意大利等国家）深海旅游总体规模（2021-2032）&（百万美元）
- 图26: 亚太主要国家/地区（中国、日本、韩国、中国台湾、印度和东南亚）深海旅游总体规模（2021-2032）&（百万美元）
- 图27: 拉美主要国家（墨西哥和巴西等）深海旅游总体规模（2021-2032）&（百万美元）
- 图28: 中东及非洲地区深海旅游总体规模（2021-2032）&（百万美元）
- 图29: 2025年全球前五大深海旅游厂商市场份额（按收入）
- 图30: 2025年全球深海旅游第一梯队、第二梯队和第三梯队厂商及市场份额
- 图31: 深海旅游中国企业SWOT分析
- 图32: 全球不同产品类型深海旅游收入市场份额（2021-2032）
- 图33: 中国不同产品类型深海旅游收入市场份额（2021-2032）
- 图34: 全球不同应用深海旅游收入市场份额（2021-2032）
- 图35: 中国不同应用深海旅游收入市场份额（2021-2032）
- 图36: 深海旅游产业链
- 图37: 深海旅游生产模式及流程
- 图38: 直接销售与间接销售份额比较
- 图39: 经销商概述

APO RESEARCH
报告样本 · 仅供评估 · 1744123201

(c) 2026 APO Research. 版权所有。