

# 2024-2030年中国智慧旅游 行业发展趋势与投资潜力分析报告

## 报告目录及图表目录

北京迪索共研咨询有限公司

[www.cction.com](http://www.cction.com)

## 一、报告报价

《2024-2030年中国智慧旅游行业发展趋势与投资潜力分析报告》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/202312/429695.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

智慧旅游，也被称为智能旅游。就是利用云计算、物联网等新技术，通过互联网/移动互联网，借助便携的终端上网设备，主动感知旅游资源、旅游经济、旅游活动、旅游者等方面的信息，及时发布，让人们能够及时了解这些信息，及时安排和调整工作与旅游计划，从而达到对各类旅游信息的智能感知、方便利用的效果。智慧旅游的建设与发展最终将体现在旅游管理、旅游服务和旅游营销的三个层面。

中企顾问网发布的《2024-2030年中国智慧旅游行业发展趋势与投资潜力分析报告》共十四章。首先介绍了智慧旅游行业市场发展环境、智慧旅游整体运行态势等，接着分析了智慧旅游行业市场运行的现状，然后介绍了智慧旅游市场竞争格局。随后，报告对智慧旅游做了重点企业经营状况分析，最后分析了智慧旅游行业发展趋势与投资预测。您若想对智慧旅游产业有个系统的了解或者想投资智慧旅游行业，本报告是您不可或缺的重要工具。

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。

报告目录：

第一章&nbsp;智慧旅游的基本概述

1.1&nbsp;智慧旅游的内涵及系统架构

1.1.1&nbsp;智慧旅游的内涵

1.1.2&nbsp;智慧旅游的特点

1.1.3&nbsp;智慧旅游产业链

1.1.4&nbsp;智慧旅游系统框架

1.1.5&nbsp;智慧旅游的关键技术

1.2&nbsp;智慧旅游的主要内容

1.2.1&nbsp;管理智慧

1.2.2&nbsp;服务智慧

1.2.3&nbsp;营销智慧

1.3&nbsp;智慧旅游的应用效益

1.3.1&nbsp;整合协调公众资源

1.3.2&emsp;优化企业商务运营

1.3.3&emsp;提高游客感知体验

## 第二章&emsp;2017-2022年国际智慧旅游行业发展动态

2.1&emsp;国际智慧旅游行业发展综况

2.1.1&emsp;全球旅游业发展规模上升

2.1.2&emsp;国际旅游信息化建设深化

2.1.3&emsp;国际智慧旅游商业模式

2.1.4&emsp;澳大利亚智慧旅游市场定位

2.2&emsp;北美地区

2.2.1&emsp;智慧旅游建设状况

2.2.2&emsp;美国在线旅游公司动态

2.2.3&emsp;加拿大推崇自助智慧游

2.3&emsp;欧洲地区

2.3.1&emsp;智慧旅游建设状况

2.3.2&emsp;欧盟开发智能导游软件

2.3.3&emsp;比利时“标识都市”项目

2.4&emsp;亚太地区

2.4.1&emsp;旅游市场空间广阔

2.4.2&emsp;智慧旅游建设状况

2.4.3&emsp;日本布局智能旅游市场

2.4.4&emsp;韩国推出移动旅游信息平台

2.4.5&emsp;新加坡打造智慧旅游城市

2.5&emsp;国际智慧旅游发展模式分析

2.5.1&emsp;Price Line模式

2.5.2&emsp;Home Away模式

2.5.3&emsp;Trip It模式

## 第三章&emsp;2017-2022年中国智慧旅游行业发展环境

3.1&emsp;经济环境

3.1.1&emsp;国际宏观经济运行

3.1.2&emsp;国内经济运行现状

- 3.1.3&emsp;国内经济发展预测
- 3.2&emsp;社会环境
  - 3.2.1&emsp;居民人均可支配收入提高
  - 3.2.2&emsp;服务消费市场发展提速
  - 3.2.3&emsp;我国进入休闲型消费阶段
  - 3.2.4&emsp;互联网时代游客需求改变
- 3.3&emsp;行业环境
  - 3.3.1&emsp;旅游业投资状况
  - 3.3.2&emsp;旅游人数规模
  - 3.3.3&emsp;旅游业消费规模
  - 3.3.4&emsp;旅游业收入规模
  - 3.3.5&emsp;自驾游市场现状
- 3.4&emsp;政策环境
  - 3.4.1&emsp;智慧旅游促进政策分析
  - 3.4.2&emsp;智慧旅游地方政策规划
  - 3.4.3&emsp;智慧旅游指导意见发布
  - 3.4.4&emsp;假日制度有望加快完善
  - 3.4.5&emsp;旅游行业相关规划汇总

#### 第四章&emsp;2017-2022年中国智慧旅游行业发展分析

- 4.1&emsp;智慧旅游发展动因分析
  - 4.1.1&emsp;旅游业发展的自然趋势
  - 4.1.2&emsp;智慧旅游发展的推动力
  - 4.1.3&emsp;新型科技助力智慧旅游
- 4.2&emsp;智慧旅游变革传统旅游运营模式
  - 4.2.1&emsp;契合市场发展需求
  - 4.2.2&emsp;有效实现资源整合
  - 4.2.3&emsp;推动管理方式转变
  - 4.2.4&emsp;旅游业将迎来二次革命
- 4.3&emsp;2017-2022年中国智慧旅游行业运行综况
  - 4.3.1&emsp;旅游信息化建设阶段
  - 4.3.2&emsp;智慧旅游市场规模分析

- 4.3.3&emsp;我国智慧旅游发展现状
- 4.3.4&emsp;智慧旅游建设试点推进
- 4.3.5&emsp;智慧票务市场发展提速
- 4.4&emsp;2017-2022年中国智慧旅游行业发展特征
  - 4.4.1&emsp;行业整体发展提速
  - 4.4.2&emsp;旅游信息获取便利
  - 4.4.3&emsp;费用支付日趋成熟
  - 4.4.4&emsp;旅游导航运行稳定
- 4.5&emsp;中国智慧旅游行业发展问题及对策
  - 4.5.1&emsp;智慧旅游行业发展问题
  - 4.5.2&emsp;智慧旅游发展规划建议
  - 4.5.3&emsp;智慧旅游发展经验借鉴
  - 4.5.4&emsp;智慧旅游城市建设对策
  - 4.5.5&emsp;智慧旅行的实现途径
  - 4.5.6&emsp;做好智慧旅游顶层设计
  - 4.5.7&emsp;智慧旅游企业发展困境及建议
- 4.6&emsp;智慧旅游行业发展策略分析
  - 4.6.1&emsp;夯实信息数据基础
  - 4.6.2&emsp;以游客体验为中心
  - 4.6.3&emsp;技术示范创新是重点

## 第五章&emsp;2017-2022年中国智慧旅游行业发展主体

- 5.1&emsp;政府部门
  - 5.1.1&emsp;国家层面
  - 5.1.2&emsp;省市级层面
- 5.2&emsp;旅游景区企业
  - 5.2.1&emsp;宋城演艺布局智慧旅游市场
  - 5.2.2&emsp;丽江玉龙打造智慧旅游系统
  - 5.2.3&emsp;峨眉山完善智慧旅游发展战略
- 5.3&emsp;在线旅游平台
  - 5.3.1&emsp;在线平台发展模式亟待变革
  - 5.3.2&emsp;在线旅游平台布局智慧景区

- 5.3.3&emsp;在线平台涉足智慧酒店领域
- 5.3.4&emsp;在线平台探索旅游直播模式
- 5.4&emsp;旅行社
  - 5.4.1&emsp;旅行社切入智慧旅游主题
  - 5.4.2&emsp;打造智慧旅游服务体系
  - 5.4.3&emsp;旅行社智慧旅游发展方向
  - 5.4.4&emsp;旅行社智慧旅游发展路径
  - 5.4.5&emsp;旅行社加快布局智慧旅游
- 5.5&emsp;通信运营企业
  - 5.5.1&emsp;运营商开发旅游大数据
  - 5.5.2&emsp;中国电信开展智慧旅游合作
  - 5.5.3&emsp;移动公司签署智慧旅游协议
  - 5.5.4&emsp;联通公司开发智慧旅游产品
- 5.6&emsp;互联网公司
  - 5.6.1&emsp;腾讯推进智慧旅游数据合作
  - 5.6.2&emsp;高德地图切入智慧旅游市场
  - 5.6.3&emsp;视觉中国搭建智慧旅游平台
  - 5.6.4&emsp;远望谷拓展智慧旅游业务
  - 5.6.5&emsp;华胜天成搭建旅游监测平台

## 第六章&emsp;2017-2022年中国智慧旅游行业重点内容分析

- 6.1&emsp;智慧旅游管理
  - 6.1.1&emsp;管理主体分析
  - 6.1.2&emsp;管理内容分析
  - 6.1.3&emsp;管理平台上线
  - 6.1.4&emsp;管理系统分析
  - 6.1.5&emsp;数据整合及分析
- 6.2&emsp;智慧旅游服务
  - 6.2.1&emsp;智慧导航服务
  - 6.2.2&emsp;智慧导游服务
  - 6.2.3&emsp;智慧导览服务
  - 6.2.4&emsp;智慧导购服务

- 6.2.5&emsp;应用技术分析
- 6.3&emsp;智慧旅游营销
  - 6.3.1&emsp;营销内容分析
  - 6.3.2&emsp;营销意义分析
  - 6.3.3&emsp;系统设计要求
  - 6.3.4&emsp;微信营销应用
  - 6.3.5&emsp;自媒体营销方式
  - 6.3.6&emsp;大数据分析应用
- 6.4&emsp;虚拟旅游体验
  - 6.4.1&emsp;虚拟旅游平台基本概述
  - 6.4.2&emsp;虚拟旅游体验应用现状
  - 6.4.3&emsp;虚拟旅游的营销模型
  - 6.4.4&emsp;虚拟旅游的盈利模式
  - 6.4.5&emsp;VR设备助力旅游市场营销
  - 6.4.6&emsp;虚拟旅游服务3D平台建立

## 第七章&emsp;2017-2022年中国智慧景区建设分析

- 7.1&emsp;2017-2022年中国智慧景区建设综况
  - 7.1.1&emsp;景区旅游业发展综况
  - 7.1.2&emsp;智慧景点的主要内容
  - 7.1.3&emsp;我国智慧景区发展现状
  - 7.1.4&emsp;我国智慧景区建设提速
  - 7.1.5&emsp;智慧旅游景区排名分析
  - 7.1.6&emsp;景区WiFi覆盖率提升
  - 7.1.7&emsp;智慧景区未来建设方向
- 7.2&emsp;智慧景区SWOT分析
  - 7.2.1&emsp;优势分析
  - 7.2.2&emsp;劣势分析
  - 7.2.3&emsp;机遇分析
  - 7.2.4&emsp;威胁分析
- 7.3&emsp;智慧景区基础系统及设备分析
  - 7.3.1&emsp;景区智能电子门票系统



- 7.3.2&emsp;景区智能监测系统
- 7.3.3&emsp;景区智能定位系统
- 7.3.4&emsp;景区自助售取票系统设备
- 7.3.5&emsp;景区智能电子导游机设备
- 7.4&emsp;景区智能电子导游系统
  - 7.4.1&emsp;智能电子导游的定义
  - 7.4.2&emsp;智能电子导游的优势
  - 7.4.3&emsp;智能电子导游应用现状
  - 7.4.4&emsp;智能电子导游市场前景
- 7.5&emsp;智慧景区软件应用平台开发分析
  - 7.5.1&emsp;景区APP开发的需求
  - 7.5.2&emsp;景区APP的基本功能
  - 7.5.3&emsp;景区APP开发逐步加快
  - 7.5.4&emsp;景区APP具有营销功能
  - 7.5.5&emsp;智慧景区微信公众平台
- 7.6&emsp;智慧景区解决方案分析
  - 7.6.1&emsp;解决方案的设计目标
  - 7.6.2&emsp;解决方案的总体架构
  - 7.6.3&emsp;解决方案的构成体系
  - 7.6.4&emsp;解决方案的业务核心
  - 7.6.5&emsp;一体化方案的应用价值
- 7.7&emsp;智慧景区细分系统分析
  - 7.7.1&emsp;景区票务系统
  - 7.7.2&emsp;电子商务系统
  - 7.7.3&emsp;酒店管理系统
  - 7.7.4&emsp;景区客源智能分析系统
- 7.8&emsp;旅游景区重点上市公司案例分析
  - 7.8.1&emsp;云南旅游股份有限公司
  - 7.8.2&emsp;深圳华侨城股份有限公司

## 第八章&emsp;2017-2022年中国在线旅游市场发展分析

- 8.1&emsp;2017-2022年中国在线旅游市场运行综况

- 8.1.1&emsp;全球在线旅游发展模式
- 8.1.2&emsp;中国在线旅游市场规模
- 8.1.3&emsp;在线旅游市场交易格局
- 8.1.4&emsp;在线旅游企业竞争格局
- 8.1.5&emsp;在线旅游APP应用分析
- 8.2&emsp;2017-2022年中国在线旅游市场发展特点
  - 8.2.1&emsp;跟团旅游成为市场主流
  - 8.2.2&emsp;移动在线旅游规模上升
  - 8.2.3&emsp;在线定制旅游受到追捧
  - 8.2.4&emsp;中长线在线出游比例增加
- 8.3&emsp;2017-2022年中国景区在线门票市场分析
  - 8.3.1&emsp;在线景区门票市场规模
  - 8.3.2&emsp;在线门票渠道销售市场
  - 8.3.3&emsp;在线门票市场集中度
  - 8.3.4&emsp;在线门票市场销售案例
- 8.4&emsp;2017-2022年中国在线旅游平台发展动态
  - 8.4.1&emsp;去哪儿网
  - 8.4.2&emsp;携程旅游网
  - 8.4.3&emsp;途牛旅游网
  - 8.4.4&emsp;驴妈妈旅游网
  - 8.4.5&emsp;同程旅游网

## 第九章&emsp;中国智慧景区建设案例分析

- 9.1&emsp;瘦西湖
  - 9.1.1&emsp;景区基本概述
  - 9.1.2&emsp;瘦西湖成智慧景区建设先锋
  - 9.1.3&emsp;智慧营销提升景区品牌影响力
- 9.2&emsp;故宫博物院
  - 9.2.1&emsp;景区基本概述
  - 9.2.2&emsp;故宫博物院开启智慧模式
  - 9.2.3&emsp;故宫景区应用全景展示技术
- 9.3&emsp;黄山

9.3.1&emsp;景区基本概述

9.3.2&emsp;黄山智慧景区建设经验

9.3.3&emsp;黄山智慧景区建设项目

9.4&emsp;九华山

9.4.1&emsp;景区基本概述

9.4.2&emsp;九华山推进景区信息化建设

9.4.3&emsp;九华山打造智慧购票新体验

9.5&emsp;张家界

9.5.1&emsp;景区基本概述

9.5.2&emsp;张家界智慧景区建设特色

9.5.3&emsp;张家界智慧景区发展方向

9.6&emsp;泰山

9.6.1&emsp;景区基本概述

9.6.2&emsp;“智慧泰山”建设布局加快

9.6.3&emsp;泰山景区推出智慧手机APP

9.7&emsp;其他景区

9.7.1&emsp;千岛湖景区

9.7.2&emsp;峨眉山景区

第十章&emsp;2017-2022年中国智慧旅游行业发展模式分析

10.1&emsp;智慧旅游创新旅游发展新模式

10.1.1&emsp;景区个性化定制服务旅游模式

10.1.2&emsp;游客服务为核心的旅游模式

10.1.3&emsp;在线旅游电子商务服务模式

10.1.4&emsp;科技化新体验式旅游模式

10.2&emsp;智慧旅游建设运营模式

10.2.1&emsp;建设运营模式设计原则

10.2.2&emsp;政府独营模式

10.2.3&emsp;政府主导运作模式

10.2.4&emsp;PPP模式

10.2.5&emsp;BOT/BT模式

10.2.6&emsp;政府补助投建模式

- 10.2.7&emsp;多方共同参与模式
- 10.3&emsp;地区推进智慧旅游模式探索
  - 10.3.1&emsp;温州景区语音导游模式
  - 10.3.2&emsp;青海智能设备应用模式
  - 10.3.3&emsp;山东线上旅游服务模式

## 第十一章&emsp;2017-2022年中国主要省市智慧旅游建设动态

- 11.1&emsp;北京市
  - 11.1.1&emsp;旅游业运行现状
  - 11.1.2&emsp;智慧旅游发展成果
  - 11.1.3&emsp;智慧旅游应用系统
  - 11.1.4&emsp;搭建虚拟旅游平台
  - 11.1.5&emsp;海淀区推出旅游APP
  - 11.1.6&emsp;智慧旅游发展对策
  - 11.1.7&emsp;智慧旅游发展规划
- 11.2&emsp;上海市
  - 11.2.1&emsp;旅游行业运行现状
  - 11.2.2&emsp;智慧旅游建设动态
  - 11.2.3&emsp;智慧旅游产业布局
  - 11.2.4&emsp;智慧旅游SWOT分析
  - 11.2.5&emsp;智慧旅游的发展框架
  - 11.2.6&emsp;智慧旅游的发展措施
  - 11.2.7&emsp;政府推进智慧旅游布局
- 11.3&emsp;广州市
  - 11.3.1&emsp;旅游业运行现状
  - 11.3.2&emsp;智慧旅游移动应用
  - 11.3.3&emsp;智慧旅游产品上线
  - 11.3.4&emsp;高铁智慧旅游项目启动
- 11.4&emsp;深圳市
  - 11.4.1&emsp;旅游业运行状况
  - 11.4.2&emsp;华侨城引领智慧旅游行业
  - 11.4.3&emsp;深圳市推进智慧旅游合作

11.4.4&emsp;旅游B2B企业发展动态

11.5&emsp;天津市

11.5.1&emsp;旅游业运行状况

11.5.2&emsp;智慧旅游建设综况

11.5.3&emsp;智慧旅游建设特点

11.5.4&emsp;智慧旅游建设困境

11.5.5&emsp;智慧旅游建设工程

11.6&emsp;厦门市

11.6.1&emsp;旅游业运行现状分析

11.6.2&emsp;打造旅游大数据平台

11.6.3&emsp;政府推进智慧旅游发展

11.6.4&emsp;智慧旅游建设工程汇总

11.6.5&emsp;加快智慧旅游景区建设

11.7&emsp;其他地区

11.7.1&emsp;安徽省

11.7.2&emsp;四川省

11.7.3&emsp;云南省

11.7.4&emsp;海南省

11.7.5&emsp;开封市

11.7.6&emsp;苏州市

11.7.7&emsp;丽江市

第十二章&emsp;智慧旅游重点企业发展分析

12.1&emsp;江苏马上游科技股份有限公司

12.1.1&emsp;企业发展概况

12.1.2&emsp;智慧旅游布局

12.1.3&emsp;企业合作动态

12.2&emsp;北京巅峰智业旅游文化创意股份有限公司

12.2.1&emsp;企业发展概况

12.2.2&emsp;主营业务分析

12.2.3&emsp;智慧旅游业务

12.2.4&emsp;智慧旅游项目

12.3&emsp;杭州天迈网络有限公司

12.3.1&emsp;企业发展概况

12.3.2&emsp;主营业务分析

12.3.3&emsp;产品案例分析

12.3.4&emsp;智慧旅游业务

12.3.1&emsp;企业发展概况

12.3.2&emsp;经营效益分析

12.3.3&emsp;业务经营分析

第十三章&emsp;2017-2022年智慧旅游行业投资分析

13.1&emsp;投资机会分析

13.1.1&emsp;技术完善

13.1.2&emsp;硬件支撑

13.1.3&emsp;政策优化

13.2&emsp;投资状况分析

13.2.1&emsp;智慧旅游投资热度上升

13.2.2&emsp;智慧旅游平台融资加快

13.2.3&emsp;旅游B2B平台融资进展

13.3&emsp;投融资动态

13.3.1&emsp;兰州市注资智慧旅游项目

13.3.2&emsp;桂林PPP融资项目推进

13.3.3&emsp;新中安股份加快资融进程

13.3.4&emsp;三人行公司推进智慧旅游投资

13.4&emsp;投资风险预警

13.4.1&emsp;经济运行风险

13.4.2&emsp;政策风险分析

13.4.3&emsp;行业运营风险

13.4.4&emsp;市场竞争风险

13.4.5&emsp;信息安全风险

13.5&emsp;投资对策建议

13.5.1&emsp;发展关键要素

13.5.2&emsp;加快技术创新

13.5.3&nbsp;完善行业制度

13.5.4&nbsp;创新投资模式

13.5.5&nbsp;关注消费诉求

## 第十四章&nbsp;中国智慧旅游行业发展前景及预测

14.1&nbsp;中国旅游行业发展前景分析

14.1.1&nbsp;旅游需求市场持续上升

14.1.2&nbsp;旅游行业发展趋势分析（ ）

14.1.3&nbsp;旅游行业未来发展方向

14.1.4&nbsp;旅游信息化进一步推进

14.1.5&nbsp;旅游行业发展规模预测

14.2&nbsp;中国智慧旅游行业发展展望

14.2.1&nbsp;智慧旅游行业发展机遇

14.2.2&nbsp;智慧景区发展前景广阔

14.2.3&nbsp;智慧旅游行业发展趋势

14.2.4&nbsp;智慧旅游行业发展机会点

14.2.5&nbsp;“十三五”行业发展展望

14.3&nbsp;2024-2030年中国智慧旅游行业预测分析

14.3.1&nbsp;中国智慧旅游行业发展因素分析

14.3.2&nbsp;2024-2030年中国智慧旅游市场规模预测

## 附录

附录一：国家旅游局关于促进旅游业与信息化融合发展的若干意见（征求意见稿）

附录二：关于促进智慧旅游发展的指导意见

附录三：国家旅游局关于实施“旅游+互联网”行动计划的通知

## 图表目录

图表&nbsp;智慧旅游的内涵

图表&nbsp;智慧旅游系统框架

图表&nbsp;比利时“标识都市”电子数码

图表&nbsp;2017-2022年美国GDP同比增长率

图表&nbsp;发达经济体2020年GDP同比增长率

图表&nbsp;2017-2022年美国失业率

图表&nbsp;2017-2022年美国劳动力参与率

图表&emsp;2017-2022年美国零售和食品服务销售额同比增长率

图表&emsp;2017-2022年美国个人消费支出

图表&emsp;2017-2022年全国居民人均可支配收入及其增长速度

图表&emsp;2020年全国人均消费支出及其构成

图表&emsp;中国网民规模和互联网普及率

图表&emsp;中国手机网民规模及其占网民比例

图表&emsp;服务于游客的智慧旅游

更多图表见正文&hellip;&hellip;

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202312/429695.html>