2022-2027年中国智慧旅游行业市场运行态势及投资战略研究报告

报告大纲

华经情报网
www.huaon.com

一、报告简介

华经情报网发布的《2022-2027年中国智慧旅游行业市场运行态势及投资战略研究报告》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.huaon.com//channel/tours/757196.html

报告价格：电子版: 9000元　纸介版：9000元　电子和纸介版: 9200元

订购电话: 400-700-0142 010-80392465

电子邮箱: kf@huaon.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

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。

本研究报告数据主要采用国家统计数据，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 中国智慧旅游行业概述
第一节 智慧旅游行业概述
一、智慧旅游行业定义
二、智慧旅游表现形式
（一）智慧服务
（二）智慧商务
（三）智慧管理
（四）智慧政务
三、智慧旅游参与主体
（一）政府
（二）旅游相关企业
（三）智慧旅游服务厂商
第二节 智慧旅游、数字旅游及虚拟旅游的区别
一、数字旅游介绍
二、虚拟旅游介绍
三、智慧旅游内涵
四、三者的不同之处
（一）时代背景不同
（二）核心技术不同
（三）倡导主体不同
（四）学科出发点不同
（五）侧重点不同
第三节 智慧旅游建设的必要性与可行性

一、建设智慧旅游的必要性
（一）产业转型升级的需要
（二）提升旅游服务品质的需要
（三）提高科学管理能力的需要
（四）满足旅游体验的个性需求
二、建设智慧旅游的可行性
（一）政策环境日益优化
（二）市场需求增长强劲
（三）技术条件已经成熟
第二章 中国智慧旅游发展环境分析
第一节 智慧旅游政策环境分析
第二节 智慧旅游经济环境分析
一、中国GDP增长情况分析
二、工业经济发展形势分析
三、社会固定资产投资分析
四、全社会消费品零售总额
五、居民消费价格变化分析
六、对外贸易发展形势分析
第三节 智慧旅游消费环境分析
一、城乡居民收入与消费情况
二、居民收入与旅游消费相关性
三、城乡居民人均旅游花费情况
四、居民奢侈品消费情况分析
第四节 智慧旅游社会环境分析
一、人口年龄结构分析
二、中国城镇化率分析
三、法定节假日和带薪假期实施
第五节 智慧旅游技术环境分析
一、物联网技术
二、感知与识别技术
（一）二维码技术
（二）射频识别技术
三、网络与通信技术
（一）NFC技术
（二）位置服务技术

（三）5G移动通信技术
四、云计算技术
五、虚拟现实技术
第三章 国外智慧旅游发展态势与经验借鉴
第一节 国外智慧旅游发展态势分析
一、美国智慧旅游发展情况
（一）波特兰智慧旅游发展分析
（二）IBM的智慧酒店
二、澳大利亚智慧旅游发展情况
（一）绿心智慧城市计划
（二）绿色智慧城市建设行动
三、韩国智慧旅游发展情况
四、新加坡智慧旅游发展情况
五、其他国家智慧旅游发展情况
（一）比利时“标识都市”项目
（二）英德“智能导游”软件
第二节 国外智慧旅游发展经验借鉴
一、智慧旅游商务模式借鉴
（一）Priceline模式
（二）Home Away模式
（三）TripIt模式
二、智慧旅游分销系统借鉴
第四章 中国智慧旅游发展基础与载体
第一节 中国智慧旅游发展基础分析
一、中国旅游资源基础
（一）旅游景区基本情况
（二）旅游景区运营特征
二、中国旅游消费基础
（一）国内旅游消费情况
（二）入境旅游消费情况
三、交通运输基础
（一）铁路运输业发展情况
（二）公路运输业发展情况
（三）航空运输业发展情况
（四）交通行业客货运输情况

四、餐饮发展基础
五、酒店业发展基础
（一）酒店星级构成
（二）经济型酒店规模
（三）酒店收入规模
六、旅行社发展基础
（一）旅行社发展规模
（二）旅行社区域格局
（三）旅行社经营情况
第二节 中国智慧旅游应用载体分析
一、智能终端普及度
（一）移动网络设备普及度
（二）互联网普及程度分析
二、智能手机发展分析
（一）智能手机市场现状分析
（二）智能手机市场趋势预测
三、平板电脑发展分析
（一）平板电脑市场现状分析
（二）平板电脑主流厂商分析
第二篇智慧建设篇
第五章 中国智慧旅游建设应用及效益分析
第一节 智慧旅游的建设运营模式
一、建设运营模式基本类别
（一）政府独自投资建网运营
（二）政府指导委托运营商建网
（三）政府和运营商共同投资建网运营
（四）政府牵头运营商建网的BOT模式
（五）运营商独立投资建网运营
二、智慧旅游发展模式分析
（一）政府主导型发展模式
（二）市场导向型发展模式
（三）混合型的发展模式
三、智慧旅游建设运营保障体系
（一）规划引领，组织保障
（二）加大政策扶持力度

（三）创新旅游产业发展机制
（四）延长旅游产业链
（五）完善旅游相关法律法规建设
（六）扩大资金投入
（七）加强人才培养和引进
（八）环境保障系统
（九）智能交通保障系统
第二节 智慧旅游在产业链上的应用
一、旅游信息平台
二、智慧景区
三、在线旅游企业
四、智慧旅行社
五、智慧酒店
六、智慧旅游交通
第三节 智慧旅游的效益分析
一、社会效益分析
二、经济效益分析
三、产业带动效益分析
四、城市发展效益分析
第六章 中国智慧旅游电子商务发展分析
第一节 旅游电子商务发展状况分析
一、旅游电子商务发展情况
（一）旅游电商总体开展情况
（二）在线旅游用户规模分析
（三）在线旅游市场规模分析
（四）旅游电商渠道渗透率分析
二、旅游电子商务发展现状分析
（一）旅游电商市场结构分析
（二）旅游电商服务市场分析
（三）旅游电商移动端市场分析
（四）旅游电商分享模式分析
第二节 智慧旅游门户网站建设分析
一、旅游网站发展现状分析
（一）旅游网站类型分析
（二）中美旅游网站比较

二、旅游门户网站建设方案
（一）网站主要介绍
（二）网站栏目介绍及功能说明
三、旅游景区网站建设方案
（一）旅游景区网站建设定位
（二）旅游景区网站建设功能模块
（三）旅游景区网站建设功能模块说明
四、旅游企业电子商务网站构建
（一）网站域名申请
（二）网站开发规划
（三）网站需求规划
第三节 智慧旅游电子商务模式发展途径
一、旅游电商B2B发展模式
二、旅游OTA发展模式
三、旅游UGC发展模式
四、电商O2O发展模式
第四节 智慧旅游电子商务发展案例分析
一、铁路客户服务中心
（一）网站发展的基本概述
（二）总覆盖人数区域特征
（三）总访问次数区域特征
（四）总页面浏览量区域特征
（五）总访问时长区域特征
二、携程旅行网
（一）网站发展的基本概述
（二）总覆盖人数区域特征
（三）总访问次数区域特征
（四）总页面浏览量区域特征
（五）总访问时长区域特征
三、同程网
（一）网站发展的基本概述
（二）总覆盖人数区域特征
（三）总访问次数区域特征
（四）总页面浏览量区域特征
（五）总访问时长区域特征

四、去哪儿网
五、淘宝旅游
第七章 中国智慧旅游数字化景区建设分析
第一节 景区主导的智慧景区发展情况
一、智慧景区内涵简析
二、智慧景区系统构成
三、智慧景区发展现状
四、智慧景区建设重点
五、智慧景区建设路径
（一）建设原则
（二）建设思路
第二节 智慧景区系统的主要应用
一、规划监测系统
二、景区环境监测系统
三、生物、文物资源监测系统
四、电子巡更巡检系统
五、森林防火系统
六、规划管理信息系统
七、“三台合一”接处警系统
八、GPS车辆调度系统
九、视频监控系统
十、视频会议系统
十一、应急智能广播系统
十二、多媒体展示系统
十三、LED大屏幕信息发布系统
十四、电子门禁系统
十五、数据中心
十六、指挥调度中心
第三节 智慧景区发展案例分析
一、都江堰智慧景区
二、张家界智慧景区
三、峨眉山智慧景区
四、云台山智慧景区
五、镜泊湖智慧景区
第八章 中国旅行社信息化建设进展分析

第一节 传统旅行社与电子商务的融合分析
一、电子商务对传统旅行社的影响分析
（一）旅游电子商务对传统旅行社的冲击
（二）旅游电子商务与传统旅行社的比较
（三）电子商务背景下传统旅行社的发展策略
二、传统旅行社行业网络化营销分析
（一）旅行社网络化营销的优势分析
（二）旅行社网络化营销存在的难题
（三）旅行社网络化营销的策略分析
三、传统旅行社与电子商务的融合趋势
四、旅行社电子商务发展现状与趋势
第二节 旅行社在线旅游业务分析
一、在线旅游市场发展分析
（一）在线旅行预订市场规模
（二）在线旅行市场特点分析
二、在线旅游行业主要商业模式
三、中国在线旅游预订SWOT分析
四、在线旅游行业市场格局影响因素
第三节 旅行社电子信息化建设分析
一、旅行社电子商务发展模式
二、旅行社网络销售模式分析
三、旅游社的网站建设情况
（一）旅行社网站建设定位
（二）旅行社网站建设目标
（三）旅行社网站功能模块
（四）网站后台功能模块
第九章 中国旅游酒店信息化建设进展分析
第一节 旅游酒店信息化建设现状分析
一、酒店信息化建设发展现状
二、旅游酒店电子商务发展情况
（一）旅游酒店商务发展现状分析
（二）旅游酒店电子商务存在问题
（三）旅游酒店电子商务发展对策
三、推进酒店信息化建设的思考
（一）转变观念，再造流程

（二）加强管理，统一标准
（三）内外兼修，多方参与
（四）长远规划，系统开发
（五）逐步导入，不断升级
第二节 旅游酒店信息化工程建设内容
一、酒店管理信息系统
（一）中央控制室
（二）系统前端设备
（三）报警部分
（四）信号传输
二、酒店电子商务平台
（一）利用企业自身网站
（二）利用在线旅游中间商
（三）利用其他渠道
第三节 酒店信息化趋势及案例分析
一、智慧酒店发展趋势分析
二、智能手机与酒店业联姻
三、酒店业信息化发展趋势
四、智慧酒店发展案例分析
第三篇发展重点篇
第十章 中国智慧旅游行业管理平台分析
第一节 旅游行业管理信息化建设
一、旅游行业管理信息化建设情况
（一）旅游管理信息化的必要性
（二）加强旅游管理信息系统
二、智慧旅游体系建设探索
（一）目的地统一营销体系
（二）智慧旅游公共服务体系
（三）智慧旅游行业管理体系
（四）旅游业态智慧旅游服务体系
第二节 旅游行政服务系统
一、行政审批
二、评星评级
三、呼叫中心
四、旅游投诉

五、旅游执法
第三节 旅游监测预报系统
一、旅游统计功能
二、旅游预测功能
三、旅游分析功能
第四节 旅游团队服务管理系统
一、旅游团队服务管理系统的作用
二、旅游团队服务管理系统的功能
三、旅游团队服务管理系统经营借鉴
第五节 旅游安全保障管理系统
第六节 智能旅游管理决策支持系统
第十一章 中国智慧旅游行业信息服务分析
第一节 旅游信息服务应用类型
一、旅游线路规划
二、机票预订与航空服务
三、酒店预订与入住
四、手机租车服务
五、基于位置的服务应用
六、二维码电子门票
七、移动电子导游
八、移动支付
九、旅游社交网站
十、旅游安全应急
第二节 移动旅游信息服务分析
一、移动旅游信息服务优势分析
二、移动旅游信息服务平台架构
三、旅游类APP运营商分析
四、移动旅游信息服务应用前景
第三节 智慧旅游向导案例--mTrip
第十二章 中国智慧旅游行业市场营销分析
第一节 旅游网络营销的优势及策略
一、旅游网络营销优势分析
二、旅游网络营销功能分析
三、旅游网络营销策略分析
（一）产品策略

（二）价格策略
（三）渠道策略
（四）促销策略
第二节 旅游目的地营销系统
一、旅游目的地营销系统主要方式
（一）手机/PDA多语言WAP网站
（二）旅游声讯服务
（三）城市多媒体终端
（四）互动数字电视（IDTV）
（五）多语言网络广告
（六）电子服务
（七）虚拟旅游
（八）智能搜索引擎
（九）客户关系管理和客户管理系统
（十）电子布告栏（BBS）和新闻组
（十一）网上娱乐
二、旅游目的地营销系统发展趋势
第三节 旅游营销与社交媒体
一、社交媒体对旅游营销的影响
二、基于社交媒体的旅游营销创新
三、全球主要旅游社交网站
（一）Tripatini：咨询旅游
（二）Boots N All和Lonely Planet：咨询旅行者
（三）TripWolf：阅读旅游和旅行者的诀窍
（四）TriPadvisor和Virtural Tourist：查看旅行者评论
（五）Dopplr：查看你的好友正在去哪儿
（六）TripSay：更智能的旅游计划
（七）WAYN：旅游主题社交网络
（八）Foursquare：签到、获得积分、发掘新去处
第四篇区域市场篇
第十三章 中国重点城市智慧旅游发展状况分析
第一节 重点城市智慧旅游发展概况
一、智慧旅游试点城市分析
二、重点地区智慧旅游建设方案
第二节 北京智慧旅游发展分析

一、智慧旅游发展背景分析
（一）旅游市场总体情况
（二）旅游收入情况分析
（三）旅行社发展情况分析
二、智慧旅游发展现状分析
三、“十三五”北京智慧旅游发展环境
（一）智慧旅游发展面临的机遇
（二）智慧旅游发展面临的挑战
（三）智慧旅游发展目标
（四）智慧旅游发展任务
四、智慧旅游发展前景分析
第三节 天津智慧旅游发展分析
一、智慧旅游发展背景分析
（一）接待入境游客情况
（二）主要客源国情况
（三）国际旅游（外汇）收入情况
二、智慧旅游发展现状分析
（一）天津旅游云数据中心
（二）天津智慧旅游网站群
（三）天津旅游移动智慧门户
（四）旅游服务热线
（五）京津冀旅游一卡通
（六）人工咨询网点智能管理与信息查询系统
（七）城市旅游地理信息展示终端
（八）开通天津旅游微博群
（九）行业管理系统覆盖面广，大幅提升管理效率
（十）各区县和旅游企业积极投入智慧旅游建设
三、智慧旅游发展前景分析
第四节 大连智慧旅游发展分析
一、智慧旅游发展背景分析
二、智慧旅游发展现状分析
（一）“i慧游”大连智慧旅游平台
（二）大连智慧旅游建设情况分析
三、智慧旅游发展前景分析
第五节 武汉智慧旅游发展分析

一、智慧旅游发展背景分析
二、智慧旅游发展现状分析
（一）旅游景区智慧建设
（二）武汉移动“指尖智慧旅游”
（三）武汉“智慧旅游”APP软件
三、智慧旅游发展前景分析
第六节 成都智慧旅游发展分析
第七节 杭州智慧旅游发展分析
第八节 上海智慧旅游发展分析
第九节 南京智慧旅游发展分析
第十节 苏州智慧旅游发展分析
第十一节 广州智慧旅游发展分析
第十二节 厦门智慧旅游发展分析
第五篇企业经营篇
第十四章 智慧旅游行业领先企业经营实践分析
第一节 智慧旅游服务企业发展情况分析
一、马上游科技股份有限公司
（一）企业发展简况分析
（二）企业经营情况分析
（三）企业经营优劣势分析
二、北京巅峰智业旅游文化创意股份有限公司
（一）企业发展简况分析
（二）企业经营情况分析
（三）企业经营优劣势分析
三、湖南三英特旅游智能技术有限公司
（一）企业发展简况分析
（二）企业经营情况分析
（三）企业经营优劣势分析
四、杭州天迈网络有限公司
（一）企业发展简况分析
（二）企业经营情况分析
（三）企业经营优劣势分析
五、北京巅峰美景科技有限责任公司
（一）企业发展简况分析
（二）企业经营情况分析

（三）企业经营优劣势分析
六、浙江深大智能科技有限公司
（一）企业发展简况分析
（二）企业经营情况分析
（三）企业经营优劣势分析
七、深圳市鼎游信息技术有限公司
（一）企业发展简况分析
（二）企业经营情况分析
（三）企业经营优劣势分析
八、深圳融创新技术有限公司
（一）企业发展简况分析
（二）企业经营情况分析
（三）企业经营优劣势分析
九、天津恒达文博科技有限公司
（一）企业发展简况分析
（二）企业经营情况分析
（三）企业经营优劣势分析
十、河南游务通科技有限公司
（一）企业发展简况分析
（二）企业经营情况分析
（三）企业经营优劣势分析
第二节 传统旅游企业智慧旅游运营分析
一、中青旅控股股份有限公司
（一）企业发展简况分析
（二）企业经营情况分析
（三）企业经营优劣势分析
二、中国国旅股份有限公司
（一）企业发展简况分析
（二）企业经营情况分析
（三）企业经营优劣势分析
三、香港中旅国际投资有限公司
（一）企业发展简况分析
（二）企业经营情况分析
（三）企业经营优劣势分析
四、深圳华侨城股份有限公司

（一）企业发展简况分析
（二）企业经营情况分析
（三）企业经营优劣势分析
五、北京首旅酒店（集团）股份有限公司
（一）企业发展简况分析
（二）企业经营情况分析
（三）企业经营优劣势分析
六、上海锦江国际旅游股份有限公司
（一）企业发展简况分析
（二）企业经营情况分析
（三）企业经营优劣势分析
七、黄山旅游发展股份有限公司
（一）企业发展简况分析
（二）企业经营情况分析
（三）企业经营优劣势分析
八、峨眉山旅游股份有限公司
（一）企业发展简况分析
（二）企业经营情况分析
（三）企业经营优劣势分析
九、上海锦江国际酒店发展股份有限公司
（一）企业发展简况分析
（二）企业经营情况分析
（三）企业经营优劣势分析
十、华天酒店集团股份有限公司
（一）企业发展简况分析
（二）企业经营情况分析
（三）企业经营优劣势分析
第三节 信息化企业智慧旅游发展分析
一、银江股份有限公司
（一）企业发展简况分析
（二）企业经营情况分析
（三）企业经营优劣势分析
二、大唐电信科技股份有限公司
（一）企业发展简况分析
（二）企业经营情况分析

（三）企业经营优劣势分析
三、深圳市远望谷信息技术股份有限公司
（一）企业发展简况分析
（二）企业经营情况分析
（三）企业经营优劣势分析
四、北京华胜天成科技股份有限公司
（一）企业发展简况分析
（二）企业经营情况分析
（三）企业经营优劣势分析
五、南京汇兴博业数字设备有限公司
（一）企业发展简况分析
（二）企业经营情况分析
（三）企业经营优劣势分析
第六篇投资前景篇
第十五章 2022-2027年中国智慧旅游发展前景与投资机会分析
第一节 2022-2027年智慧旅游发展前景分析
一、旅游业发展趋势预测
（一）国内游市场发展情况预测
（二）入境游市场发展情况预测
（三）出境游市场发展情况预测
（四）中国在线旅游市场规模预测
二、智慧旅游发展趋势分析
（一）实现旅游管理方式的转变
（二）实现旅游营销方式的多样化
三、智慧旅游发展前景预测
（一）智慧旅游市场前景
（二）旅游电子商务前景
第二节 2022-2027年智慧旅游投资机会与策略分析
一、智慧旅游核心价值分析
（一）科技创新价值
（二）产业支撑价值
（三）经济贡献价值
（四）社会拉动价值
二、智慧旅游发展机遇分析
三、智慧旅游投资机会分析

四、智慧旅游发展策略分析

图表目录：

图表1中国旅游业支持政策统计
图表2中国文化旅游行业支持政策统计
图表3 2017-2021年中国国内生产总值及增长速度
图表4 2017-2021年中国国内生产总值及构成
图表5 2017-2021年中国固定资产投资及增长速度
图表6 2017-2021年中国社会消费品零售总额及增长速度
图表7 2017-2021年中国货物进出口总额变化趋势图
图表8 2017-2021年中国城镇居民人均可支配收入增长趋势图
图表9中国人均GDP与旅游需求关系
图表10 2017-2021年中国国内旅游人均花费统计
更多图表见正文.....

详细请访问：https://www.huaon.com//channel/tours/757196.html