

# 2020-2025年中国智慧旅游行业发展趋势预测及投资战略咨询报告

报告大纲

## 一、报告简介

华经情报网发布的《2020-2025年中国智慧旅游行业发展趋势预测及投资战略咨询报告》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/detail/496337.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](mailto: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体验、旅游管理、旅游服务和旅游营销的四个层面。

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 中国智慧旅游行业发展现状分析

#### 第一节 企业主导的智慧旅游发展情况

##### 一、中国旅游电子商务发展情况

- (1) 旅游网站数量规模
- (2) 旅游商务用户规模
- (3) 在线旅游市场规模

##### 二、景区景点电子商务发展情况

- (1) 黄山景区电子商务发展情况
- (2) 云台山电子商务发展情况
- (3) 颐和园电子商务发展情况
- (4) 青城山-都江堰电子商务发展情况

##### 三、旅游网站景区业务发展情况

- (1) 同程网景区业务发展情况
- (2) 携程旅行网景区业务发展情况
- (3) 驴妈妈网景区业务发展情况
- (4) 去哪儿网景区业务发展情况
- (5) 途牛旅游网景区业务发展情况

##### 四、旅游酒店电子商务发展情况

- (1) 旅游酒店的信息化建设
- (2) 旅游酒店网络营销模式
- (3) 旅游酒店网络营销现存问题

#### (4) 旅游酒店网络营销发展对策

### 第二节 政府主导的智慧旅游发展情况

#### 一、旅游行业管理信息化建设情况

##### (1) 旅游信息化建设投入

##### (2) 旅游信息化部门设立

#### 二、智慧旅游政务体系分析

##### (1) 旅游咨询服务体系建设分析

##### (2) 旅游网络信息体系建设分析

##### (3) 旅游公共标识体系建设分析

### 第三节 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

##### 1、运用高科技产品，实现智能化管理

##### 2、通过“大数据”分析，实现智能化服务

##### 3、运用新一代IT技术，实现智慧营销方式

#### 四、智慧景区建设路径

##### (1) 建设原则

##### (2) 建设路径

## 第二章 重点城市智慧旅游发展态势与前景

### 第一节 重点城市智慧旅游发展概况

#### 一、智慧旅游试点城市

#### 二、重点地区智慧旅游建设方案

### 第二节 北部城市智慧旅游发展分析

#### 一、北京智慧旅游发展分析

##### (1) 智慧旅游发展基础分析

##### (2) 智慧旅游发展现状分析

##### (3) 智慧旅游发展前景分析

#### 二、天津智慧旅游发展分析

##### (1) 智慧旅游发展基础分析

##### (2) 智慧旅游发展现状分析

##### (3) 智慧旅游发展前景分析

#### 三、大连智慧旅游发展分析

##### (1) 智慧旅游发展基础分析

(2) 智慧旅游发展现状分析

(3) 智慧旅游发展前景分析

### 第三节 南部城市智慧旅游发展分析

#### 一、武汉智慧旅游发展分析

(1) 智慧旅游发展基础分析

(2) 智慧旅游发展现状分析

(3) 智慧旅游发展前景分析

#### 二、成都智慧旅游发展分析

(1) 智慧旅游发展基础分析

(2) 智慧旅游发展现状分析

(3) 智慧旅游发展前景分析

#### 三、杭州智慧旅游发展分析

(1) 智慧旅游发展基础分析

(2) 智慧旅游发展现状分析

(3) 智慧旅游发展前景分析

#### 四、南京智慧旅游发展分析

(1) 智慧旅游发展基础分析

(2) 智慧旅游发展现状分析

(3) 智慧旅游发展前景分析

#### 五、广州智慧旅游发展分析

(1) 智慧旅游发展基础分析

(2) 智慧旅游发展现状分析

(3) 智慧旅游发展前景分析

#### 六、厦门智慧旅游发展分析

(1) 智慧旅游发展基础分析

(2) 智慧旅游发展现状分析

(3) 智慧旅游发展前景分析

#### 七、丽江智慧旅游发展分析

(1) 智慧旅游发展基础分析

(2) 智慧旅游发展现状分析

(3) 智慧旅游发展前景分析

## 第三章 大数据在互联网+智慧旅游中的应用分析

### 第一节 旅游大数据在智慧旅游中的应用

#### 一、面向企业的应用

## 二、面向政府的应用

- (1) 政府自身的运营管理
- (2) 面向企业的宏观引导
- (3) 面向游客的公共服务

## 三、面向游客的应用

### 第二节 基于“大数据”的智慧旅游解决方案

#### 一、大数据智慧旅游管理

#### 二、大数据智慧旅游服务

#### 三、智慧旅游移动应用统一解决方案

#### 四、大数据智慧旅游解决案例分析

- (1) 以大数据理念重新审视公共WIFI
- (2) 以大数据理念重新审视一卡通
- (3) 以大数据理念重新审视旅游手机应用
- (4) 以大数据理念重新审视旅游资讯网
- (5) 以大数据理念重新审视旅游呼叫中心
- (6) 以大数据智慧旅游视角重新审视目的地旅游信息服务

### 第三节 旅游大数据服务企业创新分析

#### 一、浙江卓锐科技股份有限公司

#### 二、携程智慧旅游公司

#### 三、北京蚂蜂窝网络科技有限公司

#### 四、票管家(上海)电子商务股份有限公司

#### 五、贵州大数据旅游产业股份有限公司

## 第四章 互联网+智慧旅游解决方案深度解析

### 第一节 互联网+智慧旅游景区硬件产品分析

#### 一、闸机系列

#### 二、云终端系列+手持机系列

#### 三、自助服务终端

#### 四、其他设备

### 第二节 互联网+智慧旅游景区软件产品分析

#### 一、智慧景区

#### 二、营销

#### 三、安防

#### 四、决策

#### 五、其它

### 第三节 互联网+智慧旅游目的地O2O平台架构

- 一、线上直销
- 二、线上分销
- 三、线下分销
- 四、移动端营销
- 五、产品中心
- 六、决策中心
- 七、管理中心
- 八、服务中心

### 第四节 互联网+智慧旅游公众服务支撑平台建设

- 一、产品服务
- 二、成功案例
- 三、分销平台
- 四、招商合作

## 第五章 互联网+智慧旅游平台建设及案例分析

### 第一节 政府层面的智慧旅游平台建设

#### 一、国家智慧旅游公共服务平台架构及定位

- (1) 旅游产业运行监管平台
- (2) 国家旅游大数据集成平台
- (3) 多语种的旅游形象推广平台
- (4) 旅游公共信息发布与资讯平台
- (5) 全国景区门票预约与客流预警平台

#### 二、各省市（自治区）智慧旅游平台建设

- (1) 四川智慧旅游平台建设
- (2) 江苏智慧旅游平台建设
- (3) 福建智慧旅游平台建设
- (4) 云南智慧旅游平台建设
- (5) 陕西智慧旅游平台建设
- (6) 安徽智慧旅游平台建设

### 第二节 企业层面的智慧旅游平台案例分析

#### 一、芝麻游智慧旅游分销平台

- (1) 平台的定位与优势
- (2) 平台的功能与架构
- (3) 平台的产品及服务

(4) 平台客户及合作伙伴

## 二、上海联通“智慧沃游”平台

(1) 平台的定位与优势

(2) 平台的功能与架构

(3) 平台的产品及服务

(4) 平台客户及合作伙伴

## 三、中智云游智慧旅游平台

(1) 平台定位及功能

(2) 产品及解决方案

(3) 客户及合作伙伴

## 四、票付通智慧旅游平台

(1) 平台定位及功能

(2) 平台的产品及服务

(3) 平台客户及合作伙伴

(4) 平台的应用场景分析

# 第六章 互联网+智慧旅游景区成功案例深度解析

## 第一节 蜀冈瘦西湖风景名胜区

### 一、互联网+智慧景区建设背景

### 二、互联网+智慧景区创新举措

(1) 管理方式创新

(2) 服务内容创新

(3) 营销模式创新

(4) 产品设计创新

(5) 市场推广创新

### 三、互联网+智慧景区建设效果

### 四、互联网+智慧景区经验借鉴

## 第二节 故宫博物院

### 一、互联网+智慧景区建设背景

### 二、互联网+智慧景区创新举措

(1) 管理方式创新

(2) 服务内容创新

(3) 营销模式创新

(4) 产品设计创新

(5) 市场推广创新

三、互联网+智慧景区建设效果

四、互联网+智慧景区经验借鉴

### 第三节 中国黄山风景名胜区

一、互联网+智慧景区建设背景

二、互联网+智慧景区创新举措

(1) 管理方式创新

(2) 服务内容创新

(3) 营销模式创新

(4) 产品设计创新

(5) 市场推广创新

三、互联网+智慧景区建设效果

四、互联网+智慧景区经验借鉴

### 第四节 云台山风景名胜区

一、互联网+智慧景区建设背景

二、互联网+智慧景区创新举措

(1) 管理方式创新

(2) 服务内容创新

(3) 营销模式创新

(4) 产品设计创新

(5) 市场推广创新

三、互联网+智慧景区建设效果

四、互联网+智慧景区经验借鉴

### 第五节 九寨沟风景名胜区

一、互联网+智慧景区建设背景

二、互联网+智慧景区创新举措

(1) 管理方式创新

(2) 服务内容创新

(3) 营销模式创新

(4) 产品设计创新

(5) 市场推广创新

三、互联网+智慧景区建设效果

四、互联网+智慧景区经验借鉴

### 第六节 北京颐和园

一、互联网+智慧景区建设背景

二、互联网+智慧景区创新举措

(1) 管理方式创新

(2) 服务内容创新

(3) 营销模式创新

(4) 产品设计创新

(5) 市场推广创新

三、互联网+智慧景区建设效果

四、互联网+智慧景区经验借鉴

## 第七节 泰山风景区

一、互联网+智慧景区建设背景

二、互联网+智慧景区创新举措

(1) 管理方式创新

(2) 服务内容创新

(3) 营销模式创新

(4) 产品设计创新

(5) 市场推广创新

三、互联网+智慧景区建设效果

四、互联网+智慧景区经验借鉴

## 第八节 成都青城山——都江堰风景区

一、互联网+智慧景区建设背景

二、互联网+智慧景区创新举措

(1) 管理方式创新

(2) 服务内容创新

(3) 营销模式创新

(4) 产品设计创新

(5) 市场推广创新

三、互联网+智慧景区建设效果

四、互联网+智慧景区经验借鉴

## 第九节 忻州五台山风景名胜区

一、互联网+智慧景区建设背景

二、互联网+智慧景区创新举措

(1) 管理方式创新

(2) 服务内容创新

(3) 营销模式创新

(4) 产品设计创新

(5) 市场推广创新

### 三、互联网+智慧景区建设效果

### 四、互联网+智慧景区经验借鉴

## 第十节 厦门市鼓浪屿风景名胜区

### 一、互联网+智慧景区建设背景

### 二、互联网+智慧景区创新举措

#### (1) 管理方式创新

#### (2) 服务内容创新

#### (3) 营销模式创新

#### (4) 产品设计创新

#### (5) 市场推广创新

### 三、互联网+智慧景区建设效果

### 四、互联网+智慧景区经验借鉴

#### 图表目录：

图表 1：2015-2019年旅游网站数量情况 单位：亿元

图表 2：2015-2019年商务旅游用户规模情况 单位：亿人次

图表 3：2015-2019年在线旅游市场交易规模情况 单位：亿元

图表 4：智慧景区系统构成

图表 5：2015-2019年北京旅游情况

图表 6：2015-2019年天津旅游情况

图表 7：2015-2019年大连旅游情况

图表 8：2015-2019年武汉旅游情况

图表 9：2015-2019年成都旅游情况

图表 10：2015-2019年杭州旅游情况

图表 11：2015-2019年南京旅游情况

图表 12：2015-2019年北京旅游情况

图表 13：2015-2019年厦门旅游情况

图表 14：2015-2019年丽江旅游情况

图表 15：浙江卓锐科技股份有限公司基本信息

图表 16：北京蚂蜂窝网络科技有限公司基本信息

更多图表见正文.....

详细请访问：<https://www.huaon.com/detail/496337.html>