



艾凯咨询
ICAN Consulting

2017-2022年中国智慧旅游市场 分析及投资策略研究报告

一、调研说明

《2017-2022年中国智慧旅游市场分析及投资策略研究报告》是艾凯咨询集团经过数月的周密调研，结合国家统计局，行业协会，工商，税务海关等相关数据，由行业内知名专家撰写而成。报告意于成为从事本行业人士经营及投资提供参考的重要依据。

报告主要可分为四大部分，首先，报告对本行业的特征及国内外市场环境进行描述；其次，是本行业的上下游产业链，市场供需状况及竞争格局从宏观到细致的详尽剖析，接着报告中列出数家该行业的重点企业，分析相关经营数据；最后，对该行业未来的发展前景，投资风险给出指导建议。相信该份报告对您把握市场脉搏，知悉竞争对手，进行战略投资具有重要帮助。

官方网址：<https://www.icandata.com/view/286593.html>

报告价格： 纸介版9000元 电子版9000元 纸介版+电子版9200元

订购电话： 400-700-0142 010-80392465

电子邮箱： sales@icandata.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、摘要、目录、图表

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（应该从消费者和旅游资源提供两个方面来体现）。

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 中国智慧旅游行业概述 23

第一节 智慧旅游行业概述 23

一、智慧旅游行业定义 23

二、智慧旅游表现形式 23

（一）智慧服务 23

（二）智慧商务 24

（三）智慧管理 24

（四）智慧政务 24

三、智慧旅游参与主体 24

（一）政府 24

（二）旅游相关企业 25

（三）智慧旅游服务厂商 25

第二节 智慧旅游、数字旅游及虚拟旅游的区别 25

一、数字旅游介绍 25

二、虚拟旅游介绍 26

三、智慧旅游内涵 26

四、三者的不同之处 26

（一）时代背景不同 26

（二）核心技术不同 27

- (三) 倡导主体不同 27
- (四) 学科出发点不同 27
- (五) 侧重点不同 28

第三节 智慧旅游建设的必要性与可行性 29

一、建设智慧旅游的必要性 29

- (一) 产业转型升级的需要 29
- (二) 提升旅游服务品质的需要 29
- (三) 提高科学管理能力的需要 29
- (四) 满足旅游体验的个性需求 30

二、建设智慧旅游的可行性 30

- (一) 政策环境日益优化 30
- (二) 市场需求增长强劲 31
- (三) 技术条件已经成熟 31

第二章 中国智慧旅游发展环境分析 32

第一节 智慧旅游政策环境分析 32

- 一、近年来中国主要旅游支持政策 32
- 二、《依法治理旅游市场秩序三年行动方案（2015年）》 34
- 三、《旅游经营服务不良信息管理办法（试行）》 36
- 四、《关于促进智慧旅游发展的指导意见》 37
- 五、旅游局令第38号《旅游行政处罚办法》 38
- 六、《旅游质量发展纲要（2013-2020年）》 38
- 七、国民旅游休闲纲要（2013-2020年） 39
- 八、《“十三五”全国旅游业发展规划》 41

第二节 智慧旅游经济环境分析 42

- 一、中国GDP增长情况分析 42
- 二、工业经济发展形势分析 43
- 三、社会固定资产投资分析 43
- 四、全社会消费品零售总额 44
- 五、居民消费价格变化分析 45
- 六、对外贸易发展形势分析 46

第三节 智慧旅游消费环境分析 47

- 一、城乡居民收入与消费情况 47
- 二、居民收入与旅游消费相关性 48
- 三、城乡居民人均旅游花费情况 49
- 四、居民奢侈品消费情况分析 50
- 第四节 智慧旅游社会环境分析 51

- 一、人口年龄结构分析 51
- 二、中国城镇化率分析 52
- 三、法定节假日和带薪假期实施 52

第五节 智慧旅游技术环境分析 53

- 一、物联网技术 53
- 二、感知与识别技术 54
 - (一) 二维码技术 54
 - (二) 射频识别技术 55
- 三、网络与通信技术 56
 - (一) NFC技术 56
 - (二) 位置服务技术 57
 - (三) 4G移动通信技术 58
- 四、云计算技术 58
- 五、虚拟现实技术 60

第三章 国外智慧旅游发展态势与经验借鉴 62

第一节 国外智慧旅游发展态势分析 62

- 一、美国智慧旅游发展情况 62
 - (一) 波特兰智慧旅游发展分析 62
 - (二) IBM的智慧酒店 63
- 二、澳大利亚智慧旅游发展情况 63
 - (一) 绿心智慧城市计划 63
 - (二) 绿色智慧城市建设行动 64
- 三、韩国智慧旅游发展情况 64
- 四、新加坡智慧旅游发展情况 65
- 五、其他国家智慧旅游发展情况 66
 - (一) 比利时"标识都市"项目 66

(二) 英德"智能导游"软件 66

第二节 国外智慧旅游发展经验借鉴 67

一、智慧旅游商务模式借鉴 67

(一) Priceline模式 67

(二) Home Away模式 67

(三) Triplt模式 67

二、智慧旅游分销系统借鉴 67

第四章 中国智慧旅游发展基础与载体 68

第一节 中国智慧旅游发展基础分析 68

一、中国旅游资源基础 68

(一) 旅游景区基本情况 68

(二) 旅游景区运营特征 68

二、中国旅游消费基础 69

(一) 国内旅游消费情况 69

(二) 入境旅游消费情况 70

三、交通运输基础 71

(一) 铁路运输业发展情况 71

(二) 公路运输业发展情况 71

(三) 航空运输业发展情况 72

(四) 交通行业客货运输情况 73

四、餐饮发展基础 76

五、酒店业发展基础 77

(一) 酒店星级构成 77

(二) 经济型酒店规模 78

(三) 酒店收入规模 78

六、旅行社发展基础 79

(一) 旅行社发展规模 79

(二) 旅行社区域格局 79

(三) 旅行社经营情况 80

第二节 中国智慧旅游应用载体分析 81

一、智能终端普及度 81

(一) 移动网络设备普及度	81
(二) 互联网普及程度分析	82
二、智能手机发展分析	83
(一) 智能手机市场现状分析	83
(二) 智能手机市场趋势预测	84
三、平板电脑发展分析	84
(一) 平板电脑市场现状分析	84
(二) 平板电脑主流厂商分析	85
第二篇 智慧建设篇	86
第五章 中国智慧旅游建设应用及效益分析	86
第一节 智慧旅游的建设运营模式	86
一、建设运营模式基本类别	86
(一) 政府独自投资建网运营	86
(二) 政府指导委托运营商建网	86
(三) 政府和运营商共同投资建网运营	87
(四) 政府牵头运营商建网的BOT模式	88
(五) 运营商独立投资建网运营	88
二、智慧旅游发展模式分析	89
(一) 政府主导型发展模式	89
(二) 市场导向型发展模式	89
(三) 混合型的发展模式	89
三、智慧旅游建设运营保障体系	90
(一) 规划引领，组织保障	90
(二) 加大政策扶持力度	90
(三) 创新旅游产业发展机制	91
(四) 延长旅游产业链	92
(五) 完善旅游相关法律法规建设	92
(六) 扩大资金投入	92
(七) 加强人才培养和引进	93
(八) 环境保障系统	94
(九) 智能交通保障系统	94
第二节 智慧旅游在产业链上的应用	95

- 一、旅游信息平台 95
- 二、智慧景区 95
- 三、在线旅游企业 95
- 四、智慧旅行社 95
- 五、智慧酒店 96
- 六、智慧旅游交通 96
- 第三节 智慧旅游的效益分析 96
 - 一、社会效益分析 96
 - 二、经济效益分析 98
 - 三、产业带动效益分析 100
 - 四、城市发展效益分析 102

第六章 中国智慧旅游电子商务发展分析 104

第一节 旅游电子商务发展状况分析 104

- 一、旅游电子商务发展情况 104
 - (一) 旅游电商总体开展情况 104
 - (二) 在线旅游用户规模分析 106
 - (三) 在线旅游市场规模分析 107
 - (四) 旅游电商渠道渗透率分析 108
- 二、旅游电子商务发展现状分析 108
 - (一) 旅游电商市场结构分析 108
 - (二) 旅游电商服务市场分析 109
 - (三) 旅游电商移动端市场分析 110
 - (四) 旅游电商分享模式分析 111

第二节 智慧旅游门户网站建设分析 113

- 一、旅游网站发展现状分析 113
 - (一) 旅游网站类型分析 113
 - (二) 中美旅游网站比较 114
- 二、旅游门户网站建设方案 118
 - (一) 网站主要介绍 119
 - (二) 网站栏目介绍及功能说明 120
- 三、旅游景区网站建设方案 123

- (一) 旅游景区网站建设定位 123
- (二) 旅游景区网站建设功能模块 123
- (三) 旅游景区网站建设功能模块说明 124

四、旅游企业电子商务网站构建 126

- (一) 网站域名申请 126
- (二) 网站开发规划 127
- (三) 网站需求规划 128

第三节 智慧旅游电子商务模式发展途径 128

- 一、旅游电商B2B发展模式 128
- 二、旅游OTA发展模式 130
- 三、旅游UGC发展模式 130
- 四、电商O2O发展模式 130

第四节 智慧旅游电子商务发展案例分析 130

- 一、铁路客户服务中心 130
 - (一) 网站发展的基本概述 130
 - (二) 总覆盖人数区域特征 131
 - (三) 总访问次数区域特征 132
 - (四) 总页面浏览量区域特征 133
 - (五) 总访问时长区域特征 134

- 二、携程旅行网 135
 - (一) 网站发展的基本概述 135
 - (二) 总覆盖人数区域特征 136
 - (三) 总访问次数区域特征 136
 - (四) 总页面浏览量区域特征 137
 - (五) 总访问时长区域特征 138

- 三、同程网 139
 - (一) 网站发展的基本概述 139
 - (二) 总覆盖人数区域特征 140
 - (三) 总访问次数区域特征 141
 - (四) 总页面浏览量区域特征 142
 - (五) 总访问时长区域特征 143

- 四、去哪儿网 144

- (一) 网站发展的基本概述 144
- (二) 总覆盖人数区域特征 144
- (三) 总访问次数区域特征 145
- (四) 总页面浏览量区域特征 146
- (五) 总访问时长区域特征 147

五、淘宝旅游 148

- (一) 网站发展的基本概述 148
- (二) 总覆盖人数区域特征 149
- (三) 总访问次数区域特征 150
- (四) 总页面浏览量区域特征 151
- (五) 总访问时长区域特征 152

第七章 中国智慧旅游数字化景区建设分析 154

第一节 景区主导的智慧景区发展情况 154

- 一、智慧景区内涵简析 154
- 二、智慧景区系统构成 154
- 三、智慧景区发展现状 155
- 四、智慧景区建设重点 156
- 五、智慧景区建设路径 157

- (一) 建设原则 157
- (二) 建设思路 157

第二节 智慧景区系统的主要应用 158

- 一、规划监测系统 158
- 二、景区环境监测系统 159
- 三、生物、文物资源监测系统 160
- 四、电子巡更巡检系统 161
- 五、森林防火系统 161
- 六、规划管理信息系统 162
- 七、"三台合一"接处警系统 163
- 八、GPS车辆调度系统 164
- 九、视频监控系统 165
- 十、视频会议系统 165

十一、应急智能广播系统 166

十二、多媒体展示系统 167

十三、LED大屏幕信息发布系统 167

十四、电子门禁系统 168

十五、数据中心 169

十六、指挥调度中心 169

第三节 智慧景区发展案例分析 170

一、都江堰智慧景区 170

二、张家界智慧景区 170

三、峨眉山智慧景区 171

四、云台山智慧景区 172

五、镜泊湖智慧景区 173

第八章 中国旅行社信息化建设进展分析 175

第一节 传统旅行社与电子商务的融合分析 175

一、电子商务对传统旅行社的影响分析 175

（一）旅游电子商务对传统旅行社的冲击 175

（二）旅游电子商务与传统旅行社的比较 176

（三）电子商务背景下传统旅行社的发展策略 177

二、传统旅行社行业网络营销分析 178

（一）旅行社网络营销的优势分析 178

（二）旅行社网络营销存在的难题 179

（三）旅行社网络营销的策略分析 180

三、传统旅行社与电子商务的融合趋势 182

四、旅行社电子商务发展现状与趋势 183

第二节 旅行社在线旅游业务分析 183

一、在线旅游市场发展分析 183

（一）在线旅行预订市场规模 183

（二）在线旅行市场特点分析 184

二、在线旅游行业主要商业模式 185

三、中国在线旅游预订SWOT分析 185

四、在线旅游行业市场格局影响因素 187

第三节 旅行社电子信息化建设分析 189

一、旅行社电子商务发展模式 189

- (一) 基于第三方旅游交易平台的合作模式 189
- (二) 基于目的地公共旅游信息网的发展模式 191
- (三) 基于加盟旅行社电子商务平台的联合体模式 191
- (四) 基于大型旅行社自建电子商务平台的发展模式 192

二、旅行社网络销售模式分析 193

三、旅游社的网站建设情况 194

- (一) 旅行社网站建设定位 194
- (二) 旅行社网站建设目标 194
- (三) 旅行社网站功能模块 195
- (四) 网站后台功能模块 196

第九章 中国旅游酒店信息化建设进展分析 199

第一节 旅游酒店信息化建设现状分析 199

一、酒店信息化建设发展现状 199

二、旅游酒店电子商务发展情况 199

- (一) 旅游酒店商务发展现状分析 199
- (二) 旅游酒店电子商务存在问题 200
- (三) 旅游酒店电子商务发展对策 200

三、推进酒店信息化建设的思考 203

- (一) 转变观念,再造流程 203
- (二) 加强管理,统一标准 203
- (三) 内外兼修,多方参与 203
- (四) 长远规划,系统开发 203
- (五) 逐步导入,不断升级 204

第二节 旅游酒店信息化工程建设内容 204

一、酒店管理信息系统 204

- (一) 中央控制室 204
- (二) 系统前端设备 205
- (三) 报警部分 205
- (四) 信号传输 205

二、酒店电子商务平台 205

（一）利用企业自身网站 205

（二）利用在线旅游中间商 206

（三）利用其他渠道 206

第三节 酒店信息化趋势及案例分析 207

一、智慧酒店发展趋势分析 207

二、智能手机与酒店业联姻 207

三、酒店业信息化发展趋势 208

四、智慧酒店发展案例分析 208

（一）杭州黄龙饭店 208

（二）开元酒店集团 211

第三篇 发展重点篇 213

第十章 中国智慧旅游行业管理平台分析 213

第一节 旅游行业管理信息化建设 213

一、旅游行业管理信息化建设情况 213

（一）旅游管理信息化的必要性 213

（二）加强旅游管理信息系统 213

二、智慧旅游体系建设探索 215

（一）目的地统一营销体系 215

（二）智慧旅游公共服务体系 215

（三）智慧旅游行业管理体系 215

（四）旅游业态智慧旅游服务体系 216

第二节 旅游行政服务系统 216

一、行政审批 216

二、评星评级 217

三、12301呼叫中心 217

四、旅游投诉 217

五、旅游执法 218

第三节 旅游监测预报系统 218

一、旅游统计功能 218

二、旅游预测功能 219

三、旅游分析功能 219

第四节 旅游团队服务管理系统 219

- 一、旅游团队服务管理系统的作用 219
- 二、旅游团队服务管理系统的功能 220
- 三、旅游团队服务管理系统经营借鉴 221

第五节 旅游安全保障管理系统 222

- 一、旅游安全保障的要求 223
- 二、旅游安全风险监测 223
- 三、旅游应急处理 224
- 四、旅游安全宣传教育 224

五、旅游保险保障 225

第六节 智能旅游管理决策支持系统 225

- 一、旅游支出决策支持系统 225
- 二、旅游管理决策支持系统 226
- 三、旅游突发事件决策支持系统 227
- 四、旅游资源可持续发展决策支持系统 227

第十一章 中国智慧旅游行业信息服务分析 229

第一节 旅游信息服务应用类型 229

- 一、旅游线路规划 229
- 二、机票预订与航空服务 229
- 三、酒店预订与入住 230
- 四、手机租车服务 231
- 五、基于位置的服务应用 232
- 六、二维码电子门票 233
- 七、移动电子导游 234
- 八、移动支付 235
- 九、旅游社交网站 237
- 十、旅游安全应急 239

第二节 移动旅游信息服务分析 240

- 一、移动旅游信息服务优势分析 240
- 二、移动旅游信息服务平台架构 241
 - (一) 移动终端的旅游信息在途服务网络平台 241

- (二) 旅游信息在途服务移动通信终端应用软件 241
- (三) 基于二维码旅游信息的在途服务移动信息终端 241
- 三、旅游类APP运营商排名分析 241
- 四、移动旅游信息服务应用前景 243
- 第三节 智慧旅游向导案例--mTrip 244

第十二章 中国智慧旅游行业市场营销分析 247

第一节 旅游网络营销的优势及策略 247

- 一、旅游网络营销优势分析 247
- 二、旅游网络营销功能分析 248
- 三、旅游网络营销策略分析 250

- (一) 产品策略 250
- (二) 价格策略 251
- (三) 渠道策略 251
- (四) 促销策略 252

第二节 旅游目的地营销系统 253

- 一、旅游目的地营销系统主要方式 253
 - (一) 手机/PDA多语言WAP网站 254
 - (二) 旅游声讯服务 255
 - (三) 城市多媒体终端 255
 - (四) 互动数字电视 (IDTV) 255
 - (五) 多语言网络广告 255
 - (六) 电子服务 256
 - (七) 虚拟旅游 256
 - (八) 智能搜索引擎 256
 - (九) 客户关系管理和客户管理系统 257
 - (十) 电子布告栏 (BBS) 和新闻组 257
 - (十一) 网上娱乐 257

二、旅游目的地营销系统发展趋势 257

第三节 旅游营销与社交媒体 260

- 一、社交媒体对旅游营销的影响 260
- 二、基于社交媒体的旅游营销创新 260

三、全球主要旅游社交网站 264

- (一) Tripatini：咨询旅游专家 264
- (二) Boots N All和Lonely Planet：咨询旅行者 264
- (三) TripWolf：阅读旅游专家和旅行者的诀窍 264
- (四) TriPadvisor和Virtural Tourist：查看旅行者评论 265
- (五) Dopplr：查看你的好友正在去哪儿 265
- (六) TripSay：更智能的旅游计划 265
- (七) WAYN：旅游主题社交网络 265
- (八) Foursquare：签到、获得积分、发掘新去处 266

第四篇 区域市场篇 267

第十三章 中国重点城市智慧旅游发展状况分析 267

第一节 重点城市智慧旅游发展概况 267

- 一、智慧旅游试点城市分析 267
- 二、重点地区智慧旅游建设方案 267

第二节 北京智慧旅游发展分析 268

- 一、智慧旅游发展背景分析 268
 - (一) 旅游市场总体情况 268
 - (二) 旅游收入情况分析 268
 - (三) 旅行社发展情况分析 270
- 二、智慧旅游发展现状分析 271
- 三、“十三五”北京智慧旅游发展环境 272
 - (一) 智慧旅游发展面临的机遇 272
 - (二) 智慧旅游发展面临的挑战 274
 - (三) 智慧旅游发展目标 274
 - (四) 智慧旅游发展任务 275

四、智慧旅游发展前景分析 276

第三节 天津智慧旅游发展分析 277

- 一、智慧旅游发展背景分析 277
 - (一) 接待入境游客情况 277
 - (二) 主要客源国情况 277
 - (三) 国际旅游（外汇）收入情况 278
- 二、智慧旅游发展现状分析 278

- (一) 天津旅游云数据中心 278
- (二) 天津智慧旅游网站群 278
- (三) 天津旅游移动智慧门户 279
- (四) 12301旅游服务热线 279
- (五) 京津冀旅游一卡通 279
- (六) 人工咨询网点智能管理与信息查询系统 279
- (七) 城市旅游地理信息展示终端 279
- (八) 开通天津旅游微博群 279
- (九) 行业管理系统覆盖面广,大幅提升管理效率 280
- (十) 各区县和旅游企业积极投入智慧旅游建设 280

三、智慧旅游发展前景分析 280

第四节 大连智慧旅游发展分析 280

- 一、智慧旅游发展背景分析 280
- 二、智慧旅游发展现状分析 281
 - (一) "i慧游"大连智慧旅游平台 281
 - (二) 大连智慧旅游建设情况分析 282

三、智慧旅游发展前景分析 282

第五节 武汉智慧旅游发展分析 283

- 一、智慧旅游发展背景分析 283
- 二、智慧旅游发展现状分析 283
 - (一) 旅游景区智慧建设 283
 - (二) 武汉移动"指尖智慧旅游" 284
 - (三) 武汉"智慧旅游"APP软件 285

三、智慧旅游发展前景分析 285

第六节 成都智慧旅游发展分析 286

- 一、智慧旅游发展背景分析 286
- 二、智慧旅游发展现状分析 286
 - (一) "成都旅游一点通" 286
 - (二) "成都智慧旅游数据中心" 287

三、智慧旅游发展前景分析 288

第七节 杭州智慧旅游发展分析 289

- 一、智慧旅游发展背景分析 289

二、智慧旅游发展现状分析 289

三、智慧旅游发展前景分析 290

(一) 智慧旅游发展机遇 290

(二) 智慧旅游发展面临的挑战 291

(三) 智慧旅游发展目标 292

(四) 智慧旅游发展任务 294

第八节 上海智慧旅游发展分析 296

一、智慧旅游发展背景分析 296

(一) 旅游市场总体情况 296

(二) 旅游收入情况分析 297

(三) 旅游人数情况分析 297

二、智慧旅游发展现状分析 298

(一) 智慧旅游为智慧城市添彩 298

(二) 上海智慧旅游建设进展情况 299

(三) 上海国际智慧旅游产业联盟成立 300

三、智慧旅游发展前景分析 301

第九节 南京智慧旅游发展分析 302

一、智慧旅游发展背景分析 302

(一) 旅游业总体情况 302

(二) 国内旅游市场 302

(三) 入境旅游市场 303

二、智慧旅游发展现状分析 304

(一) "南京游客助手" 304

(二) "新型游客体验终端" 304

(三) "乡村旅游营销平台" 305

(四) "旅游执法e通"系统 305

(五) "智慧景区"试点 305

(六) 智慧旅游中央管理平台 306

(七) 南京"智慧旅游"优势 306

三、智慧旅游发展前景分析 306

第十节 苏州智慧旅游发展分析 308

一、智慧旅游发展背景分析 308

二、智慧旅游发展现状分析 308

(一) 苏州"智慧旅游"首批项目 308

(二) 苏州智慧旅游发展特点 309

(三) 苏州打造移动智慧旅游平台 309

三、智慧旅游发展规划分析 310

第十一节 广州智慧旅游发展分析 310

一、智慧旅游发展背景分析 310

二、智慧旅游发展现状分析 311

(一) 景区智慧旅游快速服务通道 311

(二) 广州生态亲子游绿卡 311

三、智慧旅游发展前景分析 312

第十二节 厦门智慧旅游发展分析 312

一、智慧旅游发展背景分析 312

二、智慧旅游发展现状分析 313

(一) 旅游大数据工程 313

(二) 游客采样分析系统建设工程 313

(三) 诚信旅游管理系统建设工程 313

(四) 智慧景区建设工程 313

(五) 智慧饭店建设工程 313

(六) 智慧旅行社建设工程 313

(七) 12301旅游服务热线建设工程 314

(八) 新媒体智慧旅游营销工程 314

(九) 免费无线上网环境建设工程 314

(十) 智慧旅游卡工程 314

三、智慧旅游发展前景分析 314

第五篇 企业经营篇 317

第十四章 智慧旅游行业领先企业经营实践分析 317

第一节 智慧旅游服务企业发展情况分析 317

一、马上游科技股份有限公司 317

(一) 企业基本发展情况 317

(二) 企业智慧旅游服务 317

(三) 企业经营情况分析 319

(四) 企业发展优势分析 320

(五) 企业最新发展动向 321

二、北京巅峰智业旅游文化创意股份有限公司 322

(一) 企业基本发展情况 322

(二) 企业经营情况分析 323

(三) 企业智慧旅游服务 324

(四) 企业发展优势分析 326

(五) 企业最新发展动向 329

三、湖南三英特旅游智能技术有限公司 330

(一) 企业基本发展情况 330

(二) 企业智慧旅游服务 330

(三) 企业发展优势分析 331

四、杭州天迈网络有限公司 331

(一) 企业基本发展情况 331

(二) 企业经营情况分析 332

(三) 企业智慧旅游服务 332

(四) 企业发展优势分析 335

(五) 企业最新发展动向 335

五、北京巅峰美景科技有限责任公司 336

(一) 企业基本发展情况 336

(二) 企业智慧旅游服务 336

(三) 企业发展优势分析 337

六、浙江深大智能科技有限公司 337

(一) 企业基本发展情况 337

(二) 企业智慧旅游服务 338

(三) 企业发展优势分析 338

(四) 智慧景区成功案例 339

(五) 企业最新发展动向 342

七、深圳市鼎游信息技术有限公司 342

(一) 企业基本发展情况 342

(二) 企业智慧旅游服务 343

(三) 企业发展优势分析 345

(四) 企业最新发展动向 345

八、深圳融创新技术有限公司 346

(一) 企业基本发展情况 346

(二) 企业智慧旅游服务 347

(三) 企业发展优势分析 348

(四) 企业最新发展动向 348

九、天津恒达文博科技有限公司 349

(一) 企业基本发展情况 349

(二) 企业智慧旅游服务 350

(三) 企业发展优势分析 351

(四) 企业最新发展动向 352

十、河南游务通科技有限公司 352

(一) 企业基本发展情况 352

(二) 企业智慧旅游服务 353

(三) 企业发展优势分析 354

(四) 企业最新发展动向 354

第二节 传统旅游企业智慧旅游运营分析 354

一、中青旅控股股份有限公司 354

(一) 企业发展基本情况 354

(二) 企业经营状况分析 354

(三) 企业智慧旅游运营 356

(四) 企业销售网络分析 356

(五) 企业发展优势分析 357

二、中国国旅股份有限公司 358

(一) 企业发展基本情况 358

(二) 企业经营状况分析 359

(三) 企业智慧旅游运营 360

(四) 企业发展优势分析 361

(五) 企业发展战略分析 361

三、香港中旅国际投资有限公司 362

(一) 企业发展基本情况 362

(二) 企业经营状况分析 362

(三) 企业业务资质分析 363

(四) 企业发展战略分析 364

四、深圳华侨城股份有限公司 366

(一) 企业发展基本情况 366

(二) 企业经营状况分析 366

(三) 企业销售网络分析 367

(四) 企业旅游业务分析 368

(五) 企业竞争优势分析 368

五、北京首旅酒店(集团)股份有限公司 369

(一) 企业发展基本情况 369

(二) 企业经营状况分析 369

(三) 企业智慧旅游运营 370

(四) 企业竞争优势分析 371

(五) 企业发展战略分析 372

六、上海锦江国际旅游股份有限公司 373

(一) 企业发展基本情况 373

(二) 企业经营状况分析 373

(三) 企业销售网络分析 374

(四) 企业竞争优势分析 375

(五) 企业发展战略分析 375

七、黄山旅游发展股份有限公司 376

(一) 企业发展基本情况 376

(二) 企业经营状况分析 376

(三) 企业旅游运营分析 377

(四) 企业竞争优势分析 378

(五) 企业发展战略分析 378

八、峨眉山旅游股份有限公司 379

(一) 企业发展基本情况 379

(二) 企业经营状况分析 379

(三) 企业智慧旅游运营 380

(四) 企业销售网络分析 381

(五) 企业竞争优势分析 381

(六) 企业发展战略分析	381
九、上海锦江国际酒店发展股份有限公司	382
(一) 企业发展基本情况	382
(二) 企业经营状况分析	382
(三) 企业销售网络分析	383
(四) 企业竞争优势分析	384
(五) 企业发展战略分析	385
十、华天酒店集团股份有限公司	385
(一) 企业基本发展情况	385
(二) 企业经营情况分析	385
(三) 企业业务运营分析	387
(四) 企业发展优势分析	387
第三节 信息化企业智慧旅游发展分析	389
一、银江股份有限公司	389
(一) 企业基本发展情况	389
(二) 企业经营情况分析	389
(三) 企业智慧旅游服务	390
(四) 企业发展优势分析	393
(五) 企业发展战略分析	393
二、大唐电信科技股份有限公司	394
(一) 企业基本发展情况	394
(二) 企业经营情况分析	394
(三) 企业智慧旅游服务	395
(四) 企业发展优势分析	397
(五) 企业发展战略分析	398
三、深圳市远望谷信息技术股份有限公司	398
(一) 企业基本发展情况	398
(二) 企业经营情况分析	399
(三) 企业智慧旅游服务	400
(四) 企业发展优势分析	401
(五) 企业最新发展动向	402
四、北京华胜天成科技股份有限公司	403

- (一) 企业基本发展情况 403
- (二) 企业经营情况分析 404
- (三) 企业智慧旅游服务 406
- (四) 企业发展优势分析 408
- (五) 企业最新发展动向 409

五、南京汇兴博业数字设备有限公司 409

- (一) 企业基本发展情况 409
- (二) 企业智慧旅游服务 410
- (三) 企业发展优势分析 410
- (四) 企业最新发展动向 410

第六篇 投资前景篇 412

第十五章 2017-2022年中国智慧旅游发展前景与投资机会分析 412(AK WZY)

第一节 2017-2022年智慧旅游发展前景分析 412

一、旅游业发展趋势预测 412

- (一) 国内游市场发展情况预测 412
- (二) 入境游市场发展情况预测 413
- (三) 出境游市场发展情况预测 414
- (四) 中国在线旅游市场规模预测 415

二、智慧旅游发展趋势分析 416

- (一) 实现旅游管理方式的转变 416
- (二) 实现旅游营销方式的多样化 417

三、智慧旅游发展前景预测 417

- (一) 智慧旅游市场前景 417
- (二) 旅游电子商务前景 418

第二节 2017-2022年智慧旅游投资机会与策略分析 421

一、智慧旅游核心价值分析 421

- (一) 科技创新价值 421
- (二) 产业支撑价值 421
- (三) 经济贡献价值 422
- (四) 社会拉动价值 422

二、智慧旅游发展机遇分析 422

三、智慧旅游投资机会分析 423

四、智慧旅游发展策略分析 424

部分图表目录：

- 图表 1 近年中国旅游业支持政策统计 32
- 图表 2 近年中国文化旅游行业支持政策统计 33
- 图表 3 2011-2016年中国国内生产总值及增长速度 42
- 图表 4 2014-2016年中国国内生产总值及构成 43
- 图表 5 2011-2016年中国固定资产投资及增长速度 44
- 图表 6 2011-2016年中国社会消费品零售总额及增长速度 45
- 图表 7 2011-2016年中国货物进出口总额变化趋势图 47
- 图表 8 2012-2015年中国城镇居民人均可支配收入增长趋势图 48
- 图表 9 中国人均GDP与旅游需求关系 49
- 图表 10 2012-2015年中国国内旅游人均花费统计 49
- 图表 11 中国高端消费品消费结构 50
- 图表 12 内地最受欢迎的高端消费品排名 50
- 图表 13 2012-2015年中国人口总量增长趋势图 51
- 图表 14 2015年全国人口数及其构成 51
- 图表 15 2012-2015年中国城镇化率变化趋势图 52
- 图表 16 2012-2016年中国国内旅游人数及国内旅游收入统计 70
- 图表 17 2012-2016年中国入境旅游人数规模及外汇收入统计 70
- 图表 18 2012-2015年中国铁路固定资产投资额统计 71
- 图表 19 2012-2015年公路建设投资额及增长速度统计 71
- 图表 20 2012-2015年中国公路总里程和公路密度统计 72
- 图表 21 2012-2015年中国高速公路里程统计 72
- 图表 22 2012-2015年中国民航基本建设和技术改造投资情况统计 73
- 图表 23 2012-2015年中国民航机场系统投资情况统计表 73
- 图表 24 2011-2015年全国铁路旅客发送量统计情况 74
- 图表 25 2015年城市客运系统客运量构成图 75
- 图表 26 2012-2016年中国餐饮业零售额变化趋势图 77
- 图表 27 2012-2016年中国星级饭店营业收入统计 77
- 图表 28 2012-2015年我国经济型酒店数量统计 78
- 图表 29 2011-2016年中国旅行社数量统计 79

图表 30 2016年中国各地区旅行社数量情况表 79

图表 31 2012-2015年中国旅行社营业收入统计 81

图表 32 2012-2016年中国网民规模和互联网普及率 82

图表 33 2011-2016年中国智能手机出货量统计 83

图表 34 2016年全球品牌平板电脑出货表现 85

图表 35 2012-2015年中国在线旅行预订市场用户规模 107

图表 36 2011-2016年中国在线旅游市场规模变化趋势图 107

图表 37 2011-2015年中国在线旅游市场在线渗透率变化趋势图 108

图表 38 2016年中国在线旅游市场结构图 109

图表 39 2015年中国在线旅游服务月度覆盖人数统计 110

图表 40 2015年中国移动端在线旅游服务月度覆盖人数统计 111

图表 41 2016年铁路客户服务中心网站用户总覆盖人数区域情况 131

图表 42 2016年铁路客户服务中心网站用户总覆盖人数区域结构图 132

图表 43 2016年铁路客户服务中心网站用户总访问次数区域情况 132

图表 44 2016年铁路客户服务中心网站总访问次数区域结构图 133

图表 45 2016年铁路客户服务中心网站用户总页面浏览量区域情况 133

图表 46 2016年铁路客户服务中心网站总页面浏览量区域结构图 134

图表 47 2016年铁路客户服务中心网站用户总访问时长区域情况 134

图表 48 2016年铁路客户服务中心网站总访问时长区域结构图 135

图表 49 2016年携程旅行网网站用户总覆盖人数区域情况 136

图表 50 2016年携程旅行网网站用户总覆盖人数区域结构图 136

图表 51 2016年携程旅行网网站用户总访问次数区域情况 137

图表 52 2016年携程旅行网网站总访问次数区域结构图 137

图表 53 2016年携程旅行网网站用户总页面浏览量区域情况 138

图表 54 2016年携程旅行网网站总页面浏览量区域结构图 138

图表 55 携程旅行网网站用户总访问时长区域情况 139

图表 56 2016年携程旅行网网站总访问时长区域结构图 139

图表 57 2016年同程网用户总覆盖人数区域情况 140

图表 58 2016年同程网用户总覆盖人数区域结构图 141

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/286593.html>

三、研究方法

- 1、系统分析方法
- 2、比较分析方法
- 3、具体与抽象方法
- 4、分析与综合方法
- 5、归纳与演绎方法
- 6、定性分析与定量分析方法
- 7、预测研究方法

四、数据来源

对行业内相关的专家、厂商、渠道商、业务（销售）人员及客户进行访谈，获取最新的一手市场资料；

艾凯咨询集团长期监测采集的数据资料；

行业协会、国家统计局、海关总署、国家发改委、工商总局等政府部门和官方机构的数据与资料；

行业公开信息；

行业企业及上、下游企业的季报、年报和其它公开信息；

各类中英文期刊数据库、图书馆、科研院所、高等院校的文献资料；

行业资深专家公开发表的观点；

对行业的重要数据指标进行连续性对比，反映行业发展趋势；

中华人民共和国国家统计局 <http://www.stats.gov.cn>

中华人民共和国国家工商行政管理总局 <http://www.saic.gov.cn>

中华人民共和国海关总署 <http://www.customs.gov.cn>

中华人民共和国商务部 <http://www.mofcom.gov.cn>

中国证券监督管理委员会 <http://www.csrc.gov.cn>

中华人民共和国商务部 <http://www.mofcom.gov.cn>

世界贸易组织 <https://www.wto.org>

联合国统计司 <http://unstats.un.org>

联合国商品贸易统计数据库 <http://comtrade.un.org>

五、关于艾凯咨询网

艾凯咨询网（www.icandata.com）隶属艾凯咨询集团（北京华经艾凯企业咨询有限公司），艾凯咨询集团专注提供大中华区产业经济情报，为企业商业决策赋能，是领先的市场研究报告和竞争情报提供商

艾凯咨询集团为企业提供专业投资咨询报告、深度研究报告、市场调查、统计数据等。艾凯咨询网每天更新大量行业分析报告、图表资料、竞争情报、投资情报等，为用户及时了解迅速变化中的世界和中国市场提供便利，为企业商业决策赋能。

研究力量

高素质的专业的研究分析团队，密切关注市场最新动向。在多个行业，拥有数名经验丰富的专业分析师。对于特定及专属领域，我们有国内外众多合作研究机构，同时我们聘请数名行业资深专家顾问，帮助客户分清市场现状和趋势，找准市场定位和切入机会，提出合适中肯的建议，帮助客户实现价值，与客户一同成长。

我们的优势

权威机构 艾凯咨询集团二十年深厚行业背景;

数量领先 囊括主流研究报告和权威合作伙伴;

服务齐全 促销、推荐指数、积分、网上支付等;

良好声誉 广泛知名度、满意度，众多新老客户。