

2020-2026年中国智慧旅游 行业前景展望与市场调查预测报告

报告目录及图表目录

北京迪索共研咨询有限公司

www.cction.com

一、报告报价

《2020-2026年中国智慧旅游行业前景展望与市场调查预测报告》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/202008/178874.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体验、旅游管理、旅游服务和旅游营销的四个层面。

中企顾问网发布的《2020-2026年中国智慧旅游行业前景展望与市场调查预测报告》共十四章。首先介绍了智慧旅游相关概念及发展环境，接着分析了中国智慧旅游规模及消费需求，然后对中国智慧旅游市场运行态势进行了重点分析，最后分析了中国智慧旅游面临的机遇及发展前景。您若想对中国智慧旅游有个系统的了解或者想投资该行业，本报告将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 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 故宫博物馆

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 1：2014-2019年旅游网站数量情况 单位：亿元

图表 2：2014-2019年商务旅游用户规模情况 单位：亿人次

图表 3：2014-2019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 5：2014-2019年北京旅游情况

图表 6：2014-2019年天津旅游情况

图表 7：2014-2019年大连旅游情况

图表 8：2014-2019年武汉旅游情况

图表 9：2014-2019年成都旅游情况

图表 10：2014-2019年杭州旅游情况

图表 11：2014-2019年南京旅游情况

图表 12：2014-2019年北京旅游情况

图表 13：2014-2019年厦门旅游情况

图表 14：2014-2019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

图表 17：票管家（上海）电子商务股份有限公司基本信息

图表 18：贵州大数据旅游产业股份有限公司基本信息

图表 19：浙江深大智能集团闸机系列产品

图表 20：浙江深大智能集团云终端系列+手持机系列产品

图表 21：浙江深大智能集团自助服务终端

图表 22：智游宝整体方案

图表 23：智游宝各类产品与服务

图表 24：票付通智慧旅游平台架构及应用场景

更多图表见正文.....

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202008/178874.html>