

2024-2029年中国互联网+工业旅游市场供需预测研究咨询报告

报告简介

“互联网+工业旅游”是在线旅游的细分领域。在线旅游是依托互联网，以满足旅游消费者信息查询、产品预定及服务评价为核心目的，囊括了包括航空公司、酒店、景区、租车公司、海内外旅游局等旅游服务供应商及搜索引擎、OTA、电信运营商、旅游资讯及社区网站等在线旅游平台的新产业正处于快速上升期。该产业主要借助互联网，与传统旅游产业以门店销售的方式形成巨大差异，被旅游从业人士称之为“在线旅游”。

当下

90%的出游游客通过网络和手机客户端进行相关数据搜索，50%以上的游客通过在线及手机客户端预订旅游产品。随着我国旅游市场的主力消费人群转为80、

90后甚至00后年轻人，在线旅游市场渗透率会进一步提升。工业旅游已成为新时代中国旅游业发展的新亮点。

与常规旅游相比，工业旅游的品牌化进程刚刚起步。尽管工业旅游是建立在品牌效应的基础上，但如何通过工业品牌培育旅游名牌仍是一个新的课题。一般而言，工业旅游拥有品位较高的旅游资源，且旅游资源本身拥有较高的知名度，但与之相对应的旅游项目却没有做出自己的特色，一般仅限于对既有资源的陈列与宣传，缺乏对游客有持久吸引力的旅游产品。

过多年工业旅游的考察和设计，国内对工业旅游的了解还是有所提升，目前大家普遍看好工业旅游，国家也大力提倡工业旅游。所以工业旅游的前景非常广阔。

本研究咨询报告由北京中道泰和信息咨询有限公司领衔撰写，在大量周密的市场调研基础上，主要依据了国家统计局、国家商务部、国家海关总署、国家发改委、国家经济信息中心、国务院发展研究中心、全国商业信息中心、中国经济景气监测中心、51行业报告网、全国及海外多种相关报纸杂志的基础信息等公布和提供的大量资料和数据，客观、多角度地对中国“互联网+工业旅游”市场进行了分析研究。报告在总结中国“互联网+工业旅游”发展历程的基础上，结合新时期的各方面因素，对中国“互联网+工业旅游”的发展趋势给予了细致和审慎的预测论证。报告资料详实，图表丰富，既有深入的分析，又有直观的比较，为“互联网+工业旅游”行业企业在激烈的市场竞争中洞察先机，能准确及时的针对自身环境调整经营策略。

报告目录

第一部分 产业环境透视

第一章 中国“互联网+工业旅游”行业概述 1

第一节 “互联网+工业旅游”行业概念界定 1

一、“互联网+”的内涵及意义 1

- 1、“互联网+”的内涵 1
- 2、“互联网+”的意义 2
- 二、“互联网+工业旅游”行业的内涵 3
- 第二节 中国“互联网+工业旅游”行业发展背景 3
- 一、中国“互联网+工业旅游”行业政策背景分析 3
- 1、行业管理体制分析 3
- 2、行业发展规划分析 3
- 3、行业政策动向分析 4
- 二、政策环境对行业的影响 4
- 第三节 中国“互联网+工业旅游”行业经济指标分析 5
- 一、盈利性 5
- 二、工业增加值 5
- 三、产品销售收入 6
- 四、产品销售成本 6
- 五、产品销售费用 6
- 六、产品销售税金及附加 6
- 七、管理费用 6
- 八、财务费用 7
- 九、利润总额 7
- 第二章 中国“互联网+工业旅游”行业发展环境分析 8
- 第一节 2019-2023年中国宏观经济环境分析 8
- 一、2019-2023年中国经济形势分析 8
- 二、2019-2023年消费价格指数分析 9
- 三、2019-2023年城乡居民收入分析 10

第二节 中国“互联网+工业旅游”行业技术环境分析	10
第三节 行业政策环境分析	12
一、行业法律、法规解读	12
1、《全国工业旅游创新发展三年行动方案(2018- 2020)》	12
2、《关于促进全域旅游发展的指导意见》	16
二、国家政策、法规对行业的影响	18
第四节 国外工业旅游发展状况	18
第二部分 行业深度分析	
第三章 行业产业链分析	21
第一节 行业上游	21
一、重点上游行业发展现状	21
二、重点上游行业发展趋势预测	22
三、行业新动态及其对行业的影响	23
四、行业竞争状况及其对行业的意义	23
第二节 行业下游行业分析	24
一、主要下游行业发展现状	24
二、主要下游行业发展趋势预测	24
三、行业新动态及其对行业的影响	24
第三节 行业上下游的投资建议	25
第四章 中国“互联网+工业旅游”行业关联行业发展分析	26
第一节 云计算行业现状及发展趋势	26
一、云计算行业发展现状	26
二、云计算行业市场规模分析	27
三、云计算行业市场需求分析	27

- 四、云计算技术发展趋势 27
- 五、云计算行业的发展对中国“互联网+工业旅游”行业的影响 31
- 第二节 物联网行业现状及发展趋势 34
 - 一、物联网行业发展现状与趋势 34
 - 二、物联网行业市场规模分析 36
 - 三、物联网行业市场需求分析 37
 - 四、物联网行业的发展对中国“互联网+工业旅游”行业的影响 39
- 第三节 通信行业现状及发展趋势 41
 - 一、通信行业发展现状 41
 - 二、通信行业市场规模分析 44
 - 三、通信行业市场需求分析 44
 - 四、通信行业发展趋势 46
 - 五、通信行业的发展对中国“互联网+工业旅游”行业的影响 49
- 第五章 中国“互联网+工业旅游”行业市场前景分析 50
 - 第一节 中国“互联网+工业旅游”行业市场发展现状分析 50
 - 一、中国“互联网+工业旅游”行业现状 50
 - 二、中国“互联网+工业旅游”行业市场规模 50
 - 三、中国“互联网+工业旅游”行业投资切入方式 50
 - 四、中国“互联网+工业旅游”行业投资规模分析 53
 - 第二节 互联网给工业旅游行业带来的冲击和变革分析 53
 - 一、互联网时代工业旅游行业大环境变化分析 53
 - 二、互联网给工业旅游行业带来的突破机遇分析 53
 - 三、互联网给工业旅游行业带来的挑战分析 54
 - 四、工业旅游行业目标客户互联网渗透率分析 54

第三节 中国“互联网+工业旅游”行业市场发展前景分析 54

一、中国“互联网+工业旅游”行业市场增长动力分析 54

二、中国“互联网+工业旅游”行业市场发展瓶颈剖析 55

三、中国“互联网+工业旅游”行业市场发展趋势分析 55

第六章 中国互联网行业经营效益分析 57

第一节 2019-2023年互联网行业发展分析 57

一、2019-2023年互联网行业发展概述 57

二、2019-2023年互联网行业发展现状 57

第二节 2019-2023年互联网行业规模分析 60

一、互联网行业企业规模分析 60

二、互联网行业资产增长分析 61

三、互联网行业销售收入分析 61

四、互联网行业利润总额分析 62

第三节 2019-2023年互联网行业经营效益 62

一、互联网行业偿债能力分析 63

二、互联网行业盈利能力分析 63

三、互联网行业成长能力分析 64

四、互联网行业运营能力分析 64

第七章 中国工业旅游行业经营效益分析 65

第一节 2019-2023年工业旅游行业发展分析 65

一、2019-2023年工业旅游行业发展概述 65

二、2019-2023年工业旅游行业发展现状 69

第二节 2019-2023年工业旅游行业规模分析 70

一、工业旅游行业企业规模分析 70

二、工业旅游行业资产增长分析	71
三、工业旅游行业销售收入分析	71
四、工业旅游行业利润总额分析	72
第三节 2019-2023年工业旅游行业经营效益	72
一、工业旅游行业偿债能力分析	72
二、工业旅游行业盈利能力分析	73
三、工业旅游行业成长能力分析	73
四、工业旅游行业运营能力分析	74
第三部分 竞争格局分析	
第八章 中国“互联网+工业旅游”行业竞争分析	75
第一节 中国“互联网+工业旅游”行业参与者结构	75
第二节 中国“互联网+工业旅游”行业竞争者类型	75
第三节 中国“互联网+工业旅游”行业市场占有率	76
第九章 中国“互联网+工业旅游”行业市场竞争格局	78
第一节 市场SWOT分析	78
一、一线城市	78
二、二线城市	82
三、三线城市	89
第二节 行业集中度分析	95
一、企业集中度分析	95
二、区域集中度分析	95
第十章 中国“互联网+工业旅游”商业模式创新策略	111
第一节 中国“互联网+工业旅游”行业市场定位创新分析	111
一、中国工业旅游行业消费者特征分析	111

- 二、中国工业旅游行业企业主流的市场定位分析 111
- 三、互联网对工业旅游行业市场定位的变革分析 112
- 第二节 中国“互联网+工业旅游”行业价值主张创新分析 112
 - 一、中国工业旅游行业主要的客户价值主张要素分析 112
 - 二、“互联网+工业旅游”行业价值主张创新策略分析 113
 - 1、工业旅游行业企业如何利用互联网升级产品使用体验 113
 - 2、工业旅游行业企业如何利用互联网改善个性化服务体验 113
 - 3、工业旅游行业企业如何利用互联网节约客户成本 114
- 第三节 中国“互联网+工业旅游”行业渠道通路创新分析 114
 - 一、中国工业旅游行业渠道通路的主要类别及特点分析 114
 - 1、价值传递通路的定义及特点 114
 - 2、产品销售渠道的定义及特点 115
 - 3、现有渠道通路特点的优势及不足 116
 - 二、互联网对渠道通路的改造分析 116
- 第四部分 投资战略研究
- 第十一章 中国工业旅游行业企业电商发展战略及运行模式选择 117
 - 第一节 中国工业旅游行业企业电商战略规划分析 117
 - 一、工业旅游企业电商如何正确定位 117
 - 二、工业旅游电商核心业务确定策略 117
 - 第二节 中国工业旅游行业典型电商发展模式总体分析 118
 - 一、中国电子商务主流模式分析 118
 - 二、B2B电商模式及其优劣势分析 120
 - 1、B2B电商模式的特点 120
 - 2、B2B电商模式的适用范围 120

3、B2B电商模式的优秀案例	121
4、B2B电商模式的优劣势	123
第三节 B2C电商模式及其优劣势分析	124
一、B2C电商模式的特点	124
二、B2C电商模式的适用范围	125
三、B2C电商模式的优秀案例	126
四、B2C电商模式的优劣势	127
第四节 C2C电商模式及其优劣势分析	128
一、C2C电商模式的特点	128
二、C2C电商模式的适用范围	128
三、C2C电商模式的优秀案例	129
四、C2C电商模式的优劣势	130
第五节 O2O电商模式及其优劣势分析	130
一、O2O电商模式的特点	130
二、O2O电商模式的适用范围	131
三、O2O电商模式的优秀案例	132
四、O2O电商模式的优劣势	135
第十二章 中国“互联网+工业旅游”行业客户关系创新分析	137
第一节 中国工业旅游行业客户关系的类别及关系成本分析	137
第二节 中国“互联网+工业旅游”行业客户关系创新路径分析	139
第三节 中国“互联网+工业旅游”行业收入来源创新分析	140
一、中国工业旅游行业收入的主要来源渠道及特点	140
二、中国“互联网+工业旅游”行业收入来源的创新分析	140
三、中国“互联网+工业旅游”行业收入来源创新优秀案例	140

第四节 中国“互联网+工业旅游”行业合作伙伴创新分析 141

一、中国工业旅游行业主要的合作伙伴及其特点分析 141

二、互联网如何改变工业旅游行业合作伙伴结构 141

第十三章 互联网企业“互联网+工业旅游”投资布局 142

第一节 上海善品网络科技有限公司 142

一、企业基本信息分析 142

二、企业经营情况分析 142

三、企业“互联网+工业旅游”投资布局 143

四、企业“互联网+工业旅游”产品/服务分析 144

五、企业最新发展动向 144

第二节 骑驴(上海)网络科技有限公司 145

一、企业基本信息分析 145

二、企业“互联网+工业旅游”投资布局 146

三、企业“互联网+工业旅游”产品/服务分析 146

第三节 北京博石创新科技有限公司 147

一、企业基本信息分析 147

二、企业“互联网+工业旅游”投资布局 148

三、企业“互联网+工业旅游”产品/服务分析 148

第十四章 中国“互联网+工业旅游”行业市场投融资机会与风险控制策略 149

第一节 行业发展机会 149

一、行业前景分析 149

二、行业潜力分析 149

三、行业发展趋势分析 150

第二节 影响行业发展的主要因素 150

- 一、2019-2023年影响行业运行的有利因素 150
- 二、2019-2023年影响行业运行的不利因素 151
- 三、2019-2023年我国行业发展面临的挑战 151
- 四、2019-2023年我国行业发展面临的机遇 152
- 第三节 行业投资风险及控制策略分析 152
 - 一、2024-2029年行业市场风险及控制策略 152
 - 1、市场风险的含义 152
 - 2、市场风险的防范 152
 - 二、2024-2029年行业政策风险及控制策略 153
 - 1、政策风险的分类 153
 - 2、政策风险管理 154
 - 三、2024-2029年行业经营风险及控制策略 154
 - 1、经营风险的含义 154
 - 2、经营风险的防范 155
 - 四、2024-2029年行业技术 157
 - 风险及控制策略 157
 - 1、技术风险的种类 157
 - 2、技术风险防范 157
 - 五、2024-2029年同业竞争风险及控制策略 158
 - 1、竞争风险的含义 158
 - 2、竞争风险的防范 158
 - 六、其他风险分析 158
- 第十五章 中国“互联网+工业旅游”行业市场投资建议 162
 - 第一节 “互联网+工业旅游”行业投资壁垒分析 162

一、品牌壁垒	162
二、会员积累壁垒	162
三、数据和技术壁垒	162
第二节 “互联网+工业旅游” 行业投资模式分析	162
第三节 产业融合下工业旅游的发展投资	164
第四节 行业发展建议	175
附录.....	179
《全国工业旅游创新发展三年行动方案(2019-2023)》	179
《关于促进全域旅游发展的指导意见》	183
图表目录	
图表：2019-2023年国内生产总值及其增长速度	8
图表：2019-2023年国内生产总值及其增长速度	9
图表：2019-2023年居民消费价格月度涨跌幅度	9
图表：2019-2023年全国居民人均可支配收入及其增长速度	10
图表：2024-2029年中国在线旅游OTA市场营收规模预测	24
图表：2019-2023年云计算行业市场规模分析	27
图表：智慧旅游的组成	32
图表：智慧旅游云的组合平台架构	33
图表：2019-2023年国内运营商NB-IOT部署进展	35
图表：物联网产业链	35
图表：2024-2029年NB-IOT 模组数量预测(单位：万个)	36
图表：2019-2023年物联网行业市场规模分析	36
图表：2019-2023年通信行业市场规模分析	44
图表：全球朱格拉周期	45

- 图表：中国朱格拉周期 45
- 图表：美国5G部署时间表 46
- 图表：2019-2023年“互联网+工业旅游”行业市场规模分析 50
- 图表：2019-2023年互联网行业投资规模分析 53
- 图表：2019-2023年互联网行业企业规模分析 60
- 图表：2019-2023年互联网行业资产增长分析 61
- 图表：2019-2023年互联网行业销售收入分析 61
- 图表：2019-2023年互联网行业利润总额分析 62
- 图表：2019-2023年互联网行业偿债能力分析 63
- 图表：2019-2023年互联网行业盈利能力分析 63
- 图表：2019-2023年互联网行业成长能力分析 64
- 图表：2019-2023年互联网行业运营能力分析 64
- 图表：2019-2023年“互联网+工业旅游”行业企业规模分析 70
- 图表：2019-2023年“互联网+工业旅游”行业资产增长分析 71
- 图表：2019-2023年“互联网+工业旅游”行业销售收入分析 71
- 图表：2019-2023年“互联网+工业旅游”行业利润总额分析 72
- 图表：2019-2023年“互联网+工业旅游”行业偿债能力分析 72
- 图表：2019-2023年“互联网+工业旅游”行业盈利能力分析 73
- 图表：2019-2023年“互联网+工业旅游”行业成长能力分析 73
- 图表：2019-2023年“互联网+工业旅游”行业运营能力分析 74
- 图表：旅行O2O模式 75
- 图表：2019-2023年中国旅游产业互联网渗透率预测 77
- 图表：东北地区在全国有重大影响的部分工业企业 97
- 图表：长江三角洲地区在全国有重大影响的部分企业 99

图表：珠江三角洲地区在全国有重大影响的部分企业 101

图表：京津唐(环渤海湾)工业基地在全国有重大影响的部分企业 102

图表：上海市在全国有重大影响的部分企业 105

图表：唐山市在全国有重大影响的部分企业 107

图表：青岛市在全国有重大影响的部分企业 109

图表：重庆市全国有重大影响的部分企业 110

图表：美景秀的景区管理框架 113

图表：美景秀平台的服务软件 114

把握投资 决策经营！

咨询订购 请拨打 400-886-7071 (免长途费) Email : kf@51baogao.cn

本文地址 : <https://www.51baogao.cn/bg/20180425/100811.shtml>

在线订购 : [点击这里](#)