

中国智慧旅游行业市场深度调研及发展态势与前景研究报告(2026-2031版)

报告简介

智慧旅游是指利用现代信息通信技术，特别是互联网、物联网、大数据、云计算、人工智能等前沿技术，对传统旅游业进行深度整合与创新，以提升旅游服务体验、管理效率和产业价值。随着全球信息化、数字化、智能化的快速发展，智慧旅游已成为旅游业转型升级的重要方向。《“十四五”旅游业发展规划》提出，加快推进以数字化、网络化、智能化为特征的智慧旅游，深化“互联网+旅游”，扩大新技术场景应用。《关于加强5G+智慧旅游协同创新发展的通知》提出，到2025年，我国旅游场所5G网络建设基本完善，5G融合应用发展水平显著提升，产业创新能力不断增强，5G+智慧旅游繁荣、规模发展。

《全国智慧旅游发展报告2023》显示，截至2023年6月，我国在线旅行预订用户规模达4.54亿，占网民总数的42.1%。国内智能、智慧酒店及民宿超过15万家，近1—3年内成立的占比达到48.6%。我国智慧旅游相关的专利总量从2012年的99项增至2021年的731项。智慧旅游产品日益丰富，智慧旅游产业蓬勃发展。相关调研发现，游客愿意花更多的钱或时间体验旅游科技，超过50%的游客希望提升旅游服务智能化水平。

智慧旅游的发展有助于拓展旅游市场，吸引更多的游客参与旅游活动。通过线上营销、社交媒体推广等手段，智慧旅游能够提升旅游目的地的知名度与影响力，吸引更多的游客前来旅游。智慧旅游的发展也有助于优化旅游产业链，提升旅游产业的整体效益。通过整合旅游产业链上下游的资源与服务，智慧旅游能够实现产业链的协同发展与优化升级。同时，智慧旅游还能够推动旅游产业的创新与发展，培育新的旅游业态与商业模式，为旅游产业的可持续发展注入新的动力。

从发展前景来看，智慧旅游有着广阔的市场和发展空间。首先，随着科技的不断进步和普及，越来越多的人开始使用智能设备，这为智慧旅游的发展提供了良好的技术基础。其次，随着人们生活水平的提高，旅游已成为人们休闲娱乐的重要方式，智慧旅游能够提供更加便捷、个性化的服务，满足游客的多样化需求。最后，政府也在积极推动智慧旅游的发展，出台了一系列政策措施，为智慧旅游的发展提供了

有力的支持。

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、国家工信部、国家发改委、国务院发展研究中心、中国旅游景区协会、中国旅游研究院、51行业报告网、全国及海外多种相关报刊杂志以及专业研究机构公布和提供的大量资料，对中国智慧旅游及各子行业的发展状况、上下游行业发展状况、市场供需形势、新成果与技术等进行了分析，并重点分析了中国智慧旅游行业发展状况和特点，以及中国智慧旅游行业将面临的挑战、企业的发展策略等。报告还对全球的智慧旅游行业发展态势作了详细分析，并对智慧旅游行业进行了趋向研判，是智慧旅游开发、经营企业，科研、投资机构等单位准确了解目前智慧旅游发展动态，把握企业定位和发展方向不可多得的精品。

报告目录

第一章 中国智慧旅游发展综述

第一节 智慧旅游行业概述

- 一、智慧旅游定义与功能描述
- 二、智慧旅游表现形式与参与主体
- 三、智慧旅游业务内容
- 四、智慧旅游、数字旅游及虚拟旅游的区别

第二节 中国智慧旅游发展环境分析

- 一、智慧旅游行业政策环境
- 二、智慧旅游行业经济环境
- 三、智慧旅游行业社会环境
- 四、智慧旅游技术环境分析

第二章 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

1、波特兰智慧旅游发展分析

2、ibm的智慧酒店

3、美国的虚拟旅游

4、steamboat滑雪场mountainwatch

二、澳大利亚智慧旅游发展情况

1、绿心智慧城市计划

2、智慧交通发展情况

三、韩国智慧旅游发展情况

1、智慧旅游工程：指尖上的首尔

2、“itourseoul”智慧旅游服务系统

四、新加坡智慧旅游发展情况

1、新加坡旅游业发展情况

2、新加坡智慧旅游发展情况

五、其他国家智慧旅游发展情况

1、比利时“标识都市”项目

2、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

1、priceline模式

2、homeaway模式

3、tripit模式

二、智慧旅游分销系统借鉴

三、智慧旅游定位系统借鉴

第三章 中国智慧旅游发展现状分析

第一节 中国智慧旅游发展情况

一、中国智慧旅游发展概况

二、中国智慧旅游发展特点

第二节 中国智慧旅游行业总体规模分析

一、企业数量结构分析

二、人员规模状况分析

三、行业资产规模分析

四、行业市场规模分析

第三节 中国智慧旅游行业财务指标总体分析

一、行业盈利能力分析

二、行业偿债能力分析

三、行业营运能力分析

四、行业发展能力分析

第四节 中国智慧旅游发展模式分析

一、“互联网+”背景下的智慧旅游发展模式构建

1、“互联网+”和智慧旅游

2、中国智慧旅游发展模式的现状

3、“互联网+”背景下的智慧旅游的发展模式

(1) “活大佛”

(2) “碧千岛”

(3) “网绍兴”

二、会展产业与智慧旅游融合发展的模式

1、会展产业的界定

2、会展产业与旅游业的联合性强

3、会展产业与智慧旅游的融合模式

(1) “o2o+会展+智慧旅游” 常态化模式

(2) “互联网+会展+智慧旅游” 全产业链模式

第四章 不同主体主导的中国智慧旅游发展分析

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

4、在线旅游渗透率分析

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、清江画廊电子商务发展情况

3、云台山电子商务发展情况

4、颐和园电子商务发展情况

5、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、“飞猪旅行”景区业务发展情况
- 2、“携程网”景区业务发展情况
- 3、“途牛旅游网”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、旅游酒店电子商务发展对策

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

四、智慧景区建设路径

五、景区智能化升级方向

第五章 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

1、旅游景区基本情况

2、旅游景区结构特征

3、5a景区发展情况

4、旅游景区发展预测

二、中国旅游消费基础

1、国内旅游消费情况

2、入境旅游消费情况

3、自助/自驾旅游消费情况

三、交通运输基础

1、铁路运输业发展情况

2、公路运输业发展情况

3、港口运输业发展情况

4、航空运输业发展情况

四、住宿餐饮基础

五、酒店业发展基础

1、酒店数量规模

2、酒店星级构成

3、酒店收入规模

4、酒店品牌格局

六、旅行社发展基础

1、旅行社发展规模

2、旅行社区域格局

3、旅行社经营情况

4、旅行社盈利结构

5、旅行社发展前景

第二节 中国智慧旅游应用载体分析

一、智能终端普及度

1、移动网络设备普及度

2、移动网络普及程度

3、智慧旅游移动应用平台

二、智能手机发展分析

1、智能手机市场现状分析

2、智能手机市场趋势预测

三、平板电脑发展分析

1、平板电脑市场现状分析

2、平板电脑主流厂商分析

3、平板电脑市场趋势预测

四、超极本发展分析

1、超极本品牌格局

2、超极本产品结构

- 3、超极本价格结构
- 4、超极本处理器结构
- 5、超极本屏幕尺寸结构
- 6、主流厂商产品均价

第三节 中国智慧旅游技术分析

- 一、云计算技术
- 二、物联网技术
- 三、互联网技术
- 四、数字化技术

第六章 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、智慧旅游发展规划分析

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、宁波智慧旅游发展分析

- 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、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
- 六、苏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、智慧旅游发展规划分析
- 七、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
- 八、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
- 九、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
- 十、大理智慧旅游发展分析
- 1、智慧旅游发展基础分析
- 2、大理自助/自驾发展分析

3、智慧旅游发展前景分析

第四节 重点城市智慧旅游经验总结

- 一、城市智慧旅游发展具有三大特点
- 二、城市智慧旅游发展需要体制保障
- 三、城市智慧旅游需要全社会参与
- 四、城市智慧旅游发展应因地制宜

第七章 2021-2026年智慧旅游行业相关企业经营形势分析

第一节 上海创图网络科技有限公司

- 一、企业发展简况分析
- 二、企业经营情况分析
- 三、企业智慧运营实践
- 四、企业发展优劣势分析
- 五、企业最新发展动向

第二节 无锡拈花云科技服务有限公司

- 一、企业发展简况分析
- 二、企业经营情况分析
- 三、企业智慧运营实践
- 四、企业发展优劣势分析
- 五、企业最新发展动向

第三节 驴迹科技集团有限公司

- 一、企业发展简况分析
- 二、企业经营情况分析

三、企业智慧运营实践

四、企业发展优劣势分析

五、企业最新发展动向

第四节 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、企业智慧运营实践

四、企业发展优劣势分析

五、企业最新发展动向

第五节 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、企业智慧运营实践

四、企业发展优劣势分析

五、企业最新发展动向

第六节 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、企业智慧运营实践

四、企业发展优劣势分析

五、企业最新发展动向

第七节 深兰人工智能科技(上海)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、企业智慧运营实践

四、企业发展优劣势分析

五、企业最新发展动向

第八节 浙江天迈文化科技有限公司

一、企业发展简况分析

二、企业经营情况分析

三、企业智慧运营实践

四、企业发展优劣势分析

五、企业最新发展动向

第九节 连云港市文化旅游发展集团有限公司

一、企业发展简况分析

二、企业经营情况分析

三、企业智慧运营实践

四、企业发展优劣势分析

五、企业最新发展动向

第十节 云景文旅科技有限公司

一、企业发展简况分析

二、企业经营情况分析

三、企业智慧运营实践

四、企业发展优劣势分析

五、企业最新发展动向

第八章 中国智慧旅游发展前景与路径分析

第一节 智慧旅游发展前景分析

一、旅游业景气度预测

二、智慧旅游发展趋势

三、智慧旅游发展前景

1、智慧旅游应用前景

2、旅游电子商务前景

第二节 中国智慧旅游行业存在的问题及对策

一、中国智慧旅游行业存在的问题

二、智慧旅游行业发展的建议对策

第三节 疫情之后智慧旅游的发展趋势

一、三年疫情对智慧旅游的影响分析

二、后疫情时代智慧旅游的发展机遇

三、“旅游+科技”升级智慧旅游体验

四、“旅游+动漫”加码智慧旅游乐趣

五、后疫情时代智慧旅游发展趋势预测

第四节 中国智慧旅游建设进展与改善对策研究

一、中国智慧旅游建设进展

1、国家层面

2、城市层面

3、景区层面

二、中国智慧旅游建设存在的主要问题

三、中国智慧旅游建设改善的对策

第九章 智慧旅游行业投资机会与风险防范

第一节 智慧旅游行业投融资情况

一、行业资金渠道分析

二、固定资产投资分析

三、兼并重组情况分析

四、行业投资现状分析

第二节 智慧旅游行业投资机会

一、智慧旅游核心价值

1、科技创新价值

2、产业支撑价值

3、经济贡献价值

4、社会拉动价值

二、智慧旅游投资机会

1、平台运营商投资机会

2、信息化企业投资机会

3、智慧旅游企业投资机会

第三节 智慧旅游行业投资风险及防范

一、政策风险及防范

二、技术风险及防范

三、供求风险及防范

四、宏观经济波动风险及防范

五、关联产业风险及防范

六、产品结构风险及防范

七、其他风险及防范

第四节 中国智慧旅游行业投资建议

一、智慧旅游行业主要投资建议

二、中国智慧旅游企业融资分析

第十章 智慧旅游行业发展战略研究

第一节 智慧旅游行业发展战略研究

一、战略综合规划

二、技术开发战略

三、业务组合战略

四、区域战略规划

五、产业战略规划

六、营销品牌战略

七、竞争战略规划

第二节 对中国智慧旅游品牌的战略思考

一、智慧旅游品牌的重要性

二、智慧旅游实施品牌战略的意义

三、智慧旅游企业品牌的现状分析

四、中国智慧旅游企业的品牌战略

五、智慧旅游品牌战略管理的策略

第三节 智慧旅游经营策略分析

一、智慧旅游市场细分策略

二、智慧旅游市场创新策略

三、品牌定位与品类规划

四、智慧旅游新产品差异化战略

第四节 智慧旅游行业投资战略研究

一、智慧旅游行业投资战略

二、细分行业投资战略

图表目录

图表：智慧旅游行业生命周期

图表：智慧旅游行业产业链结构

图表：2021-2026年全球智慧旅游行业市场规模

图表：2021-2026年中国智慧旅游行业市场规模

图表：2021-2026年智慧旅游行业重要数据指标比较

图表：2021-2026年中国智慧旅游市场占全球份额比较

图表：2021-2026年智慧旅游行业销售收入

图表：2021-2026年智慧旅游行业利润总额

图表：2021-2026年智慧旅游行业资产总计

图表：2021-2026年智慧旅游行业负债总计

图表：2021-2026年智慧旅游行业竞争力分析

图表：2021-2026年智慧旅游市场价格走势

图表：2021-2026年智慧旅游行业主营业务收入

图表：2021-2026年智慧旅游行业主营业务成本

图表：2021-2026年智慧旅游行业销售费用分析

图表：2021-2026年智慧旅游行业管理费用分析

图表：2021-2026年智慧旅游行业财务费用分析

图表：2021-2026年智慧旅游行业销售毛利率分析

图表：2021-2026年智慧旅游行业销售利润率分析

图表：2021-2026年智慧旅游行业成本费用利润率分析

图表：2021-2026年智慧旅游行业总资产利润率分析

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

报告编号：566257

本文地址：<https://www.51baogao.cn/baogao/20240430/566257.shtml>

在线订购：[点击这里](#)