

2020-2026年中国智慧旅游 市场深度评估与投资前景预测报告

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年中国智慧旅游市场深度评估与投资前景预测报告》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/202008/178881.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年中国智慧旅游市场深度评估与投资前景预测报告》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：

第一部分 产业环境透视

第一章 智慧旅游行业发展综述

第一节 智慧旅游行业概述

一、智慧旅游定义简析

1、智慧旅游定义

3、智慧旅游发展路径

二、智慧旅游表现形式

三、智慧旅游业务内容

四、智慧旅游参与主体

五、智慧旅游、数字旅游及虚拟旅游的区别

第二节 最近3-5年中国智慧旅游行业经济指标分析

一、赢利性

二、成长速度

三、附加值的提升空间

四、进入壁垒／退出机制

五、风险性

六、行业周期

七、竞争激烈程度指标

八、行业及其主要子行业成熟度分析

第三节 智慧旅游行业供应链分析

一、产业链结构分析

二、主要环节的增值空间

三、与上下游行业之间的关联性

四、行业产业链上游相关行业分析

五、行业下游产业链相关行业分析

六、上下游行业影响及风险提示

第二章 智慧旅游行业市场环境及影响分析（PEST）

第一节 智慧旅游行业政治法律环境（P）

一、行业管理体制分析

二、行业主要法律法规

三、智慧旅游行业相关标准

四、行业相关发展规划

五、政策环境对行业的影响

第二节 行业经济环境分析（E）

一、宏观经济形势分析

二、宏观经济环境对行业的影响分析

第三节 行业社会环境分析（S）

一、智慧旅游产业社会环境

二、社会环境对行业的影响

三、智慧旅游产业发展对社会发展的影响

第四节 行业技术环境分析（T）

一、信息技术发展情况

二、智慧旅游技术发展情况

三、技术环境对行业的影响

第二部分 行业深度分析

第三章 我国智慧旅游行业运行现状分析

第一节 我国智慧旅游行业发展状况分析

- 一、我国智慧旅游行业发展阶段
- 二、我国智慧旅游行业发展总体概况
- 三、我国智慧旅游行业发展特点分析
- 四、智慧旅游行业经营模式分析

第二节 2016-2019年智慧旅游行业发展现状

- 一、2016-2019年我国智慧旅游行业市场规模
 - 1、我国智慧旅游营业规模分析
 - 2、我国智慧旅游投资规模分析
- 二、2016-2019年我国智慧旅游行业发展分析
 - 1、我国智慧旅游行业发展情况分析
 - 2、我国智慧旅游行业开发情况分析
- 三、2016-2019年中国智慧旅游企业发展分析
 - 1、中外智慧旅游企业对比分析
 - 2、我国智慧旅游主要企业动态分析

第三节 2016-2019年智慧旅游市场情况分析

- 一、2016-2019年中国智慧旅游市场总体概况
- 二、2016-2019年中国智慧旅游覆盖情况分析

第四章 我国智慧旅游所属行业整体运行指标分析

第一节 2016-2019年中国智慧旅游所属行业总体规模分析

- 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

第二节 2016-2019年中国智慧旅游所属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

第三节 我国智慧旅游市场供需分析

一、2016-2019年我国智慧旅游所属行业供给情况

1、我国智慧旅游行业供给分析

2、我国智慧旅游试点城市分析

3、重点市场占有份额

二、2016-2019年我国智慧旅游所属行业需求情况

1、智慧旅游行业需求市场

2、智慧旅游行业客户结构

3、智慧旅游行业需求的地区差异

三、2016-2019年我国智慧旅游所属行业供需平衡分析

第三部分 市场全景调研

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

第六章 中国智慧旅游细分市场分析

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、同程网景区业务发展情况

2、通用旅游网景区业务发展情况

3、驴妈妈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

1、建设原则

2、建设路径

第四部分 竞争格局分析

第七章 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

第八章 2016-2019年智慧旅游行业竞争形势及策略

第一节 行业总体市场竞争状况分析

一、智慧旅游行业竞争结构分析

1、现有企业间竞争

2、潜在进入者分析

3、替代品威胁分析

4、供应商议价能力

5、客户议价能力

6、竞争结构特点总结

二、智慧旅游行业企业间竞争格局分析

三、智慧旅游行业集中度分析

四、智慧旅游行业SWOT分析

第二节 中国智慧旅游行业竞争格局综述

一、智慧旅游行业竞争概况

二、中国智慧旅游行业竞争力分析

三、中国智慧旅游竞争力优势分析

四、智慧旅游行业主要企业竞争力分析

第三节 2016-2019年智慧旅游行业竞争格局分析

一、2016-2019年国内外智慧旅游竞争分析

二、2016-2019年我国智慧旅游市场竞争分析

三、2016-2019年我国智慧旅游市场集中度分析

四、2016-2019年国内主要智慧旅游企业动向

第四节 智慧旅游市场竞争策略分析

第九章 2016-2019年智慧旅游行业领先企业经营形势分析

第一节 传统旅游企业智慧运营实践分析

一、中青旅控股股份有限公司

1、企业发展简况分析

2、企业经营情况分析

3、企业智慧运营实践

4、企业发展优劣势分析

二、中国国旅股份有限公司

1、企业发展简况分析

2、企业经营情况分析

3、企业智慧运营实践

4、企业发展优劣势分析

三、香港中旅国际投资有限公司

1、企业发展简况分析

2、企业经营情况分析

3、企业智慧运营实践

4、企业发展优劣势分析

四、深圳华侨城股份有限公司

1、企业发展简况分析

2、企业经营情况分析

3、企业智慧运营实践

4、企业发展优劣势分析

第二节 信息化企业智慧旅游实践分析

一、深圳市远望谷信息技术股份有限公司

1、企业发展简况分析

2、企业经营情况分析

3、企业智慧运营实践

4、企业发展优劣势分析

二、北京华胜天成科技股份有限公司

1、企业发展简况分析

2、企业经营情况分析

3、企业智慧运营实践

4、企业发展优劣势分析

三、大唐电信科技股份有限公司

1、企业发展简况分析

2、企业经营情况分析

3、企业智慧运营实践

4、企业发展优劣势分析

第三节 智慧旅游企业发展情况分析

一、湖南三英特旅游智能技术有限公司

1、企业发展简况分析

2、企业经营情况分析

3、企业智慧运营实践

4、企业发展优劣势分析

二、杭州天迈网络有限公司

1、企业发展简况分析

2、企业经营情况分析

3、企业智慧运营实践

4、企业发展优劣势分析

三、北京巅峰美景科技有限责任公司

1、企业发展简况分析

2、企业经营情况分析

3、企业智慧运营实践

4、企业发展优劣势分析

第五部分 发展前景展望

第十章 2020-2026年智慧旅游行业前景及趋势预测

第一节 2020-2026年智慧旅游市场发展前景

一、2020-2026年智慧旅游市场发展潜力

二、2020-2026年智慧旅游市场发展前景展望

三、2020-2026年智慧旅游细分行业发展前景分析

第二节 2020-2026年智慧旅游市场发展趋势预测

一、2020-2026年智慧旅游行业发展趋势

二、2020-2026年智慧旅游市场规模预测

1、智慧旅游行业市场规模预测

2、智慧旅游行业营业收入预测

三、2020-2026年智慧旅游行业应用趋势预测

四、2020-2026年细分市场发展趋势预测

第三节 2020-2026年中国智慧旅游行业供需预测

- 一、2020-2026年中国智慧旅游行业供给预测
- 二、2020-2026年中国智慧旅游企业规模预测
- 三、2020-2026年中国智慧旅游城市数量预测
- 四、2020-2026年中国智慧旅游行业需求预测
- 五、2020-2026年中国智慧旅游行业供需平衡预测

第四节 影响企业生产与经营的关键趋势

- 一、市场整合成长趋势
- 二、需求变化趋势及新的商业机遇预测
- 三、企业区域市场拓展的趋势
- 四、科研开发趋势及替代技术进展
- 五、影响企业销售与服务方式的关键趋势

第十一章 2020-2026年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、智慧旅游行业投资现状分析

第二节 2020-2026年智慧旅游行业投资机会

- 一、产业链投资机会
- 二、细分市场投资机会
- 三、重点区域投资机会
- 四、智慧旅游行业投资机遇

第三节 2020-2026年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、智慧旅游行业未来发展方向
- 二、智慧旅游行业主要投资建议
- 三、中国智慧旅游企业融资分析

第六部分 发展战略研究

第十二章 2020-2026年智慧旅游行业面临的困境及对策

第一节 2019年智慧旅游行业面临的困境

第二节 智慧旅游企业面临的困境及对策

- 一、重点智慧旅游企业面临的困境及对策
- 二、中小智慧旅游企业发展困境及策略分析
- 三、国内智慧旅游企业的出路分析

第三节 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
- 三、市场的重点客户战略实施

1、实施重点客户战略的必要性

2、合理确立重点客户

3、重点客户战略管理

4、重点客户管理功能

第四节 中国智慧旅游市场发展面临的挑战与对策

- 一、中国智慧旅游市场发展面临的挑战
- 二、中国智慧旅游市场发展对策分析

第十三章 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 对我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、我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、2019年智慧旅游行业投资战略
- 二、2020-2026年智慧旅游行业投资战略
- 三、2020-2026年细分行业投资战略

第十四章 研究结论及发展建议（）

第一节 智慧旅游行业研究结论及建议

第二节 智慧旅游子行业研究结论及建议

第三节 智慧旅游行业发展建议

- 一、行业发展策略建议
- 二、行业投资方向建议
- 三、行业投资方式建议

图表目录：

图表 2013-2019年智慧旅游行业经营效益分析

图表 2013-2019年中国智慧旅游行业盈利能力分析

图表 2013-2019年中国智慧旅游行业运营能力分析

图表 2013-2019年中国智慧旅游行业偿债能力分析

图表 2013-2019年中国智慧旅游行业发展能力分析

图表 2020-2026年智慧旅游行业市场规模预测

图表 2020-2026年智慧旅游行业营业收入预测

图表 2020-2026年中国智慧旅游行业供给预测

图表 2020-2026年中国智慧旅游企业规模预测

图表 2020-2026年中国智慧旅游城市数量预测

图表 2020-2026年中国智慧旅游行业需求预测

图表 2020-2026年中国智慧旅游行业供需平衡预测

更多图表见正文.....

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202008/178881.html>