

# 2023-2029年中国旅游产业 发展现状与行业前景预测报告

## 报告目录及图表目录

北京迪索共研咨询有限公司

[www.cction.com](http://www.cction.com)

## 一、报告报价

《2023-2029年中国旅游产业发展现状与行业前景预测报告》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/202307/377342.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

中企顾问网发布的《2023-2029年中国旅游产业发展现状与行业前景预测报告》报告中的资料和数据来源于对行业公开信息的分析、对业内资深人士和相关企业高管的深度访谈，以及共研分析师综合以上内容作出的专业性判断和评价。分析内容中运用共研自主建立的产业分析模型，并结合市场分析、行业分析和厂商分析，能够反映当前市场现状，趋势和规律，是企业布局市场服务行业的重要决策参考依据。

报告目录：

### 第1章：中国旅游行业发展环境及市场现状剖析

#### 1.1 旅游行业界定及统计说明

##### 1.1.1 旅游行业界定及分类

（1）旅游业

（2）所属国民经济行业分类与代码

##### 1.1.2 本报告行业数据来源及统计标准说明

#### 1.2 中国旅游业发展环境分析

##### 1.2.1 旅游业政策环境分析

（1）行业监管体系及机构介绍

（2）行业相关规范标准

（3）行业发展相关政策演变历程解读

（4）政策环境对旅游产业发展的影响分析

##### 1.2.2 旅游业经济环境分析

（1）国际宏观经济运行情况

（2）国际经济环境分析

（3）国内经济环境分析

（4）经济环境对旅游业的影响

##### 1.2.3 旅游业社会环境分析

（1）中国人口环境

（2）居民收入与支出分析

（3）其他相关社会因素

（4）社会环境变化趋势及其对旅游产业发展的影响分析

##### 1.2.4 旅游业技术环境分析

- (1) 智慧旅游关键技术分析
- (2) 新兴技术在智慧旅游中的融合应用
- (3) 智慧旅游专利申请及公开情况
- (4) 智慧旅游技术发展趋势
- (5) 技术环境对行业发展的影响分析
- 1.3 中国国内旅游市场发展分析
  - 1.3.1 中国国内旅游概况
  - 1.3.2 中国国内旅游的发展现状
    - (1) 国内旅游人数
    - (2) 国内旅游收入
    - (3) 国内旅游人均花费
  - 1.3.3 中国国内旅游市场发展预测
- 1.4 中国入境旅游市场发展分析
  - 1.4.1 中国入境旅游概况
    - (1) 入境旅游接待人数
    - (2) 入境客源市场的结构特征
    - (3) 入境旅游外汇收入
  - 1.4.2 入境旅游主要特点
  - 1.4.3 入境旅游市场发展趋势分析
- 1.5 中国在线旅游发展分析
  - 1.5.1 在线旅游市场规模
  - 1.5.2 在线旅游市场竞争格局
  - 1.5.3 在线旅游市场发展趋势
    - (1) 度假旅游市场在在线旅游市场比重大幅提高
    - (2) 旅游产品信息化进程加快，在线旅游对旅游行业渗透率提高
    - (3) 移动端在线旅游市场规模迅速发展并向O2O转型
- 1.6 中国旅游行业市场痛点分析
  - 1.6.1 选择过多导致客户选择困难
  - 1.6.2 推广过度依赖OTA
  - 1.6.3 平台造假

## 第2章：中国旅游行业产业链生态解析及互联网+对旅游产业链生态体系的重构分析

## 2.1 中国旅游行业产业链生态解析

## 2.2 互联网+对中国旅游行业商业模式的影响分析

### 2.2.1 非标准住宿成为旅游经济新触点

### 2.2.2 旅游企业发展模式从OTA到OTO转变

### 2.2.3 “互联网+”时代旅游S2B商业模式初露锋芒

## 2.3 互联网+对中国旅游产业链生态的重构之硬件层

### 2.3.1 互联网+对旅游产业链生态硬件层的影响概述

### 2.3.2 智能闸机

#### (1) 基本简介

#### (2) 主要种类

### 2.3.3 智能安防监控

### 2.3.4 智能服务终端

## 2.4 互联网+对中国旅游产业链生态的重构之软件及解决方案

### 2.4.1 互联网+对旅游软件及解决方案影响概述

### 2.4.2 景区电子门票销售管理系统

### 2.4.3 智慧旅游信息服务平台

### 2.4.4 智慧旅游电子商务系统

#### (1) 智慧旅游电子商务系统服务功能

#### (2) 旅游电子商务系统特点及优势

### 2.4.5 移动智能客户端系统

### 2.4.6 无线旅游信息服务系统

### 2.4.7 智慧旅游客流统计与预警系统

### 2.4.8 智慧旅游企业诚信监管系统

### 2.4.9 导游管理服务系统

## 2.5 互联网+对中国旅游产业链生态的重构之智慧旅游目的地O2O

### 2.5.1 智慧旅游目的地O2O概述

### 2.5.2 智慧旅游目的地O2O平台架构之线上直销

### 2.5.3 智慧旅游目的地O2O平台架构之线上分销

#### (1) OTA

#### (2) 团购网

### 2.5.4 智慧旅游目的地O2O平台架构之线下分销

#### (1) 旅行社

(2) 酒店/客栈

#### 2.5.5 智慧旅游目的地O2O平台架构之移动端营销

(1) 微信公众号

(2) 官方微电商

#### 2.5.6 智慧旅游目的地O2O平台架构之产品中心

(1) 组合产品

(2) 其它定制型产品

#### 2.5.7 智慧旅游目的地O2O平台架构之决策中心

(1) 在线客服

(2) 旅游顾问

(3) 呼叫中心

(4) 自主服务点

#### 2.5.8 智慧旅游目的地O2O平台架构之管理中心

(1) 管理云应用

(2) 智慧管理系统

#### 2.5.9 智慧旅游目的地O2O平台架构之服务中心

(1) 移动端应用

(2) 指挥大屏应用

(3) 区域大数据应用

### 2.6 互联网+对中国旅游产业链生态的重构之智慧旅游公共服务平台

#### 2.6.1 智慧旅游服务平台

(1) 产品服务

(2) 成功案例

(3) 分销平台

(4) 招商合作

#### 2.6.2 政府层面的旅游平台建设

(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

#### 2.6.3 重点省市智慧旅游平台建设

- (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

#### 2.6.4 企业层面的旅游平台案例分析

- (1) 上海联通“智慧沃游”平台
- (2) 中智云游智慧旅游平台
- (3) 票付通智慧旅游平台

### 2.7 互联网+对中国旅游产业链生态的重构之智慧景区

#### 2.7.1 智慧景区概述

- (1) 基本简介
- (2) 建设的意义
- (3) 建设的基本原则

#### 2.7.2 智慧景区建设

## 第3章：中国旅游综合体发展现状及商业模式分析

### 3.1 旅游综合体开发模式的界定与特征

#### 3.1.1 旅游综合体开发模式的界定

- (1) 业界研究
- (2) 本文界定

#### 3.1.2 旅游综合体开发模式的特征

- (1) 综合性突出，休闲产品多样
- (2) 以旅游休闲功能为主导，休闲地产产品为核心
- (3) 多元混合性突出，服务品质高
- (4) 政府参与主导，资金依赖性强

### 3.2 旅游综合体开发模式典型案例分析

#### 3.2.1 以娱乐功能为核心的旅游综合体开发模式

- (1) 模式开发特征
- (2) 模式开发战略
- (3) 典型案例分析——迪斯尼乐园

### 3.2.2 以休闲度假功能为核心的旅游综合体开发模式

- (1) 模式开发特征
- (2) 模式开发战略
- (3) 典型案例分析——珠海海泉湾度假区

### 3.2.3 以综合购物功能为核心的旅游综合体开发模式

- (1) 模式开发特征
- (2) 模式开发战略
- (3) 典型案例分析——三里屯太古里

### 3.2.4 以会展功能为核心的旅游综合体开发模式

- (1) 模式开发特征
- (2) 模式开发战略
- (3) 典型案例分析——成都世纪城新国际会展中心

## 3.3 旅游综合体开发模式战略规划分析

### 3.3.1 旅游综合体开发模式必要性分析

- (1) 解决旅游服务资源配置低效问题
- (2) 解决服务与旅游市场需求不协调问题
- (3) 解决营销推广相互冲突的潜在威胁

### 3.3.2 旅游综合体开发模式选择影响因素

- (1) 资源禀赋
- (2) 价值协同强度
- (3) 投资回收期
- (4) 城市经济环境
- (5) 城市社会环境
- (6) 城市旅游环境
- (7) 区位环境
- (8) 利益相关者

### 3.3.3 旅游综合体发展模式战略规划分析

- (1) 确定旅游综合体核心驱动功能
- (2) 其他功能子系统配置原则

### 3.3.4 旅游综合体发展模式优化战略

- (1) 我国旅游综合体发展存在问题研究
- (2) 我国旅游综合体发展模式优化思路

### 3.3.5 旅游综合体发展的未来趋势分析

- (1) 旅游综合体的消费结构多元化
- (2) 旅游综合体的主题文化鲜明化
- (3) 旅游综合体开发注重参与性项目的建设
- (4) 旅游综合体的多元角色互动性增强

## 第4章：中国旅游主题社区发展现状及商业模式解析

### 4.1 旅游主题社区模式特征与分类

#### 4.1.1 旅游主题社区属性特征

- (1) 旅游主题社区属性
- (2) 旅游主题社区特征

#### 4.1.2 旅游主题社区模式分类

- (1) 自建型模式
- (2) 依托型模式
- (3) 伴生型模式

### 4.2 自建型旅游主题社区模式典型案例分析

#### 4.2.1 自建型旅游主题社区模式概述

- (1) 自建型旅游主题社区演变历程
- (2) 自建型旅游主题社区发展模式

#### 4.2.2 北京华侨城商业模式分析

- (1) 北京华侨城简介
- (2) 北京华侨城的发展商
- (3) 北京华侨城经营情况
- (4) 北京华侨城优劣势分析
- (5) 北京华侨城建设经验

#### 4.2.3 西安曲江新区商业模式分析

- (1) 西安曲江新区简介
- (2) 西安曲江新区的发展商
- (3) 西安曲江新区经营情况
- (4) 西安曲江新区优劣势分析
- (5) 西安曲江新区建设经验

### 4.3 依托型旅游主题社区模式典型案例分析

- 4.3.1 依托型旅游主题社区模式概述
- 4.3.2 广州南湖国家级旅游度假区生态社区商业模式分析
  - (1) 广州南湖国家级旅游度假区简介
  - (2) 广州南湖国家级旅游度假区优劣势分析
  - (3) 广州南湖国家级旅游度假区建设经验
- 4.4 伴生型旅游主题社区模式典型案例分
- 4.4.1 伴生型旅游主题社区模式概述
- 4.4.2 平遥古城商业模式分析
  - (1) 平遥古城简介
  - (2) 平遥古城经营情况
  - (3) 平遥古城优劣势分析
  - (4) 平遥古城建设经验
- 4.4.3 丽江古城商业模式分析
  - (1) 丽江古城简介
  - (2) 丽江古城的发展商
  - (3) 丽江古城经营情况
  - (4) 丽江古城优劣势分析
  - (5) 丽江古城建设经验
- 4.4.4 北京高碑店国际民俗旅游文化村商业模式分析
  - (1) 北京高碑店国际民俗旅游文化村简介
  - (2) 北京高碑店国际民俗旅游文化村优劣势分析
  - (3) 北京高碑店国际民俗旅游文化村建设经验
- 4.5 中国企业旅游主题社区模式运作策略
- 4.5.1 旅游主题社区三种模式对比分析
- 4.5.2 中国企业旅游主题社区模式运作策略
  - (1) 社区发展布局策略
  - (2) 项目设计开发策略
  - (3) 社区生活环境策略
  - (4) 配套设施建设策略
  - (5) 社区文化品位策略

## 第5章：中国主题公园旅游发展现状及商业模式解析

## 5.1 主题公园旅游界定与经营分析

### 5.1.1 主题公园定义与分类

### 5.1.2 主题公园发展状况

### 5.1.3 主题公园旅游游客量分析

### 5.1.4 中国主题公园旅游区域分布分析

#### (1) 主题公园经济、社会效益分析

## 5.2 中国主题文化类主题公园旅游典型案例商业模式分析

### 5.2.1 主题文化类主题公园发展分析

#### (1) 主题文化类主题公园发展现状

#### (2) 主题文化类主题公园分布情况

#### (3) 主题文化类主题公园经营分析

#### (4) 主题文化类主题公园发展前景

### 5.2.2 中国民俗文化村商业模式分析

#### (1) 公园商业模式分析

#### (2) 公园经营现状

#### (3) 公园的优劣势分析

#### (4) 公园成功经验借鉴

### 5.2.3 杭州宋城商业模式分析

#### (1) 公园商业模式分析

#### (2) 公园经营情况分析

#### (3) 公园成功经验借鉴

### 5.2.4 芜湖方特欢乐世界商业模式分析

#### (1) 公园商业模式分析

#### (2) 公园的优劣势分析

#### (3) 公园成功经验借鉴

## 5.3 中国游乐类主题公园旅游典型案例商业模式分析

### 5.3.1 游乐类主题公园发展分析

#### (1) 游乐类主题公园发展现状

#### (2) 游乐类主题公园分布情况

#### (3) 游乐类主题公园经营分析

#### (4) 游乐类主题公园发展前景

### 5.3.2 欢乐谷商业模式分析

(1) 公园商业模式分析

(2) 公园经营情现状

(3) 公园成功经验借鉴

#### 5.4 中国观光类主题公园旅游典型案例商业模式分析

##### 5.4.1 观光类主题公园发展分析

(1) 观光类主题公园发展现状

(2) 观光类主题公园分布情况

(3) 观光类主题公园经营分析

(4) 观光类主题公园发展前景

##### 5.4.2 东部华侨城商业模式分析

(1) 公园商业模式分析

(2) 公园经营情现状

(3) 公园经营优劣势分析

(4) 公园成功经验借鉴

##### 5.4.3 深圳世界之窗商业模式分析

(1) 公园商业模式分析

(2) 公园经营优劣势分析

(3) 公园成功经验借鉴

#### 5.5 中国情景模拟类主题公园旅游典型案例商业模式分析

##### 5.5.1 情景模拟类主题公园发展分析

(1) 情景模拟类主题公园发展现状

(2) 情景模拟类主题公园分布情况

(3) 情景模拟类主题公园经营分析

(4) 情景模拟类主题公园发展前景

##### 5.5.2 横店影视城商业模式分析

(1) 公园商业模式分析

(2) 公园经营情况分析

(3) 公园的优劣势分析

(4) 公园成功经验借鉴

### 第6章：中国工业旅游发展现状及商业模式解析

#### 6.1 工业旅游特征与模式分类

### 6.1.1 工业旅游属性特征

#### (1) 工业旅游属性

#### (2) 工业旅游特征

### 6.1.2 工业旅游开发模式

## 6.2 工业遗产旅游模式典型案例分

### 6.2.1 工业遗产旅游开发模式概述

### 6.2.2 英国艾思布里奇峡博物馆开发模式分析

#### (1) 工业旅游资源背景

#### (2) 工业旅游开发模式

#### (3) 工业旅游优劣势分析

### 6.2.3 德国杜伊斯堡景观公园开发模式分析

#### (1) 工业旅游资源背景

#### (2) 工业旅游开发模式

#### (3) 工业旅游优劣势分析

### 6.2.4 美国SOHO社区开发模式分析

#### (1) 工业旅游资源背景

#### (2) 工业旅游开发模式

#### (3) 工业旅游优劣势分析

### 6.2.5 南非约翰内斯堡黄金公园开发模式分析

#### (1) 工业旅游资源背景

#### (2) 工业旅游开发模式

#### (3) 工业旅游优劣势分析

### 6.2.6 北京798大山子艺术区开发模式分析

#### (1) 工业旅游资源背景

#### (2) 工业旅游开发模式

#### (3) 北京798艺术区现状

#### (4) 工业旅游优劣势分析

## 6.3 工业科普旅游模式典型案例分

### 6.3.1 工业科普旅游开发模式概述

### 6.3.2 英国斯尼伯斯顿发现者公园开发模式分析

#### (1) 工业旅游资源背景

#### (2) 工业旅游开发模式

(3) 工业旅游产品结构

(4) 工业旅游优劣势分析

#### 6.3.3 欧洲航天局地面控制中心开发模式分析

(1) 工业旅游资源背景

(2) 工业旅游开发模式

(3) 工业旅游优劣势分析

#### 6.3.4 美国芝加哥科学工业博物馆开发模式分析

(1) 工业旅游资源背景

(2) 工业旅游开发模式

(3) 工业旅游优劣势分析

#### 6.3.5 胜利油田科技展览中心开发模式分析

(1) 工业旅游资源背景

(2) 工业旅游开发模式

(3) 工业旅游优劣势分析

#### 6.3.6 沈阳新光航天科普基地开发模式分析

(1) 工业旅游资源背景

(2) 工业旅游开发模式

(3) 工业旅游优劣势分析

### 6.4 产业公园旅游模式典型案例分

#### 6.4.1 产业公园旅游开发模式概述

#### 6.4.2 美国沃尔瑟姆研究开发区公园·沃尔瑟姆产业中心开发模式分析

(1) 工业旅游资源背景

(2) 工业旅游开发模式

(3) 工业旅游优劣势分析

#### 6.4.3 三峡大坝旅游区开发模式分析

(1) 工业旅游资源背景

(2) 工业旅游开发模式

(3) 工业旅游经营情况

(4) 工业旅游优劣势分析

### 6.5 企业文化旅游模式典型案例分

#### 6.5.1 企业文化旅游开发模式概述

#### 6.5.2 英国利兹泰德雷酿酒码头工业旅游开发模式分析

(1) 工业旅游资源背景

(2) 工业旅游开发模式

(3) 工业旅游优劣势分析

#### 6.5.3 英国伯明翰卡德布里世界工业旅游开发模式分析

(1) 工业旅游资源背景

(2) 工业旅游开发模式

(3) 工业旅游优劣势分析

#### 6.5.4 苏格兰威士忌文化遗产中心开发模式分析

(1) 工业旅游资源背景

(2) 工业旅游开发模式

(3) 工业旅游优劣势分析

#### 6.5.5 烟台张裕葡萄酒博物馆开发模式分析

(1) 工业旅游资源背景

(2) 工业旅游开发模式

(3) 工业旅游优劣势分析

#### 6.5.6 一汽中国长春汽车博物馆开发模式分析

(1) 工业旅游资源背景

(2) 工业旅游开发模式

(3) 工业旅游优劣势分析

#### 6.5.7 茅台国酒文化城开发模式分析

(1) 工业旅游资源背景

(2) 工业旅游开发模式

(3) 工业旅游优劣势分析

### 第7章：中国红色旅游发展现状及商业模式解析

#### 7.1 中国红色旅游发展现状分析

##### 7.1.1 红色旅游界定及特征

(1) 红色旅游界定

(2) 红色旅游特征

##### 7.1.2 红色旅游发展背景综述

(1) 红色旅游产生过程

(2) 红色旅游发展历程

### 7.1.3 红色旅游发展现状

#### (1) 红色旅游景区开发原则

### 7.2 红色景区分类及发展模式

#### 7.2.1 十八栋红色旅游+精准扶贫发展模式

##### (1) 与多家机构合作共同规划开发

##### (2) 因地制宜发展特色产业

##### (3) 加强景区运营机制建设

##### (4) 对农产品进行文化包装

#### 7.2.2 江西省红色景区旅游体育旅游产业的发展模式

#### 7.2.3 井冈山“非门票经济”红色旅游发展模式

#### 7.2.4 西柏坡政府主导红色旅游景区发展模式

#### 7.2.5 韶山红色演出旅游模式

#### 7.2.6 红色节庆旅游模式

### 7.3 红色旅游景区相关政策及发展前景

#### 7.3.1 红色旅游相关政策

#### 7.3.2 红色旅游发展前景

### 7.4 优质红色旅游景区案例分析

#### 7.4.1 井冈山红色景区基本情况

#### 7.4.2 井冈山景区旅游项目构成

##### (1) 生态美丽中心景区

##### (2) 研学+乡村旅游

#### 7.4.3 井冈山景区红色培训业态模式

#### 7.4.4 井冈山景区全域旅游业态模式

### 7.5 红色旅游资源可持续开发模式分析

#### 7.5.1 西柏坡红色旅游景区可持续发展分析

##### (1) 景区文化背景

##### (2) 景区现状

##### (3) 景区主要特点和发展方向

#### 7.5.2 南昌红色旅游可持续发展分析

##### (1) 景区文化背景

##### (2) 景区现状

##### (3) 景区主要特点及发展方向

## 第8章：中国生态旅游发展现状及商业模式解析

### 8.1 生态旅游界定与发展趋势

#### 8.1.1 生态旅游及产生背景

#### 8.1.2 生态旅游的发展历程

#### 8.1.3 生态旅游未来发展趋势分析

### 8.2 生态旅游模式典型案例分析

#### 8.2.1 肯尼亚生态旅游开发模式分析

##### （1）生态旅游资源背景

##### （2）生态旅游开发模式

##### （3）生态旅游经营情况

##### （4）生态旅游优劣势分析

#### 8.2.2 中国乌镇生态旅游开发模式分析

##### （1）生态旅游资源背景

##### （2）生态旅游开发模式

##### （3）生态旅游经营情况

##### （4）生态旅游优劣势分析

#### 8.2.3 太湖源生态旅游营销模式分析

##### （1）生态旅游资源背景

##### （2）生态旅游营销模式

##### （3）生态旅游优劣势分析

#### 8.2.4 四川九寨沟风景区生态旅游开发模式分析

##### （1）生态旅游资源背景

##### （2）生态旅游开发模式

##### （3）生态旅游经营情况

##### （4）生态旅游优劣势分析

#### 8.2.5 西双版纳生态旅游开发模式分析

##### （1）生态旅游资源背景

##### （2）生态旅游开发模式

##### （3）生态旅游经营情况

##### （4）生态旅游优劣势分析

#### 8.2.6 武夷山自然保护区生态旅游开发模式分析

- (1) 生态旅游资源背景
- (2) 生态旅游开发模式
- (3) 生态旅游经营情况
- (4) 生态旅游优劣势分析

### 8.3 “RPEE”生态旅游模式分析

#### 8.3.1 “RPEE”模式的界定

#### 8.3.2 “RPEE”模式应用案例

- (1) 具体实施方案
- (2) 案例可行性分析

#### 8.3.3 “RPEE”模式经验借鉴

## 第9章：中国旅游行业商业模式创新现状及趋势

### 9.1 中国旅游行业新兴模式的产生

#### 9.1.1 研学旅游

- (1) 概念
- (2) 发展历程
- (3) 发展现状
- (4) 旅行模式
- (5) “齐风鲁韵”深度主题研学之旅
- (6) 发展前景

#### 9.1.2 康养旅游

- (1) 概念
- (2) 发展现状
- (3) 旅行模式
- (4) 洪雅县康养度假小镇
- (5) 发展前景

#### 9.1.3 全域旅游

- (1) 概念
- (2) 发展现状
- (3) 旅行模式
- (4) 舟山市海岛旅游开发

### 9.2 中国旅游行业商业模式创新发展趋势

## 图表目录

图表1：《国民经济行业分类（GB/T 4754-2021年）》中旅游行业所归属的类别

图表2：报告的研究方法及数据来源说明

图表3：旅游行业监管体系及机构介绍

图表4：旅游行业各细分行业监管体系及机构介绍

图表5：现行旅游行业标准统计

图表6：即将实施的旅游行业标准

图表7：中国旅游业发展定位变化图

图表8：中国“入境游”政策演变趋势表

图表9：中国“国内游”政策演变趋势表

图表10：“出境游”政策演变趋势表

图表11：1950-2021年中国假日政策演变趋势图

图表12：国家对旅游产业相关的政策支持表

图表13：2009-2021年美国国内生产总值变化趋势图（单位：万亿美元，%）

图表14：2011-2021年欧盟GDP变化情况（单位：万亿欧元，%）

图表15：2011-2021年日本GDP变化情况（单位：万亿日元，%）

图表16：2013-2021年中国国内生产总值及其增速变化情况（单位：万亿元，%）

图表17：2011-2021年全国固定资产投资（不含农户）增长速度（单位：万亿元，%）

图表18：2021年中国GDP的各机构预测（单位：%）

图表19：2012-2021年我国旅游行业规模与GDP相关性（单位：万亿元，%）

图表20：2011-2021年中国人口数量增长趋势图（单位：亿人）

图表21：2021年年末中国大陆人口数及其构成（单位：万人，%）

图表22：2011-2021年中国城镇居民和农村居民人均可支配收入情况（单位：元，%）

图表23：2014-2021年中国居民人均消费支出额（单位：元）

图表24：2021年中国居民人均消费支出结构（单位：%）

图表25：智慧旅游关键技术

图表26：AR/VR旅游产品

图表27：AI在旅游场景上的应用形态

图表28：2011-2021年智慧旅游专利数量（单位：个，%）

图表29：2021年智慧旅游专利类别比重（单位：%）

图表30：2016-2021年应用于智慧旅游应用技术专利新增数量（单位：个）

图表31：2011-2021年中国国内旅游人数及预测（单位：亿人次）

图表32：2011-2021年中国旅游收入及增长速度（单位：万亿元，%）

图表33：2011-2021年中国国内旅游人均花费及预测（单位：元）

图表34：2011-2021年国内入境旅游接待人数增长情况及预测（单位：百万人次）

图表35：2021年中国入境旅游客源结构（单位：%）

图表36：2015-2021年中国入境旅游外汇收入及预测（单位：亿美元，%）

图表37：2016-2021年中国在线旅游市场交易规模及预测走势图（单位：亿元，%）

图表38：2021年在线旅游厂商全年交易规模指数排名

图表39：中国旅游行业产业生态链

图表40：摆闸的优缺点对比

图表41：翼闸的优缺点对比

图表42：转闸的优缺点对比

图表43：平移闸的优缺点对比

图表44：三辊闸的优缺点对比

图表45：景区智能安防监控的应用

图表46：智慧旅游信息服务平台四个层面

图表47：智慧旅游电子商务系统服务功能

图表48：智慧旅游电子商务系统特点及优势

图表49：移动智能客户端的主要功能

图表50：智慧旅游客流统计与预警系统优势

图表51：智慧旅游企业诚信监管系统优势

图表52：导游管理服务系统的主要功能

图表53：智慧旅游目的地O2O平台架构

图表54：2021年旅游网站APPTop10

图表55：中国主要团购网站

图表56：组合产品分类

图表57：在线客服的优点

图表58：应用优势

图表59：上海地区游客对于旅游公共服务信息的需求（单位：%）

图表60：“互联网+龙门”智慧景区首期8项互动体验项目

图表61：“互联网+龙门”智慧景区互联网+管理两大功能

图表62：“互联网+龙门”智慧景区建设的意义

图表63：四川智慧旅游平台建设情况

图表64：四川智慧旅游平台建设规划

图表65：江苏省智慧旅游平台建设发展典型案例

图表66：江苏智慧旅游平台建设情况分析

图表67：福建省智慧旅游平台建设情况分析

图表68：云南智慧旅游平台建设情况分析

图表69：陕西智慧旅游平台建设情况分析

图表70：安徽智慧旅游平台建设情况分析

图表71：上海联通“智慧沃游”平台发展基本情况

图表72：中智云游智慧旅游平台发展基本情况

图表73：中智云游智慧旅游平台的产品及服务

图表74：中智云游智慧旅游平台的客户及合作伙伴

图表75：中智云游智慧旅游平台的平台客户及合作伙伴

图表76：中智云游智慧旅游平台的平台的应用场景分析

图表77：智慧景区建设的基本原则

图表78：代表性智慧景区建设

图表79：旅游综合体概念研究

图表80：旅游综合体开发模式综合性特征分析

图表81：以娱乐功能为核心的旅游综合体开发特征

图表82：2019-2021年全球迪士尼乐园与衍生品产品应收（单位：百万美元）

图表83：科技技术在迪士尼游乐园的应用

图表84：以休闲度假功能为核心的旅游综合体开发特征

图表85：珠海海泉湾度假城服务业态构成

图表86：以综合购物功能为核心的旅游综合体开发特征

图表87：三里屯太古里服务业态构成分析

图表88：2015-2021年北京三里屯太古里零售销售额变化（单位：%）

图表89：以会展功能为核心的旅游综合体开发特征

图表90：旅游综合体的利益相关者

图表91：我国旅游综合体发展中的主要问题

图表92：旅游综合体总体规划设计要点

图表93：政府对旅游综合体建设支持

图表94：2017-2021年北京华侨城主要经济指标分析（单位：万元）

图表95：北京华侨城旅游经营优劣势分析

图表96：西安曲江新区旅游经营优劣势分析

图表97：广州南湖国家级旅游度假区旅游经营优劣势分析

图表98：2017-2021年平遥古城接待游客数量及旅游总收入（单位：万人次，亿元）

图表99：平遥古城旅游经营优劣势分析

图表100：丽江古城发展商职责介绍

图表101：2016-2021年上半年丽江古城接待游客数量、旅游总收入及增速（单位：万人次，亿元，%）

图表102：丽江古城旅游经营优劣势分析

图表103：北京高碑店国际民俗旅游文化村旅游经营优劣势分析

图表104：三种主题社区模式对比

图表105：主题公园类型划分

图表106：2016-2021年世界TOP 25主题公园排行中国主题公园入榜个数（单位：个）

图表107：2017-2021年华侨城、方特、长隆游客量及增长率（单位：万人次，%）

图表108：世界知名主题公园品牌中国城市布局

图表109：中国本土知名主题公园城市布局

图表110：中国民俗文化村经营优劣势分析

图表111：2016-2021年杭州宋城景区营业收入及增速（单位：亿元，%）

图表112：芜湖方特欢乐世界经营优劣势分析

图表113：深圳东部华侨城特色景点

图表114：东部华侨城经营优劣势分析

图表115：深圳世界之窗经营优劣势分析

图表116：情景模拟类主题公园发展前景

图表117：2016-2021年上半年横店影视集团营业额及增长率（单位：亿元，%）

图表118：横店影视城经营优劣势分析

图表119：工业旅游特征

图表120：产业公园旅游开发模式

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202307/377342.html>