|  |
| --- |
| [2025-2031年中国智慧旅游市场深度调查分析及发展前景研究报告](https://www.20087.com/1/31/ZhiHuiLvYouWeiLaiFaZhanQuShi.html) |



#### [中国市场调研网](https://www.20087.com/)

[www.20087.com](https://www.20087.com/)

一、基本信息

|  |  |
| --- | --- |
| 名称： | [2025-2031年中国智慧旅游市场深度调查分析及发展前景研究报告](https://www.20087.com/1/31/ZhiHuiLvYouWeiLaiFaZhanQuShi.html) |
| 报告编号： | 2277311　　←电话咨询时，请说明该编号。 |
| 市场价： | 电子版：9500 元　　纸介＋电子版：9800 元 |
| 优惠价： | 电子版：8500 元　　纸介＋电子版：8800 元　　可提供增值税专用发票 |
| 咨询电话： | 400 612 8668、010-66181099、010-66182099、010-66183099 |
| Email： | Kf@20087.com |
| 在线阅读： | [<https://www.20087.com/1/31/ZhiHuiLvYouWeiLaiFaZhanQuShi.html>](https://www.20087.com/2/95/ZhiNengXiWanJiShiChangQianJingYuCe.html) |
| 温馨提示： | 订购英文、日文等版本报告，请拨打订购咨询电话或发邮件咨询。 |

二、内容简介

　　智慧旅游是一种集成信息技术、物联网和互联网等先进手段的旅游服务模式，在近年来随着数字化转型的加速和技术的进步，市场需求持续增长。目前，智慧旅游不仅在旅游信息服务、景区管理方面实现了优化，还在用户体验和个性化服务上进行了改进，以适应不同游客的需求。随着云计算、大数据和人工智能技术的应用，智慧旅游能够提供更高效、更智能的旅游体验。例如，通过采用更先进的数据分析工具和技术来提高旅游推荐系统的准确性，以及通过使用更智能的虚拟现实和增强现实技术来丰富游客的文化体验。
　　未来，智慧旅游的发展将更加注重技术创新和服务升级。一方面，随着新技术的应用，能够提供更高性能和更灵活的服务将成为趋势。例如，通过采用更先进的无人机技术来进行空中摄影和景区监控，以及通过使用更智能的机器人技术来提供导游服务。另一方面，随着游客对高效能和定制化旅游服务的需求增加，能够提供更个性化定制和更优质服务的企业将更受欢迎。此外，随着可持续发展目标的推进，采用环保材料和可持续生产方式的智慧旅游服务也将占据市场优势。
　　《[2025-2031年中国智慧旅游市场深度调查分析及发展前景研究报告](https://www.20087.com/1/31/ZhiHuiLvYouWeiLaiFaZhanQuShi.html)》依托权威机构及相关协会的数据资料，全面解析了智慧旅游行业现状、市场需求及市场规模，系统梳理了智慧旅游产业链结构、价格趋势及各细分市场动态。报告对智慧旅游市场前景与发展趋势进行了科学预测，重点分析了品牌竞争格局、市场集中度及主要企业的经营表现。同时，通过SWOT分析揭示了智慧旅游行业面临的机遇与风险，为智慧旅游行业企业及投资者提供了规范、客观的战略建议，是制定科学竞争策略与投资决策的重要参考依据。

第一章 智慧旅游的基本概述
　　1.1 智慧旅游的内涵及系统架构
　　　　1.1.1 智慧旅游的内涵
　　　　1.1.2 智慧旅游的特点
　　　　1.1.3 智慧旅游产业链
　　　　1.1.4 智慧旅游系统框架
　　　　1.1.5 智慧旅游的关键技术
　　1.2 智慧旅游的主要内容
　　　　1.2.1 管理智慧
　　　　1.2.2 服务智慧
　　　　1.2.3 营销智慧
　　1.3 智慧旅游的应用效益
　　　　1.3.1 整合协调公众资源
　　　　1.3.2 优化企业商务运营
　　　　1.3.3 提高游客感知体验

第二章 2019-2024年国际智慧旅游行业发展动态
　　2.1 国际智慧旅游行业发展综况
　　　　2.1.1 全球旅游业发展规模上升
　　　　2.1.2 国际旅游信息化建设深化
　　　　2.1.3 国际智慧旅游商业模式
　　　　2.1.4 澳大利亚智慧旅游市场定位
　　2.2 北美地区
　　　　2.2.1 智慧旅游建设状况
　　　　2.2.2 美国在线旅游公司动态
　　　　2.2.3 加拿大推崇自助智慧游
　　2.3 欧洲地区
　　　　2.3.1 智慧旅游建设状况
　　　　2.3.2 欧盟开发智能导游软件
　　　　2.3.3 比利时“标识都市”项目
　　2.4 亚太地区
　　　　2.4.1 旅游市场空间广阔
　　　　2.4.2 智慧旅游建设状况
　　　　2.4.3 日本布局智能旅游市场
　　　　2.4.4 韩国推出移动旅游信息平台
　　　　2.4.5 新加坡打造智慧旅游城市
　　2.5 国际智慧旅游发展模式分析
　　　　2.5.1 Price Line模式
　　　　2.5.2 Home Away模式
　　　　2.5.3 Trip It模式

第三章 2019-2024年中国智慧旅游行业发展环境
　　3.1 经济环境
　　　　3.1.1 国际宏观经济运行
　　　　3.1.2 国内经济运行现状
　　　　3.1.3 国内经济发展预测
　　3.2 社会环境
　　　　3.2.1 居民人均可支配收入提高
　　　　3.2.2 服务消费市场发展提速
　　　　3.2.3 我国进入休闲型消费阶段
　　　　3.2.4 互联网时代游客需求改变
　　3.3 行业环境
　　　　3.3.1 旅游业投资状况
　　　　3.3.2 旅游人数规模
　　　　3.3.3 旅游业消费规模
　　　　3.3.4 旅游业收入规模
　　　　3.3.5 自驾游市场现状
　　3.4 政策环境
　　　　3.4.1 智慧旅游促进政策分析
　　　　3.4.2 智慧旅游地方政策规划
　　　　3.4.3 智慧旅游指导意见发布
　　　　3.4.4 假日制度有望加快完善
　　　　3.4.5 旅游行业相关规划汇总

第四章 2019-2024年中国智慧旅游行业发展分析
　　4.1 智慧旅游发展动因分析
　　　　4.1.1 旅游业发展的自然趋势
　　　　4.1.2 智慧旅游发展的推动力
　　　　4.1.3 新型科技助力智慧旅游
　　4.2 智慧旅游变革传统旅游运营模式
　　　　4.2.1 契合市场发展需求
　　　　4.2.2 有效实现资源整合
　　　　4.2.3 推动管理方式转变
　　　　4.2.4 旅游业将迎来二次革命
　　4.3 2019-2024年中国智慧旅游行业运行综况
　　　　4.3.1 旅游信息化建设阶段
　　　　4.3.2 智慧旅游市场规模分析
　　　　4.3.3 我国智慧旅游发展现状
　　　　4.3.4 智慧旅游建设试点推进
　　　　4.3.5 智慧票务市场发展提速
　　4.4 2019-2024年中国智慧旅游行业发展特征
　　　　4.4.1 行业整体发展提速
　　　　4.4.2 旅游信息获取便利
　　　　4.4.3 费用支付日趋成熟
　　　　4.4.4 旅游导航运行稳定
　　4.5 中国智慧旅游行业发展问题及对策
　　　　4.5.1 智慧旅游行业发展问题
　　　　4.5.2 智慧旅游发展规划建议
　　　　4.5.3 智慧旅游发展经验借鉴
　　　　4.5.4 智慧旅游城市建设对策
　　　　4.5.5 智慧旅行的实现途径
　　　　4.5.6 做好智慧旅游顶层设计
　　　　4.5.7 智慧旅游企业发展困境及建议
　　4.6 智慧旅游行业投资策略分析
　　　　4.6.1 夯实信息数据基础
　　　　4.6.2 以游客体验为中心
　　　　4.6.3 技术示范创新是重点

第五章 2019-2024年中国智慧旅游行业发展主体
　　5.1 政府部门
　　　　5.1.1 国家层面
　　　　5.1.2 省市级层面
　　5.2 旅游景区企业
　　　　5.2.1 宋城演艺布局智慧旅游市场
　　　　5.2.2 丽江玉龙打造智慧旅游系统
　　　　5.2.3 峨眉山完善智慧旅游投资前景
　　5.3 在线旅游平台
　　　　5.3.1 在线平台发展模式亟待变革
　　　　5.3.2 在线旅游平台布局智慧景区
　　　　5.3.3 在线平台涉足智慧酒店领域
　　　　5.3.4 在线平台探索旅游直播模式
　　5.4 旅行社
　　　　5.4.1 旅游社切入智慧旅游主题
　　　　5.4.2 打造智慧旅游服务体系
　　　　5.4.3 旅行社智慧旅游发展方向
　　　　5.4.4 旅行社智慧旅游发展路径
　　　　5.4.5 旅行社加快布局智慧旅游
　　5.5 通信运营企业
　　　　5.5.1 运营商开发旅游大数据
　　　　5.5.2 中国电信开展智慧旅游合作
　　　　5.5.3 移动公司签署智慧旅游协议
　　　　5.5.4 联通公司开发智慧旅游产品
　　5.6 互联网科技公司
　　　　5.6.1 腾讯推进智慧旅游数据合作
　　　　5.6.2 高德地图切入智慧旅游市场
　　　　5.6.3 视觉中国搭建智慧旅游平台
　　　　5.6.4 远望谷拓展智慧旅游业务
　　　　5.6.5 华胜天成搭建旅游监测平台

第六章 2019-2024年中国智慧旅游行业重点内容分析
　　6.1 智慧旅游管理
　　　　6.1.1 管理主体分析
　　　　6.1.2 管理内容分析
　　　　6.1.3 管理平台上线
　　　　6.1.4 管理系统分析
　　　　6.1.5 数据整合及分析
　　6.2 智慧旅游服务
　　　　6.2.1 智慧导航服务
　　　　6.2.2 智慧导游服务
　　　　6.2.3 智慧导览服务
　　　　6.2.4 智慧导购服务
　　　　6.2.5 应用技术分析
　　6.3 智慧旅游营销
　　　　6.3.1 营销内容分析
　　　　6.3.2 营销意义分析
　　　　6.3.3 系统设计要求
　　　　6.3.4 微信营销应用
　　　　6.3.5 自媒体营销方式
　　　　6.3.6 大数据分析应用
　　6.4 虚拟旅游体验
　　　　6.4.1 虚拟旅游平台基本概述
　　　　6.4.2 虚拟旅游体验应用现状
　　　　6.4.3 虚拟旅游的营销模型
　　　　6.4.4 虚拟旅游的盈利模式
　　　　6.4.5 VR设备助力旅游市场营销
　　　　6.4.6 虚拟旅游服务3D平台建立

第七章 2019-2024年中国智慧景区建设分析
　　7.1 2019-2024年中国智慧景区建设综况
　　　　7.1.1 景区旅游业发展综况
　　　　7.1.2 智慧景点的主要内容
　　　　7.1.3 我国智慧景区发展现状
　　　　7.1.4 我国智慧景区建设提速
　　　　7.1.5 智慧旅游景区排名分析
　　　　7.1.6 景区WiFi覆盖率提升
　　　　7.1.7 智慧景区未来建设方向
　　7.2 智慧景区SWOT分析
　　　　7.2.1 优势分析
　　　　7.2.2 劣势分析
　　　　7.2.3 机遇分析
　　　　7.2.4 威胁分析
　　7.3 智慧景区基础系统及设备分析
　　　　7.3.1 景区智能电子门票系统
　　　　7.3.2 景区智能监测系统
　　　　7.3.3 景区智能定位系统
　　　　7.3.4 景区自助售取票系统设备
　　　　7.3.5 景区智能电子导游机设备
　　7.4 景区智能电子导游系统
　　　　7.4.1 智能电子导游的定义
　　　　7.4.2 智能电子导游的优势
　　　　7.4.3 智能电子导游应用现状
　　　　7.4.4 智能电子导游市场前景
　　7.5 智慧景区软件应用平台开发分析
　　　　7.5.1 景区APP开发的需求
　　　　7.5.2 景区APP的基本功能
　　　　7.5.3 景区APP开发逐步加快
　　　　7.5.4 景区APP具有营销功能
　　　　7.5.5 智慧景区微信公众平台
　　7.6 智慧景区解决方案分析
　　　　7.6.1 解决方案的设计目标
　　　　7.6.2 解决方案的总体架构
　　　　7.6.3 解决方案的构成体系
　　　　7.6.4 解决方案的业务核心
　　　　7.6.5 一体化方案的应用价值
　　7.7 智慧景区细分系统分析
　　　　7.7.1 景区票务系统
　　　　7.7.2 电子商务系统
　　　　7.7.3 酒店管理系统
　　　　7.7.4 景区客源智能分析系统
　　7.8 旅游景区重点上市公司案例分析
　　　　7.8.1 云南旅游股份有限公司
　　　　7.8.2 深圳华侨城股份有限公司

第八章 2019-2024年中国在线旅游市场发展分析
　　8.1 2019-2024年中国在线旅游市场运行综况
　　　　8.1.1 全球在线旅游发展模式
　　　　8.1.2 中国在线旅游市场规模
　　　　中国在线旅游市场交易规模及增速
　　　　8.1.3 在线旅游市场交易格局
　　　　8.1.4 在线旅游企业竞争格局
　　　　8.1.5 在线旅游APP应用分析
　　8.2 2019-2024年中国在线旅游市场发展特点
　　　　8.2.1 跟团旅游成为市场主流
　　　　8.2.2 移动在线旅游规模上升
　　　　8.2.3 在线定制旅游受到追捧
　　　　8.2.4 中长线在线出游比例增加
　　8.3 2019-2024年中国景区在线门票市场调研
　　　　8.3.1 在线景区门票市场规模
　　　　8.3.2 在线门票渠道销售市场
　　　　8.3.3 在线门票市场集中度
　　　　8.3.4 在线门票市场销售案例
　　8.4 2019-2024年中国在线旅游平台发展动态
　　　　8.4.1 去哪儿网
　　　　8.4.2 携程旅游网
　　　　8.4.3 途牛旅游网
　　　　8.4.4 驴妈妈旅游网
　　　　8.4.5 同程旅游网

第九章 中国智慧景区建设案例分析
　　9.1 瘦西湖
　　　　9.1.1 景区基本概述
　　　　9.1.2 瘦西湖成智慧景区建设先锋
　　　　9.1.3 智慧营销提升景区品牌影响力
　　9.2 故宫博物院
　　　　9.2.1 景区基本概述
　　　　9.2.2 故宫博物院开启智慧模式
　　　　9.2.3 故宫景区应用全景展示技术
　　9.3 黄山
　　　　9.3.1 景区基本概述
　　　　9.3.2 黄山智慧景区建设经验
　　　　9.3.3 黄山智慧景区建设项目
　　9.4 九华山
　　　　9.4.1 景区基本概述
　　　　9.4.2 九华山推进景区信息化建设
　　　　9.4.3 九华山打造智慧购票新体验
　　9.5 张家界
　　　　9.5.1 景区基本概述
　　　　9.5.2 张家界智慧景区建设特色
　　　　9.5.3 张家界智慧景区发展方向
　　9.6 泰山
　　　　9.6.1 景区基本概述
　　　　9.6.2 “智慧泰山”建设布局加快
　　　　9.6.3 泰山景区推出智慧手机APP
　　9.7 其他景区
　　　　9.7.1 千岛湖景区
　　　　9.7.2 峨眉山景区

第十章 2019-2024年中国智慧旅游行业发展模式分析
　　10.1 智慧旅游创新旅游发展新模式
　　　　10.1.1 景区个性化定制服务旅游模式
　　　　10.1.2 游客服务为核心的旅游模式
　　　　10.1.3 在线旅游电子商务服务模式
　　　　10.1.4 科技化新体验式旅游模式
　　10.2 智慧旅游建设运营模式
　　　　10.2.1 建设运营模式设计原则
　　　　10.2.2 政府独营模式
　　　　10.2.3 政府主导运作模式
　　　　10.2.4 PPP模式
　　　　10.2.5 BOT/BT模式
　　　　10.2.6 政府补助投建模式
　　　　10.2.7 多方共同参与模式
　　10.3 地区推进智慧旅游模式探索
　　　　10.3.1 温州景区语音导游模式
　　　　10.3.2 青海智能设备应用模式
　　　　10.3.3 山东线上旅游服务模式

第十一章 2019-2024年中国主要省市智慧旅游建设动态
　　11.1 北京市
　　　　11.1.1 旅游业运行现状
　　　　11.1.2 智慧旅游发展成果
　　　　11.1.3 智慧旅游应用系统
　　　　11.1.4 搭建虚拟旅游平台
　　　　11.1.5 海淀区推出旅游APP
　　　　11.1.6 智慧旅游发展对策
　　　　11.1.7 智慧旅游发展规划
　　11.2 上海市
　　　　11.2.1 旅游行业运行现状
　　　　11.2.2 智慧旅游建设动态
　　　　11.2.3 智慧旅游产业布局
　　　　11.2.4 智慧旅游SWOT分析
　　　　11.2.5 智慧旅游的发展框架
　　　　11.2.6 智慧旅游的发展措施
　　　　11.2.7 政府推进智慧旅游布局
　　11.3 广州市
　　　　11.3.1 旅游业运行现状
　　　　11.3.2 智慧旅游移动应用
　　　　11.3.3 智慧旅游产品上线
　　　　11.3.4 高铁智慧旅游项目启动
　　11.4 深圳市
　　　　11.4.1 旅游业运行状况
　　　　11.4.2 华侨城引领智慧旅游行业
　　　　11.4.3 深圳市推进智慧旅游合作
　　　　11.4.4 旅游B2B企业发展动态
　　11.5 天津市
　　　　11.5.1 旅游业运行状况
　　　　11.5.2 智慧旅游建设综况
　　　　11.5.3 智慧旅游建设特点
　　　　11.5.4 智慧旅游建设困境
　　　　11.5.5 智慧旅游建设工程
　　11.6 厦门市
　　　　11.6.1 旅游业运行现状分析
　　　　11.6.2 打造旅游大数据平台
　　　　11.6.3 政府推进智慧旅游发展
　　　　11.6.4 智慧旅游建设工程汇总
　　　　11.6.5 加快智慧旅游景区建设
　　11.7 其他地区
　　　　11.7.1 安徽省
　　　　11.7.2 四川省
　　　　11.7.3 云南省
　　　　11.7.4 海南省
　　　　11.7.5 开封市
　　　　11.7.6 苏州市
　　　　11.7.7 丽江市

第十二章 2019-2024年智慧旅游重点企业发展分析
　　12.1 江苏马上游科技股份有限公司
　　　　12.1.1 企业发展概况
　　　　12.1.2 智慧旅游布局
　　　　12.1.3 企业合作动态
　　12.2 北京巅峰智业旅游文化创意股份有限公司
　　　　12.2.1 企业发展概况
　　　　12.2.2 主营业务分析
　　　　12.2.3 智慧旅游业务
　　　　12.2.4 智慧旅游项目
　　12.3 杭州天迈网络有限公司
　　　　12.3.1 企业发展概况
　　　　12.3.2 主营业务分析
　　　　12.3.3 产品案例分析
　　　　12.3.4 智慧旅游业务
　　12.4 银江股份有限公司
　　　　12.4.1 企业发展概况
　　　　12.4.2 财务状况分析
　　　　12.4.3 智慧旅游布局
　　　　12.4.4 智慧旅游系统

第十三章 2019-2024年智慧旅游行业投资分析
　　13.1 投资机会分析
　　　　13.1.1 技术完善
　　　　13.1.2 硬件支撑
　　　　13.1.3 政策优化
　　13.2 投资状况分析
　　　　13.2.1 智慧旅游投资热度上升
　　　　13.2.2 智慧旅游平台融资加快
　　　　13.2.3 旅游B2B平台融资进展
　　13.3 投融资动态
　　　　13.3.1 兰州市注资智慧旅游项目
　　　　13.3.2 桂林PPP融资项目推进
　　　　13.3.3 新中安股份加快资融进程
　　　　13.3.4 三人行公司推进智慧旅游投资
　　13.4 投资前景预警
　　　　13.4.1 经济运行风险
　　　　13.4.2 政策风险分析
　　　　13.4.3 行业运营风险
　　　　13.4.4 市场竞争风险
　　　　13.4.5 信息安全风险
　　13.5 投资对策建议
　　　　13.5.1 发展关键要素
　　　　13.5.2 加快技术创新
　　　　13.5.3 完善行业制度
　　　　13.5.4 创新投资模式
　　　　13.5.5 关注消费诉求

第十四章 中智.林.　2019-2024年中国智慧旅游行业趋势预测及预测
　　14.1 中国旅游行业趋势预测分析
　　　　14.1.1 旅游需求市场持续上升
　　　　14.1.2 旅游行业发展趋势分析
　　　　14.1.3 旅游行业未来发展方向
　　　　14.1.4 旅游信息化进一步推进
　　　　14.1.5 旅游行业发展规模预测
　　14.2 中国智慧旅游行业发展展望
　　　　14.2.1 智慧旅游行业发展机遇
　　　　14.2.2 智慧景区趋势预测广阔
　　　　14.2.3 智慧旅游行业发展趋势
　　　　14.2.4 智慧旅游行业发展机会点
　　　　14.2.5 “十四五”行业发展展望
　　14.3 2025-2031年中国智慧旅游行业预测分析
　　　　14.3.1 中国智慧旅游行业发展因素分析
　　　　14.3.2 2025-2031年中国智慧旅游市场规模预测

图表目录
　　图表 智慧旅游的内涵
　　图表 智慧旅游系统框架
　　图表 比利时“标识都市”电子数码
　　图表 2019-2024年美国GDP同比增长率
　　图表 发达经济体2024年GDP同比增长率
略……

了解《[2025-2031年中国智慧旅游市场深度调查分析及发展前景研究报告](https://www.20087.com/1/31/ZhiHuiLvYouWeiLaiFaZhanQuShi.html)》，报告编号：2277311，

请致电：400-612-8668、010-66181099、66182099、66183099，

Email邮箱：Kf@20087.com

详细介绍：<https://www.20087.com/1/31/ZhiHuiLvYouWeiLaiFaZhanQuShi.html>

热点：智慧景区、智慧旅游服务平台、智慧旅游包括哪些方面、智慧旅游的概念、景区语音导览、智慧旅游平台、智慧酒店、智慧旅游景点典型案例、赣州200元旅游年卡

了解更多，请访问上述链接，以下无内容！