2024-2029年中国旅游行业市场前瞻与投资战略规划分析报告

目 录

CONTENTS

第1章：旅游业市场发展分析
1.1 旅游业界定
1.2 全球旅游市场发展分析
1.2.1 全球旅游人数及收入情况
（1）全球旅游人数情况
（2）全球旅游收入情况
1.2.2 全球各区域旅游市场情况
（1）全球各区域市场旅游人次情况
（2）全球各区域市场旅游收入情况
1.2.3 全球领先旅游业企业发展分析
（1）万豪国际酒店
（2）希尔顿国际酒店集团
（3）洲际酒店集团（IHG）
1.3 国内旅游业发展环境分析
1.3.1 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
1.3.2 旅游业经济环境分析
（1）国际经济环境分析
（2）国内经济环境分析
（3）经济环境对旅游业的影响
1.3.3 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）中国城镇化水平分析
（4）其他相关社会因素
（5）社会环境变化趋势及其对旅游产业发展的影响分析
1.3.4 旅游业技术环境分析
（1）旅游产业的核心技术及发展现状
（2）技术环境对行业发展的影响分析
1.4 中国国内旅游市场发展分析
1.4.1 中国国内旅游概况
（1）国内旅游人数
（2）国内旅游收入
（3）国内旅游收入构成分析
（4）国内旅游人均花费
1.4.2 国内旅游的发展特征
（1）发展：新常态的稳健大步
（2）观光：闲暇类旅游是居民旅游生活的主体
（3）服务：满意度提升仍然有较大的空间
（4）舆情：对服务质量的更加关注
1.4.3 中国国内旅游市场发展预测
1.5 中国入境旅游市场发展分析
1.5.1 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
1.5.2 入境旅游主要特点
（1）入境游止跌回升

（2）历史文化景点受热捧
1.5.3 入境旅游市场发展趋势分析
1.5.4 入境旅游市场发展建议
1.6 中国出境旅游市场发展分析
1.6.1 中国出境旅游概况
（1）出境旅游人数
（2）客源结构
1.6.2 出境游目的地概况
（1）已开放的出境旅游目的地
（2）出境旅游中的热门目的地
1.6.3 出境旅游市场发展预测
1.6.4 出境旅游市场发展建议
1.7 中国黄金周旅游市场发展分析
1.7.1 十一黄金周旅游市场发展分析
（1）十一黄金周旅游人数
（2）十一黄金周旅游收入
1.7.2 春节黄金周旅游市场发展分析
（1）春节黄金周旅游人数
（2）春节黄金周旅游收入
1.8 中国旅游业“走出去”机遇分析
1.8.1 旅游子行业海外市场扩张现状
（1）旅游海外市场扩张现状
（2）酒店业海外市场扩张现状
（3）餐饮业海外市场扩张现状
（4）旅行社海外市场扩张现状
1.8.2 旅游企业海外扩张存在问题
1.8.3 未来海外市场前景展望
1.8.4 行业海外扩张对策建议
1.9 高铁建设对旅游业影响分析
1.9.1 全球掀起高铁建设热潮
1.9.2 中国高铁建设情况
（1）高铁建设规划
（2）高铁建设进展
1.9.3 高铁对中国旅游业影响的路径分析
（1）高铁的比较优势分析
（2）高铁对旅游业影响的国外案例分析
（3）高铁对中国旅游业的直接影响
（4）高铁对中国旅游业的间接影响
第2章：互联网+旅游解决方案深度研究与案例分析
2.1 互联网+旅游景区硬件产品分析
2.1.1 闸机系列
（1）基本简介
（2）主要种类
2.1.2 云终端系列+手持机系列
（1）平板云应用终端
（2）智游宝第三代云终端
（3）POS消费终端机
（4）无线手持检票机
2.1.3 自助服务终端
2.1.4 其他设备
2.2 互联网+旅游景区软件产品分析
2.2.1 智慧景区
（1）基本简介
（2）建设的意义
（3）建设的基本原则
2.2.2 营销
（1）智慧旅游电子商务系统
（2）移动智能客户端系统
（3）无线旅游信息服务系统

（4）营销类型介绍
2.2.3 安防
（1）景区安防高清智能化
（2）景区环境中视频监控的应用：
2.2.4 决策
（1）智慧旅游客流统计与预警系统
（2）智慧旅游企业诚信监管系统
（3）导游管理服务系统
2.3 互联网+旅游目的地O2O平台架构
2.3.1 线上直销
2.3.2 线上分销
（1）OTA
（2）MTA
（3）团购网
2.3.3 线下分销
（1）自助售票点
（2）旅行社
（3）出租车
（4）酒店/客栈
2.3.4 移动端营销
（1）百度直达号
（2）微信公众号
（3）淘宝码上游
（4）官方微电商
2.3.5 产品中心
（1）组合产品
（2）其它定制型产品
2.3.6 决策中心
（1）在线客服
（2）旅游顾问
（3）呼叫中心
（4）代理人
（5）自主服务点
（6）导服团队
2.3.7 管理中心
（1）管理云应用
（2）智慧管理系统
2.3.8 服务中心
（1）移动端应用
（2）WEB端应用
（3）指挥大屏应用
（4）区域大数据应用
2.4 互联网+旅游公众服务支撑平台建设
2.4.1 产品服务
2.4.2 成功案例
（1）互联网+购票
（2）互联网+游园
（3）互联网+管理
（4）互联网+宣传
（5）“互联网+龙门”智慧景区建设的意义
2.4.3 分销平台
2.4.4 招商合作
2.5 政府层面的旅游平台建设
2.5.1 国家智慧旅游公共服务平台架构及定位
（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

2.5.2 各省市（自治区）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 企业层面的旅游平台案例分析
2.6.1 芝麻游智慧旅游分销平台
（1）平台的定位与优势
（2）平台的功能与架构
（3）平台的产品及服务
（4）平台客户及合作伙伴
2.6.2 上海联通“智慧沃游”平台
（1）平台的定位与优势
（2）平台的功能与架构
（3）平台的产品及服务
（4）平台客户及合作伙伴
2.6.3 互联网+”江苏智慧旅游大平台
（1）平台的定位与优势
（2）平台的功能与架构
（3）平台的产品及服务
（4）平台客户及合作伙伴
2.6.4 中智云游智慧旅游平台
（1）平台定位及功能
（2）产品及解决方案
（3）客户及合作伙伴
2.6.5 票付通智慧旅游平台
（1）平台定位及功能
（2）平台的产品及服务
（3）平台客户及合作伙伴
（4）平台的应用场景分析
第3章：互联网+旅游成功案例深度解析
3.1 蜀冈瘦西湖风景名胜区
3.1.1 互联网+智慧景区建设背景
3.1.2 互联网+智慧景区创新举措
（1）管理方式创新
（2）服务内容创新
（3）营销模式创新
（4）产品设计创新
（5）市场推广创新
3.1.3 互联网+智慧景区建设效果
3.1.4 互联网+智慧景区经验借鉴
3.2 中国黄山风景名胜区
3.2.1 互联网+智慧景区建设背景
3.2.2 互联网+智慧景区创新举措
（1）管理方式创新
（2）服务内容创新
（3）营销模式创新
（4）产品设计创新
（5）市场推广创新
3.2.3 互联网+智慧景区建设效果
3.2.4 互联网+智慧景区经验借鉴
3.3 杭州西湖风景名胜区
3.3.1 互联网+智慧景区建设背景
3.3.2 互联网+智慧景区创新举措
（1）管理方式创新
（2）服务内容创新
（3）营销模式创新

（4）产品设计创新
（5）市场推广创新
3.3.3 互联网+智慧景区建设效果
3.3.4 互联网+智慧景区经验借鉴
3.4 九寨沟风景名胜区
3.4.1 互联网+智慧景区建设背景
3.4.2 互联网+智慧景区创新举措
（1）管理方式创新
（2）服务内容创新
（3）营销模式创新
（4）产品设计创新
（5）市场推广创新
3.4.3 互联网+智慧景区建设效果
3.4.4 互联网+智慧景区经验借鉴
3.5 厦门市鼓浪屿风景名胜区
3.5.1 互联网+智慧景区建设背景
3.5.2 互联网+智慧景区创新举措
（1）管理方式创新
（2）服务内容创新
（3）营销模式创新
（4）产品设计创新
（5）市场推广创新
3.5.3 互联网+智慧景区建设效果
3.5.4 互联网+智慧景区经验借鉴
第4章：中国旅游业子行业发展分析
4.1 旅游景区发展分析
4.1.1 旅游景区基本情况
4.1.2 旅游景区经营情况
（1）接待游客数量
（2）营业收入规模
（3）新兴旅游景区发展情况
4.1.3 旅游景区分类
（1）按照旅游资源的主体性质划分
（2）按照旅游景区管理级别的不同进行划分
4.1.4 5A景区口碑情况
4.2 酒店业发展分析
4.2.1 星级酒店发展分析
（1）星级酒店数量规模
（2）星级酒店收入规模
（3）星级酒店构成情况
（4）星级酒店经营状况
（5）重点旅游城市酒店经营情况
4.2.2 中国酒店业品牌格局
4.2.3 连锁酒店发展情况分析
（1）高端酒店
（2）中端连锁酒店
（3）经济型酒店
4.2.4 中国酒店业发展趋势
4.3 餐饮业发展分析
4.3.1 餐饮业发展概况
4.3.2 餐饮业集中度分析
4.3.3 餐饮百强企业经营分析
4.3.4 餐饮业发展趋势
（1）线上线下融合创新，数据指导未来发展
（2）组织结构将进一步扁平化
（3）连锁化程度将继续加强
（4）餐饮企业继续向品牌化方向发展
（5）工业化发展或成趋势
4.4 旅行社发展分析

4.4.1 旅游社发展概况
（1）行业发展规模
（2）中国旅行社区域分布
（3）中国旅行社市场集中度分析
4.4.2 旅行社业务分析
（1）旅行社业务结构分析
（2）入境旅游业务分析
（3）国内旅游业务分析
（4）出境旅游业务分析
4.4.3 旅行社行业转型分析
（1）旅行社行业发展阶段
（2）旅行社行业分工体系
（3）旅行社行业发展方向
4.4.4 国际旅行社的发展借鉴
（1）国际旅行社以“垂直分工”为主的多样化分工体系
（2）欧美旅行社的一体化进程
（3）国际成功旅行社“抓两头，带中间”的基本模式
第5章：中国旅游市场消费格局及业态发展分析
5.1 城乡居民旅游消费分析
5.1.1 城乡居民收入分析
5.1.2 城乡居民旅游消费分析
（1）城乡居民出游人数变化
（2）城乡居民旅游消费情况
5.2 旅游市场消费格局
5.2.1 旅游市场总体消费格局
（1）旅游市场高、中、低端协同发展
（2）高、中、低端旅游市场特点及细分市场情况
5.2.2 高端旅游市场分析
（1）度假游市场分析
（2）出境旅游市场分析
（3）商务会展游市场分析
5.2.3 中端旅游市场分析
（1）休闲度假游市场分析
（2）自驾游市场分析
（3）自由行市场分析
5.2.4 低端旅游市场分析
5.3 旅游业业态发展分析
5.3.1 旅游业态发展总体趋势
（1）传统业态升级
（2）新兴业态快速成长
5.3.2 高端旅游市场业态发展分析
（1）传统业态——高星级酒店发展分析
（2）新兴业态——邮轮旅游发展分析
（3）新兴业态——免税业发展分析
5.3.3 中端旅游市场业态发展分析
（1）传统业态——传统景区发展分析
（2）新兴业态——自由行业务发展分析
（3）新兴业态——旅游文化演艺发展分析
5.3.4 低端旅游市场业态发展分析
（1）传统业态——传统景区发展分析
（2）新兴业态——经济型酒店发展分析
第6章：中国城市旅游发展分析
6.1 城市旅游总体状况
6.2 北京市旅游业发展分析
6.2.1 北京市旅游发展概况
（1）北京市旅游发展情况
（2）北京旅游收入分析
6.2.2 北京市旅游景区发展分析
（1）北京市旅游资源分类

（2）北京市游客旅游消费倾向
（3）北京市旅游资源优势分析
（4）北京市旅游景区经营分析
（5）北京市城市旅游营销分析
6.2.3 北京市旅行社发展分析
6.2.4 北京市旅游业配套市场分析
（1）北京市住宿市场分析
（2）北京市餐饮市场分析
（3）北京市交通情况分析
（4）北京市旅游信息服务市场分析
（5）北京市娱乐市场分析
6.2.5 北京市旅游市场综合评价
6.2.6 北京市旅游发展规划
6.3 上海市旅游业发展分析
6.3.1 上海市旅游发展概况
6.3.2 上海市旅游景区发展分析
（1）上海市旅游资源分类
（2）上海市旅游资源优势分析
（3）上海市城市旅游营销分析
6.3.3 上海市旅游社发展分析
6.3.4 上海市旅游业配套市场分析
（1）上海市住宿市场分析
（2）上海市住宿和餐饮业市场分析
（3）上海市交通情况分析
（4）上海市旅游信息服务市场分析
（5）上海市娱乐市场分析
6.3.5 上海市旅游市场综合评价
6.3.6 上海市旅游发展规划
（1）发展目标
（2）发展指标
6.4 广州市旅游业发展分析
6.4.1 广州市旅游发展概况
6.4.2 广州旅游景区发展分析
（1）广州市旅游资源分类
（2）广州市游客旅游消费倾向
（3）广州市旅游资源优势分析
（4）广州市城市旅游营销分析
6.4.3 广州市旅行社发展分析
6.4.4 广州市旅游业配套市场分析
（1）广州市住宿市场分析
（2）广州市餐饮市场分析
（3）广州市交通情况分析
（4）广州市旅游信息服务市场分析
（5）广州市娱乐市场分析
6.4.5 广州市旅游市场综合评价
6.4.6 广州市旅游发展规划
6.5 深圳市旅游业发展分析
6.5.1 深圳市旅游发展概况
6.5.2 深圳市旅游景区发展分析
（1）深圳市旅游资源分类
（2）深圳市游客旅游消费倾向
（3）深圳市旅游资源优势分析
（4）深圳市城市旅游营销分析
6.5.3 深圳市旅游社发展分析
6.5.4 深圳市旅游业配套市场分析
（1）深圳市住宿市场分析
（2）深圳市餐饮市场分析
（3）深圳市交通情况分析
（4）深圳市旅游信息服务市场分析

（5）深圳市娱乐市场分析
6.5.5 深圳市旅游市场综合评价
6.5.6 深圳市旅游发展规划
6.6 杭州市旅游业发展分析
6.6.1 杭州市旅游发展概况
6.6.2 杭州市旅游景区发展分析
（1）杭州市旅游资源分类
（2）杭州市旅游资源优势分析
（3）杭州市城市旅游营销分析
6.6.3 杭州市旅行社发展分析
6.6.4 杭州市旅游业配套市场分析
（1）杭州市住宿市场分析
（2）杭州市餐饮市场分析
（3）杭州市交通情况分析
（4）杭州市旅游信息服务市场分析
（5）杭州市娱乐市场分析
6.6.5 杭州市旅游市场综合评价
6.6.6 杭州市旅游发展规划
6.7 重庆市旅游业发展分析
6.7.1 重庆市旅游发展概况
6.7.2 重庆市旅游景区发展分析
（1）重庆市旅游资源分类
（2）重庆市游客旅游消费倾向
（3）重庆市旅游资源优势分析
（4）重庆市旅游景区经营分析
（5）重庆市城市旅游营销分析
6.7.3 重庆市旅行社发展分析
6.7.4 重庆市旅游业配套市场分析
（1）重庆市住宿市场分析
（2）重庆市餐饮市场分析
（3）重庆市交通情况分析
（4）重庆市旅游信息服务市场分析
（5）重庆市娱乐市场分析
6.7.5 重庆市旅游市场综合评价
6.7.6 重庆市旅游发展规划
6.8 西安市旅游业发展分析
6.8.1 西安市旅游发展概况
6.8.2 西安市旅游景区发展分析
（1）西安市旅游资源分类
（2）西安市游客旅游消费倾向
（3）西安市旅游资源优势分析
（4）西安市旅游景区经营分析
（5）西安市城市旅游营销分析
6.8.3 西安市旅行社发展分析
6.8.4 西安市旅游业配套市场分析
（1）西安市住宿市场分析
（2）西安市餐饮市场分析
（3）西安市交通情况分析
（4）西安市旅游信息服务市场分析
（5）西安市娱乐市场分析
6.8.5 西安市旅游市场综合评价
6.8.6 西安市旅游发展规划
第7章：中国领先旅游业企业经营分析
7.1 旅游业企业总体状况
7.2 领先旅游业企业经营分析
7.2.1 中国国旅股份有限公司经营分析
（1）企业发展简况分析
（2）企业经营情况分析
（3）企业特色服务分析

（4）企业销售网络分析
（5）企业经营状况优劣势分析
（6）企业经营策略及发展战略分析
（7）企业最新发展动向分析
7.2.2 中青旅控股股份有限公司经营分析
（1）企业发展简况分析
（2）公司经营情况分析
（3）企业业务结构分析
（4）企业销售网络分析
（5）企业经营状况优劣势分析
（6）企业经营策略及发展战略分析
（7）企业最新发展动向分析
7.2.3 香港中旅国际投资有限公司经营分析
（1）企业发展简况分析
（2）企业经营情况分析
（3）企业特色服务分析
（4）企业销售网络分析
（5）企业经营状况优劣势分析
7.2.4 深圳华侨城股份有限公司经营分析
（1）企业发展简况分析
（2）企业经营情况分析
（3）企业业务结构分析
（4）企业销售网络分析
（5）企业经营状况优劣势分析
（6）企业经营策略及发展战略分析
（7）企业旅游产业最新发展动态
7.2.5 北京首旅酒店（集团）股份有限公司经营分析
（1）企业发展简况分析
（2）企业经营情况分析
（3）企业特色服务分析
（4）企业销售网络分析
（5）企业经营状况优劣势分析
（6）企业经营策略及发展战略分析
（7）企业最新发展动向分析
7.2.6 黄山旅游发展股份有限公司经营分析
（1）企业发展简况分析
（2）企业经营情况分析
（3）企业特色服务分析
（4）企业销售网络分析
（5）企业经营状况优劣势分析
（6）企业经营策略及发展战略分析
（7）企业最新发展动向分析
7.2.7 云南旅游股份有限公司经营分析
（1）企业发展简况分析
（2）企业经营情况分析
（3）企业业务结构分析
（4）企业销售网络分析
（5）企业经营状况优劣势分析
（6）企业经营策略及发展战略分析
（7）企业最新发展动向分析
7.2.8 峨眉山旅游股份有限公司经营分析
（1）企业发展简况分析
（2）企业经营状况分析
（3）企业业务结构分析
（4）企业经营状况优劣势分析
（5）企业经营策略及发展战略分析
7.2.9 西安旅游股份有限公司经营分析
（1）企业发展简况分析
（2）企业经营情况分析

（3）企业业务结构分析
（4）企业销售网络分析
（5）企业经营状况优劣势分析
（6）企业经营策略及发展战略分析
7.2.10 桂林旅游股份有限公司经营分析
（1）企业发展简况分析
（2）企业经营情况分析
（3）企业特色服务分析
（4）企业经营状况优劣势分析
（5）企业经营策略及发展战略分析
7.2.11 武汉三特索道集团股份有限公司经营分析
（1）企业发展简况分析
（2）企业经营情况分析
（3）企业特色服务分析
（4）企业销售网络分析
（5）企业经营状况优劣势分析
（6）企业经营策略及发展战略分析
7.2.12 丽江玉龙旅游股份有限公司经营分析
（1）企业发展简况分析
（2）企业经营情况分析
（3）企业特色服务分析
（4）企业销售网络分析
（5）企业经营状况优劣势分析
（6）企业经营策略及发展战略分析
7.2.13 大连圣亚旅游控股股份有限公司经营分析
（1）企业发展简况分析
（2）企业经营情况分析
（3）企业特色服务分析
（4）企业销售网络分析
（5）企业经营状况优劣势分析
7.2.14 张家界旅游集团股份有限公司经营分析
（1）企业发展简况分析
（2）企业经营情况分析
（3）企业业务结构分析
（4）企业销售网络分析
（5）企业经营状况优劣势分析
7.2.15 西藏旅游股份有限公司经营分析
（1）企业发展简况分析
（2）企业经营情况分析
（3）企业的业务分析
（4）企业经营状况优劣势分析
（5）企业经营策略及发展战略分析
7.2.16 宋城演艺发展股份有限公司经营分析
（1）企业发展简况分析
（2）企业经营状况分析
（3）企业业务结构分析
（4）企业销售网络分析
（5）企业经营状况优劣势分析
（6）企业最新发展动向分析
（7）企业经营策略及发展战略分析
7.2.17 安徽九华山旅游发展股份有限公司经营分析
（1）企业发展简况分析
（2）企业经营情况分析
（3）企业采购模式分析
（4）企业生产模式分析
（5）企业销售模式分析
（6）企业特色服务分析
（7）企业销售网络分析
（8）企业经营状况优劣势分析

（9）企业经营策略及发展战略分析
7.2.18 国旅联合股份有限公司经营分析
（1）企业发展简况分析
（2）企业经营情况分析
（3）企业特色服务分析
（4）企业经营状况优劣势分析
（5）企业经营策略及发展战略分析
7.2.19 华天酒店集团股份有限公司经营分析
（1）企业发展简况分析
（2）企业经营情况分析
（3）企业业务结构分析
（4）企业销售网络分析
（5）企业经营状况优劣势分析
（6）企业经营策略及发展战略分析
7.2.20 中科云网科技集团股份有限公司经营分析
（1）企业发展简况分析
（2）企业经营情况分析
（3）企业特色服务分析
（4）企业销售网络分析
（5）企业经营状况优劣势分析
（6）企业大战最新动态分析
（7）企业经营策略及发展战略分析
7.2.21 金陵饭店股份有限公司经营分析
（1）企业发展简况分析
（2）企业经营情况分析
（3）企业业务结构分析
（4）企业销售网络分析
（5）企业经营状况优劣势分析
（6）企业投资兼并与重组分析
（7）企业经营策略及发展战略分析
7.2.22 广州岭南集团控股股份有限公司经营分析
（1）企业发展简况分析
（2）企业经营情况分析
（3）企业旅游特色服务分析
（4）企业销售网络分析
（5）企业经营状况优劣势分析
（6）企业经营策略及发展战略分析
7.2.23 上海锦江国际酒店发展股份有限公司经营分析
（1）企业发展简况分析
（2）企业经营情况分析
（3）企业特色服务分析
（4）企业销售网络分析
（5）企业经营状况优劣势分析
（6）企业经营策略及发展战略分析
7.2.24 新智认知数字科技股份有限公司经营分析
（1）企业发展简况分析
（2）企业经营情况分析
（3）企业特色服务分析
（4）企业销售网络分析
（5）企业经营状况优劣势分析
（6）企业经营策略及发展战略分析
第8章：中国旅游业投资前景与趋势
8.1 旅游产业融合投资前景
8.1.1 旅游产业融合概述
（1）旅游产业融合的提出
（2）旅游与文化产业的融合
8.1.2 文化旅游产业融合投资前景
（1）政策支持力度分析
（2）文化旅游投资项目成功案例调研

（3）文化旅游项目投资区域分析
8.1.3 购物休闲游产业融合投资前景
（1）我国居民旅游消费中购物消费倾向
（2）免税购物休闲游投资前景
8.1.4 其他旅游产业融合投资前景
（1）会展旅游投资前景
（2）健康养生旅游投资前景
8.2 影响未来几年旅游市场发展的重要因素
8.2.1 低端劳动力收入水平快速上升
8.2.2 高铁网络逐步贯通
8.2.3 政策红利加持旅游消费市场
（1）《十四五旅游业发展规划》
（2）“一带一路”政策
（3）政策促进旅游消费
8.3 旅游业发展前景预测
8.3.1 旅游业景气度高增长
（1）旅游人数将加速增长
（2）人均旅游花费将持续增长
（3）中国旅游收入持续增长
8.3.2 二三线景区及中档酒店发展前景更好
8.3.3 中西部旅游成长性优于东部
（1）中西部旅游崛起的条件日益成熟
（2）成长期的旅游目的地建设
（3）中西部经济贸易区建设
8.4 互联网+旅游行业市场前景及投资机会分析
8.4.1 中国互联网+旅游行业发展趋势及前景
（1）中国互联网+旅游行业发展机遇剖析
（2）中国互联网+旅游行业发展瓶颈剖析
（3）中国互联网+旅游行业市场前景预测
（4）中国互联网+旅游行业市场发展趋势
8.4.2 中国互联网+旅游行业发展投资机会与建议
（1）中国互联网+旅游行业投资机会
（2）中国互联网+旅游行业投资建议
8.5 旅游业投资建议
8.5.1 旅游业新投资机会
（1）在线旅游
（2）出境旅游
（3）精细化领域
8.5.2 区域旅游投资机会分析
8.5.3 旅游业子行业投资分析
（1）景区经营
（2）酒店经营
（3）旅行社
1）国家5A级旅游景区名单

图表目录

图表1：2017-2022年全球旅游人数变化及预测情况分析（单位：亿人次，%）
图表2：2017-2022年全球旅游收入变化及预测情况分析（单位：万亿美元，%）
图表3：2022年全球各区域市场旅游人次占比情况（单位： %）
图表4：2022年全球各区域市场旅游收入占比情况（单位： %）
图表5：2016-2022年全球旅游总收入排名前20的国家（T20国家）
图表6：万豪国际酒店集团公司基本信息情况
图表7：万豪国际旗下酒店品牌及特色
图表8：2017-2022年万豪国际酒店集团公司经营业绩走势（单位：亿美元，%）
图表9：2017-2022年希尔顿国际酒店集团公司经营业绩走势（单位：亿美元）

图表10：2018-2022年洲际酒店集团公司经营业绩走势（单位：百万美元）
图表11：旅游行业监管体系及机构介绍
图表12：旅游行业各细分行业监管体系及机构介绍
图表13：现行旅游行业标准统计
图表14：即将实施的旅游行业标准
图表15：中国旅游业发展定位变化图
图表16：中国“入境游”政策演变趋势表
图表17：中国“国内游”政策演变趋势表
图表18：“出境游”政策演变趋势表
图表19：1952-2022年中国假日政策演变趋势图
图表20：国家对旅游产业相关的政策支持表
图表21：2017-2022年全球贸易增长情况（单位：%）
图表22：2009-2022年全球经济增长变化趋势（单位：%）
图表23：2015-2022年中国GDP增长走势图（单位：万亿元，%）
图表24：2015-2022年全国固定资产投资（不含农户）增长速度（单位：万亿元，%）
图表25：2022年主要经济指标预测（单位：%）
图表26：疫情对中国经济影响（2020年GDP增速）的三种可能性（单位：%）
图表27：2012-2022年中国人口数量增长趋势图（单位：亿人）
图表28：2022年年末中国大陆人口数及其构成（单位：万人，%）
图表29：2013-2022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30：2016-2022年中国居民人均消费支出额（单位：元）
图表31：2022年中国居民人均消费支出结构（单位：%）
图表32：2016-2022年中国城镇化率变化趋势图（单位：%）
图表33：AR/VR旅游产品
图表34：AI在旅游场景上的应用形态
图表35：2013-2022年中国国内旅游人数（单位：亿人次）
图表36：2013-2022年中国旅游收入及增长速度（单位：万亿元，%）
图表37：2014-2022年中国国内旅游收入及占比情况（单位：万亿元，%）
图表38：2014-2022年中国国内旅游收入构成（单位：%）
图表39：2013-2022年中国国内旅游人均花费（单位：元）
图表40：2013-2022年国内入境旅游接待人数增长情况（单位：百万人次）
图表41：2022年中国入境旅游客源结构（单位：万人，%）
图表42：2022年外国游客源结构（单位：%）
图表43：2018-2022年中国入境旅游外汇收入（单位：亿美元，%）
图表44：2022年中国入境旅游收入来源结构（单位：亿美元，%）
图表45：入境旅游市场发展建议
图表46：2013-2022年中国出境旅游人数走势图（单位：百万人次）
图表47：2022年出境游出发城市TOP20
图表48：2022年中国前十大出境旅游目的国人数占比（单位：%）
图表49：2023-2028年中国出境旅游人数预测情况（单位：百万人次）
图表50：2011-2022年“十一”黄金周旅游人数及增长率情况（单位：亿人次，%）
图表51：2011-2022年“十一”黄金周旅游收入及增长率（单位：亿元，%）
图表52：2011-2022年春节黄金周旅游人数（单位：万人次，%）
图表53：2011-2022年春节黄金周旅游收入及增长率（单位：亿元，%）
图表54：中国酒店海外扩张案例
图表55：旅行社海外市场扩张现状分析
图表56：中国旅游企业海外扩张存在问题
图表57：行业海外扩张对策建议
图表58：世界高速铁路发展历程
图表59：中国高速铁路网（至2020年）
图表60：中国高铁客运专线“八纵八横”规划图
图表61：2016-2022年中国高速铁路营业里程（万公里）
图表62：世界主要高铁国家的运营时速对比（单位：km/h）
图表63：国内主要高铁线路运行情况分析（单位：万人次，%）
图表64：主要交通工具性价比对比分析
图表65：日本山阳新干线开通后沿线旅客增长明显（单位：千人次）
图表66：日本山阳新干线开通后沿线主要旅游目的地外地游客增长情况（单位：千人次）
图表67：法国TGV高铁网络图
图表68：从巴黎出发乘坐TGV所需时间

图表69：高铁对中国旅游业的直接影响分析
图表70：摆闸的优缺点对比
图表71：翼闸的优缺点对比
图表72：转闸的优缺点对比
图表73：平移闸的优缺点对比
图表74：三辊闸的优缺点对比
图表75：平板云应用终端产品参数
图表76：智游宝第三代云终端的产品参数
图表77：POS消费终端机的产品参数
图表78：无线手持检票机的产品参数
图表79：弧形款自助售取票机的产品参数
图表80：分拣机的产品参数
图表81：智慧景区内涵简图
图表82：智慧景区建设的基本原则
图表83：智慧旅游电子商务系统服务功能
图表84：智慧旅游电子商务系统特点及优势
图表85：移动智能客户端的主要功能
图表86：行业痛点与微信智能景区的对比
图表87：智能分析的具体过程
图表88：景区监控系统三道防线
图表89：智慧旅游客流统计与预警系统优势
图表90：智慧旅游企业诚信监管系统优势
图表91：导游管理服务系统的主要功能
图表92：互联网+智慧旅游目的地O2O平台架构
图表93：2022年旅游网站APPTop10
图表94：方案内容
图表95：2022年八大团购网站
图表96：自助售票点措施
图表97：百度直达号的优势
图表98：在线客服的优点
图表99：WEB端应用的优点
图表100：应用优势
图表101：上海地区游客对于旅游公共服务信息的需求（单位：%）
图表102：“互联网+龙门”智慧景区首期8项互动体验项目
图表103：“互联网+龙门”智慧景区互联网+管理两大功能
图表104：“互联网+龙门”智慧景区建设的意义
图表105：四川智慧旅游平台建设情况
图表106：四川智慧旅游平台建设规划
图表107：江苏智慧旅游平台建设情况分析
图表108：福建省智慧旅游平台建设情况分析
图表109：云南智慧旅游平台建设情况分析
图表110：陕西智慧旅游平台建设情况分析
图表111：安徽智慧旅游平台建设情况分析
图表112：芝麻游智慧旅游分销平台发展基本情况
图表113：芝麻游智慧旅游分销平台的定位与优势
图表114：芝麻游智慧旅游分销平台的功能与架构
图表115：芝麻游智慧旅游分销平台的产品及服务
图表116：上海联通“智慧沃游”平台发展基本情况
图表117：中智云游智慧旅游平台发展基本情况
图表118：中智云游智慧旅游平台的产品及服务
图表119：中智云游智慧旅游平台的客户及合作伙伴
图表120：中智云游智慧旅游平台的平台客户及合作伙伴
略····完整目录请咨询客服

如需了解报告详细内容，请直接致电前瞻客服中心。

全国免费服务热线：400-068-7188 0755-82925195 82925295 83586158

或发电子邮件：service@qianzhan.com

或登录网站：https://bg.qianzhan.com/

我们会竭诚为您服务！