

## 2025-2030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1：2019-2024年全球旅游人数变化及预测情况分析（单位：亿人次，%）
- 图表2：2019-2024年全球旅游收入变化及预测情况分析（单位：万亿美元，%）
- 图表3：2024年全球各区域市场旅游人次占比情况（单位：%）
- 图表4：2024年全球各区域市场旅游收入占比情况（单位：%）
- 图表5：2018-2024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8：2019-2024年万豪国际酒店集团公司经营业绩走势（单位：亿美元，%）
- 图表9：2019-2024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: 2020-2024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: 1954-2024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: 2019-2024年全球贸易增长情况 (单位: %)
- 图表22: 2011-2024年全球经济增长变化趋势 (单位: %)
- 图表23: 2017-2024年中国GDP增长走势图 (单位: 万亿元, %)
- 图表24: 2017-2024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: 2024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: 2014-2024年中国人口数量增长趋势图 (单位: 亿人)
- 图表28: 2024年年末中国大陆人口数及其构成 (单位: 万人, %)
- 图表29: 2015-2024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: 2018-2024年中国居民人均消费支出额 (单位: 元)
- 图表31: 2024年中国居民人均消费支出结构 (单位: %)
- 图表32: 2018-2024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: 2015-2024年中国国内旅游人数 (单位: 亿人次)
- 图表36: 2015-2024年中国旅游收入及增长速度 (单位: 万亿元, %)
- 图表37: 2016-2024年中国国内旅游收入及占比情况 (单位: 万亿元, %)
- 图表38: 2016-2024年中国国内旅游收入构成 (单位: %)
- 图表39: 2015-2024年中国国内旅游人均花费 (单位: 元)
- 图表40: 2015-2024年国内入境旅游接待人数增长情况 (单位: 百万人次)
- 图表41: 2024年中国入境旅游客源结构 (单位: 万人, %)
- 图表42: 2024年外国游客源结构 (单位: %)
- 图表43: 2020-2024年中国入境旅游外汇收入 (单位: 亿美元, %)
- 图表44: 2024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: 2015-2024年中国出境旅游人数走势图 (单位: 百万人次)
- 图表47: 2024年出境游出发城市TOP20
- 图表48: 2024年中国前十大出境旅游目的国人数占比 (单位: %)
- 图表49: 2025-2030年中国出境旅游人数预测情况 (单位: 百万人次)
- 图表50: 2013-2024年“十一”黄金周旅游人数及增长率情况 (单位: 亿人次, %)
- 图表51: 2013-2024年“十一”黄金周旅游收入及增长率 (单位: 亿元, %)
- 图表52: 2013-2024年春节黄金周旅游人数 (单位: 万人次, %)
- 图表53: 2013-2024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: 2018-2024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: 2024年旅游网站APPTop10
- 图表94: 方案内容
- 图表95: 2024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](mailto:service@qianzhan.com)

或登录网站：<https://bg.qianzhan.com/>

我们会竭诚为您服务！