

2015-2022年中国智慧旅游 市场监测及投资趋势预测报告

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

《2015-2022年中国智慧旅游市场监测及投资趋势预测报告》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/201509/125551.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管理、旅游服务和旅游营销的三个层面。18个城市入选首批“国家智慧旅游试点城市”，这18个城市分别是：北京、武汉、福州、大连、厦门、洛阳、苏州、成都、南京、黄山、温州、烟台、无锡、常州、南通、扬州、镇江、武夷山。

报告目录：

第1章：中国智慧旅游发展综述24

1.1智慧旅游行业概述24

1.1.1智慧旅游定义简析24

（1）智慧旅游定义24

（2）智慧旅游功能描述24

（3）智慧旅游发展路径25

1.1.2智慧旅游表现形式26

1.1.3智慧旅游业务内容26

1.1.4智慧旅游参与主体27

1.1.5智慧旅游、数字旅游及虚拟旅游的区别28

1.2中国智慧旅游发展环境分析29

1.2.1政策环境分析29

1.2.2经济环境分析31

（1）国际宏观经济运行情况31

1）国际宏观经济运行情况31

2）国际宏观经济走势预测33

3）国际经济环境对国内旅游行业的影响34

（2）国内宏观经济运行情况34

1）GDP增长情况34

2）经济走势预测35

3) 国内宏观经济与旅游行业相关性36

1.2.3消费环境分析36

(1) 居民收入情况36

(2) 居民收入对旅游业的影响37

1.2.4社会环境分析39

(1) 假日制度影响分析39

(2) 人口结构分析40

(3) 社会结构分析41

1.2.5技术环境分析43

(1) 信息技术发展情况43

(2) 智慧旅游技术发展情况44

1.2.6中国智慧旅游发展机遇与威胁分析45

第2章：中国智慧旅游发展基础与载体47

2.1中国智慧旅游发展基础分析47

2.1.1中国旅游资源基础47

(1) 旅游景区基本情况47

(2) 旅游景区结构特征48

(3) 5A景区发展情况48

1) 5A景区数量规模48

2) 5A景区门票价格50

(4) 旅游景区发展预测54

2.1.2中国旅游消费基础55

(1) 国内旅游消费情况56

(2) 入境旅游消费情况57

(3) 自助/自驾旅游消费情况58

1) 2015年“国庆”假期自助/自驾游市场情况58

2) 2014年“春节”假期自助/自驾游市场情况59

3) 2014年“五一”假期自助/自驾游市场情况62

2.1.3交通运输基础63

(1) 铁路运输业发展情况63

(2) 公路运输业发展情况64

(3) 港口运输业发展情况	65
(4) 航空运输业发展情况	67
2.1.4 住宿餐饮基础	68
2.1.5 酒店业发展基础	69
(1) 酒店数量规模	69
(2) 酒店星级构成	70
(3) 酒店收入规模	71
(4) 酒店品牌格局	72
2.1.6 旅行社发展基础	75
(1) 旅行社发展规模	75
(2) 旅行社区域格局	76
(3) 旅行社经营情况	77
(4) 旅行社盈利结构	78
(5) 旅行社发展前景	79
2.2 中国智慧旅游应用载体分析	80
2.2.1 智能终端普及度	80
(1) 移动网络设备普及度	80
(2) 移动网络普及程度	81
(3) 智慧旅游移动应用平台	82
2.2.2 智能手机发展分析	83
(1) 智能手机市场现状分析	83
1) 智能手机用户数	83
2) 智能手机出货量	83
3) 智能手机销售量	84
4) 智能手机市场格局	85
(2) 智能手机市场趋势预测	90
2.2.3 平板电脑发展分析	91
(1) 平板电脑市场现状分析	91
1) 平板电脑出货量	91
2) 平板电脑销售量	91
3) 平板电脑市场格局	92
(2) 平板电脑主流厂商分析	95

- 1) 品牌结构对比95
- 2) 产品结构对比96
- 3) 单品关注率对比96
- (3) 平板电脑市场趋势预测97

2.2.4超极本发展分析97

- (1) 超极本品牌格局97
- (2) 超极本产品结构99
- (3) 超极本价格结构100
- (4) 超极本处理器结构101
- (5) 超极本屏幕尺寸结构102
- (6) 主流厂商产品均价103

第3章：中国智慧旅游发展现状分析104

3.1企业主导的智慧旅游发展情况104

3.1.1中国旅游电子商务发展情况104

- (1) 旅游网站数量规模104
- (2) 旅游商务用户规模105
- (3) 在线旅游市场规模106
- (4) 在线旅游渗透率分析107

3.1.2景区景点电子商务发展情况108

- (1) 黄山景区电子商务发展情况108
- (2) 清江画廊电子商务发展情况110
- (3) 云台山电子商务发展情况110
- (4) 颐和园电子商务发展情况110
- (5) 青城山-都江堰电子商务发展情况111

3.1.3旅游网站景区业务发展情况111

- (1) 同程网景区业务发展情况112

1) 网站简介112

2) 景区业务112

3) 景区业务模式113

- (2) 通用旅游网景区业务发展情况113

1) 网站简介113

- 2) 景区业务113
- 3) 景区业务模式114
 - (3) 驴妈妈网景区业务发展情况114
- 1) 网站简介114
- 2) 景区业务114
- 3) 景区业务模式115
- 3.1.4旅游酒店电子商务发展情况115
 - (1) 旅游酒店的信息化建设115
 - (2) 旅游酒店网络营销模式116
 - (3) 旅游酒店网络营销现存问题117
 - (4) 旅游酒店电子商务发展对策118
- 3.2政府主导的智慧旅游发展情况119
- 3.2.1旅游行业管理信息化建设情况119
 - (1) 旅游信息化建设投入119
 - (2) 旅游信息化部门设立120
- 3.2.2智慧旅游政务体系分析121
 - (1) 旅游咨询服务体系建设分析121
- 1) 旅游咨询中心121
- 2) 旅游服务热线122
 - (2) 旅游网络信息体系建设分析122
 - (3) 旅游公共标识体系建设分析122
- 3.3景区主导的智慧景区发展情况123
- 3.3.1智慧景区内涵简析123
- 3.3.2智慧景区系统构成123
- 3.3.3智慧景区发展现状125
- 3.3.4智慧景区建设路径126
 - (1) 建设原则126
 - (2) 建设路径126

第4章：重点城市智慧旅游发展态势与前景130

4.1重点城市智慧旅游发展概况130

4.1.1智慧旅游试点城市130

4.1.2重点地区智慧旅游建设方案	130
4.2北部城市智慧旅游发展分析	131
4.2.1北京智慧旅游发展分析	131
(1) 智慧旅游发展基础分析	131
1) 旅游消费基础	131
2) 旅游资源基础	133
3) 旅游住宿基础	133
(2) 智慧旅游发展现状分析	135
1) 北京市智慧旅游发展总况	135
2) 北京市智慧旅游顶层设计	135
3) 北京十渡智慧景区建设	136
4) 北京旅游网	136
(3) 智慧旅游发展前景分析	136
1) 智慧旅游政策支持	136
2) 智慧旅游发展规划	137
4.2.2天津智慧旅游发展分析	138
(1) 智慧旅游发展基础分析	138
1) 旅游消费基础	138
2) 旅游住宿基础	139
(2) 智慧旅游发展现状分析	140
1) 天津旅游云数据中心	140
2) 天津智慧旅游网站群	140
3) 天津旅游移动智慧门户	140
4) 12301旅游服务热线	140
5) 京津冀旅游一卡通	141
6) 人工咨询网点智能管理与信息查询系统	141
7) 城市旅游地理信息展示终端	141
8) 开通天津旅游微博群	141
9) 行业管理系统覆盖面广，大幅提升管理效率	141
10) 各区县和旅游企业积极投入智慧旅游建设	141
(3) 智慧旅游发展前景分析	142
1) 智慧旅游政策支持	142

- 2) 智慧旅游发展规划142
- 4.2.3大连智慧旅游发展分析142
 - (1) 智慧旅游发展基础分析143
 - 1) 旅游消费基础143
 - 2) 旅游住宿基础143
 - (2) 智慧旅游发展现状分析144
 - 1) “i慧游”大连智慧旅游平台145
 - 2) 中银智慧旅游信用卡项目145
 - 3) 大连导游旅游手机卡145
 - 4) 智慧旅游运营支撑机构146
 - 5) 大连智能乡村旅游信息化工程146
 - (3) 智慧旅游发展前景分析146
- 4.3南部城市智慧旅游发展分析146
 - 4.3.1武汉智慧旅游发展分析146
 - (1) 智慧旅游发展基础分析147
 - 1) 旅游消费基础147
 - 2) 旅游住宿基础148
 - (2) 智慧旅游发展现状分析149
 - 1) 旅游景区智慧建设149
 - 2) 武汉移动“指尖智慧旅游”149
 - 3) 武汉“智慧旅游”APP软件149
 - (3) 智慧旅游发展规划分析150
 - 1) 智慧旅游政策支持150
 - 2) 智慧旅游发展规划151
 - 4.3.2成都智慧旅游发展分析152
 - (1) 智慧旅游发展基础分析152
 - 1) 旅游消费基础152
 - 2) 旅游住宿基础152
 - (2) 智慧旅游发展现状分析153
 - 1) “成都旅游一点通”153
 - 2) “成都智慧旅游数据中心”154
 - 3) 成都“1135”智慧旅游工程155

- 4) 成都自助/自驾游发展分析156
 - (3) 智慧旅游发展前景分析157
- 4.3.3杭州智慧旅游发展分析158
 - (1) 智慧旅游发展基础分析158
 - 1) 旅游消费基础158
 - 2) 旅游资源基础158
 - 3) 旅游住宿基础159
 - (2) 智慧旅游发展现状分析160
 - 1) 杭州智慧旅游手机APP应用160
 - 2) 杭州旅游信息网160
 - (3) 智慧旅游发展前景分析160
- 4.3.4宁波智慧旅游发展分析161
 - (1) 智慧旅游发展基础分析161
 - 1) 旅游消费基础161
 - 2) 旅游资源基础161
 - 3) 旅游住宿基础162
 - (2) 智慧旅游发展现状分析162
 - 1) 智慧景区发展情况162
 - 2) “虚拟旅游社区”163
 - 3) “旅游一卡通”163
 - 4) “电子旅游顾问”163
 - 5) 宁波镇海区“智慧旅游”项目163
 - 6) 一库三网五平台164
 - (3) 智慧旅游发展前景分析164
- 4.3.5南京智慧旅游发展分析165
 - (1) 智慧旅游发展基础分析165
 - 1) 旅游消费基础165
 - 2) 旅游资源基础165
 - 3) 旅游住宿基础165
 - (2) 智慧旅游发展现状分析166
 - 1) “南京游客助手”166
 - 2) “新型游客体验终端”167

- 3) “乡村旅游营销平台”167
- 4) “旅游执法e通”系统167
- 5) “智慧景区”试点167
- 6) 智慧旅游中央管理平台167
- 7) “智慧旅游”天猫旗舰店168
- 8) 《漫游南京》交互式漫画168
- 9) 2014年度南京市游园年卡168
- (3) 智慧旅游发展前景分析168
 - 1) 智慧旅游政策支持168
 - 2) 智慧旅游发展规划169
- 4.3.6苏州智慧旅游发展分析169
 - (1) 智慧旅游发展基础分析169
 - 1) 旅游消费基础170
 - 2) 旅游资源基础170
 - 3) 旅游住宿基础170
 - (2) 智慧旅游发展现状分析171
 - 1) 苏州“智慧旅游”首批项目171
 - 2) 苏州智慧旅游发展特点171
 - 3) 昆山智慧旅游综合体172
 - (3) 智慧旅游发展规划分析172
 - 1) 智慧旅游政策支持172
 - 2) 智慧旅游发展规划172
- 4.3.7广州智慧旅游发展分析173
 - (1) 智慧旅游发展基础分析173
 - 1) 旅游消费基础173
 - 2) 旅游资源基础174
 - 3) 旅游住宿基础174
 - (2) 智慧旅游发展现状分析176
 - 1) 景区智慧旅游快速服务通道176
 - 2) 广州生态亲子游绿卡176
 - 3) “微广州”：智慧旅游移动互联网门户177
 - (3) 智慧旅游发展前景分析177

4.3.8厦门智慧旅游发展分析177

(1) 智慧旅游发展基础分析177

1) 旅游消费基础177

2) 旅游住宿基础178

(2) 智慧旅游发展现状分析179

1) “海西旅游网”179

2) “闽南旅游一卡通”179

3) “厦门旅游触摸屏”179

4) “两个系统”示范工程179

5) 厦门智慧旅游城市建设十大工程179

(3) 智慧旅游发展前景分析181

4.3.9丽江智慧旅游发展分析181

(1) 智慧旅游发展基础分析181

1) 旅游消费基础181

2) 旅游资源基础182

3) 旅游住宿基础182

(2) 智慧旅游发展现状分析183

1) “云游四海”智慧旅游项目183

1、智慧旅游查询终端184

2、壹旅图探索系列——邂逅丽江184

3、壹旅游随身导微信平台184

4、壹旅游随身导景区专属APP185

2) 丽江自助/自驾游发展分析185

1、玉龙雪山AR手册地图185

2、2014年春节自驾游游客明显增多185

(3) 智慧旅游发展前景分析186

4.3.10大理智慧旅游发展分析186

(1) 智慧旅游发展基础分析186

1) 旅游消费基础186

2) 旅游资源基础187

(2) 大理自助/自驾发展分析188

(3) 智慧旅游发展前景分析189

- 4.4重点城市智慧旅游经验总结189
 - 4.4.1城市智慧旅游发展具有三大特点189
 - 4.4.2城市智慧旅游发展需要体制保障190
 - 4.4.3城市智慧旅游需要全社会参与190
 - 4.4.4城市智慧旅游发展应因地制宜190

第5章：国外智慧旅游发展态势与经验借鉴191

- 5.1国外智慧旅游发展态势分析191
 - 5.1.1美国智慧旅游发展情况191
 - (1) 波特兰智慧旅游发展分析191
 - 1) 智慧公交191
 - 2) 自助导航192
 - (2) IBM的智慧酒店192
 - (3) 美国的虚拟旅游193
 - (4) Steamboat滑雪场MountainWatch193
 - 5.1.2澳大利亚智慧旅游发展情况193
 - (1) 绿心智慧城市计划193
 - (2) 智慧交通发展情况194
 - 5.1.3韩国智慧旅游发展情况194
 - (1) 智慧旅游工程：指尖上的首尔194
 - (2) “ITourSeoul”智慧旅游服务系统194
 - 5.1.4新加坡智慧旅游发展情况194
 - (1) 新加坡旅游业发展情况194
 - (2) 新加坡智慧旅游发展情况195
 - 1) 智慧旅游计划195
 - 2) 智慧旅游应用项目195
 - 5.1.5其他国家智慧旅游发展情况196
 - (1) 比利时“标识都市”项目196
 - (2) 英德“智能导游”软件197
- 5.2国外智慧旅游发展经验借鉴197
 - 5.2.1智慧旅游商务模式借鉴197
 - (1) Priceline模式197

(2) HomeAway模式197

(3) Triplt模式198

5.2.2智慧旅游分销系统借鉴198

5.2.3智慧旅游定位系统借鉴198

第6章：智慧旅游行业领先企业经营实践分析200

6.1智慧旅游行业主要企业概述200

6.2传统旅游企业智慧运营实践分析200

6.2.1中青旅控股股份有限公司200

(1) 企业发展简况分析200

(2) 企业经营情况分析201

1) 主要经济指标分析201

2) 企业盈利能力分析202

3) 企业运营能力分析202

4) 企业偿债能力分析203

5) 企业发展能力分析203

(3) 企业智慧运营实践204

(4) 企业发展优劣势分析205

(5) 企业投资兼并与重组分析205

(6) 企业最新发展动向205

6.2.2中国国旅股份有限公司206

(1) 企业发展简况分析206

(2) 企业经营情况分析207

1) 企业盈利能力分析207

2) 企业运营能力分析208

3) 企业偿债能力分析209

4) 企业发展能力分析209

(3) 企业智慧运营实践210

(4) 企业发展优劣势分析210

(5) 企业最新发展动向211

6.2.3香港中旅国际投资有限公司211

(1) 企业发展简况分析211

(2) 企业经营情况分析212

1) 主要经济指标分析212

2) 企业盈利能力分析213

3) 企业运营能力分析213

4) 企业偿债能力分析214

5) 企业发展能力分析214

(3) 企业智慧运营实践215

(4) 企业发展优劣势分析215

(5) 企业最新发展动向215

6.2.4深圳华侨城股份有限公司216

(1) 企业发展简况分析216

(2) 企业经营情况分析218

1) 主要经济指标分析218

2) 企业盈利能力分析218

3) 企业运营能力分析219

4) 企业偿债能力分析219

5) 企业发展能力分析220

(3) 企业智慧运营实践220

1) “无线WIFI覆盖”项目220

2) 华侨城旅游营销平台220

3) 移动互联网APP应用221

4) 东部华侨城微信应用221

(4) 企业发展优劣势分析222

(5) 企业投资兼并与重组分析222

(6) 企业最新发展动向222

6.2.5黄山旅游发展股份有限公司223

(1) 企业发展简况分析223

(2) 企业经营情况分析224

1) 主要经济指标分析224

2) 企业盈利能力分析225

3) 企业运营能力分析225

4) 企业偿债能力分析225

5) 企业发展能力分析	226
(3) 企业智慧运营实践	226
(4) 企业发展优劣势分析	227
(5) 企业最新发展动向	227
6.2.6峨眉山旅游股份有限公司	228
(1) 企业发展简况分析	228
(2) 企业经营情况分析	229
1) 主要经济指标分析	229
2) 企业盈利能力分析	229
3) 企业运营能力分析	230
4) 企业偿债能力分析	230
5) 企业发展能力分析	231
(3) 企业智慧运营实践	231
(4) 企业发展优劣势分析	232
(5) 企业投资兼并与重组分析	232
(6) 企业最新发展动向	233
6.2.7大连圣亚旅游控股股份有限公司	233
(1) 企业发展简况分析	233
(2) 企业经营情况分析	235
1) 主要经济指标分析	235
2) 企业盈利能力分析	235
3) 企业运营能力分析	235
4) 企业偿债能力分析	236
5) 企业发展能力分析	236
(3) 企业智慧运营实践	237
(4) 企业发展优劣势分析	237
(5) 企业最新发展动向	238
6.2.8重庆新世纪游轮股份有限公司	238
(1) 企业发展简况分析	238
(2) 企业经营情况分析	239
1) 主要经济指标分析	239
2) 企业盈利能力分析	240

- 3) 企业运营能力分析240
- 4) 企业偿债能力分析241
- 5) 企业发展能力分析241
 - (3) 企业智慧运营实践242
 - (4) 企业发展优劣势分析242
 - (5) 企业最新发展动向243
- 6.3信息化企业智慧旅游实践分析243
- 6.3.1深圳市远望谷信息技术股份有限公司243
 - (1) 企业发展简况分析243
 - (2) 企业经营情况分析244
 - 1) 主要经济指标分析244
 - 2) 企业盈利能力分析245
 - 3) 企业运营能力分析245
 - 4) 企业偿债能力分析246
 - 5) 企业发展能力分析246
 - (3) 企业智慧旅游产品与服务247
 - (4) 企业发展优劣势分析247
 - (5) 企业投资兼并与重组分析248
 - (6) 企业最新发展动向248
- 6.3.2北京华胜天成科技股份有限公司249
 - (1) 企业发展简况分析249
 - (2) 企业经营情况分析250
 - 1) 主要经济指标分析250
 - 2) 企业盈利能力分析250
 - 3) 企业运营能力分析251
 - 4) 企业偿债能力分析251
 - 5) 企业发展能力分析252
 - (3) 企业智慧旅游产品与服务252
 - (4) 企业发展优劣势分析253
 - (5) 企业最新发展动向253
- 6.3.3大唐电信科技股份有限公司254
 - (1) 企业发展简况分析254

(2) 企业经营情况分析255

1) 主要经济指标分析255

2) 企业盈利能力分析256

3) 企业运营能力分析256

4) 企业偿债能力分析256

5) 企业发展能力分析257

(3) 企业智慧旅游产品与服务257

(4) 企业发展优劣势分析258

(5) 企业最新发展动向258

6.3.4银江股份有限公司258

(1) 企业发展简况分析258

(2) 企业经营情况分析260

1) 主要经济指标分析260

2) 企业盈利能力分析260

3) 企业运营能力分析261

4) 企业偿债能力分析261

5) 企业发展能力分析261

(3) 企业智慧旅游产品与服务262

(4) 企业发展优劣势分析264

(5) 企业投资兼并与重组分析264

(6) 企业最新发展动向264

6.3.5北京数字政通科技股份有限公司265

(1) 企业发展简况分析265

(2) 企业经营情况分析266

1) 主要经济指标分析266

2) 企业盈利能力分析266

3) 企业运营能力分析267

4) 企业偿债能力分析267

5) 企业发展能力分析268

(3) 企业智慧旅游产品与服务268

(4) 企业发展优劣势分析269

(5) 企业最新发展动向269

6.3.6北京中长石基信息技术股份有限公司269

(1) 企业发展简况分析269

(2) 企业经营情况分析270

1) 主要经济指标分析270

2) 企业盈利能力分析271

3) 企业运营能力分析271

4) 企业偿债能力分析272

5) 企业发展能力分析272

(3) 企业智慧旅游产品与服务273

(4) 企业发展优劣势分析273

(5) 企业投资兼并与重组分析274

(6) 企业最新发展动向274

6.3.7浪潮电子信息产业股份有限公司274

(1) 企业发展简况分析274

(2) 企业经营情况分析276

1) 主要经济指标分析276

2) 企业盈利能力分析276

3) 企业运营能力分析276

4) 企业偿债能力分析277

5) 企业发展能力分析277

(3) 企业智慧旅游产品与服务278

(4) 企业发展优劣势分析279

(5) 企业最新发展动向280

6.4智慧旅游企业发展情况分析280

6.4.1湖南三英特旅游智能技术有限公司280

(1) 企业发展简况分析280

(2) 企业经营情况分析280

(3) 企业智慧旅游产品与服务281

(4) 企业发展优劣势分析283

(5) 企业最新发展动向283

6.4.2杭州天迈网络有限公司283

(1) 企业发展简况分析283

(2) 企业智慧旅游产品与服务	284
(3) 企业发展优劣势分析	286
(4) 企业最新发展动向	287
6.4.3 北京巅峰美景科技有限责任公司	287
(1) 企业发展简况分析	287
(2) 企业智慧旅游产品与服务	287
(3) 企业发展优劣势分析	290
(4) 企业最新发展动向	291
6.4.4 浙江深大智能科技有限公司	291
(1) 企业发展简况分析	291
(2) 企业经营情况分析	292
(3) 企业智慧旅游产品与服务	295
(4) 企业发展优劣势分析	296
(5) 企业最新发展动向	296
6.4.5 江苏物泰信息科技有限公司	297
(1) 企业发展简况分析	297
(2) 企业经营情况分析	297
(3) 企业智慧旅游产品与服务	298
(4) 企业发展优劣势分析	301
(5) 企业最新发展动向	302
6.4.6 纵横壹旅游科技(成都)有限公司	302
(1) 企业发展简况分析	302
(2) 企业经营情况分析	302
(3) 企业智慧旅游产品与服务	303
(4) 企业发展优劣势分析	306
(5) 企业最新发展动向	306
第7章：中国智慧旅游发展前景与路径分析	308
7.1 智慧旅游发展前景分析	308
7.1.1 旅游业景气度预测	308
(1) 旅游人数将加速增长	308
(2) 人均旅游花费将持续增长	309

(3) 居民旅游消费倾向将提升	310
7.1.2 智慧旅游发展趋势分析	310
(1) 实现旅游管理方式的转变	310
(2) 实现旅游营销方式的多样化	310
7.1.3 智慧旅游发展前景预测	311
(1) 智慧旅游应用前景	311
(2) 旅游电子商务前景	311
7.2 智慧旅游投资机会与发展建议	312
7.2.1 智慧旅游核心价值	312
(1) 科技创新价值	312
(2) 产业支撑价值	312
(3) 经济贡献价值	312
(4) 社会拉动价值	312
7.2.2 智慧旅游投资机会	313
(1) 平台运营商投资机会	313
(2) 信息化企业投资机会	313
(3) 智慧旅游企业投资机会	314
7.2.3 智慧旅游发展建议	314

图表目录：

图表1：智慧旅游示意图	24
图表2：智慧旅游功能概述	25
图表3：智慧旅游发展路径简析	25
图表4：智慧旅游表现形式简析	26
图表5：智慧旅游业务系统简图	27
图表6：智慧旅游、数字旅游及虚拟旅游的区别简析	28
图表7：“十二五”期间旅游信息化重点建设任务简析	30
图表8：“智慧旅游示范工程”示范重点简析	31
图表9：2011-2015年七国集团GDP增长率（%）	32
图表10：2011-2015年金砖国家及部分亚洲经济体GDP同比增长率（%）	32
图表11：2005-2015年中国国内生产总值及其增长速度（单位：亿元，%）	35
图表12：2014年我国主要宏观经济指标增长率预测（单位：%）	36

图表13：2008-2015年中国GDP增速与旅游行业总收入增速对比图（单位：%）36

图表14：2009-2015年我国城镇居民人均可支配收入变化趋势（单位：元）37

图表15：2009-2015年我国农村居民人均纯收入变化趋势（单位：元）37

图表16：1999年以来国内旅游收入增速与名义GDP增速的关系图（单位：%）38

图表17：1994年以来人均GDP与居民出游率相关性（单位：元，次）38

图表18：近年人均GDP与居民出游率的线性拟合图（单位：元，次）39

图表19：2014年中国法定节假日安排39

图表20：2005-2015年我国人口年龄结构情况（单位：%）40

图表21：2005-2015年我国城乡人口比重情况（单位：%）41

图表22：中国目前“金字塔型”社会结构具体表现42

图表23：信息技术对智慧旅游的影响简析44

图表24：截至2014年智慧旅游相关专利情况45

图表25：中国智慧旅游行业发展机遇分析46

图表26：中国智慧旅游行业发展威胁分析46

图表27：中国旅游景区分类情况47

图表28：中国旅游景区构成情况（单位：家，%）48

图表29：2007-2015年中国5A景区数量及增速（单位：家，%）49

图表30：2015年我国四大区域5A级景区分布情况（单位：家，%）49

图表31：2015年我国31个省市自治区5A级景区数量（单位：家）50

图表32：2015年我国153家5A级景区门票价格分档情况（单位：家，%）51

图表33：2015年门票价格在200元（含）以上的5A级景区（单位：元）52

图表34：2015年我国5A级景区平均门票价格在居民收入和消费中的占比（单位：元，%）53

图表35：2015年全国及四大区域5A级景区门票平均价格对比情况（单位：元）53

图表36：2015年我国31个省市自治区5A级景区门票价格情况（单位：元）54

图表37：部分高铁完成时间表及相应的旅游景区55

图表38：2005-2015年中国国内旅游人数走势图（单位：亿人次，%）56

图表39：2005-2015年中国国内旅游收入走势图（单位：亿元，%）56

图表40：2005-2015年中国国内旅游人均花费及增长率（单位：元，%）57

图表41：2015年中国入境旅游接待人数（单位：万人，%）57

图表42：2015年中国入境旅游外汇收入（单位：亿美元，%）58

图表43：2015年“国庆”假期中国旅游市场情况（单位：万人次，亿元，%）59

图表44：2015年“国庆”假期中国自助/自驾旅游市场情况59

图表45：2014年“春节”假期中国旅游市场情况60

图表46：2014年“春节”假期中国部分地区旅游市场情况（单位：万人次，万元，亿元，%）61

图表47：2014年“春节”假期中国自助/自驾旅游市场情况62

图表48：2014年“五一”假期中国自助/自驾旅游市场情况62

图表49：2005-2015年中国铁路营业里程趋势图（单位：万公里）63

图表50：2012-2014年全国铁路旅客运输量及同比增速（单位：万人，%）64

图表51：2009-2015年中国公路总里程趋势图（单位：万公里，公里/百平方公里）64

图表52：2012-2014年全国公路旅客运输量及同比增速（单位：万人，%）65

图表53：2009-2015年全国水上运输船舶拥有量（单位：万艘，万吨）66

图表54：2012-2014年我国港口旅客吞吐量及同比增速（单位：万人，%）66

图表55：2006-2015年中国民用航空机场数量统计（单位：个）67

图表56：2012-2014年我国民航旅客运输量及同比增速（单位：万人，%）68

图表57：2012-2014年我国民航旅客周转量及同比增速（单位：亿人公里，%）68

图表58：2005-2015年中国住宿和餐饮业零售额、GDP、社会消费品零售总额增速比较（单位：%）69

图表59：2011-2015年全国餐饮收入情况（单位：亿元）69

图表60：2006-2015年中国星级酒店数及增速（单位：家，%）70

图表61：截至2014年中国星级酒店类型结构（单位：%）70

图表62：2005年以来中国星级酒店营业收入及增速（单位：亿元，%）71

图表63：2015年全国星级饭店经营情况表（按星级分）（单位：家，亿元，%）71

图表64：2015年全国星级饭店经营情况平均指标表（按星级分）（单位：家，元/间夜，%，元/间）72

图表65：2014年国内高端型酒店品牌排名（前十二名）73

图表66：2014年国内经济型酒店品牌排名（前十二名）74

图表67：2014年国内中档酒店品牌排名（前十二名）75

图表68：2007-2015年旅行社数量规模及增长情况（单位：家，%）76

图表69：2011年以来全国旅行社数量区域分布变化情况（单位：家，%）77

图表70：2007年以来中国旅行社行业营业收入及增长情况（单位：亿元，%）78

图表71：2006年以来中国旅行社收入结构（单位：%）78

图表72：2006年以来中国旅行社毛利率对比（单位：%）79

图表73：2015-2022年中国旅行社行业营业收入预测（单位：亿元）79

图表74：2012-2015年中国网民上网设备使用情况对比（单位：%）80

图表75：2015年中国新增网民上网设备使用情况对比（单位：%）81

图表76：2015年中国移动移动用户及3G用户数增长情况（单位：万户）81

图表77：2015年中国联通移动用户及3G用户数增长情况（单位：万户）82

图表78：2015年中国电信移动用户及3G用户数增长情况（单位：万户）82

图表79：2006-2015年中国手机用户数量增长情况（单位：亿户）83

图表80：2010-2015年中国智能手机出货量（单位：万部）84

图表81：2011-2015年中国手机整体销量及增长率（不含水货和山寨机）（单位：万部）84

图表82：2015年中国智能手机市场品牌数量走势（单位：家）85

图表83：2015年中国智能手机市场品牌关注比例分布（单位：%）86

图表84：2012-2015年中国智能手机市场品牌关注比例对比（单位：%）86

图表85：2015年中国智能手机市场十大产品关注排名（单位：%）87

图表86：2015年中国智能手机市场不同价格段产品关注比例分布（单位：%）88

图表87：2010-2015年中国智能手机市场平均价格走势（单位：元）88

图表88：2015年-中国智能手机市场不同操作系统产品关注比例走势（单位：%）89

图表89：2015年-中国智能手机市场主流屏幕尺寸产品关注比例走势（单位：%）90

图表90：中国智能手机市场发展趋势预测90

图表91：2010-2015年中国平板电脑出货量（单位：万台，%）91

图表92：2011-2015年我国平板电脑销量情况（单位：万台）92

图表93：2015年中国平板电脑市场品牌关注比例分布（单位：%）92

图表94：2012-2015年中国平板电脑市场品牌关注排名对比（单位：%）93

图表95：2012-2015年中国平板电脑产品价格段关注比例分布（单位：%）94

图表96：2015年中国平板电脑产品操作系统关注比例分布（单位：%）94

图表97：2015年中国平板电脑产品屏幕尺寸关注比例分布（单位：%）95

图表98：2015年-中国平板电脑市场主流品牌关注比例走势（单位：%）95

图表99：2015年中国平板电脑市场主流品牌市售产品数量对比（单位：款）96

图表100：2015年中国平板电脑市场主流品牌单品关注率对比（单位：%）97

图表101：2015年中国超极本市场品牌关注比例分布（单位：%）98

图表102：2012-2015年中国超极本市场品牌关注排名对比（单位：%）98

图表103：2015年中国超极本产品类别关注比例分布（单位：%）99

图表104：2015年-中国超极本电脑产品类别关注比例走势（单位：%）99

图表105：2012-2015年中国超极本产品价格区间关注比例对比（单位：%）100

图表106：2015年-中国超极本产品主流价格段关注比例走势（单位：%）101

图表107：2015年中国超极本产品CPU架构关注比例分布（单位：%）101

图表108：2015年中国超极本产品CPU型号关注比例排行（单位：%）102

图表109：2012-2013中国超极本产品屏幕尺寸关注比例对比（单位：%）103

图表110：2015年中国主流超极本产品均价对比（单位：元）103

图表111：2006-2015年中国网站数量变化（单位：万个）104

图表112：2009-2015年中国旅行预订用户数量及使用率（单位：万人，%）105

图表113：2012-2015年中国网民各类旅行预订服务使用率（单位：%）106

图表114：2009-2015年中国在线旅游市场交易规模走势图（单位：亿元，%）107

图表115：2008-2015年我国在线旅游行业市场渗透率（单位：%）107

图表116：2015-2022年中国在线旅游渗透率预测（单位：%）108

图表117：智慧黄山旅游网的建设内容简析109

图表118：2012-2014年颐和园景区电子商务发展情况111

图表119：同程网基本资料112

图表120：通用旅游网基本资料113

详细请访问：<http://www.cction.com/report/201509/125551.html>