

2024-2030年中国智慧旅游 产业发展现状与市场前景预测报告

报告目录及图表目录

北京迪索共研咨询有限公司

www.cction.com

一、报告报价

《2024-2030年中国智慧旅游产业发展现状与市场前景预测报告》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/202310/413033.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

近年来，居民旅游消费规模进一步提升；云计算、人工智能、大数据分析等基础技术逐步成熟，智能手机、平板电脑等智能移动终端加快普及；国家加快旅游行业的发展规划及投资布局。以上因素都为智慧旅游发展注入了坚实的基础动力，使“智慧旅游”颠覆传统旅游业运营模式成为旅游市场发展热点，成为旅游行业现代化、信息化发展的新趋势。

智慧旅游在信息化技术的加持下，将游客出行所需的导航、导游、导览、导购等基本出行需求进行信息化的智能提升，通过感知游客行为偏好，实现精准互动的高效信息服务，针对性地为根据游客需求量身定做出行规划，提供与之适配的旅游产品。智慧旅游的“智慧”也主要体现在了“智慧服务”、“智慧管理”和“智慧营销”等三大方面。

2021年，国内旅游总人次32.46亿，比上年同期增加3.67亿，增长12.8%；国内旅游收入（旅游总消费）2.92万亿元，比上年同期增加0.69万亿元，增长31.0%。2022年，国内旅游总人次25.30亿，比上年同期减少7.16亿，同比下降22.1%；国内旅游收入（旅游总消费）2.04万亿元，比上年减少0.87万亿元，同比下降30.0%。2023年春节假期全国国内旅游出游3.08亿人次，同比增长23.1%，恢复至2019年同期的88.6%；实现国内旅游收入3758.43亿元，同比增长30%，恢复至2019年同期的73.1%。

2022年1月20日，国务院印发《“十四五”旅游业发展规划》，提出强化自主创新，集合优势资源，结合疫情防控工作需要，加快推进以数字化、网络化、智能化为特征的智慧旅游，深化“互联网+旅游”，扩大新技术场景应用。2023年3月24日，文化和旅游部印发《关于推动在线旅游市场高质量发展的意见》，促进各类旅游经营者共享发展红利。

中企顾问网发布的《2024-2030年中国智慧旅游产业发展现状与市场前景预测报告》共十四章。报告首先介绍了智慧旅游的相关概述、国际智慧旅游行业发展动态及国内智慧旅游产业发展环境。其次深入分析了中国智慧旅游行业发展状况、智慧旅游行业发展主体、智慧旅游行业重点内容、智慧景区建设状况及建设案例、在线旅游市场运行状况、智慧旅游行业发展模式。详细分析了主要省市智慧旅游行业发展动态及行业重点企业的运营状况。最后报告对智慧旅游行业投资机遇及风险预警进行全面的分析，并对智慧旅游行业发展趋势及市场规模进行科学的预测分析。

本研究报告数据主要来自于国家统计局、财政部、文旅部、发改委、中国旅游协会、中企顾问网市场调查中心以及国内外重点刊物等渠道，数据权威、详实、丰富，同时通过专业的分析预测模型，对行业核心发展指标进行科学地预测。您或贵单位若想对智慧旅游市场有个系

统深入的了解、或者想投资智慧旅游行业，本报告将是您不可或缺的重要参考工具。

报告目录：

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

1.2 智慧旅游的主要内容

1.2.1 智慧服务

1.2.2 智慧管理

1.2.3 智慧营销

1.3 智慧旅游相关技术应用

1.3.1 人工智能技术应用

1.3.2 互联网技术应用

1.3.3 大数据的应用

第二章 2021-2023年国际智慧旅游行业发展动态

2.1 全球智慧旅游行业发展综况

2.1.1 全球旅游业发展规模

2.1.2 全球旅游业循环格局

2.1.3 全球旅游细分行业情况

2.1.4 全球旅游政府相关政策

2.1.5 疫情对全球旅游业的影响

2.1.6 全球智慧旅游城市发展目的

2.2 北美、欧洲地区

2.2.1 美国智慧旅游市场

2.2.2 中加智慧旅游发展动态

2.2.3 西班牙智慧旅游发展动态

2.2.4 俄罗斯智慧旅游发展动态

2.3 亚太地区

2.3.1 旅游市场发展现状

- 2.3.2 新加坡智慧旅游动态
- 2.3.3 日本智慧旅游发展措施
- 2.3.4 澳门优化智慧旅游发展

第三章 2021-2023年中国智慧旅游行业发展环境

3.1 经济环境

- 3.1.1 世界经济形势分析
- 3.1.2 国内宏观经济概况
- 3.1.3 中国对外经济分析
- 3.1.4 国内宏观经济展望

3.2 社会环境

- 3.2.1 居民收入水平
- 3.2.2 居民消费结构
- 3.2.3 社会消费规模
- 3.2.4 消费市场特征

3.3 行业环境

- 3.3.1 旅游业发展指标
- 3.3.2 旅游业从业人员
- 3.3.3 旅游事业资金投入
- 3.3.4 旅游事业费分布
- 3.3.5 旅游业对外交流

3.4 政策环境

- 3.4.1 “互联网+旅游”发展意见
- 3.4.2 旅游服务市场监管加强
- 3.4.3 智慧旅游促进政策分析
- 3.4.4 智慧旅游行业相关规划
- 3.4.5 疫情期间旅游扶持政策
- 3.4.6 疫情期间旅游景区政策

第四章 2021-2023年中国智慧旅游行业发展分析

4.1 智慧旅游变革传统旅游分析

- 4.1.1 适应民众的旅行期待

- 4.1.2 推动新型消费的发展
- 4.1.3 旅游业转型发展对策
- 4.2 智慧旅游行业发展综况
 - 4.2.1 智慧旅游产业发展优势
 - 4.2.2 我国智慧旅游发展状况
 - 4.2.3 智慧旅游相关解决方案
 - 4.2.4 产业价值链与商业模式分析
- 4.3 智慧旅游服务的应用需求
 - 4.3.1 管理者需求
 - 4.3.2 经营者需求
 - 4.3.3 游客需求
- 4.4 乡村智慧旅游发展分析
 - 4.4.1 乡村智慧旅游经济意义
 - 4.4.2 乡村智慧旅游利好政策
 - 4.4.3 乡村智慧旅游发展情况
 - 4.4.4 乡村智慧旅游面临的问题
 - 4.4.5 乡村智慧旅游的发展路径
- 4.5 智慧旅游行业发展问题及对策
 - 4.5.1 智慧旅游建设存在的问题
 - 4.5.2 智慧旅游城市的建设途径
 - 4.5.3 提升智慧旅游水平的方法
 - 4.5.4 智慧旅游总体发展策略
 - 4.5.5 智慧旅游城市建设战略
 - 4.5.6 智慧旅游建设发展建议
- 4.6 智慧旅游人才培养的对策及方案
 - 4.6.1 明确人才培养方向
 - 4.6.2 构建相关课程体系
 - 4.6.3 应用现代教学方法
 - 4.6.4 提高师资队伍建设
 - 4.6.5 构建实践教学体系
 - 4.6.6 完善人才培养机制

第五章 2021-2023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 地方层面

5.2 旅游景区企业

5.2.1 旅游景区数量规模分析

5.2.2 旅游景区企业布局情况

5.2.3 旅游景区的数字化建设

5.2.4 旅游景区智慧旅游产品

5.2.5 旅游景区智慧旅游机遇

5.3 旅行社

5.3.1 旅行社发展规模

5.3.2 旅行社运营状况

5.3.3 旅行社产业链分析

5.3.4 智慧旅游的影响

5.3.5 旅行社发展趋势

5.4 通信运营企业

5.4.1 通信运营企业运营

5.4.2 5G网络建设现状

5.4.3 互联网宽带情况

5.4.4 运营商赋能智慧旅游

5.5 互联网企业

5.5.1 阿里巴巴助力智慧旅游升级

5.5.2 腾讯加快智慧旅游发展布局

5.5.3 百度大脑智慧旅游解决方案

5.5.4 高德地图打造智慧旅游生态

第六章 2021-2023年中国智慧旅游行业重点内容分析

6.1 智慧旅游服务

6.1.1 智慧旅游服务基本内涵

6.1.2 智慧旅游服务发展现状

6.1.3 智慧旅游服务模式设计

- 6.1.4 智慧旅游服务创新模式
- 6.1.5 智慧旅游服务实现路径
- 6.1.6 旅游公共服务融合特点
- 6.1.7 旅游公共服务建设策略
- 6.2 智慧旅游营销
 - 6.2.1 智慧旅游营销策略
 - 6.2.2 在线旅游营销情况
 - 6.2.3 智慧营销模式构建
 - 6.2.4 智慧营销模式应用
 - 6.2.5 智慧旅游营销案例
 - 6.2.6 5G助力智慧旅游营销
- 6.3 智慧旅游管理
 - 6.3.1 智慧旅游管理大数据背景
 - 6.3.2 大数据背景下面临的问题
 - 6.3.3 大数据背景下管理模型构建
 - 6.3.4 大数据背景下平台构建路径
- 6.4 VR与智慧旅游融合发展分析
 - 6.4.1 智慧旅游和VR技术的定义
 - 6.4.2 智慧旅游和VR技术之间的关系
 - 6.4.3 VR技术在旅游业中运用的技术
 - 6.4.4 VR与智慧旅游的融合发展情况
 - 6.4.5 VR与智慧旅游融合存在的问题
 - 6.4.6 VR与智慧旅游融合发展的建议

第七章 2021-2023年中国智慧景区建设分析

- 7.1 2021-2023年中国智慧景区建设综况
 - 7.1.1 智慧景区相关概述
 - 7.1.2 智慧景区旅游发展
 - 7.1.3 智慧景区技术支撑
 - 7.1.4 智慧景区需求内容
 - 7.1.5 智慧旅游景区排名
 - 7.1.6 智慧景区发展策略

- 7.1.7 智慧景区发展方向
- 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 AIoT在智慧景区应用分析
 - 7.3.1 AIoT在智慧景区中应用现状
 - 7.3.2 AIoT在智慧景区应用重要性
 - 7.3.3 AIoT在智慧景区的深度应用
 - 7.3.4 AIoT在智慧景区的应用前景
 - 7.3.5 AIoT在智慧景区的应用趋势
- 7.4 物联网技术在智慧景区应用
 - 7.4.1 物联网技术在智慧景区应用理念
 - 7.4.2 物联网技术在智慧景区应用内涵
 - 7.4.3 物联网技术在智慧景区应用意义
 - 7.4.4 物联网技术在智慧景区具体功能
- 7.5 智慧灯杆在智慧景区的应用
 - 7.5.1 智慧灯杆的功能介绍
 - 7.5.2 智慧景区的管理核心
 - 7.5.3 智慧灯杆在景区运用
 - 7.5.4 智慧灯杆的应用优势
- 7.6 智慧景区建设相关内容分析
 - 7.6.1 智慧景区建设背景
 - 7.6.2 智慧景区建设内容
 - 7.6.3 智慧景区建设原则
 - 7.6.4 智慧景区建设问题
- 7.7 智慧景区导览综合信息平台
 - 7.7.1 智能景区导览主要功能介绍
 - 7.7.2 智能景区导览平台基本架构
 - 7.7.3 智能景区导览平台建设思路
 - 7.7.4 智能景区导览相关优势分析

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 2021-2023年中国在线旅游市场发展分析

8.1 中国在线旅游市场运行综况

8.1.1 在线旅游发展阶段

8.1.2 在线旅游交易规模

8.1.3 在线旅游用户规模

8.1.4 在线旅游月活用户

8.1.5 在线旅游预订状况

8.1.6 在线旅游竞争格局

8.1.7 在线旅游APP安装量

8.1.8 在线旅游创新商业模式

8.2 中国在线旅游市场用户画像分析

8.2.1 在线旅游用户学历水平

8.2.2 在线旅游用户消费能力

8.2.3 在线旅游用户平台偏好

8.2.4 旅游用户跟团旅游分析

8.3 中国景区在线门票市场分析

8.3.1 旅游景区门票销售链

8.3.2 景区门票线上渗透率

8.3.3 景区在线门票市场份额

8.3.4 景区门票线上渠道优势

8.4 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 马蜂窝旅游网

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 大连金石滩智慧景区

9.1.1 金石滩智慧景区建设的现状分析

9.1.2 金石滩智慧景区建设存在的问题

9.1.3 金石滩智慧景区建设的对策建议

9.2 大连发现王国智慧景区

9.2.1 发现王国智慧景区现状分析

9.2.2 发现王国智慧景区存在问题

9.2.3 发现王国智慧景区的发展对策

9.3 岳阳平江县石牛寨景区

9.3.1 石牛寨景区相关基本概述

9.3.2 石牛寨景区智慧化发展历程

9.3.3 石牛寨景区智慧化发展趋势

9.4 广州市桃花小镇景区

9.4.1 智慧景区桃花小镇的发展现状分析

9.4.2 智慧景区对桃花小镇建设意义分析

9.4.3 智慧景区桃花小镇可行性建设方案

9.4.4 桃花小镇智慧景区可行性应用方案

9.5 鼎湖山建设智慧景区

9.5.1 鼎湖山生态旅游发展发展历程

9.5.2 鼎湖山建设智慧景区相关需求

9.5.3 建设鼎湖山智慧景区框架建议

9.6 武威沙漠公园景区

9.6.1 武威沙漠公园的基本概况

9.6.2 武威沙漠公园的不足之处

9.6.3 5G技术武威沙漠公园应用

9.7 故宫博物院

9.7.1 故宫博物院智慧景区模式探究分析

9.7.2 从故宫模式探寻智慧景区模式建立

9.8 其他景区

9.8.1 安徽石台牯牛降景区

9.8.2 福州牛岗山公园景区

9.8.3 老伏牛山老界岭景区

第十章 中国智慧旅游行业发展模式分析

10.1 “一带一路”下智慧旅游企业创新商业模式

10.1.1 建立企业生态系统

10.1.2 企业龙头化精确化

10.1.3 建立高校校园大使

10.1.4 积极的推广养生游

10.2 物联网背景构建智慧旅游创新模式

10.2.1 智慧旅游创新模式顶层设计

10.2.2 智慧旅游创新模式基层构建

10.2.3 智慧旅游创新模式创新整合

10.3 智慧旅游景区开发创新模式

10.3.1 文化旅游产业融合开发模式

10.3.2 产业集群发展整合开发模式

10.3.3 全域式景城一体化开发模式

10.4 地区推进智慧旅游模式探索

10.4.1 山海天创新旅游模式

10.4.2 临泽智慧旅游模式

10.4.3 平潭智慧旅游模式

10.4.4 济宁虚拟景区模式

第十一章 2021-2023年中国主要省市智慧旅游建设动态

11.1 深圳市

11.1.1 旅游行业运行情况

11.1.2 智慧旅游发展风向标

11.1.3 智慧旅游城市发展建议

11.2 北京市

11.2.1 旅游行业运行分析

11.2.2 智慧旅游景区发展情况

11.2.3 支持开发虚拟旅游产品

11.2.4 北京智慧旅游发展建议

11.2.5 京津冀智慧旅游发展对策

11.3 山西省

11.3.1 旅游行业运行情况

11.3.2 智慧旅游发展现状

11.3.3 智慧文旅平台上线

11.3.4 智慧旅游现存问题

11.3.5 智慧旅游发展对策

11.4 江西省

11.4.1 旅游行业运行情况

11.4.2 “云游江西”智慧旅游平台

11.4.3 智慧旅游景区智能化升级

11.4.4 智慧旅游服务平台建设问题

11.4.5 智慧旅游服务平台建设策略

11.5 四川省

11.5.1 旅游行业发展现状

11.5.2 打造智慧文旅强省

11.5.3 智慧旅游平台相关政策

11.5.4 “智游天府”服务平台上线

11.5.5 “智游天府”平台合作协议

11.5.6 通信企业智慧旅游技术应用

11.6 云南省

11.6.1 智慧旅游发展特点

11.6.2 智慧旅游利好政策

11.6.3 财政部助力产业发展

11.6.4 智慧旅游的发展趋势

11.7 吉林省

11.7.1 旅游行业运行情况

11.7.2 智慧旅游现状分析

11.7.3 智慧旅游发展条件

11.7.4 智慧旅游政策性基础

11.7.5 智慧旅游存在的问题

11.7.6 智慧旅游发展路径创新

11.8 其他地区

- 11.8.1 河南省
- 11.8.2 济南市
- 11.8.3 黄山市
- 11.8.4 沈阳市
- 11.8.5 三亚市
- 11.8.6 重庆市
- 11.8.7 肇庆市

第十二章 2020-2023年智慧旅游重点企业发展分析

12.1 驴迹科技控股有限公司 (Lvji Technology Holdings Inc.)

- 12.1.1 企业发展概况
- 12.1.2 2020年企业经营状况分析
- 12.1.3 2021年企业经营状况分析
- 12.1.4 2022年企业经营状况分析

12.2 马上游科技股份有限公司

- 12.2.1 企业发展概况
- 12.2.2 经营效益分析
- 12.2.3 业务经营分析
- 12.2.4 财务状况分析
- 12.2.5 商业模式分析
- 12.2.6 风险因素分析
- 12.2.7 未来前景展望

12.3 贵州黄果树智慧旅游股份有限公司

- 12.3.1 企业发展概况
- 12.3.2 经营效益分析
- 12.3.3 业务经营分析
- 12.3.4 财务状况分析
- 12.3.5 商业模式分析
- 12.3.6 未来前景展望

12.4 黄山旅游发展股份有限公司

- 12.4.1 企业发展概况
- 12.4.2 经营效益分析

- 12.4.3 业务经营分析
- 12.4.4 财务状况分析
- 12.4.5 核心竞争力分析
- 12.4.6 公司发展战略
- 12.4.7 未来前景展望
- 12.5 峨眉山旅游股份有限公司
 - 12.5.1 企业发展概况
 - 12.5.2 经营效益分析
 - 12.5.3 业务经营分析
 - 12.5.4 财务状况分析
 - 12.5.5 核心竞争力分析
 - 12.5.6 公司发展战略
 - 12.5.7 未来前景展望

第十三章 2021-2023年智慧旅游行业投资分析

- 13.1 A股及新三板上市公司在旅游产业投资动态分析
 - 13.1.1 投资项目综述
 - 13.1.2 投资区域分布
 - 13.1.3 投资模式分析
 - 13.1.4 典型投资案例
- 13.2 旅游产业上市公司投资动态分析
 - 13.2.1 投资规模统计
 - 13.2.2 投资区域分布
 - 13.2.3 投资模式分析
 - 13.2.4 典型投资案例
- 13.3 智慧旅游投资状况分析
 - 13.3.1 在线旅游平台融资进展
 - 13.3.2 智慧旅游投资热度上升
 - 13.3.3 智慧旅游平台融资加快
- 13.4 智慧旅游投融资动态
 - 13.4.1 黑河市智慧旅游平台项目
 - 13.4.2 长汀县智慧旅游平台项目

13.4.3 “春秋驿站”智慧旅游项目

13.4.4 延边州智慧旅游平台项目

13.5 智慧旅游投资风险预警

13.5.1 经济运行风险

13.5.2 政策风险分析

13.5.3 行业运营风险

13.5.4 市场竞争风险

13.5.5 信息安全风险

13.6 旅游投资趋势预测

13.6.1 红色旅游市场

13.6.2 夜间旅游市场

13.6.3 乡村旅游市场

13.6.4 云上旅游市场

13.6.5 周边旅游市场

第十四章 2024-2030年中国智慧旅游行业发展前景及预测

14.1 中国旅游行业发展前景分析

14.1.1 行业景气程度回升

14.1.2 旅游行业前景向好

14.1.3 旅游行业发展方向

14.1.4 旅游行业发展趋势

14.2 中国智慧旅游行业发展展望

14.2.1 智慧景区加速前行

14.2.2 全域智慧旅游全面化

14.2.3 智慧旅游发展前景

14.2.4 智慧旅游发展趋势

14.3 对2024-2030年中国智慧旅游行业预测分析

14.3.1 2024-2030年中国智慧旅游行业影响因素分析

14.3.2 2024-2030年中国国内旅游收入预测

14.3.3 2024-2030年中国国内旅游人次预测

14.3.4 2024-2030年中国在线旅游市场规模预测

图表目录

图表 智慧旅游产业链全景图

图表 2006-2021年全球旅游总收入

图表 2021年国际游客人次

图表 2016-2021年国内生产总值及其增长速度

图表 2016-2021年三次产业增加值占国内生产总值比重

图表 2021年4季度和全年GDP初步核算数据

图表 2017-2022年GDP同比增长速度

图表 22017-2022年GDP环比增长速度

图表 2022年GDP核算数据

图表 2016-2021年货物进出口总额

图表 2021年货物进出口总额及其增长速度

图表 2021年主要商品出口数量、金额及其增长速度

图表 2021年主要商品进口数量、金额及其增长速度

图表 2021年对主要国家和地区货物进出口金额、增长速度及其比重

图表 2021年全国居民人均可支配收入平均数与中位数

图表 2022年全国居民人均可支配收入平均数与中位数

图表 2021年全国居民人均可支配收入平均数与中位数

图表 2021年全国居民人均消费支出及构成

图表 2021年全国居民收支主要数据

图表 2022年全国居民人均消费支出及构成

图表 2022年居民人均消费支出及构成

图表 2021年社会消费品零售总额分月同比增长速度

图表 2021年社会消费品零售总额主要数据

图表 2022年社会消费品零售总额分月同比增长速度

图表 2022年社会消费品零售总额主要数据

图表 2021-2022年中国社会消费品零售总额同比增长速度

图表 2022年各季度社会消费品零售总额及增速

图表 2012-2021年国内旅游发展情况

图表 2012-2021年全国人均文化和旅游事业费及增速情况

图表 1992-2021年全国文化和旅游事业费按城乡和区域分布情况

图表 疫情期间国家层面对旅游行业扶持政策汇总情况

图表 2019-2021年中国A级旅游景区数量

图表 2020-2021年中国1A-5A旅游景区数量

图表 2021年度全国旅行社数量表

图表 中国旅行社产业链图解

图表 2018-2022年通信行业总营收及增速

图表 2021-2022年通信行业公司营收增速分布

图表 2020-2022年互联网宽带接入端口数发展情况

图表 2022年中华文化传播力智慧景区TOP50

图表 2022年中华文化传播力智慧景区TOP50（续）

图表 2022智慧景区文创排行

图表 2019-2022年云南旅游股份有限公司总资产及净资产规模

图表 2019-2022年云南旅游股份有限公司营业收入及增速

图表 2019-2022年云南旅游股份有限公司净利润及增速

图表 2021-2022年云南旅游股份有限公司营业收入/主营业务分行业、产品、地区

图表 2019-2022年云南旅游股份有限公司营业利润及营业利润率

图表 2019-2022年云南旅游股份有限公司净资产收益率

图表 2019-2022年云南旅游股份有限公司短期偿债能力指标

图表 2019-2022年云南旅游股份有限公司资产负债率水平

图表 2019-2022年云南旅游股份有限公司运营能力指标

图表 2019-2022年深圳华侨城股份有限公司总资产及净资产规模

图表 2019-2022年深圳华侨城股份有限公司营业收入及增速

图表 2019-2022年深圳华侨城股份有限公司净利润及增速

图表 2021-2022年深圳华侨城股份有限公司营业收入/主营业务分行业、产品、地区

图表 2019-2022年深圳华侨城股份有限公司营业利润及营业利润率

图表 2019-2022年深圳华侨城股份有限公司净资产收益率

图表 2019-2022年深圳华侨城股份有限公司短期偿债能力指标

图表 2019-2022年深圳华侨城股份有限公司资产负债率水平

图表 2019-2022年深圳华侨城股份有限公司运营能力指标

图表 2018-2022年中在线旅游行业交易规模及其增长率数据图

图表 2021-2022年中国民航客运量

图表 2022年铁路月均发送旅客量

图表 2022年在线旅游月活用户统计

图表 2019-2022年中国在线旅行预订用户规模及使用率

图表 2022年中国在线旅游市场主要平台竞争全景图

图表 2022年在线旅游（OTA）市场份额（GMV）

图表 全球三大旅游市场TOP1在线旅游平台在该地区营业收入（亿元）

图表 2022年全球三大在线旅游预订平台业务恢复率

图表 2022年中国在线旅游APP安装量

图表 2018-2022年在线旅游新增用户30日留存率

图表 2022年在线旅游用户学历分布

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202310/413033.html>