

2020年中国智慧旅游行业分析报告- 市场深度分析与发展趋势预测

报告大纲

观研报告网

www.chinabaogao.com

一、报告简介

观研报告网发布的《2020年中国智慧旅游行业分析报告-市场深度分析与发展趋势预测》涵盖行业最新数据，市场热点，政策规划，竞争情报，市场前景预测，投资策略等内容。更辅以大量直观的图表帮助本行业企业准确把握行业发展态势、市场商机动向、正确制定企业竞争战略和投资策略。本报告依据国家统计局、海关总署和国家信息中心等渠道发布的权威数据，以及我中心对本行业的实地调研，结合了行业所处的环境，从理论到实践、从宏观到微观等多个角度进行市场调研分析。

官网地址：<http://baogao.chinabaogao.com/lyyou/339706339706.html>

报告价格：电子版: 7200元 纸介版：7200元 电子和纸介版: 7500

订购电话: 400-007-6266 010-86223221

电子邮箱: sale@chinabaogao.com

联系人: 客服

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、报告目录及图表目录

旅游景区是旅游业的最核心要素，也是旅游消费活动的最终载体，与酒店、旅行社等旅游要素比，具有较强的不可替代性。旅游景区主要包括四类：自然景区、人文景区、主题景区、社会景区。

居民的收入稳定增长为我国城乡居民国内旅游活动提供物质基础，当人均收入达到中等偏上收入水平，居民购买力大大增强，消费结构开始升级，从温饱型消费开始转向服务型消费，旅游消费正是人们在基本生活得到保障后的一种高层次消费需求。在我国，景区仍然是人们外出旅游首选。旅游消费大众化，加上我国高人口基数带来的庞大的旅游市场，带动了我国旅游景区的经济发展。

2012-2018年我国居民人均可支配收入 数据来源：国家统计局

改革开放以来，中国旅游业经过几十年的发展，实现了从旅游短缺型国家到旅游大国的转型。国家相关政策积极促进旅游业的发展，加上带薪休假制度的逐步落实为群众提供了闲暇时间，旅游消费市场不断得到释放。2012-2017年我国旅游人数呈逐年增长趋势，2017年全年国内旅游人数突破50亿人次。2018年国内旅游人数达到55.4亿人次，同比增长7.78%。

2012-2018年国内旅游人数 数据来源：文旅部

由于旅游景区存在较强的区域性特征，而且大多保持良好原貌的旅游风景区一般地理位置较偏，因此旅游景区所属地区的交通条件的便利与否，对景区的客流量有直接的影响。随着我国对铁路、公路、民航等交通基础设施不断地投入及完善，尤其是景区周边的交通得到了发展，航班、城际铁路的日益增多，高速公路的逐渐普及，加强了旅游目的地的易达性，缩短了人们的出行时间，为旅游景区增流起到带动作用。根据交通部的统计，截至2018年底，我国铁路营运里程达到13.1万公里，高速铁路运营里程超过2.9万公里，高铁已逐渐成为我国旅游消费者的主流交通运输工具。

2013-2018年中国铁路及高铁营业总里程情况 数据来源：交通部

从近两年法定节假日旅游经济运行的情况来看，全国热门景区景点依然是游客的首选，景区依然是旅游消费的重要领域。统计数据显示，全国A级从2017年的10806家下降至2018年的10300家，其中4A级旅游景区从3272家降至3034家，但是5A级旅游景区从250家增至259家，新增了9家。

2014-2018年我国国家景区数量情况 数据来源：文旅部

人文景区坐落于城市周边、交通便利、兼具休闲游属性，顺应消费升级，发展速度较快。尤其是位于长三角、珠三角、京津冀城市群3-5小时交通圈辐射范围内的人文景区，增长空间较大。从游客对景区类型选择的偏好可知，人文景观对游客具有的吸引力仅此于自然景观。

旅游用户景区类型选择偏好 数据来源：文旅部

截至2019年8月底，全国5A级人文类旅游景区有99个，主要集中在华东地区、华北地区、西南地区和华南地区，占比依次为26%、21%、15%和10%。可见，人文类5A级景区多分布在经济较发达的区域。

人文类5A级旅游景区区域分布 数据来源：文旅部

近些年，我国A级旅游景区营业收入保持稳定增长态势，2018年，全国各地区A级旅游景区实现营业收入4802.5亿元，同比增长11.66%。

2015-2018年我国各地区A级旅游景区营业收入

数据来源：文旅部（TC）

中国报告网是观研天下集团旗下打造的业内资深行业分析报告、市场深度调研报告提供商与综合行业信息门户。《2020年中国智慧旅游行业分析报告-市场深度分析与发展趋势预测》涵盖行业最新数据，市场热点，政策规划，竞争情报，市场前景预测，投资策略等内容。更辅以大量直观的图表帮助本行业企业准确把握行业发展态势、市场商机动向、正确制定企业竞争战略和投资策略。本报告依据国家统计局、海关总署和国家信息中心等渠道发布的权威数据，以及我中心对本行业的实地调研，结合了行业所处的环境，从理论到实践、从宏观到微观等多个角度进行市场调研分析。

它是业内企业、相关投资公司及政府部门准确把握行业发展趋势，洞悉行业竞争格局，规避经营和投资风险，制定正确竞争和投资战略决策的重要决策依据之一。本报告是全面了解行业以及对本行业进行投资不可或缺的重要工具。观研天下是国内知名的行业信息咨询机构，拥有资深的专家团队，多年来已经为上万家企业单位、咨询机构、金融机构、行业协会、个人投资者等提供了专业的行业分析报告，客户涵盖了华为、中国石油、中国电信、中国建筑、惠普、迪士尼等国内外行业领先企业，并得到了客户的广泛认可。

本研究报告数据主要采用国家统计局数据，海关总署，问卷调查数据，商务部采集数据等数据库。其中宏观经济数据主要来自国家统计局，部分行业统计数据主要来自国家统计局及市场调研数据，企业数据主要来自于国家统计局规模企业统计数据库及证券交易所等，价格数据主要来自于各类市场监测数据库。本研究报告采用的行业分析方法包括波特五力模型分析法、SWOT分析法、PEST分析法，对行业进行全面的内外部环境分析，同时通过资深分析师对目前国家经济形势的走势以及市场发展趋势和当前行业热点分析，预测行业未来的发展方向、新兴热点、市场空间、技术趋势以及未来发展战略等。

【报告大纲】

第一章 2017-2020年中国智慧旅游行业发展概述

第一节 智慧旅游行业发展情况概述

一、智慧旅游行业相关定义

二、智慧旅游行业基本情况介绍

三、智慧旅游行业发展特点分析

第二节 中国智慧旅游行业上下游产业链分析

一、产业链模型原理介绍

二、智慧旅游行业产业链条分析

三、中国智慧旅游行业产业链环节分析

1、上游产业

2、下游产业

第三节 中国智慧旅游行业生命周期分析

一、智慧旅游行业生命周期理论概述

二、智慧旅游行业所属的生命周期分析

第四节 智慧旅游行业经济指标分析

一、智慧旅游行业的赢利性分析

二、智慧旅游行业的经济周期分析

三、智慧旅游行业附加值的提升空间分析

第五节 中国智慧旅游行业进入壁垒分析

一、智慧旅游行业资金壁垒分析

二、智慧旅游行业技术壁垒分析

三、智慧旅游行业人才壁垒分析

四、智慧旅游行业品牌壁垒分析

五、智慧旅游行业其他壁垒分析

第二章 2017-2020年全球智慧旅游行业市场发展现状分析

第一节 全球智慧旅游行业发展历程回顾

第二节 全球智慧旅游行业市场区域分布情况

第三节 亚洲智慧旅游行业地区市场分析

一、亚洲智慧旅游行业市场现状分析

二、亚洲智慧旅游行业市场规模与市场需求分析

三、亚洲智慧旅游行业市场前景分析

第四节 北美智慧旅游行业地区市场分析

一、北美智慧旅游行业市场现状分析

二、北美智慧旅游行业市场规模与市场需求分析

三、北美智慧旅游行业市场前景分析

第五节 欧盟智慧旅游行业地区市场分析

一、欧盟智慧旅游行业市场现状分析

二、欧盟智慧旅游行业市场规模与市场需求分析

三、欧盟智慧旅游行业市场前景分析

第六节 2021-2026年世界智慧旅游行业分布走势预测

第七节 2021-2026年全球智慧旅游行业市场规模预测

第三章 中国智慧旅游产业发展环境分析

第一节 我国宏观经济环境分析

- 一、中国GDP增长情况分析
- 二、工业经济发展形势分析
- 三、社会固定资产投资分析
- 四、全社会消费品智慧旅游总额
- 五、城乡居民收入增长分析
- 六、居民消费价格变化分析
- 七、对外贸易发展形势分析

第二节 中国智慧旅游行业政策环境分析

- 一、行业监管体制现状
- 二、行业主要政策法规

第三节 中国智慧旅游产业社会环境发展分析

- 一、人口环境分析
- 二、教育环境分析
- 三、文化环境分析
- 四、生态环境分析
- 五、消费观念分析

第四章 中国智慧旅游行业运行情况

第一节 中国智慧旅游行业发展状况情况介绍

- 一、行业发展历程回顾
- 二、行业创新情况分析
- 三、行业发展特点分析

第二节 中国智慧旅游行业市场规模分析

第三节 中国智慧旅游行业供应情况分析

第四节 中国智慧旅游行业需求情况分析

第五节 中国智慧旅游行业供需平衡分析

第六节 中国智慧旅游行业发展趋势分析

第五章 中国智慧旅游所属行业运行数据监测

第一节 中国智慧旅游所属行业总体规模分析

- 一、企业数量结构分析
- 二、行业资产规模分析

第二节 中国智慧旅游所属行业产销与费用分析

- 一、流动资产
- 二、销售收入分析

三、负债分析

四、利润规模分析

五、产值分析

第三节 中国智慧旅游所属行业财务指标分析

一、行业盈利能力分析

二、行业偿债能力分析

三、行业营运能力分析

四、行业发展能力分析

第六章 2017-2020年中国智慧旅游市场格局分析

第一节 中国智慧旅游行业竞争现状分析

一、中国智慧旅游行业竞争情况分析

二、中国智慧旅游行业主要品牌分析

第二节 中国智慧旅游行业集中度分析

一、中国智慧旅游行业市场集中度分析

二、中国智慧旅游行业企业集中度分析

第三节 中国智慧旅游行业存在的问题

第四节 中国智慧旅游行业解决问题的策略分析

第五节 中国智慧旅游行业竞争力分析

一、生产要素

二、需求条件

三、支援与相关产业

四、企业战略、结构与竞争状态

五、政府的作用

第七章 2017-2020年中国智慧旅游行业需求特点与动态分析

第一节 中国智慧旅游行业消费市场动态情况

第二节 中国智慧旅游行业消费市场特点分析

一、需求偏好

二、价格偏好

三、品牌偏好

四、其他偏好

第三节 智慧旅游行业成本分析

第四节 智慧旅游行业价格影响因素分析

一、供需因素

二、成本因素

三、渠道因素

四、其他因素

第五节 中国智慧旅游行业价格现状分析

第六节 中国智慧旅游行业平均价格走势预测

一、中国智慧旅游行业价格影响因素

二、中国智慧旅游行业平均价格走势预测

三、中国智慧旅游行业平均价格增速预测

第八章 2017-2020年中国智慧旅游行业区域市场现状分析

第一节 中国智慧旅游行业区域市场规模分布

第二节 中国华东地区智慧旅游市场分析

一、华东地区概述

二、华东地区经济环境分析

三、华东地区智慧旅游市场规模分析

四、华东地区智慧旅游市场规模预测

第三节 华中地区市场分析

一、华中地区概述

二、华中地区经济环境分析

三、华中地区智慧旅游市场规模分析

四、华中地区智慧旅游市场规模预测

第四节 华南地区市场分析

一、华南地区概述

二、华南地区经济环境分析

三、华南地区智慧旅游市场规模分析

四、华南地区智慧旅游市场规模预测

第九章 2017-2020年中国智慧旅游行业竞争情况

第一节 中国智慧旅游行业竞争结构分析（波特五力模型）

一、现有企业间竞争

二、潜在进入者分析

三、替代品威胁分析

四、供应商议价能力

五、客户议价能力

第二节 中国智慧旅游行业SWOT分析

一、行业优势分析

二、行业劣势分析

三、行业机会分析

四、行业威胁分析

第三节 中国智慧旅游行业竞争环境分析（PEST）

一、政策环境

二、经济环境

三、社会环境

四、技术环境

第十章 智慧旅游行业企业分析（随数据更新有调整）

第一节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、发展现状

四、优劣势分析

第二节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、发展现状

四、优劣势分析

第三节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、发展现状

四、优劣势分析

第四节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、发展现状

四、优劣势分析

第五节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、发展现状

四、优劣势分析

第十一章 2021-2026年中国智慧旅游行业发展前景分析与预测

第一节 中国智慧旅游行业未来发展前景分析

一、智慧旅游行业国内投资环境分析

二、中国智慧旅游行业市场机会分析

三、中国智慧旅游行业投资增速预测

第二节 中国智慧旅游行业未来发展趋势预测

第三节 中国智慧旅游行业市场发展预测

一、中国智慧旅游行业市场规模预测

二、中国智慧旅游行业市场规模增速预测

三、中国智慧旅游行业产值规模预测

四、中国智慧旅游行业产值增速预测

五、中国智慧旅游行业供需情况预测

第四节 中国智慧旅游行业盈利走势预测

一、中国智慧旅游行业毛利润同比增速预测

二、中国智慧旅游行业利润总额同比增速预测

第十二章 2021-2026年中国智慧旅游行业投资风险与营销分析

第一节 智慧旅游行业投资风险分析

一、智慧旅游行业政策风险分析

二、智慧旅游行业技术风险分析

三、智慧旅游行业竞争风险分析

四、智慧旅游行业其他风险分析

第二节 智慧旅游行业企业经营发展分析及建议

一、智慧旅游行业经营模式

二、智慧旅游行业销售模式

三、智慧旅游行业创新方向

第三节 智慧旅游行业应对策略

一、把握国家投资的契机

二、竞争性战略联盟的实施

三、企业自身应对策略

第十三章 2021-2026年中国智慧旅游行业发展战略及规划建议

第一节 中国智慧旅游行业品牌战略分析

一、智慧旅游企业品牌的重要性

二、智慧旅游企业实施品牌战略的意义

三、智慧旅游企业品牌的现状分析

四、智慧旅游企业的品牌战略

五、智慧旅游品牌战略管理的策略

第二节 中国智慧旅游行业市场的关键客户战略实施

一、实施关键客户战略的必要性

二、合理确立关键客户

三、对重点客户的营销策略

四、强化重点客户的管理

五、实施重点客户战略要重点解决的问题

第三节 中国智慧旅游行业战略综合规划分析

一、战略综合规划

二、技术开发战略

三、业务组合战略

四、区域战略规划

五、产业战略规划

六、营销品牌战略

七、竞争战略规划

第十四章 2021-2026年中国智慧旅游行业发展策略及投资建议

第一节 中国智慧旅游行业产品策略分析

一、服务产品开发策略

二、市场细分策略

三、目标市场的选择

第二节 中国智慧旅游行业定价策略分析

第三节 中国智慧旅游行业营销渠道策略

一、智慧旅游行业渠道选择策略

二、智慧旅游行业营销策略

第四节 中国智慧旅游行业价格策略

第五节 观研天下行业分析师投资建议

一、中国智慧旅游行业重点投资区域分析

二、中国智慧旅游行业重点投资产品分析

图表详见正文

更多好文每日分享，欢迎关注公众号

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/lyyou/339706339706.html>