

中国旅游行业发展现状及前景模式分析报告2023-2029年

产品名称	中国旅游行业发展现状及前景模式分析报告2023-2029年
公司名称	北京中研智业信息咨询有限公司
价格	.00/件
规格参数	
公司地址	北京市朝阳区北苑东路19号院4号楼27层2708（注册地址）
联系电话	010-57126768 15263787971

产品详情

中国旅游行业发展现状及前景模式分析报告2023-2029年【报告编号】:400588【出版时间】:2023年6月【出版机构】:中研智业研究院【交付方式】:EMIL电子版或特快专递【报告价格】:【纸质版】:6500元【电子版】:6800元【纸质+电子】:7000元
免费售后服务一年，具体内容及订购流程欢迎咨询客服人员。

第一章 中国旅游行业发展环境及市场现状剖析第一节

旅游行业界定一、旅游业二、所属国民经济行业分类与代码第二节 中国旅游业发展环境分析一、旅游业政策环境分析（一）行业监管体系及机构介绍（二）行业相关规范标准（三）行业发展相关政策演变历程解读（四）政策环境对旅游产业发展的影响分析二、旅游业经济环境分析（一）国际宏观经济运行情况（二）国际经济环境分析（三）国内经济环境分析（四）经济环境对旅游业的影响三、旅游业社会环境分析（一）中国人口环境（二）居民收入与支出分析（三）其他相关社会因素（四）社会环境变化趋势及其对旅游产业发展的影响分析四、旅游业技术环境分析（一）智慧旅游关键技术分析（二）新兴技术在智慧旅游中的融合应用（三）智慧旅游专利申请及公开情况（四）智慧旅游技术发展趋势（五）技术环境对行业发展的影响分析第三节 中国国内旅游市场发展分析一、中国国内旅游概况二、中国国内旅游的发展现状（一）国内旅游人数（二）国内旅游收入（三）国内旅游人均花费三、中国国内旅游市场发展预测第四节 中国入境旅游市场发展分析一、中国入境旅游概况（一）入境旅游接待人数（二）入境客源市场的结构特征（三）入境旅游外汇收入二、入境旅游主要特点三、入境旅游市场发展趋势分析第五节 中国在线旅游发展分析一、在线旅游市场规模二、在线旅游市场竞争格局三、在线旅游市场发展趋势（一）度假旅游市场在在线旅游市场比重大幅提高（二）旅游产品信息化进程加快，在线旅游对旅游行业渗透率提高（三）移动端在线旅游市场规模迅速发展并向O2O转型第六节 中国旅游行业市场痛点分析一、选择过多导致客户选择困难二、推广过度依赖OTA三、平台造假第二章

中国旅游行业产业链生态解析及互联网+对旅游产业链生态体系的重构分析第一节

中国旅游行业产业链生态解析第二节 互联网+对中国旅游行业商业模式的影响分析一、非标准住宿成为旅游经济新触点二、旅游企业发展模式从OTA到OTO转变三、“互联网+”时代旅游S2B商业模式初露锋芒第三节 互联网+对中国旅游产业链生态的重构之硬件层一、互联网+对旅游产业链生态硬件层的影响概述二、智能闸机（一）基本简介（二）主要种类三、

智能安防监控四、智能服务终端第四节 互联网+对中国旅游产业链生态的重构之软件及解决方案一、互联网+对旅游软件及解决方案影响概述二、景区电子门票销售管理系统三、智慧旅游信息服务平台四、智慧旅游电子商务系统（一）智慧旅游电子商务系统服务功能（二）旅游电子商务系统特点及优势五、移动智能客户端系统六、无线旅游信息服务系统七、智慧旅游客流统计与预警系统八、智慧旅游企业诚信监管系统九、导游管理服务系统第五节 互联网+对中国旅游产业链生态的重构之智慧旅游目的地O2O一、智慧旅游目的地O2O概述二、智慧旅游目的地O2O平台架构之线上直销三、智慧旅游目的地O2O平台架构之线上分销（一）OTA（二）团购网四、智慧旅游目的地O2O平台架构之线下分销（一）旅行社（二）酒店/客栈五、智慧旅游目的地O2O平台架构之移动端营销（一）微信公众号（二）官方微电商六、智慧旅游目的地O2O平台架构之产品中心（一）组合产品（二）其它定制型产品七、智慧旅游目的地O2O平台架构之决策中心（一）在线客服（二）旅游顾问（三）呼叫中心（四）自主服务点八、智慧旅游目的地O2O平台架构之管理中心（一）管理云应用（二）智慧管理系统九、智慧旅游目的地O2O平台架构之服务中心（一）移动端应用（二）指挥大屏应用（三）区域大数据应用第六节 互联网+对中国旅游产业链生态的重构之智慧旅游公共服务平台一、智慧旅游服务平台（一）产品服务（二）成功案例（三）分销平台（四）招商合作二、政府层面的旅游平台建设（一）旅游产业运行监管平台（二）国家旅游大数据集成平台（三）多语种的旅游形象推广平台（四）旅游公共信息发布与资讯平台（五）全国景区门票预约与客流预警平台三、重点省市智慧旅游平台建设（一）四川智慧旅游平台建设（二）江苏智慧旅游平台建设（三）福建智慧旅游平台建设（四）云南智慧旅游平台建设（五）陕西智慧旅游平台建设（六）安徽智慧旅游平台建设四、企业层面的旅游平台案例分析（一）上海联通“智慧沃游”平台（二）中智云游智慧旅游平台（三）票付通智慧旅游平台第七节 互联网+对中国旅游产业链生态的重构之智慧景区一、智慧景区概述（一）基本简介（二）建设的意义（三）建设的基本原则二、智慧景区建设第三章 中国旅游综合体发展现状及商业模式分析第一节 旅游综合体开发模式的界定与特征一、旅游综合体开发模式的界定（一）业界研究（二）本文界定二、旅游综合体开发模式的特征（一）综合性突出，休闲产品多样（二）以旅游休闲功能为主导，休闲地产产品为核心（三）多元混合性突出，服务品质高（四）政府参与主导，资金依赖性强第二节 旅游综合体开发模式典型案例一、以娱乐功能为核心的旅游综合体开发模式（一）模式开发特征（二）模式开发战略（三）典型案例——迪斯尼乐园二、以休闲度假功能为核心的旅游综合体开发模式（一）模式开发特征（二）模式开发战略（三）典型案例——珠海海泉湾度假区三、以综合购物功能为核心的旅游综合体开发模式（一）模式开发特征（二）模式开发战略（三）典型案例——三里屯太古里四、以会展功能为核心的旅游综合体开发模式（一）模式开发特征（二）模式开发战略（三）典型案例——成都世纪城新国际会展中心第三节 旅游综合体开发模式战略规划分析一、旅游综合体开发模式必要性分析（一）解决旅游服务资源配置低效问题（二）解决服务与旅游市场需求不协调问题（三）解决营销推广相互冲突的潜在威胁二、旅游综合体开发模式选择影响因素（一）资源禀赋（二）价值协同强度（三）投资回收期（四）城市经济环境（五）城市社会环境（六）城市旅游环境（七）区位环境（八）利益相关者三、旅游综合体发展模式战略规划分析（一）确定旅游综合体核心驱动功能（二）其他功能子系统配置原则四、旅游综合体发展模式优化战略（一）我国旅游综合体发展存在问题研究（二）我国旅游综合体发展模式优化思路五、旅游综合体发展的未来趋势分析（一）旅游综合体的消费结构多元化（二）旅游综合体的主题文化鲜明化（三）旅游综合体开发注重参与性项目的建设（四）旅游综合体的多元角色互动性增强第四章 中国旅游主题社区发展现状及商业模式解析第一节 旅游主题社区模式特征与分类一、旅游主题社区属性特征（一）旅游主题社区属性（二）旅游主题社区特征二、旅游主题社区模式分类（一）自建型模式（二）依托型模式（三）伴生型模式第二节 自建型旅游主题社区模式典型案例一、自建型旅游主题社区模式概述（一）自建型旅游主题社区演变历程（二）自建型旅游主题社区发展模式二、北京华侨城商业模式分析（一）北京华侨城简介（二）北京华侨城的发展商（三）北京华侨城经营情况（四）北京华侨城优势分析（五）北京华侨城建设经验三、西安曲江新区商业模式分析（一）西安曲江新区简介（二）西安曲江新区的发展商（三）西安曲江新区经营情况（四）西安曲江新区优势分析（五）西安曲江新区建设经验第三节 依托型旅游主题社区模式典型案例一、依托型旅游主题社区模式概述二、广州南湖***旅游度假区生态社区商业模式分析（一）广州南湖***旅游度假区简介（二）广州南湖***旅游度假区优势分析（三）

广州南湖***旅游度假区建设经验第四节 伴生型旅游主题社区模式典型案例一、
伴生型旅游主题社区模式概述二、平遥古城商业模式分析（一）平遥古城简介（二）平遥古城经营情况
（三）平遥古城优势分析（四）平遥古城建设经验三、丽江古城商业模式分析（一）丽江古城简介（二）
丽江古城的发展商（三）丽江古城经营情况（四）丽江古城优势分析（五）丽江古城建设经验四、北京
高碑店国际民俗旅游文化村商业模式分析（一）北京高碑店国际民俗旅游文化村简介（二）北京高碑
店国际民俗旅游文化村优势分析（三）北京高碑店国际民俗旅游文化村建设经验第五节
中国企业旅游主题社区模式运作策略一、旅游主题社区三种模式对比分析二、中国企业旅游主题社区模
式运作策略（一）社区发展布局策略（二）项目设计开发策略（三）社区生活环境策略（四）配套设施
建设策略（五）社区文化品位策略第五章 中国主题公园旅游发展现状及商业模式解析第一节
主题公园旅游界定与经营分析一、主题公园定义与分类二、主题公园发展状况三、
主题公园旅游游客量分析四、
中国主题公园旅游区域分布分析（一）主题公园经济、社会效益分析第二节
中国主题文化类主题公园旅游典型案例商业模式分析一、主题文化类主题公园发展分析（一）主题文化
类主题公园发展现状（二）主题文化类主题公园分布情况（三）主题文化类主题公园经营分析（四）主
题文化类主题公园发展前景二、中国民俗文化村商业模式分析（一）公园商业模式分析（二）公园经营
现状（三）公园的优势分析（四）公园成功经验借鉴三、
杭州宋城商业模式分析（一）公园商业模式分析（二）公园经营情况分析（三）公园成功经验借鉴四、
芜湖方特欢乐世界商业模式分析（一）公园商业模式分析（二）公园的优势分析（三）公园成功经验借
鉴第三节 中国游乐类主题公园旅游典型案例商业模式分析一、游乐类主题公园发展分析（一）游乐类主
题公园发展现状（二）游乐类主题公园分布情况（三）游乐类主题公园经营分析（四）游乐类主题公
园发展前景二、
欢乐谷商业模式分析（一）公园商业模式分析（二）公园经营现状（三）公园成功经验借鉴第四节
中国观光类主题公园旅游典型案例商业模式分析一、观光类主题公园发展分析（一）观光类主题公
园发展现状（二）观光类主题公园分布情况（三）观光类主题公园经营分析（四）观光类主题公
园发展前景二、东部华侨城商业模式分析（一）公园商业模式分析（二）公园经营现状（三）公园经营优势分析
（四）公园成功经验借鉴三、深圳世界之窗商业模式分析（一）公园商业模式分析（二）公园经营优势
分析（三）公园成功经验借鉴第五节 中国情景模拟类主题公园旅游典型案例商业模式分析一、情景模拟
类主题公园发展分析（一）情景模拟类主题公园发展现状（二）情景模拟类主题公园分布情况（三）情
景模拟类主题公园经营分析（四）情景模拟类主题公园发展前景二、横店影视城商业模式分析（一）公
园商业模式分析（二）公园经营情况分析（三）公园的优势分析（四）公园成功经验借鉴第六章
中国工业旅游发展现状及商业模式解析第一节 工业旅游特征与模式分类一、
工业旅游属性特征（一）工业旅游属性（二）工业旅游特征二、工业旅游开发模式第二节
工业遗产旅游模式典型案例一、工业遗产旅游开发模式概述二、英国艾思布里奇峡博物馆开发模式
分析（一）工业旅游资源背景（二）工业旅游开发模式（三）工业旅游优势分析三、德国杜伊斯堡景观
公园开发模式分析（一）工业旅游资源背景（二）工业旅游开发模式（三）工业旅游优势分析四、美国
SOHO社区开发模式分析（一）工业旅游资源背景（二）工业旅游开发模式（三）工业旅游优势分析五
、南非约翰内斯堡黄金公园开发模式分析（一）工业旅游资源背景（二）工业旅游开发模式（三）工业
旅游优势分析六、北京798大山子艺术区开发模式分析（一）工业旅游资源背景（二）工业旅游开发模
式（三）北京798艺术区现状（四）工业旅游优势分析第三节 工业科普旅游模式典型案例一、
工业科普旅游开发模式概述二、英国斯尼伯斯顿发现者公园开发模式分析（一）工业旅游资源背景（二）
工业旅游开发模式（三）工业旅游产品结构（四）工业旅游优势分析三、欧洲航天局地面控制中心开
发模式分析（一）工业旅游资源背景（二）工业旅游开发模式（三）工业旅游优势分析四、美国芝加哥
科学工业博物馆开发模式分析（一）工业旅游资源背景（二）工业旅游开发模式（三）工业旅游优势分
析五、胜利油田科技展览中心开发模式分析（一）工业旅游资源背景（二）工业旅游开发模式（三）工
业旅游优势分析六、沈阳新光航天科普基地开发模式分析（一）工业旅游资源背景（二）工业旅游开发
模式（三）工业旅游优势分析第四节 产业公园旅游模式典型案例一、
产业公园旅游开发模式概述二、美国沃尔瑟姆研究开发区公园·沃尔瑟姆产业中心开发模式分析（一）
工业旅游资源背景（二）工业旅游开发模式（三）工业旅游优势分析三、三峡大坝旅游区开发模式分析
（一）工业旅游资源背景（二）工业旅游开发模式（三）工业旅游经营情况（四）工业旅游优势分析第
五节 企业文化旅游模式典型案例一、企业文化旅游开发模式概述二、英国利兹泰德雷酿酒码头工
业旅游开发模式分析（一）工业旅游资源背景（二）工业旅游开发模式（三）工业旅游优势分析三、英

国伯明翰卡德布里世界工业旅游开发模式分析（一）工业旅游资源背景（二）工业旅游开发模式（三）工业旅游优势分析四、 苏格兰威士忌文化遗产中心开发模式分析（一）工业旅游资源背景（二）工业旅游开发模式（三）工业旅游优势分析五、 烟台张裕葡萄酒博物馆开发模式分析（一）工业旅游资源背景（二）工业旅游开发模式（三）工业旅游优势分析六、 一汽中国长春汽车博物馆开发模式分析（一）工业旅游资源背景（二）工业旅游开发模式（三）工业旅游优势分析七、 茅台**文化城开发模式分析（一）工业旅游资源背景（二）工业旅游开发模式（三）工业旅游优势分析第七章 中国红色旅游发展现状及商业模式解析第一节 中国红色旅游发展现状分析一、 红色旅游界定及特征（一）红色旅游界定（二）红色旅游特征二、 红色旅游发展背景综述（一）红色旅游产生过程（二）红色旅游发展历程三、 红色旅游发展现状（一）红色旅游景区开发原则第二节 红色景区分类及发展模式一、 十八栋寸红色旅游+精准扶贫发展模式（一）与多家机构合作共同规划开发（二）因地制宜发展特色产业（三）加强景区运营机制建设（四）对农产品进行文化包装二、 江西省红色景区旅游体育旅游产业的发展模式三、 井冈山“非门票经济”红色旅游发展模式四、 西柏坡政府主导红色旅游景区发展模式五、 韶山红色演出旅游模式六、 红色节庆旅游模式第三节 红色旅游景区相关政策及发展前景一、 红色旅游相关政策二、 红色旅游发展前景第四节 优质红色旅游景区案例分析一、 井冈山红色景区基本情况二、 井冈山景区旅游项目构成（一）生态美丽中心景区（二）研学+乡村旅游三、 井冈山景区红色培训业态模式四、 井冈山景区全域旅游业态模式第五节 红色旅游资源可持续开发模式分析一、 西柏坡红色旅游景区可持续发展分析（一）景区文化背景（二）景区现状（三）景区主要特点和发展方向二、 南昌红色旅游可持续发展分析（一）景区文化背景（二）景区现状（三）景区主要特点及发展方向第八章 中国生态旅游发展现状及商业模式解析第一节 生态旅游界定与发展趋势一、 生态旅游及产生背景二、 生态旅游的发展历程三、 生态旅游未来发展趋势分析第二节 生态旅游模式典型案例一、 肯尼亚生态旅游开发模式分析（一）生态旅游资源背景（二）生态旅游开发模式（三）生态旅游经营情况（四）生态旅游优势分析二、 中国乌镇生态旅游开发模式分析（一）生态旅游资源背景（二）生态旅游开发模式（三）生态旅游经营情况（四）生态旅游优势分析三、 太湖源生态旅游营销模式分析（一）生态旅游资源背景（二）生态旅游营销模式（三）生态旅游优势分析四、 四川九寨沟风景区生态旅游开发模式分析（一）生态旅游资源背景（二）生态旅游开发模式（三）生态旅游经营情况（四）生态旅游优势分析五、 西双版纳生态旅游开发模式分析（一）生态旅游资源背景（二）生态旅游开发模式（三）生态旅游经营情况（四）生态旅游优势分析六、 武夷山自然保护区生态旅游开发模式分析（一）生态旅游资源背景（二）生态旅游开发模式（三）生态旅游经营情况（四）生态旅游优势分析第三节 “RPEE”生态旅游模式分析一、“RPEE”模式的界定二、“RPEE”模式应用案例（一）具体实施方案（二）案例可行性分析三、“RPEE”模式经验借鉴第九章 中国旅游行业商业模式创新现状及趋势第一节 中国旅游行业新兴模式的产生一、 研学旅游（一）概念（二）发展历程（三）发展现状（四）旅行模式（五）“齐风鲁韵”深度主题研学之旅（六）发展前景二、 康养旅游（一）概念（二）发展现状（三）旅行模式（四）洪雅县康养度假小镇（五）发展前景三、 全域旅游（一）概念（二）发展现状（三）旅行模式（四）舟山市海岛旅游开发第二节 中国旅游行业商业模式创新发展趋势图表目录图表《国民经济行业分类（GB/T 4754-2022年）》中旅游行业所归属的类别图表 旅游行业监管体系及机构介绍图表 旅游行业各细分行业监管体系及机构介绍图表 现行旅游行业标准统计图表 即将实施的旅游行业标准图表 中国旅游业发展定位变化图图表 中国“入境游”政策演变趋势表图表 中国“国内游”政策演变趋势表图表 “出境游”政策演变趋势表图表 1951-2022年中国假日政策演变趋势图图表 国家对旅游产业相关的政策支持表图表 2010-2022年美国国内生产总值变化趋势图（单位：万亿美元，%）图表 2012-2022年欧盟GDP变化情况（单位：万亿欧元，%）图表 2012-2022年日本GDP变化情况（单位：万亿日元，%）图表 2014-2022年中国国内生产总值及其增速变化情况（单位：万亿元，%）图表 2012-2022年全国固定资产投资（不含农户）增长速度（单位：万亿元，%）图表 2023年中国GDP的各机构预测（单位：%）图表 2013-2022年我国旅游行业规模与GDP相关性（单位：万亿元，%）图表 2012-2022年中国人口数量增长趋势图（单位：亿人）图表

2022年年末中国大陆人口数及其构成（单位：万人，%）图表
2012-2022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
2015-2022年中国居民人均消费支出额（单位：元）图表
2022年中国居民人均消费支出结构（单位：%）图表 智慧旅游关键技术图表 AR/VR旅游产品图表
AI在旅游场景上的应用形态图表 2012-2022年智慧旅游专利数量（单位：个，%）图表
2022年智慧旅游专利类别比重（单位：%）图表
2017-2022年应用于智慧旅游应用技术专利新增数量（单位：个）图表
2012-2022年中国国内旅游人数及预测（单位：亿人次）图表
2012-2022年中国旅游收入及增长速度（单位：万亿元，%）图表
2012-2022年中国国内旅游人均花费及预测（单位：元）图表
2012-2022年国内入境旅游接待人数增长情况及预测（单位：百万人次）图表
2022年中国入境旅游客源结构（单位：%）图表
2016-2022年中国入境旅游外汇收入及预测（单位：亿美元，%）图表
2017-2022年中国在线旅游市场交易规模及预测走势图（单位：亿元，%）图表
2022年在线旅游厂商全年交易规模指数排名图表 中国旅游行业产业链图表 摆闸的优缺点对比图表
翼闸的优缺点对比图表 转闸的优缺点对比图表 平移闸的优缺点对比图表 三辊闸的优缺点对比图表
景区智能安防监控的应用图表 智慧旅游信息服务平台四个层面图表 智慧旅游电子商务系统服务功能图表
智慧旅游电子商务系统特点及优势图表 移动智能客户端的主要功能图表
智慧旅游客流统计与预警系统优势图表 智慧旅游企业诚信监管系统优势图表
导游管理服务系统的主要功能图表 智慧旅游目的地O2O平台架构图表 2022年旅游网站APPTop10图表
中国主要团购网站图表 组合产品分类图表 在线客服的优点图表 应用优势图表
上海地区游客对于旅游公共服务信息的需求（单位：%）图表
“互联网+龙门”智慧景区首期8项互动体验项目图表
“互联网+龙门”智慧景区互联网+管理两大功能图表 “互联网+龙门”智慧景区建设的意义图表
四川智慧旅游平台建设情况图表 四川智慧旅游平台建设规划图表
江苏省智慧旅游平台建设发展典型案例图表 江苏智慧旅游平台建设情况分析图表
福建省智慧旅游平台建设情况分析图表 云南智慧旅游平台建设情况分析图表
陕西智慧旅游平台建设情况分析图表 安徽智慧旅游平台建设情况分析图表
上海联通“智慧沃游”平台发展基本情况图表 中智云游智慧旅游平台发展基本情况图表
中智云游智慧旅游平台的产品及服务图表 中智云游智慧旅游平台的客户及合作伙伴图表
中智云游智慧旅游平台的平台客户及合作伙伴图表 中智云游智慧旅游平台的平台的应用场景分析图表
智慧景区建设的基本原则图表 代表性智慧景区建设图表 旅游综合体概念研究图表
旅游综合体开发模式综合性特征分析图表 以娱乐功能为核心的旅游综合体开发特征图表
2019-2022年全球迪士尼乐园与衍生品产品应收（单位：百万美元）图表
科技技术在迪士尼游乐园的应用图表 以休闲度假功能为核心的旅游综合体开发特征图表
珠海海泉湾度假城服务业态构成图表 以综合购物功能为核心的旅游综合体开发特征图表
三里屯太古里服务业态构成分析图表 2016-2022年北京三里屯太古里零售销售额变化（单位：%）图表
以会展功能为核心的旅游综合体开发特征图表 旅游综合体的利益相关者图表
我国旅游综合体发展中的主要问题图表 旅游综合体总体规划设计要点图表
政府对旅游综合体建设支持图表 2018-2022年北京华侨城主要经济指标分析（单位：万元）图表
北京华侨城旅游经营优势分析图表 西安曲江新区旅游经营优势分析图表
广州南湖***旅游度假区旅游经营优势分析图表
2018-2022年平遥古城接待游客数量及旅游总收入（单位：万人次，亿元）图表
平遥古城旅游经营优势分析图表 丽江古城发展商职责介绍图表
2017-2022年丽江古城接待游客数量、旅游总收入及增速（单位：万人次，亿元，%）图表
丽江古城旅游经营优势分析图表 北京高碑店国际民俗旅游文化村旅游经营优势分析图表
三种主题社区模式对比图表 主题公园类型划分图表 2017-2022年世界TOP
25主题公园排行中国主题公园入榜个数（单位：个）图表
2018-2022年华侨城、方特、长隆游客量及增长率（单位：万人次，%）图表
世界**主题公园品牌中国城市布局图表 中国本土**主题公园城市布局图表
中国民俗文化村经营优势分析图表 2017-2022年杭州宋城景区营业收入及增速（单位：亿元，%）图表

芜湖方特欢乐世界经营优势分析图表 深圳东部华侨城特色景点图表 东部华侨城经营优势分析图表
深圳世界之窗经营优势分析图表 情景模拟类主题公园发展前景图表
2017-2022年横店影视集团营业额及增长率（单位：亿元，%）图表 横店影视城经营优势分析图表
工业旅游特征图表 产业公园旅游开发模式