

2021年中国智慧景区市场分析报告- 市场运营现状与发展趋势研究

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《2021年中国智慧景区市场分析报告-市场运营现状与发展趋势研究》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/537750537750.html>

报告价格：电子版: 8200元 纸介版：8200元 电子和纸介版: 8500

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

智慧景区指景区能够通过智能网络对景区地理事物、自然资源、旅游者行为、景区工作人员行迹、景区基础设施和服务设施进行全面、透彻、及时的感知，对游客、景区工作人员实现可视化管理，优化再造景区业务流程和智能化运营管理，同旅游产业上下游企业形成战略联盟，实现有效保护遗产资源的真实性和完整性，提高对旅游者的服务质量，实现景区环境、社会和经济的全面、协调和可持续发展。

智慧景区智慧化管理的特点数据来源：观研天下整理

早在2012年国家就开始推广智慧旅游、智慧景区的发展，当年国家确定首批18个智慧旅游试点城市，但是受到各地经济、信息科技覆盖程度存在差异的影响，其市场发展缓慢。不过，自2018年以后，随着大数据、物联网、AI等技术不断成熟与发展，我国出台多项政策促进智慧景区行业发展，尤其是2020年疫情爆发后，国家不断出台政策促进景区门票预约制度发展，2021年4月，文旅部发布的《“十四五”文化和旅游科技创新规划》中提出“推进预约、错峰、限量常态化技术研究，研发自主预约、智能游览、线上互动、资讯共享、安全防控等一体化服务和用户智能管理的综合平台”。

我国智慧景区行业相关政策规划梳理

发布时间

政策名称

发布单位

主要内容

2021年4月

《“十四五”文化和旅游科技创新规划》

文化和旅游部

提出“推进预约、错峰、限量常态化技术研究，研发自主预约、智能游览、线上互动、资讯共享、安全防控等一体化服务和用户智能管理的综合平台”。

2021年1月

《开好局起好步推动文化和旅游工作开创新局面2021年全国文化和旅游厅局长会议工作报告摘要》

文化和旅游部

加快建设智慧景区，推进预约、错峰、限量常态化。

2020年11月

《关于深化“互联网+旅游”推动旅游业高质量发展的意见》

文化和旅游部

提出到2022年，建成一批智慧旅游景区、度假区、村镇和城市，全国旅游接待总人数和旅游消费恢复至新冠肺炎疫情前水平。

2020年10月

《关于政协十三届全国委员会第三次会议第4825号（文化宣传类263号）提案答复的函》

文化和旅游部

推动智慧景区建设：对全国智慧旅游景区建设进行规范引导，鼓励景区开展在线观光、在线科普和在线营销推广，指导景区应用科技成果提高服务能力和管理水平

2019年12月

《关于改善节假日旅游出行环境促进旅游消费的实施意见》(发改社会〔2019〕1822号)

发改委

大力发展“智慧景区”。鼓励智慧景区建设，充分运用虚拟现实（VR）、4D、5D等人工智能技术打造立体、动态展示平台，为游客提供线上体验和游览线路选择。鼓励各地积极提升智慧旅游服务水平，重点推进门票线上销售、自助游览服务，推进全国4A级以上旅游景区实现手机应用程序（APP）智慧导游、电子讲解等智慧服务。

2019年8月

《关于进一步激发文化和旅游消费潜力的意见》（国办发〔2019〕41号）

国务院办公厅

推进“互联网+旅游”，强化智慧景区建设，实现实时监测、科学引导、智慧服务。

2018年11月

《关于提升假日及高峰期旅游供给品质的指导意见》

文化和旅游部资源开发司

提升智慧产品开发水平，鼓励智慧景区建设，充分运用虚拟现实（VR）、4D、5D等人工智能技术打造立体、动态展示平台，为游客提供线上体验和游览线路选择。

2016年4月

《关于加快推进智慧景区建设的通知》

旅游局

1、实现景区免费WiFi全覆盖，且用户连接简便、上网流畅、体验感强。2、实现景区重点区域的视频监控全覆盖，并支持录像的检索和查看，录像数据存储保留时间应超过30天等。

2015年8月

《关于进一步促进旅游投资和消费的若干意见》

国务院办公厅

到2020年，全国4A级以上景区和智慧乡村旅游试点单位实现免费Wi-Fi（无线局域网）、智能导游、电子讲解、在线预订、信息推送等功能全覆盖，在全国打造1万家智慧景区和智慧旅游乡村。

2014年8月

《关于促进旅游业改革发展的若干意见》

国务院

制定旅游信息化标准，加快智慧景区、智慧旅游企业建设，完善旅游信息服务体系。数据来源：观研天下整理

与此同时，国家为推动文旅产业复苏，开始尝试并探索出“云旅游”模式，通过直播的方式，让观众可以跟随主播的视角，瞬间直达景区的任何角落。未来，“云旅游+景区”将在营销、内容、科技、需求等领域继续完善，推动旅游业态新发展。由此可见，疫前推动我国智慧景区行业发展渐加速。

疫情下“云旅游+景区”旅游模式相关内容数据来源：观研天下整理

根据观研报告网发布的《2021年中国智慧景区市场分析报告-市场运营现状与发展趋势研究》显示。随着社会发展，移动设备普及加之高速移动通信覆盖率不断扩大，游客对于智慧景区的服务需求也逐渐增加，比如有69.5%的旅客希望景区提供快速入园的需求，以达到减少排队时间；57.2%的旅客希望景区提供无线网络的服务。

我国游客希望景区提供的服务数据来源：观研天下整理

与此同时，门票在线预订额稳步增长，有望成为出游新习惯，届时对智慧景区行业需求上升。目前，完善的智能预约门票在线预订系统不仅可以实现快速入园还能帮助景区实时监控门票预订数量，实时监测景区入园人数，并且根据实际在园人数做出适当调整。

根据观研报告网发布的资料显示，我国景区门票线上交易额从2015年的72.4亿元上涨至2019年的288.8亿元，年均复合增速为31.88%，同时在线景区门票渗透率不到20%，上涨空间大。

2015-2019年我国景区门票在线交易额及线上渗透率情况数据来源：观研天下整理（WYD）

中国报告网是观研天下集团旗下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。《2021年中国智慧景区市场分析报告-市场运营现状与发展趋势研究》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年中国智慧景区行业发展概述

第一节 智慧景区行业发展情况概述

- 一、智慧景区行业相关定义
- 二、智慧景区行业基本情况介绍
- 三、智慧景区行业发展特点分析
- 四、智慧景区行业经营模式
 - 1、生产模式
 - 2、采购模式
 - 3、销售模式
- 五、智慧景区行业需求主体分析

第二节 中国智慧景区行业上下游产业链分析

- 一、产业链模型原理介绍
- 二、智慧景区行业产业链条分析
- 三、产业链运行机制
 - 1、沟通协调机制
 - 2、风险分配机制
 - 3、竞争协调机制
- 四、中国智慧景区行业产业链环节分析
 - 1、上游产业
 - 2、下游产业

第三节 中国智慧景区行业生命周期分析

- 一、智慧景区行业生命周期理论概述
- 二、智慧景区行业所属的生命周期分析

第四节 智慧景区行业经济指标分析

- 一、智慧景区行业的赢利性分析
- 二、智慧景区行业的经济周期分析
- 三、智慧景区行业附加值的提升空间分析

第五节 中国智慧景区行业进入壁垒分析

- 一、智慧景区行业资金壁垒分析
- 二、智慧景区行业技术壁垒分析
- 三、智慧景区行业人才壁垒分析
- 四、智慧景区行业品牌壁垒分析
- 五、智慧景区行业其他壁垒分析

第二章 2017-2020年全球智慧景区行业市场发展现状分析

第一节 全球智慧景区行业发展历程回顾

第二节 全球智慧景区行业市场区域分布情况

第三节 亚洲智慧景区行业地区市场分析

- 一、亚洲智慧景区行业市场现状分析
- 二、亚洲智慧景区行业市场规模与市场需求分析
- 三、亚洲智慧景区行业市场前景分析

第四节 北美智慧景区行业地区市场分析

- 一、北美智慧景区行业市场现状分析
- 二、北美智慧景区行业市场规模与市场需求分析
- 三、北美智慧景区行业市场前景分析

第五节 欧洲智慧景区行业地区市场分析

- 一、欧洲智慧景区行业市场现状分析
- 二、欧洲智慧景区行业市场规模与市场需求分析
- 三、欧洲智慧景区行业市场前景分析

第六节 2021-2026年世界智慧景区行业分布走势预测

第七节 2021-2026年全球智慧景区行业市场规模预测

第三章 中国智慧景区产业发展环境分析

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、全社会消费品智慧景区总额
- 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 中国智慧景区行业政策环境分析

一、行业监管体制现状

二、行业主要政策法规

第三节 中国智慧景区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 中国智慧景区行业运行情况

第一节 中国智慧景区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 中国智慧景区行业市场规模分析

第三节 中国智慧景区行业供应情况分析

第四节 中国智慧景区行业需求情况分析

第五节 我国智慧景区行业细分市场分析

一、细分市场一

二、细分市场二

三、其它细分市场

第六节 中国智慧景区行业供需平衡分析

第七节 中国智慧景区行业发展趋势分析

第五章 中国智慧景区所属行业运行数据监测

第一节 中国智慧景区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 中国智慧景区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 中国智慧景区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年中国智慧景区市场格局分析

第一节 中国智慧景区行业竞争现状分析

- 一、中国智慧景区行业竞争情况分析
- 二、中国智慧景区行业主要品牌分析

第二节 中国智慧景区行业集中度分析

- 一、中国智慧景区行业市场集中度影响因素分析
- 二、中国智慧景区行业市场集中度分析

第三节 中国智慧景区行业存在的问题

第四节 中国智慧景区行业解决问题的策略分析

第五节 中国智慧景区行业钻石模型分析

- 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年中国智慧景区行业需求特点与动态分析

第一节 中国智慧景区行业消费市场动态情况

第二节 中国智慧景区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 智慧景区行业成本结构分析

第四节 智慧景区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 中国智慧景区行业价格现状分析

第六节 中国智慧景区行业平均价格走势预测

- 一、中国智慧景区行业价格影响因素
- 二、中国智慧景区行业平均价格走势预测
- 三、中国智慧景区行业平均价格增速预测

第八章 2017-2020年中国智慧景区行业区域市场现状分析

第一节 中国智慧景区行业区域市场规模分布

第二节 中国华东地区智慧景区市场分析

- 一、华东地区概述
- 二、华东地区经济环境分析
- 三、华东地区智慧景区市场规模分析
- 四、华东地区智慧景区市场规模预测

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、华中地区智慧景区市场规模分析
- 四、华中地区智慧景区市场规模预测

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、华南地区智慧景区市场规模分析
- 四、华南地区智慧景区市场规模预测

第九章 2017-2020年中国智慧景区行业竞争情况

第一节 中国智慧景区行业竞争结构分析（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 中国智慧景区行业SCP分析

- 一、理论介绍
- 二、SCP范式
- 三、SCP分析框架

第三节 中国智慧景区行业竞争环境分析（PEST）

- 一、政策环境
- 二、经济环境
- 三、社会环境
- 四、技术环境

第十章 智慧景区行业企业分析（随数据更新有调整）

第一节 企业

- 一、企业概况
- 二、主营产品
- 三、运营情况
- 1、主要经济指标情况
- 2、企业盈利能力分析
- 3、企业偿债能力分析
- 4、企业运营能力分析
- 5、企业成长能力分析
- 四、公司优劣势分析

第二节 企业

- 一、企业概况
- 二、主营产品
- 三、运营情况
- 四、公司优劣势分析

第三节 企业

- 一、企业概况
- 二、主营产品
- 三、运营情况
- 四、公司优劣势分析

第四节 企业

- 一、企业概况
- 二、主营产品
- 三、运营情况
- 四、公司优劣势分析

第五节 企业

- 一、企业概况
- 二、主营产品
- 三、运营情况

四、公司优劣势分析

第十一章 2021-2026年中国智慧景区行业发展前景分析与预测

第一节 中国智慧景区行业未来发展前景分析

一、智慧景区行业国内投资环境分析

二、中国智慧景区行业市场机会分析

三、中国智慧景区行业投资增速预测

第二节 中国智慧景区行业未来发展趋势预测

第三节 中国智慧景区行业市场发展预测

一、中国智慧景区行业市场规模预测

二、中国智慧景区行业市场规模增速预测

三、中国智慧景区行业产值规模预测

四、中国智慧景区行业产值增速预测

五、中国智慧景区行业供需情况预测

第四节 中国智慧景区行业盈利走势预测

一、中国智慧景区行业毛利润同比增速预测

二、中国智慧景区行业利润总额同比增速预测

第十二章 2021-2026年中国智慧景区行业投资风险与营销分析

第一节 智慧景区行业投资风险分析

一、智慧景区行业政策风险分析

二、智慧景区行业技术风险分析

三、智慧景区行业竞争风险分析

四、智慧景区行业其他风险分析

第二节 智慧景区行业应对策略

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年中国智慧景区行业发展战略及规划建议

第一节 中国智慧景区行业品牌战略分析

一、智慧景区企业品牌的重要性

二、智慧景区企业实施品牌战略的意义

三、智慧景区企业品牌的现状分析

四、智慧景区企业的品牌战略

五、智慧景区品牌战略管理的策略

第二节 中国智慧景区行业市场重点客户战略实施

- 一、实施重点客户战略的必要性
- 二、合理确立重点客户
- 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 中国智慧景区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

第四节 智慧景区行业竞争力提升策略

- 一、智慧景区行业产品差异性策略
- 二、智慧景区行业个性化服务策略
- 三、智慧景区行业的促销宣传策略
- 四、智慧景区行业信息智能化策略
- 五、智慧景区行业品牌化建设策略
- 六、智慧景区行业专业化治理策略

第十四章 2021-2026年中国智慧景区行业发展策略及投资建议

第一节 中国智慧景区行业产品策略分析

- 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 中国智慧景区行业营销渠道策略

- 一、智慧景区行业渠道选择策略
- 二、智慧景区行业营销策略

第三节 中国智慧景区行业价格策略

第四节 观研天下行业分析师投资建议

- 一、中国智慧景区行业重点投资区域分析
- 二、中国智慧景区行业重点投资产品分析

图表详见正文

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/lvyou/537750537750.html>