



艾凯咨询
ICAN Consulting

2015-2020年中国智慧旅游产业 运营态势及投资策略报告

一、调研说明

《2015-2020年中国智慧旅游产业运营态势及投资策略报告》是艾凯咨询集团经过数月的周密调研，结合国家统计局，行业协会，工商，税务海关等相关数据，由行业内知名专家撰写而成。报告意于成为从事本行业人士经营及投资提供参考的重要依据。

报告主要可分为四大部分，首先，报告对本行业的特征及国内外市场环境进行描述；其次，是本行业的上下游产业链，市场供需状况及竞争格局从宏观到细致的详尽剖析，接着报告中列出数家该行业的重点企业，分析相关经营数据；最后，对该行业未来的发展前景，投资风险给出指导建议。相信该份报告对您把握市场脉搏，知悉竞争对手，进行战略投资具有重要帮助。

官方网址：<https://www.icandata.com/view/248337.html>

报告价格： 纸介版9000元 电子版9000元 纸介版+电子版9200元

订购电话： 400-700-0142 010-80392465

电子邮箱： sales@icandata.com

联系人： 刘老师

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、摘要、目录、图表

第1章：中国智慧旅游发展综述21

211.1 智慧旅游行业概述 21

1.1.1 智慧旅游定义简析 21

(1) 智慧旅游定义 21

(2) 智慧旅游功能描述 21

(3) 智慧旅游发展路径 22

1.1.2 智慧旅游表现形式 23

1.1.3 智慧旅游业务内容 23

1.1.4 智慧旅游参与主体 24

1.1.5 智慧旅游、数字旅游及虚拟旅游的区别 25

1.2 中国智慧旅游发展环境分析 26

1.2.1 政策环境分析 26

1.2.2 经济环境分析 28

(1) 宏观经济运行情况 28

(2) 宏观经济走势预测 28

(3) 宏观经济对旅游业的影响 29

1.2.3 消费环境分析 30

(1) 居民收入情况 30

(2) 居民收入对旅游业的影响 31

1.2.4 社会环境分析 32

(1) 假日制度影响分析 32

(2) 人口年龄结构分析 33

(3) 社会结构分析 34

1.2.5 技术环境分析 35

(1) 信息技术发展情况 35

(2) 智慧旅游技术发展情况 36

1.2.6 中国智慧旅游发展机遇与威胁分析 37

第2章：中国智慧旅游发展基础与载体 39

2.1 中国智慧旅游发展基础分析 39

2.1.1 中国旅游资源基础 39

(1) 旅游景区基本情况	39
(2) 旅游景区结构特征	40
2.1.2 中国旅游消费基础	40
(1) 国内旅游消费情况	40
(2) 入境旅游消费情况	42
2.1.3 交通运输基础	43
(1) 铁路运输业发展情况	43
(2) 公路运输业发展情况	44
(3) 港口运输业发展情况	45
(4) 航空运输业发展情况	46
2.1.4 住宿餐饮基础	48
2.1.5 酒店业发展基础	49
(1) 酒店数量规模	49
(2) 酒店星级构成	49
(3) 酒店收入规模	50
(4) 酒店品牌格局	50
2.1.6 旅行社发展基础	53
(1) 旅行社发展规模	53
(2) 旅行社区域格局	54
(3) 旅行社经营情况	55
2.2 中国智慧旅游应用载体分析	56
2.2.1 智能终端普及度	56
(1) 移动网络设备普及度	56
(2) 移动网络普及程度	57
2.2.2 智能手机发展分析	58
(1) 智能手机市场现状分析	58
(2) 智能手机市场趋势预测	64
2.2.3 平板电脑发展分析	65
(1) 平板电脑市场现状分析	65
(2) 平板电脑主流厂商分析	70
2.2.4 超极本发展分析	72
(1) 超极本市场现状分析	72

(2) 超极本主流厂商分析 75

第3章：中国智慧旅游发展现状分析 78

3.1 企业主导的智慧旅游发展情况 78

3.1.1 中国旅游电子商务发展情况 78

(1) 旅游网站数量规模 78

(2) 旅游商务用户规模 79

(3) 在线旅游市场规模 80

(4) 在线旅游渗透率分析 80

3.1.2 景区景点电子商务发展情况 81

(1) 黄山景区电子商务发展情况 81

(2) 清江画廊电子商务发展情况 82

(3) 云台山电子商务发展情况 83

(4) 颐和园电子商务发展情况 83

(5) 青城山-都江堰电子商务发展情况 84

3.1.3 旅游网站景区业务发展情况 84

(1) 同程网景区业务发展情况 84

(2) 通用旅游网景区业务发展情况 85

(3) 驴妈妈网景区业务发展情况 86

3.1.4 旅游酒店电子商务发展情况 87

(1) 旅游酒店的信息化建设 87

(2) 旅游酒店网络营销模式 88

(3) 旅游酒店网络营销现存问题 88

(4) 旅游酒店电子商务发展对策 89

3.2 政府主导的智慧旅游发展情况 90

3.2.1 旅游行业管理信息化建设情况 90

(1) 旅游信息化建设投入 90

(2) 旅游信息化部门设立 91

3.2.2 智慧旅游政务体系分析 92

(1) 旅游咨询服务体系建设分析 92

1) 旅游咨询中心 92

2) 旅游服务热线 92

(2) 旅游网络信息体系建设分析 93

(3) 旅游公共标识体系建设分析 93

3.3 景区主导的智慧景区发展情况 93

3.3.1 智慧景区内涵简析 93

3.3.2 智慧景区系统构成 94

3.3.3 智慧景区发展现状 95

3.3.4 智慧景区建设路径 96

(1) 建设原则 96

(2) 建设路径 97

第4章：重点城市智慧旅游发展态势与前景 100

4.1 重点城市智慧旅游发展概况 100

4.1.1 智慧旅游试点城市 100

4.1.2 重点地区智慧旅游建设方案 100

4.2 北部城市智慧旅游发展分析 101

4.2.1 北京智慧旅游发展分析 101

(1) 智慧旅游发展基础分析 101

1) 旅游消费基础 101

2) 旅游资源基础 103

3) 旅游住宿基础 103

(2) 智慧旅游发展现状分析 105

1) 北京市智慧旅游发展总况 105

2) 北京市智慧旅游顶层设计 105

3) 北京十渡智慧景区建设 106

4) 北京旅游网 106

(3) 智慧旅游发展前景分析 106

1) 智慧旅游政策支持 106

2) 智慧旅游发展规划 107

4.2.2 天津智慧旅游发展分析 108

(1) 智慧旅游发展基础分析 108

1) 旅游消费基础 108

2) 旅游住宿基础 109

(2) 智慧旅游发展现状分析 109

1) 天津旅游云数据中心 110

- 2) 天津智慧旅游网站群 110
- 3) 天津旅游移动智慧门户 110
- 4) 12301旅游服务热线 110
- 5) 京津冀旅游一卡通 111
- 6) 人工咨询网点智能管理与信息查询系统 111
- 7) 城市旅游地理信息展示终端 111
- 8) 开通天津旅游微博群 111
- 9) 行业管理系统覆盖面广,大幅提升管理效率 111
- 10) 各区县和旅游企业积极投入智慧旅游建设 111
- (3) 智慧旅游发展前景分析 112
 - 1) 智慧旅游政策支持 112
 - 2) 智慧旅游发展规划 112
- 4.2.3 大连智慧旅游发展分析 113
 - (1) 智慧旅游发展基础分析 113
 - (2) 智慧旅游发展现状分析 113
 - 1) "i慧游"大连智慧旅游平台 114
 - 2) 大连智能乡村旅游信息化工程 114
 - 3) 大连智慧旅游产业园区 114
 - (3) 智慧旅游发展前景分析 115
- 4.3 南部城市智慧旅游发展分析 115
 - 4.3.1 武汉智慧旅游发展分析 115
 - (1) 智慧旅游发展基础分析 115
 - 1) 旅游消费基础 115
 - 2) 旅游住宿基础 116
 - (2) 智慧旅游发展现状分析 117
 - 1) 旅游景区智慧建设 117
 - 2) 武汉移动"指尖智慧旅游" 117
 - 3) 武汉"智慧旅游"APP软件 117
 - (3) 智慧旅游发展规划分析 118
 - 1) 智慧旅游政策支持 118
 - 2) 智慧旅游发展规划 119
 - 4.3.2 成都智慧旅游发展分析 120

- (1) 智慧旅游发展基础分析 120
 - 1) 旅游消费基础 120
 - 2) 旅游住宿基础 120
 - (2) 智慧旅游发展现状分析 121
 - 1) "成都旅游一点通" 121
 - 2) "成都智慧旅游数据中心" 122
 - (3) 智慧旅游发展前景分析 123
- #### 4.3.3 杭州智慧旅游发展分析 123
- (1) 智慧旅游发展基础分析 123
 - 1) 旅游消费基础 123
 - 2) 旅游资源基础 124
 - 3) 旅游住宿基础 124
 - (2) 智慧旅游发展现状分析 126
 - (3) 智慧旅游发展前景分析 126
- #### 4.3.4 宁波智慧旅游发展分析 126
- (1) 智慧旅游发展基础分析 126
 - 1) 旅游消费基础 126
 - 2) 旅游配套基础 127
 - (2) 智慧旅游发展现状分析 127
 - 1) 智慧景区发展情况 127
 - 2) "虚拟旅游社区" 127
 - 3) "旅游一卡通" 128
 - 4) "电子旅游顾问" 128
 - (3) 智慧旅游发展前景分析 128
- #### 4.3.5 南京智慧旅游发展分析 128
- (1) 智慧旅游发展基础分析 128
 - 1) 旅游消费基础 128
 - 2) 旅游资源基础 129
 - 3) 旅游住宿基础 129
 - (2) 智慧旅游发展现状分析 130
 - 1) "南京游客助手" 130
 - 2) "新型游客体验终端" 131

- 3) "乡村旅游营销平台" 131
- 4) "旅游执法e通"系统 131
- 5) "智慧景区"试点 131
- 6) 智慧旅游中央管理平台 131
- 7) "智慧旅游"电子商务平台 132
- 8) 《漫游南京》交互式漫画 132
- (3) 智慧旅游发展前景分析 132
 - 1) 智慧旅游政策支持 132
 - 2) 智慧旅游发展规划 133
- 4.3.6 苏州智慧旅游发展分析 133
 - (1) 智慧旅游发展基础分析 133
 - 1) 旅游消费基础 133
 - 2) 旅游资源基础 134
 - 3) 旅游住宿基础 134
 - (2) 智慧旅游发展现状分析 134
 - 1) 苏州"智慧旅游"首批项目 134
 - 2) 苏州智慧旅游发展特点 134
 - (3) 智慧旅游发展规划分析 135
 - 1) 智慧旅游政策支持 135
 - 2) 智慧旅游发展规划 135
- 4.3.7 广州智慧旅游发展分析 136
 - (1) 智慧旅游发展基础分析 136
 - 1) 旅游消费基础 136
 - 2) 旅游资源基础 136
 - 3) 旅游住宿基础 137
 - (2) 智慧旅游发展现状分析 138
 - 1) 景区智慧旅游快速服务通道 138
 - 2) 广州生态亲子游绿卡 138
 - (3) 智慧旅游发展前景分析 139
- 4.3.8 厦门智慧旅游发展分析 139
 - (1) 智慧旅游发展基础分析 139
 - 1) 旅游消费基础 139

2) 旅游住宿基础	140
(2) 智慧旅游发展现状分析	141
1) "海西旅游网"	141
2) "闽南旅游一卡通"	141
3) "厦门旅游触摸屏"	142
4) "两个系统"示范工程	142
(3) 智慧旅游发展前景分析	142
4.4 重点城市智慧旅游经验总结	143
4.4.1 城市智慧旅游发展具有三大特点	143
4.4.2 城市智慧旅游发展需要体制保障	143
4.4.3 城市智慧旅游需要全社会参与	143
4.4.4 城市智慧旅游发展应因地制宜	144
第5章：国外智慧旅游发展态势与经验借鉴	145
5.1 国外智慧旅游发展态势分析	145
5.1.1 美国智慧旅游发展情况	145
(1) 波特兰智慧旅游发展分析	145
1) 智慧公交	145
2) 自助导航	146
(2) IBM的智慧酒店	146
(3) 美国的虚拟旅游	147
(4) Steamboat滑雪场Mountain Watch	147
5.1.2 澳大利亚智慧旅游发展情况	147
(1) 绿心智慧城市计划	147
(2) 智慧交通发展情况	147
5.1.3 韩国智慧旅游发展情况	148
(1) 智慧旅游工程：指尖上的首尔	148
(2) "I Tour Seoul"智慧旅游服务系统	148
5.1.4 新加坡智慧旅游发展情况	148
(1) 新加坡旅游业发展情况	148
(2) 新加坡智慧旅游发展情况	149
1) 智慧旅游计划	149
2) 智慧旅游应用项目	149

5.1.5 其他国家智慧旅游发展情况 150

(1) 比利时"标识都市"项目 150

(2) 英德"智能导游"软件 150

5.2 国外智慧旅游发展经验借鉴 151

5.2.1 智慧旅游商务模式借鉴 151

(1) Priceline模式 151

(2) HomeAway模式 151

(3) TripIt模式 151

5.2.2 智慧旅游分销系统借鉴 152

5.2.3 智慧旅游定位系统借鉴 152

第6章：智慧旅游行业领先企业经营实践分析 154

6.1 智慧旅游行业主要企业概述 154

6.2 传统旅游企业智慧运营实践分析 154

6.2.1 中青旅控股股份有限公司 154

(1) 企业发展简况分析 154

(2) 企业经营情况分析 155

1) 主要经济指标分析 155

2) 企业盈利能力分析 156

3) 企业运营能力分析 156

4) 企业偿债能力分析 157

5) 企业发展能力分析 157

(3) 企业智慧运营实践 158

(4) 企业发展优劣势分析 158

(5) 企业最新发展动向 159

6.2.2 中国国旅股份有限公司 159

(1) 企业发展简况分析 159

(2) 企业经营情况分析 160

1) 企业盈利能力分析 161

2) 企业运营能力分析 162

3) 企业偿债能力分析 162

4) 企业发展能力分析 162

(3) 企业智慧运营实践 163

(4) 企业发展优劣势分析 163

(5) 企业最新发展动向 164

6.2.3 香港中旅国际投资有限公司 164

(1) 企业发展简况分析 164

(2) 企业经营情况分析 165

1) 主要经济指标分析 165

2) 企业盈利能力分析 166

3) 企业运营能力分析 166

4) 企业偿债能力分析 166

5) 企业发展能力分析 167

(3) 企业智慧运营实践 167

(4) 企业发展优劣势分析 168

(5) 企业最新发展动向 168

6.2.4 深圳华侨城股份有限公司 168

(1) 企业发展简况分析 168

(2) 企业经营情况分析 170

1) 主要经济指标分析 170

2) 企业盈利能力分析 170

3) 企业运营能力分析 171

4) 企业偿债能力分析 171

5) 企业发展能力分析 172

(3) 企业智慧运营实践 172

(4) 企业发展优劣势分析 173

(5) 企业投资兼并与重组分析 173

(6) 企业最新发展动向 173

6.3 信息化企业智慧旅游实践分析 193

6.3.1 深圳市远望谷信息技术股份有限公司 193

(1) 企业发展简况分析 193

(2) 企业经营情况分析 195

1) 主要经济指标分析 195

2) 企业盈利能力分析 195

3) 企业运营能力分析 196

- 4) 企业偿债能力分析 196
- 5) 企业发展能力分析 197
- (3) 企业智慧旅游产品与服务 197
- (4) 企业发展优劣势分析 198
- (5) 企业投资兼并与重组分析 198
- (6) 企业最新发展动向 199
- 6.3.2 北京华胜天成科技股份有限公司 199
 - (1) 企业发展简况分析 199
 - (2) 企业经营情况分析 200
 - 1) 主要经济指标分析 200
 - 2) 企业盈利能力分析 201
 - 3) 企业运营能力分析 201
 - 4) 企业偿债能力分析 202
 - 5) 企业发展能力分析 202
 - (3) 企业智慧旅游产品与服务 203
 - (4) 企业发展优劣势分析 203
 - (5) 企业最新发展动向 204
- 6.3.3 大唐电信科技股份有限公司 204
 - (1) 企业发展简况分析 204
 - (2) 企业经营情况分析 206
 - 1) 主要经济指标分析 206
 - 2) 企业盈利能力分析 206
 - 3) 企业运营能力分析 207
 - 4) 企业偿债能力分析 207
 - 5) 企业发展能力分析 208
 - (3) 企业智慧旅游产品与服务 208
 - (4) 企业发展优劣势分析 208
 - (5) 企业投资兼并与重组分析 209
 - (6) 企业最新发展动向 209
- 6.3.4 银江股份有限公司 210
 - (1) 企业发展简况分析 210
 - (2) 企业经营情况分析 211

1) 主要经济指标分析	211
2) 企业盈利能力分析	211
3) 企业运营能力分析	212
4) 企业偿债能力分析	212
5) 企业发展能力分析	213
(3) 企业智慧旅游产品与服务	213
(4) 企业发展优劣势分析	215
(5) 企业最新发展动向	215
6.4 智慧旅游企业发展情况分析	231
6.4.1 湖南三英特旅游智能技术有限公司	231
(1) 企业发展简况分析	231
(2) 企业经营情况分析	231
(3) 企业智慧旅游产品与服务	232
(4) 企业发展优劣势分析	234
(5) 企业最新发展动向	234
6.4.2 杭州天迈网络有限公司	234
(1) 企业发展简况分析	234
(2) 企业智慧旅游产品与服务	235
(3) 企业发展优劣势分析	237
第7章：中国智慧旅游发展前景与路径分析	253
7.1 智慧旅游发展前景分析	253
7.1.1 旅游业景气度预测	253
(1) 旅游人数将加速增长	253
(2) 人均旅游花费将持续增长	253
(3) 居民旅游消费倾向将提升	254
7.1.2 智慧旅游发展趋势分析	254
(1) 实现旅游管理方式的转变	255
(2) 实现旅游营销方式的多样化	255
7.1.3 智慧旅游发展前景预测	255
(1) 智慧旅游应用前景	255
(2) 旅游电子商务前景	255
7.2 智慧旅游投资机会与发展建议	256

7.2.1 智慧旅游核心价值 256

(1) 科技创新价值 256

(2) 产业支撑价值 256

(3) 经济贡献价值 257

(4) 社会拉动价值 257

7.2.2 智慧旅游投资机会 257

(1) 平台运营商投资机会 257

(2) 信息化企业投资机会 257

(3) 智慧旅游企业投资机会 258

7.2.3 智慧旅游发展建议 258

图表目录：

图表1：智慧旅游示意图 21

图表2：智慧旅游功能概述 22

图表3：智慧旅游发展路径简析 22

图表4：智慧旅游表现形式简析 23

图表5：智慧旅游业务系统简图 23

图表6：智慧旅游、数字旅游及虚拟旅游的区别简析 25

图表7："十二五"期间旅游信息化重点建设任务简析 26

图表8："智慧旅游示范工程"示范重点简析 27

图表9：2005-2014年中国国内生产总值及其增长速度（单位：亿元，%） 28

图表10：2014年中国经济预测（单位：%） 29

图表11：2008-2014年中国GDP增速与旅游行业总收入增速对比图（单位：%） 29

图表12：2008-2014年我国城镇居民人均可支配收入及其变化趋势（单位：元，%） 30

图表13：2008-2014年我国农村居民纯收入及其变化趋势（单位：元，%） 31

图表14：1999年以来国内旅游收入增速与名义GDP增速的关系图（单位：%） 31

图表15：1994年以来人均GDP与居民出游率相关性（单位：元，次） 32

图表16：近年人均GDP与居民出游率的线性拟合图（单位：元，次） 32

图表17：2014年中国法定节假日安排 33

图表18：中国人口年龄结构表（单位：万人，%） 33

图表19：中国人口年龄结构图（单位：%） 33

图表20：中国人口年龄结构变化趋势（单位：%） 34

图表21：中国目前"金字塔型"社会结构具体表现	34
图表22：信息技术对智慧旅游的影响简析	35
图表23：智慧旅游相关专利情况	36
图表24：中国智慧旅游行业发展机遇分析	37
图表25：中国智慧旅游行业发展威胁分析	37
图表26：中国旅游景区分类情况	39
图表27：中国旅游景区构成情况（单位：家，%）	40
图表28：2005-2014年中国国内旅游人数（单位：亿人次，%）	41
图表29：2006-2014年中国国内旅游收入（单位：亿元，%）	41
图表30：2006-2014年中国国内旅游人均花费及增长率（单位：元，%）	42
图表31：2014年中国入境旅游接待人数（单位：万人次，%）	42
图表32：2014年中国入境旅游外汇收入（单位：亿美元，%）	43
图表33：2011-2014年全国铁路旅客运输量及同比增速（单位：万人，%）	43
图表34："十二五"期间中国公路投资建设情况（单位：亿元，万公里，%）	44
图表35：2011-2014年全国公路旅客运输量及同比增速（单位：万人，%）	45
图表36：2011-2014年我国港口旅客吞吐量及同比增速（单位：万人，%）	46
图表37：2011-2014年我国民航旅客运输量及同比增速（单位：万人，%）	47
图表38：2011-2014年我国民航旅客周转量及同比增速（单位：亿人公里，%）	47
图表39：2005-2014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：%）	48
图表40：2001-2014年中国住宿和餐饮业零售额占社会消费品零售总额比重（单位：%）	48
图表41：2006-2014年中国星级酒店数及增速（单位：家，%）	49
图表42：截至2014年第三季度中国星级酒店类型结构（单位：%）	49
图表43：2005-2014年中国星级酒店营业收入及增速（单位：亿元，%）	50
图表44：2014年9月国内高端酒店品牌排名	51
图表45：2014年9月国内经济型酒店品牌排名	51
图表46：2014年9月国内中档酒店品牌排名	52
图表47：2002年以来中国旅行社数量规模及增长情况（单位：家，%）	53
图表48：全国旅行社区域分布（单位：家）	54
图表49：2002年以来全国旅行社旅游业务营业收入总额（单位：亿元，%）	55
图表50：2011-2014年中国网民上网设备使用情况对比（单位：%）	57
图表51：截至2014年9月中国三大运营商3G用户总数（单位：万户）	57

图表52：2011-2014年中国智能手机用户规模发展情况（单位：亿，%） 58

图表53：2014-2020年中国智能手机出货量及预测（单位：部） 58

图表54：2011-2014年中国智能手机市场销量情况（单位：亿，%） 59

图表55：2014年中国智能手机市场品牌关注比例分布（单位：%） 60

图表56：2011-2014年中国智能手机市场品牌关注比例对比（单位：%） 60

图表57：2014年中国智能手机市场十五大产品关注排名（单位：%） 61

图表58：2014年中国智能手机市场不同价格段产品关注比例分布（单位：%） 61

图表59：2014年1-9月中国智能手机市场价格指数走势 62

图表60：2014年1-9月中国智能手机市场平均价格走势（单位：元） 63

图表61：2014年Q1-Q4中国智能手机市场不同操作系统产品关注比例走势（单位：%） 63

图表62：2014年Q1-Q4中国智能手机市场主流屏幕尺寸产品关注比例走势（单位：%） 64

图表63：中国智能手机市场发展趋势预测 64

图表64：2014-2020年全球平板电脑出货量渗透率及预测（单位：%） 65

图表65：2011-2014年我国平板电脑销量及增长率（单位：万台，%） 66

图表66：2014年中国平板电脑市场品牌关注比例分布（单位：%） 67

图表67：2011-2014年中国平板电脑市场品牌关注比例对比（单位：%） 67

图表68：2014年中国平板电脑产品价格段关注比例分布（单位：%） 68

图表69：2014年Q1-Q4平板电脑市场主流价格段产品关注比例走势（单位：%） 69

图表70：2014年中国平板电脑产品操作系统关注比例分布（单位：%） 69

图表71：2014年中国平板电脑产品屏幕尺寸关注比例分布（单位：%） 70

图表72：2014年Q1-Q4中国平板电脑市场主流品牌关注比例走势（单位：%） 70

图表73：2014年中国平板电脑市场主流品牌市售产品数量对比（单位：款） 71

图表74：2014年中国平板电脑市场主流品牌单品关注率对比（单位：%） 71

图表75：2014年中国超极本市场品牌关注比例分布（单位：%） 72

图表76：2014年Q1-Q4中国超极本市场品牌关注排名对比 73

图表77：2014年中国超极本产品价格段关注比例分布（单位：%） 73

图表78：2014年Q1-Q4中国超极本产品主流价格段关注比例走势（单位：%） 74

图表79：2014年中国超极本产品处理器关注比例排行（单位：%） 75

图表80：2014年中国超极本产品屏幕尺寸关注比例分布（单位：%） 75

图表81：2014年Q1-Q4中国超极本市场主流品牌关注比例走势（单位：%） 76

图表82：2014年中国超极本市场主流品牌市售产品数量对比（单位：款） 76

图表83：2014年中国超极本市场主流品牌单品关注率对比（单位：%） 77

图表84：2006-2014年中国网站数量变化（单位：万个） 78

图表85：2011-2014年中国旅行预订用户数及使用率（单位：万人，%） 79

图表86：2014年中国网民各类旅行预订服务使用率（单位：%） 79

图表87：2008-2014年我国在线旅游行业市场规模及增长率（单位：亿元，%） 80

图表88：2008-2014年我国在线旅游行业市场渗透率（单位：%） 81

图表89：2014-2020年我国在线旅游行业市场渗透率预测（单位：%） 81

图表90：智慧黄山旅游网的建设内容简析 82

图表91：驴妈妈旅游网景区网络营销前景分析 86

图表92：旅游酒店信息化建设简析 87

图表93：旅游酒店网络营销模式简析 88

图表94：旅游酒店网络营销现存问题简析 88

图表95：旅游酒店电子商务发展对策 89

图表96：2014年中国各地区政府旅游信息化投入情况（单位：%） 90

图表97：2014年中国各地区地市级以上旅游管理信息化部门设立情况（单位：%） 91

图表98：城市智慧旅游政务体系表现形式 92

图表99：旅游咨询服务体系建设路径简析 92

图表100：旅游服务热线建设路径简析 93

图表101：智慧景区内涵简图 94

图表102：智慧景区应用系统构成简图 94

图表103：智慧景区支持系统构成简图 95

图表104：智慧景区基础系统构成简图 95

图表105：智慧景区建设原则简析 96

图表106：智慧景区信息化建设主要内容 97

图表107：智慧景区学习型组织创建内容 98

图表108：第一批和第二批智慧旅游试点城市 100

图表109：我国部分省市智慧旅游发展规划及进展情况 100

图表110：2010-2014年北京市入境旅游人数（单位：万人，%） 102

图表111：2014年北京市入境旅游收入情况（单位：亿美元，美元/人次，美元/人天，%） 102

图表112：2014年北京市国内旅游发展情况（单位：万人次，亿元，元/人次，%） 102

图表113：2014年北京市星级饭店经营情况（单位：万元，%） 103

图表114：2014年北京市星级饭店接待住宿者情况（单位：人次，%） 104

图表115：2014年北京市星级饭店平均房价及出租率（单位：元/间，%） 105

图表116：北京智慧旅游行动计划项目内容 107

图表117：2013-2014年北京市智慧旅游建设目标简析 107

图表118：2014年天津市旅游业发展情况（单位：万人次，亿美元，亿元，%） 108

图表119：2014年Q2-Q4天津市星级酒店运行指标（单位：元/间天，%） 109

图表120：天津市智慧旅游"1369"工程具体建设内容简析 112

图表121：2014年1-9月大连市旅游业发展情况（单位：万人次，亿元，%） 113

图表122：大连市智慧旅游建设进展图示 113

图表123：2014年武汉市旅游业发展情况（单位：万人次，亿美元，亿元，%） 115

图表124：2014年Q2-Q4武汉市星级酒店运行指标（单位：元/间天，%） 116

图表125：武汉市智慧旅游建设主要内容 118

图表126：武汉市智慧旅游"三步走"建设规划简析 119

图表127：2014年成都市旅游业发展情况（单位：万人次，亿美元，亿元，%） 120

图表128：2014年Q2-Q4成都市星级酒店运行指标（单位：元/间天，%） 121

图表129："成都旅游一点通"功能简析 121

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/248337.html>

三、研究方法

- 1、系统分析方法
- 2、比较分析方法
- 3、具体与抽象方法
- 4、分析与综合方法
- 5、归纳与演绎方法
- 6、定性分析与定量分析方法
- 7、预测研究方法

四、数据来源

对行业内相关的专家、厂商、渠道商、业务（销售）人员及客户进行访谈，获取最新的

一手市场资料；

艾凯咨询集团长期监测采集的数据资料；

行业协会、国家统计局、海关总署、国家发改委、工商总局等政府部门和官方机构的数据与资料；

行业公开信息；

行业企业及上、下游企业的季报、年报和其它公开信息；

各类中英文期刊数据库、图书馆、科研院所、高等院校的文献资料；

行业资深专家公开发表的观点；

对行业的重要数据指标进行连续性对比，反映行业发展趋势；

中华人民共和国国家统计局 <http://www.stats.gov.cn>

中华人民共和国国家工商行政管理总局 <http://www.saic.gov.cn>

中华人民共和国海关总署 <http://www.customs.gov.cn>

中华人民共和国商务部 <http://www.mofcom.gov.cn>

中国证券监督管理委员会 <http://www.csrc.gov.cn>

中华人民共和国商务部 <http://www.mofcom.gov.cn>

世界贸易组织 <https://www.wto.org>

联合国统计司 <http://unstats.un.org>

联合国商品贸易统计数据库 <http://comtrade.un.org>

五、关于艾凯咨询网

艾凯咨询网（www.icandata.com）隶属艾凯咨询集团（北京华经艾凯企业咨询有限公司），艾凯咨询集团专注提供大中华区产业经济情报，为企业商业决策赋能，是领先的市场研究报告和竞争情报提供商

艾凯咨询集团为企业专业提供投资咨询报告、深度研究报告、市场调查、统计数据等。艾凯咨询网每天更新大量行业分析报告、图表资料、竞争情报、投资情报等，为用户及时了解迅速变化中的世界和中国市场提供便利，为企业商业决策赋能。

研究力量

高素质的专业的研究分析团队，密切关注市场最新动向。在多个行业，拥有数名经验丰

富的专业分析师。对于特定及专属领域，我们有国内外众多合作研究机构，同时我们聘请数名行业资深专家顾问，帮助客户分清市场现状和趋势，找准市场定位和切入机会，提出合适中肯的建议，帮助客户实现价值，与客户一同成长。

我们的优势

权威机构 艾凯咨询集团二十年深厚行业背景;

数量领先 囊括主流研究报告和权威合作伙伴;

服务齐全 促销、推荐指数、积分、网上支付等;

良好声誉 广泛知名度、满意度，众多新老客户。