

2022-2028年中国互联网+ 工业旅游行业发展趋势与投资策略报告

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

《2022-2028年中国互联网+工业旅游行业发展趋势与投资策略报告》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/202204/287029.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

工业发展史，往往见证一个城市的发展历程，工业遗产资源也因其背后的历史文化而产生独特的吸引力，工业旅游在世界上许多国家已发展成为重要旅游项目。

“当前，欧美、日韩等发达国家均已进入后工业时代，其最明显的特征就是工业经济向服务业经济转型。欧美发达国家有15%以上的大中型工业企业都在开展工业旅游。”国家旅游局局长李金早指出。

20世纪90年代以来，我国也陆续涌现出一批富有特色的工业旅游模式景区。在上海，依托丰富的近代工业资源推出了“沧桑上海——中国百年工业历史探访之旅”的旅游线路；在北京，破旧的电子厂房变成798艺术区，成为艺术家的会聚之地；在江西景德镇，将世上最古老的制瓷生产作业线，从拉坯、画青花，到烧窑等72道工序以“活态”形式展现，供游客观赏和体验。开发工业旅游企业往往需要具备的几个条件

- 1 企业所在城市自身具有良好的经济基础雄厚，交通便利，可达性强。工业旅游发展较好的城市自身往往已经成为旅游城市。
- 2 企业本身有品牌，有知名度。企业整个市场上处于领先地位，企业所生产的产品要么高科技类产品(如卫星发射基地、空客A320、大推力火箭)，要么是公众所关心的，经常接触到的大众化产品(啤酒、汽车等)，能满足游客的求知欲望和好奇心，而对于介于二者中间的生产企业则对游客的吸引力不大。
- 3 企业开展工业旅游与产品生产不发生冲突，所带来的成本增加不大或者开展工业旅游可以帮助企业拓展市场、打造品牌、进行宣传、带来直接或者间接的经济收益。(如青岛啤酒)
- 4 企业出于对商业机密方面的考虑
- 5 企业对于游客安全方面的考虑等等

国家工业旅游示范基地

- 1 山东省烟台张裕葡萄酒文化旅游区（蓝裕文化、酒城之窗、百年大酒窖）
- 2 江苏省苏州隆力奇养生小镇
- 3 福建省漳州片仔癀中药工业园
- 4 内蒙古自治区伊利集团·乳都科技示范园
- 5 云南省天士力帝泊洱生物茶谷
- 6 山西省汾酒文化景区
- 7 新疆生产建设兵团伊帕尔汗薰衣草观光园景区
- 8 黑龙江省齐齐哈尔市中国一重工业旅游区
- 9 辽宁省大连市海盐世界公园
- 10 安徽省合肥市荣事达工业旅游基地

中企顾问网发布的《2022-2028年中国互联网+工业旅游行业发展趋势与投资策略报告》共十五章。首先介绍了中国互联网+工业旅游行业市场发展环境、互联网+工业旅游整体运行态势等，接着分析了中国互联网+工业旅游行业市场运行的现状，然后介绍了互联网+工业旅游市场竞争格局。随后，报告对互联网+工业旅游做了重点企业经营状况分析，最后分析了中国互联网+工业旅游行业发展趋势与投资预测。您若想对互联网+工业旅游产业有个系统的了解或者想投资中国互联网+工业旅游行业，本报告是您不可或缺的重要工具。

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。

报告目录：

第一部分产业环境透视

第一章中国“互联网+工业旅游”行业概述

第一节“互联网+工业旅游”行业概念界定

一、“互联网+”的内涵及意义

1、“互联网+”的内涵

2、“互联网+”的意义

二、“互联网+工业旅游”行业的内涵

第二节中国“互联网+工业旅游”行业发展背景

一、中国“互联网+工业旅游”行业政策背景分析

1、行业管理体制分析

2、行业发展规划分析

3、行业政策动向分析

二、政策环境对行业的影响

第三节中国“互联网+工业旅游”行业经济指标分析

一、盈利性

二、工业增加值

三、产品销售收入

四、产品销售成本

五、产品销售费用

六、产品销售税金及附加

七、管理费用

八、财务费用

九、利润总额

第二章中国“互联网+工业旅游”行业发展环境分析

第一节2015-2019年中国宏观经济环境分析

一、2015-2019年中国经济形势分析

二、2015-2019年消费价格指数分析

三、2015-2019年城乡居民收入分析

第二节中国“互联网+工业旅游”行业技术环境分析

第三节行业政策环境分析

一、行业法律、法规解读

1、《全国工业旅游创新发展三年行动方案

2、《关于促进全域旅游发展的指导意见》

二、国家政策、法规对行业的影响

第四节国外工业旅游发展状况

第二部分行业深度分析

第三章行业产业链分析

第一节行业上游

一、重点上游行业发展现状

二、重点上游行业发展趋势预测

三、行业新动态及其对行业的影响

四、行业竞争状况及其对行业的意义

第二节行业下游行业分析

一、主要下游行业发展现状

二、主要下游行业发展趋势预测

三、行业新动态及其对行业的影响

第三节行业上下游的投资建议

第四章中国“互联网+工业旅游”行业关联行业发展分析

第一节云计算行业现状及发展趋势

一、云计算行业发展现状

二、云计算行业市场规模分析

三、云计算行业市场需求分析

四、云计算技术发展趋势

五、云计算行业的发展对中国“互联网+工业旅游”行业的影响

第二节物联网行业现状及发展趋势

一、物联网行业发展现状与趋势

二、物联网行业市场规模分析

物联网（The Internet of Things，简称IOT）是指通过各种信息传感器、射频识别技术、全球定位系统、红外感应器、激光扫描器等各种装置与技术，实时采集任何需要监控、连接、互动的物体或过程，采集其声、光、热、电、力学、化学、生物、位置等各种需要的信息，通过各类可能的网络接入，实现物与物、物与人的泛在连接，实现对物品和过程的智能化感知、识别和管理。物联网是一个基于互联网、传统电信网等的信息承载体，它让所有能够被独立寻址的普通物理对象形成互联互通的网络物联网市场规模（亿元）

三、物联网行业市场需求分析

四、物联网行业的发展对中国“互联网+工业旅游”行业的影响

第三节通信行业现状及发展趋势

一、通信行业发展现状

二、通信行业市场规模分析

三、通信行业市场需求分析

四、通信行业发展趋势

五、通信行业的发展对中国“互联网+工业旅游”行业的影响

第五章中国“互联网+工业旅游”行业市场前景分析

第一节中国“互联网+工业旅游”行业市场发展现状分析

一、中国“互联网+工业旅游”行业现状

二、中国“互联网+工业旅游”行业市场规模

三、中国“互联网+工业旅游”行业投资切入方式

四、中国“互联网+工业旅游”行业投资规模分析

第二节互联网给工业旅游行业带来的冲击和变革分析

一、互联网时代工业旅游行业大环境变化分析

二、互联网给工业旅游行业带来的突破机遇分析

三、互联网给工业旅游行业带来的挑战分析

四、工业旅游行业目标客户互联网渗透率分析

第三节中国“互联网+工业旅游”行业市场发展前景分析

一、中国“互联网+工业旅游”行业市场增长动力分析

二、中国“互联网+工业旅游”行业市场发展瓶颈剖析

三、中国“互联网+工业旅游”行业市场发展趋势分析

第六章中国互联网行业经营效益分析

第一节2015-2019年互联网行业发展分析

一、2015-2019年互联网行业发展概述

二、2015-2019年互联网行业发展现状

第二节2015-2019年互联网行业规模分析

一、互联网行业企业规模分析

二、互联网行业资产增长分析

三、互联网行业销售收入分析

四、互联网行业利润总额分析

第三节2015-2019年互联网行业经营效益

一、互联网行业偿债能力分析

二、互联网行业盈利能力分析

三、互联网行业成长能力分析

四、互联网行业运营能力分析

第七章中国工业旅游行业经营效益分析

第一节2015-2019年工业旅游行业发展分析

一、2015-2019年工业旅游行业发展概述

二、2015-2019年工业旅游行业发展现状

第二节2015-2019年工业旅游行业规模分析

一、工业旅游行业企业规模分析

二、工业旅游行业资产增长分析

三、工业旅游行业销售收入分析

四、工业旅游行业利润总额分析

第三节2015-2019年工业旅游行业经营效益

一、工业旅游行业偿债能力分析

二、工业旅游行业盈利能力分析

三、工业旅游行业成长能力分析

四、工业旅游行业运营能力分析

第三部分竞争格局分析

第八章中国“互联网+工业旅游”行业竞争分析

第一节中国“互联网+工业旅游”行业参与者结构

第二节中国“互联网+工业旅游”行业竞争者类型

第三节中国“互联网+工业旅游”行业市场占有率

第九章中国“互联网+工业旅游”行业市场竞争格局

第一节市场SWOT分析

一、一线城市

二、二线城市

三、三线城市

第二节行业集中度分析

一、企业集中度分析

二、区域集中度分析

第十章中国“互联网+工业旅游”商业模式创新策略

第一节中国“互联网+工业旅游”行业市场定位创新分析

一、中国工业旅游行业消费者特征分析

二、中国工业旅游行业企业主流的市场定位分析

三、互联网对工业旅游行业市场定位的变革分析

第二节中国“互联网+工业旅游”行业价值主张创新分析

一、中国工业旅游行业主要的客户价值主张要素分析

二、“互联网+工业旅游”行业价值主张创新策略分析

1、工业旅游行业企业如何利用互联网升级产品使用体验

2、工业旅游行业企业如何利用互联网改善个性化服务体验

3、工业旅游行业企业如何利用互联网节约客户成本

第三节中国“互联网+工业旅游”行业渠道通路创新分析

一、中国工业旅游行业渠道通路的主要类别及特点分析

1、价值传递通路的定义及特点

2、产品销售渠道的定义及特点

3、现有渠道通路特点的优势及不足

二、互联网对渠道通路的改造分析

第四部分投资战略研究

第十一章中国工业旅游行业企业电商发展战略及运行模式选择

第一节中国工业旅游行业企业电商战略规划分析

一、工业旅游企业电商如何正确定位

二、工业旅游电商核心业务确定策略

第二节中国工业旅游行业典型电商发展模式总体分析

一、中国电子商务主流模式分析

二、B2B电商模式及其优劣势分析

1、B2B电商模式的特点

2、B2B电商模式的适用范围

3、B2B电商模式的优秀案例

4、B2B电商模式的优劣势

第三节B2C电商模式及其优劣势分析

一、B2C电商模式的特点

二、B2C电商模式的适用范围

三、B2C电商模式的优秀案例

四、B2C电商模式的优劣势

第四节C2C电商模式及其优劣势分析

一、C2C电商模式的特点

二、C2C电商模式的适用范围

三、C2C电商模式的优秀案例

四、C2C电商模式的优劣势

第五节O2O电商模式及其优劣势分析

一、O2O电商模式的特点

二、O2O电商模式的适用范围

三、O2O电商模式的优秀案例

四、O2O电商模式的优劣势

第十二章中国“互联网+工业旅游”行业客户关系创新分析

第一节中国工业旅游行业客户关系的类别及关系成本分析

第二节中国“互联网+工业旅游”行业客户关系创新路径分析

第三节中国“互联网+工业旅游”行业收入来源创新分析

- 一、中国工业旅游行业收入的主要来源渠道及特点
- 二、中国“互联网+工业旅游”行业收入来源的创新分析
- 三、中国“互联网+工业旅游”行业收入来源创新优秀案例
- 第四节中国“互联网+工业旅游”行业合作伙伴创新分析
- 一、中国工业旅游行业主要的合作伙伴及其特点分析
- 二、互联网如何改变工业旅游行业合作伙伴结构

第十三章互联网企业“互联网+工业旅游”投资布局

第一节上海善品网络科技有限公司

- 一、企业基本信息分析
- 二、企业经营情况分析
- 三、企业“互联网+工业旅游”投资布局
- 四、企业“互联网+工业旅游”产品/服务分析
- 五、企业最新发展动向

第二节骑驴（上海）网络科技有限公司

- 一、企业基本信息分析
- 二、企业“互联网+工业旅游”投资布局
- 三、企业“互联网+工业旅游”产品/服务分析

第三节北京博石创新科技有限公司

- 一、企业基本信息分析
- 二、企业“互联网+工业旅游”投资布局
- 三、企业“互联网+工业旅游”产品/服务分析

第十四章中国“互联网+工业旅游”行业市场投融资机会与风险控制策略

第一节行业发展机会

- 一、行业前景分析
- 二、行业潜力分析
- 三、行业发展趋势分析

第二节影响行业发展的主要因素

- 一、2015-2019年影响行业运行的有利因素
- 二、2015-2019年影响行业运行的不利因素
- 三、2015-2019年我国行业发展面临的挑战

四、2015-2019年我国行业发展面临的机遇

第三节行业投资风险及控制策略分析

一、2022-2028年行业市场风险及控制策略

1、市场风险的含义

2、市场风险的防范

二、2022-2028年行业政策风险及控制策略

1、政策风险的分类

2、政策风险管理

三、2022-2028年行业经营风险及控制策略

1、经营风险的含义

2、经营风险的防范

四、2022-2028年行业技术

风险及控制策略

1、技术风险的种类

2、技术风险防范

五、2022-2028年同业竞争风险及控制策略

1、竞争风险的含义

2、竞争风险的防范

六、其他风险分析

第十五章中国“互联网+工业旅游”行业市场投资建议（ ）

第一节“互联网+工业旅游”行业投资壁垒分析

一、品牌壁垒

二、会员积累壁垒

三、数据和技术壁垒

第二节“互联网+工业旅游”行业投资模式分析

第三节产业融合下工业旅游的发展投资 （ ）

第四节行业发展建议

附录

《全国工业旅游创新发展三年行动方案》

《关于促进全域旅游发展的指导意见》

图表目录

图表：2015-2019年国内生产总值及其增长速度

图表：2015-2019年国内生产总值及其增长速度

图表：2015-2019年居民消费价格月度涨跌幅度

图表：2015-2019年全国居民人均可支配收入及其增长速度

图表：2022-2028年中国在线旅游OTA市场营收规模预测

图表：2015-2019年云计算行业市场规模分析

图表：智慧旅游的组成

图表：智慧旅游云的组合平台架构

图表：2015-2019年国内运营商NB-IOT部署进展

图表：物联网产业链

图表：2022-2028年NB-IOT模组数量预测（单位：万个） 36

图表：2015-2019年物联网行业市场规模分析

图表：2015-2019年通信行业市场规模分析

图表：全球朱格拉周期

图表：中国朱格拉周期

图表：美国5G部署时间表

图表：2015-2019年“互联网+工业旅游”行业市场规模分析

图表：2015-2019年互联网行业投资规模分析

图表：2015-2019年互联网行业企业规模分析

图表：2015-2019年互联网行业资产增长分析

图表：2015-2019年互联网行业销售收入分析

图表：2015-2019年互联网行业利润总额分析

图表：2015-2019年互联网行业偿债能力分析

图表：2015-2019年互联网行业盈利能力分析

图表：2015-2019年互联网行业成长能力分析

图表：2015-2019年互联网行业运营能力分析

图表：2015-2019年“互联网+工业旅游”行业企业规模分析

图表：2015-2019年“互联网+工业旅游”行业资产增长分析

图表：2015-2019年“互联网+工业旅游”行业销售收入分析

图表：2015-2019年“互联网+工业旅游”行业利润总额分析

图表：2015-2019年“互联网+工业旅游”行业偿债能力分析

图表：2015-2019年“互联网+工业旅游”行业盈利能力分析

图表：2015-2019年“互联网+工业旅游”行业成长能力分析

图表：2015-2019年“互联网+工业旅游”行业运营能力分析

图表：旅行O2O模式

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202204/287029.html>