

消费者服务

云南旅游产业链竞争力研究：数字化驱动下的体验升级与产业重构

■ 走势比较



■ 子行业评级

相关研究报告

证券分析师：王湛

电话：

E-MAIL: wangzhan@tpyzq.com

分析师登记编号：S1190517100003

报告摘要

云南旅游产业链依托多元资源构建起完整体系。上游富集玉龙雪山、西双版纳热带雨林等自然景观，以及丽江古城、傣族泼水节等人文资源，5A与4A景区数量众多；中游形成15个机场、高铁网络等交通骨架，涵盖高端酒店、特色民宿的住宿体系，过桥米线等特色餐饮及《丽水金沙》等演艺娱乐，但存在偏远景区交通不便、服务质量参差不齐等问题；下游国内客源以周边及经济发达地区为主，入境游客来自东南亚与欧美，2023年游客接待量达10.42亿人次，旅游总收入1.44万亿元，文旅融合、康养旅游、乡村旅游成为发展新趋势。

其竞争力呈现优势与挑战并存格局。自然与民族文化资源独特，丽江、大理等品牌享誉中外，面向东南亚的区位优势推动跨境旅游合作；但产品同质化严重，服务质量待提升，产业链协同不足。政策支持、消费升级与技术进步带来发展机遇，而周边市场竞争、突发事件及环境压力构成现实威胁。

数字化技术深度重塑旅游体验。截至2024年，云南5G基站达15.5万个，实现A级景区全覆盖，物联网技术在丽江古城部署3万余个感知单元用于消防、客流监测；大数据构建游客画像，AI驱动智能客服与导游，VR/AR技术打造沉浸式体验。“一部手机游云南”平台整合预订、导览、投诉等功能，丽江古城智慧小镇通过5G无人巡逻车、全息投影等技术，实现“管理无处不在、体验自由自在”的智慧化转型。

数字化驱动产业重构与企业变革。文旅融合催生东巴文化体验等项目，农旅融合推动弥勒可邑小镇等乡村旅游发展，体旅融合打造梅里雪山徒步等IP。产业链各环节通过数字化优化，产品开发基于游客偏好定制，营销借助短视频平台精准触达，服务实现电子票务、智能导览升级。企业运营管理向信息化转型，与科技、金融企业跨界合作，在线旅游平台整合资源提升效率。

提升竞争力需多维度发力。加强5G深度覆盖与旅游大数据中心建设，推动企业业务流程数字化改造，开发VR/AR等创新产品；高校增设数字化课程，引进高端人才；出台财政补贴、税收优惠政策，强化数据安全监管，完善投诉处理与信用管理机制，推动云南旅游从资源依赖向创新驱动转型，提升产业链整体竞争力。

风险提示：存在宏观经济下行的风险，存在天气、地址灾害因素导致的客流下滑的风险，存在旅游监管政策趋严的风险，存在市场竞争加剧的风险。

目录

一、 云南旅游产业链现状分析.....	4
1.1 产业链构成	4
1.2 产业发展规模与趋势.....	9
二、 云南旅游产业链竞争力 SWOT 分析.....	10
2.1 优势分析	10
2.2 劣势分析	11
2.3 机遇分析	12
2.4 威胁分析	14
三、 数字化对云南旅游体验升级的影响.....	14
3.1 数字化技术在旅游中的应用现状.....	14
3.2 数字化对旅游体验的提升作用	17
3.3 案例分析：丽江古城智慧小镇	20
四、 数字化驱动下的云南旅游产业重构.....	22
4.1 产业重构的内涵与路径.....	22
4.2 数字化对旅游企业的影响与变革.....	24
4.3 案例分析：“一部手机游云南”	25
五、 提升云南旅游产业链竞争力的建议.....	27
5.1 加强数字化基础设施建设.....	27
5.2 推动旅游产业数字化转型.....	28
5.3 强化人才培养与引进.....	28
5.4 完善政策支持与保障机制.....	29

图表目录

图表 1: 云南省 5A 景区列表	4
图表 2: 云南省 4A 景区列表	4
图表 3: 云南省 15 个机场列表	6
图表 4: 云南省“十四五”铁路规划示意图	7
图表 5: 云南省驻场旅游演艺列表	8
图表 6: 云南省游客总人数 (亿人次)	9
图表 7: 云南省旅游总收入 (亿元)	9
图表 8: 傣族泼水节	11
图表 9: 彝族火把节	11
图表 10: 文旅康养行业重要政策汇总	12
图表 11: 云南省 5G 基站数量 (万个)	15
图表 12: 智慧旅游软件模块功能	15
图表 13: 游客行为画像提升旅游服务满意度	错误!未定义书签。
图表 14: 智慧旅游系统功能架构图	17
图表 15: 游客行为画像提升旅游服务满意度	18
图表 16: 在线旅游产业链图谱	19
图表 17: 甘肃博物馆将 AI 技术引入展览	20
图表 18: 丽江古城综合管控智慧平台	21
图表 19: 丽江古城 5G 无人巡逻车	21

一、云南旅游产业链现状分析

1.1 产业链构成

1.1.1 上游资源

云南旅游产业链的上游资源极为丰富，涵盖了独特的自然资源和深厚的人文资源。

自然资源方面，云南拥有多样化的生态环境。省内众多壮丽的山脉，如玉龙雪山、梅里雪山，其雄伟的山体和终年不化的积雪吸引着大量游客前来观赏和攀登；广袤的热带雨林分布在西双版纳等地，丰富的动植物资源和独特的生态环境，为游客提供了亲近自然、探索自然奥秘的绝佳机会；还有如滇池、洱海等清澈美丽的湖泊，周边优美的风景和宜人的气候，成为游客休闲度假的理想之地。这些自然资源为云南旅游产业的发展奠定了坚实的基础，是吸引游客的核心要素。

图表1：云南省 5A 景区列表

景区	位置	评级时间
石林风景区	昆明	2007 年
玉龙雪山	丽江	2007 年
中科院热带植物园	西双版纳	2010 年
丽江古城	丽江	2011 年
崇圣寺三塔	大理	2011 年
普达措公园	迪庆	2012 年
腾冲火山热海旅游区	腾冲	2016 年
昆明世博园	昆明	2016 年
普者黑旅游景区	文山	2020 年
和顺古镇	腾冲	2024 年

资料来源：文旅部，太平洋证券整理

图表2：云南省 4A 景区列表

地市	4A 景区
昆明市	昆明玉龙湾景区、翠湖·讲武堂景区、九乡风景名胜、云南民族村、西山森林公园、大观公园、金殿景区、官渡古镇、云南野生动物园、昆明七彩云南景区、昆明轿子山、石林杏林大观园景区、捞鱼河湿地公园

昭通市	绥江金沙水上乐园景区、水富邵女坪旅游度假区小镇景区、大关黄连河景区、水富西部大峡谷景区、昭通水富铜锣坝景区、昭通大山包（环线）景区
曲靖市	罗平县相石阶景区、五龙景区、云南马过河旅游景区、陆良彩色沙林景区、罗平九龙瀑布群景区、沾益珠江源景区、师宗凤凰谷生命文化主题公园、会泽大海草山、罗平多依河景区、罗平县鲁布革三峡景区、麒麟区麒麟水乡景区、麒麟区克依黑景区、会泽雨碌大地缝景区
玉溪市	通海秀山公园、玉溪映月潭休闲文化中心、玉溪汇龙生态园、澄江禄充景区、新平磨盘山国家森林公园
保山市	高黎贡国际精品咖啡文化园景区、腾冲和顺景区、腾冲热海景区、腾冲珍奇古木文化博览园景区、施甸杨善洲精神教育基地景区、龙陵松山大战遗址公园景区、隆阳区清华海景区、昌宁右甸河公园景区
楚雄州	永仁县方山景区、金山古镇旅游区、禄丰黑井古镇旅游景区、十月太阳历文化园、双柏县查姆湖旅游景区、禄丰世界恐龙谷、彝人古镇、元谋土林、武定狮子山、楚雄州博物馆、紫溪山、姚安光禄古镇
红河州	开远南洞 — 凤凰谷旅游区、屏边滴水苗城景区、泸西阿庐古洞、建水燕子洞、建水文庙、建水团山古村景区、建水朱家花园、元阳哈尼梯田景区、弥勒湖泉生态园、弥勒可邑旅游小镇景区、建水学政考棚景区、马帮古城景区
文山州	广南县西洋江大峡谷旅游景区、丘北普者黑景区、马关雾縠云山景区、西畴香坪山景区
普洱市	景迈山茶林文化景区、澜沧县老达保景区、景东县景东文庙、普洱国家公园、西盟勐梭龙潭景区、墨江北回归线标志园、天士力帝泊洱生物茶谷、墨江文庙景区
西双版纳	西双版纳傣族园、原始森林公园、热带花卉园、野象谷景区、景洪曼听公园、望天树景区、勐泐大佛寺、西双版纳大益庄园、告庄西双景、勐景来景区、南药园景区
大理州	海洋世界景区、天龙八部影视城景区、剑川县木雕艺术小镇景区、洱源地热国旅游区、南诏风情岛、宾川鸡足山景区、银都水乡新华村景区、剑川石宝山·沙溪古镇旅游区、大理古城、祥云水目山文化旅游区、巍山古城 — 巍宝山旅游区、漾濞石门关景区、蝴蝶泉公园
德宏州	芒市傣族古镇、梁河南甸宣抚司署、芒市勐巴娜西珍奇园
怒江州	小沙坝景区、老姆登景区、贡山雾里怒族原生态聚落景区
临沧市	博尚碗窑七彩陶瓷文化景区、凤庆县滇红第一村景区、班洪葫芦王地景区、和成·临沧生态文化创意产业园、沧源翁丁原始部落文化旅游区、沧源葫芦小镇景区、镇康赐福彝寨景区

资料来源：文旅部，太平洋证券整理

人文资源方面，云南同样丰富多彩。云南是多个少数民族聚居地，各民族独特的风俗习惯、传统节日、民族服饰和建筑风格等，构成了极具吸引力的民族文化旅游资源。例如，傣族的泼水

节，以其欢乐、祥和的氛围和独特的民族风情，吸引着众多游客参与体验；彝族的火把节，充满了浓郁的民族特色和神秘的文化内涵，展示了彝族人民的热情与活力。此外，云南还有许多历史文化遗迹，如丽江古城、大理古城等，这些古城保存了大量明清时期的建筑和传统文化，见证了云南悠久的历史 and 灿烂的文化，成为游客感受历史韵味、领略传统文化魅力的重要场所。

1.1.2 中游服务

旅游产业链的中游服务环节涵盖交通、住宿、餐饮、娱乐等多个方面，是旅游体验的重要组成部分。

在交通方面，云南已形成较为完善的交通网络。航空运输发展迅速，云南省民航运输机场多达 15 个，机场数量位列全国第四名。昆明长水国际机场作为我国面向东南亚、南亚和连接欧亚的国家门户枢纽机场，航线覆盖国内外众多城市，为游客的进出提供了便捷的空中通道。同时，云南的铁路建设也在不断推进，高铁网络逐渐完善，连接了省内主要城市和旅游景区，提高了游客的出行效率。公路交通四通八达，高速公路贯穿全省，为自驾游和团队旅游提供了便利的交通条件。部分偏远景区的交通条件仍有待改善，道路狭窄、路况不佳等问题影响了游客的可进入性。

图表3：云南省 15 个机场列表

全国排名	城市	机场	24 年客流量 (万)	23 年客流量 (万)	同比增速	机场级别
10	昆明	长水国际机场	4717.8	4203.35	12.2%	4F
45	丽江	三义国际机场	809.29	744.09	8.8%	4D
46	西双版纳	嘎洒国际机场	716.35	693.42	3.3%	4D
56	大理	凤仪机场	324.84	233.64	39.0%	4C
65	德宏	芒市机场	265.37	226.7	17.1%	4C
118	腾冲	驼峰机场	85.37	70.51	21.1%	4C
150	昭通	昭通机场	43.71	39.63	10.3%	4C
153	迪庆	香格里拉机场	42.73	41.88	2.0%	4D
154	保山	云瑞机场	42.32	58.49	-27.7%	4C
189	临沧	博尚机场	23.36	19.66	18.8%	4C
190	文山	砚山机场	23.09	17.96	28.6%	4C
200	沧源	佤山机场	17.04	17.81	-4.3%	4C
206	澜沧	景迈机场	15.42	19.88	-22.4%	4C
208	普洱	思茅机场	14.55	9.61	51.3%	4C

娱乐方面，云南的旅游娱乐项目丰富多样。民族歌舞表演是云南旅游娱乐的一大特色，如丽江的《丽水金沙》、西双版纳的《傣秀》等，通过精彩的舞蹈、动听的音乐和绚丽的舞台效果，展示了云南各民族的文化风情，深受游客喜爱。此外，还有温泉度假、户外探险、民俗体验等娱乐项目，满足了不同游客的兴趣和需求。但娱乐项目也存在创新不足、同质化现象严重等问题，需要进一步加强创新和差异化发展。

图表5：云南省驻场旅游演艺列表

城市	节目名称	作者	首演	票价
丽江	丽江千古情	黄巧灵及宋城团队	2014年	280元
丽江	丽水金沙	云南歌舞团	2002年	280元
丽江	印象·丽江	张艺谋	2006年	190元
昆明	云南映像	杨丽萍	2003年	198元
腾冲	梦幻腾冲	云南省歌舞剧院	2010年	198元
景洪	新傣秀	中国木偶艺术剧院	2023年	280元

资料来源：美团，太平洋证券整理

1.1.3 下游市场

云南旅游产业链的下游市场主要包括国内游客和入境游客。

在国内市场方面，云南凭借其独特的旅游资源，吸引了大量国内游客。国内游客市场规模庞大，客源地分布广泛，其中以周边省份如四川、贵州、广西以及经济发达地区的游客居多。国内游客的需求呈现出多样化的特点，除了传统的观光旅游外，越来越多的游客追求个性化、深度化的旅游体验，如文化体验游、休闲度假游、康养旅游等。

入境游客市场方面，云南独特的地理位置和丰富的旅游资源，使其在吸引入境游客方面具有一定的优势。近年来，云南入境游客数量稳步增长，主要客源国包括东南亚、南亚、欧美等地区的国家。东南亚国家由于地理位置临近、文化交流频繁等原因，成为云南入境游客的重要来源地。欧美国家的游客则对云南独特的自然风光和民族文化表现出浓厚的兴趣。入境游客的需求更加注重旅游体验的品质和文化内涵，对旅游服务的国际化水平要求较高。

云南旅游市场竞争格局较为激烈。除了传统的旅游目的地如丽江、大理、西双版纳等城市外，其他新兴旅游目的地也在不断崛起，争夺市场份额。各大旅游企业之间也在产品创新、服务质量、市场营销等方面展开激烈竞争。同时，在线旅游平台的发展也对传统旅游市场格局产生了一定的影响，通过提供便捷的预订服务、丰富的旅游产品信息和个性化的推荐，吸引了大量游客，加剧

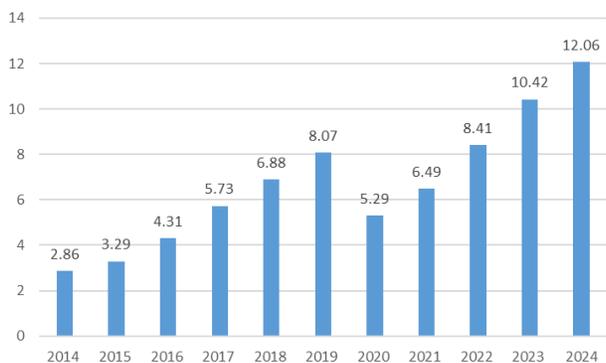
了市场竞争的激烈程度。

1.2 产业发展规模与趋势

1.2.1 游客接待量与旅游收入稳步增长

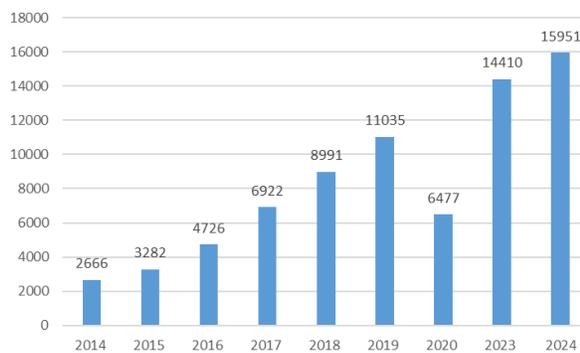
近年来，云南旅游产业发展态势良好，游客接待量和旅游收入呈现出稳步增长的趋势。从游客接待量来看，2015-2019年期间，云南接待国内外游客数量持续攀升，2014年接待游客约2.86亿人次，到2019年已增长至约8.07亿人次，年复合增速达45.3%。尽管2020-2022年期间，受到新冠疫情的严重冲击，游客接待量出现大幅下降，但随着疫情防控政策的优化调整，2023年云南旅游市场迅速复苏，接待游客数量高达10.42亿人次，已超过疫情前水平，充分展现了云南旅游产业强大的韧性和吸引力。

图表6：云南省游客总人数（亿人次）



资料来源：云南省统计局，太平洋证券整理

图表7：云南省旅游总收入（亿元）



资料来源：云南省统计局，太平洋证券整理

旅游收入方面，2015-2019年云南旅游总收入也呈现出快速增长的态势。2014年旅游总收入约为2665.74亿元，到2019年增长至约11035.2亿元，年复合增速达到48.9%。在疫情影响下，旅游收入同样遭受重创，但2023年随着游客接待量的大幅回升，旅游总收入突破1.44万亿元，较2019年增长30.6%，表明云南旅游产业在经济复苏方面取得了显著成效。

游客接待量和旅游收入变化的原因是多方面的。一方面，云南丰富的旅游资源是吸引游客的核心因素，不断开发和升级的旅游产品满足了不同游客的需求，提升了旅游吸引力。另一方面，交通基础设施的不断完善，如高铁、高速公路的建设以及航空航线的拓展，大大提高了游客的可进入性，缩短了游客的出行时间，为游客前往云南旅游提供了便利条件。此外，旅游市场的宣传推广和品牌建设也起到了重要作用，通过举办各类旅游文化活动、利用新媒体平台进行宣传等方

式，提高了云南旅游的知名度和美誉度，吸引了更多游客前来旅游。同时，随着居民生活水平的提高和消费观念的转变，人们对旅游的需求不断增加，也为云南旅游产业的发展提供了广阔的市场空间。

1.2.2 产业发展新趋势

文旅融合成为重要发展方向。云南丰富的文化资源与旅游产业深度融合，以文塑旅、以旅彰文，打造出了许多具有文化内涵的旅游产品和项目。例如，丽江古城将纳西族的传统文化与旅游相结合，通过举办东巴文化节、纳西古乐演奏等活动，让游客在游览古城的同时，深入了解纳西族的历史文化，提升了旅游的文化体验。大理则将白族的扎染、木雕等传统手工艺融入旅游产品中，游客可以参与手工制作，感受白族传统文化的魅力。

康养旅游逐渐兴起成为旅游市场的新热点。云南拥有宜人的气候、丰富的自然资源和独特的民族医药文化，为康养旅游的发展提供了得天独厚的条件。许多地方推出了温泉康养、森林康养、中医药康养等旅游产品，如安宁温泉度假区，以其优质的温泉资源和完善的康养设施，吸引了大量游客前来进行温泉疗养和休闲度假；普洱的森林康养基地，让游客在茂密的森林中呼吸新鲜空气、享受森林浴，达到放松身心、养生保健的目的。

乡村旅游蓬勃发展。云南的乡村地区拥有优美的自然风光、淳朴的民风民俗和丰富的农业资源，为乡村旅游的发展提供了广阔的空间。各地通过发展乡村旅游，推动了乡村振兴战略的实施。同时，乡村旅游还注重与农业产业融合，推出了采摘体验、农事活动等项目，让游客在乡村旅游中感受农业生产的乐趣，促进了农村产业的融合发展。

二、云南旅游产业链竞争力 SWOT 分析

2.1 优势分析

云南旅游产业链具有多方面的显著优势。云南拥有得天独厚的丰富旅游资源，自然景观与人文景观相得益彰。其自然资源丰富多样，涵盖了雪山、峡谷、热带雨林、喀斯特地貌等多种类型。人文资源方面，云南作为多民族聚居地，拥有丰富多彩的民族文化，25个少数民族独特的风俗习惯、传统节日、民族服饰和建筑风格等，构成了极具吸引力的民族文化景观。傣族的泼水节充满欢乐和祥和的氛围，彝族的火把节展现出浓郁的民族风情，这些独特的民族文化为云南旅游增添了深厚的文化底蕴。

图表8：傣族泼水节



资料来源：互联网，太平洋证券整理

图表9：彝族火把节



资料来源：互联网，太平洋证券整理

云南旅游的品牌知名度较高，丽江、大理、西双版纳等旅游目的地在国内外都享有盛誉。丽江古城作为世界文化遗产，其独特的历史文化和优美的自然风光吸引了大量游客，成为云南旅游的标志性景点之一。大理以其苍山洱海的美景、悠闲的生活节奏和丰富的文化底蕴，吸引着众多游客前来度假休闲。西双版纳的热带雨林风光和浓郁的傣族文化，使其成为国内外游客向往的旅游胜地。这些知名旅游目的地的品牌效应，不仅吸引了大量游客，还带动了周边地区旅游产业的发展。

云南作为中国西南的边疆省份，区位优势明显。云南省南部和老挝、越南接壤，临近泰国、柬埔寨，西部与缅甸接壤，拥有长达 4064 千米的国境线。自古以来，云南就是我国与南亚、东南亚各国交往的重要交通枢纽，古代的“南丝绸之路”和“茶马古道”见证了其重要的交通地位。目前，云南已建成通往南亚和东南亚各国的包括铁路、公路、水路、航线多种交通线路组成的四通八达的立体交通网。2010 年中国—东盟自由贸易区正式建立，云南成为中国和东盟共同组建的无障碍跨国旅游区的一部分，游客到云南旅游的同时，还可以顺便前往周边国家享受异国风情和不同的旅游资源，这为云南开展跨境旅游合作创造了得天独厚的条件，也为云南旅游产业链的发展提供了更广阔的市场空间。

2.2 劣势分析

旅游产品同质化现象较为严重。部分地区的旅游产品缺乏特色和创新，未能充分挖掘当地独特的旅游资源和文化内涵。一些景区过度依赖传统的观光旅游产品，缺乏深度体验和个性化的旅游项目，无法满足游客日益多样化的需求。例如，在一些民族旅游景区，旅游活动主要以简单的

民族歌舞表演和民俗展示为主，游客参与度较低，难以给游客留下深刻的印象。不同景区之间的旅游产品也存在相似性，缺乏差异化竞争优势，导致市场竞争激烈，影响了旅游产业的整体效益。

服务质量有待进一步提高。虽然云南旅游服务整体水平有所提升，但部分地区和旅游企业的服务质量仍存在不足。在交通方面，部分景区周边交通拥堵，公共交通设施不完善，给游客出行带来不便。住宿方面，一些酒店和民宿存在服务不规范、卫生条件差、设施老化等问题，影响了游客的住宿体验。餐饮方面，景区周边餐饮价格过高、菜品质量不稳定、卫生状况不佳等问题也较为突出，降低了游客的满意度。此外，旅游从业人员的专业素质和服务意识参差不齐，部分导游的讲解水平不高，服务态度不好，无法为游客提供优质的服务。

云南旅游产业链协同不足，各环节之间缺乏有效的沟通与协作，导致产业链整体效率不高。旅游景区、旅行社、酒店、交通等企业之间的合作不够紧密，信息共享不畅，难以形成协同效应。在旅游旺季，景区游客爆满，但周边酒店和交通运力却无法及时满足游客需求，造成游客滞留和服务质量下降。而在旅游淡季，景区游客稀少，酒店和交通资源却大量闲置，造成资源浪费。此外，旅游产业链上下游企业之间的利益分配不合理，也影响了企业之间的合作积极性，制约了旅游产业链的健康发展。

2.3 机遇分析

政策支持力度不断加大。云南省政府高度重视旅游业的发展，出台了一系列支持旅游业发展的政策措施。加大对旅游基础设施建设的投入，改善景区的交通、住宿、餐饮等条件；鼓励旅游企业创新发展，推出具有特色的旅游产品和服务；加强旅游市场监管，规范旅游市场秩序，为旅游业的发展创造良好的环境。这些政策措施为云南旅游产业链的发展提供了有力的政策保障，有助于提升云南旅游的竞争力。

图表10：文旅康养行业重要政策汇总

发布时间	文件名	发布部门	主要内容
2025年6月	《云南省旅居发展正面清单》	省政府	支持联农带农机制、盘活闲置房屋、融合发展(如“文旅+农业+康养”)，建设主客共享的旅居村。
2025年5月	《进一步推动“旅居云南”高质量发展试点工作方案》	省文旅厅	三年内建设100个旅居试点(含70个旅居村)，探索可复制模式。带动农民增收(租金+分红)、促进就业创业(订单式培训)、推动融合发展(如“文旅+非遗+康养”)

2025年4月	《关于进一步培育新增增长点打造旅游消费升级版的若干措施》	省政府	做实“旅居云南”新品牌，举办系列文旅活动，实施惠民让利政策，深化文旅业态培训，创新文旅消费场景。
2024年2月	《云南省推进养老服务高质量发展三年行动方案（2024—2026年）》	省政府	到2026年城市社区养老服务设施覆盖率达90%，农村互助养老广泛发展，发展“嵌入式”社区养老。开展“银龄医师”“护理员”专项培训，建立康养人才大数据平台
2023年10月	《关于加快推进生态旅游与森林康养产业发展的若干措施》	省文旅厅，林草局	建立生态景观资源数据库，开发森林徒步、自然教育等产品，建设200处森林康养基地。支持国有林场转型，培育规模化经营主体。共享政策与数据，优化用地审批流程。
2023年9月	《云南文化和旅游强省建设三年行动（2023—2025年）》	省政府	加快旅游产品、模式、业态创新和服务创优，推动全省旅游产业体系更完善、产品业态更丰富、市场秩序更规范、接待服务更优质、旅游形象更美好，实现旅游高质量转型升级，让“有一种叫云南的生活”叫响社会
2023年8月	《关于加快推动旅游高质量发展守护好云南旅游金字招牌的意见》	省政府	打造滇东、滇西旅游环线，建设世界级旅游景区和世界级旅游度假区，到2025年，力争新增3个国家5A级旅游景区和国家级旅游度假区。
2023年6月	《云南省体育和旅游高质量发展融合发展三年行动计划（2023—2025年）》	省文旅厅、体育局	到2025年培育100个体育旅游精品项目，参与体育旅游人数占旅游总人数5%。建设国际户外运动基地，推出徒步、滑翔伞等项目，打造“高原训练胜地”品牌。举办马拉松、山地越野等赛事。
2022年5月	《云南省“十四五”文化和旅游发展规划》	省政府	建设“国际康养旅游目的地”，目标2025年接待游客10亿人次、文旅总收入2.2万亿元。推动文旅与生态、医疗、体育融合，打造10个世界级旅游景区，发展元宇宙、低空经济等新业态。

资料来源：政府网站，太平洋证券整理

随着居民生活水平的提高和消费观念的转变，旅游消费市场呈现出升级的趋势。游客对旅游产品和服务的品质要求越来越高，更加注重旅游体验和个性化需求。这为云南旅游产业提供了新的发展机遇，云南可以充分利用其丰富的旅游资源，开发高品质的旅游产品，如高端度假旅游、文化体验旅游、康养旅游等，满足游客的多样化需求。同时，旅游消费升级也促使旅游企业不断提升服务质量，加强品牌建设，推动云南旅游产业向高质量发展。

技术进步为云南旅游产业链的发展带来了新的机遇。数字化、智能化等技术在旅游领域的应用日益广泛，大数据分析可以帮助旅游企业更好地了解游客需求，实现精准营销和个性化服务；人工智能技术可以开发智能导游、智能客服等应用，提升旅游服务的效率和质量；虚拟现实（VR）和增强现实（AR）技术可以为游客提供更加沉浸式的旅游体验，丰富旅游产品的形式和内容。例如，一些景区利用VR技术打造虚拟游览项目，让游客可以身临其境地感受景区的美景和文化，提升了游客的游览体验。此外，在线旅游平台的发展也为旅游企业拓展市场、提高运营效率提供了新的渠道。

2.4 威胁分析

市场竞争日益激烈，随着国内旅游市场的不断发展和国际旅游市场的逐渐开放，越来越多的旅游目的地加入竞争行列。周边省份和地区纷纷加大对旅游业的投入，开发特色旅游产品，提升旅游服务质量，对云南旅游市场形成了一定的竞争压力。在国际市场上，云南还面临着来自东南亚、欧美等旅游发达国家和地区的竞争，这些地区凭借其先进的旅游设施、优质的服务和成熟的市场运作模式，吸引了大量国际游客。云南需要不断提升自身的竞争力，以应对日益激烈的市场竞争。

突发事件对云南旅游产业链的影响较大，如自然灾害、公共卫生事件等。自然灾害如地震、洪水、山体滑坡等可能会破坏旅游基础设施，影响景区的正常运营，导致游客数量下降。公共卫生事件如新冠疫情的爆发，对云南旅游业造成了巨大冲击，旅游市场一度陷入停滞。这些突发事件不仅给旅游企业带来了经济损失，也影响了游客对云南旅游的信心。虽然随着疫情防控政策的优化调整，云南旅游市场逐渐复苏，但未来仍可能面临类似突发事件的威胁，需要加强应对突发事件的能力和预案。

随着旅游业的快速发展，云南面临的环境压力不断增大。旅游活动的增加导致游客数量增多，生活污水和垃圾排放量增加，对当地的生态环境造成了一定的污染。部分景区由于过度开发，导致生态破坏和资源浪费，影响了旅游资源的可持续利用。此外，游客的不文明行为也对景区环境造成了一定的破坏。为了实现云南旅游产业的可持续发展，需要加强环境保护和生态建设，合理开发和利用旅游资源。

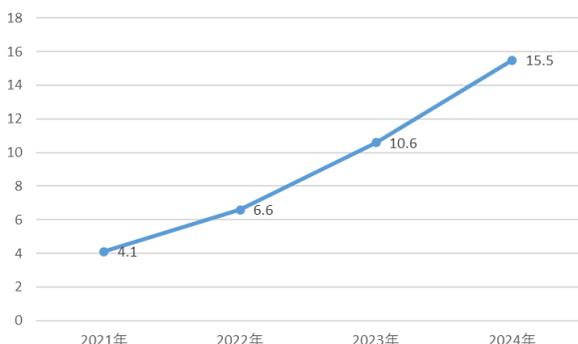
三、数字化对云南旅游体验升级的影响

3.1 数字化技术在旅游中的应用现状

3.1.1 5G网络与物联网

5G网络与物联网技术的应用正逐步深化，为游客带来了全新的旅游体验。截至2024年末，云南省5G基站总数达15.5万个，位居全国第11位，每万人拥有5G基站数达32个，全省A级以上景区、重点文旅单位均全部实现5G网络覆盖。5G网络的高速率、低延迟和大连接特性，为旅游场景的数字化创新提供了有力支撑。在丽江古城，5G网络的全覆盖使得游客可以通过手机实时获取景区的详细信息，包括景点介绍、历史文化背景、实时客流量等。游客还可以利用5G网络进行高清视频通话，与家人朋友分享旅途中的美好瞬间。同时，5G技术与物联网的融合，实现了景区设施的智能化管理。景区内的智能路灯、智能垃圾桶等设备通过物联网连接，能够实时反馈设备状态，便于景区管理部门及时进行维护和清理，提高了景区的运营效率。

图表11：云南省5G基站数量（万个）



资料来源：云南省统计局，太平洋证券整理

图表12：智慧旅游软件模块功能



资料来源：互联网，太平洋证券整理

物联网技术在云南旅游中的应用也十分广泛。在一些景区，游客可以通过手机扫描二维码，获取景区内各种设施和景点的详细信息，实现自助导览。一些酒店利用物联网技术，实现了客房设备的智能化控制。游客可以通过手机APP远程控制房间内的灯光、空调、窗帘等设备，提前调节房间环境，提升入住体验。此外，物联网技术还应用于旅游交通领域，通过在旅游大巴上安装传感器，实时监测车辆的行驶状态、位置信息等，保障游客的出行安全。

3.1.2 大数据与人工智能

大数据与人工智能技术在旅游营销和服务个性化方面发挥着重要作用。旅游企业通过收集游客在线旅游平台、社交媒体、景区官网等渠道留下的浏览、搜索、预订等行为数据，运用大数据分析技术，深入了解游客的需求、偏好和消费习惯，从而实现精准营销。一些在线旅游平台根据游客的历史浏览记录和预订信息，为游客推荐符合其兴趣的旅游目的地、旅游产品和服务，提

高了营销的精准度和转化率。

图表13：智慧景区综合监测



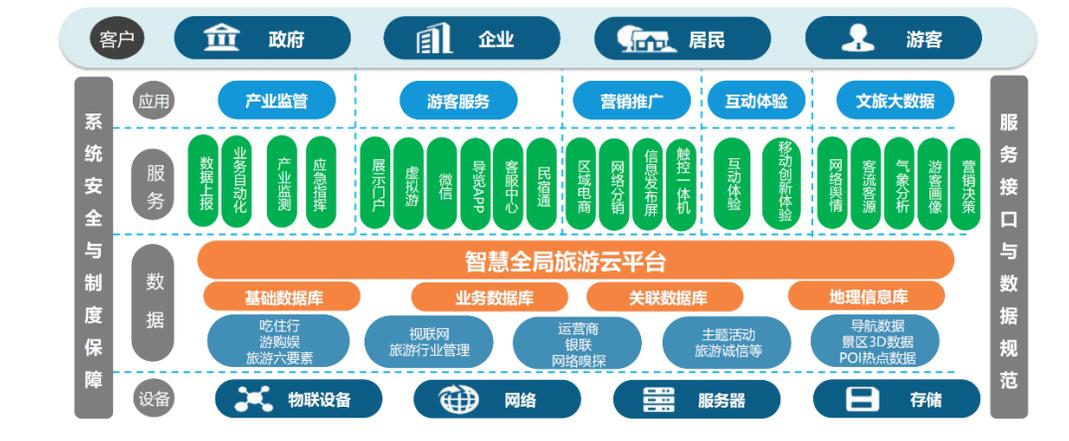
资料来源：互联网，太平洋证券整理

在服务个性化方面，人工智能技术得到了广泛应用。智能客服通过自然语言处理技术，能够实时解答游客的咨询和问题，提供 24 小时不间断的服务。一些景区利用人工智能技术开发了智能导游系统，游客可以通过手机 APP 获取个性化的导游服务，系统会根据游客的兴趣和时间，为游客推荐最佳的游览路线，并提供详细的景点讲解。此外，人工智能还应用于旅游产品的设计和创新。通过分析游客的需求和市场趋势，旅游企业可以开发出更具个性化和吸引力的旅游产品，如定制化的旅游线路、主题旅游活动等。

3.1.3 云计算与区块链

云计算技术为云南旅游数据存储和处理提供了高效、灵活的解决方案。旅游企业和景区可以将大量的业务数据存储在云端，无需投入大量资金建设和维护本地数据中心，降低了数据存储和管理成本。同时，云计算的强大计算能力能够快速处理海量的旅游数据，为旅游企业的决策分析提供支持。一些旅游电商平台利用云计算技术，实现了对用户订单数据、交易数据的实时分析，及时调整营销策略和产品供应，提高了企业的运营效率和市场竞争力。

图表14：智慧旅游系统功能架构图



资料来源：互联网，太平洋证券整理

区块链技术在云南旅游中的应用主要体现在数据安全保障和旅游供应链管理方面。区块链的去中心化、不可篡改和加密技术，确保了旅游数据的安全性和可靠性。在游客身份验证、行程记录、酒店预订、支付等环节，区块链技术可以有效防止数据被篡改、泄露和滥用，保护游客的隐私和权益。在旅游供应链管理中，区块链技术可以实现旅游产品和服务的溯源和追踪。游客可以通过区块链查询旅游产品的来源、生产过程、质量检测等信息，提高了旅游产品的透明度和可信度。一些旅游景区利用区块链技术记录文物的保护和传承信息，确保文物信息的真实性和完整性。

3.2 数字化对旅游体验的提升作用

3.2.1 个性化服务

数字化技术为实现旅游服务的个性化定制提供了有力支持。通过大数据分析，旅游企业可以收集和分析游客的行为数据、偏好数据、消费数据等，构建详细的游客画像。根据游客画像，旅游企业可以精准把握游客的需求和兴趣，为游客提供个性化的旅游产品和服务推荐。在线旅游平台根据游客的历史浏览和预订记录，向游客推荐符合其兴趣的旅游目的地、酒店、旅游活动等。一些旅游企业还推出了定制化旅游服务，游客可以根据自己的时间、预算、兴趣等因素，自由选择旅游景点、交通方式、住宿类型等，旅游企业根据游客的需求制定专属的旅游行程，满足游客个性化的旅游需求。

图表15：游客行为画像提升旅游服务满意度



资料来源：互联网，太平洋证券整理

在旅游过程中，数字化技术也能为游客提供个性化的服务体验。智能导游系统可以根据游客的兴趣和游览进度，为游客提供个性化的讲解服务，游客还可以通过手机 APP 随时获取周边的美食、购物、娱乐等信息，根据自己的需求进行选择。一些酒店利用数字化技术，实现了客房服务的个性化定制。游客可以在预订房间时，选择自己喜欢的房间布置、床上用品、洗漱用品等，酒店根据游客的需求进行准备，提升游客的入住体验。

3.2.2 便捷性与高效性

数字化极大地提升了旅游预订、出行、支付等环节的便捷性和高效性。在旅游预订方面，在线旅游平台的出现，让游客可以随时随地通过手机、电脑等设备预订机票、酒店、门票等旅游产品，无需前往旅行社或线下门店。游客可以在平台上轻松比较不同旅游产品的价格、服务和评价，选择最适合自己的产品。同时，在线预订系统还支持即时确认和支付，大大缩短了预订时间，提高了预订效率。

图表16：在线旅游产业链图谱



资料来源：艾瑞咨询，太平洋证券整理

出行环节，数字化技术也为游客提供了诸多便利。游客可以通过手机地图导航应用，实时获取前往旅游目的地的最佳路线，包括公共交通、自驾、骑行等多种出行方式的路线规划和导航指引。一些景区还推出了智能停车系统，游客可以提前在手机上查询景区停车场的剩余车位，并进行预订，到达景区后可以直接导航至预订车位，避免了停车难的问题。在旅游支付方面，移动支付的普及使得游客无需携带大量现金，通过微信支付、支付宝等移动支付方式，即可轻松完成景区门票购买、餐饮消费、购物等支付行为，支付过程快捷、安全，提高了旅游消费的便利性。

3.2.3 互动性与趣味性

数字化技术增强了游客与景区、旅游产品的互动性和趣味性。通过虚拟现实（VR）、增强现实（AR）等技术，游客可以获得更加沉浸式的旅游体验。在一些景区，游客可以佩戴 VR 设备，身临其境地感受景区的自然风光、历史文化场景，仿佛穿越时空，与历史进行对话。一些历史文化景区利用 AR 技术，在景区内设置虚拟导游、历史人物互动等功能，游客通过手机扫描景区内的特定标识，即可出现虚拟的导游或历史人物，为游客讲解景区的历史文化知识，并与游客进行互动，增加了旅游的趣味性和知识性。

图表17：甘肃博物馆将AI技术引入展览



资料来源：甘肃博物馆，太平洋证券整理

社交媒体的发展也为游客与景区、其他游客之间的互动提供了平台。游客可以在社交媒体上分享自己的旅游经历、照片、视频等，与其他游客交流旅游心得和经验。景区也可以通过社交媒体与游客进行互动，了解游客的需求和反馈，及时改进服务和产品。一些景区还在社交媒体上开展线上互动活动，如摄影比赛、旅游攻略征集等，吸引游客参与，提高了游客的参与度和粘性，进一步增强了旅游的互动性和趣味性。

3.3 案例分析：丽江古城智慧小镇

3.3.1 项目概述

2021年丽江古城“智慧小镇”数字化转型实践入选文旅部智慧旅游典型案例。丽江古城作为世界文化遗产、国家5A级旅游景区以及居民社区于一体的开放型古城，在发展过程中面临着管理标准多样化、管理机构多重化以及游客旅游体验需求日趋多元化及个性化的挑战。为了破解这些难题，丽江古城积极融入“数字云南”建设，于2019年依托“一部手机游云南”，深入应用5G、物联网、大数据、人工智能等数字化技术全面开展丽江古城智慧小镇建设。

该项目的目标是打造一个“政府监管服务无处不在、游客体验自由自在”的智慧旅游样板，利用现代信息技术破解古城管理服务中的痛点难点，提升景区的现代化管理水平和服务水平，推动历史古城与数字科技深度融合，实现转型升级。项目主要内容包括构建综合管理、智慧服务、智慧旅游、智慧创新四大体系，通过建设高速、移动、安全的通信网络基础设施，人、设备、设

施、事件全面感知联的物联网，高效安全可信的数据交换体系，为数字化建设提供有力支撑；打造多样化、智能化应用系统，为游客和居民提供更加智能和人性化的服务。

3.3.2 数字化应用实践

在丽江古城智慧小镇建设中，5G、物联网、大数据等技术得到了广泛应用。5G 网络的全覆盖为智慧小镇的各项应用提供了高速稳定的网络支持。在物联网方面，丽江古城通过安装大量的传感器和智能设备，实现了对古城环境、设施、人员等的全面感知和实时监测。在智慧消防系统中，整合了“人防”“技防”手段，安装了温感、烟感、用电监测、消防栓压力监测、视频监控、红外线热成像等 3 万多个前端感知单元，形成了立体化全域感知防控体系，能够及时发现和处理火灾隐患。

图表18：丽江古城综合管控智慧平台



资料来源：互联网，太平洋证券整理

图表19：丽江古城 5G 无人巡逻车



资料来源：互联网，太平洋证券整理

大数据技术在丽江古城智慧小镇的管理和服务中发挥了关键作用。通过对游客流量、消费行为、旅游偏好等数据的收集和分析，古城管理部门能够实现精准的游客流量调控和旅游服务优化。在旅游旺季，根据大数据分析结果，合理安排景区的开放时间和游览路线，引导游客错峰游览，避免景区拥堵。同时，根据游客的消费行为和偏好数据，为游客提供个性化的旅游产品推荐和服务，提升游客的满意度。此外，丽江古城还利用人工智能技术开发了智能客服、智能导游等应用，为游客提供更加便捷、高效的服务。

3.3.3 对旅游体验的影响

丽江古城智慧小镇的建设对游客体验提升产生了显著的实际效果。在服务便捷性方面，游客

可以通过“一部手机游云南”、“丽江古城游”微信小程序等线上平台，轻松获取全方位的旅游服务。游客可以在线预订景区门票、酒店、餐饮，查看实时的景区导览图和景点介绍，实现线上订餐、订位、VR实景预览、明厨亮灶直播等功能，让游客“吃”得更放心。打造的酒店智能化服务体系，围绕预订、入住、房内、离店四个环节，让游客感受和体验到高科技带来的舒适和便利，实现线上VR实景看房选房，让游客“住”得更安心。建设的智慧停车场，对接“一部手机游云南”平台，实现导航、查看剩余车位，让游客“行”得更省心。

在旅游趣味性和互动性方面，丽江古城利用3D、AR等技术，开发了沉浸式体验产品，丰富了文化展示形式。丽江古城历史文化展示馆、徐霞客纪念馆等院落在雾幕投影、360度全息投影等现代科技手段的加持下，重现了历史文化和民俗民风的实景。基于AR、VR技术推动的数字文化院落、VR游古城，实现了丽江古城文化院落的VR线上游览、在线语音讲解，确保游客随时体验古城文化魅力，也让文化和旅游资源借助数字技术“活起来”，增强了游客的体验感和吸引力。此外，智慧小镇的建设还提升了景区的管理水平，保障了景区的安全有序运营，为游客提供了更加安全、舒适的旅游环境，进一步提升了游客的旅游体验。

四、数字化驱动下的云南旅游产业重构

4.1 产业重构的内涵与路径

4.1.1 产业融合发展

旅游与文化的融合是云南旅游产业发展的重要方向。通过深入挖掘云南丰富的民族文化、历史文化资源，将其融入旅游产品和服务中，打造具有文化内涵的旅游项目，提升旅游产品的文化附加值。丽江古城以其独特的纳西族文化为核心，将东巴文字、纳西古乐、传统建筑等文化元素融入旅游体验中，游客可以参观东巴文化博物馆，欣赏纳西古乐表演，参与传统手工艺品制作，深入感受纳西族的历史文化魅力。这种文化与旅游的深度融合，不仅丰富了旅游产品的内容，还提升了游客的旅游体验，增强了旅游目的地的吸引力。

旅游与农业的融合也是云南旅游产业发展的新亮点。通过发展乡村旅游，将农业生产、农村生活与旅游活动相结合，打造田园观光、农事体验、乡村民宿等旅游产品，促进农村一二三产业融合发展，推动乡村振兴。弥勒市的可邑小镇，依托彝族阿细文化和优美的自然风光，发展乡村旅游。游客可以参观彝族传统村落，体验阿细跳月等民族文化活动，还可以参与农事活动，采摘水果、蔬菜，品尝农家美食，感受乡村生活的乐趣。同时，可邑小镇还通过发展乡村民宿，为游客提供住宿服务，增加了当地农民的收入，促进了农村经济的发展。

旅游与体育的融合为云南旅游产业带来了新的活力。利用云南独特的自然环境和丰富的户外运动资源，开发徒步、骑行、登山、攀岩、漂流等体育旅游项目，满足游客对户外运动的需求，提升旅游体验的趣味性和挑战性。迪庆州的梅里雪山是徒步爱好者的天堂，每年吸引着大量国内外徒步爱好者前来挑战。游客可以沿着徒步路线，欣赏雪山、森林、草甸等自然风光，感受大自然的的魅力。同时，当地还举办各类体育赛事和活动，如梅里雪山国际户外音乐节、香格里拉马拉松等，吸引了众多游客参与，进一步提升了云南旅游的知名度和影响力。

4.1.2 产业链优化升级

数字化技术有效优化了旅游产品开发、营销、服务等环节，提升了产业链的整体竞争力。在旅游产品开发方面，通过大数据分析游客的需求和偏好，旅游企业能够开发出更符合市场需求的个性化旅游产品。在线旅游平台根据游客的历史浏览和预订记录，分析游客的兴趣爱好和消费习惯，为游客推荐定制化的旅游线路和产品，满足游客个性化的旅游需求。利用虚拟现实（VR）、增强现实（AR）等技术，开发沉浸式旅游产品，让游客身临其境地感受旅游目的地的文化和风情，提升旅游产品的吸引力和体验感。一些景区利用 VR 技术打造虚拟游览项目，让游客可以在虚拟环境中游览景区，了解景区的历史文化和特色景点，丰富了旅游产品的形式和内容。

在旅游营销方面，数字化技术实现了精准营销和个性化推荐。旅游企业通过社交媒体、搜索引擎、在线旅游平台等渠道，收集游客的行为数据和兴趣偏好，利用大数据分析技术进行精准定位，将旅游产品和服务推送给目标客户群体，提高营销效果和转化率。同时，利用社交媒体平台进行旅游宣传和推广，通过发布旅游攻略、图片、视频等内容，吸引游客的关注和兴趣，提高旅游目的地的知名度和美誉度。一些旅游景区在社交媒体上开展线上互动活动，如摄影比赛、旅游攻略征集等，吸引游客参与，增强游客的粘性和忠诚度。

在旅游服务方面，数字化技术提升了服务质量和效率。通过在线预订、电子票务、智能导游等系统，游客可以更加便捷地获取旅游服务，提高旅游体验的满意度。智能客服通过自然语言处理技术，实时解答游客的咨询和问题，提供 24 小时不间断的服务。一些景区利用智能导游系统，为游客提供个性化的导游服务，游客可以通过手机 APP 获取景点介绍、语音讲解、导航等服务，实现自助游览，提升了旅游服务的智能化水平。

4.1.3 商业模式创新

共享旅游、在线旅游等新型商业模式在云南旅游产业中不断涌现，推动了旅游产业的创新发展。共享旅游模式以共享经济理念为核心，通过整合闲置旅游资源，如民宿、车辆、导游等，实

现资源的优化配置和高效利用，为游客提供更加多样化、个性化的旅游选择。在云南，一些旅游爱好者通过共享平台将自己闲置的房屋出租给游客，打造特色民宿，为游客提供独特的住宿体验。同时，共享车辆服务也为游客提供了更加便捷的交通方式，游客可以通过手机 APP 预订车辆，自由出行，探索云南的美景。

在线旅游商业模式则借助互联网平台，整合旅游产业链上下游资源，为游客提供一站式旅游服务。在线旅游平台不仅提供机票、酒店、门票等传统旅游产品的预订服务，还推出定制化旅游线路、旅游攻略、旅游社交等服务，满足游客多样化的需求。携程、去哪儿等在线旅游平台在云南旅游市场中占据重要地位，为游客提供了丰富的旅游产品选择和便捷的预订服务。一些在线旅游平台还与云南当地的旅游企业合作，推出特色旅游产品和活动，如民族文化体验游、户外探险游等，进一步丰富了云南旅游的产品体系。此外，在线旅游平台通过大数据分析和用户评价，不断优化旅游产品和服务，提高游客的满意度和忠诚度。

4.2 数字化对旅游企业的影响与变革

4.2.1 企业运营管理变革

数字化技术的应用对旅游企业的运营管理模式和决策方式产生了深刻的影响。在运营管理模式方面，数字化实现了旅游企业业务流程的自动化和信息化，提高了管理效率和运营效益。通过建立企业资源计划（ERP）系统、客户关系管理（CRM）系统、供应链管理（SCM）系统等信息化管理平台，旅游企业可以实现对人、财、物等资源的集中管理和优化配置，实现业务流程的标准化和规范化，提高运营效率和管理水平。旅行社可以通过 ERP 系统实现对旅游线路设计、团队组织、票务预订、酒店安排等业务流程的自动化管理，减少人工操作环节，提高工作效率，降低运营成本。

在决策方式上，数字化为旅游企业提供了更加科学、精准的数据支持。通过大数据分析技术，旅游企业可以收集和分析海量的市场数据、游客数据、业务数据等，深入了解市场动态、游客需求和企业运营状况，为企业的战略决策、产品研发、市场营销等提供有力的数据支撑。旅游企业可以通过分析游客的消费行为和偏好数据，了解游客的需求变化趋势，及时调整旅游产品和服务策略，推出符合市场需求的新产品和服务。利用大数据分析市场竞争态势，了解竞争对手的优势和劣势，制定差异化的竞争策略，提升企业的市场竞争力。

4.2.2 市场营销策略调整

数字化时代，旅游企业的市场营销策略发生了显著的调整和创新。营销渠道方面，线上渠道

成为旅游企业营销的重要阵地。旅游企业通过建设官方网站、社交媒体账号、在线旅游平台等线上渠道，拓展营销范围，提高品牌知名度和产品曝光度。社交媒体平台如微信、微博、抖音等，具有强大的传播力和互动性，旅游企业可以通过发布精彩的旅游内容，吸引用户关注和分享，实现品牌的快速传播和推广。在线旅游平台则汇聚了大量的旅游产品和用户流量，旅游企业可以通过在平台上展示产品、开展促销活动等方式，吸引游客预订。

营销内容和形式也更加注重个性化和互动性。旅游企业利用大数据分析技术，根据游客的兴趣爱好、消费习惯等特征，为游客提供个性化的营销内容和推荐。通过短视频、直播等形式，生动展示旅游产品的特色和魅力，增强营销的吸引力和感染力。一些旅游景区通过抖音直播，实时展示景区的美景和活动，吸引了大量游客的关注和兴趣，激发了游客的旅游欲望。同时，旅游企业还通过开展线上互动活动，如抽奖、问答、打卡等，增强与游客的互动和粘性，提高游客的参与度和忠诚度。

4.2.3 企业合作与竞争关系重塑

数字化改变了旅游企业之间的合作与竞争关系。在合作方面，数字化促进了旅游企业之间的信息共享和协同合作。旅游企业可以通过数字化平台，实现与供应商、合作伙伴之间的信息实时沟通和业务协同，共同开发旅游产品，优化旅游服务，提高旅游产业链的整体效益。旅行社可以与酒店、景区、交通企业等建立合作关系，通过数字化平台实现信息共享和资源整合，共同推出一站式旅游产品，为游客提供更加便捷、优质的服务。同时，数字化还促进了旅游企业与科技企业、金融企业等跨行业合作，推动旅游产业与其他产业的融合发展。旅游企业与科技企业合作，引入先进的数字化技术，提升企业的运营管理水平和服务质量；与金融企业合作，推出旅游金融产品，如旅游分期付款、旅游保险等，满足游客的金融需求。

在竞争方面，数字化加剧了旅游市场的竞争，同时也为旅游企业提供了新的竞争优势来源。数字化使得旅游市场更加透明，游客可以通过互联网轻松获取旅游产品的信息和价格，旅游企业之间的竞争更加激烈。旅游企业需要不断提升产品质量和服务水平，加强品牌建设和市场营销，以提高市场竞争力。数字化也为旅游企业提供了新的竞争优势来源，如通过数字化技术实现精准营销、个性化服务、产品创新等，满足游客多样化的需求，提升游客的满意度和忠诚度，从而在激烈的市场竞争中脱颖而出。

4.3 案例分析：“一部手机游云南”

4.3.1 项目介绍

“一部手机游云南”是云南省政府与腾讯公司合作打造的全域旅游智慧平台，于2018年10月1日正式上线运行。该项目旨在利用互联网、大数据、人工智能等数字化技术，实现云南旅游服务与管理的智能化、信息化、规范化，提升游客的旅游体验，推动云南旅游产业的转型升级。

其建设目标是构建一个“游客旅游体验自由自在、政府管理服务无处不在”的全域旅游生态系统。平台涵盖了旅游资讯、在线预订、导游导览、智慧景区、旅游投诉、30天无理由退货等多项功能和服务内容。在旅游资讯方面，平台提供全面、权威的云南旅游信息，包括景点介绍、旅游攻略、美食推荐、住宿指南等，帮助游客更好地了解云南旅游资源，规划旅游行程。在线预订功能支持游客预订机票、酒店、景区门票、旅游线路等旅游产品，实现一站式便捷预订。导游导览功能利用人工智能和AR技术，为游客提供智能导游服务，游客可以通过手机获取景点语音讲解、实时导航等服务，实现自助游览。智慧景区功能通过物联网技术，实现景区实时客流量监测、智能停车、电子票务等功能，提升景区的管理水平和服务质量。旅游投诉功能建立了高效的投诉处理机制，游客可以通过平台随时投诉旅游过程中遇到的问题，平台将及时转办相关部门处理，确保游客的合法权益得到保障。30天无理由退货机制为游客提供了购物保障，游客在云南旅游期间购买的商品，在符合条件的情况下可以享受30天无理由退货服务，增强了游客的购物信心。

4.3.2 对旅游产业的重构作用

“一部手机游云南”对云南旅游产业在服务、营销、管理等方面产生了显著的重构作用。在服务方面，平台为游客提供了全方位、个性化的旅游服务，提升了游客体验。通过整合旅游资源，平台为游客提供一站式旅游服务，游客可以在平台上轻松获取旅游信息、预订旅游产品、享受导游导览等服务，实现旅游过程的便捷化和智能化。平台利用大数据分析游客的行为和偏好，为游客提供个性化的旅游推荐，满足游客多样化的需求。游客在平台上浏览旅游产品时，平台会根据游客的历史浏览记录和兴趣偏好，推荐相关的旅游产品和服务，提高游客的满意度和忠诚度。

在营销方面，平台成为云南旅游宣传推广的重要渠道，提升了旅游品牌影响力。通过平台的宣传推广，云南旅游的知名度和美誉度得到了进一步提升。平台利用社交媒体、短视频等渠道，广泛传播云南旅游的特色和魅力，吸引了大量游客的关注和兴趣。平台还通过举办各类线上营销活动，如旅游直播、旅游攻略征集、旅游摄影比赛等，增强与游客的互动和粘性，激发游客的旅游欲望。一些景区通过平台进行直播，实时展示景区的美景和活动，吸引了大量游客的观看和预订，有效提升了景区的知名度和游客流量。

在管理方面，平台为政府和企业提供了高效的管理工具，提升了旅游产业的管理水平。平台建立了旅游综合管理平台“一部手机管旅游”，为政府提供全方位的旅游监管服务。通过建设服务评价、投诉受理、联动执法、诚信体系、客流监测、产业运行监测等功能，实现一部手机“管”旅游。政府可以通过平台实时了解旅游市场动态，及时发现和处理旅游市场中的问题，加强旅游市场监管，规范旅游市场秩序。平台还为旅游企业提供了数据分析和运营管理工具，帮助企业优化运营流程，提高管理效率和服务质量。企业可以通过平台了解游客需求和市场趋势，调整产品和服务策略，提升市场竞争力。

4.3.3 经验与启示

“一部手机游云南”项目的成功，为地区旅游数字化发展提供了宝贵的经验和启示。政府的高度重视和大力支持是项目成功的关键因素之一。云南省政府在项目建设过程中，成立了专门的工作领导小组，统筹协调各方资源，加大资金投入，为项目的顺利推进提供了有力保障。同时，政府还出台了一系列政策措施，鼓励旅游企业参与项目建设，推动旅游产业的数字化转型。其他地区在推进旅游数字化发展时，政府应加强组织领导，制定相关政策，加大资金和技术支持，为旅游数字化发展创造良好的政策环境。

与科技企业的合作是实现旅游数字化的重要途径。“一部手机游云南”项目与腾讯公司合作，充分利用腾讯在互联网、大数据、人工智能等领域的技术优势，实现了平台的快速建设和高效运营。其他地区可以借鉴云南的经验，加强与科技企业的合作，引入先进的数字化技术，提升旅游服务和管理水平。同时，旅游企业也应积极与科技企业合作，探索数字化转型的路径和模式，提升企业的竞争力。

注重用户体验是旅游数字化发展的核心。“一部手机游云南”项目始终以游客需求为导向，不断优化平台功能和服务，提升游客体验。平台提供的便捷预订、智能导游、旅游投诉处理等功能，满足了游客在旅游过程中的各种需求，得到了游客的广泛认可和好评。其他地区在旅游数字化发展过程中，应注重用户体验，深入了解游客需求，通过数字化手段提供更加便捷、个性化的旅游服务，提高游客的满意度和忠诚度。此外，还应加强旅游数字化人才培养，提高旅游从业人员的数字化素养，为旅游数字化发展提供人才支持。

五、提升云南旅游产业链竞争力的建议

5.1 加强数字化基础设施建设

加快 5G 网络在云南旅游景区、酒店、交通枢纽等相关区域的深度覆盖与优化。与通信运营

商合作，制定详细的 5G 网络建设规划，在重点旅游景区增设 5G 基站，确保景区内信号无死角，尤其是热门景点、游客聚集区的信号强度和稳定性。针对旅游旺季游客流量大、网络需求高的特点，提前做好网络容量规划和优化，通过技术手段如载波聚合、Massive MIMO 等技术，提升网络的承载能力和数据传输速度，满足游客在景区内高速上网、高清视频直播、VR/AR 体验等需求。同时，加强 5G 网络在旅游交通领域的应用，提升高铁、旅游大巴等交通工具上的网络覆盖质量，为游客提供流畅的网络服务，使其在旅途中能够随时分享旅游经历、查询旅游信息。

整合旅游相关部门、企业、景区等多源数据，建设功能完善、数据全面、分析精准的云南旅游大数据中心。通过建立数据共享机制，与交通、住宿、餐饮、文化等部门实现数据互联互通，汇聚游客流量、消费行为、旅游偏好、景区运营等各类数据。利用大数据技术对海量数据进行清洗、存储、分析和挖掘，为旅游企业提供市场需求分析、游客画像构建、旅游产品优化建议等服务，帮助企业实现精准营销和个性化服务。为政府部门提供旅游产业运行监测、市场趋势预测、政策效果评估等数据支持，助力政府科学决策，制定合理的旅游产业发展政策，加强旅游市场监管，提升旅游公共服务水平。

5.2 推动旅游产业数字化转型

鼓励云南旅游企业加大数字化技术投入，实现业务流程的全面数字化改造。旅行社利用在线旅游平台和数字化管理系统，实现旅游线路设计、预订、结算等业务的线上化和自动化，提高运营效率，降低运营成本。酒店引入智能化管理系统，实现客房预订、入住登记、房态管理、客户服务等环节的智能化，提升服务质量和客户满意度。景区利用物联网、人工智能等技术，实现游客流量监测、智能停车、电子票务、智能导游等功能，优化景区管理，提升游客体验。旅游企业加强数字化营销能力建设，利用社交媒体、搜索引擎、短视频平台等渠道，开展精准营销和品牌推广，提高旅游产品的知名度和市场占有率。

支持旅游企业开发具有创新性和吸引力的数字化旅游产品。利用虚拟现实（VR）、增强现实（AR）、混合现实（MR）等技术，打造沉浸式旅游体验项目，如虚拟古城游览、穿越历史文化场景、模拟自然探险等，让游客身临其境地感受云南的自然风光和历史文化。开发智慧旅游线路，根据游客的兴趣偏好、时间安排、消费能力等因素，利用大数据分析和人工智能算法，为游客定制个性化的旅游线路，并提供实时的旅游信息推送和导航服务。推出线上线下融合的旅游产品，如线上预订线下体验的民宿、特色餐饮、文化活动等，丰富旅游产品的形式和内容，满足游客多样化的旅游需求。

5.3 强化人才培养与引进

云南省内高校和职业院校应加强旅游数字化相关专业和课程设置，优化人才培养方案。在旅游管理、酒店管理、景区开发与管理等专业中，增加大数据分析、人工智能应用、旅游电子商务、数字营销等课程，培养既懂旅游业务又具备数字化技能的复合型人才。与旅游企业合作，建立实习实训基地，为学生提供实践机会，让学生在真实工作中掌握数字化技术在旅游行业的应用方法和技巧。鼓励高校和职业院校开展旅游数字化相关的科研项目 and 创新创业活动，培养学生的创新思维和实践能力，为云南旅游产业数字化发展储备人才。

制定具有吸引力的人才引进政策，吸引国内外旅游数字化高端人才到云南发展。设立旅游数字化人才专项奖励基金，对在旅游数字化领域取得突出成果的人才给予奖励。提供优厚的薪酬待遇、住房补贴、子女教育等优惠政策，解决人才的后顾之忧。搭建良好的发展平台，鼓励旅游企业与科研机构、高校合作，为人才提供参与重大项目和科研课题的机会，促进人才的职业发展。建立旅游数字化人才交流平台，定期举办学术研讨会、行业论坛等活动，加强人才之间的交流与合作，营造良好的人才发展环境。

5.4 完善政策支持与保障机制

出台一系列财政、税收等政策，支持云南旅游产业数字化发展。设立旅游产业数字化发展专项资金，对旅游企业的数字化转型项目、数字化旅游产品研发项目等给予资金补贴和贷款贴息，降低企业的数字化转型成本。对积极应用数字化技术、在旅游产业数字化发展中表现突出的企业，给予税收优惠，如减免企业所得税、增值税等，提高企业的积极性。加大对旅游数字化基础设施建设的投入，支持 5G 网络、大数据中心、智慧旅游平台等建设，为旅游产业数字化发展提供坚实的基础保障。

加强旅游市场监管，建立健全数字化旅游市场监管机制。制定数字化旅游市场相关的法律法规和行业标准，明确在线旅游平台、旅游企业等各方的权利和义务，规范市场行为。加强对旅游数据安全的监管，防止游客信息泄露和滥用，保障游客的合法权益。建立旅游市场投诉处理机制，及时处理游客在数字化旅游过程中遇到的问题和投诉，维护市场秩序。加强对旅游企业的信用管理，建立旅游企业信用评价体系，对信用良好的企业给予支持和奖励，对失信企业进行惩戒，营造诚实守信的市场环境。

进一步拓展数据收集渠道，加强与旅游企业和相关部门的合作，获取更丰富、更详细的数据，以提高研究的准确性和可靠性。扩大案例研究范围，深入挖掘云南各地旅游企业在数字化转型中的创新实践和成功经验，为云南旅游产业数字化发展提供更具针对性和普适性的建议。随着数字技术的不断发展和旅游市场的持续变化，后续研究可关注新技术在旅游领域的应用趋势，以及旅

游消费需求的新变化，持续跟踪云南旅游产业链竞争力的动态变化，为云南旅游产业的可持续发展提供持续的理论支持和实践指导。

投资评级说明

1、行业评级

看好：预计未来 6 个月内，行业整体回报高于沪深 300 指数 5%以上；

中性：预计未来 6 个月内，行业整体回报介于沪深 300 指数-5%与 5%之间；

看淡：预计未来 6 个月内，行业整体回报低于沪深 300 指数 5%以下。

2、公司评级

买入：预计未来 6 个月内，个股相对沪深 300 指数涨幅在 15%以上；

增持：预计未来 6 个月内，个股相对沪深 300 指数涨幅介于 5%与 15%之间；

持有：预计未来 6 个月内，个股相对沪深 300 指数涨幅介于-5%与 5%之间；

减持：预计未来 6 个月内，个股相对沪深 300 指数涨幅介于-5%与-15%之间；

卖出：预计未来 6 个月内，个股相对沪深 300 指数涨幅低于-15%以下。

太平洋证券股份有限公司

云南省昆明市盘龙区北京路 926 号同德广场写字楼 31 楼



研究院

中国北京 100044

北京市西城区北展北街九号

华远·企业号 D 座

投诉电话： 95397

投诉邮箱： kefu@tpyzq.com

免责声明

太平洋证券股份有限公司（以下简称“我公司”或“太平洋证券”）具备中国证券监督管理委员会核准的证券投资咨询业务资格。

本报告仅向与太平洋证券签署服务协议的签约客户发布，为太平洋证券签约客户的专属研究产品，若您并非太平洋证券签约客户，请取消接收、订阅或使用本报告中的任何信息；太平洋证券不会因接收人收到、阅读或关注媒体推送本报告中的内容而视其为太平洋证券的客户。在任何情况下，本报告中的信息或所表述的意见并不构成对任何机构和个人的投资建议，投资者应自主作出投资决策并自行承担投资风险，任何形式的分享证券投资收益或者分担证券投资损失的书面或口头承诺均为无效。

本报告信息均来源于公开资料，我公司对这些信息的准确性和完整性不作任何保证。负责准备本报告以及撰写本报告的所有研究分析师或工作人员在此保证，本研究报告中关于任何发行商或证券所发表的观点均如实反映研究人员的个人观点。报告中的内容和意见仅供参考，并不构成对所述证券买卖的出价或询价。我公司及其雇员对使用本报告及其内容所引发的任何直接或间接损失概不负责。我公司或关联机构可能会持有报告中所提到的公司所发行的证券头寸并进行交易，还可能为这些公司提供或争取提供投资银行业务服务。本报告版权归太平洋证券股份有限公司所有，未经书面许可任何机构和个人不得以任何形式翻版、复制、刊登。任何人使用本报告，视为同意以上声明。