



艾凯咨询
ICAN Consulting

2009-2012年旅行社行业竞争格局与投资战略研究咨询报告

一、调研说明

《2009-2012年旅行社行业竞争格局与投资战略研究咨询报告》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/134850.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

2008年度全国20,691家旅行社，新增加971家，同比增长4.92%。其中，国际社增加132家，同比增长7.18%；国内社增加839家，同比增长4.69%。2008年底，全国旅行社总资产521.86亿元，同比增长了0.94%。负债299.97亿元，同比增长0.22%；所有者权益221.89亿元，同比增长了1.93%。旅行社总资产按形态分，固定资产93.06亿元，占总量的17.83%，同比增加1.29%；流动资产355.85亿元，占总量的68.19%，同比减少0.48%；其他类型资产72.95亿元，占总量的13.98%。旅行社直接从业人员为321,655人，其中，导游人员103,688人、领队人员26,632人、会计人员33,491人、经理人员83,108人、其他人员74,736人。2008年度全国旅行社营业收入1,662.88亿元，同比增长1.44%，毛利润总额115.30亿元，毛利率为6.93%，净利润总额8.53亿元，净利率为0.51%；旅游业务营业收入1,603.30亿元，同比增长1.12%，旅游业务毛利润为102.87亿元，旅游业务毛利率为6.42%；实缴税金为11.29亿元，同比增长2.89%；外汇结汇11.84亿美元，同比减少9.60%；全年促销费支出5.94亿元，同比增长3.31%。国际社数量占全国旅行社总量的9.52%，人员占全国总量的40.62%，资产占全国总量的67.62%，旅游业务营业收入占全国总量的66.89%，旅游业务毛利润占全国总量的65.19%，全年促销费占总量的71.24%，实缴税金占65.73%。其中获得国家旅游局批准的出境游组团社在2008年正式开展出境游业务的共计904家，占全国旅行社总数的4.37%，占全国国际旅行社数量的45.89%；旅游业务营业收入921.70亿元，占全国旅行社旅游业务营业收入的57.49%，占全国国际旅行社旅游业务营业收入的85.95%；旅游业务毛利润56.94亿元，占全国旅行社旅游业务毛利润的55.35%，占全国国际旅行社旅游业务毛利润的84.91%；实缴税金6.22亿元，占全国旅行社实缴税金总量的55.14%占全国国际旅行社实缴税金总量的83.88%；外汇结汇9.24亿美元，占全国旅行社创汇总量的78.00%；入境外联人天、入境接待人天分别占全国国际旅行社总量的87.33%和83.98%。国内旅行社数量占全国旅行社总量的90.48%，从业人员占全国的59.38%，资产占全国总量的32.38%，旅游业务营业收入占全国总量的33.11%，旅游业务毛利润占全国总量的34.81%，国内旅游组织人次占全国总量的62.22%，国内旅游接待人次占全国总量的65.76%。

2008年度全国旅行社入境旅游业务营业收入为224.87亿元，同比减少15.31%，占全国旅行社旅游业务营业收入总量的14.03%；入境旅游业务毛利润为17.85亿元，同比减少6.48%，占全国旅行社旅游业务毛利润总额的17.35%。入境外联1,324.69万人次，同比减少3.52%，其中外国人613.91万人次，同比减少10.74%；外联人天数为5,806.21万，同比减少0.27%，其中外国人为2,830.09万人天，同比减少11.39%；接待入境旅游者2,032.88万人次，同比减少6.54%，其中外国人927.38万人次，同比减少19.73%；接待入境旅游者人天数为6,407.63万，同比增长0.45%，其中接待外国人3,133.77万人天，同比减少9.24%。2008年度全国国内旅游业务营业收

入1,018.97亿元，同比增长0.99%，占全国旅行社旅游业务营业收入总量的63.55%；国内旅游业务毛利润为65.44亿元，同比增长8.87%，占全国旅行社旅游业务毛利润总额的63.61%。国内旅游组织8,541.07万人次，同比增长1.38%，共25,413.99万人天，同比减少3.70%；接待10449.62万人次，同比减少了1.71%，共22,966.28万人天，同比减少3.27%。2008年度出境旅游业务营业收入359.47亿元，同比增长15.59%，占全国旅行社旅游业务营业收入总量的22.42%；出境旅游业务毛利润为19.58亿元，同比增长27.20%，占全国旅行社旅游业务毛利润总额的19.03%。2008年度共组织出境游1,090.91万人次，5,046.41万人天，其中：出国游603.55万人次，同比增长20.17%，共3,477.00万人天，同比增长18.56%；港澳游487.36万人次，同比增长0.46%，共1,569.41万人天，同比增长8.71%。另外共组织边境游42.93万人次，同比减少6.29%。

2009年第2季度以来，由于甲型流感来势汹汹，本已略有起色的旅行社经济运行进一步下滑。世界卫生组织不断提升警示级别，极大地影响了消费者的出游意愿。根据主要旅行社企业数据，从5月份开始，入境、出境市场同比出现了超过50%的大幅下滑，国内市场同比至少下滑10%-20%。出入境下滑区域主要集中在疫情较为严重的国家和地区，如美国、墨西哥、加拿大与日韩、中国香港等地。第2季度以来，包括世界银行、国际货币基金组织在内的相关组织纷纷下调之前对世界经济运行的预期。金融危机的影响仍在不断加深，其结果是导致中国入境市场规模与空间结构，甚至消费模式的变化。根据国家旅游局4-5月份的统计数据，中国16个主要客源国中，俄罗斯、韩国、蒙古、日本、美国、法国等国的客源下滑显著。3月初中共中央办公厅、国务院办公厅印发的《关于坚决制止公款出国(境)旅游的通知》中指出，旅游、工商等职能部门要加强监管，严厉打击旅行社及中介机构为因公出国(境)团组联系或购买邀请函、编造虚假日程等行为，情节严重的，要取消其经营资格。此外，中央政府还专门成立了国家预防腐败局办公室、制止公款出国(境)旅游的专项工作部际联席会议。在一定程度上使公务、团队出境旅游比例发生了下滑。

本研究咨询报告在大量周密的市场调研基础上，主要依据了国家统计局、国家旅游局、国家商务部、国家发改委、国务院发展研究中心、中国旅游行业协会、中国旅游研究院、中国经济景气监测中心、以及国内外相关报刊杂志等提供的大量资料和数据，客观、多角度地对旅行社市场进行了分析研究。报告对我国旅游行业的发展需求、市场竞争格局、行业细分结构情况作了详细的分析，还重点研究了我国旅行社相关领域市场的发展状况，以及旅行社新兴市场发展趋势和竞争格局。报告资料详实，图表丰富，既有深入的分析，又有直观的比较，为旅行社企业在激烈的市场竞争中洞察先机，能准确及时的针对自身环境调整经营策略。报告同时对于行业研究规律、行业政策制定和欲进入的投资集团提供了准确的情报信息及科学的决策依据，同时对银行信贷部门也具有极大的参考价值。

目录

CONTENTS

第一部分 行业发展现状

第一章 旅游行业运行分析

第一节 2008-2009年旅游产业发展现状分析

- 一、2008-2009年中国旅游发展总体情况
- 二、2008-2009年我国经济发展形势对旅游的影响
- 三、2008-2009年重大事件对旅游的影响
- 四、未来旅游总体发展趋势

第二节 中国旅游产业转型与旅游产业政策选择

- 一、中国旅游产业转型背景分析
- 二、旅游产业政策的特征
- 三、旅游产业转型时期中国旅游产业政策选择
- 四、2009年内地港澳资旅行社设立和经营规定
- 五、我国加大对旅游业财税和金融政策支持

第二章 旅行社发展分析

第一节 旅行社运行分析

- 一、2008年全国旅行社服务质量情况
- 二、2008年全国旅行社业务年检情况分析
- 三、2009年旅行社业务发展分析

第二节 2008-2009年旅行社发展现状分析

- 一、2008年旅行社的奥运旅游分析
- 二、2009年旅行社发展态势
- 三、2009年旅行社面临的问题

第三节 中国旅行社业在竞争市场下的开放分析

- 一、旅行社业的行业评价
- 二、旅行社行业亟待升级
- 三、旅行社行业的发展目标
- 四、旅行社业发展的工作配置

第三章 假期旅游市场分析

第一节 2009年假期旅游市场分析

一、2009年“五一”黄金周发展情况

二、2009年暑期旅游特点分析

第二节 “十一”黄金周旅游市场分析

一、2008年“十一”黄金周旅游市场热点

二、2009年“十一”黄金周旅游市场分析

三、2009年旅游行业“十一”黄金周发展预测

第三节 加快推动休闲度假旅游发展的思考

一、新的休假制度实行的预示

二、新的休假制度实施后出现的新情况

三、加快我国休闲度假旅游发展的重点

第四章 国内旅游及出入境旅游市场分析

第一节 2008-2009年国内旅游市场

一、2008年国内旅游步入调整期

二、2008年国内旅游市场萌生发展新模式

三、2009年国内旅游市场规模分析与预测

第二节 2008-2009年入境旅游

一、2008-2009年中国入境旅游市场运行分析

二、2008-2009年旅游经济运行分析

三、大力发展入境旅游的指导意见

第三节 2008-2009年出境旅游

一、2008-2009年出境旅游市场分析

二、中国出境旅游的“双面”效应分析

三、中国出境旅游存在的问题

四、中国出境旅游的发展对策

五、2009-2012年我国居民出境旅游花费预测

第五章 散客旅游与组团旅游的比较分析

第一节 旅游散客市场状况分析

一、散客旅游的定义

二、散客旅游兴起的原因

三、我国散客旅游市场的营销策略

四、中国散客旅游的发展趋势

第二节 组团旅游

一、组团旅游与个人旅游的差异化分析

二、组团旅游开发的意义分析

第六章 特色旅游市场分析

第一节 商务旅游

一、商务旅游的定义及特征

二、商务旅游客人的消费特征

三、发展商务旅游的经济、社会意义

四、我国商务旅游市场可持续发展策略

第二节 会展旅游

一、我国会展旅游业发展现状

二、我国会展旅游业的主要问题

三、我国会展旅游发展对策分析

四、我国会展旅游业的发展趋势

第三节 城市旅游

一、中国城市旅游整体发展情况

二、中国城市旅游发展中存在的误区与现象

三、城市旅游广阔的发展空间

四、我国城市旅游发展的势态

五、城市旅游竞争力分析

第四节 工业旅游

一、工业旅游的由来及特点

二、我国工业旅游的发展现状

三、推进我国工业旅游发展的意义和作用

四、发展工业旅游策略

第五节 生态旅游

一、生态旅游的定义

二、中国生态旅游实践中问题成因剖析

三、生态旅游的可持续发展分析

四、中国生态旅游发展的未来

第七章 电子商务在旅行社中的运用分析

第一节 旅游业与电子商务运用发展分析

一、中国旅游业与电子商务结合是必然的趋势

二、电子商务在中国旅游业的应用

三、我国旅游电子商务发展的障碍

四、发展我国旅游电子商务的途径

第二节 旅行社在电子商务环境下的关系营销

一、旅行社电子商务的定义及其分析

二、在旅行社电子商务中开展关系营销的必要性

三、旅行社如何在电子商务中开展关系营销

第三节 旅行社信息技术应用现状与前景分析

一、信息技术应用基础

二、中国旅行社信息技术应用现状

三、中国旅行社信息技术应用前景分析

第八章 自驾游市场分析

第一节 我国自驾游市场概况

一、我国自驾游兴起的原因

二、我国自驾游发展中存在的主要瓶颈

三、我国自驾游健康发展的条件

第二节 自驾游市场发展现状分析

一、自驾游的发展前景分析

二、自驾游搅热旅游市场

三、自驾游产业化发展分析

四、自驾车旅游绿色营销策略

第三节 自驾游市场需求预测

一、游前咨询俱乐部

二、改装保养店

三、汽车旅馆等沿线服务

四、自驾游景区开发和景区服务

五、救援

六、异地租车

第二部分 行业竞争格局

第九章 旅行社行业竞争分析

第一节 2009年旅行社竞争分析

一、2008年旅行社市场竞争情况分析

二、2009年旅行社市场竞争形势分析

第二节 2008-2009年中国旅行社行业竞争分析及预测

一、2008-2009年集中度分析及预测

二、2008-2009年SWOT分析及预测

三、2008-2009年进入退出状况分析及预测

四、2008-2009年生命周期分析及预测

第十章 旅行社企业竞争策略分析

第一节 旅行社市场竞争策略分析

一、2009年旅行社市场增长潜力分析

二、2009年旅行社主要潜力项目分析

三、现有旅行社竞争策略分析

四、旅行社潜力项目竞争策略选择

五、典型企业项目竞争策略分析

第二节 旅行社企业竞争策略分析

一、金融危机对旅行社行业竞争格局的影响

二、金融危机后旅行社行业竞争格局的变化

三、2009-2012年我国旅行社市场竞争趋势

四、2009-2012年旅行社行业竞争格局展望

五、2009-2012年旅行社行业竞争策略分析

六、2009-2012年旅行社企业竞争策略分析

第十一章 旅行社集团化及资本运作分析

第一节 我国旅行社经营体系调整的目标模式分析

- 一、我国旅行社业经营体系分析
- 二、我国旅行社经营体系调整的目标模式
- 第二节 当前旅行社并购热分析
 - 一、当前旅行社并购存在的弊端
 - 二、并购动机多元化使旅行社并购目标不统一
- 第三节 我国旅行社集团化模式分析
 - 一、我国旅行社集团化的必要性和紧迫性
 - 二、旅行社集团化的模式
- 第四节 旅行社集团化战略
 - 一、旅行社集团化的特征分析
 - 二、我国旅行社集团化的战略

第十二章 旅行社重点企业竞争分析

第一节 中国旅行社总社有限公司

- 一、企业概况
- 二、竞争优势分析
- 三、2008-2009年经营状况
- 四、2009-2012年发展战略

第二节 中国国际旅行社总社有限公司

- 一、企业概况
- 二、竞争优势分析
- 三、2008-2009年经营状况
- 四、2009-2012年发展战略

第三节 中国康辉旅行社集团有限责任公司

- 一、企业概况
- 二、竞争优势分析
- 三、2008-2009年经营状况
- 四、2009-2012年发展战略

第四节 中青旅控股股份有限公司

- 一、企业概况
- 二、竞争优势分析
- 三、2008-2009年经营状况

四、2009-2012年发展战略

第五节 上海锦江国际旅游股份有限公司

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、2008-2009年经营状况

四、2009-2012年发展战略

第六节 港中旅国际旅行社有限公司

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、2008-2009年经营状况

四、2009-2012年发展战略

第七节 重庆海外旅业（旅行社）集团有限公司

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、2008-2009年经营状况

四、2009-2012年发展战略

第八节 北京神舟国际旅行社集团有限公司

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、2008-2009年经营状况

四、2009-2012年发展战略

第九节 广东省中国旅行社股份有限公司

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、2008-2009年经营状况

四、2009-2012年发展战略

第十节 广州广之旅国际旅行社股份有限公司

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、2008-2009年经营状况

四、2009-2012年发展战略

第三部分 行业前景预测

第十三章 旅行社行业发展趋势分析

第一节 2009-2012年旅行社市场趋势分析

- 一、2008-2009年旅行社市场趋势总结
- 二、2009-2012年旅行社发展趋势分析
- 三、2009-2012年旅行社市场发展空间
- 四、2009-2012年旅行社产业政策趋向
- 五、2009-2012年旅行社价格走势分析

第二节 2009-2012年旅行社市场预测

- 一、2009-2012年旅行社市场结构预测
- 二、2009-2012年旅行社市场需求前景
- 三、2009-2012年旅行社市场价格预测
- 四、2009-2012年旅行社行业集中度预测

第四部分 投资战略研究

第十四章 旅行社行业投资现状分析

第一节 2008年旅行社行业投资情况分析

- 一、2008年总体投资及结构
- 二、2008年投资规模情况
- 三、2008年投资增速情况
- 四、2008年分行业投资分析
- 五、2008年分地区投资分析
- 六、2008年外商投资情况

第二节 2009年上半年旅行社行业投资情况分析

- 一、2009年上半年总体投资及结构
- 二、2009年上半年投资规模情况
- 三、2009年上半年投资增速情况
- 四、2009年上半年分行业投资分析
- 五、2009年上半年分地区投资分析
- 六、2009年上半年外商投资情况

第十五章 旅行社行业投资环境分析

第一节 经济发展环境分析

- 一、2008-2009年我国宏观经济运行情况
- 二、2009-2012年我国宏观经济形势分析
- 三、2009-2012年投资趋势及其影响预测

第二节 政策法规环境分析

- 一、2009年旅行社行业政策环境
- 二、2009年国内宏观政策对其影响
- 三、2009年行业产业政策对其影响

第三节 社会发展环境分析

- 一、国内社会环境发展现状
- 二、2009年社会环境发展分析
- 三、2009-2012年社会环境对行业的影响分析

第十六章 旅行社行业投资机会与风险

第一节 旅行社行业投资效益分析

- 一、2008-2009年旅行社行业投资状况分析
- 二、2009-2012年旅行社行业投资效益分析
- 三、2009-2012年旅行社行业投资趋势预测
- 四、2009-2012年旅行社行业的投资方向
- 五、2009-2012年旅行社行业投资的建议
- 六、新进入者应注意的障碍因素分析

第二节 影响旅行社行业发展的主要因素

- 一、2009-2012年影响旅行社行业运行的有利因素分析
- 二、2009-2012年影响旅行社行业运行的稳定因素分析
- 三、2009-2012年影响旅行社行业运行的不利因素分析
- 四、2009-2012年我国旅行社行业发展面临的挑战分析
- 五、2009-2012年我国旅行社行业发展面临的机遇分析

第三节 旅行社行业投资风险及控制策略分析

- 一、2009-2012年旅行社行业市场风险及控制策略
- 二、2009-2012年旅行社行业政策风险及控制策略
- 三、2009-2012年旅行社行业经营风险及控制策略
- 四、2009-2012年旅行社同业竞争风险及控制策略

五、2009-2012年旅行社行业其他风险及控制策略

第十七章 旅行社行业投资战略研究

第一节 旅行社行业发展战略研究

一、战略综合规划

二、业务组合战略

三、区域战略规划

四、产业战略规划

五、营销品牌战略

六、竞争战略规划

第二节 对旅行社品牌的战略思考

一、企业品牌的重要性

二、旅行社实施品牌战略的意义

三、旅行社企业品牌的现状分析

四、旅行社企业的品牌战略

五、旅行社品牌战略管理的策略

第三节 旅行社行业投资战略研究

一、2008年旅行社行业投资战略

二、2009年旅行社行业投资战略

三、2009-2012年旅行社行业投资战略

四、2009-2012年细分行业投资战略

第十八章 旅游业国际化战略分析

第一节 我国旅行社国际化现状分析

一、旅游业国际化是经济竞争的必然趋势

二、中国旅游业正朝国际化迈进

第二节 我国旅行社国际化存在的问题

一、中国旅行社三大特点

二、旅行社主业单一同质化严重

三、经营模式“粗放式”问题严重

四、旅游产品传统阻碍发展

第三节 培育具有国际竞争力旅游企业

- 一、旅游强国需具有国际竞争力的旅游企业集团
- 二、培育具有国际竞争力的旅游企业集团
- 三、对培育具有国际竞争力旅游集团的建议

图表目录

- 图表：1988-2008年中国旅游产业发展规模
- 图表：1988-2008年中国入境旅游人数和旅游收入的世界排名
- 图表：人均GDP与旅游业态存在一定对应关系（旅游范围视角）
- 图表：2009年我国人均GDP预测
- 图表：中国旅行社规模与增长率变化表
- 图表：主要旅行社旅游接待情况
- 图表：旅行社规模、有组织接待人数及利润率
- 图表：旅行社市场份额变化表
- 图表：旅行社业收入与平均利润表
- 图表：旅行社规模、营业收入及利润率
- 图表：旅行社集中度与利润的相互作用
- 图表：2008年"十一"黄金周全国各省接待游客数量及收入
- 图表：2008年"十一"黄金周旅游行业创近年最好增速
- 图表：2008年"十一"黄金周一日游显著增加
- 图表：2006-2008年纳入预报体系119个景区十一黄金周期间接待游客和门票收入情况
- 图表：2005-2008年十一黄金周全国旅游总体情况
- 图表：2006-2008年上市公司相关景区十一期间接待游客情况
- 图表：2009年1月入境旅游接待收汇情况
- 图表：2009年1月来华旅游入境人数（按年龄、性别分）
- 图表：2009年1月入境旅游外国人人数（按目的分）
- 图表：2009年1月来华旅游入境人数（按入境方式分）
- 图表：2009年2月入境旅游接待收汇情况
- 图表：2009年2月来华旅游入境人数（按入境方式分）
- 图表：2009年2月来华旅游入境人数（年龄性别）
- 图表：2009年2月入境旅游外国人人数（目的）
- 图表：2009年3月入境旅游接待收汇情况
- 图表：2009年3月来华旅游入境人数（按入境方式分）

图表：2009年3月来华旅游入境人数（按年龄、性别分）

图表：2009年3月入境旅游外国人人数（按目的分）

图表：2009年4月入境旅游外国人人数（按目的分）

图表：2009年4月来华旅游入境人数（按年龄、性别分）

图表：2009年4月来华旅游入境人数（按入境方式分）

图表：2009年4月入境旅游接待收汇情况

图表：2009年5月入境旅游外国人人数(目的)

图表：2009年5月来华旅游入境人数(年龄性别)

图表：2009年5月来华旅游入境人数（按入境方式分）

图表：2009年5月入境旅游接待收汇情况

图表：2009年6月入境旅游外国人人数(目的)

图表：2009年6月来华旅游入境人数(年龄性别)

图表：2009年6月入境旅游接待收汇情况

图表：2009年1-6月中国入境旅游地方接待情况(一)

图表：2009年1-6月中国入境旅游地方接待情况(二)

图表：2009年1-6月中国入境旅游主要城市接待情况(一)

图表：2009年1-6月中国入境旅游主要城市接待情况(二)

图表：2009年1-6月入境旅游外国人人数(目的累计)

图表：2009年1-6月来华旅游入境人数(年龄性别累计)

图表：加拿大生态旅游者旅游动机

图表：北美生态旅游者旅游动机

图表：生态旅游者团队构成

图表：生态旅游者愿意支付的费用

图表：2009年上半年中青旅控股股份有限公司主营构成表

图表：2008-2009年中青旅控股股份有限公司每股指标

图表：2008-2009年中青旅控股股份有限公司获利能力表

图表：2008-2009年中青旅控股股份有限公司经营能力表

图表：2008-2009年中青旅控股股份有限公司偿债能力表

图表：2008-2009年中青旅控股股份有限公司资本结构表

图表：2008-2009年中青旅控股股份有限公司发展能力表

图表：2008-2009年中青旅控股股份有限公司现金流量分析表

图表：2008-2009年中青旅控股股份有限公司利润分配表

图表：2008-2010年中青旅控股股份有限公司资产负债表
图表：2008-2010年中青旅控股股份有限公司现金流量表
图表：2008-2010年中青旅控股股份有限公司利润表
图表：2008-2010年中青旅控股股份有限公司主要财务比率
图表：2005-2009年上半年中青旅控股股份有限公司收入构成分析
图表：2005-2009年上半年中青旅控股股份有限公司毛利构成分析
图表：2009年上半年北京首都旅游股份有限公司主营构成表
图表：2008-2009年北京首都旅游股份有限公司每股指标
图表：2008-2009年北京首都旅游股份有限公司获利能力表
图表：2008-2009年北京首都旅游股份有限公司经营能力表
图表：2008-2009年北京首都旅游股份有限公司偿债能力表
图表：2008-2009年北京首都旅游股份有限公司资本结构表
图表：2008-2009年北京首都旅游股份有限公司发展能力表
图表：2008-2009年北京首都旅游股份有限公司现金流量分析表
图表：2008-2009年北京首都旅游股份有限公司利润分配表
图表：2009年上半年北京首都旅游股份有限公司净利润走势
图表：2009年上半年北京首都旅游股份有限公司综合毛利率明显下降
图表：2009年上半年北京首都旅游股份有限公司销售费用率、管理费用率走势
图表：2009年上半年北京首都旅游股份有限公司主要财务指标及其变化
图表：2009年上半年北京首都旅游股份有限公司分行业的主要财务指标及同比变化
图表：2008-2010年北京首都旅游股份有限公司盈利预测

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/134850.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提供专业投资咨询报告、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。