



艾凯咨询
ICAN Consulting

2010-2015年中国旅游产业前景 分析与投资咨询报告

一、调研说明

《2010-2015年中国旅游产业前景分析与投资咨询报告》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/149674.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

摘要

旅游（Tour）来源于拉丁语的"tornare"和希腊语的"tornos"，其含义是"车床或圆圈；围绕一个中心点或轴的运动"。这个含义在现代英语中演变为"顺序"。后缀-ism被定义为"一个行动或过程；以及特定行为或特性"，而后缀-ist则意指"从事特定活动的人"。词根tour与后缀-ism和-ist连在一起，指按照圆形轨迹的移动，所以旅游指一种往复的行程，即指离开后再回到起点的活动；完成这个行程的人也就被称为旅游(Tourist)。“旅游”从字意上很好理解。“旅”是旅行，外出，即为了实现某一目的而在空间上从甲地到乙地的行进过程；“游”是外出游览、观光、娱乐。即为达到这些目的所作的旅行。二者合起来即旅游。所以，旅行偏重于行，旅游不但有“行”，且有观光、娱乐含义。

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、国家商务部、国家海关总署、国家经济信息中心、全国商业信息中心、国内外相关报刊杂志的基础信息，对我国旅游行业的供给与需求状况、市场格局与分布、部分地区旅游市场的发展状况、旅游消费态势等进行了分析。报告重点分析了我国旅游市场的竞争状况、行业发展形势与企业的发展对策，还对旅游未来发展趋势进行了研判，是旅游生产企业、经营企业、科研机构等单位准确了解目前旅游行业发展动态，把握企业定位和发展方向不可多得的决策参考依据。

目录

第一章 旅游行业概述

第一节 旅游基本论述

一、旅游的概念

二、现代旅游业概述

三、国际组织关于旅游的阐释

四、对国内旅游者的详悉

五、关于定义的采纳效果

第二节 旅游业相关概述

一、旅游的观念

二、旅游的特征

三、旅游时间与旅游地的选择

四、旅游业发展的阶段性与转型

五、体验旅游同观光旅游的比较

第三节 我国旅游业的政策环境

- 一、我国假日旅游市场监管情况
- 二、我国国家、省、地市三级旅游质监体系情况
- 三、我国高尔夫旅游服务法规情况
- 四、云南面向全国发行旅游护照情况
- 五、对旅游业发展政策取向的思考

第二章 2009-2010年世界旅游行业发展概况分析

第一节 2009-2010年世界旅游业运行状况分析

- 一、世界旅游业发展现状
- 二、世界旅游业的市场发展情况
- 三、世界旅游业发展必须实现智能化

第二节 2009-2010年世界各地区和国家旅游市场发展情况

- 一、亚太地区旅游发展情况
- 二、亚太地区旅游业增长率预测
- 三、金融危机对亚太旅游业的影响
- 四、亚太地区旅游业收入预测
- 五、瑞典旅游业发展新情况
- 六、法国旅游业发展的新动态
- 七、美国旅游业发展状况

第三节 2010-2015年世界旅游业发展趋向预测分析

第三章 2009-2010年中国旅游行业发展整体情况分析

第一节 2009-2010年中国旅游业市场发展情况

- 一、中国旅游业改革开放年发展回顾
- 二、2009年我国入境游接待收汇情况
- 三、2009年入境旅游接待情况
- 四、2009年我国旅行社业发展综述
- 五、我国旅游业机遇分析
- 六、中国旅游业应对危机的战略分析
- 七、我国旅游市场主体分析
- 八、我国新增旅游景区情况
- 九、城市化对我国旅游业发展的影响情况

第二节 金融危机对我国旅游业的影响及对策分析

一、危机对我国旅游业的影响已显端倪

二、我国旅游业可能遭受的进一步影响

三、应对金融危机影响的建议与对策

第三节 2009-2010年中国旅游业发展存在的问题

一、景区的组织类型设计与企业改制问题

二、旅游集团的组建及其结构安排问题

三、“软实力”产业与企业功能创新问题

四、产业链与价值链的拓展问题

五、区域内的联合与分工以及改善产业生态问题

六、政府主导范围的设定和能力的增强问题

七、中国旅游业的竞争弊端问题

八、我国旅游市场的导游问题

第四节 2009-2010年中国海洋旅游文化资源及其开发情况

一、我国海洋旅游文化资源的类别与形态

二、开发我国海洋旅游文化资源的现实意义

三、我国海洋旅游文化产品体系的建构

第五节 2009-2010年中国旅游业信息化的发展情况分析

一、我国旅游业信息化的发展现状

二、传统旅游商业模式遭遇信息服务瓶颈

三、现代旅游业发展依赖信息网络

四、打造旅游强国离不开信息化支撑

五、信息化激发旅游业新活力

第六节 2009-2010年中国旅游电子商务市场发展分析

一、我国旅游电子商务市场存在的问题

二、推动我国旅游电子商务发展的措施，

第七节 2009-2010年中国旅游传媒与旅游市场营销分析

一、旅游企业要重视通过媒体进行品牌传播

二、品牌传播要选择主流媒体

三、品牌传播要注重事件营销

第四章 2009-2010年中国旅游业细分市场发展分析

第一节 乡村旅游业市场发展分析

- 一、世界乡村旅游发展现状
- 二、北美乡村旅游发展特点及对我国的启示
- 三、我国乡村旅游产业组织模式探讨
- 四、中国乡村旅游发展的矛盾
- 五、我国乡村旅游开发中的问题分析
- 六、我国乡村旅游发展中的政府职能定位
- 七、农业部、国家旅游局合力推乡村旅游

第二节 农业旅游业市场发展分析

- 一、世界旅游农业发展概况及其对中国的启示
- 二、欧美国家农业旅游的基本特征
- 三、我国农场旅游开发思路与产品设计
- 四、我国农业生态旅游资源及其发展现状

第三节 假日旅游业市场发展分析

- 一、度假旅游概述
- 二、中国旅游度假的现状与发展前景
- 三、我国度假旅游的发展道路
- 四、度假旅游市场潜力分析
- 五、度假旅游的性质特征与优势

第四节 生态旅游业市场发展分析

- 一、生态旅游的兴起
- 二、我国生态旅游的发展现状及发展前景
- 三、中国特色的生态旅游之路的探索
- 四、关于建立我国生态旅游认证制度的思考
- 五、国家旅游局将年定为中国生态旅游年

第五节 大城市旅游市场发展分析

- 一、构建大城市旅游圈的机遇
- 二、我国主要旅游城市
- 三、我国大城市旅游圈划分的设想
- 四、我国大城市旅游发展的特征

第六节 中国大学生旅游市场发展分析

- 一、开发大学生旅游市场的可行性

二、大学生旅游市场的特征

三、大学生旅游市场的开发策略

第七节 工业旅游市场发展分析

一、世界工业旅游的发展状况

二、工业旅游的由来及国际经验

三、我国工业旅游的发展现状

四、推进我国工业旅游发展的意义和作用

五、对发展工业旅游的几点思考

第八节 我国红色旅游市场发展

一、红色旅游产品开发原则

二、红色旅游资源开发

三、我国红色旅游的发展情况

四、我国红色旅游经典景区的打造情况

五、2010年中国红色旅游综合收入预测

第九节 在线旅游市场发展分析

一、在线旅游市场发展情况

二、我国在线旅游业存在的问题

三、中国在线旅游市场规模

四、金融危机下在线旅游商发展对策

五、2010年中国在线旅游市场预测

第五章 2009-2010年中国旅游业区域市场格局分析

第一节 海南省

一、海南旅游发展阶段的划分

二、海南旅游的萌芽期和起步期

三、海南旅游开始进入新的发展期

四、海南旅游市场发展状况

五、海南旅游业的国际化发展情况

第二节 深圳

一、深圳节日旅游市场秩序情况

二、深圳工业旅游发展情况

三、深圳高端旅游发展情况

四、深圳旅游景点票价上网

五、深圳旅行社创建绿色旅游

第三节 四川省

一、四川省旅游业发展的地理优势

二、四川省旅游发展概况

三、四川省旅游总收入情况

四、四川旅游业可持续发展

五、四川省首推省级自然文化遗产

六、汶川强震对四川旅游业的影响

七、年四川省的民族地区旅游产业发展预测

第四节 北京旅游业市场发展分析

一、北京将乡村旅游产业发展新情况

二、未来五年北京旅游业项目投资状况

三、北京公布未来旅游业发展意见

第五节 其他地区旅游业市场发展情况

一、贵阳旅游业市场发展情况

二、福建旅游业市场发展情况

三、2009年黑龙江旅游业市场发展情况

四、2010年云南旅游业市场发展预测

第六章 2009-2010年中国旅游行业竞争格局分析

第一节 2009-2010年世界旅游业市场竞争情况

一、全球旅游业竞争力排名情况

二、亚太地区在线旅游市场竞争情况

三、法国为保持旅游竞争力的新举措

四、亚美尼亚旅游竞争力情况

五、克罗地亚旅游市场竞争力情况

六、葡萄牙旅游竞争力情况

七、约旦旅游国际竞争指数情况

第二节 2009-2010年中国旅游业市场竞争情况

一、我国旅游国际竞争力的提升过程

二、我国旅游竞争力情况

- 三、我国旅游市场中的不正当竞争现象
- 四、旅游市场的规范化与宏观调控
- 五、社会政策环境与旅游市场竞争
- 六、信息化提升旅游竞争力
- 七、提升城市旅游竞争力的营销策略
- 八、区域旅游产业品牌竞争力分析
- 九、我国城市旅游业竞争力研究

第七章 2009-2010年中国旅游业优势企业竞争力分析

第一节 中青旅控股股份有限公司

- 一、企业概况
- 二、企业主要经济指标分析
- 三、企业成长性分析
- 四、企业经营能力分析
- 五、企业盈利能力及偿债能力分析

第二节 北京首都旅游股份有限公司

- 一、企业概况
- 二、企业主要经济指标分析
- 三、企业成长性分析
- 四、企业经营能力分析
- 五、企业盈利能力及偿债能力分析

第三节 上海锦江国际旅游股份有限公司

- 一、企业概况
- 二、企业主要经济指标分析
- 三、企业成长性分析
- 四、企业经营能力分析
- 五、企业盈利能力及偿债能力分析

第四节 黄山旅游发展股份有限公司

- 一、企业概况
- 二、企业主要经济指标分析
- 三、企业成长性分析
- 四、企业经营能力分析

五、企业盈利能力及偿债能力分析

第五节 峨眉山旅游股份有限公司

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业成长性分析

四、企业经营能力分析

五、企业盈利能力及偿债能力分析

第六节 国旅联合股份有限公司

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业成长性分析

四、企业经营能力分析

五、企业盈利能力及偿债能力分析

第七节 丽江玉龙旅游股份有限公司

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业成长性分析

四、企业经营能力分析

五、企业盈利能力及偿债能力分析

第八节 桂林旅游股份有限公司

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业成长性分析

四、企业经营能力分析

五、企业盈利能力及偿债能力分析

第八章 2009-2010年中国主题公园的发展形势透析

第一节 2009-2010年中国主题公园的发展综述

一、中国主题公园的发展历程回顾

二、中国主题公园发展取得的成就

三、中国主题公园的盈利模式简述

第二节 中国主题公园与国外主题公园的SWOT分析

一、优势分析

二、劣势分析

三、机遇分析

四、挑战分析

第三节 2009-2010年中国主题公园的盈利能力现状分析

一、中国主题公园盈利能力现状概述

二、中国主题公园盈利现状形成的原因

三、世界著名主题公园的经营对我国主题公园的启示

四、中国主题公园盈利能力提升的构想

第四节 主题公园与都市旅游目的地吸引力的互动浅析

一、都市旅游及都市旅游目的地吸引力分析

二、主题公园是都市旅游目的地的重要旅游吸引物

三、主题公园的建设能有效诠释都市旅游目的地独特的文化底蕴

四、主题公园的良性发展促进都市旅游目的地特色商业发展

第五节 世博会与主题公园发展的互动影响分析

一、世博会对主题公园的起源与发展的影响

二、当今的世博会与主题公园的互动影响

三、世博会的主题公园化发展趋势

四、世博会与主题公园关联的实证分析

五、世博会和主题公园本质的差异

第六节 中国主题公园体验价值的创造分析

一、主题公园核心竞争力在于"体验价值"

二、体验价值在主题公园经营中的重要意义

三、影响主题公园体验价值的主要因素分析

四、华侨城主题公园体验价值的创造模式

第七节 2009-2010年体验经济时代中国主题公园的服务创新分析

一、主题公园迎合旅游者对旅游体验的多元化追求

二、体验经济的涵义及基本特征

三、主题公园服务内涵与现状分析

四、体验经济下主题公园服务创新思路

第九章 2009-2010年中国旅游地产运行态势分析

第一节 2009-2010年中国旅游地产运行总况

- 一、旅游地产进入快速发展阶段
- 二、旅游地产是房地产业发展战略的新定位
- 三、中国旅游房地产迎来快速发展
- 四、城市旅游地产投资情况
- 五、中部旅游地产调查

第二节 2009-2010中国游地产项目开发模式

- 一、民俗休闲地产开发模式
- 二、生态休闲地产开发模式
- 三、文化休闲地产开发模式
- 四、商务休闲地产开发模式

第三节 2009-2010中国旅游地产开发的经典案例

- 一、京津新城
- 二、成都芙蓉古城
- 三、西安曲江新城
- 四、深圳东部华侨城

第四节 2009-2010中国旅游地产业发展中存在的问题

- 一、旅游房地产市场存在的主要问题
- 二、国内旅游房地产市场发展面临的挑战
- 三、制约中国旅游地产业发展的因素
- 四、我国旅游房地产市场的发展瓶颈

第五节 2009-2010促进旅游地产市场发展的对策措施

第十章 2009-2010年中国旅行社运行新形势透析

第一节 2009-2010年中国旅行社现状综述

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

第二节 2009-2010年中国旅行社动态分析

- 一、旅行社的奥运旅游分析
- 二、2009年中国旅行社运行与管理分析
- 三、2009年旅行社面临的问题

1、旅行社服务网点稀少亟待开发

第三节 2009-2010年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

第十一章 2010-2015年中国旅游行业发展趋势预测分析

第一节 2010-2015年世界旅游业发展前景分析

一、世界旅游业的发展新趋势

二、世界旅游市场的发展趋势和特征

三、世界环保旅游的发展趋势

四、2010-2015年全球最热门旅游地

五、2010-2015年世界旅游发展六大新趋势

第二节 2010-2015年中国旅游市场变化趋势展望

一、短途旅游将成为旅游市场新趋势

二、传统节日将成旅游市场新宠

三、“奥运旅游热”将带旺中国旅游市场

四、个性化休假将成时尚

五、春节、十一黄金周看涨

六、暑假游成旅游市场黄金月

第三节 2010-2015年中国出境旅游发展趋势

一、中国公民出境旅游新发展趋势

二、我国公民出境旅游模式的发展趋势

三、2010-2015年中国出境旅游市场发展总趋势

第四节 2010-2015年中国旅游市场发展趋势

一、影响我国未来旅游的重大因素

二、中国旅游业未来发展的猜想

三、中国旅游市场发展总趋势

四、我国旅游消费发展趋势

五、我国旅游消费市场趋势

六、我国休假制度完善对旅游市场发展影响趋势

第五节 2010-2015年中国旅游细分市场发展趋势

- 一、中国网络旅游市场发展趋势
- 二、我国西部旅游产业发展趋势
- 三、我国邮轮旅游发展趋势
- 四、我国南极旅游发展趋势
- 五、中西部旅游业收入预测
- 六、我国露营旅游市场未来需求分析

第十二章 2010-2015年中国旅游行业发展战略分析

第一节 我国体育旅游发展策略

- 一、体育旅游的内涵及意义
- 二、我国体育旅游发展现状与存在问题
- 三、我国体育旅游的发展对策

第二节 发展会展旅游的对策与建议

- 一、加大对会展旅游的宣传力度
- 二、充分发挥政府在发展会展旅游中的重要作用
- 三、成立会展行业协会和专业会展旅行社
- 四、健全有关会展旅游的法律法规
- 五、加强会展旅游人才的培养
- 六、争取社会各界的支持
- 七、加强与城市之间的协调合作

第三节 我国女性旅游的开发策略

- 一、我国女性旅游的影响因素
- 二、开发我国女性旅游市场的策略

第四节 我国导游的发展策略

- 一、提升文化素养
- 二、自身素质专业化
- 三、重视差异化服务
- 四、具备强健的体魄

第五节 我国旅行社品牌战略的发展策略

- 一、旅行社品牌发展存在的问题
- 二、旅行社品牌现状的SWOT分析

三、旅行社在竞争中的应对策略分析

第六节 我国旅游业应对"散客时代"的策略

一、制约散客旅游市场发展的主要问题

二、应对"散客时代"的策略

第七节 我国旅游业竞争力提升策略

一、构建城市旅游业的核心竞争力

二、城市旅游业核心竞争力"范式"的构建

三、提升我国旅游服务贸易竞争力

第八节 我国旅游业产业功能的转变和再定位

一、从国际格局演变看中国旅游产业转型

二、从中国国内发展历程看中国旅游产业功能转变

三、我国旅游产业功能的新定位

第九节 基于SWOT分析的中原城市群旅游发展对策

一、中原城市群旅游产业SWOT分析

二、中原城市群旅游发展对策

第十节 旅游客源市场等级划分理论的应用

一、空间距离递减规律

二、旅游竞争态模型

三、引力模型

第十三章 2010-2015年中国旅游业投资战略分析

第一节 2009-2010年境外对我国旅游业投资情况

一、境外资本正加快投身我国旅游业

二、境外资本占我国旅游资本总量比重情况

三、境外资本投资西部情况

第二节 2009-2010年中国旅游业投资存在的误区及建议

一、我国旅游投资存在的误区

二、纠正当前我国旅游投资误区的对策建议

第三节 2010-2015年中国旅游业市场投资潜力分析

一、近几年我国旅游业投资年均增长情况分析

二、我国中部旅游业投资情况

三、旅游行业投资机会分析

- 四、中国商旅市场的投资发展潜力
- 五、中国旅游投资的新特点
- 六、旅游业投资现状与未来
- 七、世界经济危机下的中国旅游业市场投资分析
- 八、中国旅游业应对金融危机投资情况
- 九、我国旅游业投资总量预测

图表目录：（部分）

- 图表：中国旅游业总收入与国内生产总值一览
- 图表：旅游业总收入占GDP比重趋势图
- 图表：旅游行业总收入逐年增长情况一览表
- 图表：2007年中国星级酒店构成情况
- 图表：中国餐饮业百强企业（前10位）
- 图表：澳大利亚国际入境游客的增长图
- 图表：主要的交通运输方式对比
- 图表：中国各种交通运输方式增长情况
- 图表：五种旅游交通工具的选用情况比较
- 图表：区域旅游交通需求预测流程图
- 图表：使用水平与影响之间关系
- 图表：中国旅游产业发展规模
- 图表：中国入境旅游人数和旅游收入的世界排名
- 图表：2009年12月入境旅游外国人人数（按年龄、性别分）
- 图表：2009年12月入境旅游外国人人数（按目的分）
- 图表：2009年12月来华旅游入境人数（按入境方式分）
- 图表：2009年1-12月入境旅游外国人人数（按年龄、性别分）
- 图表：2009年1-12月入境旅游外国人人数（按目的分）
- 图表：2009年1-12月来华旅游入境人数（按入境方式分）
- 图表：2009年主要城市国际旅游（外汇）收入情况
- 图表：2009年1-12月主要城市接待情况（一）
- 图表：2009年1-12月主要城市接待情况（二）
- 图表：2009年地方国际旅游（外汇）收入情况
- 图表：2009年1-12月地方接待情况（一）

图表：2009年1-12月地方接待情况（二）

图表：2009年国内旅游基本情况

图表：2009年国际旅游（外汇）收入构成

图表：16个主要客源国2009年的入境旅游人数和增长情况

图表：2009年各省、自治区、直辖市入境旅游接待与收入情况

图表：2009年主要城市入境旅游接待与收入情况

图表：2009年主要城市接待情况（一）

图表：2009年主要城市接待情况（二）

图表：2009年地方接待情况（一）

图表：2009年地方接待情况（二）

图表：边际社会收益、边际社会成本、边际私人收益曲线

图表：边际社会成本、边际私人成本、边际私人收益曲线

图表：旅游资源的需求与供给曲线

图表：历年来入境旅游对GDP的贡献率

图表：历年来入境旅游对全社会就业的贡献率

图表：近年入境旅游的外汇收入构成

图表：2009年入境旅游外国人人数（目的累计）

图表：2009年入境旅游外国人人数（目的）

图表：2009年来华旅游入境人数（年龄性别累计）

图表：2009年来华旅游入境人数（年龄性别）

图表：2009年来华旅游入境人数（总人数累计，按入境方式分）

图表：2009年来华旅游入境人数（按入境方式分）

图表：2009年入境旅游接待收汇情况

图表：入境过夜旅游者的消费支出的构成

图表：旅游-自然旅游-生态旅游之关系示意图

图表：传统旅游与生态旅游的目标区别

图表：传统旅游与生态旅游管理方式的区别

图表：传统旅游与生态旅游正面影响的区别

图表：传统旅游与生态旅游负面影响的区别

图表：西部生态旅游的三元网络结构

图表：生态旅游区建设驱动-制约机制模型

图表：温泉旅游的基本构件

图表：温泉旅游体验曲线

图表：日本环球影城入场券种类与价格

图表：欧洲，美国，日本主题乐园的比较

图表：中国主题公园按主题类别划分

图表：三家主题公园上市公司基本情况比较

图表：三家企业股东背景比较

图表：三家企业异同点比较

图表：三家企业竞争优势比较

图表：游客的旅游地选择与决策模型

图表：都市白领对香港旅游的选择与购买决策过程

图表：城市居民旅游需求影响因子分析表

图表：城市居民国内旅游情况统计

图表：城市居民出游率、旅游人均花费与影响因素的灰色关联度分析

图表：旅游城市网络化发展的阶段性特征

图表：长江三角洲旅游城市网络化发展路径的意见

图表：长三角旅游产业集群纵向网络化

图表：长三角旅游产业集群横向网络化

图表：市场形势、层级形势与网络形势的企业组织比较

图表：旅游企业市场交换与网络交换对比

图表：旅游电子商务未来发展趋势

图表：2006-2009年中青旅控股股份有限公司主营业务收入增长趋势图

图表：2006-2009年中青旅控股股份有限公司净利润增长趋势图

图表：2006-2009年中青旅控股股份有限公司利润率走势图

图表：2006-2009年中青旅控股股份有限公司成长能力指标表

图表：2006-2009年中青旅控股股份有限公司经营能力指标表

图表：2006-2009年中青旅控股股份有限公司盈利能力指标表

图表：2006-2009年中青旅控股股份有限公司偿债能力指标表

图表：2006-2009年北京首都旅游股份有限公司主营业务收入增长趋势图

图表：2006-2009年北京首都旅游股份有限公司净利润增长趋势图

图表：2006-2009年北京首都旅游股份有限公司利润率走势图

图表：2006-2009年北京首都旅游股份有限公司成长能力指标表

图表：2006-2009年北京首都旅游股份有限公司经营能力指标表

图表：2006-2009年北京首都旅游股份有限公司盈利能力指标表

图表：2006-2009年北京首都旅游股份有限公司偿债能力指标表

图表：2006-2009年上海锦江国际旅游股份有限公司主营业务收入增长趋势图

图表：2006-2009年上海锦江国际旅游股份有限公司净利润增长趋势图

图表：2006-2009年上海锦江国际旅游股份有限公司利润率走势图

图表：2006-2009年上海锦江国际旅游股份有限公司成长能力指标表

图表：2006-2009年上海锦江国际旅游股份有限公司经营能力指标表

图表：2006-2009年上海锦江国际旅游股份有限公司盈利能力指标表

图表：2006-2009年上海锦江国际旅游股份有限公司偿债能力指标表

图表：2006-2009年黄山旅游发展股份有限公司主营业务收入增长趋势图

图表：2006-2009年黄山旅游发展股份有限公司净利润增长趋势图

图表：2006-2009年黄山旅游发展股份有限公司利润率走势图

图表：2006-2009年黄山旅游发展股份有限公司成长能力指标表

图表：2006-2009年黄山旅游发展股份有限公司经营能力指标表

图表：2006-2009年黄山旅游发展股份有限公司盈利能力指标表

图表：2006-2009年黄山旅游发展股份有限公司偿债能力指标表

图表：2006-2009年峨眉山旅游股份有限公司主营业务收入增长趋势图

图表：2006-2009年峨眉山旅游股份有限公司净利润增长趋势图

图表：2006-2009年峨眉山旅游股份有限公司利润率走势图

图表：2006-2009年峨眉山旅游股份有限公司成长能力指标表

图表：2006-2009年峨眉山旅游股份有限公司经营能力指标表

图表：2006-2009年峨眉山旅游股份有限公司盈利能力指标表

图表：2006-2009年峨眉山旅游股份有限公司偿债能力指标表

图表：2006-2009年国旅联合股份有限公司主营业务收入增长趋势图

图表：2006-2009年国旅联合股份有限公司净利润增长趋势图

图表：2006-2009年国旅联合股份有限公司利润率走势图

图表：2006-2009年国旅联合股份有限公司成长能力指标表

图表：2006-2009年国旅联合股份有限公司经营能力指标表

图表：2006-2009年国旅联合股份有限公司盈利能力指标表

图表：2006-2009年国旅联合股份有限公司偿债能力指标表

图表：2006-2009年丽江玉龙旅游股份有限公司主营业务收入增长趋势图

图表：2006-2009年丽江玉龙旅游股份有限公司净利润增长趋势图

图表：2006-2009年丽江玉龙旅游股份有限公司利润率走势图
图表：2006-2009年丽江玉龙旅游股份有限公司成长能力指标表
图表：2006-2009年丽江玉龙旅游股份有限公司经营能力指标表
图表：2006-2009年丽江玉龙旅游股份有限公司盈利能力指标表
图表：2006-2009年丽江玉龙旅游股份有限公司偿债能力指标表
图表：2006-2009年桂林旅游股份有限公司主营业务收入增长趋势图
图表：2006-2009年桂林旅游股份有限公司净利润增长趋势图
图表：2006-2009年桂林旅游股份有限公司利润率走势图
图表：2006-2009年桂林旅游股份有限公司成长能力指标表
图表：2006-2009年桂林旅游股份有限公司经营能力指标表
图表：2006-2009年桂林旅游股份有限公司盈利能力指标表
图表：2006-2009年桂林旅游股份有限公司偿债能力指标表

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/149674.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。