



艾凯咨询
ICAN Consulting

2008-2009年中国旅行社发展市场分析及发展趋势研究报告

一、调研说明

《2008-2009年中国旅行社发展市场分析及发展趋势研究报告》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/47305.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年奥运会的举办提升了我国的国际知名度，并使得北京、青岛等举办城市的经济规模和基础软、硬件设施跃上了新的台阶，为我国奥运后续旅游持续发展注入了新的活力。“后奥运”对旅游的拉动将至少持续5-10年。根据世界旅游组织预测，到2015年，中国将成为世界上第一大旅游接待国、第四大旅游客源国和世界上最大的国内旅游市场。届时，我国入境过夜旅游者将达到1亿人次，国内旅游将达到28亿人次。

目前，我国应抓住奥运会后契机，可以将奥运场馆申报成为世界文化遗产、设立亚奥现代旅游示范区以及打造2009年中国国际旅游年三大工程为依托，为我国旅游产业升级发展构筑新平台。2009年，我国以奥运为平台，以迎接世博为契机，打造2009年中国国际旅游年，让旅游效应持续释放。我国旅游业将继续保持较快增长的态势。按中国旅游业发展“十一五”规划，到2010年，旅游业将成为我国国民经济的重要产业。“十一五”期间我国旅游投资势头旺盛，在投资规模上，全国“十一五”将要开发的大型旅游项目达12697个。“十一五”将是我国旅游投资高峰期，投资规模总量将大大提高。这与我国旅游业正处在发展的黄金期和产业的转型升级期基本吻合。

未来我国旅游需求将快速增长，到2020年旅游需求将主要以休闲度假需求为主，同时居民出境旅游需求将显著增加。这意味着当前我国旅游需求正处于观光游向休闲游转换和升级的阶段，但仍将以观光游为主；而到2020年，我国的旅游需求将主要以休闲度假（尤其是度假）需求为主。同时，当前我国居民旅游又主要以国内游为主，并处于国内旅游的快速增长阶段，而到2020年，我国居民的出境旅游将显著增加。根据中国政府所制定的远景目标，到2020年，中国入境旅游人数将达到2.1亿人次；国际旅游外汇收入580亿美元，国内旅游收入2500亿美元，总收入将超过3000亿美元。到2020年，中国旅游业总收入将超过3000亿美元，相当于国内生产总值的8%至11%。未来我国必将继续出台有关政策，进一步向旅游业倾斜，这使得旅游业将面临一个更为宽松的政策环境，从而也为旅游行业发展带来新的机遇。

长期以来我国旅行社产品结构过于单一，团队旅游、观光路线大多是各个企业的主流产品，并且主要集中在入境、国内、出境三个旅游市场上。为了最大化占有市场，旅行社不断推出“优惠”，旅游产品价格降了再降，再加上处处回扣，事事回扣，使诸多的旅行社在国内、出境旅游市场上已处于微利甚至无利经营的局面。因此，入境旅游成为旅游事业的主导

。

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、中国经济景气监测中心、中国行业研究网，以及国内外相关报刊杂志等提供的大量资料和数据，客观、多角度地对中国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 】

第一部分 行业发展现状分析

第一章 旅游行业运行分析 1

第一节 2008年旅游产业发展现状分析 1

- 一、2008年中国旅游发展总体情况 1
- 二、2008年我国经济发展形势对旅游的影响 2
- 三、2008年重大事件对旅游的影响 3
- 四、未来旅游总体发展趋势 10

第二节 我国旅游业的奥运契机分析 12

- 一、奥运经济的形成 12
- 二、奥运经济对旅游业的影响 13
- 三、我国旅游业的奥运契机 13
- 四、加快我国旅游业发展的措施 15

第三节 2008年奥运旅游行业发展 16

- 一、2008年旅游业营销热点分析 16
- 二、2008年奥运后旅游业发展机遇分析 18
- 三、奥运后中国旅游业发展的新平台 21
- 四、后奥运时代旅游业亟需弥补的不足 23

五、中国旅游业发展趋势 25

第二章 旅游业的产业政策分析 29

第一节 中国旅游产业转型与旅游产业政策选择 29

- 一、中国旅游产业转型背景分析 29
- 二、旅游产业政策的特征 32
- 三、旅游产业转型时期中国旅游产业政策选择 33
- 四、2008年内地港澳资旅行社设立和经营规定 36
- 五、我国加大对旅游业财税和金融政策支持 36

第二节 对我国促进旅游产业发展的政策建议 37

- 一、旅游产业发展在国民经济发展中的国家战略地位 38
- 二、旅游产业发展在国民经济发展中的产业定位 38
- 三、制定产业政策保障旅游产业实现可持续发展 39

第三章 旅行社发展分析 41

第一节 旅行社运行分析 41

- 一、2007年全国旅行社服务质量情况 41
- 二、2007年全国旅行社业务年检情况分析 44
- 三、2008年旅行社业务发展分析 48

第二节 2008年旅行社发展现状分析 49

- 一、2008年旅行社的奥运旅游分析 49
- 二、2008年旅行社发展态势 49
- 三、2008年旅行社面临窘境探索新模式 52
- 四、2008年旅行社争抢邮轮游市场 53

第三节 中国旅行社业在竞争市场下的开放分析 56

- 一、旅行社业的行业评价 57
- 二、旅行社行业亟待升级 58
- 三、旅行社行业的发展目标 58
- 四、旅行社业发展的工作配置 60

第四节 中国旅行社业集中度变迁分析 63

- 一、中国旅行社业集中度问题的由来 63
- 二、中国旅行社业集中度变迁的历史 64

三、中国旅行社业集中度变迁的影响因素 69

第二部分 行业发展相关领域分析

第四章 假期旅游市场分析 75

第一节 2008年假期旅游市场分析 75

一、2008年春节黄金周发展情况 75

二、2008年暑期旅游特点分析 76

第二节 “十一”黄金周旅游市场分析 79

一、2008年“十一”黄金周旅游市场热点分析 79

二、2008年“十一”黄金周旅游市场分析 81

三、2008年旅游行业“十一”黄金周发展态势 83

第三节 加快推动休闲度假旅游发展的思考 86

一、新的休假制度实行的预示 87

二、新的休假制度实施后出现的新情况 88

三、加快我国休闲度假旅游发展的重点 89

第五章 国内旅游及出入境旅游市场分析 92

第一节 2008年国内旅游市场 92

一、2008年国内旅游步入调整期 92

二、2008年国内旅游市场萌生发展新模式 95

三、我国国内旅游市场规模分析与预测 96

第二节 2008年入境旅游 101

一、2008年中国入境旅游市场运行分析 101

二、2008年旅游经济运行分析 151

三、大力发展入境旅游的指导意见 151

第三节 2008年出境旅游 158

一、2008年出境旅游市场分析 158

二、中国出境旅游的“双面”效应分析 160

三、中国出境旅游存在的问题 161

四、中国出境旅游的发展对策 162

五、2015年我国居民出境旅游花费预测 164

第六章 散客旅游与组团旅游的比较分析 165

第一节 旅游散客市场状况分析 165

- 一、散客旅游的定义 165
- 二、散客旅游兴起的原因 165
- 三、我国散客旅游市场的营销策略 166
- 四、中国散客旅游的发展趋势 169

第二节 组团旅游 172

- 一、组团旅游与个人旅游的差异化分析 172
- 二、组团旅游开发的意义分析 176

第七章 特色旅游市场分析 179

第一节 商务旅游 179

- 一、商务旅游的定义及特征 179
- 二、商务旅游客人的消费特征 181
- 三、发展商务旅游的经济、社会意义 182
- 四、我国商务旅游市场可持续发展策略 183
- 五、2008年互联网带来商旅产业直销风暴 185

第二节 会展旅游 187

- 一、我国会展旅游业发展现状 188
- 二、我国会展旅游业的主要问题 192
- 三、我国会展旅游发展对策分析 195
- 四、我国会展旅游业的发展趋势 196

第三节 城市旅游 199

- 一、中国城市旅游整体发展情况 199
- 二、中国城市旅游发展中存在的误区与现象 199
- 三、城市旅游广阔的发展空间 201
- 四、我国城市旅游发展的势态 203
- 五、城市旅游竞争力分析 206

第四节 工业旅游 208

- 一、工业旅游的由来及特点 208
- 二、我国工业旅游的发展现状 211
- 三、推进我国工业旅游发展的意义和作用 213

四、发展工业旅游策略 215

第五节 生态旅游 220

- 一、生态旅游的定义 220
- 二、中国生态旅游实践中问题成因剖析 224
- 三、生态旅游的可持续发展分析 226
- 四、中国生态旅游发展的未来 235

第三部分 行业新兴领域分析

第八章 旅游资源开发分析 237

第一节 中国农民旅游市场开发分析 237

- 一、开发农民旅游市场的可行性分析 237
- 二、农民旅游活动中存在的问题分析 237
- 三、中国农民旅游市场开发对策研究 238

第二节 中国大学生旅游市场开发分析 241

- 一、开发大学生旅游市场的可行性 241
- 二、大学生旅游市场的特征 242
- 三、大学生旅游市场的开发策略 244

第三节 中国老年旅游市场开发分析 247

- 一、人口老龄化给中国旅游业带来的契机 247
- 二、我国老年旅游的现状和特点 252
- 三、我国老年旅游市场的开发策略 255

第四节 女性旅游消费者旅游市场开发 259

- 一、女性消费旅游产品的内涵 260
- 二、女性旅游消费者的类型及营销策略的建议 262
- 三、女性消费者的旅游营销启示 265

第九章 旅游商品开发 267

第一节 我国旅游商品开发现状分析 267

- 一、旅游商品开发生产的现状及其问题 267
- 二、发展旅游商品的潜力与趋势 268
- 三、努力为旅游商品发展营造良好的环境和条件 269
- 四、旅游商品开发要依据消费者心理 269

第二节 我国旅游商品发展前景分析 270

一、设计要精美也要实用 270

二、制造要有名品还需名牌 271

三、市场要讲策略更讲秩序 272

第三节 我国旅游工艺品的设计与市场开发 273

一、充分开发旅游工艺品的意义 273

二、我国旅游工艺品市场存在的问题 275

三、提高设计品位及促进市场开发 277

第十章 电子商务在旅行社中的运用分析 280

第一节 旅游业与电子商务运用发展分析 280

一、中国旅游业与电子商务结合是必然的趋势 280

二、电子商务在中国旅游业的应用 284

三、我国旅游电子商务发展的障碍 285

四、发展我国旅游电子商务的途径 287

第二节 旅行社在电子商务环境下的关系营销 291

一、旅行社电子商务的定义及其分析 291

二、在旅行社电子商务中开展关系营销的必要性 293

三、旅行社如何在电子商务中开展关系营销 294

第三节 旅行社信息技术应用现状与前景分析 296

一、信息技术应用基础 296

二、中国旅行社信息技术应用现状 298

三、中国旅行社信息技术应用前景分析 299

第十一章 自驾游市场分析 305

第一节 我国自驾游市场概况 305

一、我国自驾游兴起的原因 305

二、我国自驾游发展中存在的主要瓶颈 306

三、我国自驾游健康发展的条件 307

第二节 自驾游市场发展现状分析 308

一、自驾游的发展前景分析 308

二、自驾游搅热旅游市场 309

- 三、自驾游产业化发展分析 310
- 四、自驾车旅游绿色营销策略 312
- 第三节 自驾游市场需求预测 314
 - 一、游前咨询俱乐部 314
 - 二、改装保养店 315
 - 三、汽车旅馆等沿线服务 315
 - 四、自驾游景区开发和景区服务 316
 - 五、救援 316
 - 六、异地租车 316

第四部分 行业竞争格局与策略分析

第十二章 旅行社的竞争策略分析 319

第一节 2008年新假日制度下旅游企业的营销对策 319

- 一、新假日制度对旅游业的影响 319
- 二、旧假日制度下旅游市场营销存在的问题 320
- 三、新假日制度下企业的营销对策 320

第二节 可持续旅游消费及其实现对策 322

- 一、可持续旅游消费的内涵 323
- 二、我国可持续旅游消费发展的现实环境 324
- 三、我国可持续旅游消费的实现对策 325

第三节 竞争环境下的旅行社应对策略 326

- 一、企业联盟是旅行社拓展功能的重要渠道 327
- 二、产品提升是旅行社保持竞争力的根本保障 327
- 三、市场渗透是旅行社保持客源的重要法宝 328
- 四、网络营销是旅行社产品宣传的重要手段 328

第四节 旅行社应对网络旅游的挑战策略分析 328

- 一、网络旅游的竞争优势 329
- 二、旅行社的应对策略 330

第十三章 旅行社集团化及资本运作分析 332

第一节 我国旅行社经营体系调整的目标模式分析 332

- 一、我国旅行社业经营体系分析 332

- 二、我国旅行社经营体系调整的目标模式 335
- 第二节 当前旅行社并购热分析 338
 - 一、当前旅行社并购存在的弊端 338
 - 二、并购动机多元化使旅行社并购目标不统一 341
- 第三节 我国旅行社集团化模式分析 343
 - 一、我国旅行社集团化的必要性和紧迫性 343
 - 二、旅行社集团化的模式 344
- 第四节 旅行社集团化战略 347
 - 一、旅行社集团化的特征分析 347
 - 二、我国旅行社集团化的战略 349

第十四章 我国重点旅游企业分析 354

第一节 桂林旅游股份有限公司 354

- 一、公司概况 354
- 二、2007-2008年公司经营情况 356
- 三、2008年公司动态 362

第二节 黄山旅游股份有限公司 366

- 一、公司概况 366
- 二、2007-2008年公司经营情况 366
- 三、2008年公司动态 376

第三节 中青旅控股股份有限公司 385

- 一、公司概况 385
- 二、2007-2008年公司经营情况 386
- 三、2008年公司动态 392

第四节 峨眉山旅游股份有限公司 397

- 一、公司概况 397
- 二、2007-2008年公司经营情况 398

第五节 北京首都旅游股份有限公司 406

- 一、公司概况 406
- 二、2007-2008年公司经营情况 407

第六节 丽江玉龙旅游股份有限公司 416

- 一、公司概况 416

二、2007-2008年公司经营情况 417

第十五章 旅游业国际化战略分析 428

第一节 我国旅行社国际化现状分析 428

一、旅游业国际化是经济竞争的必然趋势 428

二、中国旅游业正朝国际化迈进 429

第二节 我国旅行社国际化存在的问题 429

一、中国旅行社三大特点 430

二、旅行社主业单一同质化严重 431

三、经营模式“粗放式”问题严重 432

四、旅游产品传统阻碍发展 433

第三节 培育具有国际竞争力旅游企业 434

一、旅游强国需具有国际竞争力的旅游企业集团 434

二、培育具有国际竞争力的旅游企业集团 435

三、对培育具有国际竞争力旅游集团的建议 438

第五部分 行业发展趋势与投资机会分析

第十六章 我国旅游业预测及投资分析 441

第一节 旅游市场发展趋势 441

一、国内露营旅游市场未来需求预测 441

二、2015年我国星级旅游饭店发展预测 441

三、后奥运对旅游行业的拉动预测 442

四、2020年中国旅游业总收入预测 443

第二节 行业总体投资机会分析 444

一、中国旅游业的奥运商机 444

二、2009年旅游行业投资预测 449

三、扩大旅游投资的对策思路 454

四、全国“十一五”投资旅游项目分析 456

第三节 后奥运时代的旅游行业投资策略 458

一、2008年旅游行业发展态势 458

二、后奥运时代旅游行业展望 471

三、2008-2010年旅游酒店业景气及投资机会 476

四、2008-2009年旅游景区业投资预测 482

五、旅游行业投资估值分析 486

六、旅游行业投资策略 488

图表目录

图表：自然灾害通过影响消费心理、消费能力等途径对旅游业产生影响 4

图表：2008年年初我国南方大部分地区发生雨雪灾冰冻灾害 5

图表：2008年雪灾对我国入境游市场的影响 6

图表：2008年雪灾对江西旅游市场的负面影响较明显 6

图表：2008年春节 全国游客接待量和旅游收入下降明显 6

图表：2008年5月12日四川汶川发生里氏8.0级大地震 8

图表：2008年5月四川省旅游各项指标较4月下降约65% 8

图表：2008年四川省旅游业受损严重 8

图表：2008年大地震对我国入境游市场的负面影响有限 9

图表：2008年8月后旅游市场旅游城市关注度 23

图表：1985-2005年中国旅游产业发展规模 30

图表：1985-2004年中国入境旅游人数和旅游收入的世界排名 30

图表：人均GDP与旅游业态存在一定对应关系（旅游范围视角） 31

图表：2008年我国人均GDP预测 31

图表：中国旅行社规模与增长率变化表 64

图表：主要旅行社旅游接待情况 66

图表：旅行社规模、有组织接待人数及利润率 67

图表：旅行社市场份额变化表 68

图表：旅行社业收入与平均利润表 69

图表：旅行社规模、营业收入及利润率 69

图表：旅行社集中度与利润的相互作用 72

图表：2008年“十一”黄金周全国各省接待游客数量及收入 82

图表：2008年“十一”黄金周旅游行业创近年最好增速 82

图表：2008年“十一”黄金周一日游显著增加 83

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 85

图表：2005-2008年十一黄金周全国旅游总体情况 85

图表：2006-2008年上市公司相关景区十一期间接待游客情况 86

图表：2008年1月入境旅游接待收汇情况 101

图表：2008年1月来华旅游入境人数（按年龄、性别分） 102

图表：2008年1月入境旅游外国人人数（按目的分） 104

图表：2008年1月来华旅游入境人数（按入境方式分） 106

图表：2008年2月入境旅游接待收汇情况 108

图表：2008年2月来华旅游入境人数（按入境方式分） 109

图表：2008年2月来华旅游入境人数（年龄性别） 111

图表：2008年2月入境旅游外国人人数（目的） 113

图表：2008年3月入境旅游接待收汇情况 115

图表：2008年3月来华旅游入境人数（按入境方式分） 116

图表：2008年3月来华旅游入境人数（按年龄、性别分） 118

图表：2008年3月入境旅游外国人人数（按目的分） 120

图表：2008年4月入境旅游外国人人数（按目的分） 122

图表：2008年4月来华旅游入境人数（按年龄、性别分） 124

图表：2008年4月来华旅游入境人数（按入境方式分） 127

图表：2008年4月入境旅游接待收汇情况 129

图表：2008年5月入境旅游外国人人数(目的) 130

图表：2008年5月来华旅游入境人数(年龄性别) 132

图表：2008年5月来华旅游入境人数（按入境方式分） 133

图表：2008年5月入境旅游接待收汇情况 135

图表：2008年6月入境旅游外国人人数(目的) 136

图表：2008年6月来华旅游入境人数(年龄性别) 138

图表：2008年6月入境旅游接待收汇情况 140

图表：2008年1-6月中国入境旅游地方接待情况(一) 141

图表：2008年1-6月中国入境旅游地方接待情况(二) 142

图表：2008年1-6月中国入境旅游主要城市接待情况(一) 144

图表：2008年1-6月中国入境旅游主要城市接待情况(二) 145

图表：2008年1-6月入境旅游外国人人数(目的累计) 147

图表：2008年1-6月来华旅游入境人数(年龄性别累计) 149

图表：加拿大生态旅游者旅游动机 222

图表：北美生态旅游者旅游动机 222

图表：生态旅游者团队构成 223

图表：生态旅游者愿意支付的费用 223

图表：1994年世界主要国家和地区接待的国际旅游者人均创汇率 223

图表：2008年2季度桂林旅游股份有限公司主营构成表 356

图表：2007-2008年桂林旅游股份有限公司每股指标 357

图表：2007-2008年桂林旅游股份有限公司获利能力表 357

图表：2007-2008年桂林旅游股份有限公司经营能力表 357

图表：2007-2008年桂林旅游股份有限公司偿债能力表 357

图表：2007-2008年桂林旅游股份有限公司资本结构表 358

图表：2007-2008年桂林旅游股份有限公司发展能力表 358

图表：2007-2008年桂林旅游股份有限公司现金流量分析表 358

图表：2007-2008年桂林旅游股份有限公司利润分配表 359

图表：2008-2010年桂林旅游股份有限公司利润表 360

图表：2008-2010年桂林旅游股份有限公司资产负债表 361

图表：2008-2010年桂林旅游股份有限公司现金流量表 361

图表：2008-2010年桂林旅游股份有限公司财务指标 362

图表：2004-2008年上半年桂林旅游股份有限公司游船接待量对比 363

图表：2007-2008年上半年桂林旅游股份有限公司收入结构变化对比 364

图表：2005-2008年上半年桂林旅游股份有限公司主要业务和综合毛利率走势 364

图表：桂林旅游股份有限公司福满园景区的基本情况 365

图表：2008年1-6月黄山旅游发展股份有限公司游客数量及增长情况 368

图表：2008年上半年黄山旅游发展股份有限公司总体经营情况 369

图表：2008年1-6月黄山旅游发展股份有限公司各项业务收入及增长情况 370

图表：2007-2008年上半年黄山旅游发展股份有限公司各项业务毛利率变动情况 370

图表：2008年2季度黄山旅游发展股份有限公司主营构成表 371

图表：2007-2008年黄山旅游发展股份有限公司每股指标 371

图表：2007-2008年黄山旅游发展股份有限公司获利能力表 372

图表：2007-2008年黄山旅游发展股份有限公司经营能力表 372

图表：2007-2008年黄山旅游发展股份有限公司偿债能力表 372

图表：2007-2008年黄山旅游发展股份有限公司资本结构表 372

图表：2007-2008年黄山旅游发展股份有限公司发展能力表 373

图表：2007-2008年黄山旅游发展股份有限公司现金流量分析表 373

图表：2007-2008年黄山旅游发展股份有限公司利润分配表 373

图表：2008-2010年黄山旅游发展股份有限公司资产负债表 374

图表：2008-2010年黄山旅游发展股份有限公司利润表 375

图表：2008-2010年黄山旅游发展股份有限公司现金流量表 375

图表：2008-2010年黄山旅游发展股份有限公司主要财务比率 376

图表：2008年上半年景区类上市公司经营概况 377

图表：2008年上半年黄山旅游发展股份有限公司主营业务收入构成 378

图表：2008年上半年黄山旅游发展股份有限公司主营业务利润构成 378

图表：2001-2008年黄山旅游发展股份有限公司入山游客增长情况 378

图表：2001-2008年黄山旅游发展股份有限公司游客增长与主营业务增长关系 379

图表：黄山旅游发展股份有限公司门票价格调整情况 379

图表：2005-2008年黄山旅游发展股份有限公司营业收入和净利润及增速 380

图表：2005-2008年黄山旅游发展股份有限公司游客人数及增长率 380

图表：2005-2008年黄山旅游发展股份有限公司各主营业务收入 381

图表：2005-2008年黄山旅游发展股份有限公司计缴所得税变化 381

图表：2005-2008年黄山旅游发展股份有限公司营业成本及增速 381

图表：2005-2008年黄山旅游发展股份有限公司综合毛利率及构成 382

图表：2005-2008年黄山旅游发展股份有限公司期间费用率及构成 382

图表：黄山旅游发展股份有限公司索道概况 383

图表：2001-2008年黄山旅游发展股份有限公司索道业务增长 383

图表：2008-2009年黄山旅游发展股份有限公司损益表及预测 384

图表：2008年2季度中青旅控股股份有限公司主营构成表 386

图表：2007-2008年中青旅控股股份有限公司每股指标 387

图表：2007-2008年中青旅控股股份有限公司获利能力表 387

图表：2007-2008年中青旅控股股份有限公司经营能力表 387

图表：2007-2008年中青旅控股股份有限公司偿债能力表 387

图表：2007-2008年中青旅控股股份有限公司资本结构表 388

图表：2007-2008年中青旅控股股份有限公司发展能力表 388

图表：2007-2008年中青旅控股股份有限公司现金流量分析表 388

图表：2007-2008年中青旅控股股份有限公司利润分配表 389

图表：2008-2010年中青旅控股股份有限公司资产负债表 390

图表：2008-2010年中青旅控股股份有限公司现金流量表 390

图表：2008-2010年中青旅控股股份有限公司利润表 391

图表：2008-2010年中青旅控股股份有限公司主要财务比率 391

图表：2005-2008年2季度中青旅控股股份有限公司收入构成分析 394

图表：2005-2008年2季度中青旅控股股份有限公司毛利构成分析 394

图表：2008年2季度峨眉山旅游股份有限公司主营构成表 398

图表：2007-2008年峨眉山旅游股份有限公司每股指标 398

图表：2007-2008年峨眉山旅游股份有限公司获利能力表 398

图表：2007-2008年峨眉山旅游股份有限公司经营能力表 399

图表：2007-2008年峨眉山旅游股份有限公司偿债能力表 399

图表：2007-2008年峨眉山旅游股份有限公司资本结构表 399

图表：2007-2008年峨眉山旅游股份有限公司发展能力表 399

图表：2007-2008年峨眉山旅游股份有限公司现金流量分析表 400

图表：2007-2008年峨眉山旅游股份有限公司利润分配表 400

图表：2008年上半年峨眉山旅游股份有限公司各主要财务指标变化情况 402

图表：2008年上半年峨眉山旅游股份有限公司重要财务比率的同比变化 403

图表：2008-2010年峨眉山旅游股份有限公司主要业务增长预测 403

图表：2008-2010年峨眉山旅游股份有限公司赢利预测 404

图表：2008-2010年峨眉山旅游股份有限公司资产负债表 404

图表：2008-2010年峨眉山旅游股份有限公司现金流量表 405

图表：2008-2010年峨眉山旅游股份有限公司利润表 405

图表：2008-2010年峨眉山旅游股份有限公司主要财务比率 406

图表：2008年2季度北京首都旅游股份有限公司主营构成表 407

图表：2007-2008年北京首都旅游股份有限公司每股指标 407

图表：2007-2008年北京首都旅游股份有限公司获利能力表 408

图表：2007-2008年北京首都旅游股份有限公司经营能力表 408

图表：2007-2008年北京首都旅游股份有限公司偿债能力表 408

图表：2007-2008年北京首都旅游股份有限公司资本结构表 408

图表：2007-2008年北京首都旅游股份有限公司发展能力表 409

图表：2007-2008年北京首都旅游股份有限公司现金流量分析表 409

图表：2007-2008年北京首都旅游股份有限公司利润分配表 409

图表：2008年上半年北京首都旅游股份有限公司净利润走势 412

图表：2008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 412

图表：2008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 413

图表：2008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 414

图表：2008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 414

图表：2007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 415

图表：2008-2010年北京首都旅游股份有限公司盈利预测 416

图表：2008年2季度丽江玉龙旅游股份有限公司主营构成表 417

图表：2007-2008年丽江玉龙旅游股份有限公司每股指标 418

图表：2007-2008年丽江玉龙旅游股份有限公司获利能力表 418

图表：2007-2008年丽江玉龙旅游股份有限公司经营能力表 418

图表：2007-2008年丽江玉龙旅游股份有限公司偿债能力表 419

图表：2007-2008年丽江玉龙旅游股份有限公司资本结构表 419

图表：2007-2008年丽江玉龙旅游股份有限公司发展能力表 419

图表：2007-2008年丽江玉龙旅游股份有限公司现金流量分析表 419

图表：2007-2008年丽江玉龙旅游股份有限公司利润分配表 420

图表：2008年上半年丽江玉龙旅游股份有限公司合并利润表 421

图表：2008年上半年丽江玉龙旅游股份有限公司接待游客数量走势 422

图表：2008年上半年丽江玉龙旅游股份有限公司大索道接待游客数量走势图 423

图表：2008-2010年丽江玉龙旅游股份有限公司主要财务指标 423

图表：2008-2010年丽江玉龙旅游股份有限公司营业收入预测 424

图表：2008-2010年丽江玉龙旅游股份有限公司盈利预测 424

图表：2008-2010年丽江玉龙旅游股份有限公司酒店业务盈利预测 425

图表：2008-2010年丽江玉龙旅游股份有限公司资产负债表 425

图表：2008-2010年丽江玉龙旅游股份有限公司利润表 426

图表：2008-2010年丽江玉龙旅游股份有限公司现金流量表 426

图表：2008-2010年丽江玉龙旅游股份有限公司主要财务比率 427

图表：2008-2009年旅游行业投资逻辑 449

图表：2008-2009年旅游子行业投资顺序 450

图表：1999-2007年我国城镇居民人均旅游支出 450

图表：1999-2007年我国农村居民人均旅游支出 451

图表：1999-2007年我国城镇居民出游率 451

图表：1999-2007年我国农村居民出游率 451

图表：1999-2007年我国城镇居民个人旅游消费占收入比重 452

图表：1999-2007年我国城镇居民个人旅游消费占支出比重 452

图表：2009年我国旅游业机遇大于风险 452

图表：2009年我国旅游业收入预测 453

图表：后奥运时代入境游将会明显增长 453

图表：2006-2008年7月逐月入境旅游人数（年龄性别累计） 459

图表：2006-2008年上半年全国部分城市接待入境游客情况 459

图表：2002-2008年7月北京市接待入境过夜游客情况 460

图表：2008年上半年部分省国内游情况 461

图表：2008年1-8月香港接待内地访客情况 462

图表：2008年1-8月四川省入境游与国内游基本情况 463

图表：人均GDP与旅游业态存在一定对应关系（旅游目的视角） 464

图表：1999-2009年城镇居民和农村居民的收入差距日益扩大 464

图表：1985-2009年城不同区域和阶层之间居民收入差距日益扩大 465

图表：1996-2009年居民尤其是农村居民出游欲望渐趋强烈（从增速来看） 465

图表：1996-2009年居民尤其是农村居民出游欲望渐趋强烈（从出游率来看） 466

图表：1996-2009年居民国内旅游人均花费保持较快增长 466

图表：1994-2009年城镇、农村居民国内旅游人均花费保持较快增长 467

图表：2008年国内旅游人数保持快速增长 467

图表：2008年国内旅游收入保持快速增长 468

图表：1983-2007年旅游目的地开放速度明显加快 468

图表：2008年出境游人数继续增长 469

图表：近几届奥运会期间举办城市的入境旅游者和国际旅游收入 469

图表：举办城市在奥运会会中入境人数有明显增长 470

图表：近几届奥运会举办期间入境旅游者约为参赛人数的23-41倍之间 470

图表：2008年我国入境游客增长明显加速 471

图表：2008年我国国际旅游收入高速增长 471

图表：2008年1月开始实施的《国家法定节假日调整方案》 473

图表：《带薪休假》规定的年休假天数与工作年限的对应 473

图表：新方案下2008年我国假期分散与7个月之中 473

图表：2008年4月八部委发布的《关于整顿和规范游览参观点门票价格的通知》的主要内容 474

图表：1999年实行黄金周制度后城镇居民旅游人数增长明显 474

图表：1999年黄金周实行后城镇居民旅游消费脱离收入出现明显异动 475

图表：2008年因假期缩短为3天所带来的不可比因素进一步加剧直报重点景区游客接待规模
475

图表：2008年“五一”小长假期间部分省份日均旅游收入同比走势 476

图表：2008年“五一”小长假期间部分城市游客接待总量走势 476

图表：1996-2009年全国星级酒店客房出租率变动趋势 478

图表：中国现代饭店业发展周期一览 479

图表：2004-2008年上海地区各星级酒店REVPAR值下降走势 480

图表：2002-2008年7月广东省、广州市、深圳市酒店客房出租率变动情况 481

图表：1998-2007年峨眉山接待人次 483

图表：1998-2007年黄山旅游接待人次 484

图表：1998-2007年漓江游船接待人次 484

图表：1998-2007年丽江地区接待人次 484

图表：1995-2008年GDP与旅游行业增长趋势 486

图表：2008-2009年美国、香港、国内部分酒店类上市公司估值比较 487

略……（如需详细目录，请来电索取）

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/47305.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。