

2020-2026年中国航空客运销售代理行业市场消费 调查及投资前景分析报告

报告大纲

一、报告简介

智研咨询发布的《2020-2026年中国航空客运销售代理行业市场消费调查及投资前景分析报告》涵盖行业最新数据，市场热点，政策规划，竞争情报，市场前景预测，投资策略等内容。更辅以大量直观的图表帮助本行业企业准确把握行业发展态势、市场商机动向、正确制定企业竞争战略和投资策略。本报告依据国家统计局、海关总署和国家信息中心等渠道发布的权威数据，以及我中心对本行业的实地调研，结合了行业所处的环境，从理论到实践、从宏观到微观等多个角度进行市场调研分析。

官网地址：<https://www.chyxx.com/research/201909/783786.html>

报告价格：电子版: 9800元 纸介版：9800元 电子和纸介版: 10000元

订购电话: 010-60343812、010-60343813、400-600-8596、400-700-9383

电子邮箱: sales@chyxx.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、报告目录及图表目录

航空客运销售代理行业是指航空客运销售代理人接受航空运输企业委托，在约定的授权范围内，以委托人名义代为处理航空旅客运输销售及其相关服务的营利性行业。

20 世纪 80 年代中期，中国民航引进了民航分销系统，机票销售开始实行代理制。代理制拓展了航空客运销售市场的宽度和深度，减少了航空公司的销售投入，产生了良好的社会效益和经济效益。经过 20 余年的发展，目前航空客运代理企业已经成为国内机票销售的主要渠道，并通过国际航空运输协会的全球代理人平台与全球 90%以上航空公司运输销售体系结合在一起。

机票目前每年销售 2000 多亿，大多依靠代理人推广销售，而航空公司也着手准备直接向终端散客销售，不间断的做一些针对散客的促销信息，从而不断扩大直销的比例培养顾客自主订票的习惯。从这一趋势可见随着各个航空公司的直接面向顾客的消费模式而产生的机票代理行业利润会越来越低。从多年前到现在的机票平均利润在 1 个点左右，日后机票可能会作为众多服务行业的一个增值服务内容并不作为盈利项目，在国外很多航空公司早已经取消代理费，国内也有朝此发展的趋势，但目前或短时间内并不能实现。鉴于各个航空公司销售的折扣信息不一致，同时也不能做到信息的对称。因此还必须依托于代理人作为衔接的纽带，进行市场的开拓及客户的服务。

智研咨询发布的《2020-2026年中国航空客运销售代理行业市场消费调查及投资前景分析报告》共九章。首先介绍了中国航空客运销售代理行业市场发展环境、航空客运销售代理整体运行态势等，接着分析了中国航空客运销售代理行业市场运行的现状，然后介绍了航空客运销售代理市场竞争格局。随后，报告对航空客运销售代理做了重点企业经营状况分析，最后分析了中国航空客运销售代理行业发展趋势与投资预测。您若想对航空客运销售代理产业有个系统的了解或者想投资中国航空客运销售代理行业，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1章：中国航空客运销售代理行业发展综述

1.1 航空客运销售代理行业的相关概述

1.1.1 航空客运销售代理行业的定义

1.1.2 航空客运销售代理行业的分类

（1）按代理业务范围分

（2）按企业经营规模分

1.1.3 航空客运销售代理行业的作用

- (1) 拓展航空运输销售市场
- (2) 减少航空公司销售投入
- (3) 产生了良好的社会效益
- (4) 占据民航业重要市场地位
- 1.2 航空客运销售代理行业的发展环境
 - 1.2.1 航空客运销售代理行业政策环境分析
 - (1) 航空客运销售代理行业管理体制
 - (2) 航空客运销售代理行业主要政策
 - 1.2.2 航空客运销售代理行业经济环境分析
 - (1) 国际宏观经济环境分析
 - (2) 国内宏观经济环境分析
 - (3) 行业宏观经济环境分析
 - 1.2.3 航空客运销售代理行业社会环境分析
 - (1) 中国航空业仍然处于成长期
 - (2) 分销仍是机票销售的主要渠道
- 1.3 航空客运销售代理行业的发展综述
 - 1.3.1 航空客运销售代理行业发展历程分析
 - 1.3.2 航空客运销售代理行业市场规模分析
 - 1.3.3 航空客运销售代理行业盈利模式分析
 - 1.3.4 航空客运销售代理行业存在问题分析

第2章：国内外航空客运销售代理所属行业发展分析

- 2.1 国外航空客运销售代理所属行业发展分析
 - 2.1.1 国外销售代理行业的行业结构
 - 2.1.2 发达国家销售代理企业的管理
 - 2.1.3 国外航空公司对代理人的制约
 - 2.1.4 国外旅行代理商的综合服务
 - 2.1.5 国外旅行代理商的角色转换
 - 2.1.6 国内外航空客运销售代理对比
- 2.2 中国航空客运所属行业发展状况分析
 - 2.2.1 航空客运行业的发展概况分析
 - 2.2.2 民航旅客运输量及其增长情况
 - 2.2.3 民航运输机场完成旅客吞吐量
 - 2.2.4 机场服务能力及航线变化情况
 - 2.2.5 航空客运行业的运营状况分析
 - 2.2.6 航空客运行业的运营效率分析

2.2.7 民航固定资产投资及增长情况

2.3 中国航空客运销售代理行业发展分析

2.3.1 航空客运销售代理行业经营特点分析

2.3.2 航空客运销售代理行业技术特点分析

2.3.3 航空客运销售代理行业的周期性分析

2.3.4 航空客运销售代理行业的季节性分析

2.3.5 航空客运销售代理行业人才培养分析

第3章：中国航空客运销售代理所属行业的运营模式

3.1 不同销售渠道运营模式分析

3.1.1 电子商务模式分析

3.1.2 门店销售模式分析

3.1.3 合作销售模式分析

3.2 不同服务对象运营模式分析

3.2.1 航空客运直销模式分析

(1) 航空客运直销比例分析

(2) 航空公司直销渠道建设动向

3.2.2 航空客运分销模式分析

(1) 航空客运分销佣金总规模

(2) 航空客运分销佣金率分析

(3) 航空公司支付的分销佣金

(4) 机票分销商准入规定比较

(5) 主要城市机票分销商数量

(6) BSP机票分销业务流程关系

3.2.3 航空客运直销与分销利弊分析

3.3 不同业务内容运营模式分析

3.3.1 单一服务模式分析

3.3.2 综合商旅服务模式分析

第4章：中国航空客运销售代理关联行业运营分析

4.1 中国机场业运营状况分析

4.1.1 机场业成本及收入结构分析

(1) 机场业成本构成分析

(2) 机场业收入构成分析

(3) 机场非航业务发展分析

(4) 机场贵宾服务发展分析

4.1.2 机场行业运营情况分析

- (1) 全国通航城市和机场分析
- (2) 机场吞吐量以及增长分析
- (3) 机场旅客吞吐量分布情况
- (4) 机场货邮吞吐量分布情况
- 4.2 中国航空客票网上支付行业
 - 4.2.1 航空客票网上交易规模分析
 - 4.2.2 航空客票网上支付发展现状
 - 4.2.3 在线旅行市场预订情况分析
 - 4.2.4 航空客票支付企业竞争分析
 - 4.2.5 航空客票支付发展前景分析
- 4.3 中国旅游业运营状况分析
 - 4.3.1 全球旅游市场发展分析
 - (1) 全球国际旅游人数分析
 - (2) 全球国际旅游收入分析
 - 4.3.2 中国国内旅游市场分析
 - (1) 国内旅游人数及增长情况
 - (2) 国内旅游收入及增长情况
 - (3) 国内旅游的人均花费走势
 - (4) 国内旅游的发展特征分析
 - 4.3.3 中国入境旅游市场分析
 - (1) 入境旅游接待人数
 - (2) 入境旅游外汇收入
 - (3) 入境旅游客源情况
 - (4) 入境旅游过夜游客数
 - (5) 入境旅游的主要特点
 - (6) 入境旅游市场发展预测
 - 4.3.4 中国出境旅游市场分析
 - (1) 中国出境旅游概况
 - (2) 出境游目的地概况
 - (3) 网民出境旅游意向调查
 - (4) 出境旅游市场发展预测
 - 4.3.5 中国黄金周旅游市场分析
 - (1) 十一黄金周旅游人数
 - (2) 十一黄金周旅游收入
 - (3) 春节黄金周旅游人数

- (4) 春节黄金周旅游收入
- 4.3.6 中国旅游电子商务发展分析
 - (1) 旅游电子商务的市场环境
 - (2) 旅游电子商务企业发展动态
 - (3) 旅游网络营销的最新动态
- 4.3.7 中国旅游业发展前景展望
- 4.4 中国酒店业运营状况分析
 - 4.4.1 星级饭店发展状况分析
 - (1) 星级饭店规模及其构成
 - (2) 星级饭店总体经营状况
 - (3) 不同星级饭店经营状况
 - (4) 区域星级饭店经营状况
 - (5) 重点城市酒店经营情况
 - 4.4.2 经济型连锁酒店发展分析
 - (1) 经济型酒店数量规模分析
 - (2) 经济型酒店市场规模分析
 - (3) 经济型酒店区域分布情况
 - (4) 经济型酒店产品结构分析
 - (5) 经济型酒店市场份额排名
 - (6) 经济型酒店客户营销模式
 - 4.4.3 酒店行业的发展趋势分析
- 4.5 中国汽车租赁市场发展分析
 - 4.5.1 国际汽车租赁行业发展概况
 - (1) 国际汽车租赁行业的发展历程
 - (2) 国际汽车租赁行业的发展规模
 - (3) 国际汽车租赁行业的生命周期
 - (4) 国际汽车租赁行业运作模式分析
 - (5) 国际汽车租赁行业运作特点分析
 - (6) 国际汽车租赁对中国汽车租赁的启示
 - 4.5.2 中国汽车租赁行业发展状况
 - (1) 中国汽车租赁行业的发展历程
 - (2) 中国汽车租赁行业的发展规模
 - (3) 中国汽车租赁行业的发展特点
 - (4) 中国汽车租赁行业的影响因素
 - (5) 中国汽车租赁行业的生命周期

(6) 中国汽车租赁行业发展新动向

(7) 中国汽车租赁行业存在的问题

(8) 中国汽车租赁行业的发展策略

4.5.3 汽车租赁行业市场竞争状况分析

(1) 汽车租赁行业总体竞争状况分析

(2) 国际汽车租赁市场竞争格局分析

(3) 跨国公司在投资布局

(4) 跨国公司在竞争策略分析

(5) 国内汽车租赁市场竞争格局分析

(6) 国内汽车租赁行业竞争结构分析

(7) 国内领先租车企业发展战略分析

第5章：中国航空客运销售代理行业区域市场分析

5.1 北京市航空客运销售代理行业分析

5.1.1 北京市居民可支配收入分析

5.1.2 北京市航空客运量及其增长

5.1.3 北京市旅游业发展状况分析

5.1.4 北京市机票代理的前景展望

5.2 上海市航空客运销售代理行业分析

5.2.1 上海市居民可支配收入分析

5.2.2 上海市航空客运量及其增长

5.2.3 上海市旅游业发展状况分析

5.2.4 上海市机票代理的前景展望

5.3 广州市航空客运销售代理行业分析

5.3.1 广州市居民可支配收入分析

5.3.2 广州市航空客运量及其增长

5.3.3 广州市旅游业发展状况分析

5.3.4 广州市机票代理的前景展望

5.4 深圳市航空客运销售代理行业分析

5.4.1 深圳市居民可支配收入分析

5.4.2 深圳市航空客运量及其增长

5.4.3 深圳市旅游业发展状况分析

5.4.4 深圳市机票代理的前景展望

5.5 杭州市航空客运销售代理行业分析

5.5.1 杭州市居民可支配收入分析

5.5.2 杭州市航空客运量及其增长

- 5.5.3 杭州市旅游业发展状况分析
- 5.5.4 杭州市机票代理的前景展望
- 5.6 成都市航空客运销售代理行业分析
 - 5.6.1 成都市居民可支配收入分析
 - 5.6.2 成都市航空客运量及其增长
 - 5.6.3 成都市旅游业发展状况分析
 - 5.6.4 成都市机票代理的前景展望
- 5.7 昆明市航空客运销售代理行业分析
 - 5.7.1 昆明市居民可支配收入分析
 - 5.7.2 昆明市航空客运量及其增长
 - 5.7.3 昆明市旅游业发展状况分析
 - 5.7.4 昆明市机票代理的前景展望
- 5.8 西安市航空客运销售代理行业分析
 - 5.8.1 西安市居民可支配收入分析
 - 5.8.2 西安市航空客运量及其增长
 - 5.8.3 西安市旅游业发展状况分析
 - 5.8.4 西安市机票代理的前景展望
- 5.9 厦门市航空客运销售代理行业分析
 - 5.9.1 厦门市居民可支配收入分析
 - 5.9.2 厦门市航空客运量及其增长
 - 5.9.3 厦门市旅游业发展状况分析
 - 5.9.4 厦门市机票代理的前景展望
- 第6章：中国航空客运销售代理行业竞争状况分析
 - 6.1 航空客运销售代理行业竞争结构分析
 - 6.1.1 需求方议价能力分析
 - 6.1.2 供给方议价能力分析
 - 6.1.3 行业替代品威胁分析
 - 6.1.4 潜在进入者威胁分析
 - 6.1.5 行业现有竞争者分析
 - 6.2 电子客票对销售代理行业的影响
 - 6.2.1 电子客票的发展概况
 - 6.2.2 电子客票的益处分析
 - 6.2.3 电子客票对代理的影响
 - 6.2.4 销售代理人的应对措施
 - 6.3 在线分销对销售代理行业的影响

6.3.1 在线分销的现状和特点

6.3.2 在线分销对代理的影响

6.3.3 销售代理人的应对措施

6.4 航空客运销售代理行业SWOT分析

6.4.1 航空客运销售代理行业优势分析

6.4.2 航空客运销售代理行业劣势分析

6.4.3 航空客运销售代理行业机遇分析

6.4.4 航空客运销售代理行业威胁分析

6.5 航空客运销售代理行业的竞争分析

6.5.1 行业的竞争格局和市场化程度分析

6.5.2 航空客运销售代理行业进入壁垒分析

(1) 进入航空客运代理行业的市场壁垒

(2) 进入航空客运代理行业的资金壁垒

(3) 进入航空客运代理行业的管理壁垒

(4) 进入航空客运代理行业的技术壁垒

6.5.3 航空客运销售代理企业的竞争战略分析

(1) 航空客运销售代理成本领先战略分析

(2) 航空客运销售代理标新立异战略分析

(3) 航空客运销售代理目标聚焦战略分析

第7章：中国航空客运销售代理企业经营情况分析

7.1 航空客运行业主要企业运营分析

7.1.1 中国国际航空股份有限公司经营情况分析

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业经营情况分析

(3) 企业经营优劣势分析

7.1.2 中国南方航空股份有限公司经营情况分析

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业经营情况分析

(3) 企业经营优劣势分析

7.1.3 中国东方航空股份有限公司经营情况分析

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业经营情况分析

(3) 企业经营优劣势分析

7.1.4 海南航空股份有限公司经营情况分析

(1) 企业发展简况分析

- (2) 企业经营情况分析
- (3) 企业经营优劣势分析
- 7.1.5 深圳航空有限责任公司经营情况分析
 - (1) 企业发展简况分析
 - (2) 企业经营情况分析
 - (3) 企业经营优劣势分析
- 7.2 在线旅行网机票代理状况分析
 - 7.2.1 携程旅行网经营情况分析
 - (1) 企业发展简况分析
 - (2) 企业经营情况分析
 - (3) 企业经营优劣势分析
 - 7.2.2 艺龙旅行网经营情况分析
 - (1) 企业发展简况分析
 - (2) 企业经营情况分析
 - (3) 企业经营优劣势分析
 - 7.2.3 同程网经营情况分析
 - (1) 企业发展简况分析
 - (2) 企业经营情况分析
 - (3) 企业经营优劣势分析
 - 7.2.4 芒果网经营情况分析
 - (1) 企业发展简况分析
 - (2) 企业经营情况分析
 - (3) 企业经营优劣势分析
- 7.3 航空客运销售代理企业经营分析
 - 7.3.1 深圳市腾邦国际票务股份有限公司经营情况分析
 - (1) 企业发展简况分析
 - (2) 企业经营情况分析
 - (3) 企业经营优劣势分析
 - 7.3.2 中国航空服务有限公司经营情况分析
 - (1) 企业发展简况分析
 - (2) 企业经营情况分析
 - (3) 企业经营优劣势分析
 - 7.3.3 北京外航服务公司经营情况分析
 - (1) 企业发展简况分析
 - (2) 企业经营情况分析

- (3) 企业经营优劣势分析
- 7.3.4 西部机场集团航空服务有限公司经营情况分析
 - (1) 企业发展简况分析
 - (2) 企业经营情况分析
 - (3) 企业经营优劣势分析
- 7.3.5 大连国翔航空旅游服务有限公司经营情况分析
 - (1) 企业发展简况分析
 - (2) 企业经营情况分析
 - (3) 企业经营优劣势分析
- 7.3.6 天津明昊航空服务发展有限公司经营情况分析
 - (1) 企业发展简况分析
 - (2) 企业经营情况分析
 - (3) 企业经营优劣势分析
- 7.3.7 深圳市特航航空服务有限公司经营情况分析
 - (1) 企业发展简况分析
 - (2) 企业经营情况分析
 - (3) 企业经营优劣势分析
- 7.3.8 深圳市顺天旅行网络有限公司经营情况分析
 - (1) 企业发展简况分析
 - (2) 企业经营情况分析
 - (3) 企业经营优劣势分析
- 7.3.9 甘肃白云航空服务有限责任公司经营情况分析
 - (1) 企业发展简况分析
 - (2) 企业经营情况分析
 - (3) 企业经营优劣势分析
- 7.3.10 北京神舟国旅票务有限公司经营情况分析
 - (1) 企业发展简况分析
 - (2) 企业经营情况分析
 - (3) 企业经营优劣势分析
- 第8章：中国航空客运销售代理行业战略转型分析
- 8.1 航空客运销售代理行业风险分析
 - 8.1.1 航空公司扩大直销规模带来的风险分析
 - 8.1.2 机票代理佣金费率调整带来的风险分析
 - 8.1.3 航空客运销售代理行业政策法规风险分析
 - 8.1.4 航空客运销售代理行业关联行业风险分析

8.1.5 航空客运销售代理行业区域市场风险分析

8.1.6 航空客运销售代理行业市场竞争风险分析

8.2 航空客运销售代理行业影响因素分析

8.2.1 航空客运销售代理市场供求状况分析

- (1) 航空客运量的增长推动行业发展
- (2) 广阔商旅市场拓宽行业发展空间
- (3) 航空公司直销对行业的影响分析
- (4) 影响代理市场供需变化原因分析

8.2.2 航空客运销售代理行业的影响因素分析

- (1) 影响航空客运代理行业的有利因素
- (2) 影响航空客运代理行业的不利因素

8.3 航空客运销售代理行业战略转型分析

8.3.1 航空空客运销售代理行业的发展趋势

- (1) 电子商务成为重要销售渠道
- (2) 行业市场集中度呈上升趋势
- (3) 行业竞争将呈现多样化特点
- (4) 行业服务的专业化和多元化
- (5) 旅客机票订购方式变化趋势

8.3.2 航空客运销售代理行业的转型方向

- (1) 拓宽服务功能使业务综合化
- (2) 发展电子商务拓宽营销渠道
- (3) 提供个性化的差旅管理服务
- (4) 成为综合商旅服务提供商

8.3.3 航空客运销售代理行业发展前景展望

- (1) 航空旅客运输量增长情况预测
- (2) 航空客运销售代理发展前景展望

第9章：中国航空客运销售代理行业典型案例剖析（ZY GXH）

9.1 去哪儿网商业模式分析

9.1.1 去哪儿网的产生与发展

- (1) 去哪儿网的发展历程
- (2) 去哪儿网的价值主张
- (3) 去哪儿网的目标群体
- (4) 去哪儿网的分销渠道
- (5) 去哪儿网的客户关系

9.1.2 去哪儿网的核心产品

- (1) 机票
 - (2) 酒店
 - (3) 旅游
 - (4) 签证
 - (5) 博客
 - (6) 知道
 - (7) 火车票
- 9.1.3 去哪儿网的盈利模式
- (1) 酒店佣金
 - (2) 机票佣金
 - (3) 广告收费
 - (4) 旅行社佣金
- 9.1.4 去哪儿网的竞争结构
- (1) 上游议价能力分析
 - (2) 下游议价能力分析
 - (3) 新进入者威胁分析
 - (4) 替代品威胁分析
 - (5) 在线代理商之间的竞争
- 9.1.5 去哪儿网SWOT分析
- (1) 去哪儿网优势分析
 - (2) 去哪儿网劣势分析
 - (3) 去哪儿网机会分析
 - (4) 去哪儿网威胁分析
- 9.1.6 去哪儿网对业界的启示分析
- 9.2 携程旅行服务公司商业模式分析
- 9.2.1 携程公司的产生与发展
- (1) 携程的产生与发展过程
 - (2) 携程目标客户群体分析
 - (3) 携程的主要产品分析
- 9.2.2 携程的资源整合模式分析
- (1) 携程酒店预订资源整合
 - (2) 携程机票预订资源整合
 - (3) 携程旅游度假资源整合
 - (4) 携程商旅服务资源整合
 - (5) 携程融资和资本运作分析

9.2.3 携程的技术支撑体系分析

- (1) 携程的呼叫中心结构分析
- (2) 携程旅行网站的架构分析

9.2.4 携程的发展模式分析

- (1) 携程的营销模式分析
- (2) 携程的管理模式分析
- (3) 携程的盈利模式分析

9.2.5 携程模式对业界的启示分析

9.3 腾邦国际的机票销售模式分析

9.3.1 腾邦国际的主要产品及服务

9.3.2 腾邦国际的产品及服务流程

9.3.3 腾邦国际的业务模式分析

- (1) 腾邦国际的采购模式分析
- (2) 腾邦国际的销售模式分析
- (3) 腾邦国际的盈利模式分析

9.3.4 腾邦国际的扩张路径分析

9.3.5 腾邦国际的战略延伸分析

9.3.6 腾邦模式对业界的启示分析 (ZY GXH)

图表目录：

图表1：航空客运销售代理行业的主要法律法规、政策及行业标准

图表2：2015-2019年美国新增非农就业走势图（单位：千人，%）

图表3：2015-2019年美国新增非农就业与失业率（单位：千人，%）

图表4：2015-2019年美国PMI指数

图表5：美国制造业PMI八个分项指数

图表6：美国服务业PMI指数

图表7：2015-2019年欧元区CPI同比增长情况（单位：%）

图表8：2015-2019年欧元区制造业指数

图表9：2015-2019年法意德制造业指数

图表10：日本PMI指数均值

图表11：2015-2019年日本制造业和服务业PMI指数

图表12：2015-2019年马来西亚CPI同比、环比情况（单位：%）

图表13：2015-2019年韩国进出口同比情况（单位：%）

图表14：中国国内生产总值及其增长速度（单位：亿元，%）

图表15：2015-2019年中国GDP同比增速走势（单位：%）

图表16：2015-2019年中国三产业GDP累计同比走势（单位：%）

图表17：2015-2019年中国投资、出口和消费累计同比增速对比（单位：%）

图表18：2015-2019年工业增加值增长变化（单位：%）

图表19：中国城镇固定资产投资增长速度（单位：%）

图表20：中国全社会固定资产投资及其增长速度（单位：亿元，%）

图表21：2015-2019年中国基础设施、房地产及制造业固定资产投资累计同比增速（单位：%）

图表22：2015-2019年中国社会消费品零售总额同比增速（单位：%）

图表23：2015-2019年城镇居民人均可支配收入和农村居民人均现金收入同比增速（单位：%）

图表24：中国货物进出口总额及其增长速度（单位：亿美元，%）

图表25：中国货物进出口总额（单位：亿美元）

图表26：2015-2019年中国出口金额及其同比增速（单位：亿美元，%）

图表27：2015-2019年中国进口金额及其同比增速（单位：亿美元，%）

图表28：2015-2019年中国对主要经济体的出口增速（单位：%）

图表29：2015-2019年中国民航运输总周转量及其增速（单位：亿吨公里，%）

图表30：2015-2019年中国月度民航运输总周转量及其增速（单位：亿吨公里，%）

更多图表见正文.....

详细请访问：<https://www.chyxx.com/research/201909/783786.html>