2022-2028年中国差旅管理行业市场现状调研及投资决策建议报告

报告大纲

智研咨询
www.chyxx.com

一、报告简介

智研咨询发布的《2022-2028年中国差旅管理行业市场现状调研及投资决策建议报告》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/202111/987760.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

差旅管理，即商旅管理，是指企业在专业差旅管理服务团队的协助下对差旅活动进行整体规划全面执行监控，优化差旅管理流程与政策，整体采购资源，从而在不影响业务开展和出行体验的前提下，降低差旅成本并提高出行效率。

智研咨询发布的《2022-2028年中国差旅管理行业市场现状调研及投资决策建议报告》共九章。首先介绍了差旅管理行业市场发展环境、差旅管理整体运行态势等，接着分析了差旅管理行业市场运行的现状，然后介绍了差旅管理市场竞争格局。随后，报告对差旅管理做了重点企业经营状况分析，最后分析了差旅管理行业发展趋势与投资预测。您若想对差旅管理产业有个系统的了解或者想投资差旅管理行业，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：

第一章 差旅管理相关概述
第一节 差旅管理概述
一、差旅管理定义
二、差旅管理特点
三、差旅管理流程
四、差旅管理意义
五、差旅管理节省方案
第二节 差旅管理政策建议
一、企业差旅政策的制定
二、差旅政策制定注意事项
三、差旅管理的几点建议
第三节 差旅管理与旅游差异
一、扮演角色不同
二、盈利模式不同
三、产品服务不同
第二章 国外差旅管理市场发展分析
第一节 国外差旅管理行业发展情况
第二节 国外各国差旅管理行业集中度
一、德国

二、法国
三、英国
第三节 国外差旅管理企业竞争力比较
第四节 国外差旅管理巨头案例比较
一、相同之处
（一）规模领先
（二）业务重合
（三）服务相近
二、差异之处
第三章 中国差旅管理行业发展环境分析
第一节 宏观经济环境
一、中国GDP增长情况
二、工业经济发展形势
三、全社会固定资产投资
四、社会消费品零售总额
五、城乡居民收入增长
六、对外贸易发展形势
第二节 相关政策环境
一、旅游行业发展政策
二、旅行社的准入管理
三、旅行社行业的政策
四、差旅政策发展历程
五、差旅政策主要内容
第三节 国内社会环境
一、中国居民休闲消费规模
二、城镇居民人均旅游花费
三、假日效应推动旅游发展
四、商务人士差旅市场特点
五、商务旅游产品体系建设
第四章 中国旅游及旅行社行业发展分析
第一节 国内旅游市场发展分析
一、国内旅游人数
二、国内旅游收入
三、国内旅游人均花费
四、商务人士旅游市场开发分析

（一）商务旅游基本内涵分析
（二）商务旅游本质特征分析
（三）商务人士旅游市场调查
1、商务人士在线预订偏好
2、商务人士酒店选择偏好
3、商务旅游航空公司选择
4、商务人士旅游目的地偏好
第二节 在线旅游市场发展现状分析
一、在线旅行预订定义及分类
二、在线旅行预订市场规模分析
（一）在线旅行预订用户规模
（二）在线旅行预订市场规模
（三）在线旅行预订市场结构
（四）2021年在线旅行市场特点
第三节 旅行社发展情况分析
一、旅行社数量规模统计
二、旅行社经营状况分布
三、旅行社区域分布情况
四、旅行社行业收入规模
五、旅行社行业盈利统计
六、旅行社衍生业务潜力
（一）签证业务发展潜力分析
（二）商务会奖旅游业务发展潜力
（三）票务代理业务发展潜力分析
（四）游轮旅游业务发展潜力分析
七、旅行社网络业务竞争情况
第四节 旅行社在线旅游业务探析
一、旅行社电子商务发展现状
二、旅行社网络销售模式分析
三、旅行社在线旅游新营销模式
四、中小型旅行社电子商务模式
（一）旅行社B2B2C电子商务模式
（二）旅行社C2C2B电子商务模式
（三）旅行社B2C2C电子商务模式
（四）中小旅行社电子商务模式选择

五、大型旅行社在线销售占比情况
第五章 中国差旅管理市场需求与供给分析
第一节 中国差旅管理市场发展现状
一、差旅管理行业主要环节
二、差旅管理市场普及率
三、差旅管理市场集中度
四、差旅管理行业发展水平
五、差旅管理企业成长路径
六、差旅管理企业发展比较
第二节 中国差旅管理市场需求特征
一、需求主体的两重性
（一）决策者/购买者
（二）执行者
（三）需求主体的层次性
二、需求对象的两重性
（一）组织的需求
（二）差旅旅行者的需求
（三）二者的关系
第三节 中国差旅管理市场需求分析
一、企业商旅开支增长
二、差旅管理意识淡薄
三、互联网使用普遍
四、差旅旅行需求增长
五、员工关怀受关注
六、国内旅行成主要
七、差旅政策受重视
八、事业单位差旅需求猛增
第四节 中国差旅服务市场供给分析
一、在华国外企业
（一）进入情况
（二）主要客户群
（三）服务模式
（四）发展瓶颈
二、在线差旅管理服务商
（一）发展现状

（二）主要客户群
（三）典型模式
（四）发展瓶颈
三、国内内资旅行社
四、航空代理商
第六章 中国旅行社开展差旅管理服务论证研究
第一节 中国旅行社开发差旅市场可行性
一、客源市场
二、旅行社优势
三、政府支持
四、本土化优势
五、差旅外包意识
第二节 中国旅行社开发差旅市场的基础
一、旅行社差旅服务的要求
（一）信息沟通要求
（二）过程简化要求
（三）全称服务要求
（四）组织策划要求
（五）财务分析要求
二、旅行社差旅服务的构成
（一）核心部分
（二）形式部分
（三）延伸部分
三、经营差旅管理业务的条件
（一）特殊的商务信息资源
（二）专业的知识结构
（三）全程化的服务形式
第三节 国内旅行社开发差旅市场的SWOT分析
一、优势分析
二、劣势分析
三、机会分析
四、威胁分析
第四节 国内旅行社开发差旅市场的问题
一、目标问题
二、意识问题

三、体制问题
四、资源问题
五、人才问题
第五节 国内旅行社开发差旅市场的策略
一、宣传策略
二、产品策略
三、文化策略
四、经验借鉴
五、渠道策略
六、人才策略
第七章 中国重点差旅管理企业竞争力分析
第一节 携程旅行网
一、企业基本概况
二、企业业务构成
三、企业客户定位
四、企业盈利模式
五、企业经营业绩
第二节 滕邦国际
一、企业基本概况
二、企业业务构成
三、企业客户定位
四、企业盈利模式
五、企业经营业绩
第三节 锦江国际
一、企业基本概况
二、企业业务构成
三、企业客户定位
四、企业盈利模式
五、企业经营业绩
第四节 国旅运通
一、企业基本概况
二、企业业务构成
三、企业客户定位
四、企业盈利模式
五、企业经营业绩

第五节 中航嘉信
一、企业基本概况
二、企业业务构成
三、企业客户定位
四、企业盈利模式
五、企业经营业绩
第八章 2022-2028年中国差旅管理行业投资前景及建议
第一节 2022-2028年中国差旅管理行业发展前景预测
一、差旅管理行业发展空间
二、商务旅行支出增长预测
三、差旅管理市场普及率预测
四、差旅管理行业交易规模预测
五、差旅管理行业收入规模预测
第二节 2022-2028年国内差旅管理市场投资环境分析
一、差旅管理行业发展推动因素
二、差旅管理公司面临的挑战
第三节 2022-2028年中国差旅管理行业投资壁垒
一、资金壁垒
二、人才壁垒
三、技术壁垒
第四节 2022-2028年中国差旅管理市场拓展建议
一、自身定位策略
二、产品多元化策略
三、多方位销售策略
四、客户体验管理策略
五、品牌合作策略
六、网络布局优化策略
七、资金紧缺解决策略
第九章 差旅管理企业投融资战略规划分析
第一节 差旅管理企业发展战略规划背景意义
一、企业转型升级的需要
二、企业做大做强的需要
三、企业可持续发展需要
第二节 差旅管理企业发展战略规划的制定原则
一、科学性

二、实践性
三、预测性
四、创新性
五、全面性
六、动态性
第三节 差旅管理企业战略规划制定依据
一、国家产业政策
二、行业发展规律
三、企业资源与能力
四、可预期的战略定位
第四节 差旅管理企业战略规划策略分析
一、战略综合规划
二、技术开发战略
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（ZY ZS）

详细请访问：https://www.chyxx.com/research/202111/987760.html