

2024-2030年中国航空客运销售代理行业市场深度分析及投资前景展望报告

报告大纲

一、报告简介

智研咨询发布的《2024-2030年中国航空客运销售代理行业市场深度分析及投资前景展望报告》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/202110/977859.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

为方便行业人士或投资者更进一步了解航空客运行业现状与前景，智研咨询特推出《2024-2030年中国航空客运销售代理行业市场深度分析及投资前景展望报告》（以下简称《报告》）。报告对中国航空客运市场做出全面梳理和深入分析，是智研咨询多年连续追踪、实地走访、调研和分析成果的呈现。

为确保航空客运行业数据精准性以及内容的可参考价值，智研咨询研究团队通过上市公司年报、厂家调研、经销商座谈、专家验证等多渠道开展数据采集工作，并对数据进行多维度分析，以求深度剖析行业各个领域，使从业者能够从多种维度、多个侧面综合了解2023年航空客运行业的发展态势，以及创新前沿热点，进而赋能航空客运从业者抢跑转型赛道。

航空客运指在具有航空线路和飞机场的条件下，利用飞机作为运输工具进行人员运输的一种运输方式。具有快速、机动的特点，是现代旅客运输，尤其是远程旅客运输的重要方式，同时，它也是国家和地区交通运输系统的有机组成部分。根据运输性质的不同，航空客运主要可分为国内航空客运和国际航空客运两大类。

从国内航空客运市场来看，2020年之前，随着我国经济的不断发展，在旅游产业向好发展的加持下，民航旅客运输规模持续增长。2020年受疫情冲击，旅客运输规模大幅下降。虽然2021年有所回升，但疫情带来的冲击影响还在持续，整体运输规模仍处于较低水平。2022年受国内疫情反复等因素影响，旅客运输规模再度大幅下滑。据资料显示，2022年，全行业完成旅客运输量25171.32万人次，同比下降42.9%。其中国内航线完成旅客运输量24985.25万人次，国际航线完成旅客运输量186.08万人次；完成旅客周转量3913.87亿人公里，同比下降40.1%。其中，国内航线完成旅客周转量3805.01亿人公里，国际航线完成旅客周转量108.87亿人公里。

中国南方航空集团有限公司成立于1991年，是我国运输飞机最多、航线网络最发达、年客运量最大的航空公司，同时也是全球第一家同时运营空客A380和波音787的航空公司。南航机队规模位居全国首位，机队性能先进；航线网络最密集，形成了密集覆盖国内、全面辐射亚洲、有效连接欧美澳非洲的发达航线网络；年旅客运输量最多，是国内首个运输量过亿的航空公司。据资料显示，2022年南方航空客运营收为600.17亿元，同比下降20.39%。

政策利好行业发展。近年来，我国不断重视航空运输能力的提升，航空运输也迎来了诸多政策的支持，在一定程度上保障了航空运输的健康发展。国务院、民航局、交通运输部等先后针对航空运输行业出台多项支持和规范政策，大力推动航空运输行业的发展，鼓励布局建设更多的空港型枢纽；提升航空运输服务能力，支持航空运输企业做大做强，鼓励传统航空运输企业与物流龙头企业战略合作、资产重组，壮大航空运输机队规模，科学有序发展全货机

运输等。可以预见，在政策利好下的背景下，我国航空运输行业将不断发展。

疫情影响逐步散去，行业发展前景依旧向好。我国全面建设小康社会已经进入重要时期，居民收入稳步增加。航空运输正是与目前消费结构升级同步的出行方式，机场的非航空性业务将受益于机场吞吐量增长、旅客在机场的消费能力提高及消费意愿增加，有望保持稳定的增长。虽然2020年以来受疫情冲击影响，我国航空客运规模出现大幅下滑，但随着疫情的好转，国民经济恢复水平大幅提升，消费、外贸需求不断走高，航空出行需求高涨，旅游、探亲、商务等出行需求超过疫情前水平，客运规模也迎来大幅回升，行业发展前景依旧向好。

《2024-2030年中国航空客运销售代理行业市场深度分析及投资前景展望报告》是智研咨询重要成果，是智研咨询引领行业变革、寄情行业、践行使命的有力体现，更是航空客运领域从业者把脉行业不可或缺的重要工具。智研咨询已经形成一套完整、立体的智库体系，多年来服务政府、企业、金融机构等，提供科技、咨询、教育、生态、资本等服务。

报告目录：

第一章 航空客运销售代理行业相关概述

1.1 航空客运销售代理行业的定义

1.2 航空客运销售代理行业的分类

1.2.1 按代理业务范围分析

1.2.2 按企业经营规模分析

1.3 航空客运销售代理行业的作用

1.3.1 拓展航空运输销售市场

1.3.2 减少航空公司销售投入

1.3.3 产生了良好的社会效益

1.3.4 占据民航业重要市场地位

第二章 航空客运销售代理行业市场特点概述

2.1 行业市场概况

2.1.1 行业市场特点

2.1.2 行业市场化程度

2.1.3 行业利润水平及变动趋势

2.2 进入本行业的主要障碍

2.2.1 资金准入障碍

2.2.2 市场准入障碍

2.2.3 技术与人才障碍

2.2.4 其他障碍

2.3 行业的周期性、区域性

2.3.1 行业周期分析

1、行业的周期波动性

2、行业产品生命周期

2.3.2 行业的区域性

第三章 2019-2023年中国航空客运销售代理行业发展环境分析

3.1 航空客运销售代理行业政治法律环境（P）

3.1.1 行业主管部门分析

3.1.2 行业监管体制分析

3.1.3 行业主要法律法规

1、《中国民用航空电子客票暂行管理办法》

2、《中国民用航空运输销售代理资格认可办法关于互联网销售活动的补充规定》

3、《中国民用航空运输销售代理资格认可办法》

3.1.4 相关产业政策分析

1、《关于国内航空旅客运输销售代理手续费有关问题的通知》

2、《关于深化民航国内航空旅客运输票价改革有关问题的通知》

3、《关于调整民航国内航线旅客运输燃油附加与航空煤油价格联动机制基础油价的通知》

4、《通用航空“十四五”发展规划》

3.1.5 行业相关发展规划

3.2 航空客运销售代理行业经济环境分析（E）

3.2.1 国际宏观经济形势分析

3.2.2 中国宏观经济形势分析

3.3 航空客运销售代理行业社会环境分析（S）

3.3.1 居民的消费结构升级

3.3.2 旅游业发展的大众化趋势

3.3.3 航空客运快速发展

3.3.4 移动互联网普及

3.4 航空客运销售代理行业技术环境分析（T）

3.4.1 航空客运销售代理技术分析

3.4.2 航空客运销售代理技术发展水平

3.4.3 行业主要技术发展趋势

第四章 全球航空客运销售代理行业发展概述

4.1 2019-2023年全球航空客运销售代理行业发展情况概述

4.1.1 全球航空客运销售代理行业发展现状

4.1.2 全球航空客运销售代理行业发展特征

4.1.3 全球航空客运销售代理行业市场规模

4.2 2019-2023年全球主要地区航空客运销售代理行业发展状况

4.2.1 欧洲航空客运销售代理行业发展情况概述

4.2.2 美国航空客运销售代理行业发展情况概述

4.2.3 日韩航空客运销售代理行业发展情况概述

4.3 2024-2030年全球航空客运销售代理行业发展前景预测

4.3.1 全球航空客运销售代理行业市场规模预测

4.3.2 全球航空客运销售代理行业发展前景分析

4.3.3 全球航空客运销售代理行业发展趋势分析

4.4 全球航空客运销售代理行业重点企业发展动态分析

第五章 中国航空客运销售代理行业发展概述

5.1 中国航空客运销售代理行业发展状况分析

5.1.1 中国航空客运销售代理行业发展阶段

5.1.2 中国航空客运销售代理行业发展总体概况

5.1.3 中国航空客运销售代理行业发展特点分析

5.2 2019-2023年航空客运销售代理行业发展现状

5.2.1 2019-2023年中国航空客运销售代理行业市场规模

5.2.2 2019-2023年中国航空客运销售代理行业发展分析

5.2.3 2019-2023年中国航空客运销售代理企业发展分析

5.3 2024-2030年中国航空客运销售代理行业面临的困境及对策

5.3.1 中国航空客运销售代理行业面临的困境及对策

1、中国航空客运销售代理行业面临困境

2、中国航空客运销售代理行业对策探讨

5.3.2 中国航空客运销售代理企业发展困境及策略分析

1、中国航空客运销售代理企业面临的困境

2、中国航空客运销售代理企业的对策探讨

5.3.3 国内航空客运销售代理企业的出路分析

第六章 中国航空客运销售代理所属行业市场运行分析

6.1 2019-2023年中国航空客运销售代理所属行业总体规模分析

6.1.1 企业数量结构分析

6.1.2 人员规模状况分析

6.1.3 行业资产规模分析

6.1.4 行业市场规模分析

6.2 2019-2023年中国航空客运销售代理行业市场供需分析

6.2.1 中国航空客运销售代理行业供给分析

6.2.2 中国航空客运销售代理行业需求分析

6.2.3 中国航空客运销售代理行业供需平衡

6.3 2019-2023年中国航空客运销售代理所属行业财务指标总体分析

6.3.1 行业盈利能力分析

6.3.2 行业偿债能力分析

6.3.3 行业营运能力分析

6.3.4 行业发展能力分析

第七章 中国航空客运销售代理所属行业的运营模式

7.1 不同销售渠道运营模式分析

7.1.1 电子商务模式分析

7.1.2 门店销售模式分析

7.1.3 合作销售模式分析

7.2 不同服务对象运营模式分析

7.2.1 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

7.2.2 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

7.2.3 航空客运直销与分销利弊分析

7.3 不同业务内容运营模式分析

7.3.1 单一服务模式分析

7.3.2 综合商旅服务模式分析

第八章 中国航空客运销售代理行业区域市场分析

8.1 北京市航空客运销售代理行业分析

8.1.1 北京市居民可支配收入分析

8.1.2 北京市航空客运量及其增长

8.1.3 北京市旅游业发展状况分析

8.1.4 北京市机票代理的前景展望

8.2 上海市航空客运销售代理行业分析

8.2.1 上海市居民可支配收入分析

8.2.2 上海市航空客运量及其增长

8.2.3 上海市旅游业发展状况分析

8.2.4 上海市机票代理的前景展望

8.3 广州市航空客运销售代理行业分析

8.3.1 广州市居民可支配收入分析

8.3.2 广州市航空客运量及其增长

8.3.3 广州市旅游业发展状况分析

8.3.4 广州市机票代理的前景展望

8.4 深圳市航空客运销售代理行业分析

8.4.1 深圳市居民可支配收入分析

8.4.2 深圳市航空客运量及其增长

8.4.3 深圳市旅游业发展状况分析

8.4.4 深圳市机票代理的前景展望

8.5 杭州市航空客运销售代理行业分析

8.5.1 杭州市居民可支配收入分析

8.5.2 杭州市航空客运量及其增长

8.5.3 杭州市旅游业发展状况分析

8.5.4 杭州市机票代理的前景展望

第九章 中国航空客运销售代理行业市场竞争格局分析

9.1 中国航空客运销售代理行业竞争格局分析

9.1.1 航空客运销售代理行业区域分布格局

9.1.2 航空客运销售代理行业企业规模格局

9.1.3 航空客运销售代理行业企业性质格局

9.2 中国航空客运销售代理行业竞争五力分析

9.2.1 航空客运销售代理行业上游议价能力

9.2.2 航空客运销售代理行业下游议价能力

9.2.3 航空客运销售代理行业新进入者威胁

- 9.2.4 航空客运销售代理行业替代产品威胁
- 9.2.5 航空客运销售代理行业现有企业竞争
- 9.3 中国航空客运销售代理行业竞争SWOT分析
 - 9.3.1 航空客运销售代理行业优势分析（S）
 - 9.3.2 航空客运销售代理行业劣势分析（W）
 - 9.3.3 航空客运销售代理行业机会分析（O）
 - 9.3.4 航空客运销售代理行业威胁分析（T）
- 9.4 中国航空客运销售代理行业投资兼并重组整合分析
 - 9.4.1 投资兼并重组现状
 - 9.4.2 投资兼并重组案例
- 9.5 中国航空客运销售代理行业竞争策略建议

第十章 中国航空客运销售代理行业领先企业竞争力分析

- 10.1 上海携程商务有限公司竞争力分析
 - 10.1.1 企业发展基本情况
 - 10.1.2 企业主要产品分析
 - 10.1.3 企业竞争优势分析
 - 10.1.4 企业经营状况分析
- 10.2 北京趣拿信息技术有限公司竞争力分析
 - 10.2.1 企业发展基本情况
 - 10.2.2 企业主要产品分析
 - 10.2.3 企业竞争优势分析
 - 10.2.4 企业经营状况分析
- 10.3 北京艺龙信息技术有限公司竞争力分析
 - 10.3.1 企业发展基本情况
 - 10.3.2 企业主要产品分析
 - 10.3.3 企业竞争优势分析
 - 10.3.4 企业经营状况分析
- 10.4 苏州同程旅游网络科技有限公司竞争力分析
 - 10.4.1 企业发展基本情况
 - 10.4.2 企业主要产品分析
 - 10.4.3 企业竞争优势分析
 - 10.4.4 企业经营状况分析
- 10.5 中国港中旅集团公司竞争力分析
 - 10.5.1 企业发展基本情况

- 10.5.2 企业主要产品分析
- 10.5.3 企业竞争优势分析
- 10.5.4 企业经营状况分析
- 10.6 南京途牛科技有限公司竞争力分析
 - 10.6.1 企业发展基本情况
 - 10.6.2 企业主要产品分析
 - 10.6.3 企业竞争优势分析
 - 10.6.4 企业经营状况分析
- 10.7 深圳市腾邦国际票务股份有限公司竞争力分析
 - 10.7.1 企业发展基本情况
 - 10.7.2 企业主要产品分析
 - 10.7.3 企业竞争优势分析
 - 10.7.4 企业经营状况分析
- 10.8 中国航空服务有限公司竞争力分析
 - 10.8.1 企业发展基本情况
 - 10.8.2 企业主要产品分析
 - 10.8.3 企业竞争优势分析
- 10.9 北京外航服务公司竞争力分析
 - 10.9.1 企业发展基本情况
 - 10.9.2 企业主要产品分析
 - 10.9.3 企业竞争优势分析
 - 10.9.4 企业经营状况分析
- 10.10 西部机场集团航空服务有限公司竞争力分析
 - 10.10.1 企业发展基本情况
 - 10.10.2 企业主要产品分析
 - 10.10.3 企业竞争优势分析
 - 10.10.4 企业经营状况分析

第十一章 2024-2030年中国航空客运销售代理行业发展趋势与前景分析

- 11.1 2024-2030年中国航空客运销售代理市场发展前景
 - 11.1.1 2024-2030年航空客运销售代理市场发展潜力
 - 11.1.2 2024-2030年航空客运销售代理市场发展前景展望
 - 11.1.3 2024-2030年航空客运销售代理细分行业发展前景分析
- 11.2 2024-2030年中国航空客运销售代理市场发展趋势预测
 - 11.2.1 2024-2030年航空客运销售代理行业发展趋势

- 11.2.2 2024-2030年航空客运销售代理市场规模预测
- 11.2.3 2024-2030年航空客运销售代理行业应用趋势预测
- 11.3 2024-2030年中国航空客运销售代理行业供需预测
 - 11.3.1 2024-2030年中国航空客运销售代理行业供给预测
 - 11.3.2 2024-2030年中国航空客运销售代理行业需求预测
 - 11.3.3 2024-2030年中国航空客运销售代理供需平衡预测
- 11.4 影响企业生产与经营的关键趋势
 - 11.4.1 行业发展有利因素与不利因素
 - 11.4.2 市场整合成长趋势
 - 11.4.3 需求变化趋势及新的商业机遇预测
 - 11.4.4 企业区域市场拓展的趋势
 - 11.4.5 科研开发趋势及替代技术进展

第十二章 2024-2030年中国航空客运销售代理行业投资前景

- 12.1 航空客运销售代理行业投资现状分析
 - 12.1.1 航空客运销售代理行业投资规模分析
 - 12.1.2 航空客运销售代理行业投资资金来源构成
 - 12.1.3 航空客运销售代理行业投资资金用途分析
- 12.2 航空客运销售代理行业投资特性分析
 - 12.2.1 航空客运销售代理行业进入壁垒分析
 - 12.2.2 航空客运销售代理行业盈利模式分析
 - 12.2.3 航空客运销售代理行业盈利因素分析
- 12.3 航空客运销售代理行业投资机会分析
 - 12.3.1 细分市场投资机会
 - 12.3.2 重点区域投资机会
 - 12.3.3 产业发展的空白点分析
- 12.4 航空客运销售代理行业投资风险分析
 - 12.4.1 航空客运销售代理行业政策风险
 - 12.4.2 宏观经济风险
 - 12.4.3 市场竞争风险
 - 12.4.4 关联产业风险
 - 12.4.5 产品结构风险
 - 12.4.6 技术研发风险
 - 12.4.7 其他投资风险
- 12.5 航空客运销售代理行业投资潜力与建议

- 12.5.1 航空客运销售代理行业投资潜力分析
- 12.5.2 航空客运销售代理行业最新投资动态
- 12.5.3 航空客运销售代理行业投资机会与建议

第十三章 2024-2030年中国航空客运销售代理企业投资战略与客户策略分析

13.1 航空客运销售代理企业发展战略规划背景意义

- 13.1.1 企业转型升级的需要
- 13.1.2 企业做大做强的需要
- 13.1.3 企业可持续发展需要

13.2 航空客运销售代理企业战略规划制定依据

- 13.2.1 国家政策支持
- 13.2.2 行业发展规律
- 13.2.3 企业资源与能力
- 13.2.4 可预期的战略定位

13.3 航空客运销售代理企业战略规划策略分析

- 13.3.1 战略综合规划
- 13.3.2 技术开发战略
- 13.3.3 区域战略规划
- 13.3.4 产业战略规划
- 13.3.5 营销品牌战略
- 13.3.6 竞争战略规划

13.4 航空客运销售代理中小企业发展战略研究

13.4.1 中小企业存在主要问题

- 1、缺乏科学的发展战略
- 2、缺乏合理的企业制度
- 3、缺乏现代的企业管理
- 4、缺乏高素质的专业人才
- 5、缺乏充足的资金支撑

13.4.2 中小企业发展战略思考

- 1、实施科学的发展战略
- 2、建立合理的治理结构
- 3、实行严明的企业管理
- 4、培养核心的竞争实力
- 5、构建合作的企业联盟

13.5 市场的重点客户战略实施

13.5.1 实施重点客户战略的必要性

13.5.2 合理确立重点客户

13.5.3 重点客户战略管理

13.5.4 重点客户管理功能

第十四章 研究结论及建议

14.1 研究结论

14.2 建议

14.2.1 行业发展策略建议

14.2.2 行业投资方向建议

14.2.3 行业投资方式建议

图表目录：部分

图表1：航空客运销售代理行业特点

图表2：航空客运销售代理行业生命周期

图表3：2019-2023年航空客运销售代理行业市场规模分析

图表4：2024-2030年航空客运销售代理行业市场规模预测

图表5：中国航空客运销售代理所属行业盈利能力分析

图表6：中国航空客运销售代理所属行业运营能力分析

图表7：中国航空客运销售代理所属行业偿债能力分析

图表8：中国航空客运销售代理所属行业发展能力分析

图表9：中国航空客运销售代理所属行业经营效益分析

图表10：2019-2023年航空客运销售代理重要数据指标比较

图表11：2019-2023年中国航空客运销售代理所属行业销售情况分析

图表12：2019-2023年中国航空客运销售代理所属行业利润情况分析

图表13：2019-2023年中国航空客运销售代理所属行业资产情况分析

更多图表见正文.....

详细请访问：<https://www.chyxx.com/research/202110/977859.html>