

2017-2022年中国差旅管理 行业深度调研与投资战略研究报告

报告目录及图表目录

智研数据研究中心 编制

www.abaogao.com

一、报告报价

《2017-2022年中国差旅管理行业深度调研与投资战略研究报告》信息及时，资料详实，指导性强，具有独家，独到，独特的优势。旨在帮助客户掌握区域经济趋势，获得优质客户信息，准确、全面、迅速了解目前行业发展动向，从而提升工作效率和效果，是把握企业战略发展定位不可或缺的重要决策依据。

官方网站浏览地址：<http://www.abaogao.com/b/qiyeguanli/1143822PRM.html>

报告价格：印刷版：RMB 9800 电子版：RMB 9800 印刷版+电子版：RMB 10000

智研数据研究中心

订购电话：400-600-8596(免长话费) 010-80993963

海外报告销售：010-80993963

传真：010-60343813

Email：sales@abaogao.com

联系人：刘老师 谭老师 陈老师

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、说明、目录、图表目录

全球商旅管理市场呈稳定增长趋势，而且这个趋势一直会延续，新技术的日新月异正对企业差旅管理产生深远而广泛的影响。

智能手机的高度普及与智慧技术不断快速提升，一般消费者乃至差旅人士早已花费大半时间在自身智能手机的使用，如何有效地将手机应用和差旅管理应用相结合，也是当今所有差旅管理行业以及差旅管理公司首要考虑方案。

商旅的移动化管理已经是不可阻挡的趋势，目前已到了天时、地利、人和的阶段。随着移动通讯领域正式进入4G甚至5G商用时代，新的移动通讯格局将对上网速度、智能手机的移动应用和商务旅行管理等方面产生深远影响。

未来五年，商旅管理的“移动化”将是必然趋势，关键的一点是，如何能够在新技术的推动下最大限度地优化企业的出行成本，提高出行效率，这将是商旅管理企业面临的又一挑战。预计到2020年将有80%的差旅在线预订可以通过手机预订，商旅的移动化管理已经是不可阻挡的趋势。而与之相对应，商旅服务提供商，酒店方和商旅管理者需要投入更多的资金和人力对商旅管理移动化和在线化服务进行研究和发展的，以应对市场的需求变化。

企业差旅费用管控过程中，差旅费用报销中的税务风险是财务者最为头疼的；报销凭证繁多排在第二位；而管控不到位，假票的现象排在第三位。这三大痛点占比将近70%，严重影响了企业差旅费用管理的整体水平。

2016年企业差旅费管控难点

智研数据研究中心发布的《2017-2022年中国差旅管理行业深度调研与投资战略研究报告》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) 2013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、企业基本情况

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、企业基本情况

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 2017-2022年中国差旅管理行业投资前景及建议

第一节 2017-2022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 2017-2022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 2017-2022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 2017-2022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（ZY GXH）

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、企业强做大做的需要
- 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 GXH）

详细请访问：<http://www.abaogao.com/b/qiyeguanli/1143822PRM.html>