

2015-2020年中国航空客运 销售代理市场运营态势与投资策略分析报告

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

《2015-2020年中国航空客运销售代理市场运营态势与投资策略分析报告》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/jiaotong/O116517SGA.html>

报告价格：印刷版：RMB 7000 电子版：RMB 7200 印刷版+电子版：RMB 7500

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

智研数据研究中心发布的《2015-2020年中国航空客运销售代理市场运营态势与投资策略分析报告》，内容严谨、数据翔实，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研究分析。它是业内企业、相关投资公司及政府部门准确把握行业发展趋势，洞悉行业竞争格局，规避经营和投资风险，制定正确竞争和投资战略决策的重要决策依据之一。本报告是全面了解行业以及对本行业进行投资不可或缺的重要工具。

智研咨询（www.ibaogao.com）是国内权威的市场调查、行业分析专家，主要服务有市场调查报告，行业分析报告，投资发展报告，市场研究报告,市场分析报告,行业研究报告,行业调查报告,投资咨询报告,投资情报，免费报告,行业咨询,数据等，是中国知名的研究报告提供商。

报告目录：

第一章2013-2014年中国航空客运销售代理行业发展综述

第一节 航空客运销售代理行业的相关概述

一、航空客运销售代理行业的特点

二、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

三、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

第二节 航空客运销售代理行业的发展环境

一、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

二、航空客运销售代理行业经济环境分析

三、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

第三节 航空客运销售代理行业的发展综述

一、航空客运销售代理行业发展历程分析

二、航空客运销售代理行业市场规模分析

三、航空客运销售代理行业盈利模式分析

四、航空客运销售代理行业存在问题分析

第二章2013-2014年国内外航空客运销售代理行业发展分析

第一节 国外航空客运销售代理行业发展分析

一、国外销售代理行业的行业结构

二、发达国家销售代理企业的管理

三、国外航空公司对代理人的制约

四、国外旅行代理商的综合服务

五、国外旅行代理商的角色转换

六、国内外航空客运销售代理对比

第二节 中国航空客运行业发展状况分析

一、航空客运行业的发展概况分析

二、民航旅客运输量及其增长情况

三、民航运输机场完成旅客吞吐量

四、机场服务能力及航线变化情况

五、航空客运行业的运营状况分析

六、航空客运行业的运营效率分析

七、民航固定资产投资及增长情况

第三节 中国航空客运销售代理行业发展分析

一、航空客运销售代理行业经营特点分析

二、航空客运销售代理行业技术特点分析

三、航空客运销售代理行业的周期性分析

四、航空客运销售代理行业的季节性分析

五、航空客运销售代理行业人才培养分析

第三章2013-2014年中国航空客运销售代理行业的运营模式

第一节 不同销售渠道运营模式分析

一、电子商务模式分析

二、门店销售模式分析

三、合作销售模式分析

第二节 不同服务对象运营模式分析

一、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

二、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

三、航空客运直销与分销利弊分析

第三节 不同业务内容运营模式分析

一、单一服务模式分析

二、综合商旅服务模式分析

第四章2013-2014年中国航空客运销售代理关联行业运营分析

第一节 中国机场业运营状况分析

一、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

二、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

第二节 中国航空客票网上支付行业

一、航空客票网上交易规模分析

二、航空客票网上支付发展现状

三、在线旅行市场预订情况分析

四、航空客票支付企业竞争分析

五、航空客票支付发展前景分析

第三节 中国旅游业运营状况分析

一、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

二、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

三、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

四、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

五、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

六、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

七、中国旅游业发展前景展望

第四节 中国酒店业运营状况分析

一、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

二、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

三、酒店行业的发展趋势分析

第五节 中国汽车租赁市场发展分析

一、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

二、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

三、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) 跨国公司在中国市场的投资布局
- (4) 跨国公司在中国的竞争策略分析
- (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

第五章2013-2014年中国航空客运销售代理行业区域市场分析

第一节 北京市航空客运销售代理行业分析

- 一、北京市居民可支配收入分析
- 二、北京市航空客运量及其增长
- 三、北京市旅游业发展状况分析
- 四、北京市机票代理的前景展望

第二节 上海市航空客运销售代理行业分析

- 一、上海市居民可支配收入分析
- 二、上海市航空客运量及其增长
- 三、上海市旅游业发展状况分析
- 四、上海市机票代理的前景展望

第三节 广州市航空客运销售代理行业分析

- 一、广州市居民可支配收入分析
- 二、广州市航空客运量及其增长
- 三、广州市旅游业发展状况分析
- 四、广州市机票代理的前景展望

第四节 深圳市航空客运销售代理行业分析

- 一、深圳市居民可支配收入分析
- 二、深圳市航空客运量及其增长
- 三、深圳市旅游业发展状况分析
- 四、深圳市机票代理的前景展望

第五节 杭州市航空客运销售代理行业分析

- 一、杭州市居民可支配收入分析
- 二、杭州市航空客运量及其增长
- 三、杭州市旅游业发展状况分析
- 四、杭州市机票代理的前景展望

第六节 成都市航空客运销售代理行业分析

- 一、成都市居民可支配收入分析
- 二、成都市航空客运量及其增长
- 三、成都市旅游业发展状况分析
- 四、成都市机票代理的前景展望

第七节 昆明市航空客运销售代理行业分析

- 一、昆明市居民可支配收入分析
- 二、昆明市航空客运量及其增长
- 三、昆明市旅游业发展状况分析
- 四、昆明市机票代理的前景展望

第八节 西安市航空客运销售代理行业分析

- 一、西安市居民可支配收入分析
- 二、西安市航空客运量及其增长
- 三、西安市旅游业发展状况分析
- 四、西安市机票代理的前景展望

第九节 厦门市航空客运销售代理行业分析

- 一、厦门市居民可支配收入分析
- 二、厦门市航空客运量及其增长
- 三、厦门市旅游业发展状况分析
- 四、厦门市机票代理的前景展望

第六章 2013-2014年中国航空客运销售代理行业竞争状况分析

第一节 航空客运销售代理行业竞争结构分析

第二节 电子客票对销售代理行业的影响

- 一、电子客票的发展概况
- 二、电子客票的益处分析
- 三、电子客票对代理的影响
- 四、销售代理人的应对措施

第三节 在线分销对销售代理行业的影响

- 一、在线分销的现状和特点
- 二、在线分销对代理的影响
- 三、销售代理人的应对措施

第七章 2013-2014年中国航空客运销售代理企业经营情况分析

第一节 航空客运行业主要企业运营分析

一、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) 企业航线分布情况
- (3) 企业运力规模分析
- (4) 企业载运规模分析
- (5) 主要经济指标分析
- (6) 企业盈利能力分析
- (7) 企业运营能力分析
- (8) 企业偿债能力分析
- (9) 企业发展能力分析

第二节 在线旅行网机票代理状况分析

一、携程旅行网经营情况分析

- (1) 发展简况分析
- (2) 主营业务范围
- (3) 经济指标分析
- (4) 盈利能力分析
- (5) 运营能力分析
- (6) 偿债能力分析
- (7) 发展能力分析

第三节 航空客运销售代理企业经营分析

一、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) 企业主营业务范围
- (3) 主要经济指标分析
- (4) 企业盈利能力分析
- (5) 企业运营能力分析
- (6) 企业偿债能力分析
- (7) 企业发展能力分析

第八章 2015-2020年中国航空客运销售代理行业战略转型分析

第一节 航空客运销售代理行业风险分析

- 一、航空公司扩大直销规模带来的风险分析
- 二、机票代理佣金费率调整带来的风险分析
- 三、航空客运销售代理行业政策法规风险分析
- 四、航空客运销售代理行业关联行业风险分析
- 五、航空客运销售代理行业区域市场风险分析
- 六、航空客运销售代理行业市场竞争风险分析

第二节 航空客运销售代理行业影响因素分析

- 一、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
- 二、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

第三节 航空客运销售代理行业战略转型分析

- 一、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

二、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

三、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

第九章 2013-2014年中国航空客运销售代理行业典型案例剖析

第一节 去哪儿网商业模式分析

一、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

二、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

三、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

四、去哪儿网的竞争结构

六、去哪儿网对业界的启示分析

第二节 携程旅行服务公司商业模式分析

一、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

二、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

三、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

四、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

五、携程模式对业界的启示分析

第三节 腾邦国际的机票销售模式分析

一、腾邦国际的主要产品及服务

二、腾邦国际的产品及服务流程

三、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

四、腾邦国际的扩张路径分析

五、腾邦国际的战略延伸分析

六、腾邦模式对业界的启示分析

图表目录：

图表：2006-2013年中国民航运输总周转量及其增速（单位：亿吨公里，%）

图表：2012-2013年中国月度民航运输总周转量及其增速（单位：亿吨公里，%）

图表：“十一五”民航发展规划主要指标实现情况（单位：亿吨公里，亿人，万吨，人，公斤，%）

图表：中国民航未来五年仍处于成长期

图表：1980-1990至2020-2030年中国民航增速及其预测（单位：%）

图表：国内航空客运机票销售的三种主要途径

图表：美国航空机票分销渠道的变迁（单位：%）

图表：美国平均代理费的变化（单位：%）

图表：2006-2013年中国民航旅客运输量（单位：亿人次，%）

图表：2006-2013年全国民航运输机场完成旅客吞吐量（单位：亿人次，%）

图表：2013年机场旅客吞吐量按地区分布（单位：%）

图表：2013年各地区运输机场数量（单位：个，%）

图表：“十一五”期间中国民航航线变化情况（单位：条，万公里，%）

图表：“十一五”期间定期航班通航点的变化情况（单位：个，%）

图表：2008-2013年全民航RTK增速情况（单位：%）

图表：2007-2013年全民航RTK同比增速情况（单位：%）

图表：2007-2013年全民航RPK同比增速情况（单位：%）

图表：2007-2013年全民航ATK（单位：亿吨公里）

图表：2007-2013年全民航ATK同比增速（单位：%）

图表：2007-2013年全民航ASK同比增速（单位：%）

图表：2008-2013年全民航国内国际载运率（单位：%）

图表：2007-2013年全民航载运率增速（单位：%）

图表：2008-2013年全民航国内国际客座率走势（单位：%）

图表：2007-2013年全民航客座率增速（单位：%）

图表：2008-2013年全民航货邮载运率增速（单位：%）

图表：2006-2013年民航基本建设和技术改造投资额（单位：亿元，%）

图表：2013年民航基本建设和技术改造投资结构（单位：%）

图表：2008-2013年全民航国内国际客流同比增速对比（单位：%）

图表：2007-2013年全民航客流量同比增速对比（单位：%）

图表：2009-2013年国内航空客运销售代理市场规模及增长率（单位：亿元，%）

图表：2003-2013年携程、艺龙、腾邦单张机票佣金走势（单位：元）

图表：2007-2013年腾邦国际综合佣金率走势（单位：%）

图表：2013年中国四大航空公司支付的分销佣金占到净利润的比例（单位：亿元，%）

图表：机票分销商准入规定比较

图表：全国主要城市机票分销商数量（单位：家，%）

图表：代理销售流程中各参与者之间的业务关系和往来关系

图表：直销与分销对航空公司、分销商和客户利弊分析

图表：上市机场公司成本结构（单位：%）

图表：机场收入构成

图表：部分国际机场收入结构比（单位：%）

图表：全球主要机场非航业务收入占比（单位：%）

图表：2013年全国机场吞吐量排名（前二十）（单位：人，吨，次）

图表：2008-2013年航空客票网上支付交易额及其渗透率（单位：亿元，%）

图表：2013年第一季度中国航空公司各机票销售渠道份额（单位：%）

图表：中国在线旅行预订核心运营商电话预订与网上预订的比例（单位：%）

详细请访问：<http://www.abaogao.com/b/jiaotong/O116517SGA.html>