

# 2016-2022年中国航空客运 销售代理市场分析预测与投资前景预测报告

## 报告目录及图表目录

智研数据研究中心 编制

[www.abaogao.com](http://www.abaogao.com)

## 一、报告报价

《2016-2022年中国航空客运销售代理市场分析预测与投资前景预测报告》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/S57750OL7I.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

### 前言

在现代市场经济活动中，信息已经是航空客运销售代理行业的重要的经济资源，信息资源的优先占有者胜，反之则处于劣势。中国每年有近100万家企业倒闭，对于企业经营而言，因为失误而出局，极有可能意味着从此退出历史舞台。他们的失败、他们的经验教训，可能再也没有机会转化为他们下一次的成功了。航空客运销售代理企业成功的关键就在于，是否能够在需求尚未形成之时就牢牢的锁定并捕捉到它。那些成功的公司往往都会倾尽毕生的精力及资源搜寻产业的当前需求、潜在需求以及新的需求。

随着航空客运销售代理行业竞争的不断加剧，大型企业间并购整合与资本运作日趋频繁，国内外优秀的航空客运销售代理企业愈来愈重视对行业市场的分析研究，特别是对当前市场环境和客户需求趋势变化的深入研究，以期提前占领市场，取得先发优势。

本航空客运销售代理行业研究报告共九章是智研数据中心咨询公司的研究成果，通过文字、图表向您详尽描述您所处的行业形势，为您提供详尽的内容。智研数据研究中心在其多年的行业研究经验基础上建立起了完善的产业研究体系，一整套的产业研究方法一直在业内处于领先地位。航空客运销售代理行业研究报告是2014-2015年度，目前国内最全面、研究最为深入、数据资源最为强大的研究报告产品，为您的投资带来极大的参考价值。

本研究咨询报告由智研数据研究中心公司领衔撰写，在大量周密的市场调研基础上，主要依据了国家统计局、国家商务部、国家发改委、国家经济信息中心、国务院发展研究中心、国家海关总署、知识产权局、智研数据中心提供的最新行业运行数据为基础，验证于与我们建立联系的全国科研机构、行业协会组织的权威统计资料。

报告揭示了航空客运销售代理行业市场潜在需求与市场机会，报告对中国航空客运销售代理做了重点企业经营状况分析，并分析了中国航空客运销售代理发展前景预测。为战略投资者选择恰当的投资时机和公司领导层做战略规划提供准确的市场情报信息及科学的决策依据，同时对银行信贷部门也具有极大的参考价值。

### 报告目录：

#### 第一章 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

## 第二章 国内外航空客运销售代理行业发展分析

### 2.1 国外航空客运销售代理行业发展分析

#### 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

### 第三章 中国航空客运销售代理行业的运营模式

- 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

## 第四章 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 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

## 第六章 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

## 第七章 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

(10) 企业经营优劣势分析

(11) 企业机票销售模式分析

(12) 企业最新发展动向分析

#### 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) 企业经营收入分析
- (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
- (10) 企业经营优劣势分析
- (11) 企业机票销售模式分析
- (12) 企业最新发展动向分析

#### 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) 企业经营收入分析
- (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
- (10) 企业经营优劣势分析
- (11) 企业机票销售模式分析
- (12) 企业最新发展动向分析

#### 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) 企业经营收入分析
- (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

(10) 企业经营优劣势分析

(11) 企业机票销售模式分析

(12) 企业最新发展动向分析

#### 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) 企业组织架构分析

(3) 企业航线分布情况

(4) 企业运力规模分析

(5) 企业载运规模分析

(6) 企业经营优劣势分析

(7) 企业机票销售模式分析

(8) 企业最新发展动向分析

#### 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) 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

(8) 机票销售网络

(9) 最新发展动向分析

(10) 投资兼并与重组分析

##### 7.2.2 艺龙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

- (8) 机票销售状况
- (9) 最新发展动向分析
- (10) 投资兼并与重组分析

#### 7.2.3 同程网经营情况分析

- (1) 发展简况分析
- (2) 主营业务范围
- (3) 经营情况分析
- (4) 机票销售状况
- (5) 最新发展动向分析
- (6) 企业投资兼并与重组分析

#### 7.2.4 芒果网经营情况分析

- (1) 发展简况分析
- (2) 主营业务范围
- (3) 经营情况分析
- (4) 公司服务模式
- (5) 企业最新发展动向分析
- (6) 企业投资兼并与重组分析

### 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
- (8) 企业机票销售模式
- (9) 企业经营优劣势分析
- (10) 企业投资兼并与重组分析
- (11) 企业最新发展动向分析

#### 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) 企业主营业务范围
- (3) 企业经营情况分析
- (4) 企业组织架构分析
- (5) 企业机票销售模式
- (6) 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) 企业主营业务范围
- (3) 企业经营情况分析
- (4) 企业机票销售模式
- (5) 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) 企业主营业务范围
- (3) 企业经营情况分析
- (4) 企业组织架构分析
- (5) 企业机票销售模式
- (6) 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) 企业主营业务范围
- (3) 企业经营情况分析
- (4) 企业机票销售模式
- (5) 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) 企业主营业务范围
- (3) 企业经营情况分析
- (4) 企业机票销售模式
- (5) 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) 企业主营业务范围
- (3) 企业经营情况分析
- (4) 企业机票销售模式
- (5) 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) 企业主营业务范围
- (3) 企业经营情况分析
- (4) 企业机票销售模式
- (5) 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) 企业主营业务范围
- (3) 企业经营情况分析
- (4) 企业机票销售分析
- (5) 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) 企业主营业务范围
- (3) 企业经营情况分析
- (4) 企业机票销售模式
- (5) 企业经营优劣势分析

#### 7.3.11 西安华圣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) 企业主营业务范围
- (3) 企业经营情况分析
- (4) 企业机票销售模式
- (5) 企业经营优劣势分析

#### 7.3.12 北京凯达航空服务有限公司经营情况分析

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业主营业务范围
- (3) 企业经营情况分析



(4) 企业机票销售模式

(5) 企业经营优劣势分析

#### 7.3.13 北京云杰祥航空服务有限公司经营情况分析

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业主营业务范围

(3) 企业经营情况分析

(4) 企业机票销售模式

(5) 企业经营优劣势分析

#### 7.3.14 长沙阿心航空服务有限公司经营情况分析

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业主营业务范围

(3) 企业经营情况分析

(4) 企业机票销售模式

(5) 企业经营优劣势分析

#### 7.3.15 山西东晋航空服务有限公司经营情况分析

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业主营业务范围

(3) 企业经营情况分析

(4) 企业机票销售模式

(5) 企业经营优劣势分析

#### 7.3.16 沈阳澍熙航空服务有限公司经营情况分析

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业主营业务范围

(3) 企业经营情况分析

(4) 企业机票销售模式

(5) 企业经营优劣势分析

#### 7.3.17 中川国际航空服务（北京）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) 企业经营情况分析

(4) 企业机票销售模式

(5) 企业经营优劣势分析

### 7.3.18 北京四方蓝天国际航空服务有限公司经营情况分析

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业主营业务范围
- (3) 企业经营情况分析
- (4) 企业机票销售模式
- (5) 企业经营优劣势分析

## 第八章 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

## 第九章 中国航空客运销售代理行业典型案例剖析

### 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 (ZY LQ)

#### 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

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2：2013-2015年美国新增非农就业走势图（单位：千人，%）

图表3：2013-2015年美国新增非农就业与失业率（单位：千人，%）

图表4：2013-2015年美国PMI指数

图表5：2015年美国制造业PMI八个分项指数

图表6：2015年美国服务业PMI指数

图表7：2013-2015年欧元区CPI同比增长情况（单位：%）

图表8：2013-2015年欧元区制造业指数

图表9：2013-2015年法意德制造业指数

图表10：2015年日本PMI指数均值

图表11：2013-2015年日本制造业和服务业PMI指数

图表12：2013-2015年马来西亚CPI同比、环比情况（单位：%）

图表13：2013-2015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15：2013-2015年中国GDP同比增速走势（单位：%）

图表16：2013-2015年中国三产业GDP累计同比走势（单位：%）

图表17：2013-2015年中国投资、出口和消费累计同比增速对比（单位：%）

图表18：2013-2015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21：2010-2015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22：2010-2015年中国社会消费品零售总额同比增速（单位：%）

图表23：2010-2015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26：2010-2015年中国出口金额及其同比增速（单位：亿美元，%）

图表27：2010-2015年中国进口金额及其同比增速（单位：亿美元，%）

图表28：2010-2015年中国对主要经济体的出口增速（单位：%）

图表29：2010-2015年中国民航运输总周转量及其增速（单位：亿吨公里，%）

图表30：2010-2015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31：“十二五”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32：中国民航未来五年仍处于成长期

图表33：2016-2022年中国民航增速预测（单位：%）

图表34：国内航空客运机票销售的三种主要途径

图表35：美国航空机票分销渠道的变迁（单位：%）

图表36：美国平均代理费的变化（单位：%）

图表37：中国民航旅客运输量（单位：亿人次，%）

图表38：全国民航运输机场完成旅客吞吐量（单位：亿人次，%）

图表39：机场旅客吞吐量按地区分布（单位：%）

图表40：各地区运输机场数量（单位：个，%）

图表41：“十二五”期间中国民航航线变化情况（单位：条，万公里，%）

图表42：“十二五”期间定期航班通航点的变化情况（单位：个，%）

图表43：2013-2015年全民航RTK增速情况（单位：%）

图表44：2014-2015年全民航RTK同比增速情况（单位：%）

图表45：2014-2015年全民航RPK同比增速情况（单位：%）

图表46：2013-2015年全民航ATK（单位：亿吨公里）

图表47：2014-2015年全民航ATK同比增速（单位：%）

图表48：2014-2015年全民航ASK同比增速（单位：%）

图表49：2013-2015年全民航国内国际载运率（单位：%）

图表50：2013-2015年全民航载运率增速（单位：%）

图表51：2013-2015年全民航国内国际客座率走势（单位：%）

图表52：2013-2015年全民航客座率增速（单位：%）

图表53：2013-2015年全民航货邮载运率增速（单位：%）

图表54：民航基本建设和技术改造投资额（单位：亿元，%）

图表55：民航基本建设和技术改造投资结构（单位：%）

图表56：2013-2015年全民航国内国际客流同比增速对比（单位：%）

图表57：2013-2015年全民航客流量同比增速对比（单位：%）

图表58：国内航空客运销售代理市场规模及增长率（单位：亿元，%）

图表59：携程、艺龙、腾邦单张机票佣金走势（单位：元）

图表60：腾邦国际综合佣金率走势（单位：%）

图表61：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62：机票分销商准入规定比较

图表63：全国主要城市机票分销商数量（单位：家，%）

图表64：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65：直销与分销对航空公司、分销商和客户利弊分析

图表66：上市机场公司成本结构（单位：%）

图表67：机场收入构成

图表68：部分国际机场收入结构比（单位：%）

图表69：全球主要机场非航业务收入占比（单位：%）

图表70：全国机场吞吐量排名（前二十）（单位：人，吨，次）

图表71：2013-2015年航空客票网上支付交易额及其渗透率（单位：亿元，%）

图表72：2015年中国航空公司各机票销售渠道份额（单位：%）

图表73：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：%）

图表74：全球国际旅游人数（单位：亿人次，%）

图表75：全球国际旅游收入（单位：亿美元，%）

图表76：中国国内旅游人数（单位：亿人次，%）

图表77：中国国内旅游收入（单位：亿元，%）

图表78：中期中国国内旅游人均花费（单位：元/人）

图表79：中国入境旅游接待人数（单位：万人次，%）

图表80：2015年中国入境旅游情况（单位：万人次，%）

图表81：中国入境旅游外汇收入（单位：亿美元，%）

图表82：2015年中国入境旅游外汇收入（单位：亿美元，%）

图表83：中国入境旅游客源结构（单位：%）

图表84：中国入境游客入境方式（单位：%）

图表85：外国人入境旅游目的（单位：%）

图表86：入境旅游外国人年龄及性别结构（单位：万人次，%）

图表87：中国入境旅游主要客源市场情况（单位：万人次，%）

图表88：中国入境旅游过夜游客数（单位：万人次，%）

图表89：样本性别和年龄分布（N=1587，未加权）

图表90：最向往的旅游目的地调查（单位：%）

图表91：旅游状况调查（单位：%）

图表92：境外旅游满意程度调查（单位：%）

图表93：2015年境外旅游计划调查（包括商务出差和留学）（单位：%）

图表94：出境旅游的主要目调查（单位：%）

图表95：旅游目的地喜爱程度调查（单位：%）

图表96：选择境外旅游目的地关注因素调查（单位：%）

图表97：获取旅游信息的途径调查（单位：%）

图表98：境外旅游的旅游方式调查（单位：%）

图表99：出境旅游的预订或报名方式调查（单位：%）

图表100：境外旅游选择旅行社调查（单位：%）

图表101：选择旅行社关注的因素调查（单位：%）

图表102：2015年个人境外旅游预算调查（单位：%）

图表103：十一黄金周旅游人数（单位：万人次，%）

图表104：十一黄金周旅游收入（单位：亿元，%）

图表105：2010-2015年春节黄金周旅游人数（单位：万人次，%）

图表106：2010-2015年春节黄金周旅游收入（单位：亿元，%）

图表107：典型OTA企业业务结构比率访谈表

图表108：游客使用旅游网站的服务类型调查（单位：%）

图表109：公众对旅游电子商务公司的认知渠道调查（单位：%）

图表110：影响游客使用线上旅游公司服务的因素调查（单位：%）

图表111：2016-2022年旅游规划指标增长率测算表（单位：%）

图表112：2013-2015年旅游规划指标体系总表（单位：亿人次，亿元，万人，亿美元，万亿元，%）

图表113：2015年全国星级饭店经营情况统计表（单位：家，千元，%）

图表114：2015年全国星级饭店经营情况平均指标统计表（单位：家，元/间夜，%，元/间）

图表115：2015年三大区域星级饭店经营情况统计表（单位：家，千元，%）

图表116：2015年三大区域星级饭店经营情况平均指标统计表（单位：元/间夜，元/间，%）



图表117：2015年重点旅游城市星级饭店平均房价前10名情况表（单位：元/间夜）

图表118：2015年重点旅游城市星级饭店平均出租率前10名情况表（单位：%）

图表119：2013-2015年中国经济型酒店门店数量（单位：家，%）

图表120：2013-2015年中国经济型酒店市场规模（单位：亿元，%）

图表121：中国经济型酒店区域分布（单位：%）

图表122：中国主要城市经济型酒店数量分布（单位：间）

图表123：中国经济型酒店产品结构（单位：%）

图表124：中国经济型酒店市场份额（单位：亿元，%）

图表125：2013-2015年中国经济型酒店行业直销和分销市场（单位：亿元，%）

图表126：2013-2015年中国经济型酒店电子商务市场规模（单位：亿元，%）

图表127：国际汽车租赁行业的生命周期

图表128：中国汽车租赁行业的生命周期

图表129：欧洲市场份额对比（单位：%）

图表130：欧洲机场站点市场份额对比（单位：个）

图表131：汽车租赁行业潜在进入者分类

图表132：北京市城镇居民人均可支配收入及增速（单位：元，%）

图表133：北京市农民人均纯收入及实际增速（单位：元，%）

图表134：2013-2015年北京首都机场月度旅客吞吐量（单位：万人次，%）

图表135：北京旅游总收入及其增长率变化（单位：亿元，%）

图表136：2013-2015年上海浦东机场旅客吞吐量（单位：万人次，%）

图表137：2013-2015年上海虹桥机场旅客吞吐量（单位：万人次，%）

图表138：上海市旅游产业增加值占GDP和第三产业增加值的比重（单位：%）

图表139：广州市城市居民人均可支配收入及增速（单位：元，%）

图表140：广州市农村居民人均纯收入及增速（单位：元，%）

图表141：2013-2015年广州白云机场旅客吞吐量（单位：万人次，%）

图表142：居民人均可支配收入及增长速度（单位：元，%）

图表143：2013-2015年深圳宝安机场旅客吞吐量（单位：万人次，%）

图表144：2013-2015年杭州萧山国际机场旅客吞吐量（单位：万人次，%）

图表145：2013-2015年成都双流国际机场旅客吞吐量（单位：万人次，%）

图表146：2013-2015年昆明巫家坝国际机场旅客吞吐量（单位：万人次，%）

图表147：西安咸阳国际机场旅客吞吐量（单位：次，人，%）

图表148：2009-2013年西安咸阳国际机场旅客吞吐量（单位：万人次，%）

图表149：2009-2013年厦门高崎国际机场旅客吞吐量（单位：万人次，%）

图表150：波特的五种竞争力量模型

图表151：中国航空客运销售代理企业区域分布图（单位：%）

图表152：中国国际航空股份有限公司与实际控制人之间的产权及控制关系的方框图

图表153：中国国际航空股份有限公司组织架构

图表154：2015年中国国际航空股份有限公司飞机总量（单位：架）

图表155：2013-2015年中国国际航空股份有限公司飞机数量增减趋势波动图（单位：架）

图表156：中国国际航空股份有限公司主要经济指标分析（单位：万元）

图表157：中国国际航空股份有限公司主营业务分地区情况表（单位：万元，%）

图表158：中国国际航空股份有限公司盈利能力分析（单位：%）

图表159：中国国际航空股份有限公司主营业务分行业、产品情况表（单位：万元，%）

图表160：中国国际航空股份有限公司运营能力分析（单位：次）

图表161：中国国际航空股份有限公司偿债能力分析（单位：%、倍）

图表162：中国国际航空股份有限公司发展能力分析（单位：%）

图表163：中国国际航空股份有限公司优劣势分析

图表164：中国南方航空股份有限公司与实际控制人之间的产权及控制关系的方框图

图表165：南航运输机队情况（单位：架）

图表166：中国南方航空股份有限公司运输量指标图（单位：百万人公里，百万吨公里，%）

图表167：中国南方航空股份有限公司主要经济指标分析（单位：万元）

图表168：中国南方航空股份有限公司主营业务分地区情况表（单位：万元，%）

图表169：中国南方航空股份有限公司盈利能力分析（单位：%）

图表170：中国南方航空股份有限公司主营业务分产品情况表（单位：百万元，%）

图表171：中国南方航空股份有限公司运营能力分析（单位：次）

图表172：中国南方航空股份有限公司偿债能力分析（单位：%、倍）

图表173：中国南方航空股份有限公司发展能力分析（单位：%）

图表174：中国南方航空股份有限公司优劣势分析

图表175：中国东方航空股份有限公司与实际控制人之间的产权及控制关系的方框图

图表176：中国东方航空集团公司未来飞机交付计划（单位：架）

图表177：中国东方航空股份有限公司主要经济指标分析（单位：万元）

图表178：中国东方航空股份有限公司主营业务分地区情况表（单位：万元，%）

图表179：中国东方航空股份有限公司盈利能力分析（单位：%）

图表180：中国东方航空股份有限公司运营能力分析（单位：次）

图表181：中国东方航空股份有限公司偿债能力分析（单位：% ，倍）

图表182：中国东方航空股份有限公司发展能力分析（单位：%）

图表183：中国东方航空股份有限公司优劣势分析

图表184：海南航空股份有限公司与实际控制人之间的产权及控制关系的方框图

图表185：2013-2015年海南航空股份有限公司运输机队情况（单位：架）

图表186：海南航空股份有限公司主要经济指标分析（单位：万元）

图表187：海南航空股份有限公司主营业务分地区情况表（单位：万元，%）

图表188：海南航空股份有限公司盈利能力分析（单位：%）

图表189：海南航空股份有限公司主营业务分业务情况表（单位：万元，%）

图表190：海南航空股份有限公司运营能力分析（单位：次）

图表191：海南航空股份有限公司偿债能力分析（单位：% ，倍）

图表192：海南航空股份有限公司发展能力分析（单位：%）

图表193：海南航空股份有限公司优劣势分析

图表194：2015年深圳航空有限责任公司机队详细情况（单位：架）

图表195：深圳航空有限责任公司优劣势分析

图表196：携程旅行服务公司主要经济指标分析（单位：万元）

图表197：携程旅行服务公司盈利能力分析（单位：%）

图表198：携程旅行服务公司运营能力分析（单位：次）

图表199：携程旅行服务公司偿债能力分析（单位：%）

图表200：携程旅行服务公司发展能力分析（单位：%）

图表201：艺龙网信息技术有限公司主要经济指标分析（单位：万元）

图表202：艺龙网信息技术有限公司盈利能力分析（单位：%）

图表203：艺龙网信息技术有限公司运营能力分析（单位：次）

图表204：艺龙网信息技术有限公司偿债能力分析（单位：%）

图表205：艺龙网信息技术有限公司发展能力分析（单位：%）

图表206：深圳市腾邦国际票务股份有限公司主营业务构成情况分析（单位：万元）

图表207：深圳市腾邦国际票务股份有限公司主要经济指标分析（单位：万元）

图表208：深圳市腾邦国际票务股份有限公司盈利能力分析（单位：%）

图表209：深圳市腾邦国际票务股份有限公司运营能力分析（单位：次）

图表210：深圳市腾邦国际票务股份有限公司偿债能力分析（单位：% ，倍）

图表211：深圳市腾邦国际票务股份有限公司发展能力分析（单位：%）

图表212：深圳市腾邦国际票务股份有限公司偿债能力分析（单位：% ，元）

图表213：深圳市腾邦国际票务股份有限公司优劣势分析

图表214：中国航空服务有限公司组织架构图

图表215：中国航空服务有限公司优劣势分析

图表216：北京外航服务公司优劣势分析

图表217：西部机场集团航空服务有限公司优劣势分析

图表218：大连国翔航空旅游服务有限公司优劣势分析

图表219：天津明昊航空服务发展有限公司优劣势分析

图表220：深圳市特航航空服务有限公司优劣势分析

图表221：深圳市顺天旅行网络有限公司优劣势分析

图表222：甘肃白云航空服务有限责任公司优劣势分析

图表223：神舟国旅票务有限公司优劣势分析

图表224：西安华圣航空服务有限责任公司优劣势分析

图表225：北京凯达航空服务有限公司优劣势分析

图表226：北京云杰祥航空服务有限公司优劣势分析

图表227：长沙阿心航空服务有限公司优劣势分析

图表228：山西东晋航空服务有限公司优劣势分析

图表229：沈阳澍熙航空服务有限公司优劣势分析

图表230：中川国际航空服务（北京）有限公司优劣势分析

图表231：北京四方蓝天国际航空服务有限公司优劣势分析

图表232：北美、欧洲和亚太地区网络订单占全部旅游订单的比例（单位：%）

图表233：2013-2015年中国网上旅行预订市场规模（单位：亿元）

图表234：中国个人收入和航空旅行40年（单位：美元）

图表235：2013-2015年全民航运输飞机数量（单位：架）

图表236：2013-2015年全民航飞机引进速度对比（单位：%）

图表237：2013-2015年全民航飞机日利用率（单位：小时）

图表238：2013-2015年全民航飞机利用率同比增速（单位：%）

图表239：2013-2015年中国网民规模、增长率及普及率（单位：万人，%）

图表240：2013-2015年中国手机上网网民规模（单位：万人，%）

图表241：网上支付用户数及使用率（单位：万人，%）

图表242：旅行预订用户数及使用率（单位：万人，%）

图表243：旅客购票方式选择变化趋势图（分项走势）

图表244：旅客购票方式选择变化趋势（分项走势）

图表245：旅客购票方式调查业内人士和旅客对比图（单位：%）

图表246：2016-2022年中国航空旅客运输量及其预测（单位：亿人次，%）

图表247：去哪儿网的客户关系图

图表248：用户出行时所选择的酒店价格区间分布（单位：%）

图表249：用户了解旅游产品信息的渠道分类（单位：%）

图表250：携程目标客户的地区分布（单位：%）

图表251：携程目标客户的构成（单位：%）

图表252：携程营业收入结构（单位：%）

图表253：腾邦国际的机票系列

图表254：腾邦国际的“机票+酒店”系列

图表255：腾邦国际的商旅管家系列

图表256：腾邦国际的网上交易平台服务

图表257：腾邦国际的呼叫中心平台服务流程图

图表258：腾邦国际的互联网平台服务流程图

图表259：腾邦国际的网购平台服务流程图

图表260：腾邦国际收入结构（单位：百万元，%）

图表261：腾邦国际“直接销售+合作销售”模式

图表262：腾邦国际直接销售和合作销售对比（单位：亿元，%）

图表263：腾邦国际后返佣金及所占比例（单位：百万，%）

图表264：B2B和B2C模式的比较

图表265：腾邦国际的战略延伸分析

详细请访问：<http://www.abaogao.com/b/jiaotong/S57750OL7l.html>