

2018-2024年中国航空客运 销售代理行业市场监测与投资趋势研究报告

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

《2018-2024年中国航空客运销售代理行业市场监测与投资趋势研究报告》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/qita/559165D0LW.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

航空客运销售代理是指受民用航空运输企业委托，在约定的授权范围内，以委托人名义代为处理航空旅客运输销售及其相关业务的营利性行业。航空客运销售代理代理人，是指从事民航客运销售代理业的企业。

目前中国航空客运机票的销售主要依靠代理企业完成，航空公司直销仅占10%的比例。近年来呼吁国内航空公司提高直销比例的声音越来越大，据测算直销比例每提高10个百分点便可以节省6亿元代理佣金。除航空公司外，携程、艺龙等公司的OTA模式在线机票销售，去哪儿等网站的机票垂直搜索引擎模式，是国内机票分销渠道的主要阵营。近两年，国内上百家第三方平台迅速崛起并获得市场认可，每天通过平台成交机票金额达两三亿元，机票交易量占中国民航机票交易总量的40%-50%，第三方平台以新的电子商务模式满足了市场多层次消费者的需求。尽管佣金比例长期来看有下调趋势，直销和分销作为机票销售的两条渠道，仍将长期共存。

航空公司直销和代理分销各有优势，面向不同的细分市场，互为补充，虽然机票直销比例的提升是大势所趋，但短期对代理行业的影响有限。对航空公司而言：代理销售为其主要销售渠道，航空公司通过大型代理企业可以实现其销售规模的提升。航空公司若实施垂直一体化策略进入机票销售领域，需要扩大资金和人力的投入，将会增加管理的复杂性；而寻求与之相匹配的企业进行合作，则可以降低管理费用和边际成本，实现效益最大化。从消费者角度看：能够同时提供有保障服务和多样化选择的大型代理企业是更好的选择。单一航空公司由于航班密度低，旅客的选择范围有限，尤其是对价格不敏感的商务旅客，出行时间才是他们的首要考虑，大型代理企业综合了多家航空公司的机票供给，能够较好地满足这方面的需求。此外，大型代理企业还可以提供酒店预订、汽车租赁、旅游线路等多产品“一站式”服务，节省旅客大量的搜索时间和准备工作，从而受到消费者的青睐。因此，代理企业仍将长期存在并在机票的销售渠道中占据重要位置。虽然中国民航业发展迅速，但民航服务能力仍显不足，发展中不平衡、不协调、不持续的问题依然存在。“十三五”时期，中国民航将呈现出大众化、多样化的趋势，快速增长仍将是本阶段的基本特征。经营规模化，服务专业化，业务多元化，管理现代化作为我国民航客运销售代理企业发展应确立的四项战略，经营规模化和管现代化侧，企业的组织结构和管形态，服务专业化和业务多元化侧重企业的经营方式和经营内容，它们互相渗透，互为贯通，统一于我国民航客运销售代理企业发展的实践和战略部署中。随着航空客运销售代理行业竞争的不断加剧，国内优秀的航空客运销售代理企业越来越重视对行业市场的研究。

智研数据研究中心发布的《2018-2024年中国航空客运销售代理行业市场监测与投资趋势研

究报告》共十四章。首先介绍了航空客运销售代理相关概念及发展环境，接着分析了中国航空客运销售代理规模及消费需求，然后对中国航空客运销售代理市场运行态势进行了重点分析，最后分析了中国航空客运销售代理面临的机遇及发展前景。您若想对中国航空客运销售代理有个系统的了解或者想投资该行业，本报告将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 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

1.2.2 按企业经营规模分

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 2014-2016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“十三五”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 2014-2016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 2014-2016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 2018-2024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 2014-2016年航空客运销售代理行业发展现状

5.2.1 2014-2016年中国航空客运销售代理行业市场规模

5.2.2 2014-2016年中国航空客运销售代理行业发展分析

5.2.3 2014-2016年中国航空客运销售代理企业发展分析

5.3 2018-2024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行业市场运行分析

6.1 2014-2016年中国航空客运销售代理行业总体规模分析

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 2014-2016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 2014-2016年中国航空客运销售代理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

10.1.5 企业最新发展动态

10.1.6 企业发展战略分析

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
- 10.2.5 企业最新发展动态
- 10.2.6 企业发展战略分析
- 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
 - 10.3.5 企业最新发展动态
 - 10.3.6 企业发展战略分析
- 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
 - 10.4.5 企业最新发展动态
 - 10.4.6 企业发展战略分析
- 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
 - 10.5.5 企业最新发展动态
 - 10.5.6 企业发展战略分析
- 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
 - 10.6.5 企业最新发展动态

10.6.6 企业发展战略分析

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

10.7.5 企业最新发展动态

10.7.6 企业发展战略分析

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

10.8.4 企业经营状况分析

10.8.5 企业最新发展动态

10.8.6 企业发展战略分析

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

10.9.5 企业最新发展动态

10.9.6 企业发展战略分析

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

10.10.5 企业最新发展动态

10.10.6 企业发展战略分析

第十一章 2018-2024年中国航空客运销售代理行业发展趋势与前景分析

11.1 2018-2024年中国航空客运销售代理市场发展前景

- 11.1.1 2018-2024年航空客运销售代理市场发展潜力
- 11.1.2 2018-2024年航空客运销售代理市场发展前景展望
- 11.1.3 2018-2024年航空客运销售代理细分行业发展前景分析
- 11.2 2018-2024年中国航空客运销售代理市场发展趋势预测
 - 11.2.1 2018-2024年航空客运销售代理行业发展趋势
 - 11.2.2 2018-2024年航空客运销售代理市场规模预测
 - 11.2.3 2018-2024年航空客运销售代理行业应用趋势预测
- 11.3 2018-2024年中国航空客运销售代理行业供需预测
 - 11.3.1 2018-2024年中国航空客运销售代理行业供给预测
 - 11.3.2 2018-2024年中国航空客运销售代理行业需求预测
 - 11.3.3 2018-2024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 2018-2024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 2018-2024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（ZY ZM）

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：

图表：航空客运销售代理行业特点

图表：航空客运销售代理行业生命周期

图表：2014-2016年航空客运销售代理行业市场规模分析

图表：2018-2024年航空客运销售代理行业市场规模预测

图表：中国航空客运销售代理行业盈利能力分析

图表：中国航空客运销售代理行业运营能力分析

图表：中国航空客运销售代理行业偿债能力分析

图表：中国航空客运销售代理行业发展能力分析

图表：中国航空客运销售代理行业经营效益分析

图表：2014-2016年航空客运销售代理重要数据指标比较

图表：2014-2016年中国航空客运销售代理行业销售情况分析

图表：2014-2016年中国航空客运销售代理行业利润情况分析

图表：2014-2016年中国航空客运销售代理行业资产情况分析

图表：2014-2016年中国航空客运销售代理竞争力分析

图表：2018-2024年中国航空客运销售代理市场价格走势预测

图表：2018-2024年中国航空客运销售代理发展前景预测

图表：投资建议

图表：区域发展战略规划

详细请访问：<http://www.abaogao.com/b/qita/559165D0LW.html>