

2016-2022年中国差旅管理 市场深度评估与发展前景研究报告

报告目录及图表目录

中国产业研究报告网 编制
www.chinairr.org

一、报告报价

《2016-2022年中国差旅管理市场深度评估与发展前景研究报告》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.chinairr.org/report/R09/R0904/201610/27-217115.html>

产品价格：纸介版9800元 电子版9800元 纸介+电子10000元

订购电话: 400-600-8596 010-80993936

传真: 010-60343813

网址: <http://www.chinairr.org>

Email: sales@chyxx.com

联系人：刘老师 陈老师 谭老师

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

差旅管理，即商旅管理，是基于商务旅行进行专业化管理的服务。差旅管理公司（TMC）通过对用户企业的旅行工作活动整体分析研究，提供专业意见，并帮助用户企业改进旅行管理流程，实现对差旅活动成本的控制，提升用户企业商务旅行品质，提升用户公司管理工作的运作效率。

国内差旅管理市场起步较晚，2013年以来，经过外资、本土差旅管理企业（TMC）的持续推动，国内差旅管理市场已初具规模，专业的差旅管理服务认可度不断提升，企业客户的差旅管理需求膨胀。2014年中国商旅管理市场交易规模突破1000亿，较2013年增长17.2%；2015年受经济软着陆影响，增长放缓，增幅为15.6%，达到1260亿元。

中国商旅管理市场格局依旧呈现参与者众多、集中度低的特征。2015年，中国商旅管理市场占比前5名企业分别为携程（占比7.4%）、国旅运通（占比5.0%），中航嘉信（占比3.7%）、捷成BCD（占比1.9%）和锦江HRG（占比1.7%），剩余份额中，腾邦国际占1.4%，美亚商旅占1.4%，其余77.5%由为数众多的非专业化差旅机构如旅行社、机票代理商构成。

从需求端看，经过外资、本土规模的企业差旅管理公司（Travel Management Company，TMC）的持续培育，未来企业对于成本控制、效率提升、管理规范（去灰色带、去关系化，进一步实现专业管理）等需求将逐渐增强，商旅管理将被逐步接受、普及率快速提升。这将催使中国差旅管理市场交易规模快速增长，乐观估计，2016-2022年，国内商旅管理市场交易规模增长率将达到15%。

重要参考工具。

报告目录

第一章 差旅管理相关概述

1.1 差旅管理基本概念

1.1.1 相关定义

1.1.2 关键流程

1.1.3 战略意义

1.2 差旅管理要素分析

1.2.1 差旅政策与流程

1.2.2 差旅管理公司

1.2.3 供货价格要素

1.2.4 付款结算方式

1.2.5 差旅管理规划

1.3 差旅管理服务介绍

1.3.1 差旅管理服务主要内容

1.3.2 与传统旅游产品的区别

1.3.3 与商务旅游服务的区别

第二章 国内外差旅管理行业发展环境分析

2.1 国际环境分析

2.1.1 2016年国际企业并购动态

2.1.2 差旅移动化产品创新动态

2.1.3 与共享经济融合发展趋势

2.2 宏观经济环境

2.2.1 国民经济运行综述

2.2.2 工业经济运行良好

2.2.3 服务行业发展提速

2.2.4 产业结构优化升级

2.2.5 宏观经济发展走势

2.3 政策环境分析

2.3.1 机关单位差旅管理办法

2.3.2 机关单位差旅住宿费标准

2.3.3 地方差旅住宿费标准明细

2.4 社会环境分析

2.4.1 居民收入水平分析

2.4.2 居民消费水平分析

2.4.3 分享经济发展情况

2.4.4 国内航运资源优化

2.5 产业发展业环境

2.5.1 商务旅行行业现状

2.5.2 商旅市场格局分析

2.5.3 商务旅行发展态势

2.5.4 商旅市场前景展望

第三章 2014-2016年中国差旅管理行业发展分析

3.1 中国差旅管理行业发展综述

3.1.1 国内差旅管理业发展概况

3.1.2 差旅管理业发展促进因素

3.1.3 专业差旅管理的价值分析

3.1.4 国内差旅管理服务商类型

3.1.5 基于五力模型的现状分析

3.1.6 2016年行业发展态势分析

3.2 2014-2016年国内差旅管理市场格局分析

3.2.1 市场进入快速发展期

3.2.2 市场交易规模现状

3.2.3 国内市场分布格局

3.2.4 企业利润率有待提升

3.2.5 企业国际化发展现状

3.2.6 中小企业市场待开发

3.3 2014-2016年国内航空差旅管理发展分析

3.3.1 航空差旅管理项目要素分析

3.3.2 企业航空差旅管理政策分析

3.3.3 数据跟踪与报告发展分析

3.3.4 支付与费用管理发展分析

3.3.5 中国航空差旅管理发展趋势

3.4 国内差旅管理行业的问题与挑战

3.4.1 市场接受度有待提高

3.4.2 需求方差旅政策落后

3.4.3 市场尚未有序发展

3.4.4 供给方面面临的挑战

3.5 国内差旅管理服务商发展建议

3.5.1 重视中小企业

3.5.2 重视服务网络

3.5.3 重视人才培养

3.5.4 开发新技术系统

3.5.5 本土特色发展

第四章 2014-2016年中国差旅管理行业商业模式分析

4.1 差旅管理服务主要盈利模式分析

4.1.1 差旅管理服务盈利模式概述

4.1.2 赚取佣金及差价盈利模式

4.1.3 收取交易及管理费用模式

4.1.4 创新产品和服务盈利方式

4.1.5 盈利模式改进案例分析

4.2 差旅管理行业利益相关方分析

4.2.1 差旅管理的各利益相关者

4.2.2 各利益相关者地位的确定

4.2.3 相关方的定位与利益分析

4.2.4 各利益相关方的相互关系

4.2.5 各方的利益冲突与发展建议

4.3 国内差旅管理市场客户分析

4.3.1 市场客户行业分布

4.3.2 客户商旅行为分析

4.3.3 差旅管理需求分析

4.3.4 客户选择行为分析

4.4 差旅管理市场需求方招标业务分析与建议

4.4.1 招标流程与建议

4.4.2 企业标书基本内容

4.4.3 企业考核标准示例

4.4.4 企业评价标准与建议

4.5 2014-2016年差旅管理市场商业合作动态

4.5.1 携程南航战略合作分析

4.5.2 HRS成移动首选供应商

4.5.3 Concur联手携程商旅

4.5.4 Concur与滴滴的合作

4.5.5 携程商旅与喜报的合作

第五章 2014-2016年国内差旅费用管理发展分析

5.1 差旅费相关概述

- 5.1.1 差旅费定义
- 5.1.2 一般报销流程
- 5.1.3 差旅费用管理
- 5.2 2014-2016年国内差旅费用管理现状
 - 5.2.1 差旅费用管理重要程度
 - 5.2.2 企业差旅费用管理重点
 - 5.2.3 当前企业差旅费管控难点
 - 5.2.4 差旅管理供应商选择分析
- 5.3 国内企业差旅费用管理问题分析
 - 5.3.1 差旅费管理意识不强
 - 5.3.2 差旅费管理力度缺乏
 - 5.3.3 报销流程过于繁琐
 - 5.3.4 现金支付方式弊端
- 5.4 国内企业差旅费用管控建议
 - 5.4.1 完善企业差旅政策
 - 5.4.2 选择自助管理模式
 - 5.4.3 制定信用卡计划
 - 5.4.4 差旅费事后分析
- 5.5 国内差旅费用管理发展前景展望
 - 5.5.1 差旅费用管理的提升方向
 - 5.5.2 未来差旅费用管理要素分析
 - 5.5.3 差旅费用管理电子化趋势

第六章 2014-2016年国内“互联网+差旅管理”发展分析

- 6.1 自动化差旅管理系统优势分析
 - 6.1.1 即时管理差旅开支
 - 6.1.2 差旅开支流程透明化
 - 6.1.3 提高企业生产效率
 - 6.1.4 提高企业最终效益
- 6.2 基于互联网和大数据技术的差旅管理系统
 - 6.2.1 无纸化差旅管理系统优势分析
 - 6.2.2 差旅管理系统与其它系统的整合

- 6.2.3 基于互联网的差旅管理系统流程
- 6.2.4 基于大数据的差旅管理系统功能
- 6.3 2014-2016年大数据在差旅管理行业中的应用分析
 - 6.3.1 商旅管理大数据应用分析
 - 6.3.2 差旅航空大数据应用动态
 - 6.3.3 差旅管理业大数据应用挑战
 - 6.3.4 差旅管理业大数据应用建议
- 6.4 2014-2016年国内移动差旅管理产品发展分析
 - 6.4.1 携程商旅APP
 - 6.4.2 全程费控App
 - 6.4.3 差旅管家App
 - 6.4.4 微信虚拟助手

第七章 2014-2016年国内差旅管理相关行业发展分析

- 7.1 机票代理行业
 - 7.1.1 机票代理产业链分析
 - 7.1.2 机票代理行业发展历程
 - 7.1.3 2014-2016年行业发展形势
 - 7.1.4 2016年机票代理行业发展现状
 - 7.1.5 行业发展对差旅管理的影响
- 7.2 旅游业
 - 7.2.1 行业发展情况
 - 7.2.2 产业收入状况
 - 7.2.3 重要战略情况
 - 7.2.4 出入境旅游现状
 - 7.2.5 国际影响力增强
 - 7.2.6 促进差旅管理业发展
- 7.3 酒店业
 - 7.3.1 对差旅管理的影响
 - 7.3.2 星级酒店发展情况
 - 7.3.3 星级酒店发展现状
 - 7.3.4 星级酒店区域格局

- 7.3.5 经济酒店模式分析
- 7.3.6 酒店经营发展建议
- 7.4 会展行业
 - 7.4.1 对商旅行业的促进
 - 7.4.2 会展行业发展现状
 - 7.4.3 会展行业区域分析
 - 7.4.4 会展行业“走出去”
 - 7.4.5 国内展馆市场现状
 - 7.4.6 会展产业前景展望
- 7.5 交通分享行业
 - 7.5.1 商旅人土地面交通选择分析
 - 7.5.2 国内交通分享产业发展历程
 - 7.5.3 国内交通分享产业发展现状
 - 7.5.4 交通分享经济产生的影响
 - 7.5.5 交通分享产业问题与挑战
 - 7.5.6 交通分享产业前景展望

第八章 2014-2016年中国差旅管理行业重点企业发展分析

- 8.1 携程商旅
 - 8.1.1 企业发展概况
 - 8.1.2 企业发展现状
 - 8.1.3 企业竞争力分析
 - 8.1.4 差旅管理案例分析
- 8.2 美亚尚途
 - 8.2.1 企业发展概况
 - 8.2.2 发展历程回顾
 - 8.2.3 企业差旅方案
 - 8.2.4 企业发展趋势
- 8.3 腾邦国际
 - 8.3.1 企业发展概况
 - 8.3.2 竞争力分析
 - 8.3.3 企业经营现状

8.3.4 TMC业务现状

8.4 中航服

8.4.1 企业发展概况

8.4.2 发展历程回顾

8.4.3 竞争力分析

8.4.4 TMC业务分析

8.5 差旅天下

8.5.1 企业发展概况

8.5.2 竞争力分析

8.5.3 企业经营分析

8.5.4 融资发展分析

8.5.5 产品创新动态

8.6 其他

8.6.1 德国嘉惠国际

8.6.2 觅优信息技术

第九章 2016-2022年中国差旅管理行业发展趋势及前景

9.1 2016-2022年国内差旅管理行业发展趋势

9.1.1 行业集中度上升趋势

9.1.2 “移动化”发展趋势

9.1.3 系统服务标准化趋势

9.1.4 服务性价比提升趋势

9.2 2016-2022年国内差旅管理市场前景展望

9.2.1 差旅管理市场规模预测

9.2.2 酒店商旅管理市场前景

附录：

附录一：《中央和国家机关差旅费管理办法》

部分图表目录

图表 差旅管理关键流程示意图

图表 差旅管理服务框架示意图

图表 2011-2015年国内生产总值及其增长速度

图表 2011-2015年三大产业增加值占国内生产总值比重

图表 2011-2015年粮食产量

图表 2011-2015年全部工业增加值及其增长速度

图表 2011-2015年建筑业增加值及其增长速度

图表 2011-2015年全社会固定资产投资

图表 2015年房地产开发和销售主要指标及其增长速度

图表 2011-2015年社会消费品零售总额

图表 2011-2015年货物进出口总额

图表 2015年各种运输方式完成货物运输量及其增长速度

图表 2015年年末全部金融机构本外币存贷款余额及其增长速度

图表 2011-2015年全国居民人均可支配收入及其增长速度

图表 2015年全国居民人均消费支出及其构成

图表 2016年机关单位差旅费标准调整表

图表 2011-2015年全国居民人均可支配收入及其增长速度

图表 2015年全国居民人均消费支出及其构成

图表 2016年全国居民消费价格水平涨跌幅

图表 分享经济定义与内涵

图表 分享经济关键要素

图表 分享经济特征分析

图表 分享经济的类型

图表 中国分享经济发展有利条件

图表 国内分享经济发展历程

图表 分享型企业发展进程

图表 中国分享经济发展现状及未来趋势

图表 中国分享经济发展现状特征

图表 2016-2022年中国商旅市场发展预测

图表 差旅管理行业发展促进因素分析

图表 专业差旅管理核心价值分析

图表 专业差旅管理经济效益分析

图表 专业差旅管理资源整合分析

图表 差旅管理行业五力模型分析

图表 2016年差旅管理行业发展态势分析

更多图表见正文。。。

详细请访问：<http://www.chinairr.org/report/R09/R0904/201610/27-217115.html>