

2020-2026年中国差旅市场 前景研究与发展趋势研究报告

报告目录及图表目录

一、报告报价

《2020-2026年中国差旅市场前景研究与发展趋势研究报告》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.chinairr.org/report/R09/R0901/201912/10-328010.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

按照世界旅游与旅行理事会的数据显示，中国成为了全球第三大商务旅行市场，近年全国各企事业单位用于企业差旅的支出已经超过4000亿人民币。

随着企业对差旅管理意识的加强，我国的差旅市场发展也逐渐转向成熟，现如今已有越来越多的企业委托专业的企业差旅管理公司来提供相关的服务了，以期能够节约差旅的成本，从而达到提升企业商务旅行的管理水平与资源整合能力。

不过就目前来讲企业传统的差旅管理在模式上存在有巨大的资源成本浪费，以及难以克服的管理漏洞，以至于无法从根本上为企业解决差旅方面的诸多问题，所以就必须要选择一家专业的差旅管理机构才行，目前专业的企业差旅管理机构已然成为了企业最迫切的需求。

中国产业研究报告网发布的《2020-2026年中国差旅市场前景研究与发展趋势研究报告》共十四章。首先介绍了中国差旅行业市场发展环境、差旅整体运行态势等，接着分析了中国差旅行业市场运行的现状，然后介绍了差旅市场竞争格局。随后，报告对差旅做了重点企业经营状况分析，最后分析了中国差旅行业发展趋势与投资预测。您若想对差旅产业有个系统的了解或者想投资中国差旅行业，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 差旅行业概述

第一节 差旅行业概念

一、商务旅游的概念

二、商务旅游的特点

三、商务旅游和休闲旅游的关系

第二节 发展历史

第二章 2012-2019年全球差旅所属行业市场管理现状分析

第一节 2012-2019年全球差旅行业市场发展概况

第二节 2012-2019年世界代表差旅管理企业市场发展情况分析

一、美国运通

二、CWT

三、BCD

四、德国国翔商务旅行公司

第三节2012-2019年世界差旅行业市场发展趋势分析

第三章2020-2026年中国差旅行业发展环境分析

第一节2020-2026年中国经济环境分析

一、宏观经济

二、工业形势

三、固定资产投资

第二节2012-2019年中国差旅行业发展政策环境分析

一、行业政策影响分析

二、相关行业标准分析

第四章2012-2019年中国差旅所属行业市场管理现状分析

第一节中国差旅行业市场细分及特点

一、一般商务旅游市场

二、政务旅游市场

三、学术旅游市场

四、其它商务旅游市场

第二节中国差旅行业市场管理现状

一、差旅行业发展现状

二、差旅行业面临的问题

第三节我国差旅行业主要企业市场发展情况分析

一、携程商旅

(一) 企业偿债能力分析

(二) 企业运营能力分析

(三) 企业盈利能力分析

二、畅翔科技集团

(一) 企业偿债能力分析

(二) 企业运营能力分析

(三) 企业盈利能力分析

三、上海锦江国际旅游股份有限公司

(一) 企业偿债能力分析

(二) 企业运营能力分析

(三) 企业盈利能力分析

四、罗森康辉国际旅行社

(一) 企业偿债能力分析

(二) 企业运营能力分析

(三) 企业盈利能力分析

第四节中国差旅业与发达国家的差距

第五章2012-2019年中国差旅所属行业市场动态分析

第一节差旅行业市场需求分析

一、商务旅游需求要素分析

二、中国商务旅游的二元市场

三、中国商务旅游市场细分

第二节商务旅游供给分析

一、商务旅行

二、会议服务

三、会展服务供给

四、奖励旅游服务供给

五、企业拓展培训

第三节我国差旅行业的SWOT分析及战略选择

一、SWOT分析

二、战略选择

第四节中国商务旅游市场竞争现状分析

一、商务旅游单项服务市场竞争现状

二、差旅费管理市场竞争现状

第六章进入中国商务旅游市场的切入点和盈利模式分析

第一节关于中国商务旅游市场的点评——小安观点

一、小商小贩也有商务旅行活动

二、商旅服务外包是大趋势

三、外资示范效应将产生连动

四、高端服务模式并非高不可攀

五、政府差旅服务市场近在眼前

第二节中国旅游企业进入商务旅游市场的关键节点

一、切入点——目前掌握的企业是单位客户

二、从服务到管理——客户差旅支出的分析

三、适当的金融工具——差旅费管理服务的支付手段

四、高素质的服务团队——差旅费管理服务实现的人力保证

五、商务旅游服务联盟——商旅服务物理网络的快速建立

六、差旅服务管理软件——和国际接轨的技术保证

第三节商务旅游恰当的盈利模式

一、资源批发型

二、终端制胜型

三、业务领先型

第七章2020-2026年中国差旅行业行业发展前景预测分析

第一节2020-2026年中国差旅行业发展预测分析

一、未来差旅行业发展分析

二、未来差旅行业发展方向

第二节2020-2026年中国差旅行业市场前景分析

一、产品差异化是企业发展的方向

二、渠道重心下沉

图表目录：

图表1旅游业核心业务示意图

图表2商务旅游与休闲旅游比较

图表3美国、中国、英国以及德国是全球商务旅行消费主力军

图表4亚太地区、北美洲和西欧地区市场份额

图表5未来五年增长趋势

图表6商务旅行消费同比增长

图表715个最大的商务旅游市场

图表82013年到2019年出口增长率

图表9商务旅行消费增长

图表10人均商务旅行消费

图表112006—2019年国内生产总值季度累计同比增长率（%）

图表122006—2019年工业增加值月度同比增长率（%）

图表132006—2019年固定资产投资完成额月度累计同比增长率（%）

更多图表见正文.....

详细请访问：<http://www.chinairr.org/report/R09/R0901/201912/10-328010.html>