2026-2031年中国航空客运销售代理行业市场调研与战略转型分析报告

目 录

CONTENTS

第1章：中国航空客运销售代理行业综述

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

1.2 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监管体系

1）主管部门

2）自律组织

（2）航空客运销售代理行业政策/规划汇总及解读

（3）《民航业“十四五”发展规划》对航空客运销售代理行业发展的影响

（4）政策环境对航空客运销售代理行业发展的影响总结

1.2.2 航空客运销售代理行业经济环境分析

（1）全球主要经济体宏观环境

1）美国经济环境概况

2）日本经济环境概况

3）欧洲经济环境概况

4）国际宏观经济展望

（2）国内宏观经济发展现状

1）中国GDP及增长情况

2）中国三次产业结构

3）中国居民消费价格（CPI）

（3）国内宏观经济发展展望

1）国际机构对中国GDP增速预测

2）国内机构对中国宏观经济指标增速预测

（4）航空客运销售代理行业发展与宏观经济相关性分析

1.2.3 航空客运销售代理行业社会环境分析

（1）航空客运销售代理行业社会环境

1）中国人口规模及增速

2）中国城镇化水平变化

3）中国居民人均可支配收入

4）中国居民人均消费支出及结构

（2）社会环境对航空客运销售代理行业发展的影响总结

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）国内航线机票销售收入来源

（2）国际航线机票销售收入来源

1.3.4 航空客运销售代理行业存在问题分析

第2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
（1）航空客运旅客周转量
（2）航空客运运营效益
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
（1）运输航空公司数量
（2）运输机场数量
（3）机场服务能力
（4）机场飞机起降架次
（5）航线变化情况
2.2.5 航空客运行业的运营状况分析
（1）通用航空作业量
（2）通用航空企业数量分析
（3）在册通用航空器数量分析
2.2.6 航空客运行业的运营效率分析
（1）运输效率分析
（2）载运率分析
（3）客座率分析
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
（1）通过GDS全球分销系统和国际航协的BSP，实现了“中性化”
（2）国际航协形成的独具特色的机票分配政策，大型代理人获益
（3）电子客票的全面推行，销售过程实现完全电子化
（4）开展航空客运销售代理业务，需要获得资格许可
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3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）机票分销商准入规定比较
（4）BSP机票分销业务流程关系
1）业务关系
2）往来关系
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4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）机场旅客吞吐量以及增长分析
（3）机场旅客吞吐量分布情况
（4）机场货邮吞吐量以及增长分析
（5）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 在线旅行市场预订情况分析
4.2.2 网上支付交易规模分析
4.2.3 网上支付企业竞争分析
4.2.4 航空客票网上支付发展现状
4.2.5 航空客票网上支付发展前景分析
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）全球旅游人数分析
（2）全球旅游收入分析
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
（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 中国节假日旅游市场分析
（1）旅游人数
（2）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）经济型酒店市场品牌竞争
（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
（1）连锁化整合趋势
（2）中高端连锁品牌对经济型酒店的替代
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
1）汽车租赁行业用户规模
2）汽车租赁行业收入规模
（3）国际汽车租赁行业运作模式分析
（4）国际汽车租赁行业运作特点分析
（5）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特点
（3）中国汽车租赁行业的发展规模
1）汽车租赁行业用户规模
2）汽车租赁行业收入规模
（4）中国汽车租赁行业的影响因素
（5）中国汽车租赁行业发展新动向
（6）中国汽车租赁行业存在的问题
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5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6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
6.1.6 行业竞争状态总结
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
（1）航空客运代理数量分析
（2）航空客运代理区域分布
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
1）资格认可
2）BSP采购通道
3）销售政策
（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7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经营情况分析
7.1.1 中国国际航空股份有限公司
（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
（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
7.1.3 中国东方航空股份有限公司
（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
7.1.4 海南航空控股股份有限公司
（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
7.1.5 深圳航空有限责任公司
（1）企业发展简况分析
（2）企业经营状况分析
（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主要企业经营情况分析
7.2.1 携程集团
（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）投资兼并与重组分析
7.2.2 同程旅行
（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
7.2.3 途牛网
（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
7.2.4 飞猪旅行
（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
7.3 航空客运销售代理主要企业经营情况分析
7.3.1 国旅运通航空服务有限公司
（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
7.3.2 中国航空服务有限公司
（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
7.3.3 北京外航服务公司
（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 深圳市特航航空服务有限公司
（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
7.3.5 北京亨通之旅旅游咨询有限公司
（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 北京航信达航空票务代理有限公司
（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 长沙晴天票务服务有限公司
（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 上海紫腾航空运输代理有限公司
（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8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
（1）国际机票代理佣金费率的调整变动情况
（2）国内机票代理佣金费率的相关政策
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 影响航空客运代理行业的有利因素
8.2.2 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 航空客运销售代理行业的发展趋势
8.3.2 航空客运销售代理行业的转型方向
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9章：中国航空客运销售代理行业典型案例剖析
9.1 途牛旅行网商业模式分析
9.1.1 途牛旅行网的产生与发展
（1）发展历程
（2）客户群体
9.1.2 途牛旅行网的核心产品
（1）产品类型
（2）产品预订情况
9.1.3 途牛旅行网技术体系
（1）核心技术
（2）研发投入
9.1.4 途牛旅行网发展模式
（1）营销模式
（2）供应链管理模式
9.1.5 途牛旅行网竞争格局分析
（1）途牛旅行网SWOT分析
（2）途牛旅行网竞争力分析
9.1.6 途牛旅行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）人工智能技术
（2）专有搜索及交易引擎
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
（1）选择合适的商业模式
（2）差异化的运作方式
（3）强大的技术支持
9.3 美亚科技的机票销售模式分析
9.3.1 美亚科技的主要产品及服务
9.3.2 美亚科技航旅票务服务流程
9.3.3 美亚科技的业务模式分析
（1）美亚科技的采购模式分析
（2）美亚科技的销售模式分析
（3）美亚科技的盈利模式分析
9.3.4 美亚科技的扩张路径分析
（1）扩张的必要性
（2）扩张的区域
（3）扩张的方式
（4）扩张的经验
9.3.5 美亚科技对业界的启示分析

图表目录

图表1：航空客运销售代理行业按代理业务范围的分类
图表2：航空客运销售代理行业按企业经营规模的分类
图表3：航空客运销售代理行业的作用
图表4：航空客运销售代理行业监管体系
图表5：航空客运销售代理行业主管部门及职能
图表6：航空客运销售代理行业自律组织及职能
图表7：截至2025年中国航空客运销售代理行业发展政策汇总
图表8：“十四五”时期中国民航发展预期指标
图表9：政策环境对中国航空客运销售代理行业发展的影响总结
图表10：2011-2025年美国国内生产总值变化趋势图（单位：万亿美元，%）
图表11：2011-2025年日本GDP变化情况（单位：%）
图表12：2021-2025年欧元区GDP季度同比变化（单位：%）
图表13：2023-2025年全球主要经济体经济增速预测（单位：%）
图表14：2012-2025年中国GDP增长走势图（单位：万亿元，%）
图表15：2012-2025年中国三次产业结构（单位：%）
图表16：2021-2025年中国CPI变化情况（单位：%）
图表17：部分国际机构对2023年中国GDP增速的预测（单位：%）
图表18：行业发展与宏观经济相关性分析
图表19：2013-2025年中国人口规模及自然增长率（单位：万人，‰）
图表20：2013-2025年中国城镇人口规模及城镇化率（单位：亿人，%）
图表21：中国城市化进程发展阶段
图表22：2013-2025年中国居民人均可支配收入（单位：元）
图表23：2013-2025年中国居民人均消费支出（单位：元）
图表24：2016-2025年中国居民人均消费支出结构（单位：%）
图表25：社会环境对航空客运销售代理行业发展的影响
图表26：航空客运销售代理行业发展历程分析
图表27：2021-2025年航空客运代理行业市场规模（单位：亿元）
图表28：中国航空客运销售代理收入模式分析

图表29：国内航空客运机票销售的三种主要途径
图表30：航空客运销售代理行业存在问题分析
图表31：发达国家销售代理企业的管理特点
图表32：发达国家销售代理企业的管理特点
图表33：国外旅行代理商的航空客运销售代理服务
图表34：国外旅行代理商的角色转换
图表35：国内外航空客运销售代理对比
图表36：2017-2025年中国民航旅客周转量及同比增速（单位：亿人公里，%）
图表37：2013-2025年中国航空业盈利情况走势图（单位：亿元）
图表38：2018-2025年中国民航旅客运输量增长情况（单位：亿人次，%）
图表39：2017-2025年民航运输机场旅客吞吐量（单位：亿人次，%）
图表40：2025年民航运输机场旅客吞吐量按地区分布（单位：万人次，%）
图表41：2021-2025年旅客吞吐量100万人次以上的机场数量（单位：个，%）
图表42：2019-2025年国内运输航空公司数量变化趋势（单位：家）
图表43：2018-2025年中国运输机场数量（单位：座）
图表44：2019-2025年民航运输飞机数量（单位：架）
图表45：截至2025年中国运输飞机数量规模（单位：架，%）
图表46：2017-2025年中国民航运输机场起降架次（单位：万架次，%）
图表47：2025年我国定期航班条数及里程（单位：条，万公里）
图表48：2013-2025年中国通用航空年作业量（单位：万小时，%）
图表49：2025年中国通用航空作业时间结构（单位：%）
图表50：2016-2025年中国通用航空运营企业总数（单位：家，%）
图表51：2025年中国通用航空运营企业区域分布结构（单位：家）
图表52：2017-2025年中国通用航空器数量（单位：架，%）
图表53：2013-2025年中国在册运输飞机日利用率趋势图（单位：小时）
图表54：2013-2025年中国民航载运率趋势图（单位：%）
图表55：2013-2025年我国民航客座率变化情况（单位：%）
图表56：2018-2025年中国民航固定资产投资额及增速（单位：亿元，%）
图表57：航空客运代理行业互联网技术应用
图表58：航空客运销售代理行业人才培养分析
图表59：2021-2025年主要航司代理业务手续费（单位：亿元）
图表60：各航司舱位每航段代理费情况（单位：元）
图表61：机票分销商准入规定比较
图表62：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63：航空客运直销与分销利弊分析
图表64：机场运营成本结构
图表65：2025年中国代表性机场营业成本结构分析（单位：%）
图表66：航空机场业务构成
图表67：2020-2025年中国民航业机场营收规模及增长情况（单位：亿元，%）
图表68：2025年中国主要机场非航空性业务营收占比情况（单位：%）
图表69：机场贵宾服务的产品特征
图表70：2020-2025年中国主要机场贵宾服务业务营收情况（单位：亿元）
图表71：2017-2025年中国颁证运输机场总量情况（单位：个）
图表72：2014-2025年中国境内运输机场旅客吞吐量（单位：亿人次，%）
图表73：2025年中国境内运输机场旅客吞吐量区域分布情况（单位：亿人次，%）
图表74：2014-2025年中国境内运输机场货邮吞吐量（单位：万吨）
图表75：2025年中国境内运输机场货邮吞吐量区域分布情况（单位：万吨，%）
图表76：2019-2025年中国在线旅行预订用户规模及网民使用率（单位：亿人，%）
图表77：2020-2025年中国移动支付业务规模及增长率（单位：万亿元，%）
图表78：2020-2025年中国非银行支付机构处理网络支付业务规模及增长率（单位：万亿元，%）
图表79：典型第三方支付企业背景及独特优势
图表80：中国航空客票互联网销售模式分析
图表81：2021-2025年全球旅游总人次（单位：亿人次）
图表82：2021-2025年全球旅游总收入（单位：万亿美元）
图表83：2019-2025年全球旅游总收入占GDP的比例（单位：%）
图表84：2019-2025年中国国内旅游人次及增长情况（单位：亿人次，%）
图表85：2019-2025年中国国内旅游收入及增长情况（单位：万亿元，%）
图表86：2019-2025年中国国内旅游人均花费走势（单位：元/人次）
图表87：中国国内旅游发展特征分析

图表88：2019-2025年中国入境旅游人数变化趋势（单位：亿人次，万人次）
图表89：2021-2025年中国旅行社入境旅游营业收入及占比情况（单位：亿元，%）
图表90：2025年中国旅行社入境旅游客源分布情况（单位：%）
图表91：中国入境旅游过夜游客人数及占比变化趋势（单位：万人次，%）
图表92：中国入境旅游主要特点分析
图表93：2021-2025年中国旅行社出境旅游组织人此数（单位：万人次，%）
图表94：2025年中国旅行社出境旅游目的地分布情况（单位：%）
图表95：2025年中国居民出境旅游时间意向调查情况（单位：%）
图表96：2021-2025年节假日旅游人数情况（单位：亿人次）
图表97：2021-2025年节假日旅游收入情况（单位：亿人次）
图表98：中国在线旅游行业呈现“三国杀”局面
图表99：旅游网络营销的最新动态
图表100：中国文化旅游行业发展趋势预判
图表101：2018-2025年中国上报文旅部的星级酒店数及变化趋势（单位：家，%）
图表102：截至2025年中国上报文旅部的星级酒店数量规模结构（按星级分）（单位：家，%）
图表103：2015-2025年中国上报文旅部的星级酒店营业收入及变化趋势（单位：亿元，%）
图表104：2022-2025年全国上报文旅部的星级酒店营收结构（单位：%）
图表105：2025年全国上报文旅部的星级饭店经营情况表（单位：家，亿元，%）
图表106：2025年全国上报文旅部的星级饭店其他经营指标分析（单位：千元/人，元，%，元/间夜，千元/间）
图表107：2025年中国星级饭店营业收入区域分布热力图（单位：亿元）
图表108：2025年上报文旅部的重点旅游城市星级饭店营业收入TOP10（单位：亿元）
图表109：2025年上报文旅部的重点旅游城市星级饭店平均房价TOP10（单位：元/间夜）
图表110：2025年上报文旅部的重点旅游城市星级饭店平均出租率TOP10（单位：%）
图表111：2018-2025年中国上报文旅部的经济型酒店数量及增长情况（单位：家）
图表112：2015-2025年中国上报文旅部的经济型酒店市场营业收入情况（单位：亿元，%）
图表113：2015-2025年中国上报文旅部的经济型酒店平均出租率情况（单位：%）
图表114：截至2025年中国经济型酒店区域分布热力图（按酒店数量）（单位：家）
图表115：经济型酒店产品结构分析
图表116：2025年迈点酒店经济型酒店品牌指数MBI排名（单位：点）
图表117：经济型酒店客户营销模式分析
图表118：中国连锁酒店发展阶段分析
图表119：中高端连锁酒店的优势
图表120：全球汽车租赁行业发展历程
略·····完整目录请咨询客服

如需了解报告详细内容，请直接致电前瞻客服中心。

全国免费服务热线：400-068-7188 0755-82925195 82925295 83586158

或发电子邮件：service@qianzhan.com

或登录网站：https://bg.qianzhan.com/

我们会竭诚为您服务！