

2024-2030年中国航空客运 销售代理市场深度分析与投资战略报告

报告目录及图表目录

北京迪索共研咨询有限公司

www.cction.com

一、报告报价

《2024-2030年中国航空客运销售代理市场深度分析与投资战略报告》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.cction.com/report/202408/466784.html>

报告价格：纸介版8000元 电子版8000元 纸介+电子8500元

北京迪索共研咨询有限公司

订购电话: 400-700-9228(免长话费) 010-69365838

海外报告销售: 010-69365838

Email: kefu@gonyn.com

联系人：李经理

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

中企顾问网发布的《2024-2030年中国航空客运销售代理市场深度分析与投资战略报告》共四章。首先介绍了航空客运销售代理行业市场发展环境、航空客运销售代理整体运行态势等，接着分析了航空客运销售代理行业市场运行的现状，然后介绍了航空客运销售代理市场竞争格局。随后，报告对航空客运销售代理做了重点企业经营状况分析，最后分析了航空客运销售代理行业发展趋势与投资预测。您若想对航空客运销售代理产业有个系统的了解或者想投资航空客运销售代理行业，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 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

第二章 国内外航空客运销售代理所属行业发展分析

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

第三章 中国航空客运销售代理企业经营情况分析

3.1 航空客运行业主要企业运营分析

3.1.1 中国国际航空股份有限公司经营情况分析

(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

3.1.2 中国南方航空股份有限公司经营情况分析

- (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

3.1.3 中国东方航空股份有限公司经营情况分析

- (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

3.1.4 海南航空股份有限公司经营情况分析

- (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

3.1.5 深圳航空有限责任公司经营情况分析

- (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

3.2 在线旅行网机票代理状况分析

3.2.1 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

3.2.2 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

3.2.3 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

3.2.4 芒果网经营情况分析

3.3 航空客运销售代理企业经营分析

3.3.1 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

3.3.2 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

3.3.3 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

3.3.4 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

3.3.5 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

3.3.6 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

3.3.7 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

3.3.8 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

3.3.9 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

3.3.10 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

第四章 中国航空客运销售代理行业典型案例剖析 ()

4.1 去哪儿网商业模式分析

4.1.1 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

4.1.2 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

4.1.3 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

4.1.4 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

4.1.5 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

4.1.6 去哪儿网对业界的启示分析

4.2 携程旅行服务公司商业模式分析

4.2.1 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

4.2.2 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

4.2.3 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

4.2.4 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

4.2.5 携程模式对业界的启示分析

4.3 腾邦国际的机票销售模式分析

4.3.1 腾邦国际的主要产品及服务

4.3.2 腾邦国际的产品及服务流程

4.3.3 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

4.3.4 腾邦国际的扩张路径分析

4.3.5 腾邦国际的战略延伸分析

4.3.6 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 2024-2030年美国新增非农就业走势图 (单位:千人,%)

图表 3 2024-2030年美国新增非农就业与失业率 (单位:千人,%)

图表 4 2024-2030年美国PMI指数

图表 5 2022年美国制造业PMI八个分项指数

图表 6 2022年美国服务业PMI指数

图表 7 2024-2030年欧元区CPI同比增长情况 (单位:%)

图表 8 2024-2030年欧元区制造业指数

图表 9 2024-2030年法意德制造业指数

图表 10 2022年日本PMI指数均值

图表 11 2024-2030年日本制造业和服务业PMI指数

图表 12 2024-2030年马来西亚CPI同比、环比情况 (单位:%)

图表 13 2024-2030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 2024-2030年中国GDP同比增速走势（单位：%）

图表 16 2024-2030年中国三产业GDP累计同比走势（单位：%）

图表 17 2024-2030年中国投资、出口和消费累计同比增速对比（单位：%）

图表 18 2024-2030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 2024-2030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 2024-2030年中国社会消费品零售总额同比增速（单位：%）

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202408/466784.html>