

中国航空客运销售代理行业市场发展现状及前景趋势与投资分析研究报告(2026-2031版)

报告简介

航空客运销售代理是指在航空公司与旅客之间充当中介角色的专业机构或个人，负责代理航空公司销售机票、提供咨询服务、预订座位、发放电子机票等工作。他们通常与多家航空公司建立合作关系，为旅客提供更多的选择和更优惠的价格，并处理旅客的退改签需求，协助解决因航班延误或取消引起的问题。

现状

目前，机票代理行业在航空客运市场中扮演着重要的中介角色，连接着航空公司和消费者，提供便捷的交易渠道和服务。随着人口流动的加速和机票市场的逐渐成熟，航空客运市场规模不断扩大，机票代理行业也因此得到了快速的发展。近年来，我国航空客运销售代理行业市场规模已经达到了相当规模，并且随着旅游消费的增长和经济的不断发展，未来市场规模有望进一步增加。

趋势

个性化服务：随着消费者需求的日益个性化，机票代理行业将更加注重提供个性化的服务。

多元化销售渠道：传统的线下旅行社、票务代理仍然占据一定的市场份额，但在线旅行社(OTAs)、元搜索引擎、以及各类旅游预订平台等新型渠道正在迅速崛起。

技术驱动：随着技术的发展，机票代理行业也在不断利用新技术提升服务质量和效率。

前景

未来，机票代理行业的前景看好。随着旅游消费的增长和经济的不断发展，航空客运市场规模将继续扩大，为机票代理行业提供更多的发展机会。尽管市场竞争日益激烈，但通过提升服务水平、创新服务模式、拓展业务范围等方式，机票代理企业仍然能够增强竞争力，并在多元化销售渠道的推动下实现持续

发展。

本研究咨询报告由北京中道泰和信息咨询有限公司领衔撰写，在大量周密的市场调研基础上，主要依据了国家统计局、国家商务部、国家发改委、国家经济信息中心、国务院发展研究中心、国家海关总署、全国商业信息中心、中国经济景气监测中心、51行业报告网、全国及海外相关报刊杂志的基础信息以及航空客运销售代理行业研究单位等公布和提供的大量资料。报告对我国航空客运销售代理行业的供需状况、发展现状、子行业发展变化等进行了分析，重点分析了国内外航空客运销售代理行业的发展现状、如何面对行业的发展挑战、行业的发展建议、行业竞争力，以及行业的投资分析和趋势预测等等。报告还综合了航空客运销售代理行业的整体发展动态，对行业在产品方面提供了参考建议和具体解决办法。报告对于航空客运销售代理产品生产企业、经销商、行业管理部门以及拟进入该行业的投资者具有重要的参考价值，对于研究我国航空客运销售代理行业发展规律、提高企业的运营效率、促进企业的发展壮大具有学术和实践的双重意义。本报告也可以用于专精特新“小巨人”申请申报。

报告目录

第一章 中国航空客运销售代理行业发展综述

第一节 航空客运销售代理行业的相关概述

一、航空客运销售代理行业的定义

二、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

三、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

第二节 航空客运销售代理行业的发展环境

一、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

二、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

三、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

第三节 航空客运销售代理行业的发展综述

一、航空客运销售代理行业发展历程分析

二、航空客运销售代理行业市场规模分析

三、航空客运销售代理行业盈利模式分析

四、航空客运销售代理行业存在问题分析

第二章 国内外航空客运销售代理行业发展分析

第一节 国外航空客运销售代理行业发展分析

一、国外销售代理行业的行业结构

二、发达国家销售代理企业的管理

三、国外航空公司对代理人的制约

四、国外旅行代理商的综合服务

五、国外旅行代理商的角色转换

六、国内外航空客运销售代理对比

第二节 中国航空客运行业发展状况分析

一、航空客运行业的发展概况分析

二、民航旅客运输量及其增长情况

三、民航运输机场完成旅客吞吐量

四、机场服务能力及航线变化情况

五、航空客运行业的运营状况分析

六、航空客运行业的运营效率分析

七、民航固定资产投资及增长情况

第三节 中国航空客运销售代理行业发展分析

一、航空客运销售代理行业经营特点分析

二、航空客运销售代理行业技术特点分析

三、航空客运销售代理行业的周期性分析

四、航空客运销售代理行业的季节性分析

五、航空客运销售代理行业人才培养分析

第三章 中国航空客运销售代理行业的运营模式

第一节 不同销售渠道运营模式分析

一、电子商务模式分析

二、门店销售模式分析

三、合作销售模式分析

第二节 不同服务对象运营模式分析

一、 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

二、 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

三、 航空客运直销与分销利弊分析

第三节 不同业务内容运营模式分析

一、 单一服务模式分析

二、 综合商旅服务模式分析

第四章 中国航空客运销售代理关联行业运营分析

第一节 中国机场业运营状况分析

一、 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

二、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)机场货邮吞吐量分布情况

第二节 中国航空客票网上支付行业

一、航空客票网上交易规模分析

二、航空客票网上支付发展现状

三、在线旅行市场预订情况分析

四、航空客票支付企业竞争分析

五、航空客票支付发展前景分析

第三节 中国旅游业运营状况分析

一、全球旅游市场发展分析

(1)全球国际旅游人数分析

(2)全球国际旅游收入分析

二、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

三、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)入境旅游过夜游客数

(5)入境旅游的主要特点

(6)入境旅游市场发展预测

四、 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

五、 中国黄金周旅游市场分析

(1)十一黄金周旅游人数

(2)十一黄金周旅游收入

(3)春节黄金周旅游人数

(4)春节黄金周旅游收入

六、 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

七、 中国旅游业发展前景展望

第四节 中国酒店业运营状况分析

一、 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

二、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)经济型酒店市场份额排名

(6)经济型酒店客户营销模式

三、酒店行业的发展趋势分析

第五节 中国汽车租赁市场发展分析

一、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

(3)国际汽车租赁行业的生命周期

(4)国际汽车租赁行业运作模式分析

(5)国际汽车租赁行业运作特点分析

(6)国际汽车租赁对中国汽车租赁的启示

二、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规模
- (3)中国汽车租赁行业的发展特点
- (4)中国汽车租赁行业的影响因素
- (5)中国汽车租赁行业的生命周期
- (6)中国汽车租赁行业发展新动向
- (7)中国汽车租赁行业存在的问题
- (8)中国汽车租赁行业的发展策略

三、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

第五章 中国航空客运销售代理行业区域市场分析

第一节 北京市航空客运销售代理行业分析

- 一、北京市居民可支配收入分析
- 二、北京市航空客运量及其增长
- 三、北京市旅游业发展状况分析
- 四、北京市机票代理的前景展望

第二节 上海市航空客运销售代理行业分析

- 一、上海市居民可支配收入分析
- 二、上海市航空客运量及其增长
- 三、上海市旅游业发展状况分析
- 四、上海市机票代理的前景展望

第三节 广州市航空客运销售代理行业分析

- 一、广州市居民可支配收入分析
- 二、广州市航空客运量及其增长
- 三、广州市旅游业发展状况分析
- 四、广州市机票代理的前景展望

第四节 深圳市航空客运销售代理行业分析

- 一、深圳市居民可支配收入分析
- 二、深圳市航空客运量及其增长
- 三、深圳市旅游业发展状况分析
- 四、深圳市机票代理的前景展望

第五节 杭州市航空客运销售代理行业分析

- 一、杭州市居民可支配收入分析
- 二、杭州市航空客运量及其增长
- 三、杭州市旅游业发展状况分析
- 四、杭州市机票代理的前景展望

第六节 成都市航空客运销售代理行业分析

- 一、成都市居民可支配收入分析

二、成都市航空客运量及其增长

三、成都市旅游业发展状况分析

四、成都市机票代理的前景展望

第七节 昆明市航空客运销售代理行业分析

一、昆明市居民可支配收入分析

二、昆明市航空客运量及其增长

三、昆明市旅游业发展状况分析

四、昆明市机票代理的前景展望

第八节 西安市航空客运销售代理行业分析

一、西安市居民可支配收入分析

二、西安市航空客运量及其增长

三、西安市旅游业发展状况分析

四、西安市机票代理的前景展望

第九节 厦门市航空客运销售代理行业分析

一、厦门市居民可支配收入分析

二、厦门市航空客运量及其增长

三、厦门市旅游业发展状况分析

四、厦门市机票代理的前景展望

第六章 中国航空客运销售代理行业竞争状况分析

第一节 航空客运销售代理行业竞争结构分析

一、需求方议价能力分析

二、供给方议价能力分析

三、行业替代品威胁分析

四、潜在进入者威胁分析

五、行业现有竞争者分析

第二节 电子客票对销售代理行业的影响

一、电子客票的发展概况

二、电子客票的益处分析

三、电子客票对代理的影响

四、销售代理人的应对措施

第三节 在线分销对销售代理行业的影响

一、在线分销的现状和特点

二、在线分销对代理的影响

三、销售代理人的应对措施

第四节 航空客运销售代理行业swot分析

一、航空客运销售代理行业优势分析

二、航空客运销售代理行业劣势分析

三、航空客运销售代理行业机遇分析

四、航空客运销售代理行业威胁分析

第五节 航空客运销售代理行业的竞争分析

一、行业的竞争格局和市场化程度分析

二、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

(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

三、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

第七章 中国航空客运销售代理企业经营情况分析

第一节 航空客运行业主要企业运营分析

一、中国国际航空股份有限公司经营情况分析

(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

二、中国南方航空股份有限公司经营情况分析

(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)企业经营收入分析

(6)企业盈利能力分析

三、中国东方航空股份有限公司经营情况分析

(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)企业经营收入分析

(6)企业盈利能力分析

四、海南航空控股股份有限公司经营情况分析

(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)企业经营收入分析

(6)企业盈利能力分析

五、深圳航空有限责任公司经营情况分析

(1)企业发展简况分析

(2)企业组织架构分析

(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

第二节 在线旅行网机票代理状况分析

一、 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

二、 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

三、 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

四、 芒果网经营情况分析

(1)发展简况分析

(2)主营业务范围

(3)经营情况分析

(4)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

第三节 航空客运销售代理企业经营分析

一、 腾邦国际商业服务集团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

二、 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

三、 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

四、西部机场集团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

五、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

六、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

七、 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

八、 深圳市顺天集团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

第八章 中国航空客运销售代理行业战略转型分析

第一节 航空客运销售代理行业风险分析

一、 航空公司扩大直销规模带来的风险分析

二、机票代理佣金费率调整带来的风险分析

三、航空客运销售代理行业政策法规风险分析

四、航空客运销售代理行业关联行业风险分析

五、航空客运销售代理行业区域市场风险分析

六、航空客运销售代理行业市场竞争风险分析

第二节 航空客运销售代理行业影响因素分析

一、航空客运销售代理市场供求状况分析

(1)航空客运量的增长推动行业发展

(2)广阔商旅市场拓宽行业发展空间

(3)航空公司直销对行业的影响分析

(4)影响代理市场供需变化原因分析

二、航空客运销售代理行业的影响因素分析

(1)影响航空客运代理行业的有利因素

(2)影响航空客运代理行业的不利因素

第三节 航空客运销售代理行业战略转型分析

一、航空空客运销售代理行业的发展趋势

(1)电子商务成为重要销售渠道

(2)行业市场集中度呈上升趋势

(3)行业竞争将呈现多样化特点

(4)行业服务的专业化和多元化

(5)旅客机票订购方式变化趋势

二、航空客运销售代理行业的转型方向

(1)拓宽服务功能使业务综合化

(2)发展电子商务拓宽营销渠道

(3)提供个性化的差旅管理服务

(4)成为综合商旅服务提供商

三、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

第九章 中国航空客运销售代理行业典型案例剖析

第一节 去哪儿网商业模式分析

一、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

二、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

三、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

四、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

五、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

六、去哪儿网对业界的启示分析

第二节 携程旅行服务公司商业模式分析

一、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

二、 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

三、 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

四、 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

五、 携程模式对业界的启示分析

第三节 腾邦国际的机票销售模式分析

一、 腾邦国际的主要产品及服务

二、 腾邦国际的产品及服务流程

三、 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

四、腾邦国际的扩张路径分析

五、腾邦国际的战略延伸分析

六、腾邦模式对业界的启示分析

第十章 航空客运销售代理产业发展潜力评估及市场前景预判

第一节 航空客运销售代理产业发展路径分析

第二节 航空客运销售代理产业发展优势与短板分析

一、航空客运销售代理发展优势分析

二、航空客运销售代理发展短板分析

第三节 航空客运销售代理产业发展机遇与挑战分析

第四节 航空客运销售代理产业发展潜力评估

第五节 航空客运销售代理产业发展趋势与发展前景分析

一、航空客运销售代理发展趋势分析

二、航空客运销售代理发展前景预测

第十一章 航空客运销售代理产业投资特性及投资机会分析

第一节 航空客运销售代理产业投资风险预警及防范

一、航空客运销售代理产业政策风险及防范

二、航空客运销售代理产业技术风险及防范

三、航空客运销售代理产业宏观经济波动风险及防范

四、航空客运销售代理产业关联产业风险及防范

五、航空客运销售代理产业其他风险及防范

第二节 航空客运销售代理产业市场进入壁垒分析

一、航空客运销售代理产业人才壁垒

二、航空客运销售代理产业技术壁垒

三、航空客运销售代理产业资金壁垒

四、航空客运销售代理产业其他壁垒

第三节 航空客运销售代理产业投资价值评估

第四节 航空客运销售代理产业投资机会分析

一、航空客运销售代理产业链薄弱环节投资机会

二、航空客运销售代理产业细分领域投资机会

三、航空客运销售代理产业区域市场投资机会

四、航空客运销售代理产业空白点投资机会

第十二章 航空客运销售代理产业投资策略与可持续发展建议

第一节 航空客运销售代理产业投资策略与建议

第二节 航空客运销售代理产业可持续发展建议

图表目录

图表：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：2021-2026年美国新增非农就业走势图(单位：千人，%)

图表：2021-2026年美国新增非农就业与失业率(单位：千人，%)

图表：2021-2026年美国pmi指数

图表：2021-2026年美国制造业pmi八个分项指数

图表：2021-2026年美国服务业pmi指数

图表：2021-2026年欧元区cpi同比增长情况(单位：%)

图表：2021-2026年欧元区制造业指数

图表：2021-2026年法意德制造业指数

图表：2021-2026年日本pmi指数均值

图表：2021-2026年日本制造业和服务业pmi指数

图表：2021-2026年马来西亚cpi同比、环比情况(单位：%)

图表：2021-2026年韩国进出口同比情况(单位：%)

图表：中国国内生产总值及其增长速度(单位：亿元，%)

图表：2021-2026年中国gdp同比增速走势(单位：%)

图表：2021-2026年中国三产业gdp累计同比走势(单位：%)

图表：2021-2026年中国投资、出口和消费累计同比增速对比(单位：%)

图表：2021-2026年工业增加值增长变化(单位：%)

图表：中国城镇固定资产投资增长速度(单位：%)

图表：中国全社会固定资产投资及其增长速度(单位：亿元，%)

图表：2021-2026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：2021-2026年中国社会消费品零售总额同比增速(单位：%)

图表：2021-2026年城镇居民人均可支配收入和农村居民人均现金收入同比增速(单位：%)

图表：中国货物进出口总额及其增长速度(单位：亿美元，%)

图表：中国货物进出口总额(单位：亿美元)

把握投资 决策经营！

咨询订购 请拨打 400-886-7071 (免长途费) Email : kf@51baogao.cn

报告编号：1540293

本文地址：<https://www.51baogao.cn/baogao/20241120/1540293.shtml>

在线订购：[点击这里](#)