

中国华东地区商旅管理市场 白皮书

2018年

核心观点

01



中国华东地区商旅管理市场交易规模平稳增长

- 2016年华东地区企业数量达1016.2万户，较2015年增长了21.7%，商旅管理市场发展潜力巨大
- 随着市场教育与推广的力度加强，商旅管理普及度将会随之上升

02



TMC帮助企业客户节约差旅成本

- 商旅管理系统中的审批流程促使员工选择最低价格产品
- TMC帮助客户签订协议航司及酒店，获取最低价格

03



TMC自身需增加产品服务收入，同时减少人工成本

- 加强酒店销售，平衡行业总体低毛利率现状
- 增加MICE服务，并使之技术化、规模化
- 提高在线预订率，增加技术投入，减轻人工成本支出

04



商旅管理企业应提高系统智能程度，并延长自身产业链条

- 在技术层面提高商旅管理系统的智能化程度，满足商旅出行人员的预订及服务需求
- 增加TMC的服务供应种类，延长商旅管理产业链，完善商旅管理企业的服务体系

中国华东地区商旅管理行业概况

1

中国华东地区商旅管理市场客户特征

2

中国华东地区商旅管理企业案例研究

3

中国华东地区商旅管理行业难点与展望

4

中国华东市场经济环境

华东地区GDP总量可观

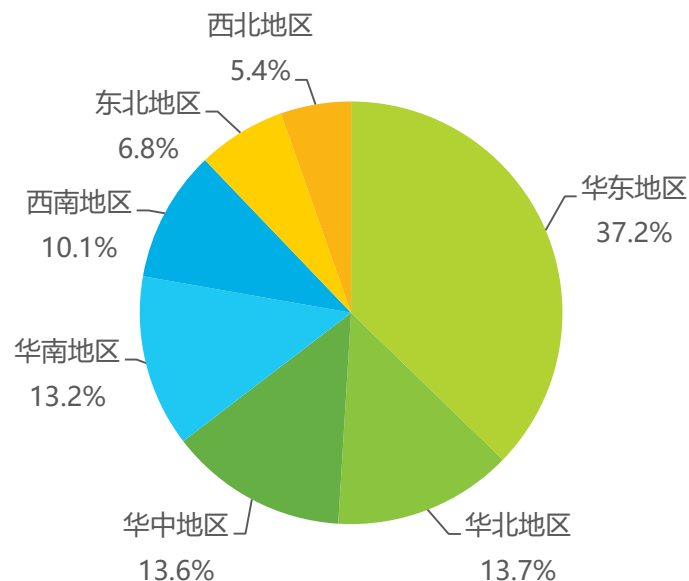
华东地区为国家地理分区，包括山东省、江苏省、安徽省、浙江省、江西省、福建省、台湾省以及上海市。根据国家统计局数据，2016年华东地区GDP占全国比重达37.2%，远超其他地理区划占比。

中国华东地区行政区划



六省一市（不包括台湾省）
分别是：山东省、江苏省、安徽省、
浙江省、江西省、福建省、上海市。

2016年中国国内生产总值各地理区划占比



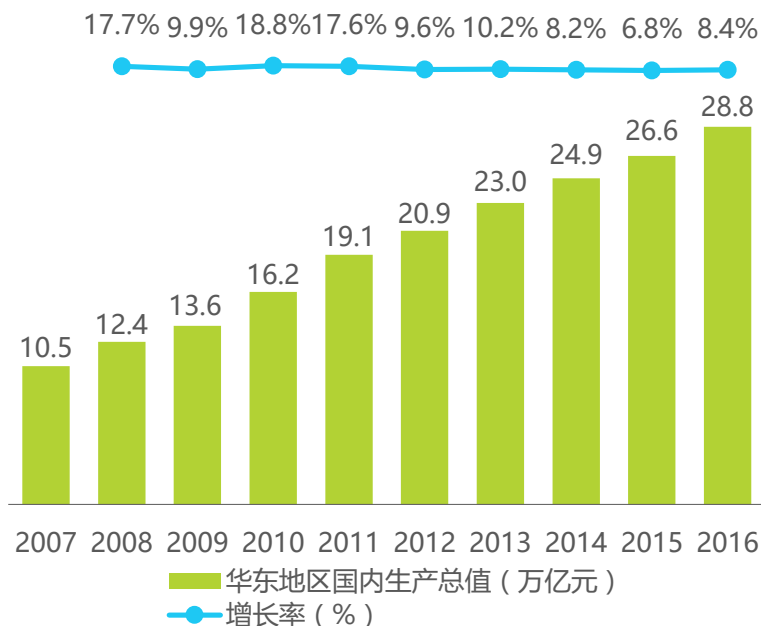
来源：综合国家工商总局、统计局相关数据，结合企业、专家访谈，根据艾瑞统计模型核算及预估。

来源：国家统计局。

华东地区GDP增速放缓，但增幅仍高于全国总体水平

根据国家统计局数据，2016年中国华东地区（不包括台湾省）国内生产总值达28.8亿，较2015年增长8.4%，近十年华东地区GDP增速呈波动下降趋势。从GDP增速来看，可按照各地理区划将2016年中国GDP增长率情况划分为三个梯队，其中第一梯队各地理区划的GDP增长率要高于全国GDP增长率。华东地区2016年GDP增长率达8.4%，属于第一梯队。因此可以看出，华东地区在经济总量及增长幅度上都较为可观，这在一定程度上有利于华东地区商旅管理市场的发展。

2007-2016年中国华东地区国内生产总值及增长率



2016年中国各地理区划GDP增速梯队示意图

第一梯队	华中地区 10.5% 西南地区 10.0% 华南地区 9.1% 华东地区 8.4%
第二梯队	华北地区 6.2% 西北地区 5.6%
第三梯队	东北地区 -9.5%

来源：国家统计局。

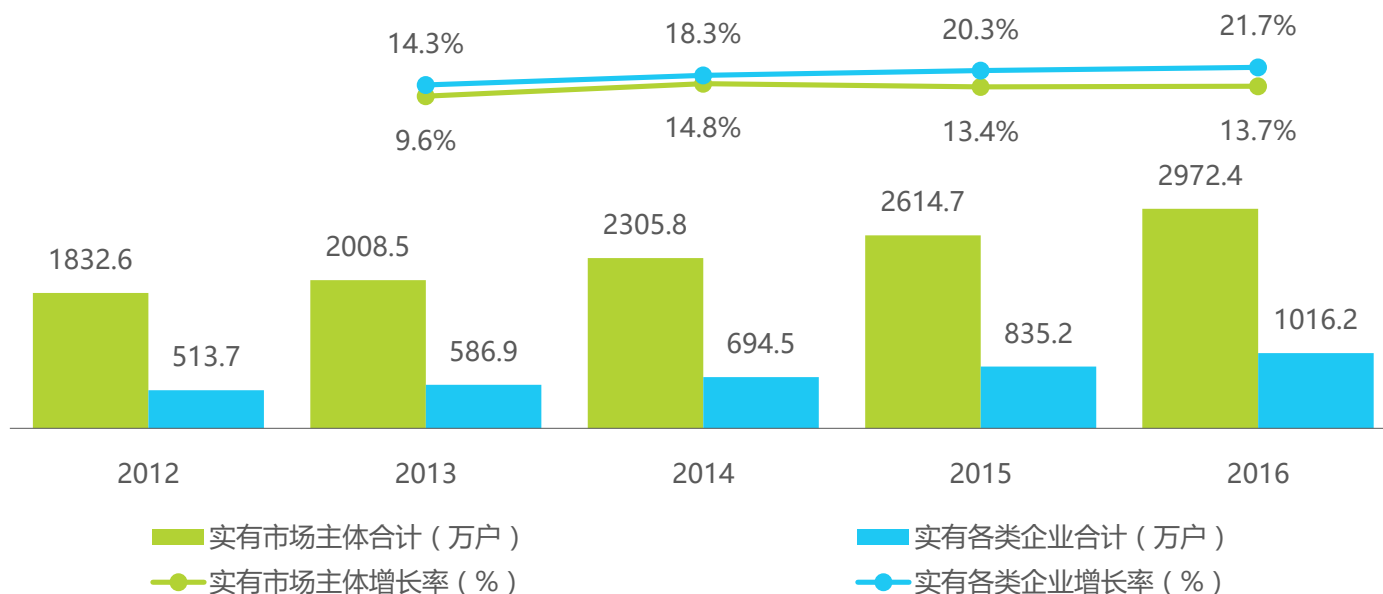
注释：第一梯队与第二梯队的划分标准为2016年中国全国GDP增长率。
来源：国家统计局。

中国华东地区市场主体规模

实有企业规模增长迅速，商旅管理客户数量发展潜力大

根据国家统计局数据，2016年华东地区实有市场主体2972.4万户，实有各类企业1016.2万户，实有企业数量约占市场主体的34.2%。其中2012-2016年实有企业数量增长率稳定上升，商旅管理企业的潜在客户数量随之增长。随着华东地区经济的进一步发展，越来越多的企业客户将增强商旅管理意识，提高对差旅成本节约的需求，有利于商旅管理行业的发展壮大。

2012-2016年中国华东地区实有市场主体及实有各类企业规模



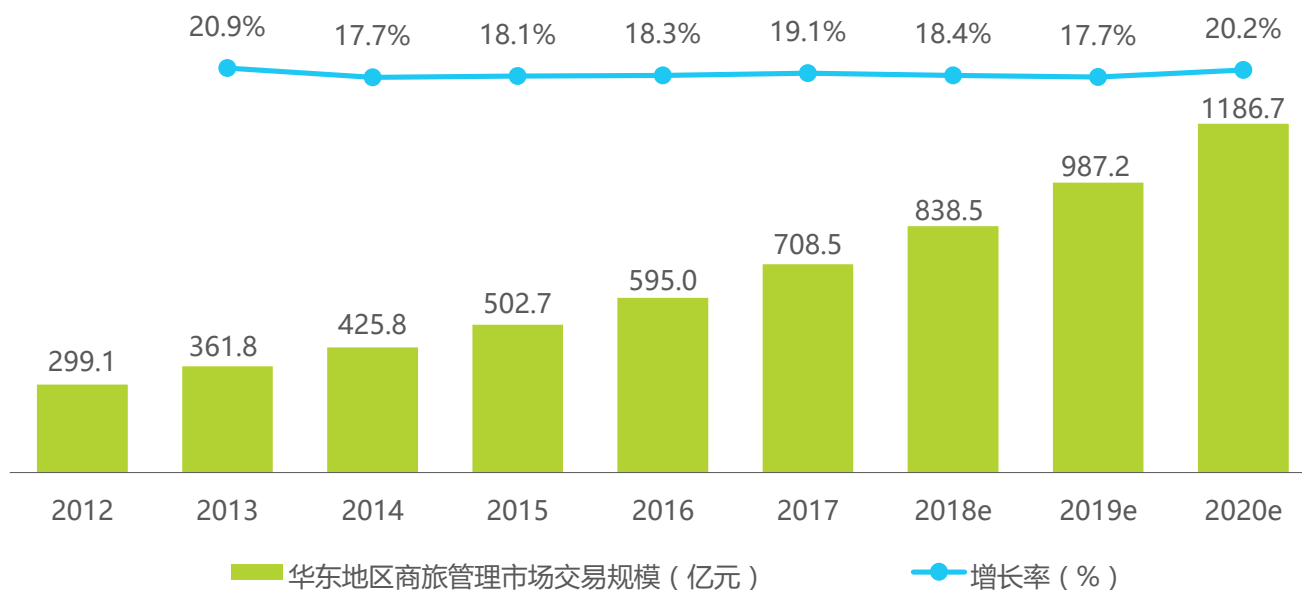
来源：综合国家工商总局、统计局相关数据，结合企业、专家访谈，根据艾瑞统计模型核算及预估。

中国华东地区商旅管理市场规模

华东地区商旅管理市场交易规模平稳增长

2017年中国华东地区商旅管理市场交易规模达708.5亿元，较2016年增长了19.1%。随着华东地区商旅管理市场教育与推广的力度加强，商旅管理普及度将会随之上升，预计到2020年，华东地区商旅管理市场交易规模将超过1100亿元。

2012-2020年中国华东地区商旅管理市场交易规模



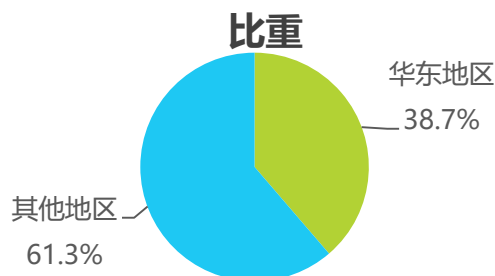
来源：综合国家工商总局、统计局相关数据，结合企业、专家访谈，根据艾瑞统计模型核算及预估。

中国华东地区商旅管理市场规模

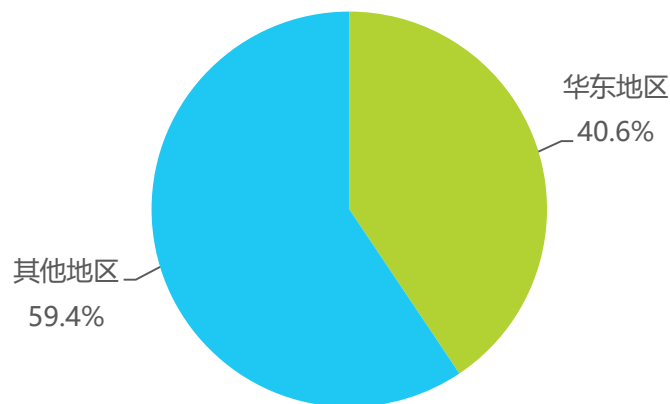
华东地区在全国商旅管理市场交易规模占比达四成

2017年中国华东地区商旅管理市场交易规模约占全国的40.6%。影响商旅管理市场规模的主要因素在于企业客户的商旅支出及使用商旅管理的企业数量，因此验证华东地区商旅管理市场规模占全国比重主要有两种方式：一是从GDP来看，2016年华东地区GDP占全国GDP的38.7%；二是从市场主体数量及企业数量来看，2016年华东地区市场主体数量占全国的34.1%，而企业数量占全国的39.9%，这说明华东地区企业在市场主体中所占的比例要高于其他地区，这有利于商旅管理企业在华东地区的发展。

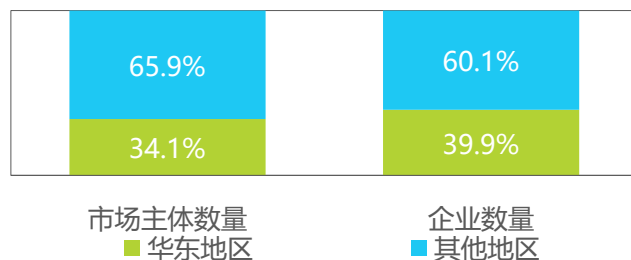
2016年中国华东地区GDP占全国GDP



2017年中国华东地区商旅管理市场交易规模占全国比重



2016年华东地区市场主体数量及企业数量占全国数量比重



来源：综合国家工商总局、统计局相关数据，结合企业、专家访谈，根据艾瑞统计模型核算及预估。

来源：综合国家工商总局、统计局相关数据，结合企业、专家访谈，根据艾瑞统计模型核算及预估。

中国华东地区各TMC商旅管理功能对比

TMC服务内容同质化严重，业务创新成为企业发展核心

目前中国华东地区商旅管理市场中竞争者众多，但实际各家TMC所提供的服务同质化严重，基本涵盖了差旅出行的预订、审批及报销等流程，此外还有系统对接、报表分析等功能。如何在商旅管理客户选择TMC时体现出自身的吸引力，成为TMC未来发展的重要核心。2017年中国华东地区各家TMC的商旅管理功能基本类似，但泛嘉国际及携程商旅为客户提供线下贵宾厅功能；除此之外，泛嘉国际还会提供员工私车公用的计算及补贴方式。

2017年中国华东地区各TMC商旅管理功能对比

	预订、审核、报销功能	系统对接功能	商旅数据报告分析功能	一对一服务功能	私车公用功能	线下贵宾厅功能
泛嘉国际	√	√	√	√	√	√
携程商旅	√	√	√	√		√
国旅运通	√	√	√	√		
中航嘉信	√	√	√	√		
捷成BCD	√	√	√	√		
锦江HRG	√	√	√	√		
腾邦国际	√	√	√	√		
美亚尚途	√	√	√	√		
阿里商旅	√	√	√	√		
京东商旅	√	√	√	√		
差旅天下	√	√	√	√		
商旅e路通	√	√	√	√		

来源：结合企业、专家访谈，根据艾瑞统计模型核算。

中国华东地区商旅管理行业概况

1

中国华东地区商旅管理市场客户特征

2

中国华东地区商旅管理企业案例研究

3

中国华东地区商旅管理行业难点与展望

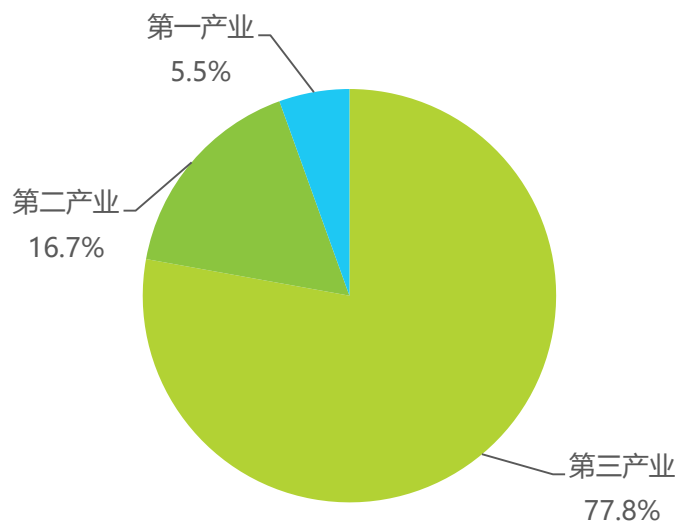
4

中国华东地区商旅管理市场客户特征

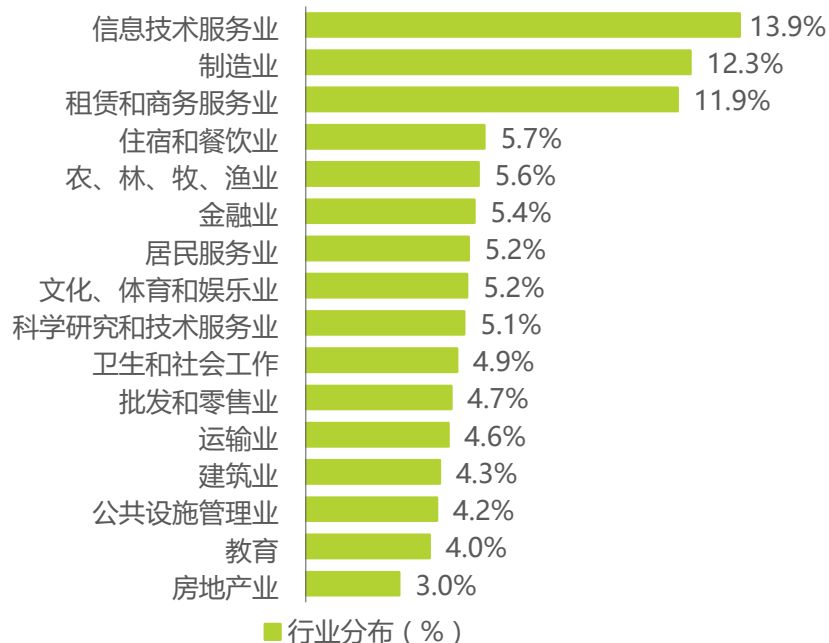
七成客户分布第三产业，其中信息技术服务业占比最高

根据泛嘉国际商旅客户数据，中国华东地区商旅管理市场客户主要分布在第三产业，占比达77.8%，其次为第二产业，占比为16.7%。从客户行业分布数据来看，排名前三的行业分别是信息技术服务业、制造业、租赁和商务服务业，原因在于这三类行业差旅出行较频繁，差旅成本高，企业有差旅管理及降低差旅成本的需求。

2017年中国华东地区商旅管理市场客户
产业分布



2017年中国华东地区商旅管理市场客户
行业分布



来源：根据泛嘉国际2017年商旅客户数据统计。

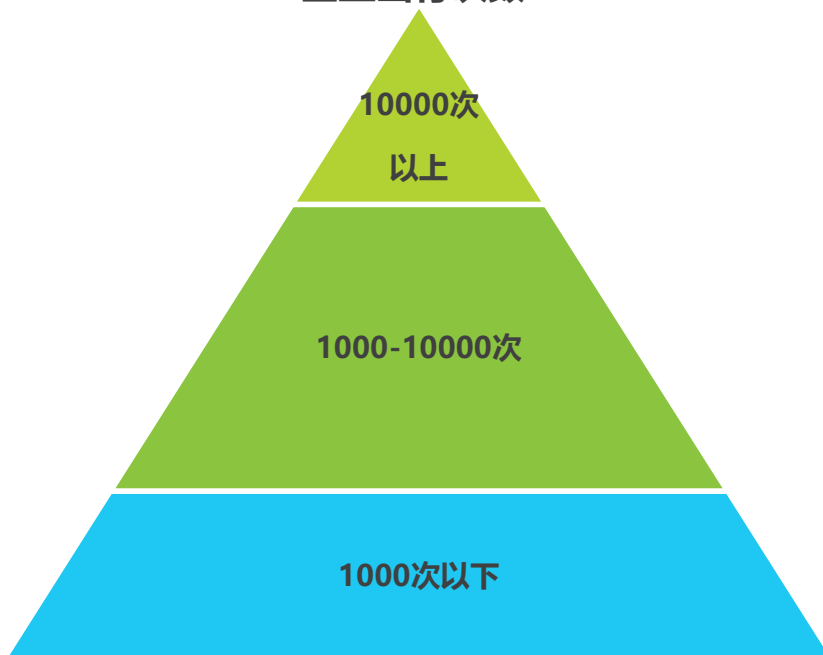
来源：根据泛嘉国际2017年商旅客户数据统计。

中国华东地区商旅管理市场客户特征

中大型客户为主要类型，年商旅次数为1000-10000次

2017年泛嘉国际商旅客户企业中，商旅出行次数占总次数比重最高的是年商旅出行次数在1000-10000次的客户，达50.8%；而年商旅出行次数在10000次以上的客户出行次数占比最少，仅13.4%。在一定程度上体现了商旅管理行业客户主要是中大型客户，超大型客户数量较少，其原因在于部分超大型客户有自己的差旅管理系统及差旅产品供应商。

2017年中国华东地区商旅管理市场客户
企业出行次数



2017年商旅出行次数
81332次，占有所有客户商旅
出行总次数**13.4%**

2017年商旅出行次数
308482次，占有所有客户商旅
出行总次数**50.8%**

2017年商旅出行次数
216918次，占有所有客户商旅
出行总次数**35.8%**

- 企业客户2017年商旅出行总次数

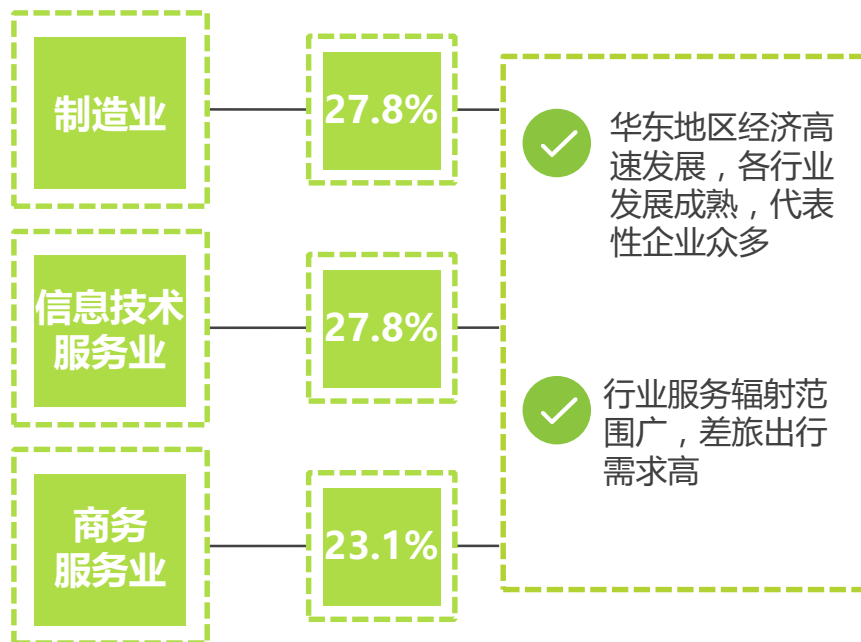
来源：根据泛嘉国际2017年商旅客户数据统计。

中国华东地区商旅管理市场客户特征

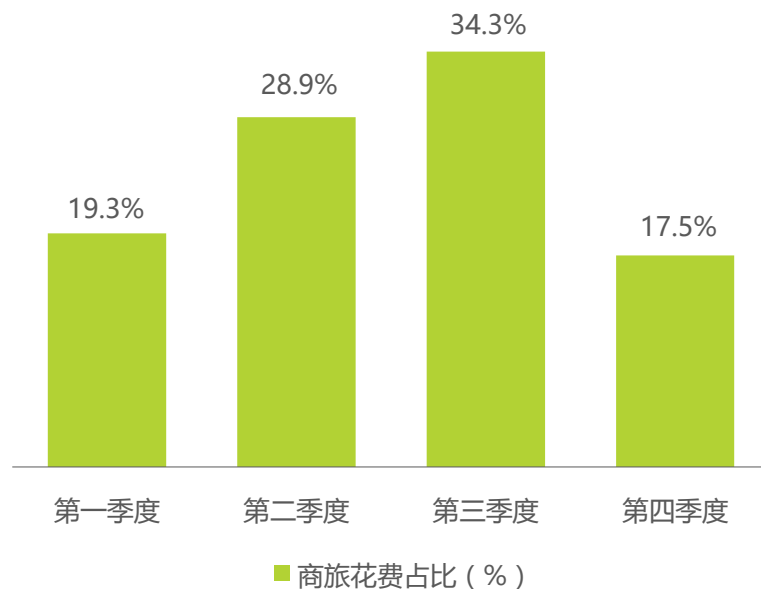
制造业及信息化产业领跑华东地区商旅出行花费

从商旅花费金额来看，制造业及信息技术服务业商旅花费占全部行业商旅出行花费的比重最高，均为27.8%，其次是商务服务业，占比23.1%。其原因一是与客户行业分布有关，二是与行业出行频率有关。从华东地区企业商旅花费的季节性分布来看，第三季度占全年比重最高，达34.3%，而第四季度占比最低，仅为17.5%。

2017年中国华东地区行业商旅花费占比TOP3



2017年中国华东地区企业商旅花费季度占比



来源：根据泛嘉国际2017年商旅客户数据统计。

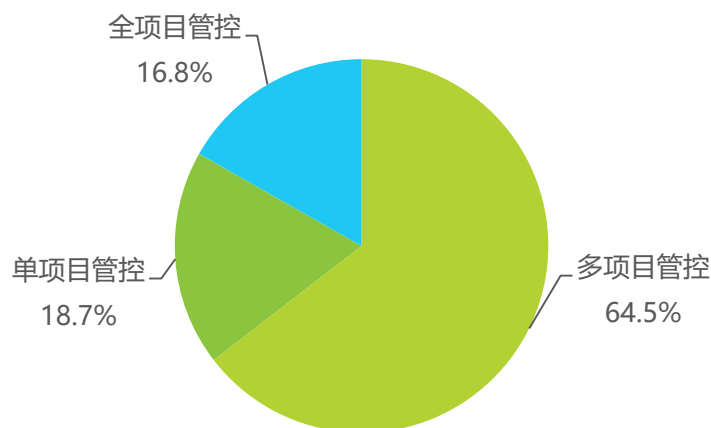
来源：根据泛嘉国际2017年商旅客户数据统计。

中国华东地区商旅管理市场客户特征

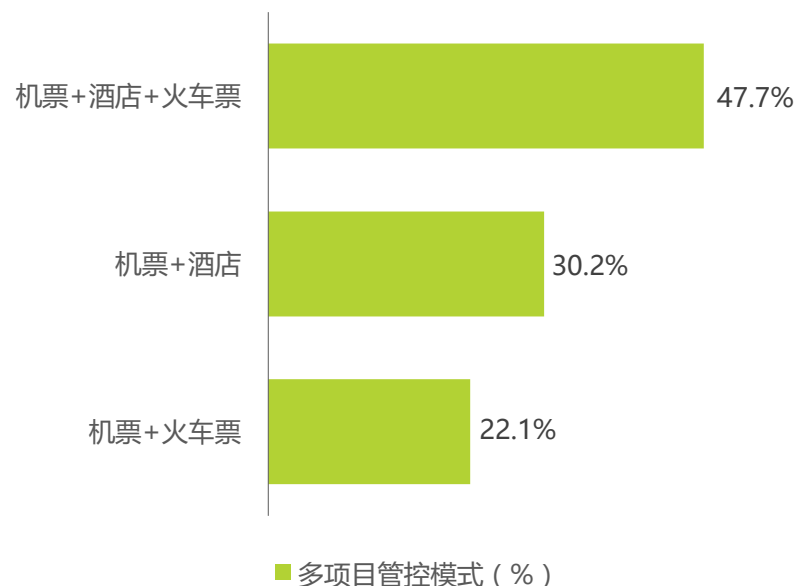
六成客户为多项目管控模式，其中机酒火车票组合占比最高

2017年泛嘉国际商旅客户企业中18.7%为单项目管控，即企业客户只在泛嘉国际的商旅管理系统中管控一种产品，包括该产品的预订、审批、报销、数据分析等；16.8%的客户是全项目管控，其在泛嘉国际管控机票、酒店、火车票、专车所有产品。其原因在于目前中国企业正处于商旅管理的过程中，随着企业商旅管理意识的逐渐提高，全项目管控比例将会随之增高。目前大部分的商旅客户的管控模式是多项目管控，其中管控机票、酒店及火车票的最多，占比达47.7%，排名第二的多项目管控的产品组合形式是机票和酒店产品管控，最少的是机票及火车票产品管控。

2017年中国华东地区商旅管理市场
客户企业商旅管控模式



2017年中国华东地区商旅管理市场客
户企业多项目管控模式类型



来源：根据泛嘉国际2017年商旅客户数据统计。

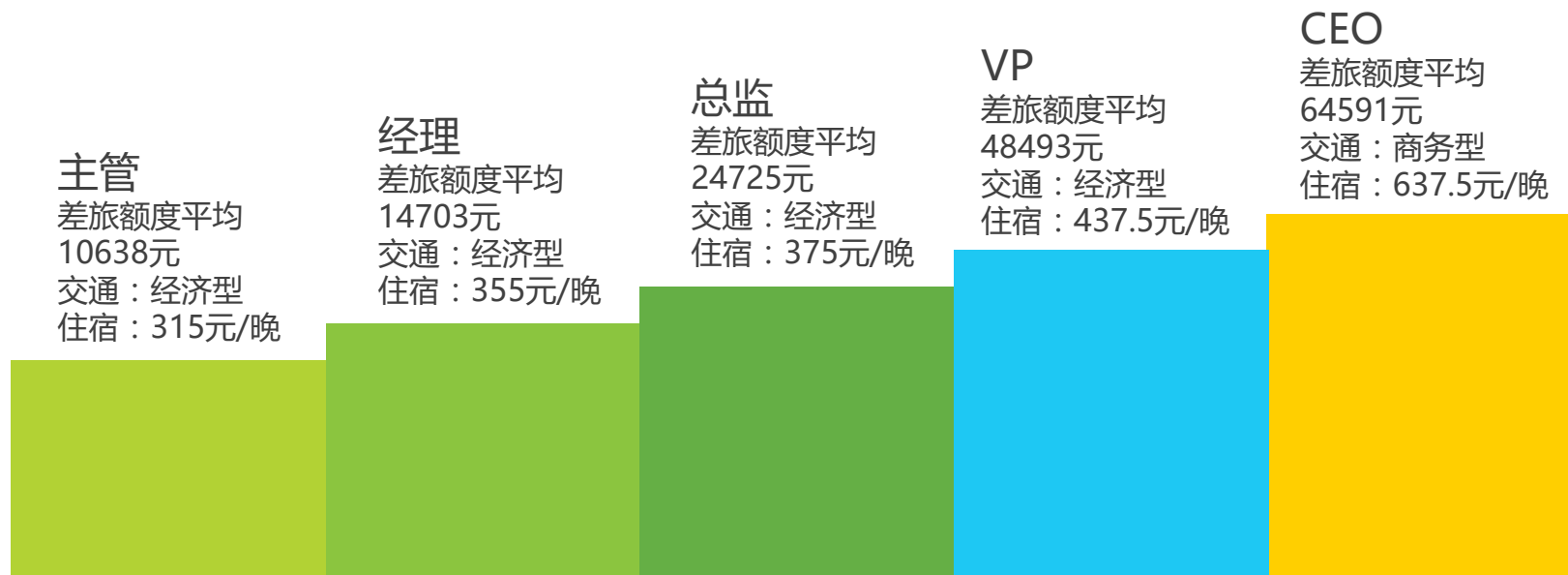
来源：根据泛嘉国际2017年商旅客户数据统计。

中国华东地区客户商旅特征

差旅额度与员工级别呈正相关

艾瑞分析，中国华东地区企业平均差旅额度与职位级别成正相关。企业客户可以从差旅政策的设置这一步骤开始接触商旅管理，在制定每一级别的差旅额度政策后，为确保政策的有效实行，应通过差旅管理系统的运行来实现对员工差旅出行的监督和审批，最终通过差旅支出报表的分析来辅助制定下一阶段合适的差旅政策。

2017年中国华东地区企业平均差旅额度



来源：根据泛嘉国际2017年商旅客户数据统计。

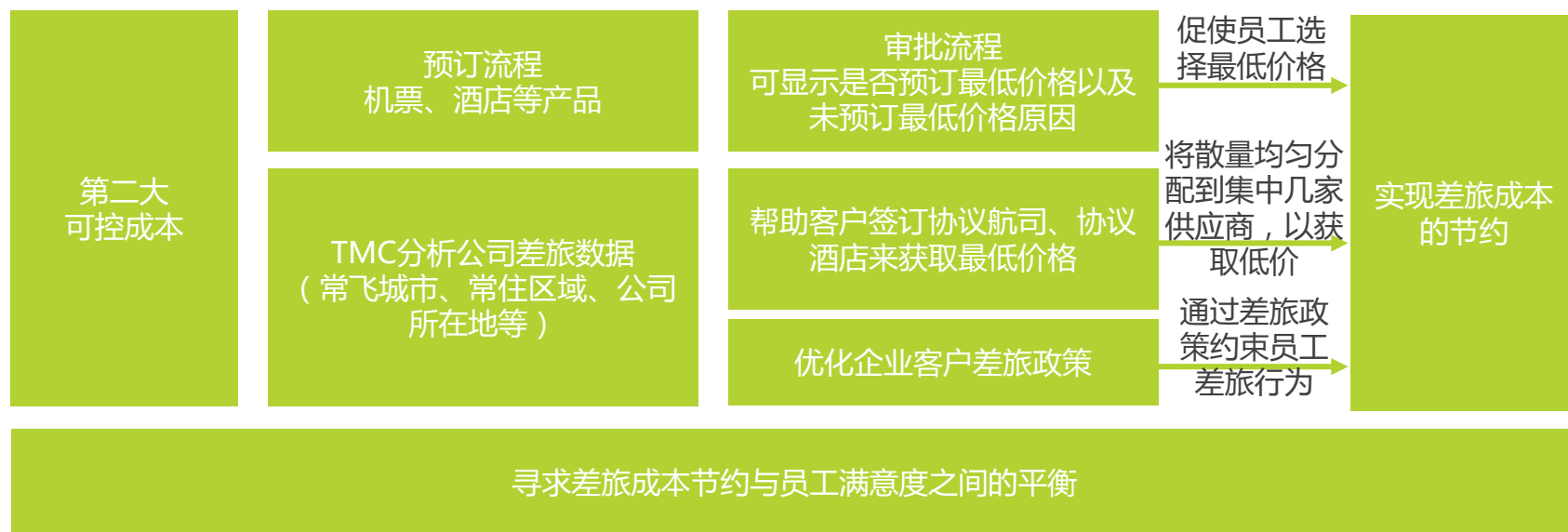
中国华东地区商旅管理行业概况	1
中国华东地区商旅管理市场客户特征	2
中国华东地区商旅管理企业案例研究	3
3.1 客户成本节约途径	
3.2 TMC毛利率提高途径	
3.3 TMC市场拓展途径	
中国华东地区商旅管理行业难点与展望	4

中国商旅客户差旅成本节约途径

审批压力及差旅数据分析协助差旅成本节约

企业客户通过TMC节约差旅费用主要有三种途径：第一种是通过审批流程中的信息显示来促使员工选择预订同时间段的最低价格产品，该信息显示指的是上级在审批员工的产品预订时，可以看到员工是否预订的是最低价格的产品，或者员工未选择最低价格产品的原因；第二种是TMC通过对企业客户差旅数据的分析，得到关于其员工差旅出行的常飞城市、酒店住宿的常住区域等，来帮助企业客户签订合适的协议航司和协议酒店，将员工的差旅出行产品集中到某几家供应商手中，以获取最低价格；第三种是通过差旅数据的收集和分析，为企业客户提供差旅政策的优化建议，帮助客户进行差旅政策的改革以实现差旅成本的节约。

2017年企业客户差旅成本节约途径



泛嘉国际：多优势带动自身发展

独特服务及优质体验助力商旅管理业务专业化升级

在服务的独特性上，泛嘉国际首先开辟了自营实体的线下贵宾厅业务，通过线上到线下的服务方式，给予客户优质体验；除此之外，随着泛嘉国际对客户商旅管理过程中的痛点进行精准定位，发现企业员工私车公用的补贴难以确定，因此在其商旅管理系统中开发出针对私车公用业务的计算及补贴方式。在全商旅管理流程中，泛嘉国际也体现出了TMC的专业化服务，包括专业团队一对一提供服务、将商旅管理的步骤集成在商旅管理系统中为客户提供一站式服务以及提供24小时人工服务等，都体现了泛嘉国际的专业性及可持续发展性。

泛嘉国际商旅管理优势服务

TMC自营线下贵宾厅

- TMC中唯一拥有自营实体贵宾厅
- 为客户提供包括饮食、休憩、值机等多方位服务

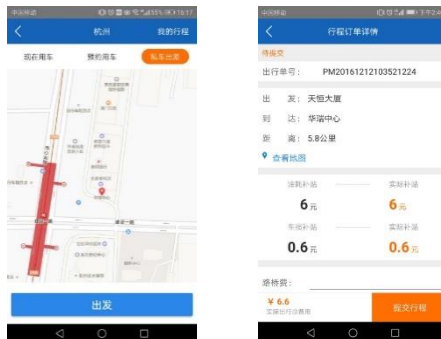
杭州
萧山
机场
驿
站：

成都
双流
机场
驿
站：



私车公用

- TMC中唯一对企业员工“私车公用”来进行精准计算及补贴
- 真正打造了商旅管理的一站式服务体验



专业化服务

- 服务一对一：专业团队一对一服务
- 服务一站式：“预订-审批-报销-报表分析”一站式的服务
- 服务无终止：24小时人工服务，精准定位提供服务



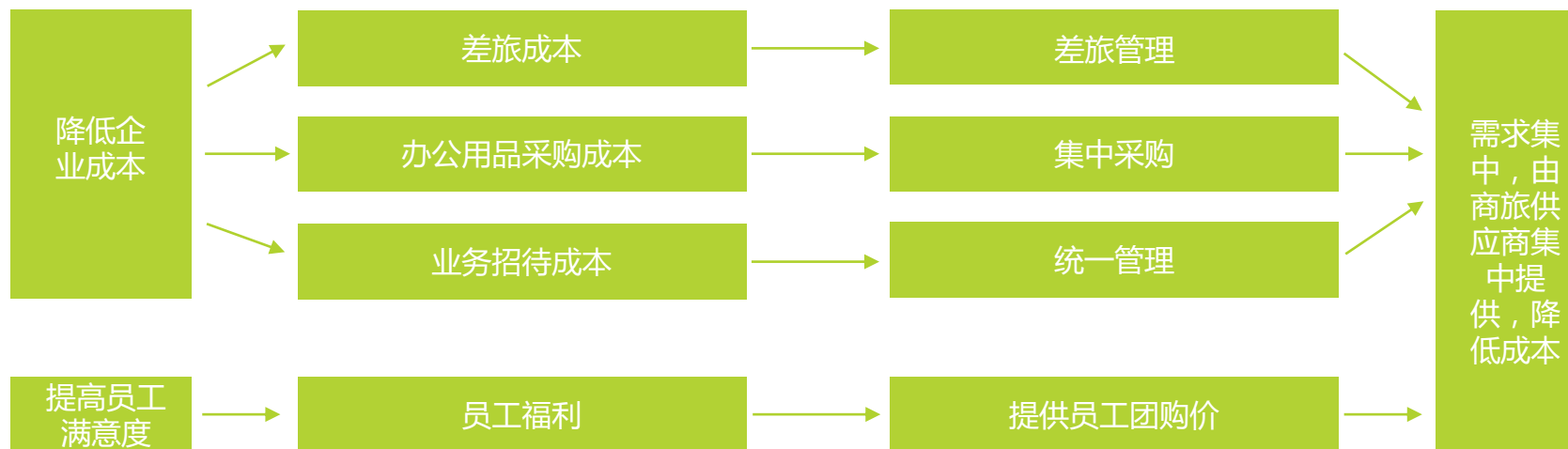
来源：综合公开信息、企业及专家访谈分析整理。

泛嘉国际：企业多类型成本节约

延长产业链，最大化节省客户企业成本

企业成本包括采购成本、生产成本、销售成本及管理成本，其中差旅成本、办公用品采购成本、业务招待成本等，均是企业可控的成本种类。在差旅成本上，泛嘉国际为客户提供差旅管理，通过产品预订及审核、差旅政策分析及建议等阶段帮助客户节省成本；在办公用品采购成本及业务招待成本上，泛嘉国际拓宽自身服务种类，延长产业链条，实现资源的整合，为企业客户提供集中采购及统一管理的一站式服务。而在提高企业员工的满意度方面，泛嘉国际帮助客户建立员工内部采购制度，为企业提供低价高质的多样化物品，满足企业员工的需求，提高员工的满意度。

泛嘉国际企业客户成本节约方式



泛嘉国际：商旅客户成本节约状况

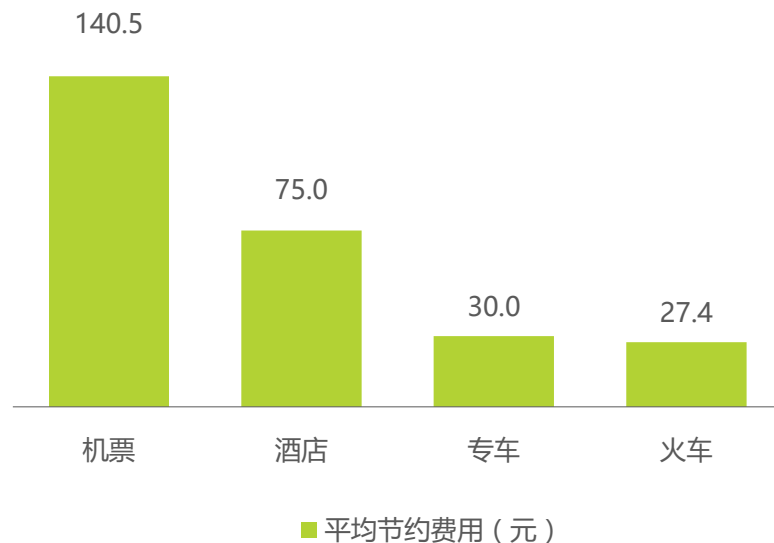
差旅费用节省比例约为15-20%，机票节省最多

艾瑞分析，泛嘉国际商旅客户中年商旅花费为1000-2000万，其年均商旅成本节约300-400万，节约比例约为15-20%。从各产品节约的成本来看，机票产品可节约范围最多，每张机票约节省140.5元，而火车票节约最少，平均每张节省27.4元。

2017年泛嘉国际主要大客户商旅花费及成本节约状况

1	商旅花费 2123 万 成本节约 437 万
2	商旅花费 1852 万 成本节约 351 万
3	商旅花费 1724 万 成本节约 418 万
4	商旅花费 1636 万 成本节约 376 万

2017年泛嘉国际产品预订平均节约费用



来源：根据泛嘉国际2017年商旅客户数据统计。

来源：根据泛嘉国际2017年商旅客户数据统计。

中国华东地区商旅管理行业概况

1

中国华东地区商旅管理市场客户特征

2

中国华东地区商旅管理企业案例研究

3

3.1 客户成本节约途径

3.2 TMC毛利率提高途径

3.3 TMC市场拓展途径

中国华东地区商旅管理行业难点与展望

4

中国商旅管理企业毛利率提高途径

产品服务增加及技术进步共同促进商旅管理企业健康发展

TMC行业平均毛利率为3%-5%，属于低毛利率行业。主要原因在于：一是航空公司提直降代后，机票产品的毛利率大大降低，而其他产品的管控比例较低，无法均衡整体毛利率水平；二是行业人工成本过高，平均在线预订率低。因此，主要有三种提高行业毛利率水平的方式：加强酒店的销售、增加MICE服务以及提高在线预订率。

中国商旅管理企业毛利率提高途径



加强酒店的销售

通过某种单一管控方式来整合客户的所有商旅支出，尤其是增加高毛利率产品酒店的预订比例。



增加MICE服务

MICE服务人工成本高，实现MICE服务的规模化和自动化，能大大提高TMC的总体毛利率。



提高在线预订率

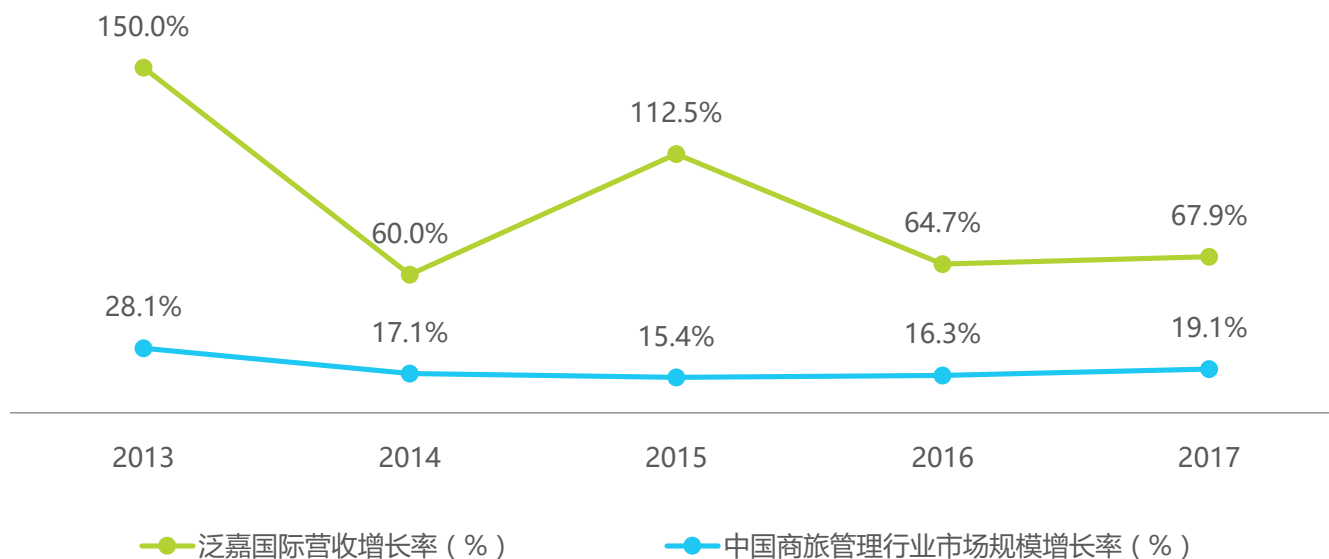
减少人工成本，提高自动化程度，增加技术的投入。

泛嘉国际：营收增长率远超行业均值

市场开拓及业务创新促进泛嘉国际营收迅速增长

根据统计数据，2017年泛嘉国际营收增长率达到67.9%，远超行业市场规模的增长率19.1%。从近五年的增长率对比来看，泛嘉国际具有较好的发展前景，这是由于其市场的迅速开拓以及业务的积极创新。

2013-2017年泛嘉国际营收增长率与中国商旅管理行业市场规模增长率对比



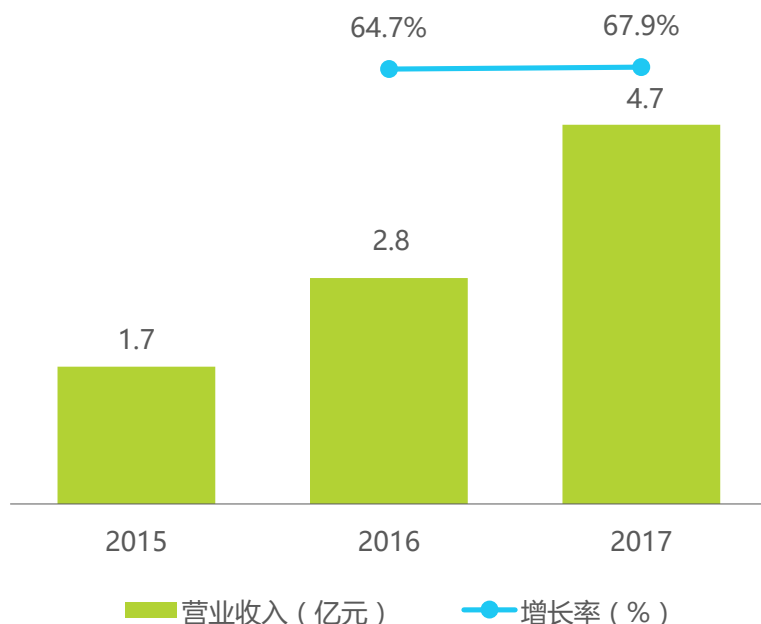
来源：结合企业、专家访谈，根据艾瑞统计模型核算。

中国本土商旅管理企业特征

营业收入增长迅速，营收结构逐渐平衡化

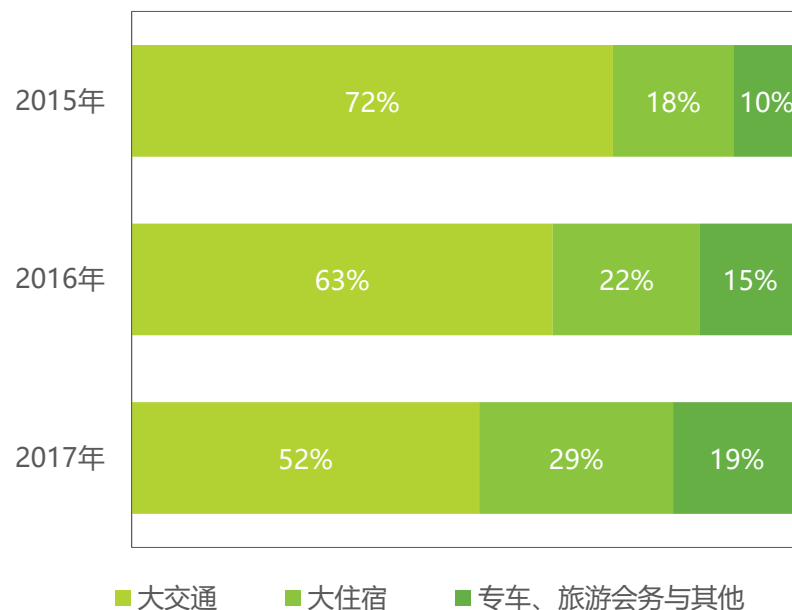
2017年泛嘉国际营业收入达4.7亿元，较2016年增长了67.9%。从营收结构来看，从2015年到2017年，大交通的营收占比逐年减少，而大住宿及专车及其他部分占比逐年增加，这体现出泛嘉国际的营收逐渐均衡，且整体毛利率随之提高。

2015-2017年泛嘉国际营业收入



来源：根据泛嘉国际2015-2017年商旅客户数据统计。

2015-2017年泛嘉国际营收结构变化



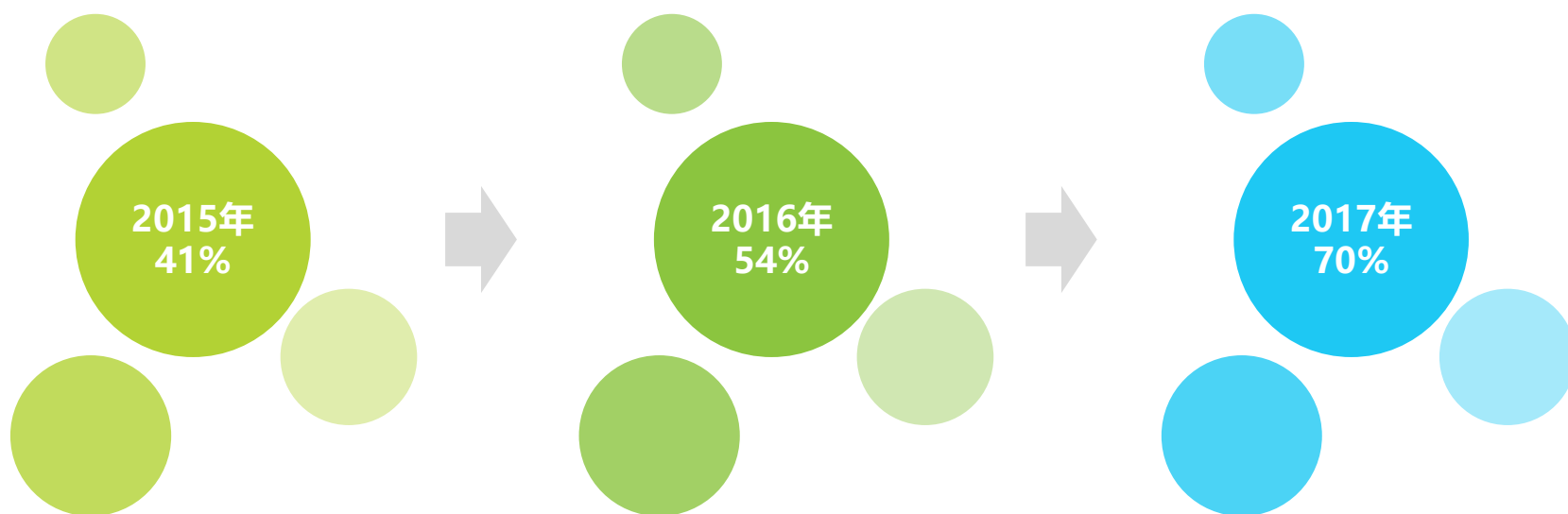
来源：根据泛嘉国际2015-2017年商旅客户数据统计。

中国本土商旅管理企业特征

技术革新推动人工成本的降低

从线上预订率来看，2015年泛嘉商旅只有41%的客户进行线上预订，而2017年已升至70%。主要原因在于泛嘉国际注重技术的发展及革新，以在线预订技术及商旅管理系统替代传统的人工服务，实现人工成本的降低和整体毛利率的提高。

2015-2017年泛嘉国际商旅客户线上预订比例



来源：根据泛嘉国际2015-2017年商旅客户数据统计。

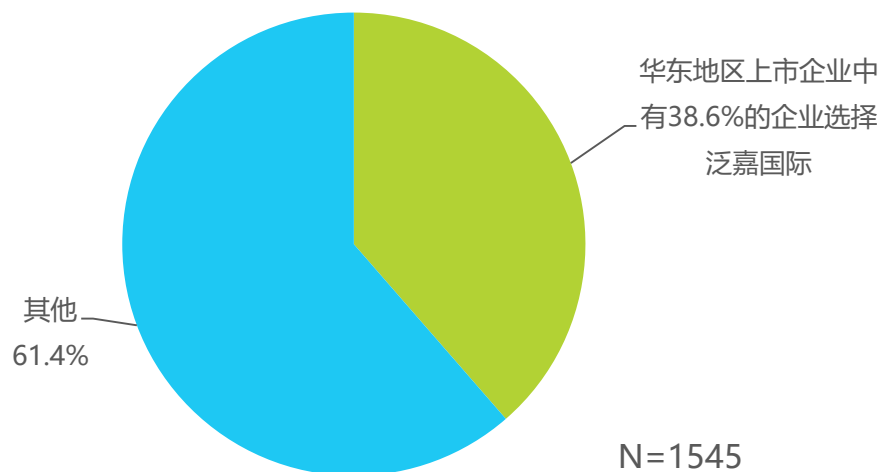
中国华东地区商旅管理行业概况	1
中国华东地区商旅管理市场客户特征	2
中国华东地区商旅管理企业案例研究	3
3.1 客户成本节约途径	
3.2 TMC毛利率提高途径	
3.3 TMC市场拓展途径	
中国华东地区商旅管理行业难点与展望	4

泛嘉国际：华东地区商旅管理市场开拓

上市企业客户占比达38.6%

2017年泛嘉国际上市企业客户数量占华东地区上市企业数量的38.6%。一方面体现了华东地区上市企业的商旅管理意识较成熟；一方面体现了泛嘉国际在华东地区商旅管理市场的开拓程度较高。

2017年泛嘉国际上市企业客户数量占华东地区上市企业数量比重



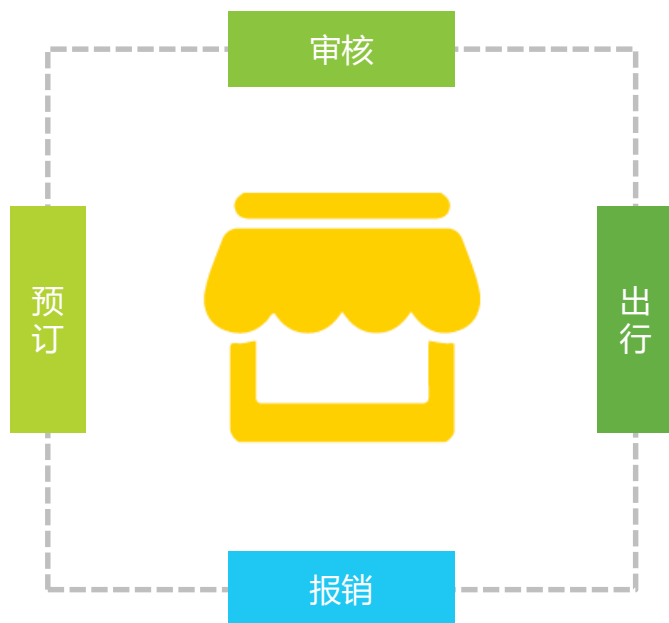
注释：截至2017年12月31日，华东地区主板、中小板及创业板上市企业数量为1545家。
来源：综合公开信息整理，根据艾瑞统计模型核算。

泛嘉国际：线下商旅出行场景布局

提升服务覆盖范围，促进商旅管理全场景化

传统商旅管理企业多通过线上提供产品及服务，包括电话、网络等方式，但商旅出行场景中线下场景占比非常高，而这部分场景的商旅管理企业服务覆盖率较低。未来商旅管理企业在探索服务拓展的可能性时，提高线下场景服务覆盖率将成为重点。例如泛嘉国际在杭州、成都、三亚及烟台的各机场布局的机场驿站，提升了其在商旅出行过程中的线下服务能力，同时也有利于促进商旅管理市场的服务全场景化。

商旅流程场景化展示



商旅出行场景服务类型



线上服务

票务预订
企业结算



线下服务

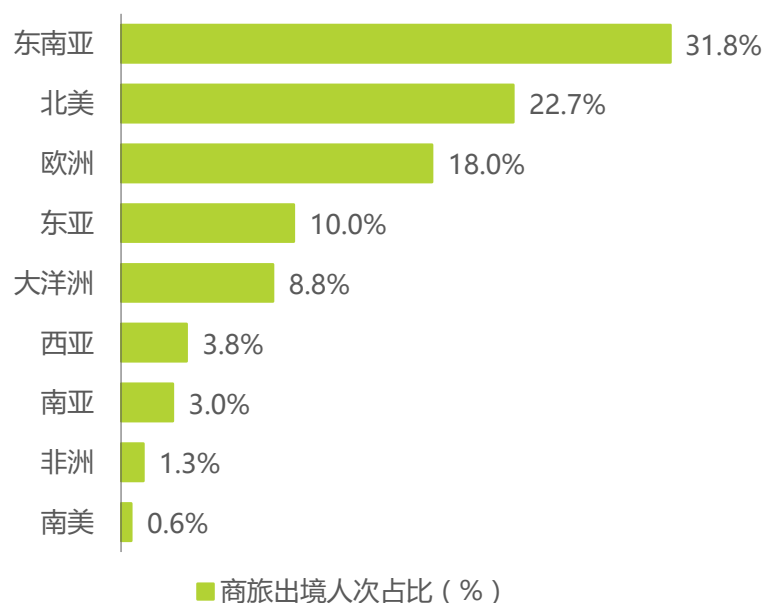
杭州萧山机场驿站
成都双流机场驿站
三亚凤凰机场驿站
烟台蓬莱机场驿站

泛嘉国际：海外商旅市场拓展

商旅出境客户目的地分布广泛，带动海外市场的拓展

随着中国经济发展水平的进一步提高，商务出境人数将越来越多。2017年泛嘉国际商旅出境客户主要出行目的地分布广泛，其中东南亚地区占比最高，达31.8%，其次是北美地区，占比达22.7%。因此在海外商旅市场的开拓上，泛嘉国际将以马来西亚为突破口，继续拓展东南亚地区的商旅市场，进而为进军全球商旅市场作出准备。

2017年泛嘉国际商旅出境客户主要目的地



来源：根据泛嘉国际2017年商旅客户数据统计。

泛嘉国际海外市场拓展方向



来源：根据泛嘉国际2017年商旅客户数据及企业访谈综合统计。

中国华东地区商旅管理行业概况

1

中国华东地区商旅管理市场客户特征

2

中国华东地区商旅管理企业案例研究

3

中国华东地区商旅管理行业难点与展望

4

中国华东地区商旅管理行业发展难点

市场培育是目前商旅管理行业最大难点

2017年中国商旅管理行业主要发展难点

客户意识

目前中国商旅管理行业普及率不到10%，多数企业客户并未重视企业商旅管理，管控差旅成本的意识还较为薄弱，如何对市场进行培育还需要行业的长期努力，这也是行业目前面临的最大发展难点。

产品资源

资源端可获取利润较低，且部分产品预订接口不稳定：由于航司实行提直降代政策，机票产品毛利率大幅降低；与此同时，12306火车票的对接一旦发生政策调整，将会直接影响TMC的火车票预订业务。

技术能力

在进入初期，TMC需要巨大的技术成本投入，包括系统搭建、各产品预订接口接入以及对差旅成本进行分析的功能设置等。技术的完善将大大降低人工成本的投入，有利于商旅管理行业的长期发展。

资金账期

目前外资TMC约有一半客户使用德国嘉惠等第三方工具进行结算，而本土TMC大多为客户提供资金月结服务，这将加重TMC的资金压力，账期越长越不利于行业的稳定发展。

中国华东地区商旅管理企业发展导向

保持自身核心竞争力，同时实现多元化发展

核心竞争力：TMC应保证自身拥有技术/人工服务/资源整合等其中之一的核心竞争力，并利用这部分的优势吸引客户，同时在其他多种能力上均衡发展，以确保在多玩家共存的中国商旅管理市场中自身对于企业客户的吸引力。

个性化程度：在应对客户的个性化需求时，TMC需要为客户提供灵活定制的商旅管理系统或者是专人管家等服务，这多数表现在本土TMC的服务中。

专业化程度：在为客户提供商旅管理服务时，规范化、标准化的服务能够向客户展现高服务水平，体现TMC存在的价值，有利于市场的培育和发展。

在实际的中国商旅管理市场中，本土TMC的个性化服务强，但专业化程度弱，而外资TMC完全相反。艾瑞分析，未来在中国商旅管理行业的发展中，本土TMC应提高自身的专业化程度，而外资TMC应灵活应对客户需求，并各自发展自身的核心竞争力，以实现行业的均衡扩张。

商旅管理企业发展导向

核心竞争力



技术



人工服务



产品资源整合

个性化程度



灵活性



定制化



提供多样化服务

专业化程度



规范化



标准化



体现TMC价值

中国华东地区商旅管理企业发展战略

智能匹配企业差旅政策，满足商旅出行人员预订及服务需求

随着企业客户商旅管理意识的进一步提高，未来将会有越来越多的企业选择TMC帮助其进行公司的差旅管理，以达到节约差旅成本与提高员工差旅出行满意度的平衡。在提高商旅管理的智能化程度方面，TMC主要有三个关注点。一是关注企业客户的差旅政策，从公司层面及数据分析层面帮助企业客户签订合适的协议航司及协议酒店等以获取最低价格；二是关注企业员工差旅出行的个人偏好，实现预订层面的智能规划，节省员工差旅产品预订的时间；三是关注企业员工差旅出行的外在因素，包括差旅目的地的安全状况及突发情况等，满足企业员工差旅出行支持服务的需求。

商旅管理企业发展战略——智能化

智能化

服务式供应链



企业政策

在企业差旅政策部分，帮助企业客户争取合适地点、合适价格的协议航司、协议酒店等资源。



个人偏好

在企业员工差旅出行偏好上，利用系统中个人的差旅出行轨迹和预订记录，并遵守企业差旅政策，一键规划差旅出行预订，最大程度上节约员工时间及精力。



外在因素

在企业员工差旅出行过程中，实时更新外在环境状况，基于商旅出行支持。

中国华东地区商旅管理企业发展战略

增加服务供应种类，延长商旅管理产业链

艾瑞分析，服务式供应链是商旅管理行业未来强劲发展点之一。服务式供应链，一是在目前商旅管理产品预订的基础上，增加产品及服务种类，包括企业办公物品采购、客户礼品采购、请客吃饭等，减少企业差旅支出中的灰色地带；二是为适应不同种类企业的不同服务需求，对企业的个性化信息进行采集，完善商旅管理企业的服务体系，延长商旅管理行业的产业链。

商旅管理企业发展战略——服务式供应链

智能化

服务式供应链



集中采购

帮助企业完成日常行政采购、客户礼品采购等集中采购需求，利于企业对该项支出的管理和控制，减少灰色地带的存在，从而实现财务报销透明化。



个性化服务

为不同种类企业提供相应的商旅服务，同时为满足企业的不同需求进行企业个性化信息采集，精细化管理企业的多种产品及服务需求。

关于艾瑞

在艾瑞 我们相信数据的力量，专注驱动大数据洞察为企业赋能。

在艾瑞 我们提供专业的数据、信息和咨询服务，让您更容易、更快捷的洞察市场、预见未来。

在艾瑞 我们重视人才培养，Keep Learning，坚信只有专业的团队，才能更好的为您服务。

在艾瑞 我们专注创新和变革，打破行业边界，探索更多可能。

在艾瑞 我们秉承汇聚智慧、成就价值理念为您赋能。

● 我们是艾瑞，我们致敬匠心 始终坚信“工匠精神，持之以恒”，致力于成为您专属的商业决策智囊。



扫描二维码
读懂全行业

海量的数据 专业的报告



400-026-2099



ask@iresearch.com.cn

法律声明

版权声明

本报告为艾瑞咨询制作，报告中所有的文字、图片、表格均受有关商标和著作权的法律保护，部分文字和数据采集于公开信息，所有权为原著者所有。没有经过本公司书面许可，任何组织和个人不得以任何形式复制或传递。任何未经授权使用本报告的相关商业行为都将违反《中华人民共和国著作权法》和其他法律法规以及有关国际公约的规定。

免责条款

本报告中行业数据及相关市场预测主要为公司研究员采用桌面研究、行业访谈、市场调查及其他研究方法，并且结合艾瑞监测产品数据，通过艾瑞统计预测模型估算获得；企业数据主要为访谈获得，仅供参考。本报告中发布的调研数据采用样本调研方法，其数据结果受到样本的影响。由于调研方法及样本的限制，调查资料收集范围的限制，该数据仅代表调研时间和人群的基本状况，仅服务于当前的调研目的，为市场和客户提供基本参考。受研究方法和数据获取资源的限制，本报告只提供给用户作为市场参考资料，本公司对该报告的数据和观点不承担法律责任。

生活梦想 科技承载

TECH DRIVES BIGGER DREAMS



艾 瑞 咨 询