

中国商旅管理市场白皮书

2019年





2018年中国商旅管理市场交易规模为**2261.2亿元**，较2017年增长了**18.9%**，未来2-3年，中国商旅管理市场将会保持稳定增长态势，预计到2020年，中国商旅管理市场交易规模将达到**3132.5亿元**。



中国商旅管理市场竞争格局**较为分散**，2018年CR8仅为**21.4%**。随着企业对商旅管理的接受度的提升以及其对商旅管理的技术、成本控制等要求的提高，未来商旅管理行业的**市场集中度将会持续提升**，且将逐步**向OTA及大型TMC集中**。



当下，企业对TMC的需求主要以**机票**为主，但是随着企业对TMC产品需求的愈发多样化，未来商旅管理市场中**酒店及用车等产品的占比将会持续增加**。



随着商旅管理市场规模的不断扩大及商旅服务的逐步发展和完善，商旅管理服务商由向企业提供普通机酒预订服务向提供**全流程、一体化、智能化的出行管控服务**转变。

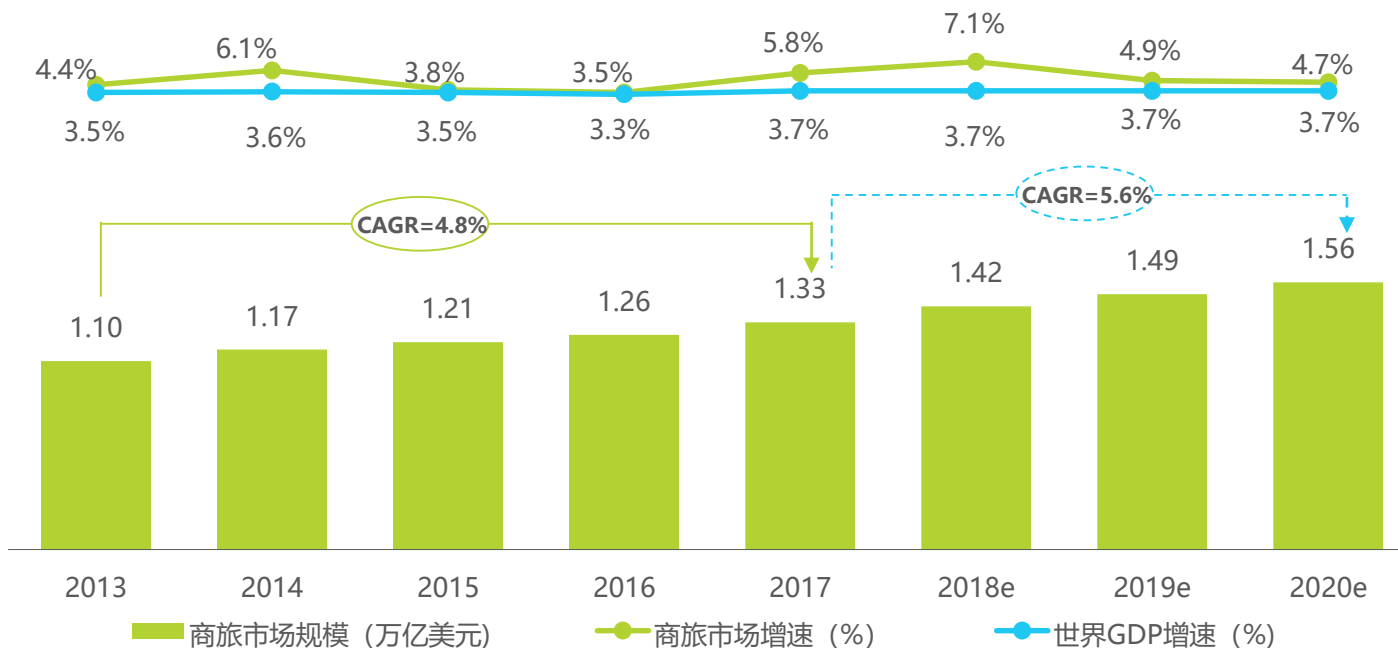
| | |
|---|---|
| 全球差旅市场概况 | 1 |
| 中国商旅管理行业分析 | 2 |
| 企业差旅消费概况及趋势 | 3 |
| 企业商旅人士行为分析 | 4 |
| <ul style="list-style-type: none">• 住宿行为偏好分析• 出行行为偏好分析 | |
| 企业诉求调研及TMC市场情况分析 | 5 |
| 中国商旅管理行业发展趋势 | 6 |

全球商旅消费规模持续增长

2017年达1.33万亿美元，商旅消费增速高于世界GDP增

根据全球商务旅行协会（GBTA）数据，近年来，全球商旅消费规模持续增长，2017年全球商旅消费支出达1.33万亿美元。随着全球GDP的持续增长，全球经济稳步增加，将带动全球企业及个人的收入和消费，同时也将给予商旅出行行业更多的发展和机会。根据GBTA预测，未来三年，世界商旅支出复合增长率达到5.6%，至2020年商旅支出规模将达到1.56万亿美元。

2013-2020年全球商旅消费支出规模及世界GDP增速



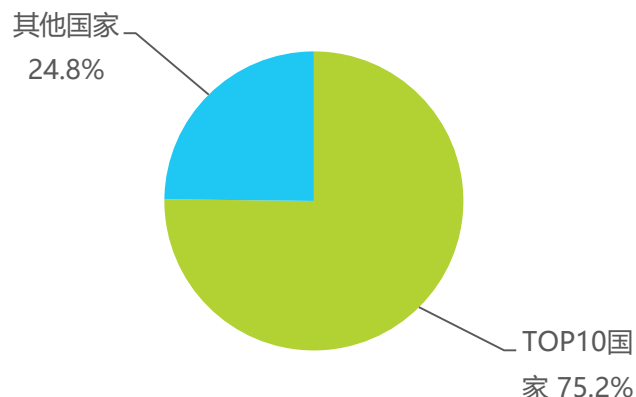
来源：全球商务旅行协会（Global Business Travel Association, GBTA），国际货币基金组织（IMF）。

全球商旅支出TOP10国家占比75.2%

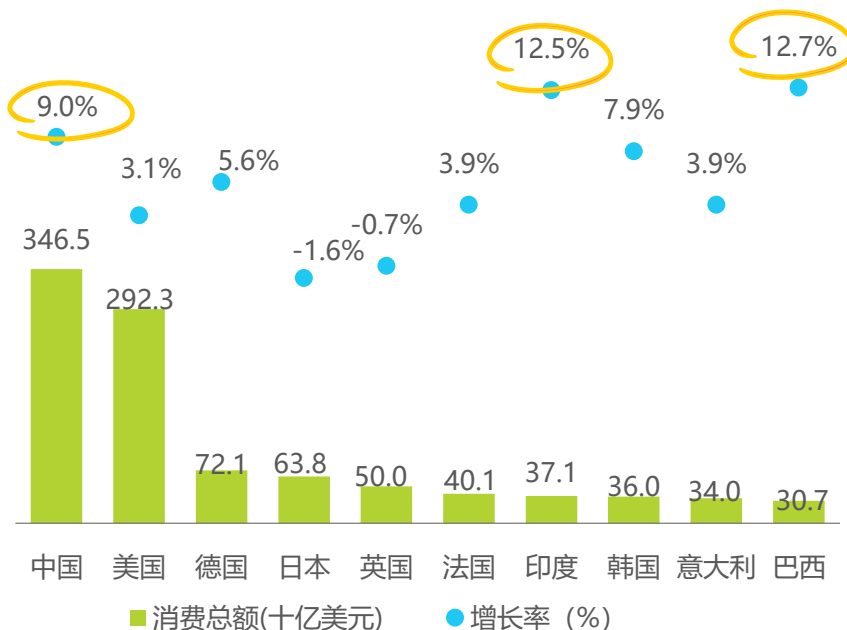
中国为世界商旅支出最高的国家

2017年全球商旅支出TOP10国家占全球商旅支出的75.2%。其中，2017年中国商旅支出为3465亿美元，增速达9.0%，继2016年之后，再次成为世界商旅支出最高的国家。此外，在世界商旅支出排名前10的国家中，传统高商旅支出的美国、德国、日本等发达国家增速逐渐放缓，中国、印度等发展中国家商旅支出呈现高速增长。根据GBTA预测，印度、印度尼西亚是未来5年商旅支出最快的国家，复合增长率分别达到11.3%，8.7%，未来发展中国家将成为商旅市场增长的主要动力。

2017年全球商旅支出TOP10国家占比



2017年全球商旅支出TOP10国家



来源：全球商务旅行协会 (Global Business Travel Association, GBTA)。

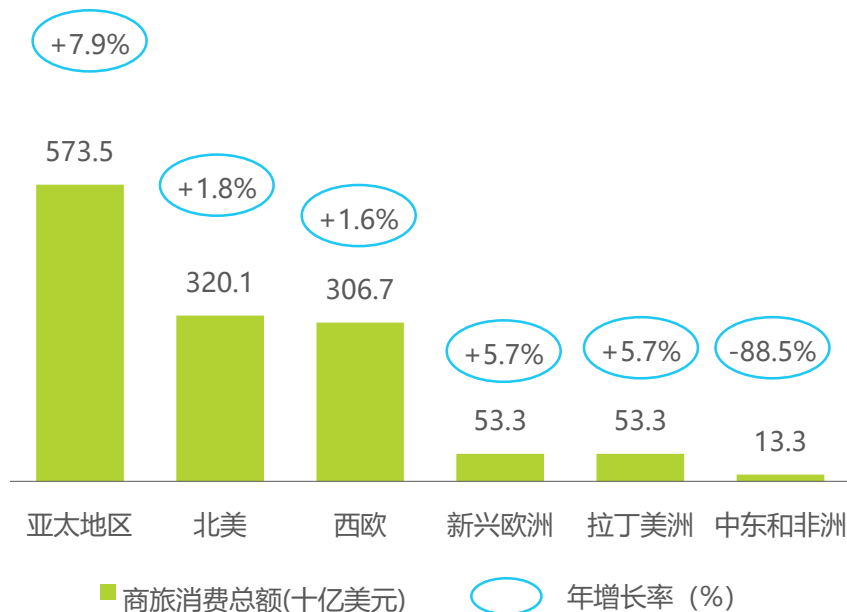
来源：全球商务旅行协会 (Global Business Travel Association, GBTA)。

亚太商旅支出规模保持高速增长

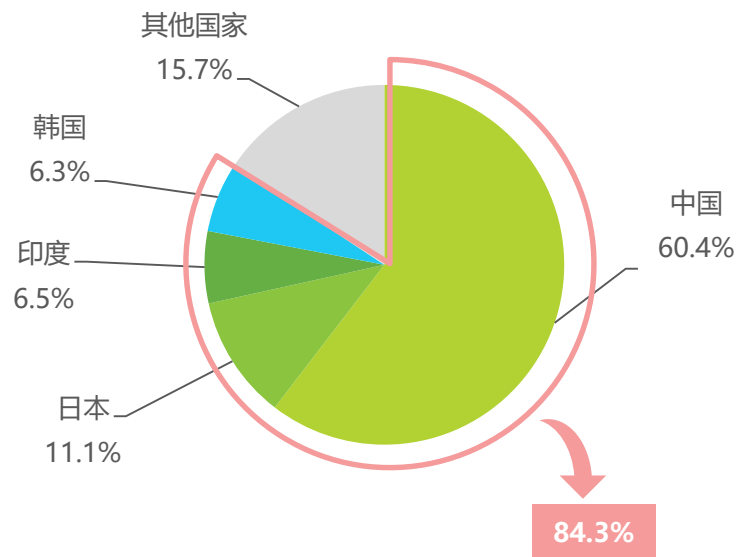
亚太商旅支出较为集中，其中中国商旅支出占比超六成

2017年，亚太商旅市场支出规模达到5735亿美元，占世界总商旅支出43%，同比增长7.9%，成为商旅支出规模最大、增速最快的区域。亚太商旅支出较为集中，中国、日本、印度、韩国四个国家占亚太地区商旅支出的84.3%，其中，中国商旅支出在亚太商旅支出中占比为60.4%，为亚太地区主要商旅支出国家。

2017年世界商旅市场分布



2017年亚太地区各国商旅支出占比



来源：全球商务旅行协会 (Global Business Travel Association, GBTA)。

来源：全球商务旅行协会 (Global Business Travel Association, GBTA)。

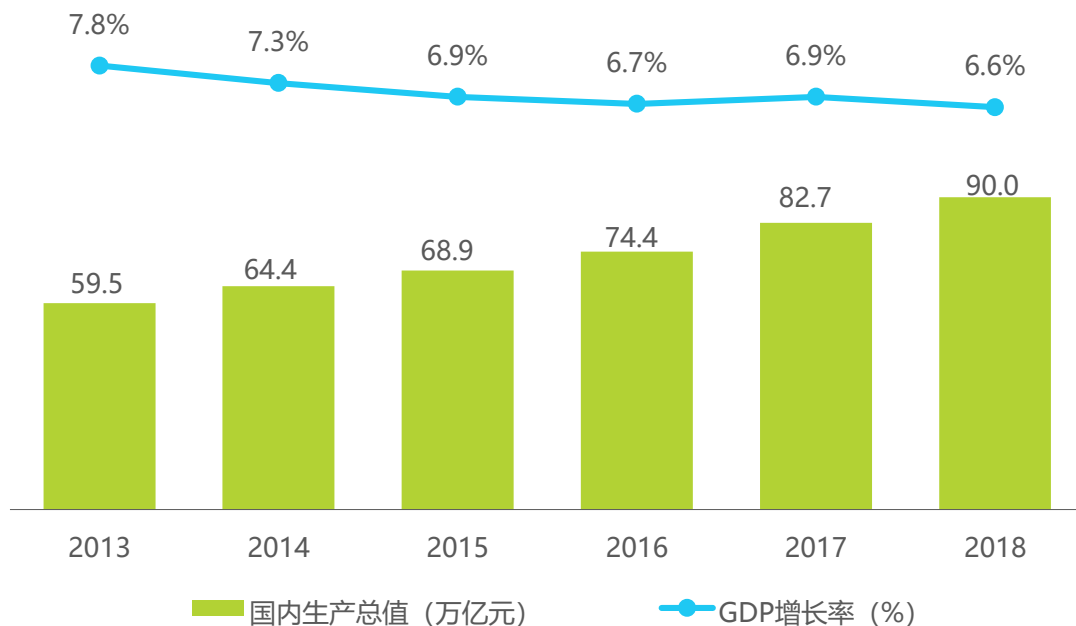
| | |
|---|---|
| 全球差旅市场概况 | 1 |
| 中国商旅管理行业分析 | 2 |
| 企业差旅消费概况及趋势 | 3 |
| 企业商旅人士行为分析 | 4 |
| <ul style="list-style-type: none">• 住宿行为偏好分析• 出行行为偏好分析 | |
| 企业诉求调研及TMC市场情况分析 | 5 |
| 中国商旅管理行业发展趋势 | 6 |

中国经济保持平稳增长

经济总体呈稳中向好发展态势

2018年我国国内生产总值达90.0万亿元，同比增长6.6%，持续保持稳中向好发展态势。国内经济持续增长也将利好企业的发展，同时对国内的商旅管理市场有一定的推动作用。

2013-2018年中国国内生产总值及增长率



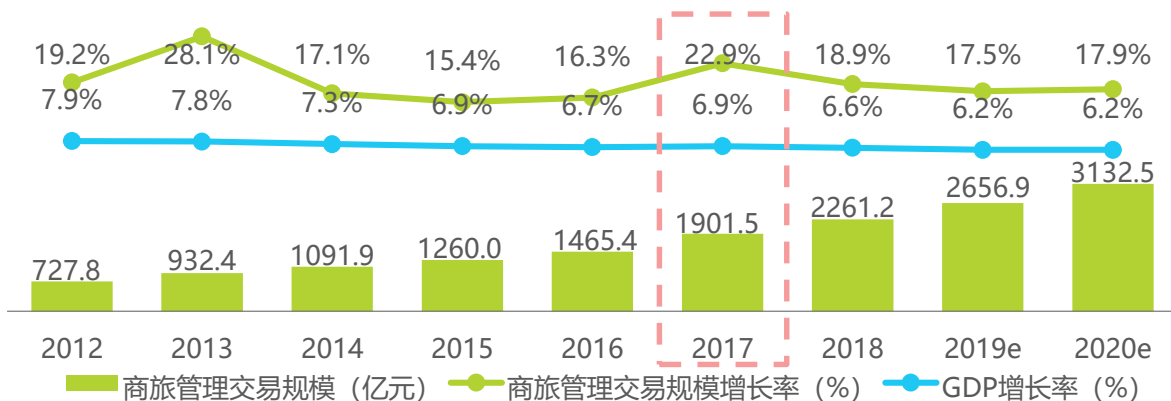
来源：国家统计局。

中国商旅管理行业规模持续增长

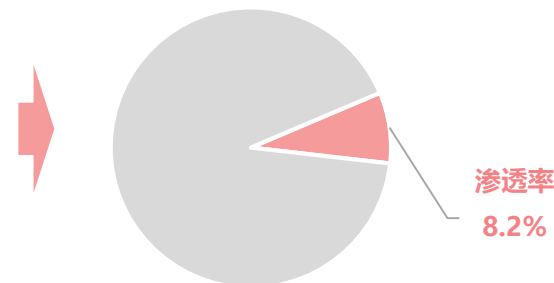
渗透率低，未来发展空间广阔

近年来，我国商旅管理市场交易规模持续增长，2018年中国商旅管理市场交易规模为2261.2亿元，较2017年增长了18.9%。从中国整体商旅市场来看，2017年中国商旅管理市场规模仅占中国商旅支出规模的8.2%，渗透率较低。随着国内企业对第三方商旅管理的接受程度越来越高，以及对企业内部差旅的费用控制、成本管理意识愈发强烈，艾瑞预计，未来2-3年，中国商旅管理市场将会保持稳定增长态势，其在中国商旅支出的占比也将进一步提升。

2012-2020年中国商旅管理市场交易规模及GDP增速



2017年中国商旅管理市场交易规模在中国整体商旅市场中的渗透率



中国商旅管理行业发展历程



来源：GDP数据来源于国家统计局，国际货币基金组织（IMF）；商旅管理市场交易规模为综合上市公司财报，企业及专家访谈，根据艾瑞统计模型核算；中国商旅市场规模来源于GBTA。

中国商旅管理行业市场竞争概况

TMC产品种类及差旅服务优势明显

目前，中国商旅管理行业参与者众多，包括TMC、机票代理商、航司酒店直销、费控/OA系统的供应商等。不同的市场参与者可提供的产品及服务也有不同之处。相对来说，TMC的产品结构较为丰富，可向企业提供的服务类型多样，可实现商旅审核和管理流程的优化，具有帮助企业降低差旅成本、提高差旅管理效率等优势。

2018年中国商旅管理市场各类参与者对比分析

| | 产品种类 | 可提供的服务 | 优势 | 代表企业 |
|----------|-------------------------------|--|---|--|
| TMC | 机票/酒店/火车票/签证/保险/用车/MICE等，产品丰富 | 差旅预订、审核、报销服务/差旅管理系统对接服务/商旅数据报告分析服务/企业差旅费用月结服务/1V1服务等 | 规模采购各类产品，具有价格优势，且可以提供企业差旅费用分析报表及为企业垫资、费用月结等服务 |     |
| 航司酒店直销 | 机票/酒店，产品种类较为单一 | 机票、酒店预订服务 | 机票/酒店产品直销，价格较为优惠 |   |
| 机票代理 | 机票，产品种类较为单一 | 机票预订服务 | 深耕机票领域，有机票资源优势 |  |
| 传统旅行社 | 机票/酒店/火车票/用车/签证等，产品丰富 | 机票、酒店、火车票等预订服务/办理签证服务等 | 酒店、机票资源丰富；部分产品具有价格优势 |   |
| 费控、系统供应商 | 接入TMC的产品资源 | 企业办公服务/费用管控服务等 | 可对接不同的TMC，提供多供应商服务，可进行差旅预订、审核、报销等服务 |   |

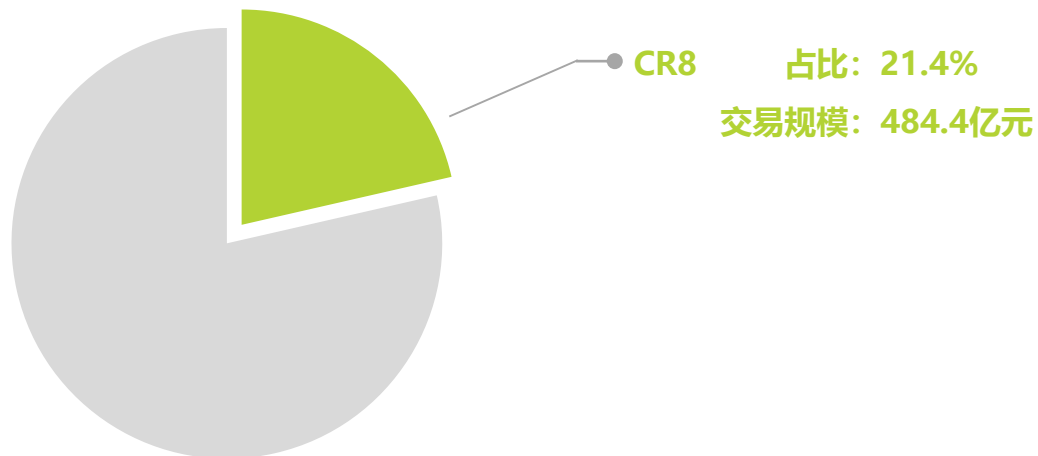
来源：根据公开资料整理，艾瑞咨询研究院绘制。

中国商旅管理市场竞争格局较为分散

CR8仅为21.4%

目前，中国商旅管理行业市场集中度较低，2018年中国商旅管理市场TOP8企业占比仅为21.4%，其余大部分占比为OTA、传统旅行社、机票代理商等非专业化差旅机构。随着企业对商旅管理的接受度的逐步提升，未来商旅管理行业的市场集中度将会越来越高。

2018年中国商旅管理行业市场份额



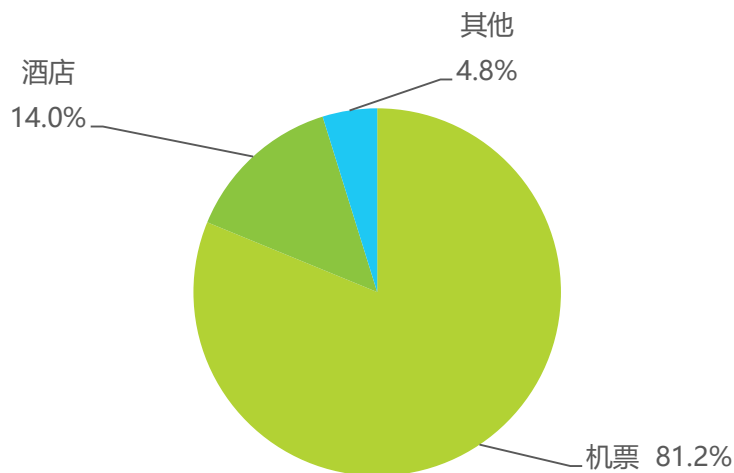
注释：统计口径为2018年商旅管理行业内企业的交易规模。
来源：综合上市公司财报，企业及专家访谈，根据艾瑞统计模型核算。

中国商旅管理市场产品结构

企业对商旅产品的需求以机票为主

2018年中国商旅管理市场中，机票的交易规模占比达81.2%，酒店占比14.0%，其余为火车票、用车等交易额所占比例。当下，企业对TMC的需求主要以机票为主，但是随着企业对TMC产品需求的愈发多样化，未来商旅管理市场中酒店及用车等方面的占比将会持续增加。

2018年中国商旅管理市场产品结构



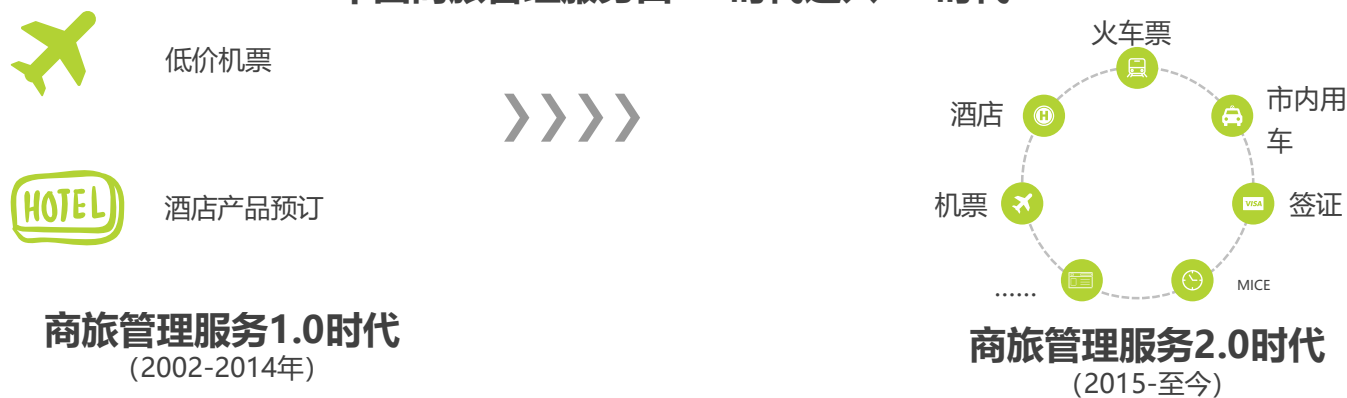
注释：统计口径为各产品的交易规模；其他包括用车、签证、保险等，不包括MICE。
来源：综合上市公司财报，企业及专家访谈，根据艾瑞统计模型核算。

中国商旅管理服务已进入2.0时代

由机酒预订服务向商旅出行全流程/一体化/智能化服务转变

从商旅服务供应商可提供的商旅服务来看，在商旅管理行业发展最初阶段，企业对商旅管理的需求以节省企业差旅成本为主，商旅管理服务商主要向企业提供低价机票、酒店产品的预订服务；随着商旅服务的逐步发展和完善，企业对商旅管理的需求除实现节省成本外，还有着提高差旅管理效率、提高差旅管理规范等需求，随之商旅管理服务商由向企业提供普通机酒预订服务转向提供全流程、一体化、智能化的出行管控服务。从商旅市场规模及产品构成来看，商旅管理发展初始阶段，中国商旅管理市场规模仅在1000亿元左右，市场产品结构主要为机票和酒店；进入商旅管理服务2.0时代后，中国商旅管理市场产品除机票、酒店外，增加了火车票、用车等产品，商旅管理市场规模也随之扩大，2014年到2018年，中国商旅管理市场规模年复合增长率达20%。

中国商旅管理服务由1.0时代进入2.0时代



| | | |
|------------------|------------------------------------|--|
| 商旅管理服务商可为企业提供的服务 | 以低价机票、酒店产品为主的预订服务 | 全流程、一体化、智能化的出行管控服务 |
| 商旅管理市场规模 | 商旅管理规模较小，截至2014年中国商旅市场规模仅为1091.9亿元 | 商旅管理规模不断扩大，2018年中国商旅管理规模达2261.2亿元， 年复合增长率达20% |
| 商旅管理市场产品结构 | 由机票和酒店产品构成，其中机票占比最多 | 由机票、酒店、火车票、用车等产品构成。其中机票占比较大，未来酒店产品占比将逐渐扩大。 |

来源：艾瑞咨询研究院自主研究及绘制。

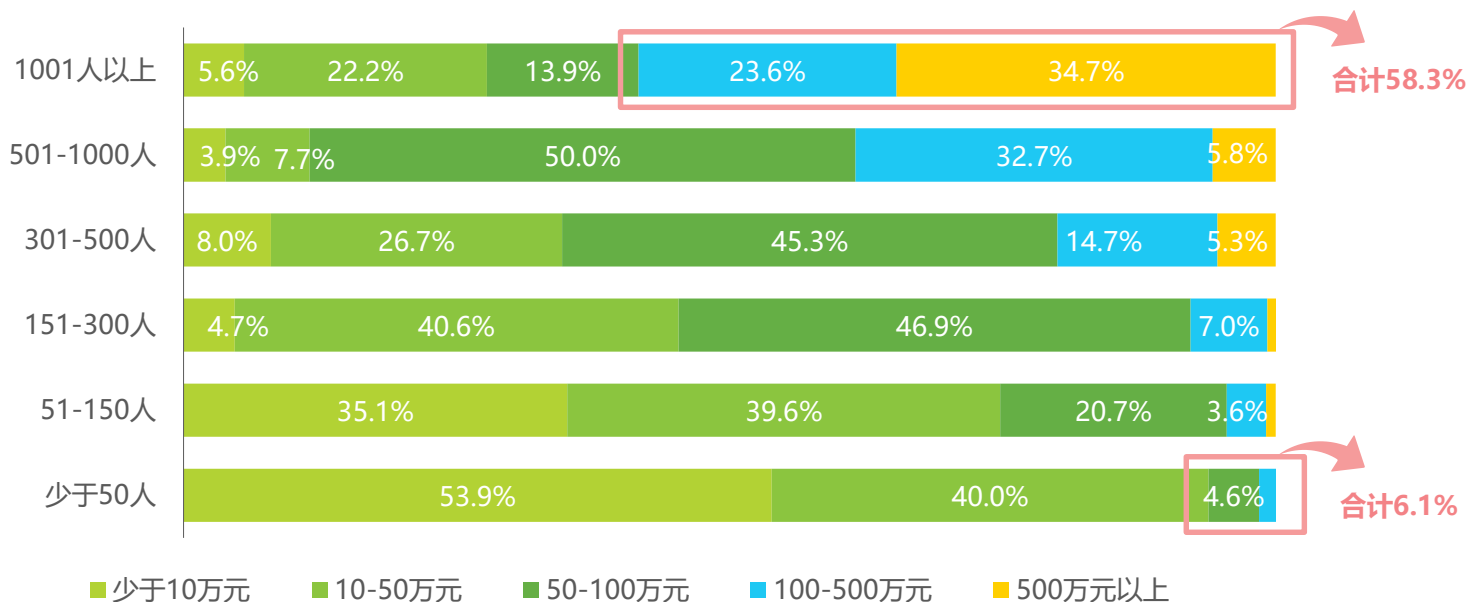
| | |
|---|----------|
| 全球差旅市场概况 | 1 |
| 中国商旅管理行业分析 | 2 |
| 企业差旅消费概况及趋势 | 3 |
| 企业商旅人士行为分析 | 4 |
| <ul style="list-style-type: none">• 住宿行为偏好分析• 出行行为偏好分析 | |
| 企业诉求调研及TMC市场情况分析 | 5 |
| 中国商旅管理行业发展趋势 | 6 |

企业商旅消费现状

中大型企业年差旅支出多在50万以上，小型企业集中在10万以下

根据艾瑞调研数据，大部分规模在300人以上的企业年差旅支出多于50万元，其中，50.0%规模在501-1000人的企业每年差旅支出在50-100万元之间，58.3%规模在1000人以上的企业年差旅支出在100万元以上；对于规模小于50人的企业来说，年差旅支出在10万元以下的企业占比为53.9%，年差旅支出在50万元以上的企业仅占比6.1%。

2018年中国企业商旅支出分布



注释：由于数据图位置有限，部分数据标签未显示。

问题：请问贵公司目前的员工数量是？请问贵公司每年的差旅支出是？

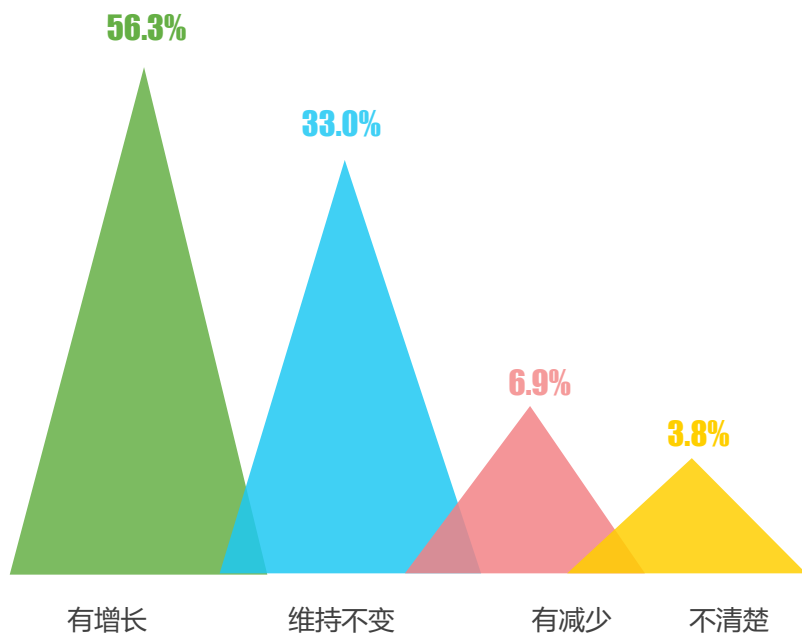
来源：艾瑞咨询于2018年12月通过iClick调查获得，总样本量N=503。

企业商旅消费趋势

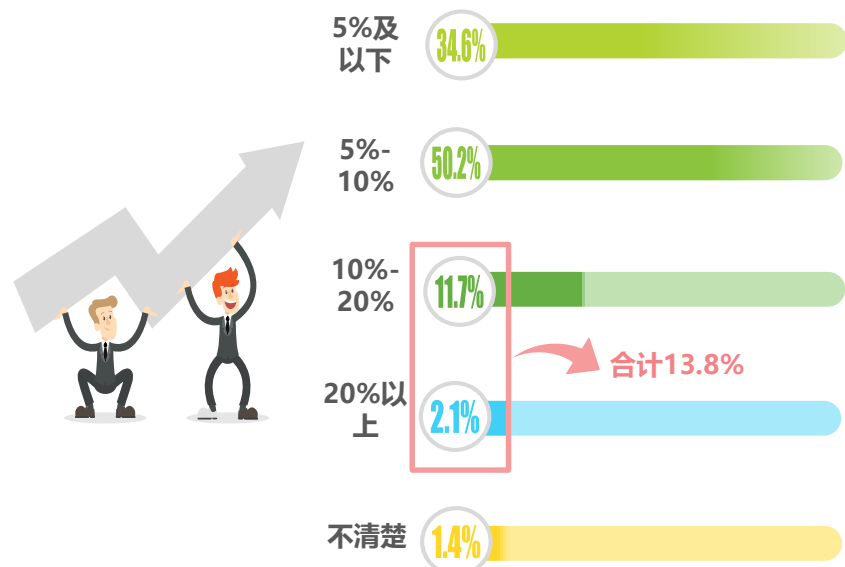
超五成企业预计2019年差旅支出增长

艾瑞调研数据显示，56.3%的企业2019年的差旅支出较2018年相比会增长。其中，有50.2%的企业2019年的差旅支出预算增长率为5%-10%，2019年差旅支出预算增长率在10%以上的企业占比为13.8%，未来企业商旅消费将会呈现增长态势。

2019年中国企业差旅支出相较于2018年的变化



2019年中国企业差旅支出预算增长情况分布



问题：请问贵公司2019年预计的差旅花费相较于2018年有怎样的变化？
来源：艾瑞咨询于2018年12月通过iClick调查获得，总样本量N=503。

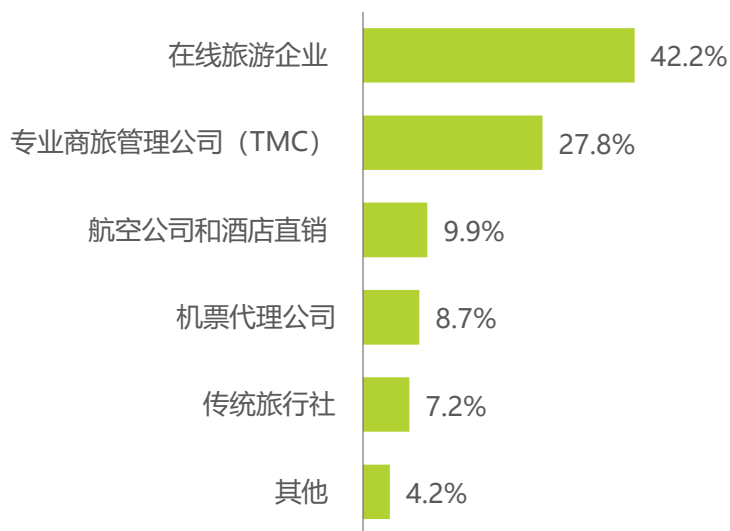
问题：请问贵公司2019年差旅预算增长率如何？
来源：艾瑞咨询于2018年12月通过iClick调查获得，总样本量N=283。

企业商旅管控模式

现阶段企业差旅以OTA预订为主，未来TMC具有较大发展潜力

现阶段，中国企业差旅预订以在线旅游平台为主。根据调研数据，42.2%的企业在在线旅游平台上进行差旅的预订，27.8%的企业使用TMC进行差旅预订。在对未使用TMC的企业进行TMC使用意愿的调查中，有66.9%的企业表示其需要专业的商旅管理服务进行商旅管控，未来TMC具有较大的发展潜力。

2018年中国企业差旅预订及管控方式



问题：贵公司是采用哪种供应商模式进行差旅预订及管控？
来源：艾瑞咨询于2018年12月通过iClick调查获得，总样本量N=503。

2018年中国企业对专业商旅管理服务的使用意愿



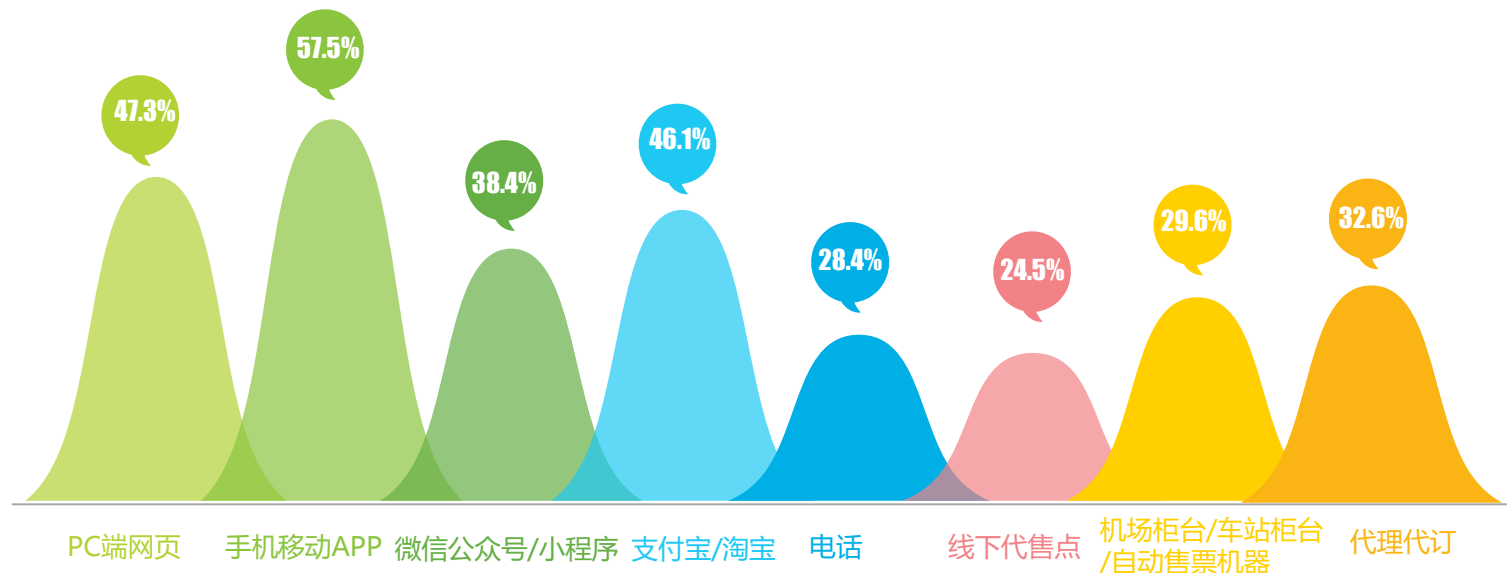
问题：请问您认为贵公司目前是否需要专业的商旅管理服务？
来源：艾瑞咨询于2018年12月通过iClick调查获得，总样本量N=363。

企业商旅预订方式

企业差旅更倾向于线上预订，PC端与移动端比例相差不多

随着互联网的高速发展，更多的企业在差旅预订时更偏向于线上预订。在各种线上预订方式中，用手机移动APP进行差旅预订的企业占比最多，为57.5%；其次为PC电脑端，用PC端预订差旅产品的企业占比47.3%。尽管近年来移动智能终端发展速度及普及率持续上升，PC端仍旧是企业的主要差旅预订方式之一。

2018年中国企业差旅预订方式



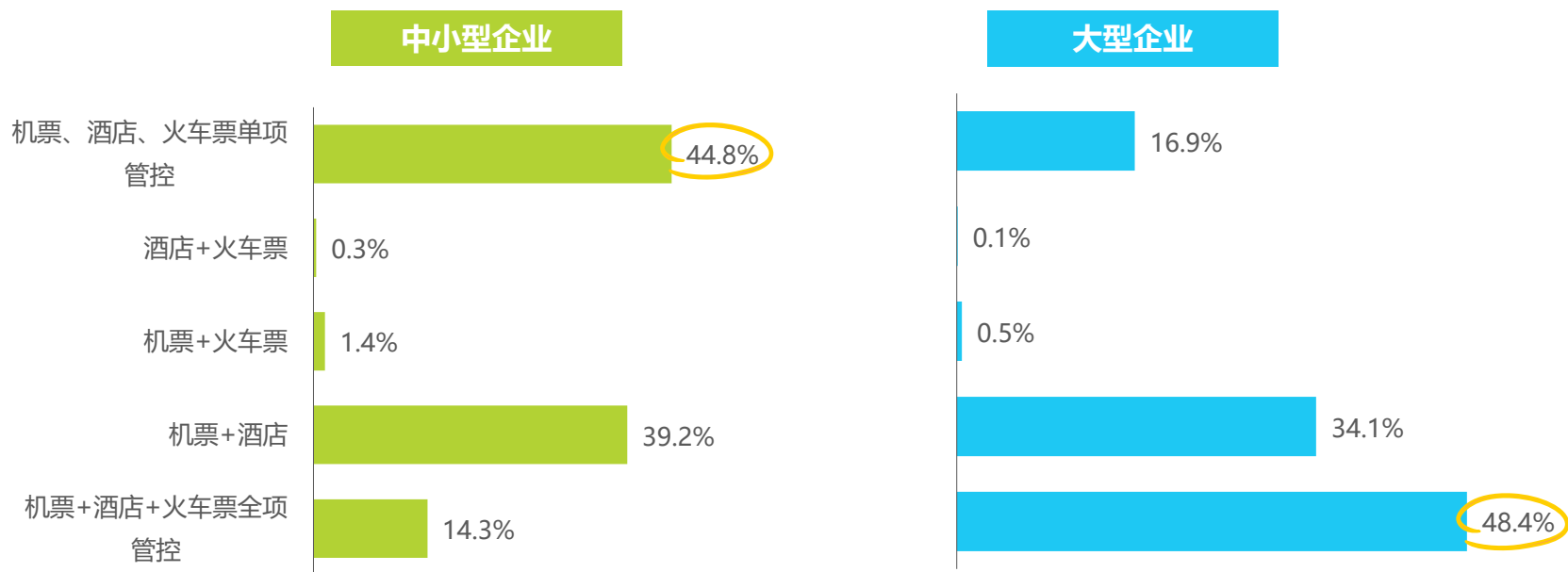
问题：请问贵公司经常使用的差旅预订方式有哪些？
来源：艾瑞咨询于2018年12月通过iClick调查获得，总样本量N=503。

企业商旅项目管控比例

中小企业以单项管控为主，大企业更偏向于全产品及全流程管控

在商旅项目管控方面，不同类型的企业对差旅产品的管控模式也不尽相同。2018年携程商旅客户企业中，有44.8%的中小型企业只单独管控机票、酒店、火车票中的一种产品，仅有14.3%的企业对机票、酒店、火车票整体进行管控。对大型企业来说，单项管控企业占比仅为16.9%，而机票+酒店+火车票全项目管控的企业占比达48.4%。此外，也有相当比例的企业以机票和酒店的产品组合形式进行管控。

2018年中国企业商旅项目管控比例



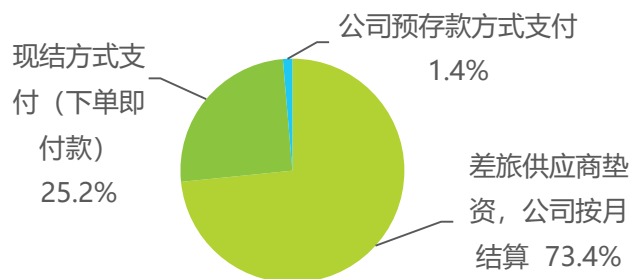
注释：数据统计时间为2018.1-2018.11。
来源：携程商旅数据研究院，艾瑞咨询研究院绘制。

企业差旅费用结算方式

大型企业以月结方式为主，九成中小企业使用现结支付方式

在企业差旅费用结算方式上，大型企业以差旅供应商垫资，公司按月结算为主，以这种方式结算差旅费用的大型企业所占比例为73.4%。对于中小企业来说，有90.1%的中小企业使用现结方式支付差旅费用；使用月结支付的中小企业仅占比4.1%。出现这种现象的主要原因为TMC在对企业进行垫资之前，会对企业的财务状况、经营状况、企业信用、企业所在行业风险等方面进行评估，而很多中小型企业会因此不能通过TMC的垫资月结资质审核。目前来看，月结支付是企业较为青睐的支付方式，而现下可月结支付的中小企业占比较少。总体而言，月结支付的差旅费用结算方式具有较大潜力。

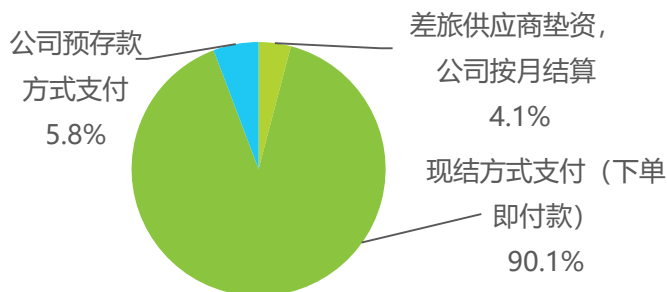
2018年中国大型企业差旅费用结算方式分布



2018年中国中小企业未通过差旅费用月结审核的主要原因



2018年中国中小企业差旅费用结算方式分布



注释：数据统计时间为2018.1-2018.11。
来源：携程商旅数据研究院，艾瑞咨询研究院绘制。

来源：携程商旅数据研究院，艾瑞咨询研究院绘制。

| | |
|-------------------|----------|
| 全球差旅市场概况 | 1 |
| 中国商旅管理行业分析 | 2 |
| 企业差旅消费概况及趋势 | 3 |
| 企业商旅人士行为分析 | 4 |
| • 住宿行为偏好分析 | |
| • 出行行为偏好分析 | |
| 企业诉求调研及TMC市场情况分析 | 5 |
| 中国商旅管理行业发展趋势 | 6 |

商旅人士画像

男女占比近6:4

男性占比为61.4%，略高于女性。

性别 

本科及以上学历占比85.9%

其中本科学历的商旅人士占比69.1%。

学历 

税前8000元以上占比58.6%

其中税前8001-10000元人群占比25.4%。

月薪 

18+

年龄

24-39岁商旅人士占比80%

其中29-39岁的商旅人士占比为55.8%。



婚姻状况

已婚人士占比80.6%

其中，已婚有子女占比达69.7%。



企业类型

民营企业占比41.2%

外企/合资企业占比20.8%；国企/央企员工占比16.4%。

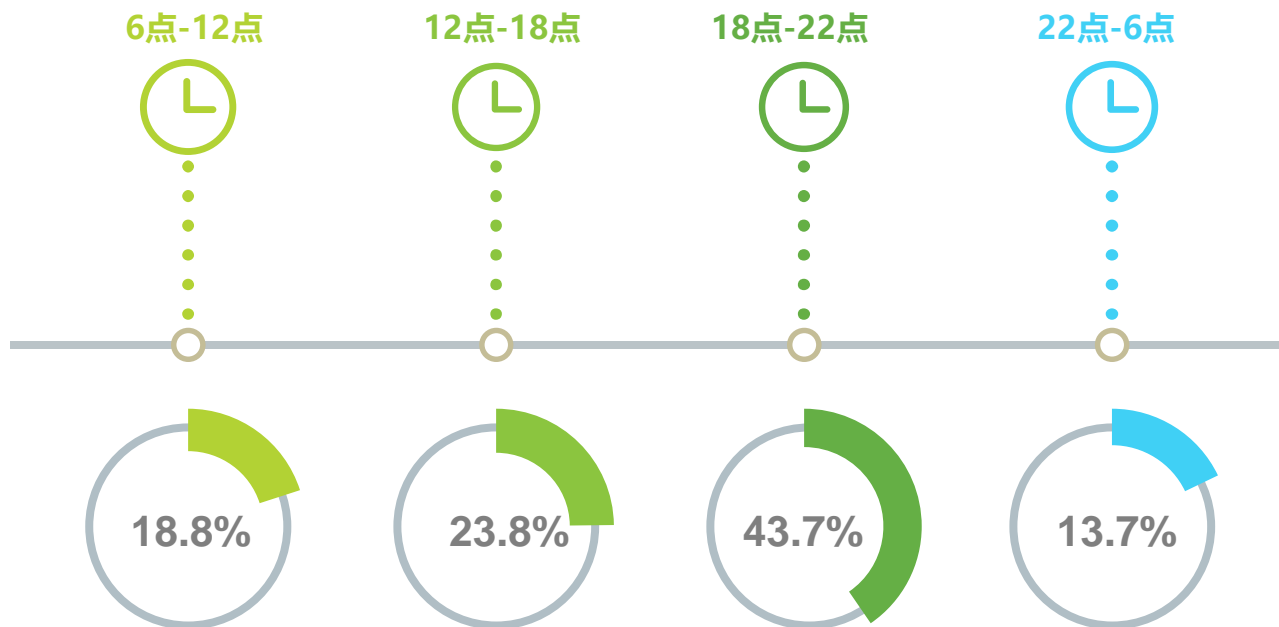


住宿行为：酒店到达时间

近六成商旅人士在18点以后到达酒店

从商旅人士到达酒店的时间来看，数据显示，18点-22点为商旅人士到达酒店较为集中的时间段，占比为43.7%；其次为12点-18点，所占比例为23.8%。总体来看，18点以后到达酒店的商旅人士占比为57.4%。

2018年中国商旅人士酒店到店时间分布



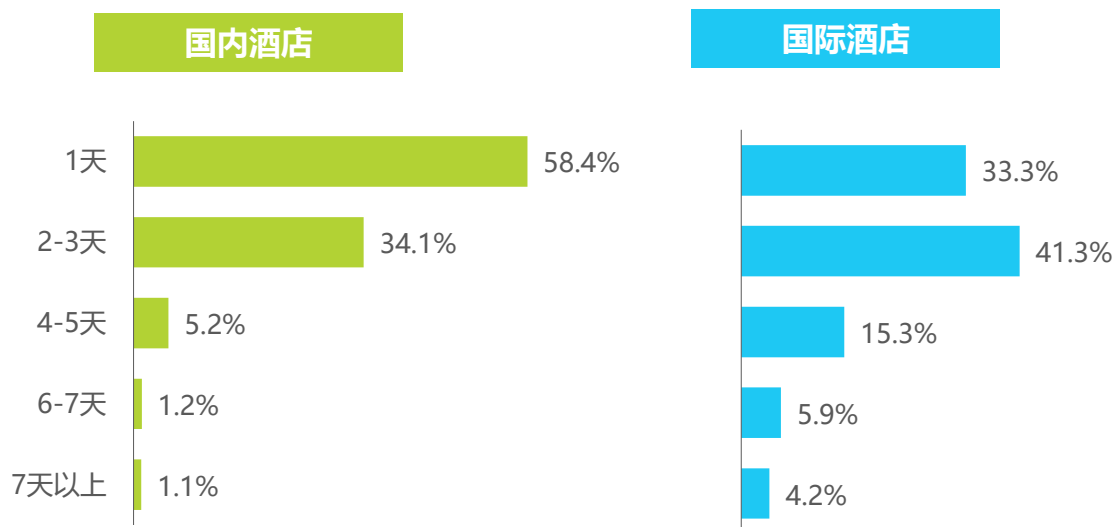
注释：数据统计时间为2018.1-2018.11。
来源：携程商旅数据研究院，艾瑞咨询研究院绘制。

住宿行为：酒店停留时间

近6成国内差旅住宿仅停留1天，境外差旅住宿停留2-3天居多

中国商旅人士多以短时间差旅出行为主。从国内住宿来看，出差时住宿仅停留一天的商旅人士所占比例达58.4%，其次为停留时间2-3天，占比为34.1%。对境外出行来说，出差住宿停留2-3天占比最多，为41.3%，而停留1天的商旅人士占比为33.3%，商旅人士在境外出差时，停留时间也并不是很长。

2018年中国商旅人士酒店停留时间分布



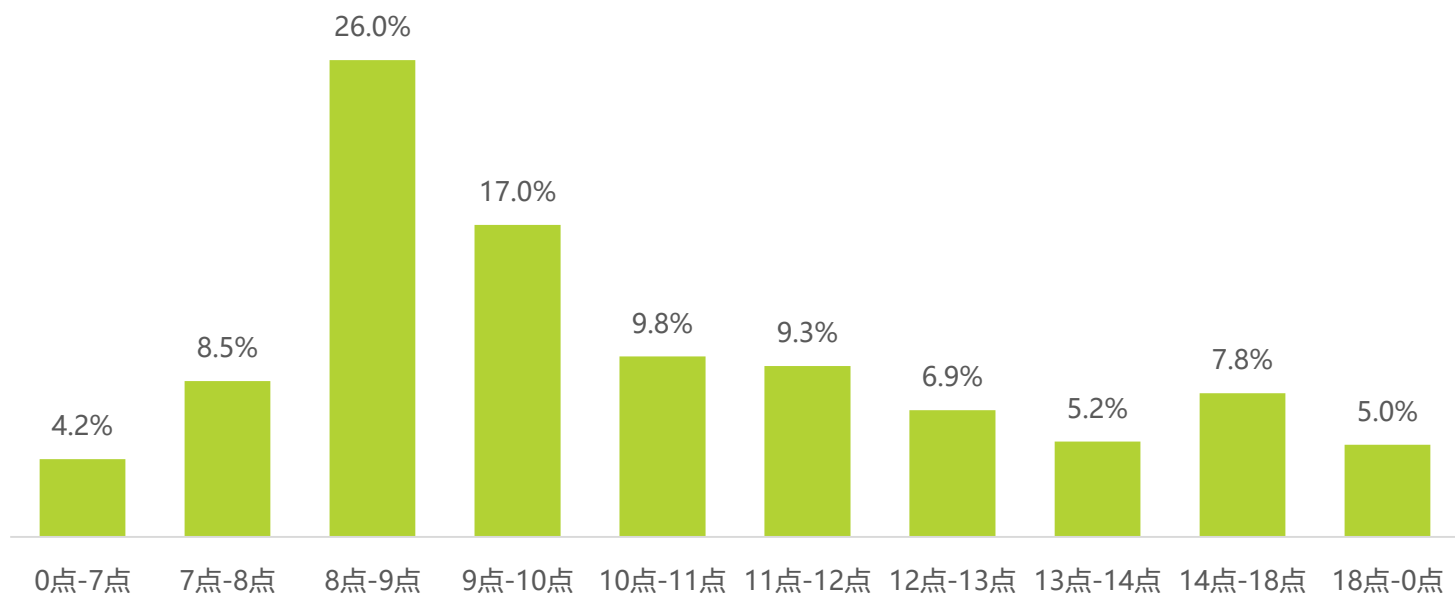
注释：数据统计时间为2018.1-2018.11。
来源：携程商旅数据研究院，艾瑞咨询研究院绘制。

住宿行为：酒店离店时间

早上8点-9点是商旅人士离店高峰期

一般来说，酒店退房时间为中午12点。对于商旅人士来说，因其出差行程安排紧凑的原因，早上8点-9点为酒店离店高峰期，其次为9点-10点退房；而中午11点-12点退房的商旅人士明显少于早上8点-10点。

2018年中国商旅人士酒店离店时间分布



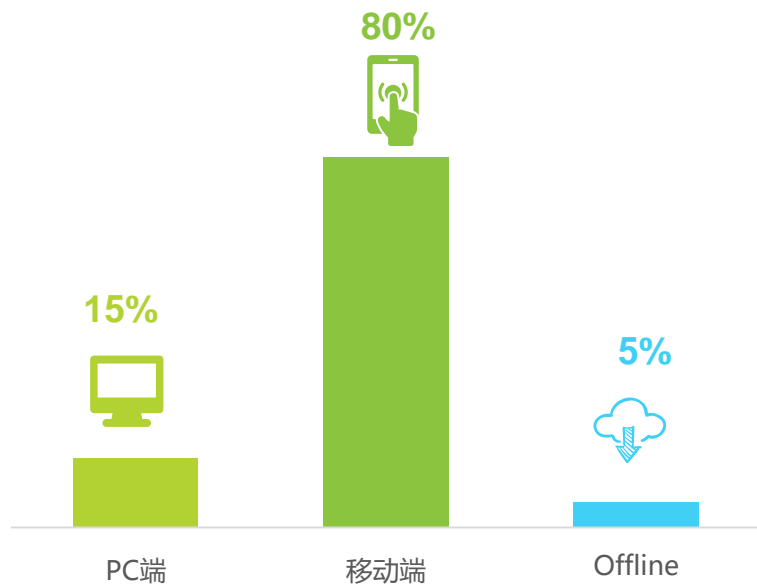
注释：数据统计时间为2018.1-2018.11。
来源：携程商旅数据研究院，艾瑞咨询研究院绘制。

住宿预订习惯：预订酒店方式

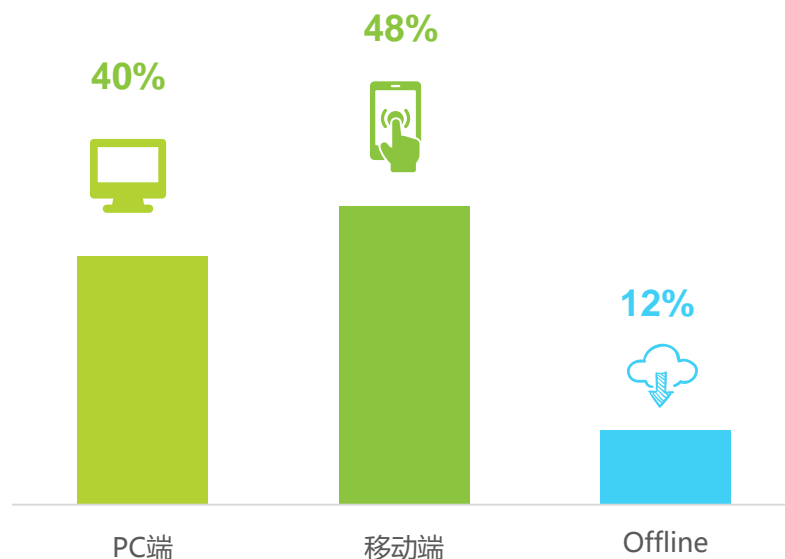
国内酒店以移动端预订为主，国际酒店PC端与移动端占比均衡

商旅人士在预订国内酒店时以手机移动端为主，根据携程商旅数据，用移动端预订国内酒店的商旅人士所占比例达80%，而用PC电脑端预订国内酒店的商旅人士仅占15%。与之不同的是，在预订国际酒店时，PC端与移动端占比相近，使用移动端预订国际酒店的商旅人士占比为48%，也有40%的商旅人士在PC端预订，线下进行国际酒店预订的商旅人士占比为12%，远高于到店预订国内酒店的商旅人群。

2018年中国商旅人士国内酒店的预订方式分布



2018年中国商旅人士国际酒店的预订方式分布



注释：数据统计时间为2018.1-2018.11。
来源：携程商旅数据研究院，艾瑞咨询研究院绘制。

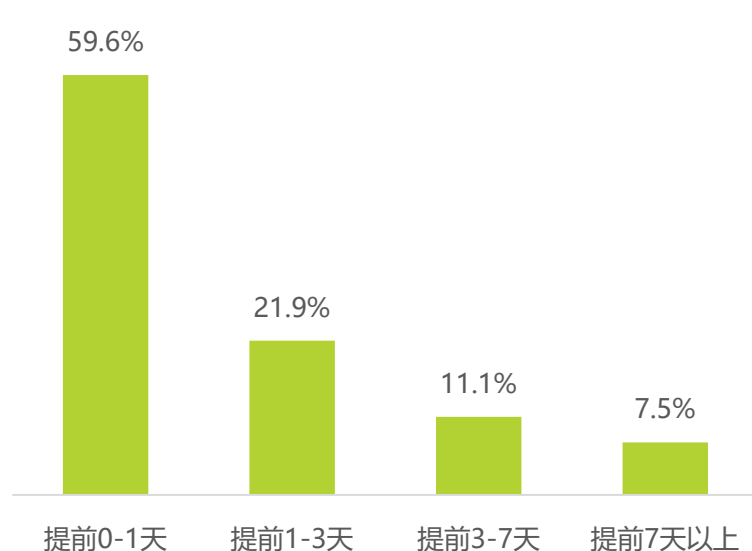
注释：数据统计时间为2018.1-2018.11。
来源：携程商旅数据研究院，艾瑞咨询研究院绘制。

住宿预订习惯：预订时间

国际酒店预订周期长于国内酒店

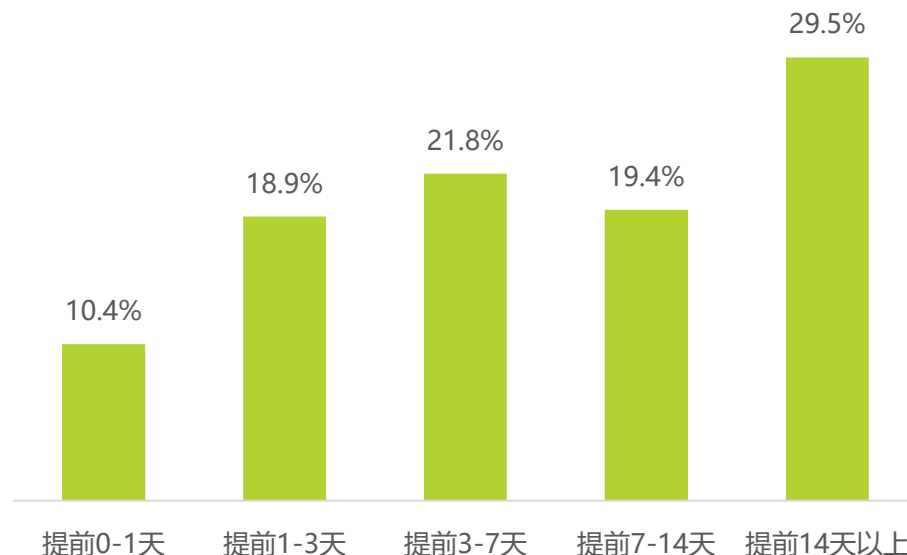
在预订国内酒店时，59.6%的中国企业商旅人士会在当天或者提前1天进行预订，提前7天以上预订国内酒店的商旅人士仅占7.5%。反之，在预订国际酒店时，在酒店住入住当天或者提前预订国际酒店的商旅人士仅占10.4%，提前14天以上预订的商旅人士占比达29.5%。

2018年中国商旅人士国内酒店的预订时间分布



注释：数据统计时间为2018.1-2018.11。
来源：携程商旅数据研究院，艾瑞咨询研究院绘制。

2018年中国商旅人士国际酒店的预订时间分布



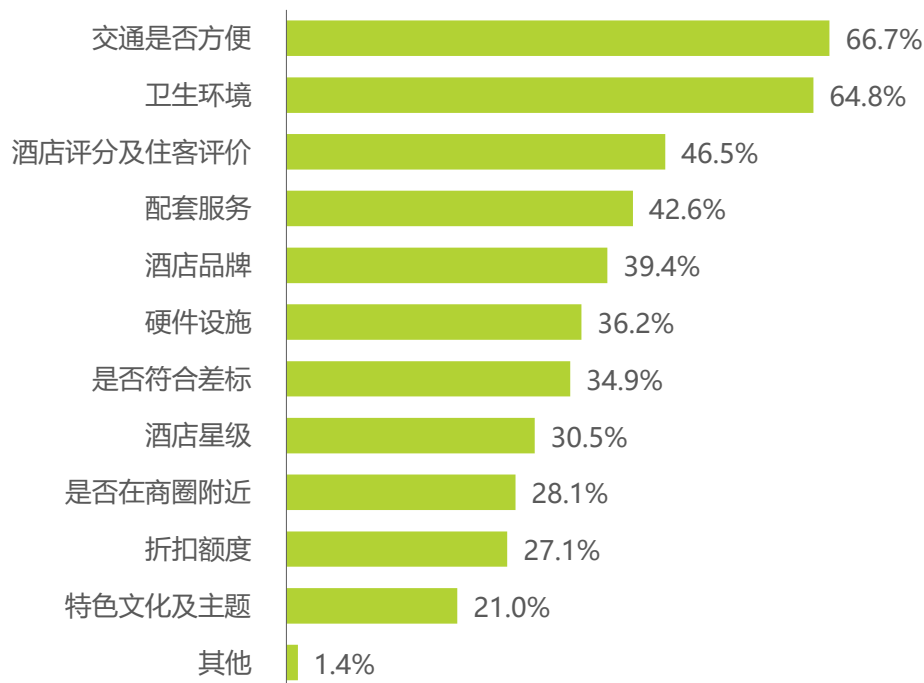
注释：数据统计时间为2018.1-2018.11。
来源：携程商旅数据研究院，艾瑞咨询研究院绘制。

住宿预订习惯：预订酒店看重的因素

最看重酒店的交通便利性，对酒店价格的敏感度低

对于商务出行来说，酒店周围交通环境是否便利是商旅人士预订酒店时最为看重的因素。根据艾瑞调研数据，有66.7%的企业商旅员工预订酒店时最看重酒店的交通是否方便；其次为酒店的卫生环境，占比为64.8%。此外，商旅人群对酒店价格敏感度低，看重酒店的折扣额度的商旅人士仅占比27.1%。

2018年中国商旅人士预订酒店时看重的因素



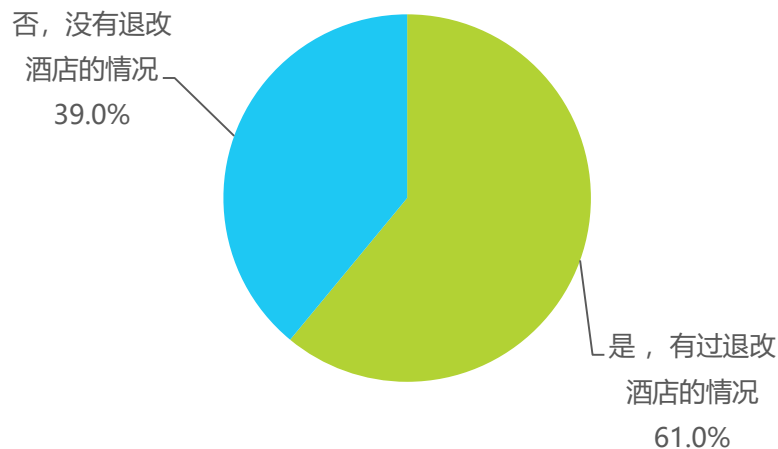
问题：请问您在出差时预订酒店时看重的因素有哪些？
来源：艾瑞咨询于2018年12月通过iClick调查获得，总样本量N=505。

住宿预订习惯：退改酒店的原因

六成商旅人士退改预订酒店，原定行程有变是主要原因

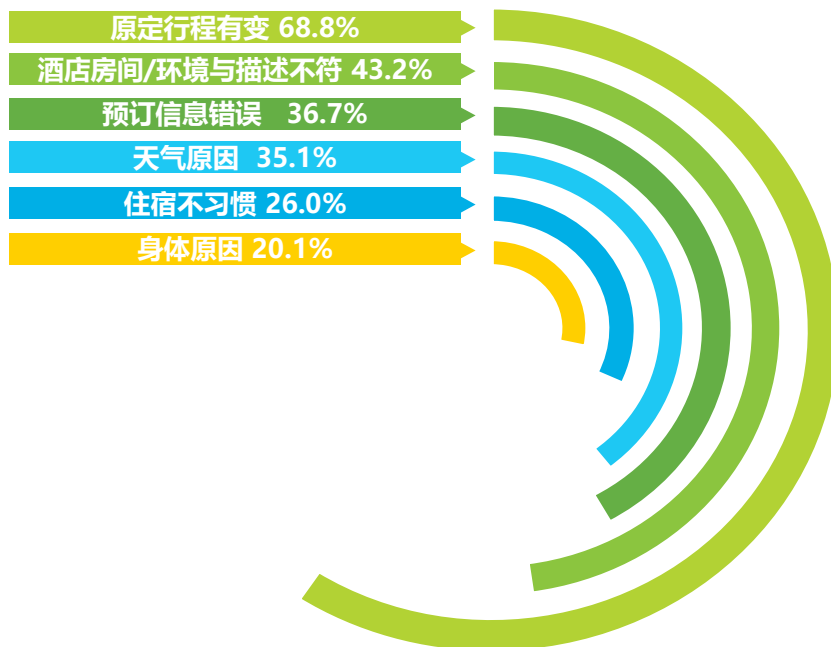
根据调研数据，61%的商旅人士都有过退改预订酒店的情况，原定行程有变是退改预订酒店的主要原因，此外，酒店的房间/环境与描述不符也是商旅人士退改预订酒店的重要原因之一。

2018年中国商旅人士退改酒店情况



问题：请问您在出差时是否有退改预订酒店的情况？
来源：艾瑞咨询于2018年12月通过iClick调查获得，总样本量N=505。

2018年中国商旅人士退改酒店的原因



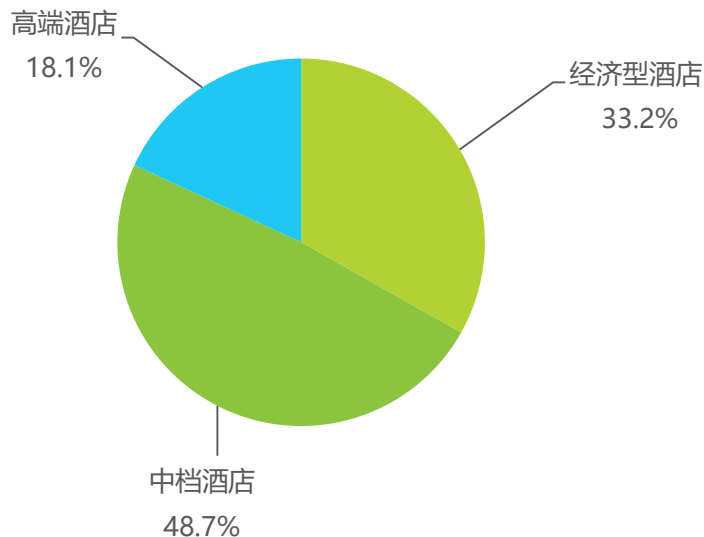
问题：请问您在出差时是否有退改预订酒店的情况？
来源：艾瑞咨询于2018年12月通过iClick调查获得，总样本量N=505。

住宿消费偏好：住宿类型

商旅人士出差最常入住中高端酒店

商旅人士出差时最常入住中档酒店（三星/四星级酒店），选择中档酒店的商旅人士占比48.7%；其次为经济型酒店，占比为33.2%。总体来说，选择入住中高端酒店的商旅人士占比达66.8%。在酒店品牌偏好方面，汉庭、如家等品牌连锁酒店是商旅人士较为偏爱的经济型酒店；全季、假日、君悦、洲际等品牌是商旅人士入住较多的中高端酒店品牌。

2018年中国商旅人士的住宿类型占比



2018年中国商旅人士的住宿品牌偏好TOP5



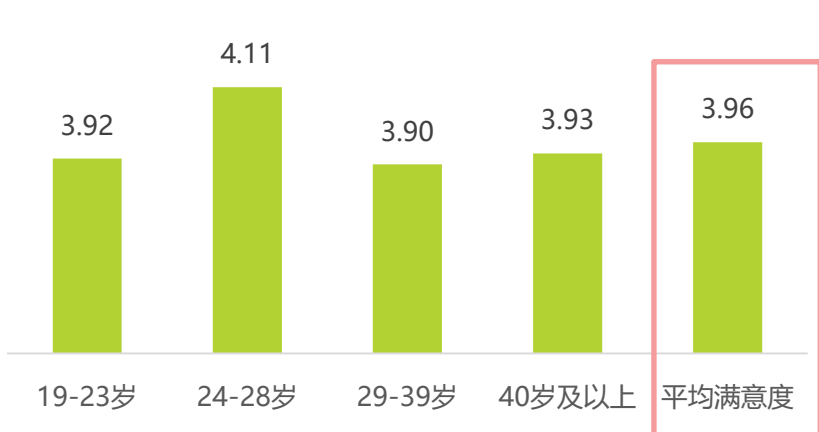
注释：数据统计时间为2018.1-2018.11。
来源：携程商旅数据研究院，艾瑞咨询研究院绘制。

商旅人士对住宿较为满意

95后商旅人士最愿意付出溢价预订超出公司差标的酒店/房型

在差旅住宿的满意度调查中，24-28岁的商旅人士对住宿的满意度最高，为4.11分（满分5分），其次是40岁以上的商旅人士；在对于支付更多费用预定超出公司差标的酒店/房型的意愿调查中，19-23岁的商旅人士意愿最为强烈，而40岁以上的商旅人士意愿最小。二者结合来看，95后的商旅人士对于差旅住宿的满意度相对较低，但对付出溢价获取更好的酒店服务的意愿最高；90~95后及70后商旅人士对差旅住宿的满意度较高，对付出溢价获取更好的酒店服务的意愿较低；80后商旅人士相对于其他人群来说，住宿满意度以及付费获取更好的酒店服务的意愿均较为均衡。

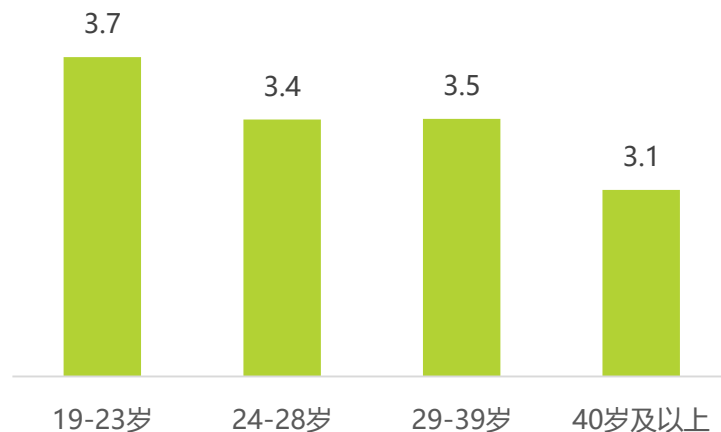
2018年中国不同年龄段的商旅人士对住宿的满意度



问题：请问您的年龄是？请问您对出差时住宿的酒店的满意度如何？（1分表示非常不愿意，5分表示非常愿意）

来源：艾瑞咨询于2018年12月通过iClick调查获得，总样本量N=505。

2018年中国不同年龄段的商旅人士对预定超出公司差标的酒店/房型的付费意愿



问题：请问您的年龄是？请问您是否愿意支付更多费用，预定超出公司差标的酒店/房型？（1分表示非常不愿意，5分表示非常愿意）

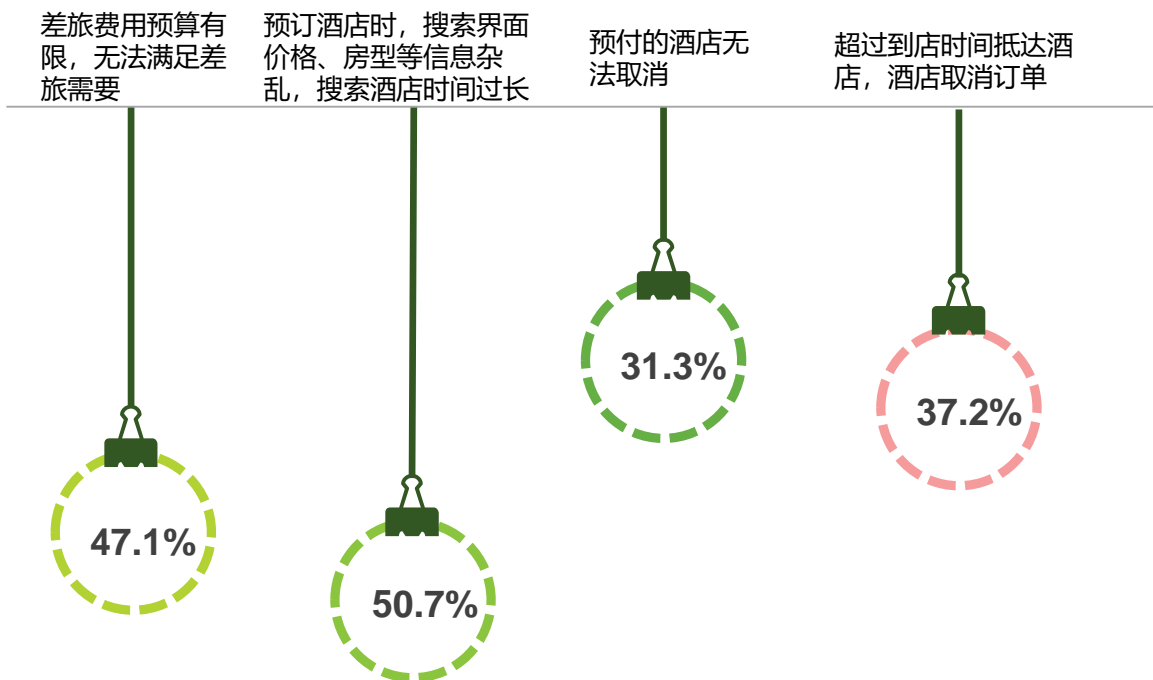
来源：艾瑞咨询于2018年12月通过iClick调查获得，总样本量N=505。

商旅人士对住宿的期望

让酒店预订更轻松，让住宿差标更灵活

根据艾瑞调研数据，预订酒店界面价格、房型等信息杂乱导致搜索酒店时间过长，以及差旅费用预算有限、无法满足差旅需要是商旅人士在安排住宿时遇到的主要困扰。商旅人士较为注重时间效率及住宿质量，因此，如何让商旅人士在酒店预订时更轻松，享受更灵活的住宿差标，是实现商旅人士住宿期望的着力点。

2018年中国商旅人士在安排住宿时遇到的问题



问题：请问您出差时在住宿方面遇到过哪些问题？
来源：艾瑞咨询于2018年12月通过iClick调查获得，总样本量N=505。

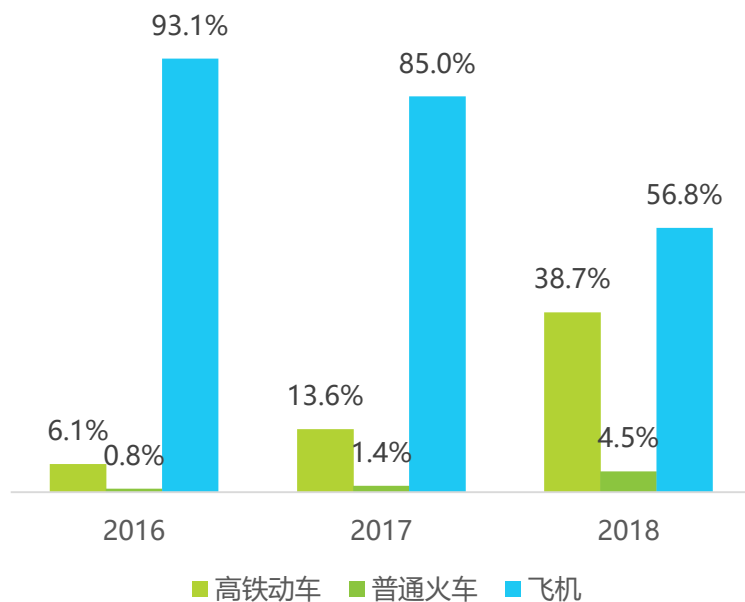
| | |
|-------------------|----------|
| 全球差旅市场概况 | 1 |
| 中国商旅管理行业分析 | 2 |
| 企业差旅消费概况及趋势 | 3 |
| 企业商旅人士行为分析 | 4 |
| • 住宿行为偏好分析 | |
| • 出行行为偏好分析 | |
| 企业诉求调研及TMC市场情况分析 | 5 |
| 中国商旅管理行业发展趋势 | 6 |

出行行为：出行时间及方式

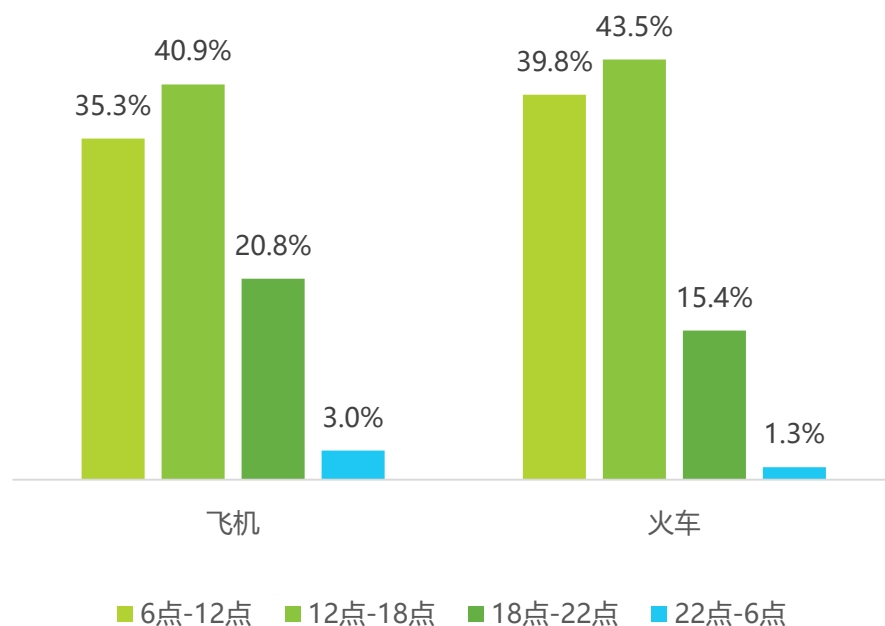
超九成商旅人士选择飞机和高铁作为出行方式

企业商旅人士出行时对时间效率要求较高，数据显示，2018年超九成商旅人士选择飞机和高铁方式出行，其中，选择动车高铁出行的商旅人士占比达38.7%。对比以往的出行数据来看，随着高铁的迅速发展，我国动车、高铁的运营里程不断增加，以高铁动车为主要出行方式的商旅人士占比显著增加。在出行时间方面，更多商旅人士集中在白天出行，12点-18点是出行高峰期。

2018年中国商旅人士的出行方式分布



2018年中国商旅人士的出行时间分布



注释：图中数据为受管控的差旅出行的占比。
来源：携程商旅数据研究院，艾瑞咨询研究院绘制。

注释：数据统计时间为2018.1-2018.11。
来源：携程商旅数据研究院，艾瑞咨询研究院绘制。

出行行为：航线热门城市/国家/地区

国内以一线和新一线城市为主，国际出行多为亚洲国家及地区

以飞机为主要出行方式的国内商旅人士，2018年出行的国内热门城市主要集中在一线及新一线城市，上海、北京、深圳、广州四个一线城市位列航线热门城市前四名，航线热门城市TOP5-TOP10分别为成都、重庆、西安、杭州、武汉、昆明，相对2017年来说，国内热门航线城市没有明显的变化，其中昆明跻身热门航线城市第十名。从国际出行目的地来看，我国企业商旅人士国际出差的排名前三的目的地分别为中国香港、美国和日本，此外，在中国商旅人士出行国家TOP10中，有7个国家是亚洲国家及地区，亚洲国家及地区为中国差旅出行的重要目的地，相对于2017年，中国商旅人士乘坐飞机去往中国台湾、泰国、马来西亚出差的频次有所增加，去往法国和德国出差的中国商旅人士有所减少。

2018年中国商旅国内热门航线城市 (国内) TOP10



2018年中国商旅热门航线国家及地区 (国际) TOP10



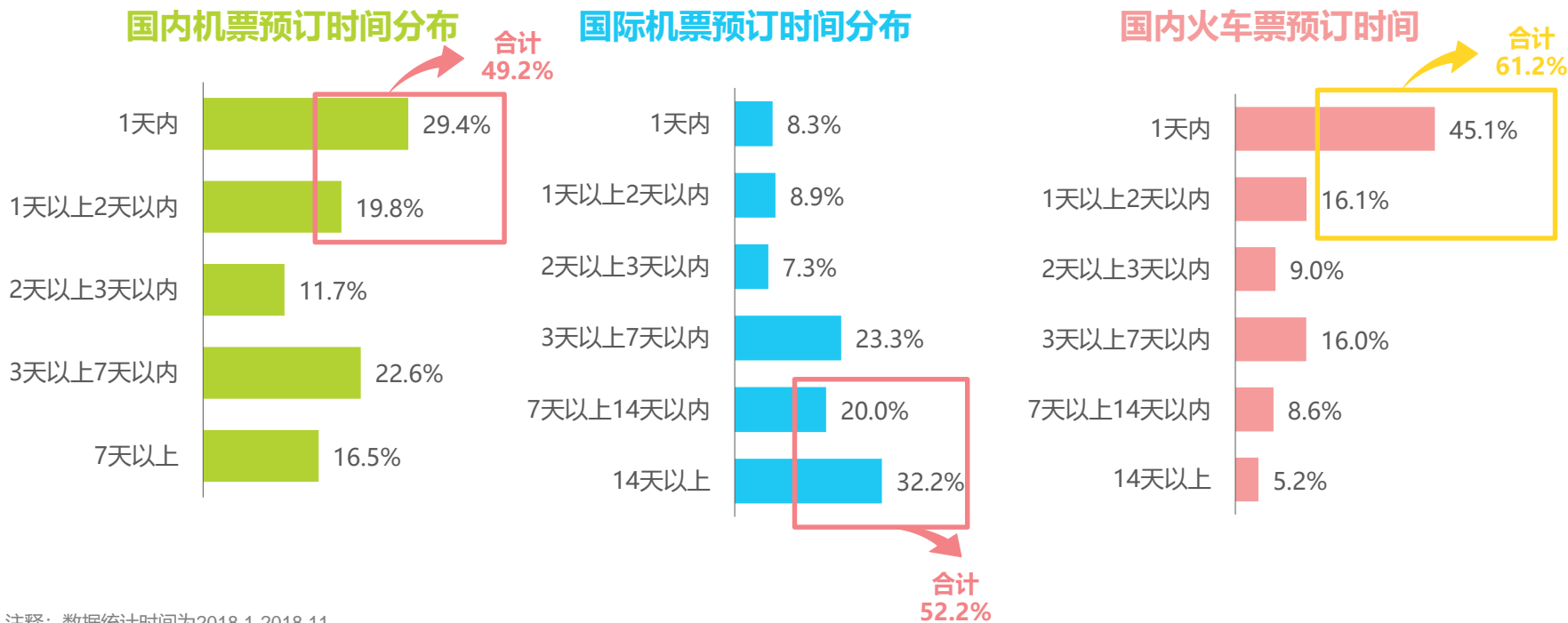
注释：数据统计时间为2018.1-2018.11。
来源：携程商旅数据研究院，艾瑞咨询研究院绘制。

出行预订习惯：预订时间

国内出行多在2天内预订，超半数国际出行至少会提前7天预订

商旅人士在国内出差时，不论是选择飞机还是火车的出行方式，大多数商旅人士都会在2天内预订机票/火车票，其中49.2%的商旅人士在2天内预订机票，61.2%会在2天内订火车票。与之相反的是，国外出差时，提前7天以上预订机票的商旅人士所占比例达52.2%，其中提前14天以上订票占比最高，为32.2%。

2018年中国商旅人士出行预订时间分布



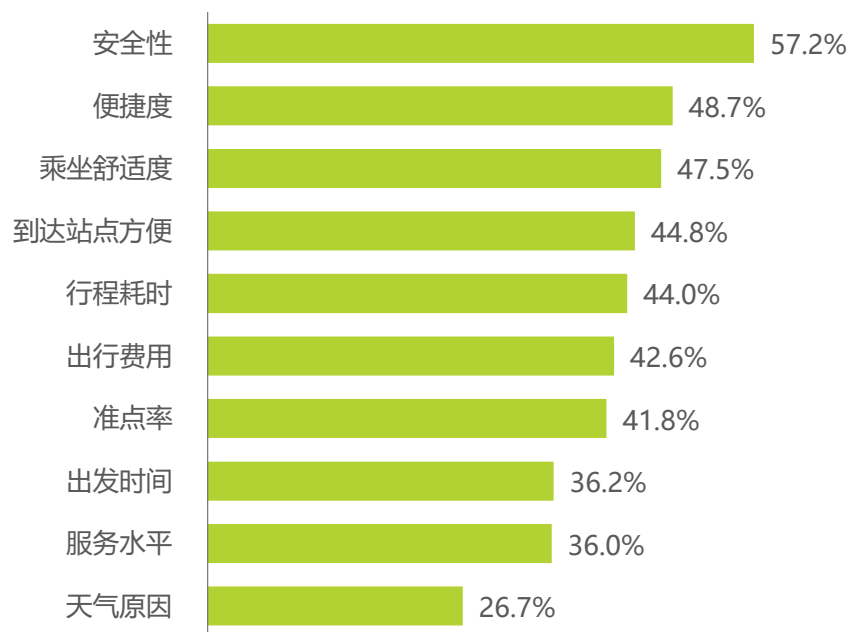
注释：数据统计时间为2018.1-2018.11。
来源：携程商旅数据研究院，艾瑞咨询研究院绘制。

出行预订习惯：选择出行方式看重因素

安全性是商旅人士出行时最为看重的因素

在对商旅人士进行选择出行方式看重的因素的调查中，出行方式的安全性是商旅人士最看重的因素，此外，便捷度以及乘坐的舒适程度、行程耗费时间等方面也是商旅人士在选择出行方式时较为看重的因素。

2018年中国商旅人士选择出行方式时看重的因素



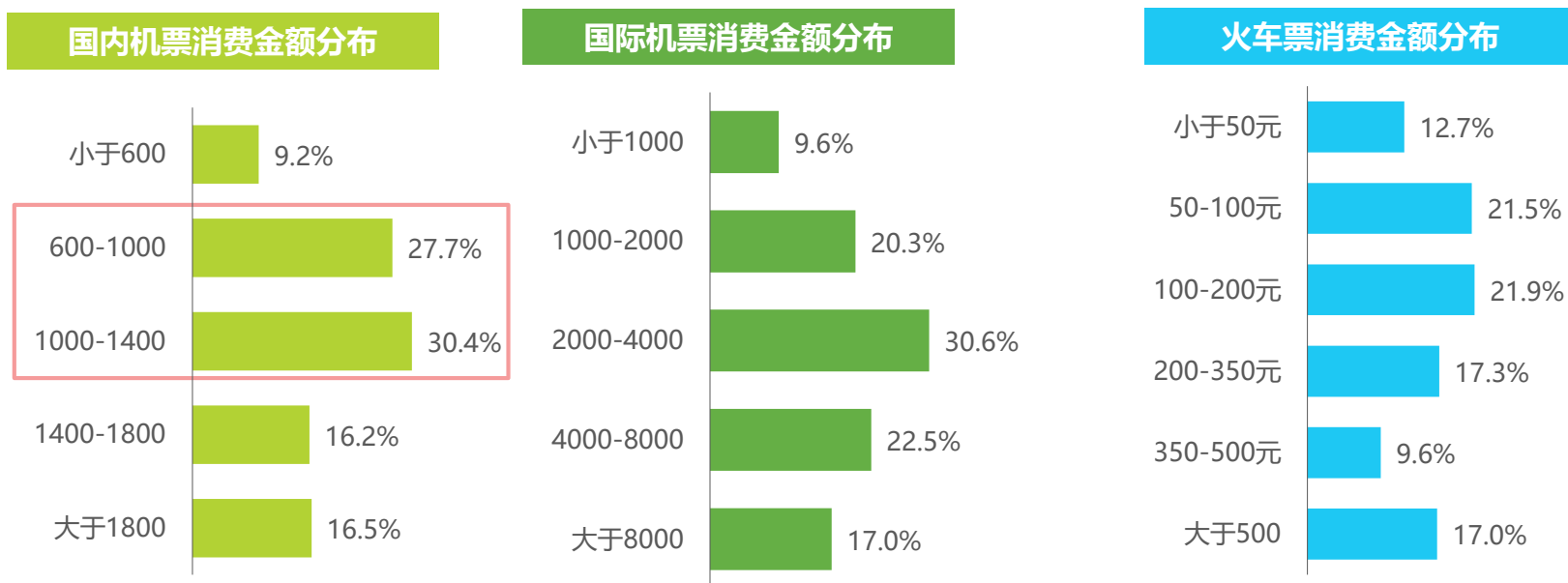
问题：请问您在出差时选择出行方式时看重的因素有哪些？
来源：艾瑞咨询于2018年12月通过iClick调查获得，总样本量N=505。

出行消费偏好：消费金额

国内机票集中在600-1400元，火车票及国际机票花费相对均衡

在出行方式消费金额方面，不同出行方式的出行花费也不同。根据携程商旅数据，国内机票消费金额在600-1400元的商旅人士占比为58.1%，其中机票花费1000-1400元的商旅人士最多，占比为30.4%。相对国内机票来说，各价格区间的火车票及国际机票花费相对均衡。国际机票方面，花费2000-4000元购买机票的商旅人士最多，占比30.6%；其次为4000-8000元，占比为22.5%；国际机票花费1000-2000的商旅人士占比为20.3%。在火车票花费方面，花费50-100元、100-200元、200-350元以及多于500元购买火车票的商旅人士相差不多，总体来说，有60.7%的商旅人士花费50-350元购买火车票。

2018年中国商旅人士平均每次出行的消费金额分布



注释：数据统计时间为2018.1-2018.11。

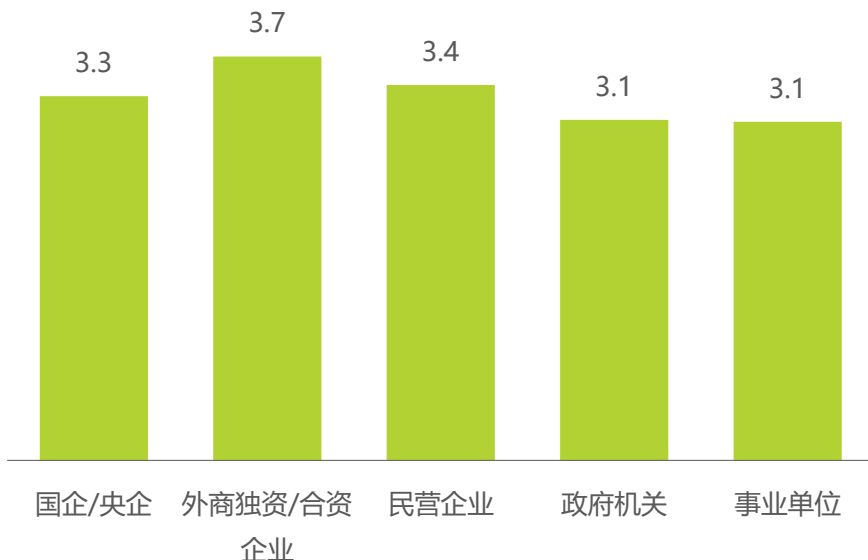
来源：携程商旅数据研究院，艾瑞咨询研究院绘制。

外资企业商旅人士更愿意为增值服务买单 iResearch 艾瑞咨询

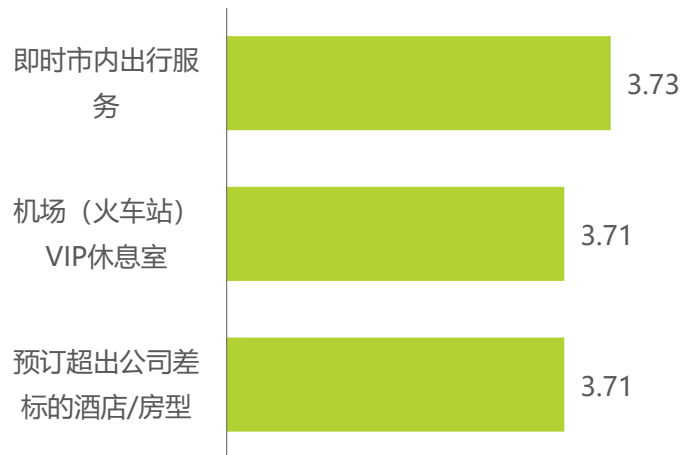
其中即时出行/VIP休息室/高标准的酒店付费意愿较强

外资/合资企业的商旅人士对于出行及住宿体验有着较高的要求，他们更愿意通过额外的花费来获取满足其商旅需求的服务。调研数据显示，外商独资/合资企业员工对付出额外花费获取即时市内出行、机场/火车站VIP休息室等服务意愿最为强烈，整体意愿超出平均水平；相对来说，政府机关和事业单位员工付出溢价获取即时市内出行、机场/火车站VIP休息室等服务的意愿较低。

2018年中国不同类型的商旅人士付出溢价获取更好服务的意愿



2018年中国外资/合资企业商旅人士愿意溢价购买的服务种类



问题：请问贵公司的企业类型是？请问您是否愿意支付更多费用，获取更完善的服务？
(1分表示非常不愿意，5分表示非常愿意)
来源：艾瑞咨询于2018年12月通过iClick调查获得，总样本量N=505。

问题：请问贵公司的企业类型是？—外商独资/合资企业；请问您是否愿意支付更多费用，获取更完善的服务？(1分表示非常不愿意，5分表示非常愿意)
来源：艾瑞咨询于2018年12月通过iClick调查获得，总样本量N=505。

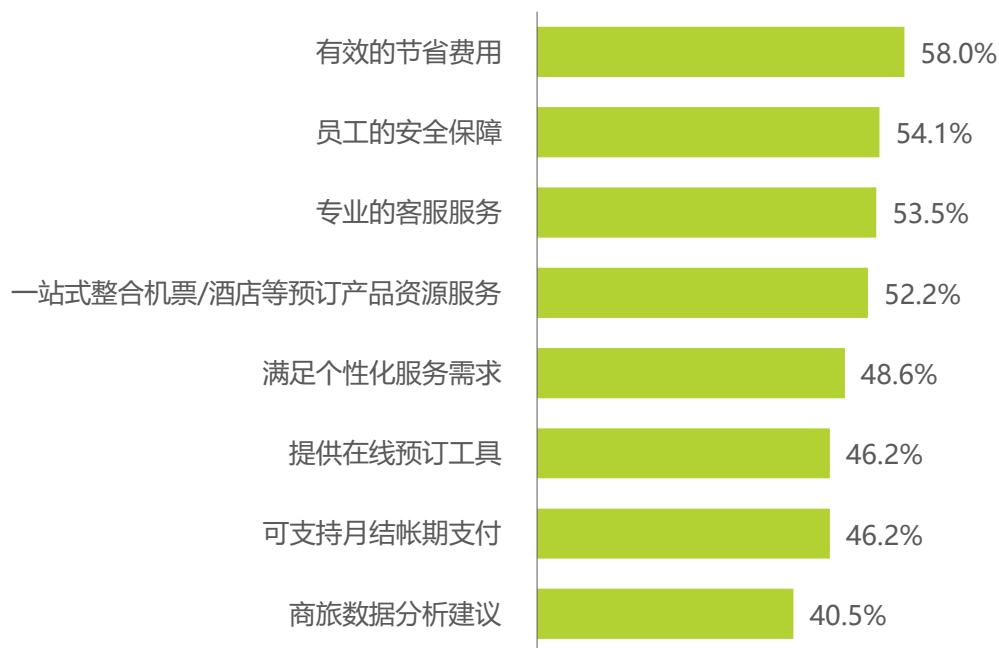
| | |
|---|---|
| 全球差旅市场概况 | 1 |
| 中国商旅管理行业分析 | 2 |
| 企业差旅消费概况及趋势 | 3 |
| 企业商旅人士行为分析 | 4 |
| <ul style="list-style-type: none">• 住宿行为偏好分析• 出行行为偏好分析 | |
| 企业诉求调研及TMC市场情况分析 | 5 |
| 中国商旅管理行业发展趋势 | 6 |

TMC使用背景：商旅管理需求

降低成本/提高安全性/专业高效的服务是企业差旅管理主要需求

对于企业来说，差旅行为是必不可少的，而差旅费是其最大的可控成本之一。根据调研数据显示，企业进行商旅管理的首要需求是有效的节省商旅费用。随着新技术的快速发展以及商旅人士需求和期望值的提高，专业及高效的商旅服务成为现下企业进行商旅管理的重要需求。此外，提高出差的安全性，给予员工出差安全保障也是企业商旅管理的主要需求之一。

2018年中国企业商旅管理需求



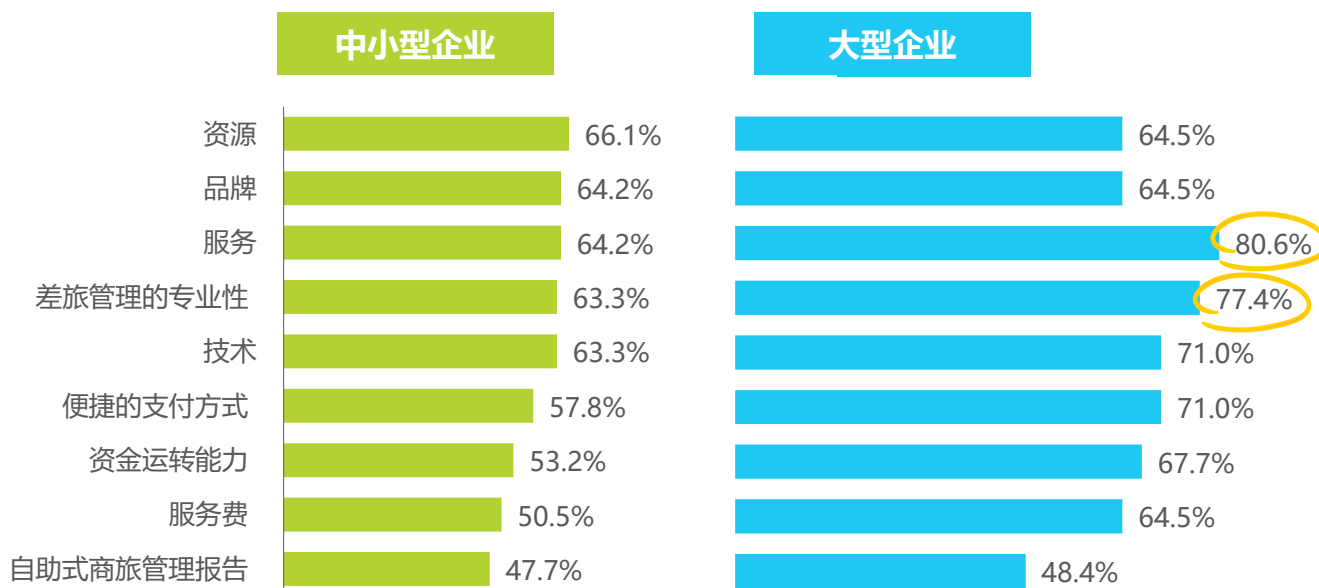
问题：请问贵公司希望专业商旅管理公司（TMC）满足您哪些需求？
来源：艾瑞咨询于2018年12月通过iClick调查获得，总样本量N=503。

TMC使用背景：选择TMC时考虑因素

大企业更注重TMC服务及专业性，中小企业考虑因素较为分散

在选择TMC时，不同类型的企业对TMC有着不同的考虑因素。大型企业在选择TMC时除看重TMC的服务能力外，也较为看重TMC的差旅管理专业性。中小企业在选择TMC时考虑因素较为分散，TMC的资源、品牌、服务、专业性、技术等方面都是其比较看重的因素。因此，TMC在面对大型的企业客户时，应着重展现服务能力及差旅项目合规合理能力；对于中小企业来说，应根据企业不同的需求，重点突出与需求相对应的能力以及商旅综合服务能力。

2018年中国企业选择TMC时考虑的因素



问题：请问贵公司目前的员工数量是？请问贵公司在选择商旅服务供应商时，看重哪些因素？
来源：艾瑞咨询于2018年12月通过iClick调查获得，总样本量N=503。

TMC使用背景：企业对酒店管控的需求 iResearch 艾瑞咨询

希望TMC提供更高效率的酒店预订体验及更丰富的可选资源

根据对已使用TMC的企业对酒店管控需求的调查显示，企业对管控下的酒店产品和服务水平的要求更高。其中，希望TMC能够提供更高效率的酒店预订体验的企业占比57.3%，54.3%的企业希望TMC能够扩大可选择酒店的范围及数量，51.9%的企业希望增加高品质协议酒店的数量。由此可见，随着酒店管控趋势的增强，目前正在使用TMC管控酒店的企业，对TMC能够提供的酒店预订功能、酒店供应商资源的数量和质量都有着较高的要求。

2018年中国企业对TMC酒店产品及服务水平的要求

提高搜索、预订酒店流程的效率

57.3%

扩大可选择酒店的范围及数量

54.3%

增加高品质协议酒店的数量

51.9%

控制预订酒店的成本

46.4%

问题：请问贵公司对酒店管控的需求有哪些？

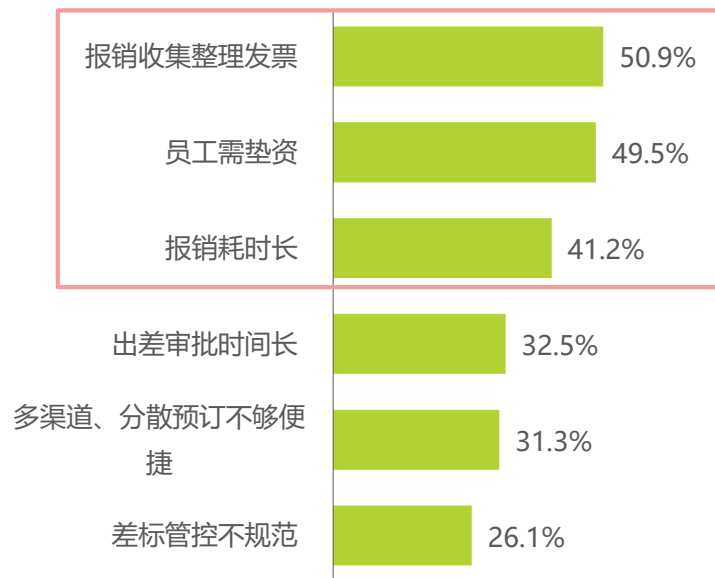
来源：艾瑞咨询于2018年12月通过iClick调查获得，总样本量N=503。

TMC使用背景：差旅员工支付结算诉求 iResearch 艾瑞咨询

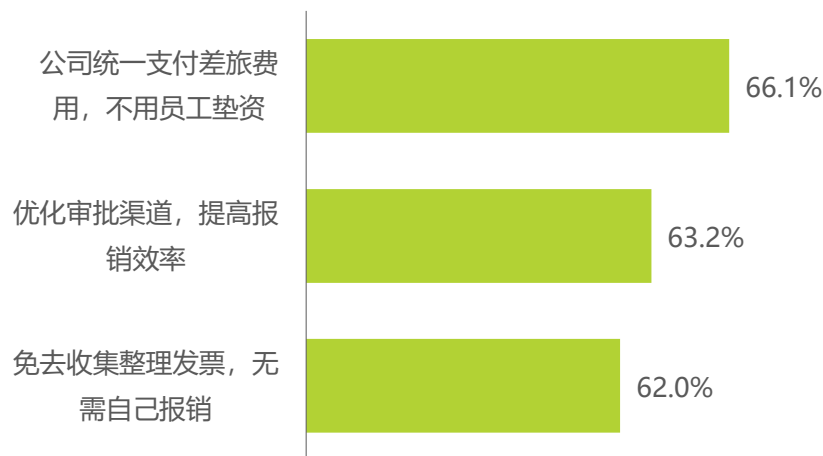
零垫资/零报销是差旅员工对支付结算的核心诉求

根据艾瑞调研数据，差旅员工对企业差旅流程最不满意的三个方面分别是报销收集整理发票、员工需垫资以及报销时间长。与之相对应，在差旅员工对差旅管理的诉求的调查中，公司统一支付差旅费用，不用员工垫资、提高报销效率、无收集整理发票是差旅员工主要关注点。由此可见，零垫资、零报销是差旅员工的核心诉求，同时也是提高差旅出行员工满意度的主要因素。

2018年中国企业差旅员工对差旅流程不满的因素



2018年中国企业员工对差旅支付结算的诉求



问题：请问您对于公司差旅流程不满的地方是？
来源：艾瑞咨询于2018年12月通过iClick调查获得，总样本量N=505。

问题：在出差费用支付结算时，您希望公司可以满足以下哪些方面需求？
来源：艾瑞咨询于2018年12月通过iClick调查获得，总样本量N=505。

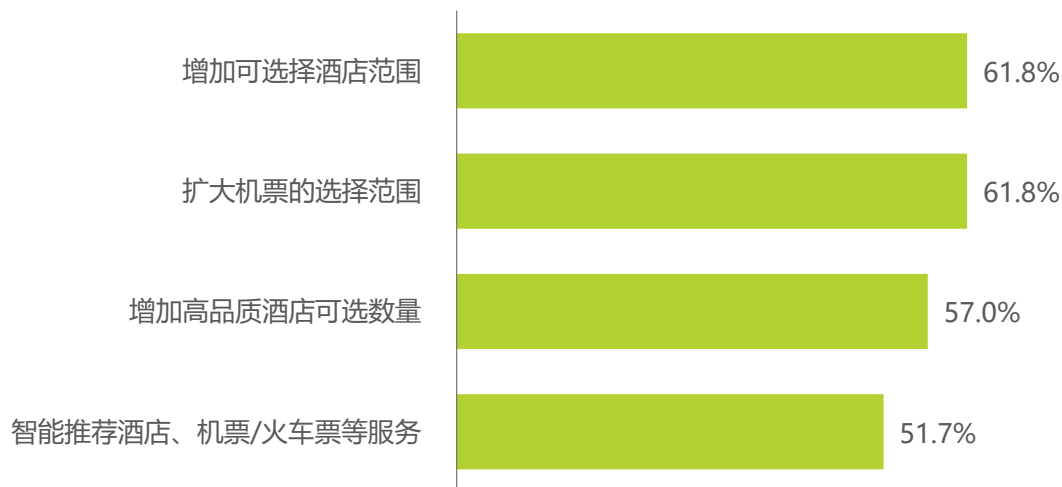
TMC使用背景：差旅员工出行预订诉求 iResearch

艾 瑞 咨 询

灵活的差旅标准是差旅员工对出行预订的诉求

从差旅员工对出行预订的需求来看，有灵活的差旅标准是差旅员工对出行预订的最主要的诉求。部分企业会要求TMC屏蔽其员工差标范围外的酒店，但部分员工希望能够看到此类酒店的选择，并愿意通过额外支付价钱来入住更高标准的酒店。因此，从这个角度来说，以扩大机票/酒店选择范围为首的这类需求即为差旅员工对灵活差旅标准的诉求。

2018年中国企业员工对出行预订的诉求



问题：在出差预定酒店及火车票/机票等时，您希望公司可以满足以下哪些方面需求？

来源：艾瑞咨询于2018年12月通过iClick调查获得，总样本量N=505。

TMC使用背景：差旅管理者诉求

智能对账/提高对账效率是差旅管理者的核心诉求

对于企业差旅管理者来说，在支付结算方面，更希望可以优化企业内部商旅成本的分摊流程、提供清晰明了的综合对账单以及简化员工报销、对账及结算流程。因此，对TMC来说，通过技术手段为企业提供智能对账、自动对账等服务，可提高企业差旅人员的对账效率，进而提高企业的满意度。

2018年中国企业差旅管理者对支付结算的诉求



问题：请问贵公司希望商旅管理公司（TMC）未来在支付结算方面可以提供哪些服务？

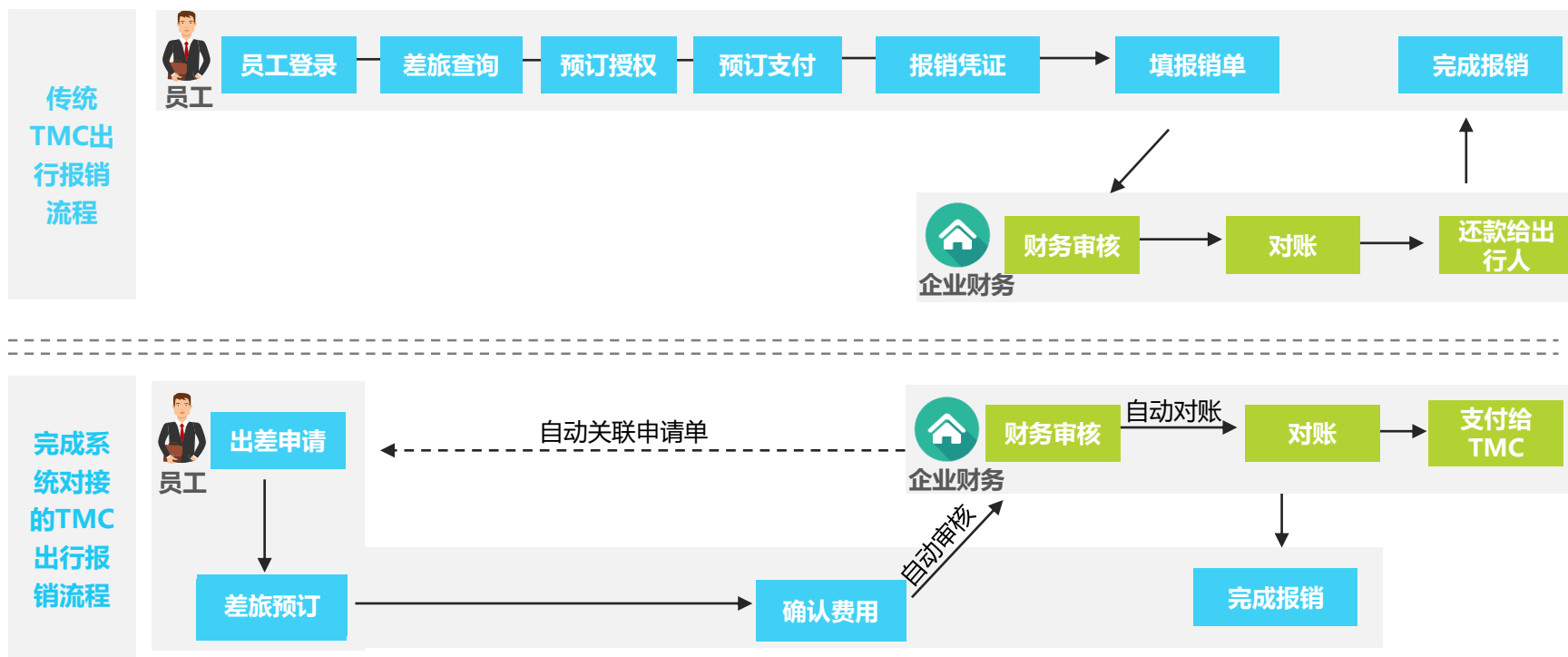
来源：艾瑞咨询于2018年12月通过iClick调查获得，总样本量N=503。

TMC使用感知：简化差旅管理流程

全流程差旅管理可提高差旅管理效率、提高员工满意度

随着企业差旅管理意识的不断提高，其差旅管理需求也在发生改变。现阶段，企业不仅想要节省差旅成本，更是对差旅流程的优化以及提升差旅管理效率等方面提出了要求。TMC的全流程差旅管控整合了出差申请、审批、预订、付费、报销等环节，大幅提高了差旅效率的同时，也解决了员工垫资、整理发票及报销等差旅管理的痛点，提升员工对差旅的满意度。此外，TMC会根据其资源、技术、经验等优势，使企业差旅成本最小化，实现对差旅成本的控制。

2018年中国TMC差旅出行报销流程



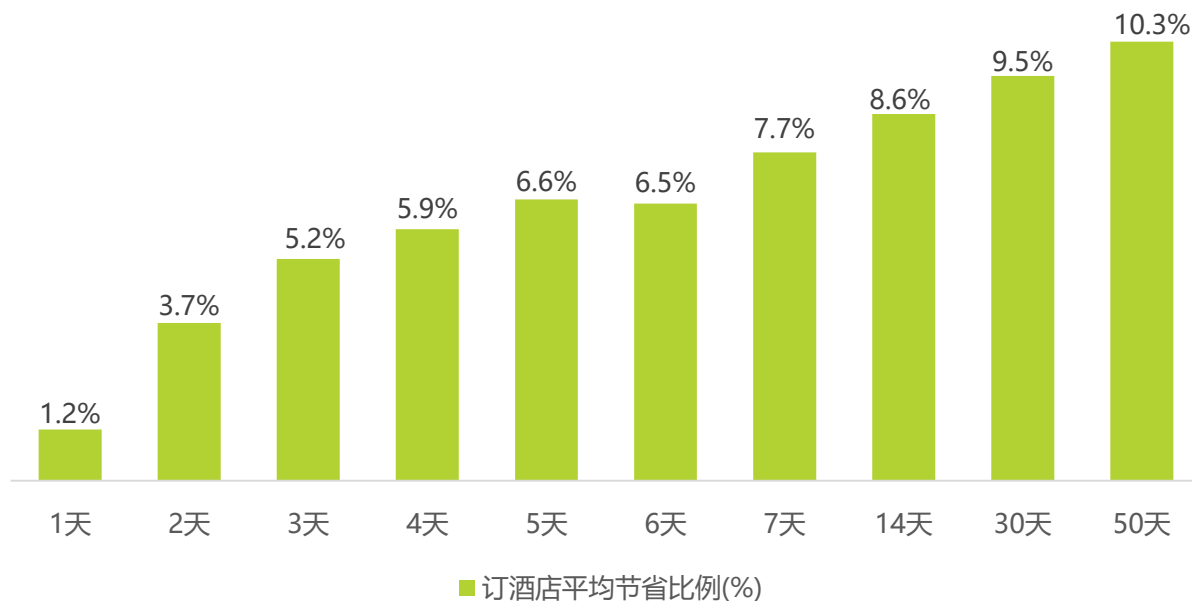
来源：综合公开资料、企业及专家访谈整理，艾瑞咨询研究院自主研究及绘制。

TMC使用感知：节省企业差旅住宿成本

提前7天以上预订酒店平均节省比例超7%

在预订差旅住宿时，预订时间的不同，酒店的预订价格也不同，数据显示，提前7天预订酒店可比当天订酒店价格平均节省7.7%，提前一个月订酒店价格平均节省9.5%。TMC可以实时监控酒店预订价格，可帮助企业以较为优惠的价格预订酒店，帮助企业节省差旅住宿成本。

2018年中国商旅人士提前预订酒店平均节省价格分布



注释：数据统计时间为2018.1-2018.11。
来源：携程商旅数据研究院，艾瑞咨询研究院绘制。

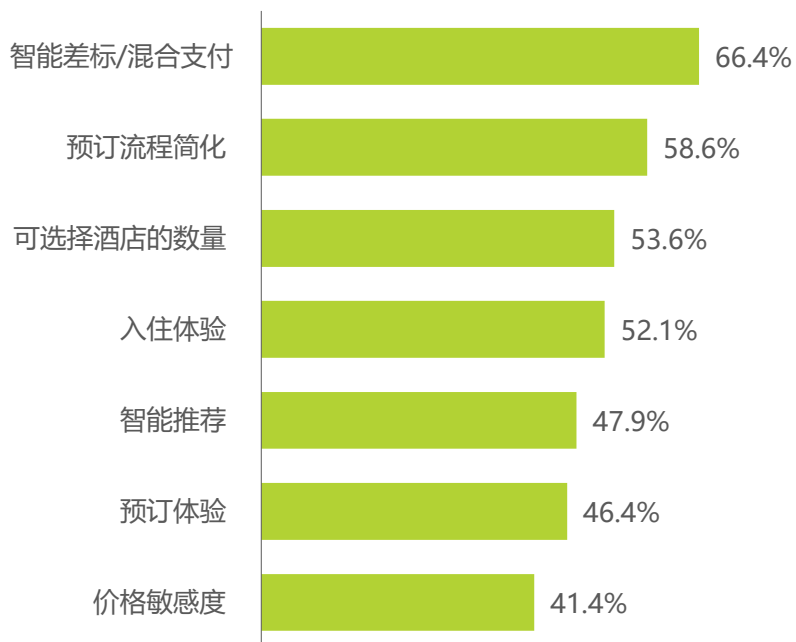
TMC使用感知：企业预订住宿的关注点 iResearch

艾 瑞 咨 询

更关注灵活的差标管控、极简流程和酒店资源

企业在使用TMC预订差旅住宿产品时，人性化的差标费用管控（如差标内费用由公司支付，超标部分由员工个人支付）是其最为关注的一点。对员工来说，可有效提升其出行体验，员工无需再受制于僵化的差旅政策与行程，可自主安排行程满足个性化出行需求，在差旅途中拥有更舒适的体验；对企业来说，可节省差旅成本及提高效率。此外，企业对差旅住宿的价格敏感度较低，差旅住宿的流程简化及可选择的酒店数量、入住体验也是企业预订差旅住宿的主要关注点之一。

2018年中国企业在TMC预订住宿产品时的主要关注点



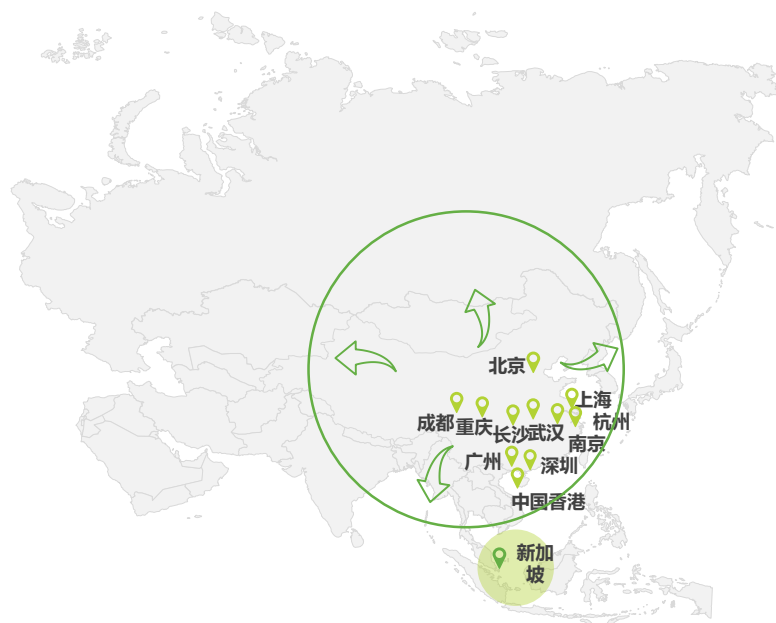
问题：请问贵公司在商旅管理公司（TMC）预订住宿产品时的主要关注点是什么？
来源：艾瑞咨询于2018年12月通过iClick调查获得，总样本量N=503。

TMC服务能力：全球范围内的服务能力 iResearch 艾瑞咨询

TMC强大的商旅服务覆盖范围可为企业提供更优质的服务

随着中国经济的发展，国内公司在海外业务及国外企业在中国的业务量都随之增加，因此对商旅管理公司（TMC）的服务能力提出了更高的要求，TMC强大的商旅服务覆盖范围可为企业客户提供更优质的服务，提升企业商旅人士的差旅体验。以携程商旅为例，现阶段，携程商旅具有重庆、长沙、南通、北京、成都、广州、上海、深圳、杭州、南京、武汉、新加坡、中国香港13个办事处，其商旅服务已覆盖到全国以及亚太地区（新加坡、中国香港），除可提供国内差旅服务外，也可满足中国企业在海外差旅服务需求。

2018年携程商旅的办事区域分布及可覆盖到的商旅服务区域分布



来源：公开资料，艾瑞咨询研究院自主研究及绘制。

TMC服务能力：产品资源整合能力

TMC丰富的机酒资源及资源整合能力，可为企业降低差旅成本

具有丰富的低价机票/酒店资源、强大资源整合能力、数据收集及优化等能力的商旅管理公司，可帮助企业客户最大化的降低差旅成本。以携程商旅为例，目前携程商旅提供机票（国际/国内）、国内外酒店、用车、会奖旅游（MICE）等商旅服务，且与各类产品供应商有着丰富的合作资源，具备较强的议价能力，可为企业提供价格优惠的各类产品，帮助企业节省差旅支出。

2018年携程商旅可提供的产品/服务以及与各类供应商资源

产品及服务



机票（国际/国内）



酒店（国际/国内）



火车票



用车（国内接送机/
即时用车/租车）



会奖旅游（MICE）



度假

合作资源



航空公司

国内：40家

国际：400+家（包括廉航在内）



酒店

140万家



用车

至尊、一嗨、首汽、神州、赫兹、滴滴、大众出行、曹操、平行海外、安飞士、AA、携程专车、SIXT等合作企业

| | |
|---|---|
| 全球差旅市场概况 | 1 |
| 中国商旅管理行业分析 | 2 |
| 企业差旅消费概况及趋势 | 3 |
| 企业商旅人士行为分析 | 4 |
| <ul style="list-style-type: none">• 住宿行为偏好分析• 出行行为偏好分析 | |
| 企业诉求调研及TMC市场情况分析 | 5 |
| 中国商旅管理行业发展趋势 | 6 |

中国商旅管理行业发展趋势：市场格局

行业集中度将会提升，且将逐步向OTA及大型TMC集中

在商旅产品的供给端，随着企业对商旅管理接受程度的逐渐提升，企业对商旅管理产品的需求由单一的产品逐渐向多产品管控和全流程管控转变，对TMC的产品及资源整合能力也提出了一定的要求，可提供机票、酒店、火车票、用车、MICE等全差旅产品的TMC将会具备较强的竞争力。在企业客户需求端，现阶段，企业已不仅仅满足于商旅管理的基本需求，对企业内部的差旅管理、费控、成本控制以及商旅管理的技术化程度要求越来越高，从而对商旅服务商的要求愈发严格，因此一些缺乏技术、资金能力的商旅服务商会失去生存空间，会使得商旅管理行业集中度提升，并且逐步向大型OTA及TMC集中。

中国商旅管理行业集中度影响因素

商旅产品（供给端）：

随着商旅管理的发展，企业对商旅管理产品的需求由单一的产品逐渐向多产品管控和全产品管控转变，可提供机票、酒店、火车票、用车、MICE等全差旅产品的TMC将会具备较强的竞争力。



行业集中度提升，且将逐步向大型OTA及TMC集中



企业客户（需求端）：

现阶段，企业客户对其内部的差旅管理、费控、成本控制以及商旅管理的技术化程度要求越来越高，对商旅服务商的要求也会愈发严格，大型TMC具有完备的商旅管理体系及成熟的技术水平，具备较强的竞争力。

中国商旅管理行业发展趋势：管理流程

智能化/定制化/简洁化的商旅服务将成为TMC吸引企业的关键

对于企业管理者来说，报销凭证多、流程繁琐、报销流程长而导致员工不满等是其在差旅出行报销流程中遇到的较大的问题；对于差旅员工来说，差旅出行时遇到的较大的问题则是出差审批时间长、需收集整理发票等方面。TMC可通过技术手段、更完善服务等方式解决企业差旅管理人员及差旅员工的难点/问题，提出智能对账/审核、简化差旅流程、提供定制化等服务来吸引企业客户。因此，随着企业差旅意识的不断提升，以及技术的不断发展，智能化、定制化、简洁化的商旅管理服务将成为TMC吸引企业客户的关键。

2018年中国企业差旅管理者及商旅人士在差旅管理及出行中遇到的问题及TMC可提供的解决方法



企业差旅管理者



企业差旅人员

商旅管理/出差过程中的难点/问题

- 报销凭证多，流程繁琐，效率低
- 管控执行不到位，出现超预算现象
- 报销流程长，到账慢而导致员工不满

.....

- 出差审批时间长
- 出差时需员工垫资
- 需收集整理报销发票，且报销耗时长

.....

TMC解决问题/难点的方法

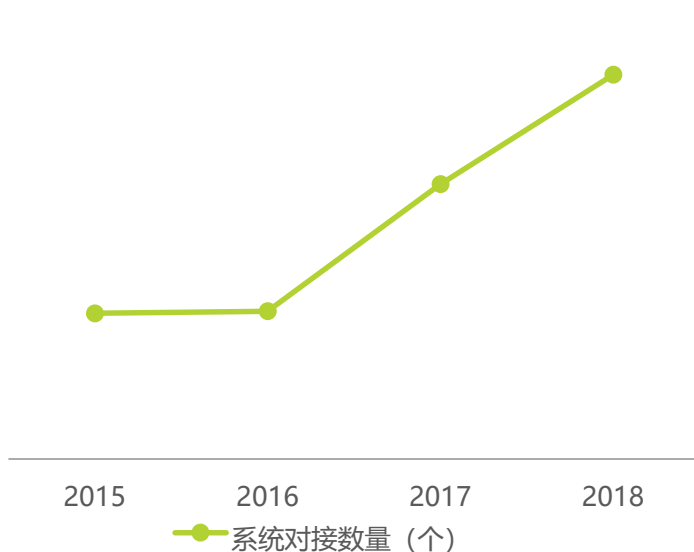
- 为企业提供智能对账、自动对账等服务，通过结算自动化提高财务审核及结算效率
- 简化出差报销审核流程，提高出差报销效率
- 根据企业客户的不同需求，为其提供定制化服务，以此来提高差旅管理者及差旅人员的满意度。

中国商旅管理行业发展趋势：系统对接

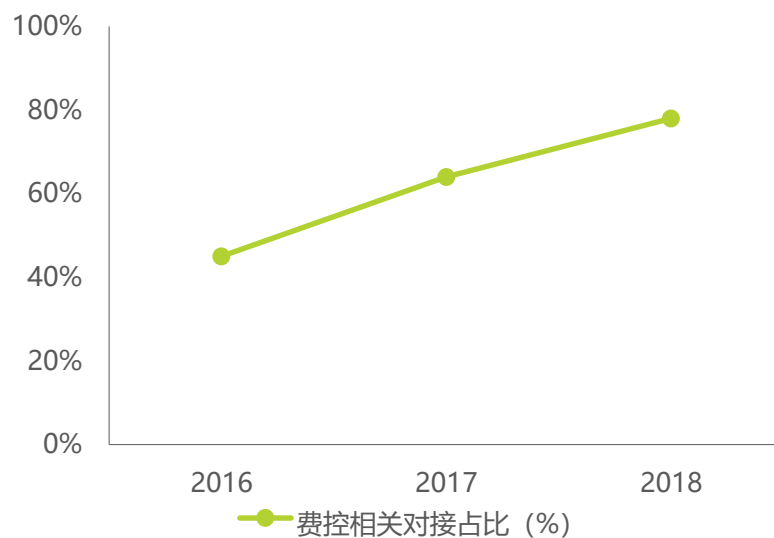
TMC和企业内部系统对接需求递增趋势明显

2018年和两年前相比，系统对接完成的客户增长了160%。更多的企业在选择TMC的时候同时考虑数字化管理转型，打破数据的孤岛，让TMC数据在企业内部的人事系统，审批系统，费控系统，财务系统以及绩效管理系统中发挥更大的作用。未来TMC的数据互通能力会成为企业选择差旅服务商时候的重要考量标准之一，考虑因素包括数据的质量和覆盖面，对接方案的成功案例，以及未来的维护成本。而在系统对接的企业中，更大比例的企业（80% vs 40%）选择了让TMC的订单、结算数据、企业的费用管控、财务结算系统打通，推动企业内部财税一体化的普及。

2015-2018年携程商旅系统对接数量



2016-2018年携程商旅费控相关对接占比



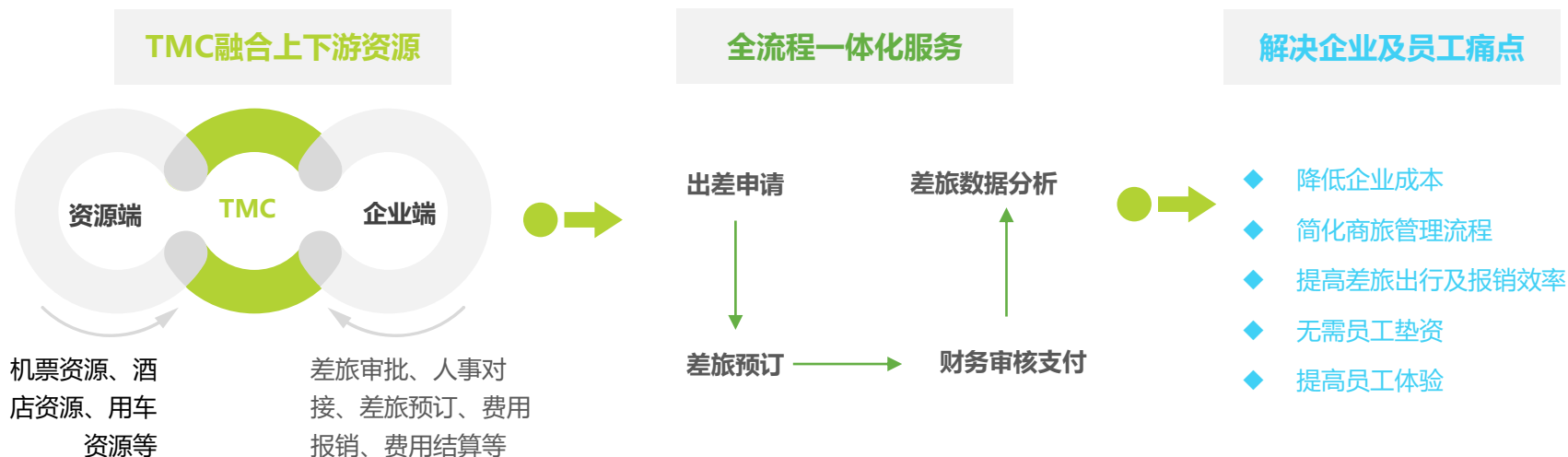
中国商旅管理行业发展趋势：产品服务

艾 瑞 咨 询

产品服务将从单一的产品管控向差旅全流程管控转变

差旅全流程管控即融合商旅管理行业上游的资源供给以及下游企业端的差旅需求，实现差旅审批、人事对接、产品预订、结算对接、数据互通等一体化、全流程的差旅服务。相对于对单一产品管控来说，差旅全流程管控除了可以为企业降低差旅成本、提高效率、提升员工体验外，还能解决报销流程繁琐、无需员工垫资等痛点。随着企业对商旅管理要求及重视程度越来越高，商旅管理的产品服务将从单一的产品管控向全流程差旅管控转变。

TMC融合产业上下游资源提供差旅全流程管控服务



来源：艾瑞咨询研究院自主研究及绘制。

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

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。

为商业决策赋能

EMPOWER BUSINESS DECISIONS



艾 瑞 咨 询