

中国商旅管理市场发展趋势报告

2015年

www.iresearch.com.cn



海量行研报告免费读



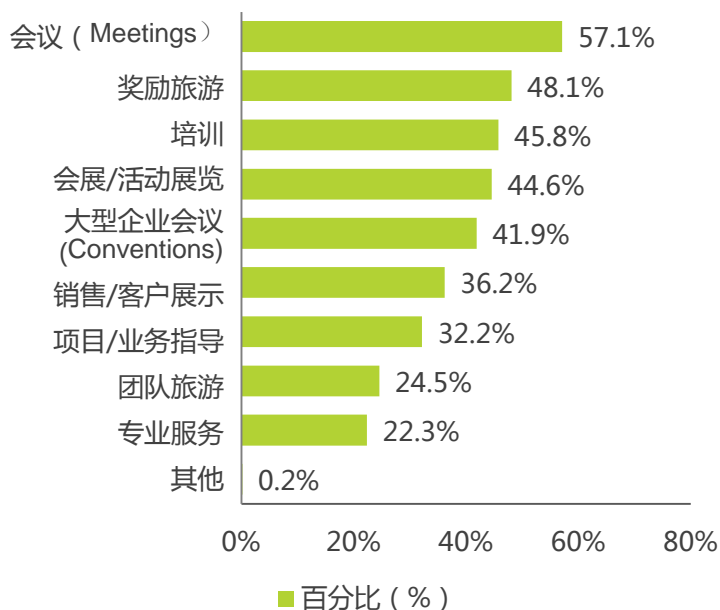
中国商旅管理市场企业客户 现状研究

中国商旅管理市场企业客户现状

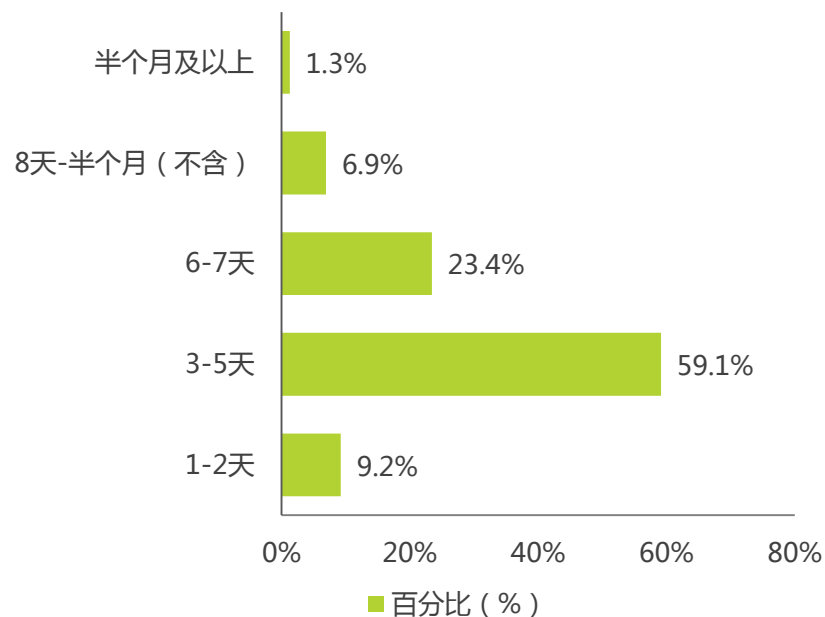
中国商旅管理市场企业客户商旅行为

会议、奖励旅游和培训为中国商旅企业主要商旅目的，MICE活动未来或将占据企业客户商旅出行原因的比重越来越大。从商旅企业客户的逗留时长来看，平均每次出行的逗留时长集中于3-5天。

2015年中国商旅企业客户商旅目的



2015年中国商旅企业客户平均每次商旅逗留时长



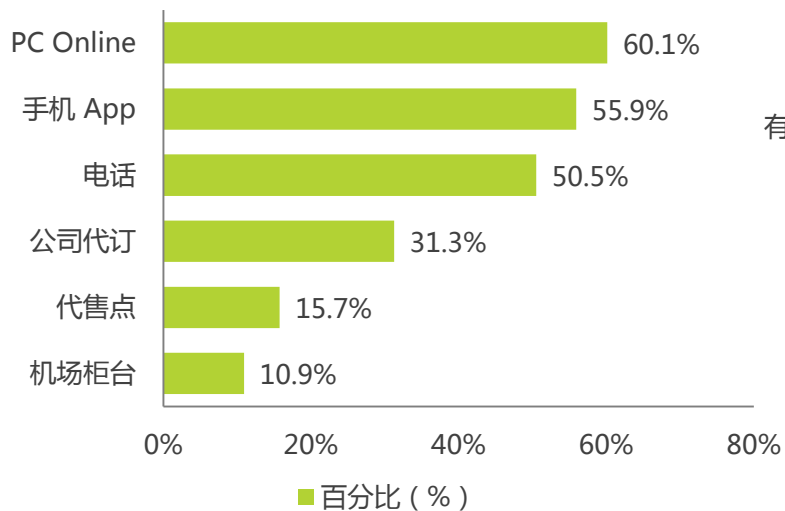
样本：N=998；于2015年5月进行商旅企业用户在线调查获得。

中国商旅管理市场企业客户现状

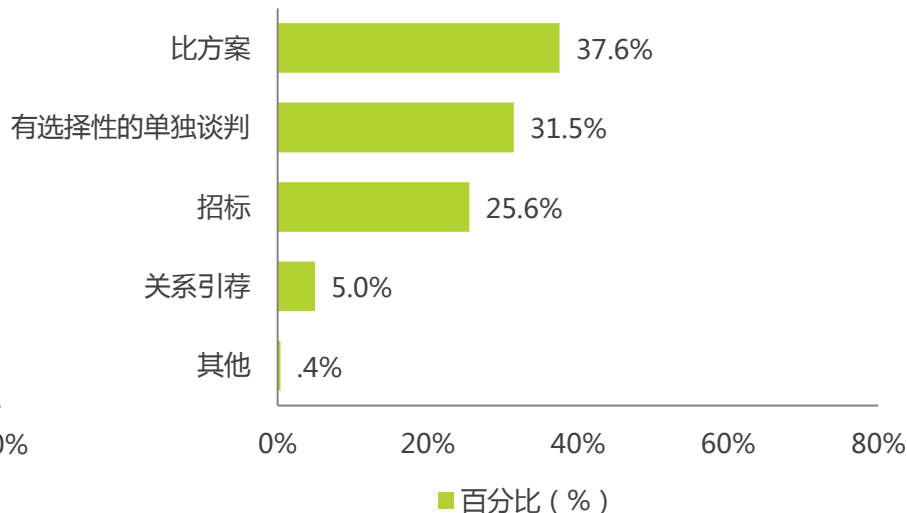
线上预订为首要预订模式，方案比对是选择供应商主流方式

中国商旅管理企业客户差旅预订方式以在线预订、移动端预订和电话预订三种形式居多，线上预订已赶超线下预订。随着移动互联网的飞速发展，一定程度上催使预订模式向无线发展。在供应商的选择上，大多企业仍以比方案和倾向性选择为主。

2015年中国商旅企业差旅预订模式分布



2015年中国商旅企业用户对商旅供应商选择方式



样本：N=998；于2015年5月进行商旅企业用户在线调查获得。

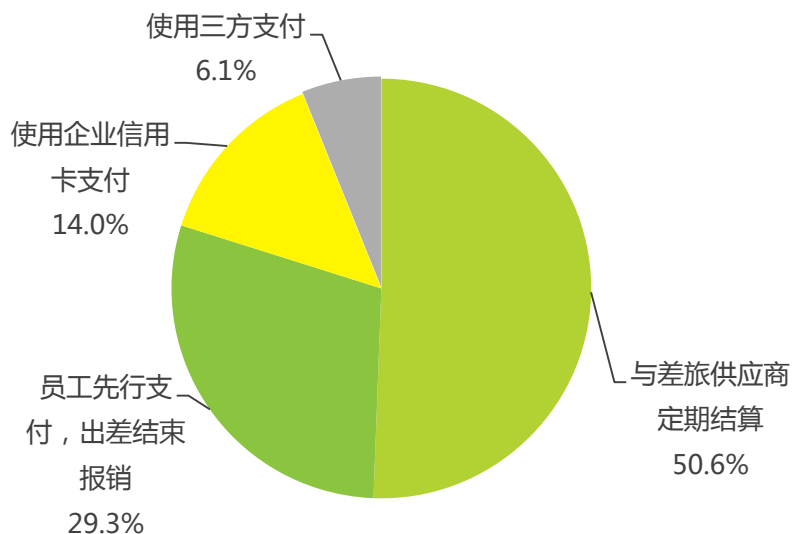
中国商旅管理市场企业客户现状

多数企业采用定期结算方式，供应商垫付压力依旧不减

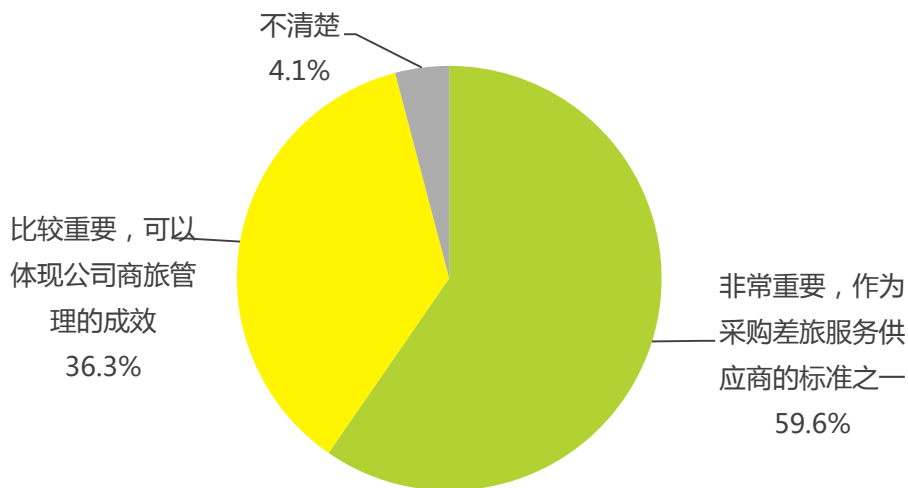
企业结算方式仍以定期结算为主，企业占比高达5成，另有29.3%企业采用员工先行垫付形式；第三方支付及企业信用卡结算形式有待进一步推进发展。

商旅企业对差旅分析报表重视程度较高，近60%的企业认为商旅管理分析报表非常重要，并把商旅管理分析报表作为供应商选择的衡量标准之一。

2015年中国商旅企业差旅费用结算方式分布



2015年中国商旅企业对商旅管理分析报表重视程度



样本：N=998；于2015年5月进行商旅企业用户在线调查获得。

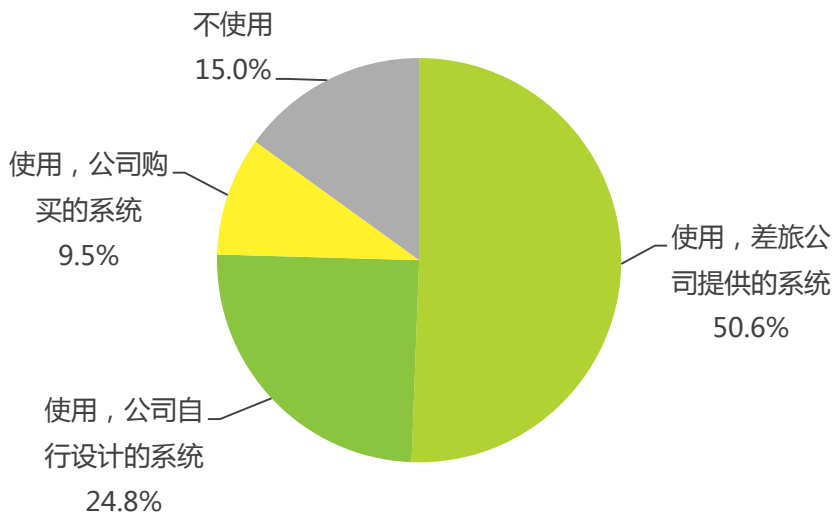
中国商旅管理市场企业客户现状

差旅系统已成企业商旅管理刚需，使用率以20%-50%居多

调研数据显示，目前85%中国商旅企业客户使用差旅管理系统，其中一半用户使用差旅公司提供的系统，24.8%用户使用自行设计的系统，仅有9.5%企业客户是单独购买系统来使用。仅15%的企业不使用差旅系统，说明差旅系统已成为绝大多数企业商旅管理的必备工具。

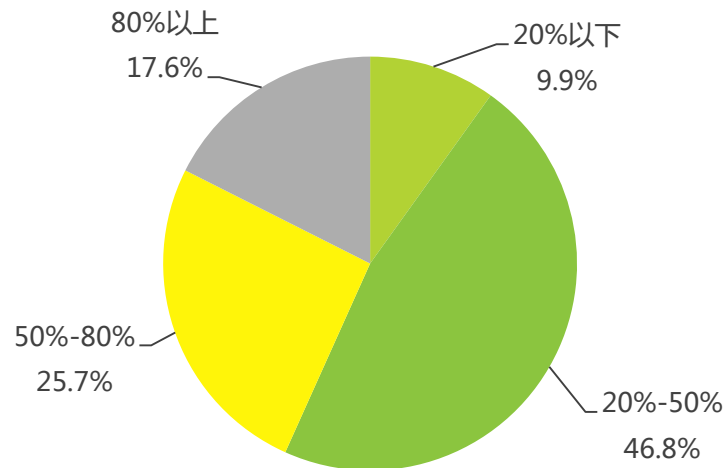
企业客户对差旅系统的使用率集中在20%-50%，占比达46.8%，同时使用率在50%-80%用户有25.7%，差旅管理系统使用频率处于中等频繁水平。随着企业逐渐意识到差旅系统的使用对商旅管理工作快捷有效的帮助，未来差旅系统使用率将愈加频繁。

2015年中国商旅企业客户差旅系统使用情况



N=998

2015年中国商旅企业客户差旅系统使用率



N=848

样本：N=998；于2015年5月进行商旅企业用户在线调查获得。

中国商旅管理市场企业客户需求

降低成本和提升管理效率为商旅企业客户核心目标

根据调研数据，大部分中国商旅企业客户使用商旅管理的目的是为了降低差旅成本、优化流程提升管理效率。相对而言，国企/央企及民营企业较为注重差旅成本的节省，而外资/合资企业更为追求优化流程提升管理效率。

2015年中国商旅企业客户商旅管理目标分布情况

	总体	国企/央企	民营企业	外商独资/合资企业
集中采购降低差旅成本	● 57.4	● 51.6	● 63.3	● 57.2
优化流程提升管理效率	● 55.6	● 51.9	● 52.6	● 61.8
规范化管理	● 45.3	● 41.2	● 47.1	● 47.3
加强员工遵守差旅政策意识	● 23.2	● 25.5	● 19.6	● 24.6
集中供应，增强议价能力	● 23.2	● 22.3	● 24.5	● 22.9
便捷、省力	● 22.7	● 14.2	● 24.5	● 28.9
旅游安全性	● 21.8	● 16.4	● 26.9	● 22.1
提高差旅人员满意度	● 20.0	● 18.6	● 20.5	● 21.0
优化差旅政策	● 19.2	● 16.7	● 18.0	● 22.7
实现差旅项目整合	● 17.6	● 18.6	● 19.3	● 15.3
其他	● 0.4	0.0	● 0.3	● 0.8

样本：总体 N=998，国企/央企 N=318，民营企业 N=327，外商独资/合资企业 N=353；于2015年5月进行商旅企业用户在线调查获得。

中国商旅管理市场企业客户需求

议价能力、服务网络及品牌口碑为企业客户核心考虑因素

中国商旅管理企业客户在选择商旅管理公司时，核心看重管理企业的议价能力、服务网络及行业品牌知名度与美誉度。外企/合资企业考虑因素更为全面，对各项指标的看重程度较国企及民营企业高。国企/央企则比较看重服务网络，而民营企业则较为看重企业提供价格的能力。

2015年中国商旅企业客户选择商旅管理公司考虑因素分布

	总体	国企/央企	民营企业	外商独资/合资企业
提供最优价格的能力	67.9	60.4	71.3	71.7
具备完善的服务网络	66.2	63.8	65.4	69.1
行业品牌知名度与美誉度	56.4	50.3	55.4	62.9
一站式整合产品资源服务	41.0	33.6	38.2	50.1
提供有价值的差旅数据分析报告	40.3	37.4	36.4	46.5
满足个性化服务需求	37.4	33.0	38.5	40.2
支持月结帐期支付	33.7	23.6	34.3	42.2

预览已结束，完整报告链接和二维码如下：

https://www.yunbaogao.cn/report/index/report?reportId=1_21729

