

行業概覽

本節及本文件其他章節所載資料及統計數據乃摘錄自受我們委託的弗若斯特沙利文所編製的報告以及多個政府官方刊物及其他公開刊物。我們就[編纂]委聘弗若斯特沙利文編製獨立行業報告，即弗若斯特沙利文報告。僅來自政府官方來源的資料未經我們、聯席保薦人、[編纂]、彼等各自的任何董事及顧問或參與[編纂]的任何其他人士或各方獨立核實，亦對其準確性不發表任何聲明。

資料來源及可靠性

就[編纂]而言，我們委聘獨立市場研究顧問弗若斯特沙利文對我們經營所在市場進行分析並編製行業報告，佣金為人民幣740,000元。弗若斯特沙利文於1961年在紐約成立，提供各種行業的市場研究及其他服務。本文件所披露的弗若斯特沙利文資料乃經其同意摘錄自弗若斯特沙利文報告。

在撰寫及編製弗若斯特沙利文報告時，弗若斯特沙利文使用以下主要方法從多個來源收集資料、驗證所收集的數據及資料，並將各受訪者的資料及觀點與其他人士的資料及觀點進行交叉核對：(i) 二手研究、其涉及審閱已公佈的官方統計數據來源，包括公司報告、獨立研究報告及基於弗若斯特沙利文的內部研究數據庫的數據；及(ii) 一手研究，包括與行業專家及競爭對手進行深入訪談，並使用適當的模型及指標進行內部分析以得出估計值。

弗若斯特沙利文於編製弗若斯特沙利文報告時，對於預測採用以下主要假設：(i) 全球社會、經濟及政治環境於預測期間很可能保持穩定；(ii) 全球及中國經濟很可能在未來十年保持穩定增長；及(iii) 相關行業關鍵驅動因素很可能在預測期內推動市場。

除另有說明外，本節所載的所有數據及預測均來自弗若斯特沙利文報告。董事經適當考慮後確認，自弗若斯特沙利文報告日期起，整體市場資料並無重大不利變動而令有關資料有重大限制、自相矛盾或造成重大影響。

行業概覽

中國的旅遊市場

概覽

中國的旅遊市場是一個多元化的市場，包括交通、住宿、觀光、餐飲、購物及其他旅遊活動。旅遊市場是國民經濟的重要組成部分，在促進經濟增長方面發揮着重要作用。中國的旅遊市場創造大量的就業機會。

未來，在支持政策和人均可支配收入增長的推動下，中國旅遊市場預期將快速增長。2023年，文化和旅遊部發佈《國內旅遊提升計劃(2023-2025年)》，建議優化旅遊產品結構，創新旅遊產品體系，推出更多滿足市場需求的旅遊產品。此外，隨著移動互聯網、人工智能、大數據等技術的廣泛應用，旅遊體驗將變得更加個性化和舒坦自在。隨著遊客對個性化旅遊體驗的需求不斷上升，講究更加多樣化和靈活服務的市場需求，將驅動中國旅遊市場發展。

市場規模

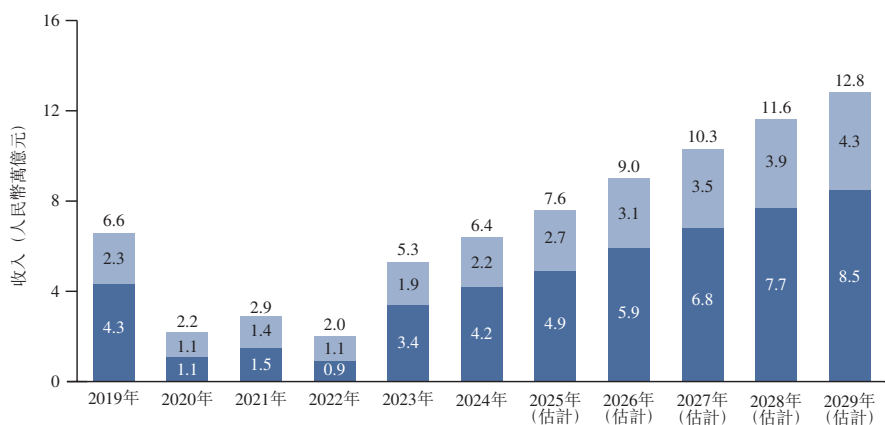
於2019年至2024年，中國旅遊市場的收入由人民幣6.6萬億元減少至人民幣6.4萬億元，複合年增長率為負0.6%。2024年，商務旅遊市場及休閒旅遊市場收入分別達到人民幣2.2萬億元及人民幣4.2萬億元，2019年至2024年的複合年增長率分別為-0.9%及-0.5%，旅遊市場受2020年COVID-19爆發重創。政府採取嚴格防控措施，包括關閉邊境、暫停國際航班及實施隔離政策等。該等措施直接導致國內旅遊需求下降，造成2020年中國的酒店、航空公司及景點等旅遊相關企業的收入減少。於2022年，COVID-19再次爆發導致各地採取限制人員流動、關閉景區及暫停跨省旅遊等防禦措施，直接影響了人們的旅遊計劃，2022年旅遊市場的收入減少31.0%。於2023年，隨著疫情得到有效控制及解除旅遊限制，旅遊市場處於快速復甦階段，2023年中國旅遊市場的收入增加165.0%。

隨著經濟穩步增長及居民收入水平提高，未來旅遊需求將不斷增加，推斷旅遊市場的總收入將由2024年的人民幣6.4萬億元增加至2029年的人民幣12.8萬億元，期內複合年增長率為14.9%。商務旅遊市場及休閒旅遊市場收入預期於2029年分別達到人民幣4.3萬億元及人民幣8.5萬億元，2024年至2029年的複合年增長率分別為14.3%及15.1%。

行業概覽

2019年至2029年（估計）中國旅遊市場的收入

收入	複合年增長率 (2019年至2024年)	複合年增長率 (2024年至2029年 (估計))
商務旅遊	-0.9%	14.3%
休閒旅遊	-0.5%	15.1%
總計	-0.6%	14.9%



附註：中國旅遊市場的收入包括國內旅遊及入境旅遊的收入。

資料來源：中華人民共和國國家統計局；弗若斯特沙利文

中國的綜合互聯網出行服務市場

概覽

綜合互聯網出行服務指基於數字技術及互聯網平台的服務，整合多種交通方式及資源，為用戶提供便捷高效的出行解決方案。綜合出行平台可提供不同交通方案的信息查詢、預訂及支付等服務，並根據用戶需求及偏好定制最佳出行方案。

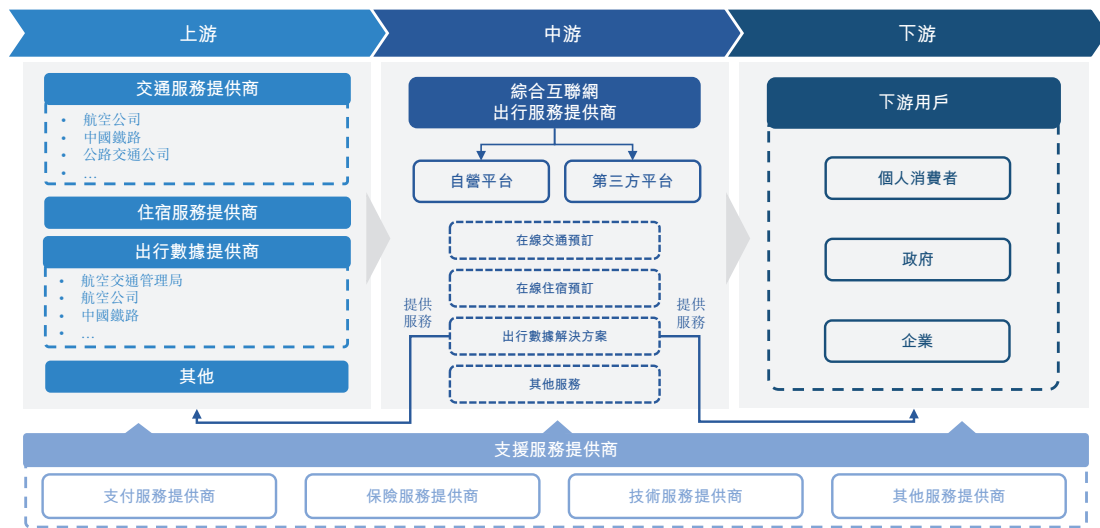
綜合互聯網出行服務可分類為在線交通預訂、在線住宿預訂、出行數據解決方案及其他服務。在線交通預訂主要包括飛機、火車及汽車（包括大巴及網約車）交通的預訂服務及增值服務。消費者的飛機及火車增值服務包括實時飛機及火車信息查詢、餐飲預訂及貴賓室預訂等服務。出行數據解決方案主要基於飛機及火車數據為企業和政府提供行業解決方案，助力政府和企業提高運營效率及服務的便利性。此外，用戶可從綜合互聯網出行平台獲得第三方供應商的其他增值服務，如保險服務。

行業概覽

價值鏈

綜合互聯網出行服務市場的價值鏈主要包括(i)上游提供商，包括交通服務提供商、住宿服務提供商及出行數據提供商，(ii)中游綜合互聯網出行服務提供商，及(iii)下游用戶。中游的綜合互聯網出行服務提供商能夠向下游客戶及部分上游供應商提供出行數據解決方案。綜合互聯網出行服務提供商可分為兩類，包括自營平台及第三方平台。自營平台屬於市場上游供應商，如航空公司、中國鐵路、酒店等。該等平台直接參與航班、火車、住宿等出行服務的營運。第三方平台主要整合上游供應商的各種出行服務資源，提供予下游消費者。下游用戶可分為個人消費者、政府及企業實體。

綜合互聯網出行服務市場供應鏈



資料來源：弗若斯特沙利文與主導市場參與者的專家進行的專訪；弗若斯特沙利文

市場規模

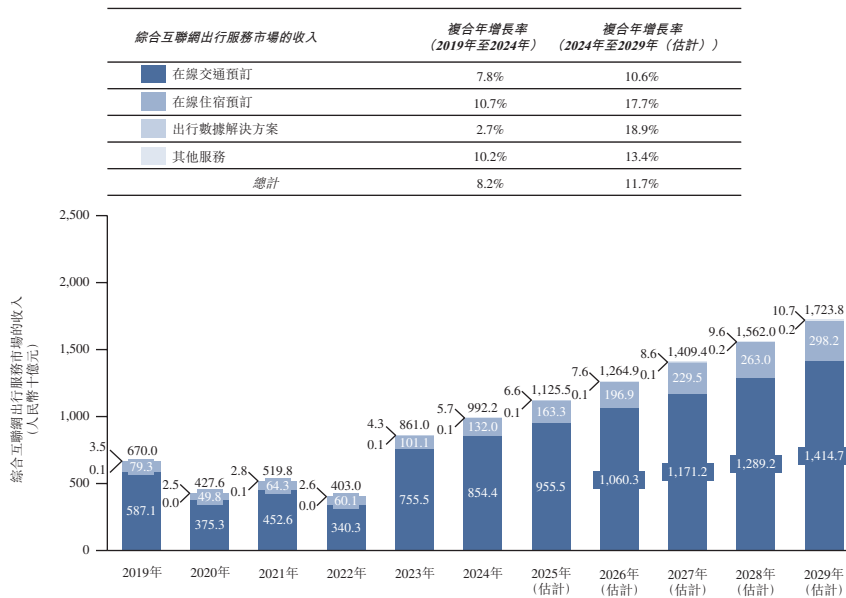
於2020年及2022年，COVID-19疫情爆發，導致出行服務的需求及綜合互聯網出行服務市場的收入大幅下降。於2023年，隨著COVID-19疫情得到有效控制，綜合互聯網出行服務市場出現快速反彈。於2024年，繼2023年COVID-19疫情後出現快速反彈，綜合互聯網出行服務市場已恢復穩定增長。中國綜合互聯網出行服務市場的收入由2019年的人民幣6,700億元增至2024年的人民幣9,922億元，複合年增長率為8.2%。

行業概覽

細分而言，中國在線交通預訂市場的收入由2019年的人民幣5,871億元增至2024年的人民幣8,544億元，複合年增長率為7.8%。中國在線住宿預訂市場的收入由2019年的人民幣793億元增至2024年的人民幣1,320億元，複合年增長率為10.7%。出行數據解決方案的收入於2024年達到人民幣1億元。其他服務的收入於2024年達到人民幣0.1億元。

推算2029年中國綜合互聯網出行服務市場的收入將達到人民幣1.7萬億元，2024年至2029年的複合年增長率為11.7%。預計2029年中國在線交通預訂市場的收入將達到人民幣1.4萬億元，2024年至2029年的複合年增長率為10.6%。預計2029年中國在線住宿預訂市場的收入將達到人民幣2,982億元，2024年至2029年的複合年增長率為17.7%。預計2029年中國出行數據解決方案的收入將達到人民幣2億元，2024年至2029年的複合年增長率為18.9%。其他服務的收入於2029年達到人民幣0.2億元。

2019年至2029年（估計）中國綜合互聯網出行服務市場的收入



附註：市場規模指中國所有綜合互聯網出行服務提供商的收入總和。

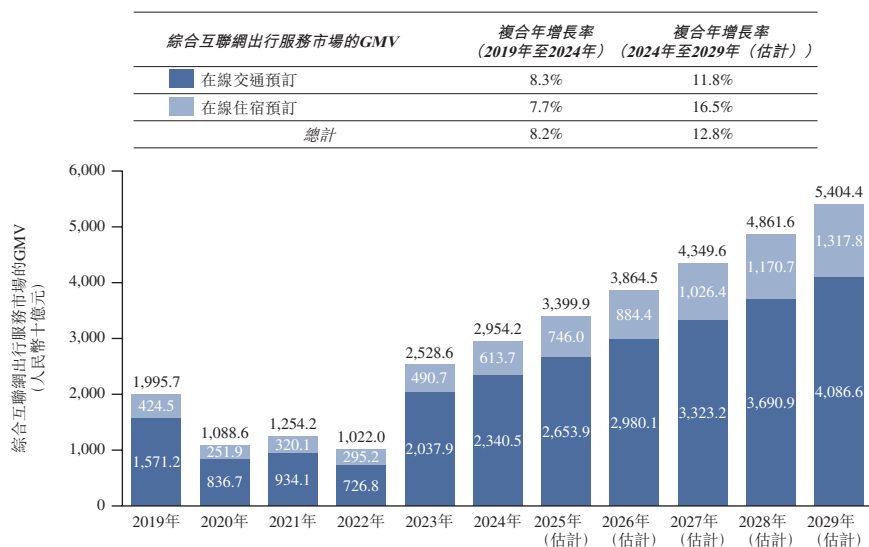
資料來源：中華人民共和國交通運輸部；中華人民共和國文化和旅游部；弗若斯特沙利文與主導市場參與者的專家進行的專訪；弗若斯特沙利文

2019年至2024年，中國綜合互聯網出行服務市場的GMV由人民幣19,957億元增至人民幣29,542億元，複合年增長率為8.2%。其中，中國在線交通預訂市場的GMV由2019年的人民幣15,712億元增至2024年的人民幣23,405億元，複合年增長率為8.3%。中國在線住宿預訂市場的GMV由2019年的人民幣4,245億元增至2024年的人民幣6,137億元，複合年增長率為7.7%。

行業概覽

推算2029年中國綜合互聯網出行服務市場的GMV將達到人民幣54,044億元，2024年至2029年的複合年增長率為12.8%。預計2029年中國在線交通預訂市場的GMV將達到人民幣40,866億元，2024年至2029年的複合年增長率為11.8%。預計2029年中國在線住宿預訂市場的GMV將達到人民幣13,178億元，2024年至2029年的複合年增長率為16.5%。

2019年至2029年（估計）中國綜合互聯網出行服務市場的GMV



附註：市場規模指中國所有綜合互聯網出行服務提供商來自在線交通及住宿預訂的GMV總和。

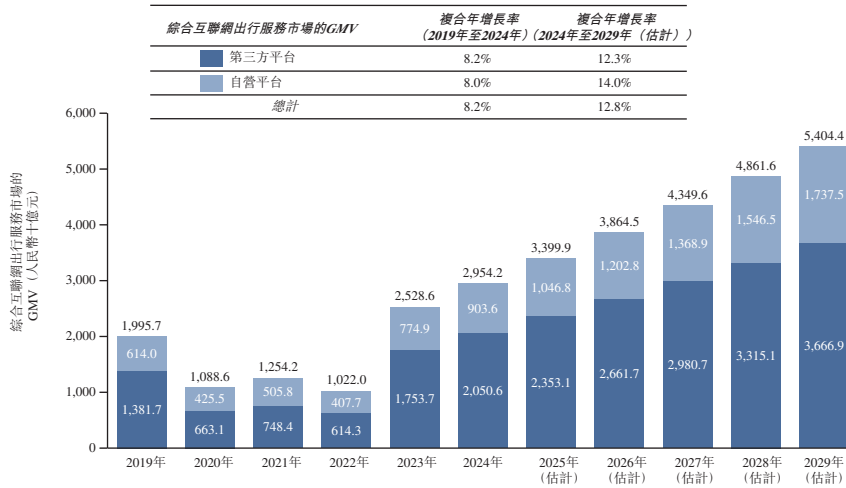
資料來源：中華人民共和國交通運輸部；中華人民共和國文化和旅游部；弗若斯特沙利文與主導市場參與者的專家進行的專訪；弗若斯特沙利文

於2019年至2024年，中國第三方平台產生的綜合互聯網出行服務市場的GMV由人民幣1.4萬億元增加至人民幣2.1萬億元，複合年增長率為8.2%。中國自營平台產生的綜合互聯網出行服務市場的GMV由2019年的人人民幣6,140億元增加至2024年的人人民幣9,036億元，複合年增長率為8.0%。

推算2029年中國第三方平台產生的綜合互聯網出行服務市場的GMV將達到人民幣3.7萬億元，2024年至2029年的複合年增長率為12.3%。預計2029年中國自營平台產生的綜合互聯網出行服務市場的GMV將達人民幣1.7萬億元，2024年至2029年的複合年增長率為14.0%。

行業概覽

2019年至2029年（估計）中國按參與者類型劃分的 綜合互聯網出行服務市場的GMV



附註：市場規模指中國所有綜合互聯網出行服務提供商來自在線交通及住宿預訂的GMV總和。

資料來源：中華人民共和國交通運輸部；中華人民共和國文化和旅遊部；弗若斯特沙利文與主導市場參與者的專家進行的專訪；弗若斯特沙利文的分析

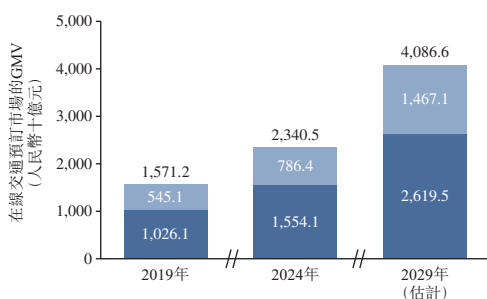
於2024年，中國第三方平台產生的在線交通預訂市場及在線住宿預訂市場的GMV分別達到人民幣1.6萬億元及人民幣4,965億元，2019年至2024年的複合年增長率分別為8.7%及6.9%。同時，中國自營平台產生的在線交通預訂市場及在線住宿預訂市場的GMV分別達到人民幣7,864億元及人民幣1,172億元，2019年至2024年的複合年增長率分別為7.6%及11.2%。

至2029年，推算中國第三方平台產生的在線交通預訂市場及在線住宿預訂市場的GMV將分別達到人民幣2.6萬億元及人民幣10,474億元，2024年至2029年的複合年增長率分別為11.0%及16.1%。推算中國自營平台產生的在線交通預訂市場及在線住宿預訂市場的GMV將分別達到人民幣1.5萬億元及人民幣2,704億元，2024年至2029年的複合年增長率分別為13.3%及18.2%。

行業概覽

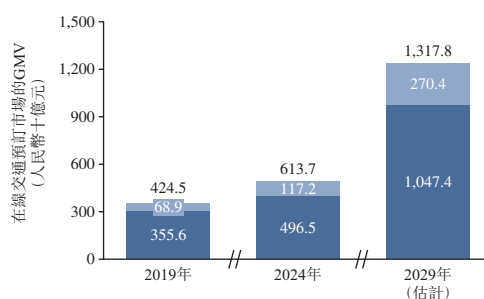
2019年至2029年（估計） 中國按參與者類型劃分的 在線交通預訂市場的GMV

在線交通預訂市場的GMV	複合年增長率 (2019年至2024年)	複合年增長率 (2024年至2029年(估計))
■ 第三方平台	8.7%	11.0%
■ 自營平台	7.6%	13.3%
總計	8.3%	11.8%



2019年至2029年（估計） 中國按參與者類型劃分的 在線住宿預訂市場的GMV

在線住宿預訂市場的GMV	複合年增長率 (2019年至2024年)	複合年增長率 (2024年至2029年(估計))
■ 第三方平台	6.9%	16.1%
■ 自營平台	11.2%	18.2%
總計	7.7%	16.5%



附註：市場規模指中國所有綜合互聯網出行服務提供商來自在線交通及住宿預訂的GMV總和。

資料來源：中華人民共和國交通運輸部；中華人民共和國文化和旅遊部；弗若斯特沙利文與主導市場參與者的專家進行的專訪；弗若斯特沙利文的分析

市場驅動因素

政策支持：近年，中國出台政策推動綜合互聯網出行服務市場的發展。2019年，交通運輸部發佈《綜合運輸服務「十四五」發展規劃》，鼓勵發展一站式出行服務，旨在提高人們出行的便利舒適度，從而增加他們的出行需求，並刺激綜合互聯網出行服務市場的擴展。2023年，國務院辦公廳發佈《關於釋放旅遊消費潛力推動旅遊業高質量發展的若干措施》，旨在提高人們的出行意願，從而刺激旅遊需求及對綜合互聯網出行服務的需求。

人工智能技術進步：近年，中國人工智能技術進步，提高了綜合互聯網出行服務的智能化及便利水平。例如，通過利用智能算法和大數據分析，綜合互聯網出行服務提供商可以提供更準確的路線規劃和精確的服務推薦。這不僅提升用戶體驗，也增進了運營效率。因此，人工智能技術進步刺激了消費者、企業及政府的需求，從而促進了綜合互聯網出行服務市場的整體發展。

行業概覽

下游需求增加：隨著COVID-19疫情逐漸消退，中國經濟及旅遊業迅速復甦。中國旅客人次從2020年的29億增長至2024年的56億，旅遊業的快速復甦為綜合互聯網出行服務提供了強勁的需求。此外，隨著COVID-19疫情退卻，中國經濟正在穩步復甦，企業商務活動不斷升級。該趨勢導致商務旅行需求快速增長，商務旅行市場總收入由2020年的人民幣1.1萬億元增加至2024年的人民幣2.1萬億元，進一步推動綜合互聯網出行服務的增長。

未來機遇與挑戰

出行數據賦能智能交通：隨著交通方式日益融合，對準確、實時的出行數據的需求不斷增加。數據驅動、一站式的出行平台將成為市場主流，並提高智能交通水平。例如，平台可以通過整合航班狀態信息及實時交通數據，為前往機場的乘客確定最佳出發時間。數據驅動的平台不僅將滿足個人的出行需求，還將顯著提高交通系統的整體效率，從而推動對綜合互聯網出行服務市場的需求。

人工智能技術的深度融合：人工智能技術將日益融入綜合互聯網出行服務，提升用戶體驗及綜合互聯網出行服務提供商的經營效率。通過人工智能算法，綜合出行平台可更好預測用戶需求並提供個性化的出行解決方案。例如，人工智能可以根據用戶的歷史出行數據及實時交通狀況推薦最佳交通方式，從而減少等待時間及成本。此外，人工智能技術推動了操作流程自動化並提供了智能決策支援。

全球化擴張：國外許多地區的數字化水平仍落後於中國，尤其在綜合互聯網出行服務領域，國外市場呈現巨大的增長潛力。隨著中國綜合互聯網出行服務市場的成熟，領先的服務提供商可以利用其能力、經驗和供應鏈優勢進軍全球市場，從而進一步擴大客戶群及規模。

一站式出行解決方案的日益普及：過去，個人在計劃行程時經常遇到信息孤島的問題，需要在多個平台之間進行繁瑣且耗時的協調以安排各種交通方式及需求。隨著中國的數字化轉型深化，市場呈現出行偏好的轉變。如今，人們對獲得準確旅行信息的需要愈加殷切，並更加偏好綜合渠道的交通數據，以設計最佳的旅遊計劃。效率及便利度提升的趨勢，預計將使一站式出行解決方案更加普及。

行業概覽

技術及數據安全：綜合互聯網出行服務依賴大數據及智能技術，涉及大量用戶數據的收集、存儲及分析。因此，技術及數據安全已成為重大挑戰，數據洩露及黑客攻擊等潛在威脅將會對用戶數據及服務穩定性構成風險。

中國綜合互聯網出行服務市場的競爭格局

中國的綜合互聯網出行服務市場相對分散，且競爭激烈。2024年，中國綜合互聯網出行服務市場的規模按GMV計達到約人民幣29,542億元。按2024年綜合互聯網出行服務GMV計，中國前十大提供商約佔總市場規模的71.7%，而本集團排名第八，GMV為人民幣405億元及市場份額約為1.4%。

2024年按GMV計算的 中國前十名綜合互聯網出行服務提供商

排名	公司	上市狀況	GMV (人民幣十億元)	市場份額(%)
1	公司A	上市	916.6	31.0%
2	公司B	未上市	342.4	11.6%
3	公司C	上市	250.5	8.5%
4	公司D	上市	204.2	6.9%
5	公司E	未上市	142.4	4.8%
6	公司F	上市	101.0	3.4%
7	公司G	上市	46.4	1.6%
8	本集團	-	40.5	1.4%
9	公司H	上市	37.3	1.3%
10	公司I	上市	35.9	1.2%
前十名				71.7%

附註：

- (1) 公司A，成立於1999年，是全球領先的一站式旅行平台，提供一套完整的旅行產品、服務及差異化的旅行內容。
- (2) 公司B，成立於2011年，是中國領先的鐵路信息系統研發公司，提供鐵路信息系統的研發、建設及維護等服務。
- (3) 公司C，成立於2016年，致力於打造一站式在線旅行平台，涵蓋交通票務、住宿預訂及各類配套增值旅行產品及服務，旨在滿足用戶在旅途中不斷變化的旅行需求。

行業概覽

- (4) 公司D，成立於2015年，是全球最大的出行技術平台，為消費者提供安全、優惠、便捷的全方位出行服務，包括網約車、出租車、專車、拼車及其他形式的共享出行。
- (5) 公司E，成立於2014年，是中國領先的線上旅遊平台之一，提供廣泛的預訂及履行服務，如機票、火車票、住宿、租車、度假套餐及當地景點門票。
- (6) 公司F，成立於2007年，是中國領先的生活服務電子商務平台公司，提供娛樂、餐飲、外賣、旅遊及其他服務。
- (7) 公司G，成立於2007年，是中國領先、快速發展的多品牌酒店集團，業務遍及全球。
- (8) 公司H，成立於1988年，是中國主要航空公司，亦為中華人民共和國的旗艦航空公司。
- (9) 公司I，成立於1995年，是中國領先的航空公司，是最完善的航線網絡之一、年旅客運輸量最大的航空公司之一。

資料來源：年報；弗若斯特沙利文與主導市場參與者的專家進行的專訪；弗若斯特沙利文

2024年，中國在線機票預訂市場的規模按GMV計達到約人民幣13,758億元。於2024年，按GMV計算，中國前五大第三方平台佔在線機票預訂市場份額約46.2%，其中本集團排名第五，GMV為人民幣257億元及市場份額約為1.9%。

2024年按GMV計算的中國在線機票預訂前五大第三方平台

排名	公司	上市狀況	GMV (人民幣十億元)	市場份額(%)
1	公司A	上市	376.5	27.4%
2	公司C	上市	122.7	8.9%
3	公司E	未上市	76.4	5.6%
4	公司F	上市	32.7	2.4%
5	本集團	-	25.7	1.9%
前五名				46.2%

資料來源：年報；弗若斯特沙利文與主導市場參與者的專家進行的專訪；弗若斯特沙利文

行業概覽

2024年，中國在線火車票預訂市場的規模達到約人民幣5,929億元。於2024年，按GMV計算，中國前五大第三方平台佔在線火車票預訂市場份額約26.5%，其中本集團排名第三，GMV為人民幣145億元及市場份額約為2.4%。

2024年按GMV計算中國在線火車票預訂前五大第三方平台

排名	公司	上市狀況	GMV (人民幣十億元)	市場份額(%)
1	公司A	上市	100.0	16.9%
2	公司E	未上市	17.3	2.9%
3	本集團	-	14.5	2.4%
4	公司F	上市	12.8	2.2%
5	公司C	上市	12.3	2.1%
前五名				26.5%

資料來源：年報；弗若斯特沙利文與主導市場參與者的專家進行的專訪；弗若斯特沙利文

出行數據解決方案主要基於飛機、火車及其他出行數據為企業及政府實體提供解決方案。2024年，中國的出行數據解決方案的規模按收入計算達到約人民幣81.0百萬元。按2024年來自出行數據解決方案的收入計算，中國前三大出行數據解決方案提供商約佔市場總規模的88.2%，其中本集團排名第二，收入為人民幣14.5百萬元及市場份額約為17.9%。

2024年按收入計算的中國出行數據解決方案前三大提供商

排名	公司	上市地位	收入 (人民幣百萬元)	市場份額(%)
1	公司J	未上市	36.0	44.4%
2	公司A	上市	21.0	25.9%
3	本集團	-	14.5	17.9%
前三名				88.2%

行業概覽

附註：公司J，成立於2014年，是中國領先的民航信息服務技術公司，主營業務包括民航旅行服務軟件的開發及運營以及出行數據信息的研究。

資料來源：年報；弗若斯特沙利文與主導市場參與者的專家進行的專訪；弗若斯特沙利文

中國的在線住宿預訂市場相對分散，競爭激烈。於2024年，中國在線住宿預訂的GMV達到約人民幣6,137億元。

進入壁壘

領先提供商壁壘：綜合互聯網出行服務行業的領先服務提供商已建立強大的品牌知名度及龐大的用戶群。領先參與者的聲譽及品牌形象造就其於業內的領導地位。此外，由於用戶習慣使用熟悉的平台，用戶黏性很高，致使轉換成本巨大。因此，此行業的競爭格局相對穩定，加入頂級服務提供商行列的進入壁壘仍然很高。

技術壁壘：成熟的綜合互聯網出行服務提供商擁有一系列專業技術，涉及實時數據分析、預測建模和信息安全等領域。該等技術確保用戶享受無縫的一站式體驗，同時保護其個人信息安全。此外，技術是確保供應鏈管理系統準確度及穩定性的關鍵，尤其是在處理對提升用戶體驗及增強市場競爭力重要的複雜多維實時數據方面。然而，對於新參與者而言，要在短時間內獲得與領先公司相匹配的技術有很大難度。

經驗壁壘：要進入綜合互聯網出行服務市場，必須深入了解用戶的行為及偏好，並精準掌握出行模式及規定。領先的參與者通常擁有豐富的經驗，並能夠通過分析長期積累的運營數據來優化其服務。新參與者缺乏這種運營見解，妨礙了它們迅速適應和滿足市場及監管需求的能力。

數據來源壁壘：考慮到綜合互聯網出行服務涵蓋與民航、鐵路及其他運輸模式相關的出行數據資源，取用該等資源需要獲得上游數據供應商的授權。對於新參與者而言，要在短時間內獲得該等資源的訪問權限可以有很大難度。

行業概覽

中國商旅管理服務市場

概覽

商旅管理服務主要包括企業交通預訂、差旅產品採購管理、差旅計劃優化及差旅流程管理，均針對商旅場景量身定制。隨著企業在國內及國際上擴張，對商旅的需求亦增加。在改進流程（如預算編製、審批、預訂、差旅、報銷及結算）的同時有效管理差旅成本是企業面對的主要挑戰。此不斷增長的需求推動了商旅管理服務市場的發展，商旅管理服務亦應運而生。該等平台根據特定業務需求提供量身定制的服務。其專業團隊利用規模、經驗、技術及資源優勢，為商旅活動提供差異化服務。它們協助企業分析差旅行為，以建立商旅標準、政策、程序、預算及報銷流程，確保實施及有效管理商旅活動，以滿足會議、獎勵旅遊、大型會議、展覽及其他商旅需要。

近年，大型國內企業對商旅管理服務的了解逐漸成熟，但中小型企業對其認識仍普遍薄弱。隨著中小型企業的商旅活動日益頻繁，對於專業商旅管理服務的需求將逐步增加。隨著時間的推移，中小型企業對該等服務的認識及接受程度將日漸加深，越來越多中小型企業將成為商旅管理提供商的重要目標客戶。

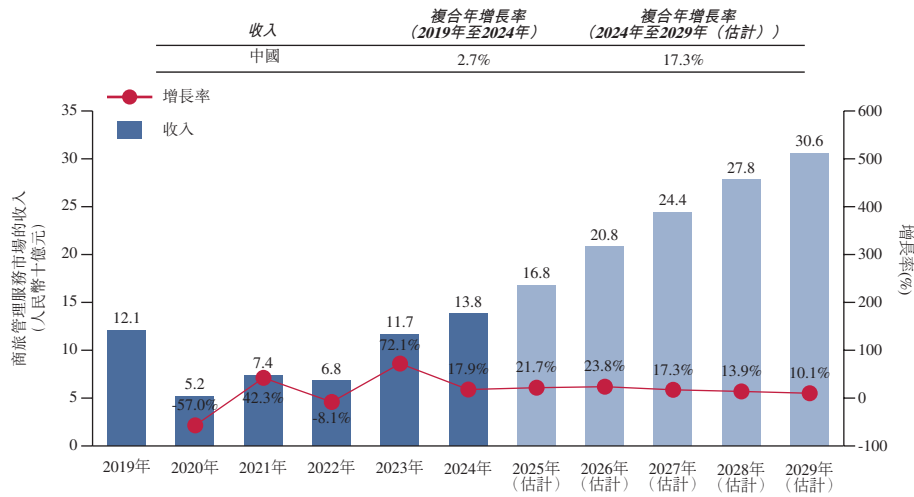
市場規模

近年，隨著中國經濟持續增長，商務活動頻繁舉辦帶動市場需求上升，從而令商旅管理服務市場穩定發展。於2019年至2024年，商旅管理服務市場的收入由人民幣121億元增加至2024年的人民幣138億元，複合年增長率為2.7%。2020年，受COVID-19疫情影響，大量企業會議取消或延期，導致市場需求下降，2020年商旅管理服務市場的收入下降57.0%。2022年，由於疫情反覆及各種商業活動取消，商旅管理服務市場的收入下降8.1%。

未來，隨著疫情結束及各類商務活動陸續舉辦，商旅管理服務市場將實現快速增長，預計2029年商旅管理服務市場的收入將達到人民幣306億元，2024年至2029年的複合年增長率為17.3%。

行業概覽

2019年至2029年（估計）中國商旅管理服務市場的收入



資料來源：國家統計局；全球商務旅行協會；弗若斯特沙利文與主導市場參與者的專家進行的專訪；弗若斯特沙利文

中國商旅管理服務市場的競爭格局

中國商旅管理服務市場相對分散，競爭激烈。中國商旅管理服務市場有大量提供商，共有超過1,000家。

2024年，中國商旅管理服務的收入達到約人民幣138億元。按2024年來自商旅管理服務的收入計，中國前十大提供商佔約34.2%。按2024年商旅管理的收入計，本集團的收入為人民幣96.8百萬元，佔商旅管理服務市場收入約0.7%。