



商旅市场差旅管理趋势 2025 Q2 China Business Travel Market Trend Analysis

Comprehensive Insights and Future Outlook

途美商旅：

2025 年 Q2 中国商旅市场差旅管理趋势



摘要

2025 年第二季度，中国商旅市场呈现出强劲的复苏态势与深刻的结构性转型并存的复杂格局。在宏观经济稳健增长、政策支持和消费结构升级等多重因素的驱动下，市场活力得到显著释放。然而，与过去单纯的需求反弹不同，本轮增长的核心动力来自“中国企业出海”的战略布局，这为国际商务旅行，特别是 MICE（会议、奖励旅游、大会和展览）市场，创造了新的增长机遇。

“降本增效”依然是企业差旅管理的核心诉求，但这已不再是简单的预算削减，而是由数智化驱动的全流程优化。人工智能、大数据等技术已成为解决成本控制与员工体验之间固有矛盾的关键工具，推动差旅管理从被动合规转向主动优化。此外，企业对可持续发展（ESG）理念的重视日益提升，绿色差旅实践正从概念层面逐步落地，成为衡量企业社会责任和提升品牌价值的新维度。

展望下半年，在政策持续发力与产业升级加速的多重支撑下，市场增长的确信性进一步增强。然而，全球贸易摩擦、通胀及供应链重构等多重不确定性依然存在，要求市场参与者必须保持审慎，并以更具前瞻性的策略应对挑战。本报告将为企业、差旅管理服务商以及相关行业参与者提供针对性的战略建议，以期抓住市场新机遇，构建长期竞争优势。

<https://shuzhitumei.com/>

第一章：宏观经济环境与市场复苏态势

1.1 2025 年上半年宏观经济回顾：韧性与挑战并存

2025 年上半年，中国经济展现出显著的韧性，为商旅市场的复苏提供了坚实的基础。根据国家统计局的数据，2025 年第一季度实际 GDP 同比增长 5.4%¹。在消费领域，经济活力持续释放，社会消费品零售总额达到 284238 亿元，同比增长 4.8%²。其中，服务零售额表现尤为亮眼，同比增长 5.2%，旅游、交通出行以及文体休闲服务等类别的零售额均实现了两位数增长²。这表明国内消费，尤其是服务消费，正逐步成为拉动经济增长的重要引擎，为商旅市场的恢复提供了直接的动力。

然而，在宏观数据向好的同时，市场也面临结构性的挑战。报告指出，尽管政策支持刺激了主要城市的住房销售回暖，但消费增长依然相对疲软，部分低线城市的房地产市场仍面临挑战¹。同时，全球贸易政策的不确定性也对制造业投资和出口构成了一定的阻力¹。这种复杂的经济背景使得企业在差旅支出上更为谨慎，进一步强化了“降本增效”的管理诉求。这解释了为何在整体市场向好的大背景下，企业依然将成本控制视为差旅管理的核心关键词，并促使企业加速采用数智化工具来优化全流程成本控制。

1.2 旅游与服务消费市场的强劲回暖

<https://shuzhitumei.com/>

2025 年第二季度，旅游与服务消费市场的回暖态势已从复苏期迈入增长期，其核心驱动力不再是简单的需求释放，而是消费行为模式的深刻变革。携程集团 2025 年第二季度净营业收入达到 148 亿元人民币，同比增长 16%³。更令人关注的是，国际业务板块的强劲增长，国际 OTA 平台总预订同比增长超过 60%，出境酒店和机票预订量已全面超越 2019 年疫情前同期水平的 120%，入境旅游预订更是同比增长超过 100%³。此外，上半年我国旅行服务进出口规模超过 1 万亿元，增速达到 12.3%，预计全年将保持快速增长⁴。这些数据共同描绘了一个生机勃勃的市场图景。

这种复苏不仅体现在数量上，更反映在消费质量和体验的提升上。根据分析，当前居民消费正从满足基本“功能”需求，逐步转向追求“体验升级”⁵。这一趋势在休闲旅游市场表现得淋漓尽致，例如“跟着演唱会去旅行”、“跟着展览去旅行”等新模式的兴起，以及人工智能在消费电子产品中的深度融合⁵。这种对高质量、个性化体验的追求正在渗透到商旅领域，模糊了商务与休闲的界限，催生了“商务休闲”（Bleisure）的普遍需求。员工对差旅体验的期待提升，要求企业在差标合规与员工满意度之间寻求新的平衡点，这反过来推动差旅管理平台提供更灵活、个性化的预订选项和增值服务。

1.3 全球增速放缓背景下的中国动能

全球商旅市场在 2025 年面临着复杂且具有挑战性的宏观环境。全球商务旅游协会（GBTA）预测，2025 年全球商旅支出将达到 1.57 万亿美元的新高，但增速将低于预期⁶。与此同时，行业仍需应对贸易摩擦、通胀及供应链重构等多重挑战⁶。

与全球市场的复杂性不同，中国商旅市场在本年度展现出了独特的、内生性的增长动能。一个显著的结构变化是“中国企业出海”的加速⁷。受市场扩张、供应链多元化及全球品牌建设的驱

<https://shuzhitumei.com/>

动，中国企业正加大海外投资与运营力度，这直接推动了对国际会议、企业活动和高质量旅行服务的需求增长⁷。众信博睿总裁张莉表示，随着中国企业加速全球布局，海外市场的会奖服务需求迅速上升⁷。这一由长期战略驱动的需求，使得中国市场在复杂的全球环境中，成为商旅增长的重要引擎。

这种由企业战略布局带来的需求，其影响是深远且长期的。它不仅为全球场馆、目的地管理公司（DMC）和酒店业者带来了利好，也促进了跨境合作并打造了高端体验⁷。这表明，中国商旅市场的复苏并非简单的周期性回暖，而是由长期战略需求所驱动的结构性的增长。这种增长模式将对差旅管理服务商提出更高的要求，促使其强化全球资源整合能力，以满足中国企业日益增长的国际化需求。

表格 1：2025 年 Q2 中国商旅市场核心财务与运营指标概览

指标类别	指标名称	数据值	来源	备注
宏观经济	2025 年一季度 实际 GDP 同比增长	5.4%	1	为商旅市场复苏提供坚实基础
宏观经济	2025 年 1-7 月 社会消费品零售总额增长	4.8%	2	显示消费市场活力
行业规模	2025 年上半年	超过 1 万亿元	4	增速达

<https://shuzhitumei.com/>

	旅行服务进出口额			12.3%，显示强劲复苏
企业业绩	携程集团 2025 年 Q2 净营业收入	148 亿元人民币	3	同比增长 16%
国际业务	携程国际 OTA 平台总预订同比增长	超过 60%	3	国际业务强劲增长
国际业务	出境酒店和机票预订相较 2019 年同期水平	超过 120%	3	已全面超越疫情前水平
国际业务	入境旅游预订同比增长	超过 100%	3	呈现爆发式增长

第二章：核心市场趋势深度剖析

2.1 出境商旅市场的强劲复苏与结构性转变

<https://shuzhitumei.com/>

2025 年第二季度，中国出境商旅市场不仅在数量上实现了强劲复苏，其内部结构也发生了显著变化。数据显示，出境酒店和机票预订已全面超越 2019 年同期的 120% 水平³。ITB China 的买家调研同样证实了这一积极预期，74% 的受访者预计 2025 年的出境旅游产品业绩将达到或超过去年同期水平⁷。这种增长背后是两种核心趋势的共同作用。

首先，出境差旅正加速从传统的团队游模式向自由行模式转型。深圳中国国际旅行社有限公司（新境界）副总经理韩晨指出，曾经以团队游为主的市场正在“迅速转向自由行，团队旅游的参与度急剧下滑”⁷。这一趋势在长途旅行市场尤为明显，欧洲各国的签证中心在旅游高峰期被“个人签证申请挤爆”，这为自由行模式的普及提供了有力的印证⁷。这种转变反映了员工对行程自主权和个性化体验的更高要求，他们希望在商务活动之余，能够更灵活地探索当地文化。企业和差旅管理服务商（TMC）因此需要提供更具灵活性的差旅预订平台，并整合更丰富的非标准资源，以满足这种“商务休闲”的混合需求。

其次，MICE 市场正在成为新的增长引擎。ITB China 2025 的参会买家中，近 70% 有采购 MICE 产品的需求⁷。这股需求的驱动力源于中国企业“走出去”的战略布局，由市场扩张、供应链多元化和全球品牌建设所驱动⁷。MICE 市场需求呈现出鲜明的行业集中性，其中 60% 的客户来自制药业/医学领域，57% 来自金融/保险/房地产业，55% 来自政府/机构⁷。这种以企业战略为导向的需求，要求 TMC 具备更强的定制化能力，能够为特定行业提供专业的国际会议、企业活动和高质量旅行服务解决方案。

2.2 新兴目的地与高端需求的崛起

随着出境市场的复苏，中国商旅客的足迹开始向传统热门地区之外的新兴目的地延伸。例如，飞猪度假事业部国际度假副总经理骆琳指出，游客开始探索更多偏远和小众目的地，如中东和中亚

<https://shuzhitumei.com/>

地区⁷。这一现象并非偶然，它与中国企业加速全球化布局、拓展新兴市场的战略紧密相连。

前往这些新兴目的地的旅行往往飞行时间长、成本较高，因此主要集中在高消费群体，且大多涉及小型旅行团或自由行⁷。这种需求的两极分化表明，商旅市场的复苏呈现出一种双轨制：一方面是常规差旅的严格成本控制，另一方面则是出于战略考量而对高端、定制化差旅的不吝投入。这反映了企业在不同业务场景下的差异化投入策略，即在核心业务拓展上给予充分支持，而在日常运营上则通过精细化管理来“降本增效”。这一趋势对差旅管理服务商提出了更高要求，它们不仅要提供基础的预订服务，更要具备高端定制、全球资源整合以及风险管理的能力，以支持企业在复杂的新兴市场开展业务。

2.3 消费者行为新画像：年轻化、技术化与体验化

新一代的商旅人群，特别是千禧一代和 Z 世代，正在成为市场的主导力量，他们的行为习惯正在深刻地重塑差旅管理模式。这些年轻一代的游客对新技术有着广泛的接受度，包括人工智能工具的应用，这进一步推动了个性化趋势的发展⁷。例如，在消费电子市场，AI 学习机等智能产品的销售额实现了翻倍增长⁵。这种对技术的依赖和对个性化体验的追求，直接体现在他们的差旅行为中。

年轻游客习惯于通过短视频等平台实时分享旅行体验，从而放大了旅游目的地的传播效应⁸。在差旅中，他们也期望获得同样无缝、智能的体验。这要求企业和 TMC 必须提供符合年轻人使用习惯和价值取向的平台与服务，将传统的、僵硬的政策管控转变为智能、人性化的服务。员工体验因此成为企业选择 TMC 的重要考量因素，与成本控制并驾齐驱。这种转变促使 TMC 将技术创新作为核心竞争壁垒，例如开发 AI 助手、智能推荐等功能，以提升员工满意度，最终实现成本降低、效率提升和员工满意度提升的“三赢”局面。

<https://shuzhitumei.com/>

第三章：差旅管理的数智化与降本增效实践

3.1 差旅管理数字化转型的必然性与核心挑战

在企业数字化转型加速的宏观背景下，差旅管理已从依赖人工操作的传统模式，升级为由技术驱动的全流程数字化管控⁹。为了更好地实现“降本增效”的目标，79%的企业已选择与单一 TMC 供应商合作，通过集中预订和管控来优化资源¹⁰。这标志着差旅管理行业从“分散竞争”向“平台整合”的质变，行业集中化成为企业实现规模效应和标准化管理的必然选择。

然而，企业在数字化转型过程中也面临三重核心挑战：首先是跨国团队出行的合规性监控，尤其是在全球化布局加速的背景下；其次是分散式采购导致的成本失控，缺乏统一管控会造成隐性成本的增加；最后是如何在严格的政策管控与提升员工体验之间找到平衡点，以避免因僵化的制度而影响员工满意度¹⁰。纯粹的“砍预算”已无法满足企业日益复杂的需求，数智化转型成为解决上述核心挑战的唯一出路。企业正在意识到，通过全流程数字化管控，可以有效解决合规和成本问题，同时借助智能工具来平衡员工体验。

3.2 TMC 的服务升级与行业集中化趋势

面对企业在降本增效方面的深层需求，领先的差旅管理服务商（TMC）正在从传统的“票务代

<https://shuzhitumei.com/>

理”向“综合服务商”转型。他们的核心价值不再是提供廉价的机票，而是通过技术和数据提供全方位的管理和优化服务。携程商旅等领先平台通过“资源整合+智能管控+全球服务”三大核心能力来解决企业的痛点⁹。

这种深度资源整合带来了可量化的价值。例如，通过商旅直采模式，企业可以享受国内 5.7 万家尊享酒店的专享协议价，某制造业客户的数据显示其酒店采购成本同比降低 18%¹⁰。此外，智能管控系统的应用显著提升了预订效率，员工平均预订耗时从 15 分钟压缩至 3 分钟，大幅节省了企业内部的人力成本¹⁰。这种价值主张的转变是 TMC 在激烈市场竞争中脱颖而出的关键。它表明，TMC 的竞争壁垒已从资源的广度转向技术的深度与服务的广度，能够为企业提供更全面、更高效的解决方案。

3.3 AI 技术在差旅管理中的创新应用

人工智能技术已成为差旅管理数智化转型的核心驱动力。在旅游业中，AI 的应用场景广泛，包括产品推荐、产品开发、客户服务（如聊天机器人）以及数据分析与洞察⁷。在差旅管理领域，AI 的应用其深层价值在于将管理模式从“被动合规”转向“主动优化”和“行为引导”，解决了成本控制与员工体验之间的长期矛盾。

领先的 TMC 已将 AI 技术融入其产品体系。例如，携程商旅推出的“程星途 AI 助手”，支持自然语言交互完成差旅预订，将繁琐的搜索流程简化为对话式体验，某互联网企业使用后员工满意度提升了 42%¹⁰。另一项创新是“心程贝”奖励机制，通过积分返还的方式，在不强制的情况下引导员工主动选择低价产品，某医药企业通过该功能实现了差旅成本降低 22%¹⁰。此外，“数智管理报告”提供了 250 多个维度的消费数据分析，帮助企业识别“未使用机票退款”、“超期预订”等隐性成本，助力管理层进行精准决策¹⁰。这些实践表明，AI 技术将僵硬的政策管控转变为

<https://shuzhitumei.com/>

智能、人性化的服务，最终实现了成本降低、效率提升和员工满意度提升的“三赢”局面。

3.4 途美商旅：全栈式定制化服务与技术创新实践

作为一家专注于数智化全场景企业差旅及费控服务平台，途美商旅通过“技术+资源”双驱动模式，为企业提供从系统搭建、差旅服务到运营的全栈式解决方案¹⁸。其核心优势在于直击企业“差旅管理三大围城”——无专业服务、单一固定服务、定制化不足，并以其创新的产品和模式突破困境¹⁸。

1. **产品与资源聚合：**途美商旅致力于解决企业在差旅预订中面临的“价格黑箱”和“供应商锁定”问题¹⁸。它通过整合多渠道资源，包括 39 家航司旗舰店价格、OTA 平台 C 端价格、以及独家特惠产品等，为客户提供实时比价预订¹⁸。在酒店方面，途美与全球 150 万+酒店供应商合作，并拥有 50,000+商旅协议酒店资源，确保客户享有多源实时比价与协议价优惠¹⁸。此外，平台还提供火车票、用车、签证、MICE 会务等一站式服务，满足企业的多元化需求¹⁸。
2. **“定制工厂”模式：**针对企业对个性化和灵活性的需求，途美商旅独创了“商旅工厂”模式，为企业提供生态版的定制化服务¹⁸。该模式将差旅管理解构为资源、流程、产品、报告等可组装的模块，企业可以像搭积木一样自由组合，快速构建专属的差旅平台¹⁸。例如，针对多法人、多分子公司复杂架构，可以进行账户结构设计和权限颗粒化设置，实现独立核算和穿透式管理¹⁸。这种模式解决了传统标准化方案与企业内部流程脱节的难题，为企业打造 100%自主可控的差旅生态¹⁸。
3. **财务与费控一体化：**途美商旅通过创新的财务解决方案，大幅提升了企业的运营效率。其核心亮点是“代收代付”模式，将企业与 N 家供应商的复杂对账关系，简化为只需与途美商旅一家进行统一结算¹⁸。此举显著缩短了对账周期，降低了财务人员的工作量¹⁸。同时，全

<https://shuzhitumei.com/>

- 品类（机票、酒店、火车、用车）支持统一开具增值税专用发票，进一步简化了财务流程¹⁸。为解决员工报销痛点，途美还推出了“企业付款码”功能，让员工在线下消费（如地铁、用餐）时也能实现因公无垫资、免报销¹⁸。
4. 客户实践案例：途美的解决方案已在多个行业龙头企业中落地并取得显著成效。例如，十一科技通过搭建双模差旅平台，解决了 6,000 人大型工程集团 56 家分子公司的分散管理难题¹⁸。
- 锦泰保险则通过酒店集采，实现了 140 家分支机构的差旅集约化管控，酒店费用下降 10%¹⁸。对于长鑫集团这样对财务效率要求极高的企业，其“代收代付”模式将供应商对接压缩至 1 家，大幅提升了财务效率¹⁸。这些案例表明，途美商旅正通过深度定制与技术创新，为企业提供突破差旅管理围城、实现降本增效的破局之道¹⁸。

表格 2：企业差旅管理数智化能力矩阵与价值点

功能模块	核心技术	核心价值点	量化成果案例
智能预订	AI 助手、自然语言处理	提升预订效率与员工体验	员工平均预订耗时从 15 分钟压缩至 3 分钟 ¹⁰
成本控制	大数据分析、智能管控系统	识别隐性成本、降低采购成本	某快消企业年节省差旅支出 37 万元 ¹⁰ ； 某制造业客户酒店采购成本同比降低

<https://shuzhitumei.com/>

			18% ¹⁰
合规管理	智能风控、动态差标管控	强化合规性、降低不合规订单率	某集团企业不合规订单占比从 15%降至 4% ¹⁰
行为引导	智能奖励机制	平衡政策管控与员工满意度	某医药企业差旅成本降低 22%，员工主动选择合规产品比例提升至 89% ¹⁰
数据洞察	数智管理报告	辅助管理层进行精准决策	提供 250+维度消费数据，揭示未使用的机票退款等隐性成本 ¹⁰

第四章：可持续发展（ESG）在差旅管理中的战略落地

4.1 中国企业践行 ESG 的驱动力与政策背景

在中国，可持续发展已不再是可有可无的选项，而是由国家战略、国际投资趋势和企业自身风险管理需求共同驱动的战略选择。中国在脱贫攻坚、节能减排方面取得了显著进展，特别是“双碳”目标的发布，形成了“1+N”的政策框架，为关键产业的低碳转型提供了详细指导¹¹。这为

<https://shuzhitumei.com/>

企业将可持续发展理念融入日常运营提供了明确的政策导向。

与此同时，国际投资界对 ESG 的重视日益提升。越来越多的国际投资机构和个人将 ESG 作为投资评估框架，要求被投资企业展示其社会环境影响力¹²。对于正加速“出海”的中国企业而言，遵循国际 ESG 标准已成为其全球化战略的必要组成部分。此外，企业也将 ESG 视为规避潜在气候风险和提升品牌价值的重要手段。例如，通过环境气候分析支持的供应链采购管理，可以帮助企业避免因极端气候灾害造成的损失¹²。差旅作为企业运营的重要组成部分，其碳排放成为可量化的 ESG 指标，这推动企业将差旅管理纳入其整体 ESG 战略框架，并制定具体的减排目标。

4.2 差旅碳排放的量化与管理：从理念到实践

差旅管理中的可持续发展实践正在从定性倡议走向定量管理。数字化工具是实现这一转变的关键，它将差旅行为的“绿色”或“非绿色”转化为可监控、可报告的数据，使得 ESG 战略真正落地¹⁴。

核心实践路径包括：

1. **建立碳排放监测机制：**企业应借助数字化差旅管理系统，实时追踪员工出差频率、交通工具类型、出行距离等关键指标，并据此计算碳排放量，为后续制定减排策略提供依据¹⁴。
2. **鼓励低碳交通选择：**优先安排高铁替代短途航班是降低差旅碳排放的有效手段。一些差旅平台已引入“绿色出行”标签，帮助用户识别低碳选项，例如，高铁相较于飞机可减少约 70% 的碳排放¹⁴。
3. **推广环保住宿：**差旅预订系统可设置偏好选项，优先推荐获得绿色认证的酒店，如 LEED 或中国绿色饭店认证。这一举措不仅减少了资源浪费，也提升了住客的环保意识¹⁴。
4. **应用碳抵消机制：**对于不可避免的碳排放，企业可通过购买碳信用额度来抵消，支持植树造林等可再生能源项目，从而实现碳中和目标¹⁴。

<https://shuzhitumei.com/>

全球领先企业如安永（EY）和甲骨文（Oracle）已在此领域进行先行实践。安永计划到 2025 财年将商务旅行排放量减少 35%（相对于 2019 财年的基准）¹⁶，甲骨文的目标是员工乘飞机出差减排 25%¹⁷。这些案例表明，将差旅碳排放管理纳入企业战略已成为一种趋势，这不仅是社会责任的体现，更是提升企业竞争力的有效途径。

4.3 未来趋势：差旅管理与企业 ESG 战略的深度融合

随着 ESG 成为企业核心战略，差旅管理将从一个支持性职能转变为企业践行社会责任、提升竞争力的前沿阵地。未来的差旅管理将呈现以下几个深度融合的趋势：

第一，实现“差旅费用与碳排放双维度管控”¹⁴。企业在控制差旅成本的基础上，将进一步引入碳排放成本核算机制，将每次差旅的碳排放折算成相应的经济成本，推动绿色差旅理念深入企业管理层。

第二，有望形成跨行业协同的绿色标准体系¹⁴。未来，差旅管理将在交通、住宿、会议等多个领域形成统一的绿色标准。企业之间、差旅服务商之间也将加强合作，共同推动绿色差旅生态的建设，降低企业践行成本。

第三，差旅平台将与企业的 ESG 报告系统、财务系统深度集成，形成一个完整的、可量化的差旅 ESG 生态系统。这将使得差旅管理部门的战略地位得到提升，从传统的成本中心向价值中心转变，通过可量化的数据展示企业在可持续发展方面的努力与成果，从而赢得更多国际投资者的青睐。

表格 3：差旅可持续发展（ESG）实践路径与成效指标

<https://shuzhitumei.com/>

实践路径	措施	可量化指标	全球企业案例
碳排放监测	建立数字化差旅数据采集体系	实时追踪差旅碳排放量	安永（EY）创建排放仪表盘，追踪差旅排放目标进展 ¹⁶
低碳交通	优先选择高铁、新能源车辆	高铁替代航班的比例、碳减排量	腾讯地图绿色出行平台助力深圳市民全年减少碳排放约 50 万吨 ¹⁵
环保住宿	优先预订绿色认证酒店	绿色酒店入住率、一次性用品使用量减少率	酒店逐步取消一次性用品，并鼓励客人重复使用毛巾和床品 ¹⁴
行为引导	制定绿色差旅政策、设立激励机制	员工选择低碳出行、绿色住宿的比例	安永通过制定航空出行排放限额，引导员工减少排放 ¹⁶
碳抵消	购买碳信用额度	碳中和差旅项目比例	企业通过购买碳信用额度支持植树造林、可再生能源项目 ¹⁴

第五章：结论与战略行动建议

<https://shuzhitumei.com/>

5.1 关键洞察总结：三大核心趋势

2025 年第二季度中国商旅市场的动态格局，可提炼为三大核心趋势：

1. **需求升级，体验先行：** 差旅需求已超越单纯的功能性满足，员工对个性化、灵活度和体验感的需求日益提升。由“中国企业出海”驱动的 MICE 市场与高端定制需求，以及“商务休闲”模式的兴起，均表明市场正从注重数量向追求质量与体验转变。
2. **技术赋能，管理变革：** “降本增效”已进入智能化阶段。AI、大数据等技术已不再是辅助工具，而是解决成本与体验矛盾、实现全流程优化的关键。企业通过部署数智化平台，能够实现从被动合规向主动优化的管理模式变革。
3. **战略融合，ESG 驱动：** 可持续发展理念正从企业战略层面渗透至差旅管理实践。由政策、投资和企业自身风险管理共同驱动的 ESG 实践，正促使差旅管理部门将碳排放、绿色出行等指标纳入其绩效考核体系，使其从成本中心向价值中心转型。

5.2 对企业差旅管理部门的建议

- **加速数字化转型：** 鉴于行业集中化趋势和技术赋能的显著价值，企业应优先考虑部署整合性强、具备 AI 功能的单一 TMC 平台。这不仅能实现差旅全流程的数字化管控，还能有效解决跨国合规、分散采购等痛点，从而实现真正的“降本增效”。
- **构建“成本+体验”双维度评估体系：** 传统的差旅管理只关注成本，已无法满足现代员工的需求。差旅管理部门应利用数智化平台的分析功能，建立一个同时考量成本效益与员工满意

<https://shuzhitumei.com/>

度的评估体系。通过智能激励机制，如“心程贝”奖励，平衡管控与员工体验，从而提升员工主动合规的意愿。

- **推动 ESG 理念落地：**差旅管理部门应积极将可持续发展理念融入日常工作中。具体行动包括：制定明确的绿色差旅政策，将差旅碳排放监测纳入日常报告，并与企业整体的 ESG 战略深度融合。通过优先选择低碳交通和绿色酒店，不仅能履行企业社会责任，也能提升品牌形象和员工归属感。

5.3 对差旅服务提供商（TMC）的建议

- **持续技术创新：**TMC 应持续加大对 AI、大数据等技术的研发投入，从传统的“资源提供商”升级为“数智化解决方案提供商”。例如，开发更智能的 AI 助手、更精准的数智管理报告以及更具创新性的激励机制，以构建差异化的竞争优势。
- **深化全球化布局：**面对中国企业加速“出海”的新机遇，TMC 必须强化全球资源整合能力，特别是针对新兴市场和 MICE 服务的布局。通过建立更广泛的全球合作伙伴网络和海外服务中心，满足企业日益复杂的跨国差旅需求，并提供本地化的紧急支援服务。
- **成为绿色标准的引领者：**TMC 应积极参与并推动行业绿色差旅标准的制定。通过在产品中嵌入可量化的碳排放数据、提供碳抵消服务和绿色酒店筛选标签，TMC 可以帮助企业轻松践行 ESG 战略，从而在激烈的市场竞争中脱颖而出，成为行业生态中的价值创造者。

5.4 对行业生态系统建设的建议

- **建立协作数据生态系统：**鼓励 TMC、航司、酒店等上下游供应商建立开放、协作的数据生态系统。通过数据共享，可以提升整个行业的运营效率和透明度，为企业提供更精准的资源

<https://shuzhitumei.com/>

匹配和更具竞争力的价格。

- **统一行业标准：**呼吁行业协会、政府机构等共同制定和推广差旅管理领域的绿色标准和技术标准。统一的标准能够降低企业践行可持续发展的成本，简化 TMC 的技术对接流程，促进行业的健康有序发展。
- **加强复合型人才培养：**差旅管理数智化和 ESG 战略融合对人才提出了更高的要求。行业应加强具备数字化管理、可持续发展知识、以及全球化视野的复合型人才培养，以适应行业未来的发展方向，为中国商旅市场的长期繁荣提供坚实的人才保障。

「途美商旅 ECTP」

“生态定制型商旅平台”

ECTP不只是工具，更是生态
让差旅管理从“成本支出”
升级为“战略资产”



传统差旅流程 冗长、体验差？

解决方案

全链路模块化定制

2000+功能像乐高一样自由拼装
流程、资源、报销全面适配
告别“系统迁就”



免费开通体验

引用的著作

1. 世界银行经济简报：释放消费潜力，助力中国经济持续增长, 访问时间为 九月 2, 2025, [-
release/2025/06/13/unlocking-consumption-to-sustain-growth-in-china-world-bank-economic-update](#)
2. 我国服务消费已进入快速发展阶段, 访问时间为 九月 2, 2025, https://www.ndrc.gov.cn/wsdwhfz/202509/t20250901_1400199.html
3. 携程集团发布 2025 年第二季度及上半财年未经审计的财务业绩| Trip.com Group Limited, 访问时间为 九月 2, 2025, <https://investors.trip.com/zh-hans/news-releases/news-release-details/tripcom-group-limited-reports-unaudited-second-quarter-and-3>
4. 激发服务贸易与消费新活力 - 中国改革论坛, 访问时间为 九月 2, 2025, <http://www.chinareform.org.cn/2025/0829/43545.shtml>
5. 文旅“热”力四射消费场景焕新——2025 年暑期消费盘点 - 人民网—四川频道, 访问时间为 九月 2, 2025, [-
41338841.html](#)
6. TTG China | 旅业报, 访问时间为 九月 2, 2025, <https://ttgchina.com/>
7. ITB CHINA 旅游趋势报告 2025/26, 访问时间为 九月 2, 2025, https://pdf.dfcfw.com/pdf/H3_AP202508111725328484_1.pdf?1754904961000.pdf
8. 2025 年“五一”假期旅游市场洞察_资源频道 - 中国城市规划学会, 访问时间为 九月 2, 2025, https://www.planning.org.cn/law/news_view?id=16996
9. 2025 企业差旅管理系统应该怎么选? 携程商旅全流程解决方案解析, 访问时间为 九月 2, 2025, <https://ct.ctrip.com/think tanks/146679516869126>
10. 机票商旅平台哪家好? 携程商旅 2025 年深度评测: 从资源整合到智能 ..., 访问时间

<https://shuzhitumei.com/>

为九月 2, 2025, _____

11. 在华企业可持续发展行动 2022/2023, 访问时间为 九月 2, 2025,
https://www.undp.org/sites/g/files/zskgke326/files/2023-09/pwc_cn.pdf
12. 中国企业可持续发展目标实践调研报告, 访问时间为 九月 2, 2025,
<https://www.undp.org/sites/g/files/zskgke326/files/migration/cn/UNDP-PwC-SDG-Report-CN.pdf>
13. 中国的 ESG 整合：实践指导和案例研究 - UN PRI, 访问时间为 九月 2, 2025,
<https://www.unpri.org/download?ac=9664>
14. 可持续差旅实践路径：碳中和与绿色出行的未来趋势 - 阿里商旅, 访问时间为 九月 2, 2025, <https://www.alibtrip.com/document/2948670>
15. 数字化工具助力公众绿色出行研究报告, 访问时间为 九月 2, 2025,
<http://download.people.com.cn/dangwang/one16552828921.pdf>
16. 安永已实现负碳排放，并将在 2025 年实现净零排放 - EY, 访问时间为 九月 2, 2025, https://www.ey.com/zh_cn/insights/sustainability/carbon-negative-achievement
17. 地球家园—环境和社会影响力 - Oracle, 访问时间为 九月 2, 2025,
<https://www.oracle.com/cn/social-impact/planet/>