

全球

# 季度趋势报告



000000

2024年第二季度

作者: FCM Consulting 全球团队

- Felicity Burke
- Ashley Gutermuth
- Juan Antonio Iglesias





# 关于本报告

本季度报告借鉴了FCM和Flight Centre Travel Group在2024年4月至6月（2024年第二季度）期间差旅预订的全球数据。报告使用了截至2024年8月19日的Cirium航空数据。机票价格变动不包括所有税费。

酒店平均房价（ARR）使用了FCM和Flight Centre Travel Group企业预订数据的平均预订价格。预订价格的变化反映了季节性、供需情况、企业预订提前期以及汇率的细微变化。STR酒店内容来自2024年8月12日的数据。除非另有说明，所有票价和住宿价格均为美元。

# 企业 需要了解

**2024年第二季度，商务旅行继续放量增长，预计2024年下半年行业增速将放缓。**

- 到2024年上半年末，全球酒店入住率攀升至近70%，同期航空旅行需求稳步增长。
- 随着北半球夏季的到来，我们预测旅游需求将在下一季度稳步增长。2024年下半年，地缘政治动荡和经济状况预计将继续影响旅游业。

本期报告显示了旅游业上半年积极的增长势头，现在判断下半年是否能够延续这种态势为时尚早。



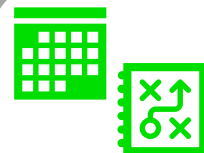
**航空表现抢眼**  
客运需求强劲。截至2024年5月，经济舱票价上涨了65美元。

**线下活动成为主流**  
面对面会议和活动的  
需求继续上升。



**全球经济**  
经济不确定性依然存在，因此2024年下半年的出行成本预测有待确认。

**主动进行旅行管理**  
一个成功的现代差旅方案从一份计划开始。



**酒店入住率**  
中东和亚太地区的入住率高达69%。

**汽车租赁**  
2024年上半年全球日均租车价格为54美元，回落至2019年的水平。





# 商务旅行

## 2024年第二季度要点

1



### 通货膨胀

与前几个季度相比，通胀压力将继续缓解。截至2024年6月底，G20经济体的平均通胀率**下降了0.39**。



2



### 采购经理人指数

与2024年3月/4月相比，2024年6月/7月的采购经理人指数 (PMI) 有所下降，尤其在制造业。G20经济体平均异众比率**下降了0.01**。



3



### 国内生产总值与失业率

回顾2023年12月的数据，G20经济体的平均国内生产总值**增长了0.05**，少数国家则呈现出负向趋势。

相比之下，失业率持续上升。G20经济体平均失业率**增长了0.15**。

4



### 航空燃油

航空燃油价格<sup>^</sup>为105-100美元/桶



航空燃油 — 布伦特原油

有关G20宏观经济结果的更多信息，请参阅本报告的最后一页。  
<sup>^</sup>国际航空运输协会(IATA)燃料监测报告为2024年7月19日那一周



1



### 票价调整

2024年1-5月经济舱和商务舱的平均付费机票价格与2019年同期相比分别**上涨了65美元 (+15%)** 和**209美元 (+11%)**。

2024 1-5月 vs 2019	经济舱	商务舱
亚太地区	+ 13%	+ 15%
欧洲	+ 13%	+ 5%
拉丁美洲	+ 9%	- 16%
中东和非洲地区	+ 14%	+ 18%
北美地区	+ 15%	+ 8%

2



### NDC新闻

2024年6月的NDC交易占航空报告公司(ARC)\* 总交易的**21.5%**，较2023年12月**增长了3.5%**。

2024年上半年，一些航空公司继续直连和/或通过聚合服务商增加其NDC内容。差旅管理公司能够直接签订合同，也可以通过Sabre、Amadeus、TPConnects等聚合商签订合同，使企业能够购买和选择相应资源。

3



### 客运需求

根据国际航空运输协会(IATA) ^的报告，2024年6月全球客运需求比2023年同期**增长了9.1%**。

**国际**客运需求增幅最大，达到**12.3%**；载客率为**85.0%**，同比**增长12.7%**。

**国内**客运需求**增长4.3%**，载客率为85.0%，同比增长2.1%。

\*2022年12月通过ARC Direct Connect完成的NDC销售占了7%，该数据在2023年1月至7月平均为10%，到2023年7月底达到12%，年底则实现了总交易量的18%。  
^国际航空运输协会(IATA)客运需求 (2024年7月发布)



# 航空

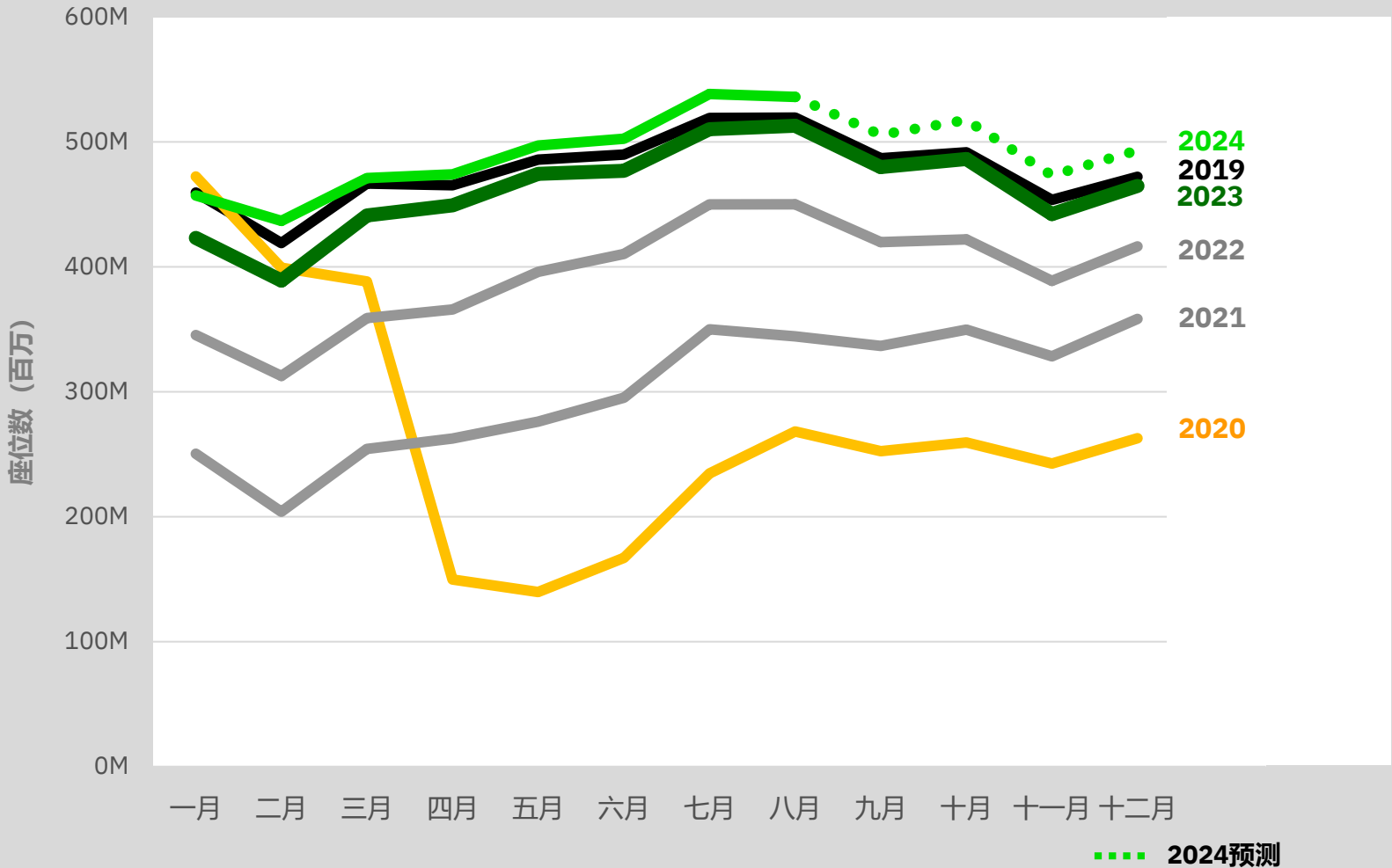
## 2024年提供的座位数稳步增长

2024年的总座位数较2019年增长3.04% (+1.75亿)，较2023年增长6.15% (+3.52亿)。

2024年是2023年后航空业增长的一个全新起点。预计2025年的航空出行将继续保持增长势头

2024 vs 2019	座位数	航班
北美	↑ 6%	↓ 8%
非洲	↑ 9%	↑ 3%
中东	↑ 8%	↑ 6%
拉丁美洲	↑ 5%	↓ 2%
亚洲	↑ 2%	= 0%
欧洲	= 0%	↓ 6%
澳大拉西亚	↓ 4%	↓ 6%

## 全球座位数



# 全球航空公司

与2019年相比，2024年和2023年提供的座位数

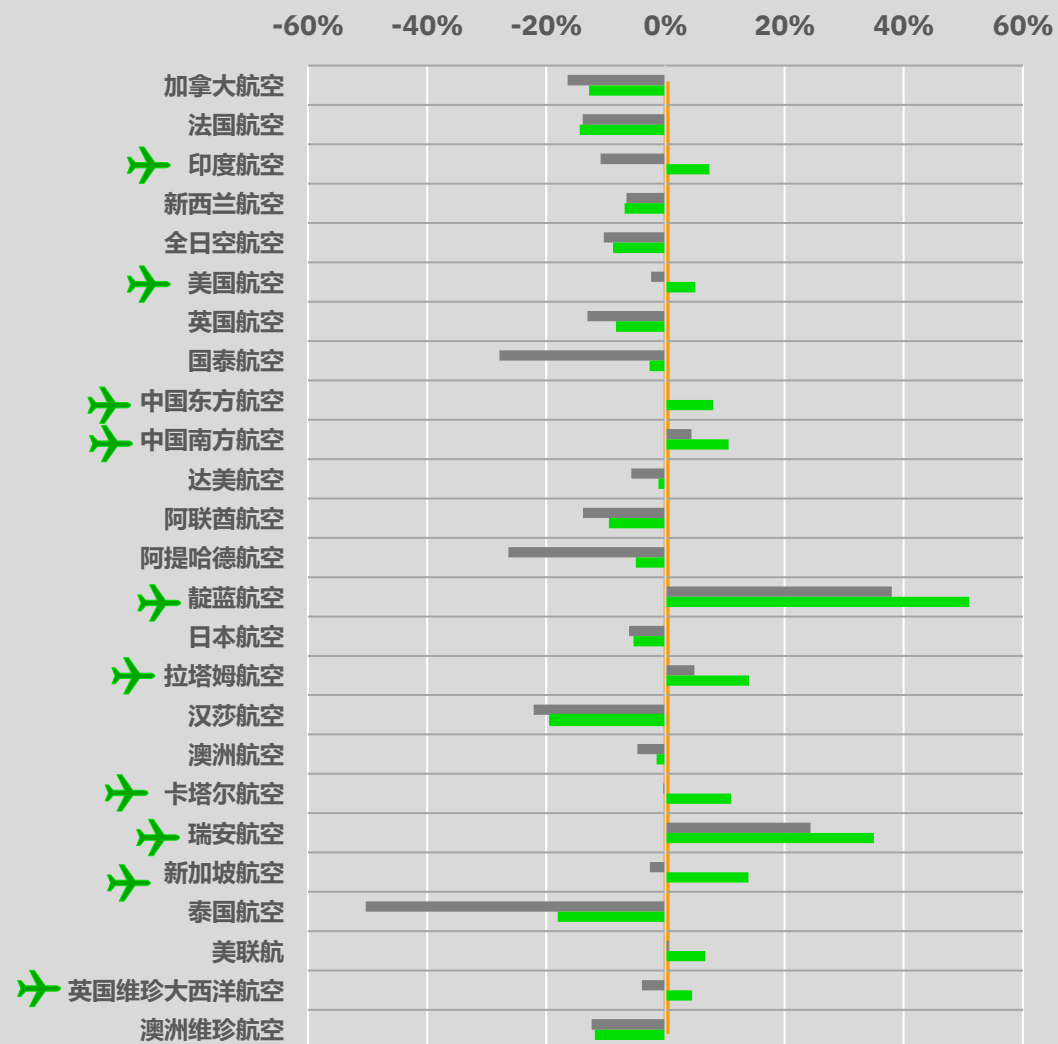
2024年全球主流商务航空公司提供的座位数预计将比2019年**增加5%**

相比之下，2023年提供的座位数比2019年**减少2%**

✈️ 预计到2024年年底，11家商务航空公司将超过2019年的水平，其中五家为来自亚太地区的航空公司

## 全球商务航空公司

全球主流商务航空公司（按座位数）。图表显示了与2019年相比，2024年和2023年提供的座位数变化百分比





# 经济舱和商务舱票价稳定

在380组出发/到达城市中，经济舱票价上涨了65美元（+15%），商务舱票价上涨了209美元（+11%），由于部分市场的商务舱定价趋于平稳。

2024年1月迄今与2019年同期相比的机票价格变化%

## 北美

	经济舱	商务舱
波士顿-上海浦东	↑ 15%	↓ 4%
纽瓦克-奥黑尔	↓ 40%	↓ 7%
法兰克福-肯尼迪	↑ 13%	↓ 9%
肯尼迪-洛杉矶	↑ 27%	↑ 3%
肯尼迪-卡尔加里	↑ 4%	= 0%

## 拉丁美洲

	经济舱	商务舱
圣保罗-肯尼迪	↑ 23%	NA
圣保罗-希思罗	↑ 13%	NA
纽瓦克-里约热内卢	↑ 18%	NA
法兰克福-里约热内卢	↑ 9%	NA
里约热内卢-皮尔逊	↑ 16%	NA

## 欧洲

	经济舱	商务舱
都柏林-希思罗	↑ 34%	↑ 91%
法兰克福-马德里	↑ 26%	↓ 3%
肯尼迪-希思罗	↑ 11%	↓ 10%
希思罗-马德里	↑ 20%	↓ 7%
希思罗-上海浦东	↑ 7%	↑ 6%

## 中东/非洲

	经济舱	商务舱
开普敦-迪拜	↑ 6%	↑ 33%
迪拜-法兰克福	↑ 16%	↑ 18%
迪拜-悉尼	↑ 7%	↑ 21%
法兰克福-约翰内斯堡	↑ 11%	↑ 11%
约翰内斯堡-希思罗	↑ 11%	↑ 9%

## 亚洲

	经济舱	商务舱
上海-新加坡	↓ 2%	↓ 16%
孟买-新德里	↑ 20%	↑ 0%
孟买-希思罗	↑ 18%	↑ 16%
上海浦东-新加坡	↓ 1%	↑ 7%
洛杉矶-北京首都	↑ 8%	↑ 15%

## 澳大利亚/新西兰

	经济舱	商务舱
奥克兰-肯尼迪	↑ 15%	↑ 25%
奥克兰-悉尼	↑ 12%	↓ 49%
墨尔本-悉尼	↑ 3%	↑ 25%
新加坡-悉尼	↓ 2%	↑ 5%
洛杉矶-悉尼	↑ 18%	↑ 20%



# 沟通捷径

## 面对面会议全面复苏

- 在过去几年里，一份典型的差旅方案中涉及的更新和沟通量达到历史最高水平。
- 在这段时间里，我们主要依靠电子通信渠道向线上的受众创造有影响力的信息。  
**当前环境下，这种方式是否仍具有显著的影响力？**

我们为您提供以下指南，帮助您组合出更为高效的沟通方式，获得最佳的参与度和结果。

采用不同的框架，如利益-影响力矩阵（Cohen&Co所使用），只是确定目标受众并改变交付方式的一个例子。

1



## 变革时机已到

随着下半年的到来，我们意识到每年此时可能是企业差旅政策经历最多调整的时期：包括新财年、供应商合同续签、影响供需的季节性变化等。

我们鼓励差旅经理认真思考如何确保所有**相关群体**尽早参与其中。

确保差旅方案使用者采用方案新资源及使用新功能是**检验**相关者参与过程的一个好方法。我们使用旅行成功指标来衡量变化产生的影响。

2



## 获胜公式

- **构建相关者地图**，提前了解你的目标受众
- **熟悉你要传递的信息**，并围绕其进行所有沟通
- **考虑信息的传播途径**。要通过多种途径而不是依赖一种沟通方式——意识到到面对面沟通胜过线上交流

尝试快速框架\*，规划每个利益相关者群体，并制定沟通策略。





# 维护差旅类别

策略  
范例

节省成本

确保安全

提升服务

促进可持续性

1



## 制定计划

成功实施差旅方案的企业采购团队都有一个管理完善的差旅类别计划。该计划应具备简单、易于遵循、可衡量的特征。

在制定现代差旅类别计划时，请考虑以下几点：

- 确定关键驱动因素的**业务评估**
- 差旅和投资回报率的**业务需求**
- **利益相关方参与**
- 当前和未来的**出行量**
- **市场分析**
- **供应商能力**和稳定性
- **部门资源配置**以推动成果
- 促进参与的**沟通计划**

2



## 未雨绸缪

即使最精心制定的类别计划也会受到诸如下列外部因素的干扰，从而影响到企业的业务目标和**关键绩效指标**等：

- **供需变化**
- **经济状况**
- **地缘政治动荡**
- **自然灾害**
- **可持续性**实践和目标
- 预算变化时**旅行者的幸福感和满意度**
- **供应商变化**，如创新、停滞、合并和收购

**确保分类计划有效执行**，并定期进行审查。评估旅游业，定义明确的指标，加强差旅管理公司和内部业务部门的参与度，共同推动计划成功。

有关类别管理规划的更多信息，请联系FCM Consulting的Mike Cox: [michael.cox@us.fcm.travel](mailto:michael.cox@us.fcm.travel)



# 住宿

## 2024年第二季度要点

1



### 入住率

根据STR 2024年7月6日的报告，预计2024年7月全球酒店入住率将达到70%。

2024年年中预计将是酒店入住率的高峰期，与北半球的夏季相吻合。

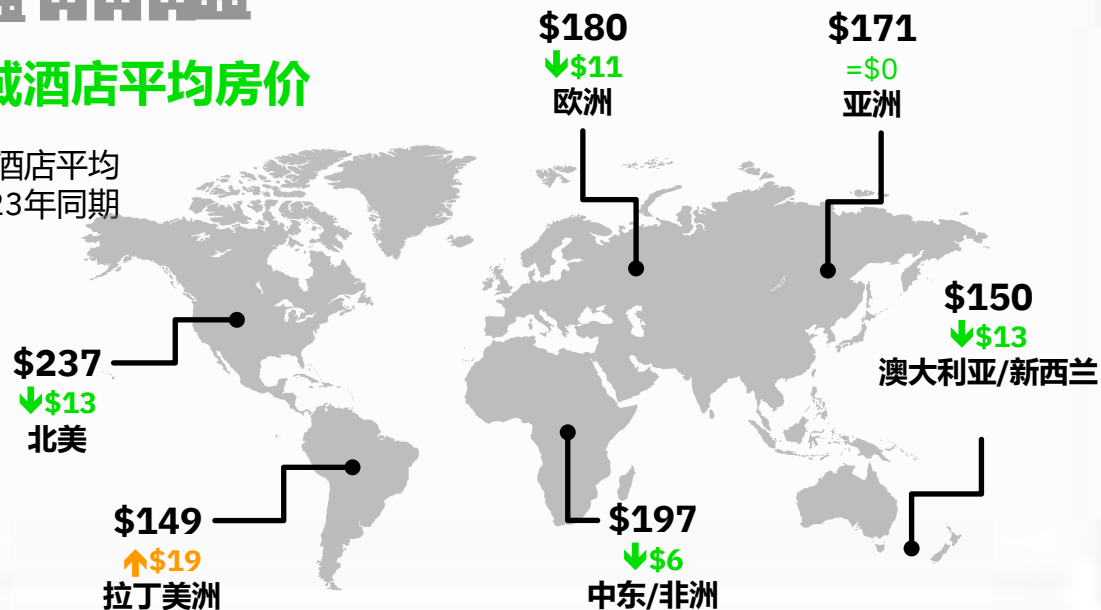
根据FCM Consulting商业分析团队的报告，前100大差旅城市的酒店平均每晚住宿价格为**182美元**，较2023年上半年**下降5美元**。

2



### 区域酒店平均房价

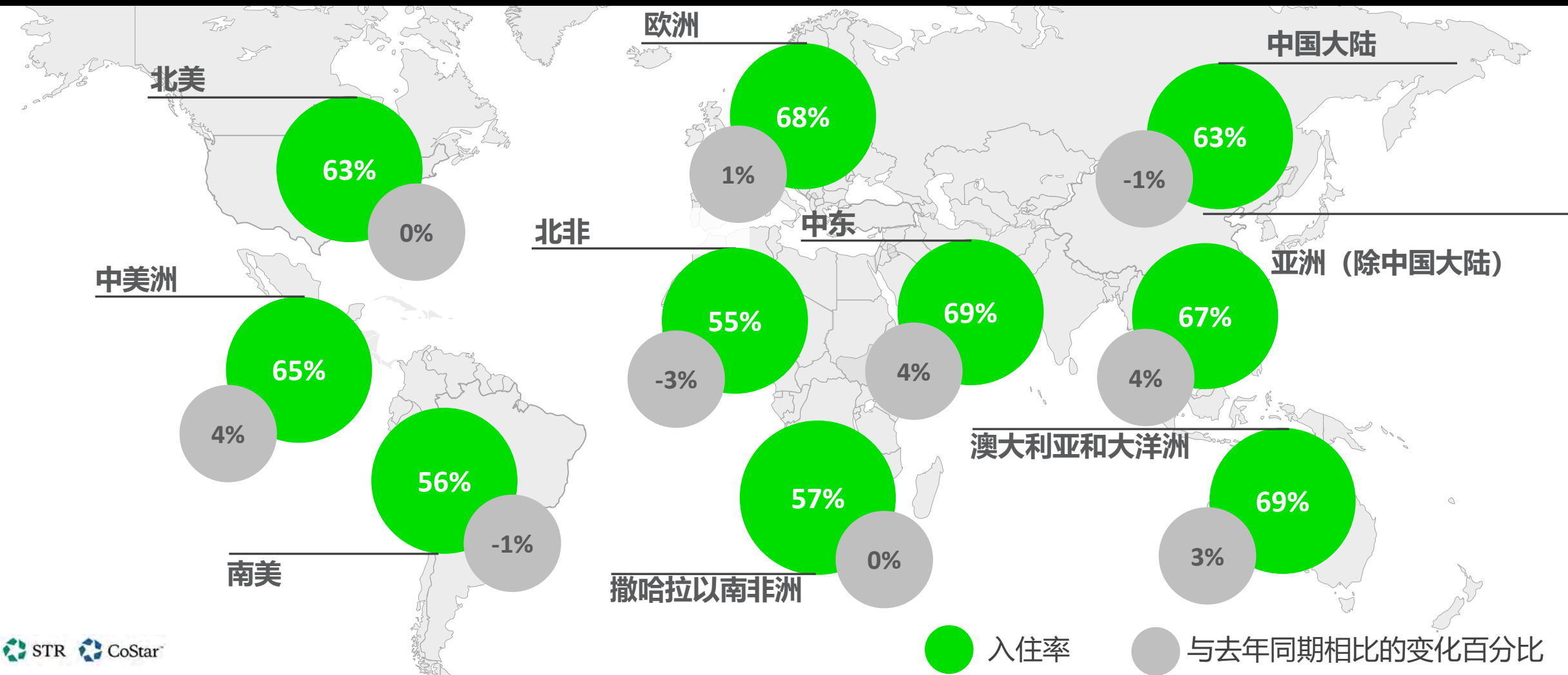
2024上半年酒店平均房价相较2023年同期的变化值





# 酒店入住率缓慢增长

2024年1-6月的入住率以及与2023年相比的变化百分比



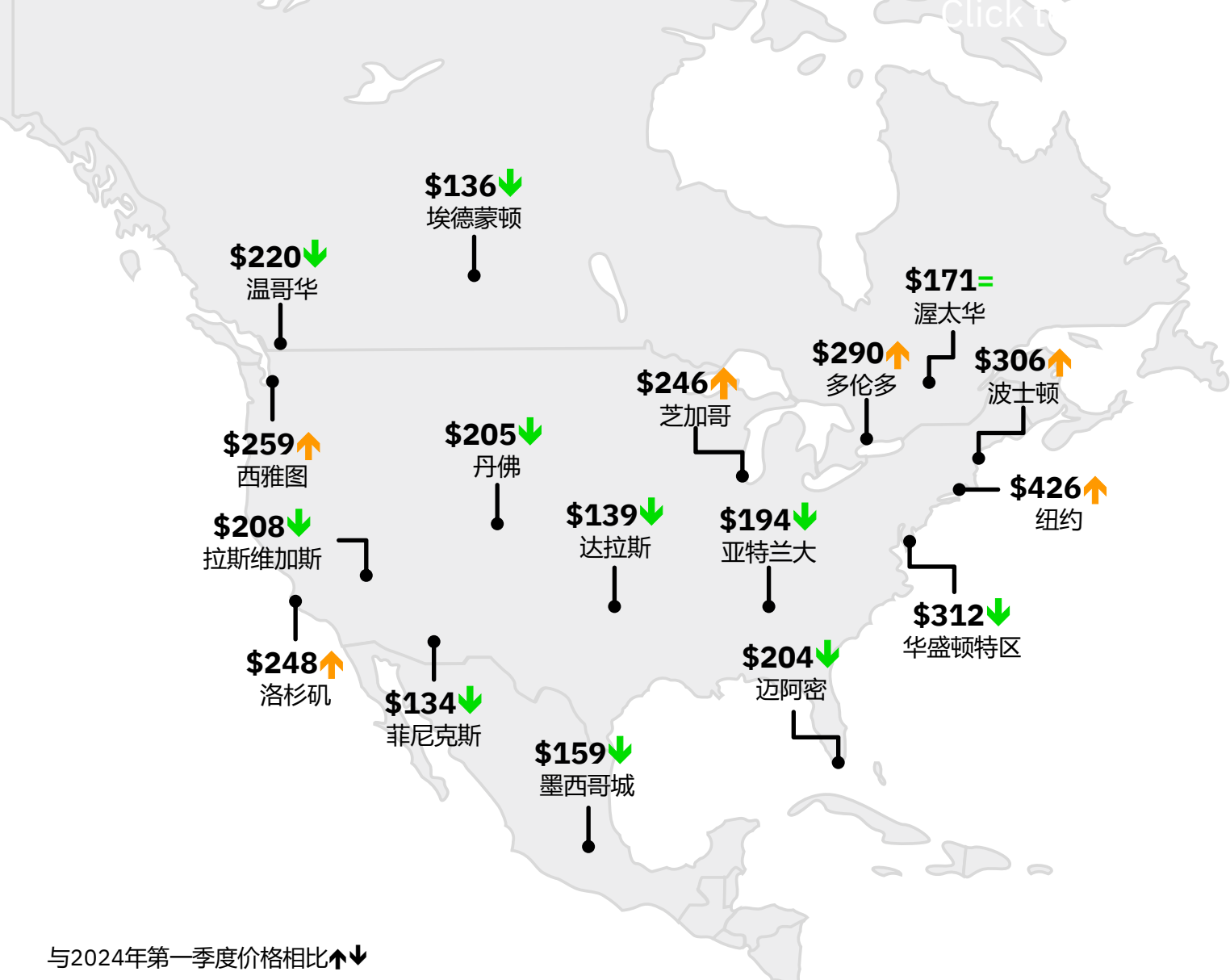


# 增长随旅行者模式的变化而波动

2024年1-6月入住率相较去年同期的变化百分比







与2024年第一季度价格相比↑↓

公司协议价  
平均支付价格变化%

2024第一季度 ↓ 6%  
2024第二季度 vs 2023第二季度 ↓ 12%



\$美元

# 北美地区

## 住宿 2024年第二季度

与2023年同期相比，2024年第二季度酒店平均房价下降了31美元。只有在一些主要差旅城市出现了增长

### 与2024第一季度价格比较

- 芝加哥 ↑ 5%
- 洛杉矶 ↑ 10%
- 纽约 ↑ 31%
- 墨西哥城 ↓ 18%
- 温哥华 ↓ 30%



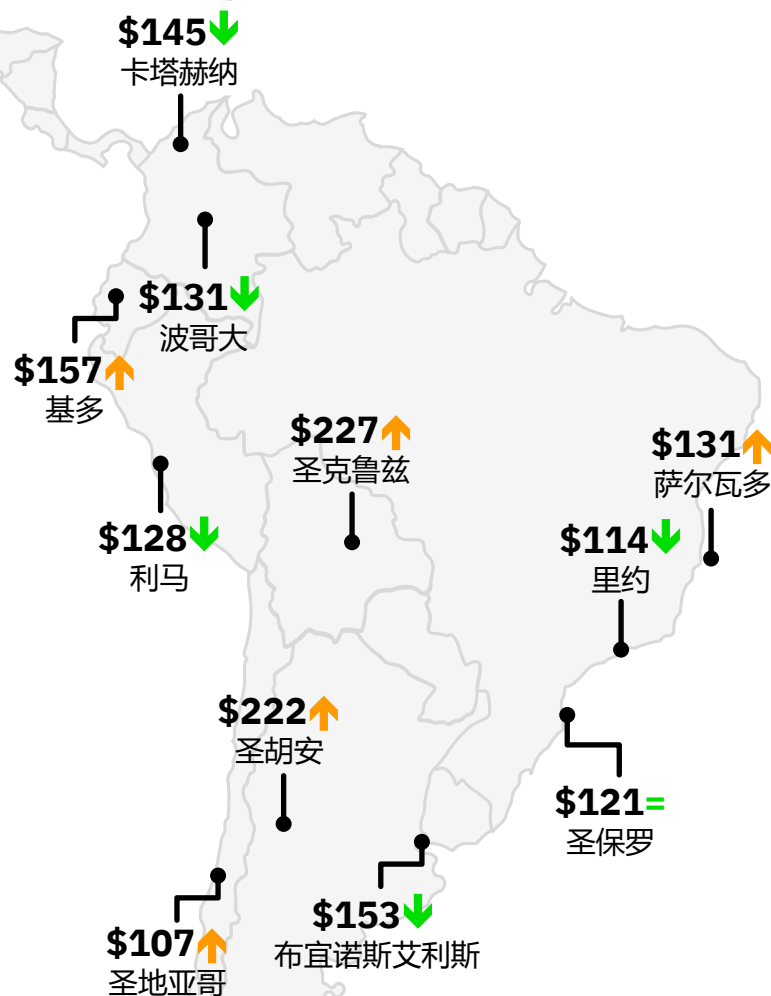
# 拉美地区

## 住宿 2024年第二季度

随着企业差旅量的调整，整个地区2024年第二季度的酒店平均房价较去年同期增长了20美元。

### 与2024第一季度价格比较

- 布宜诺斯艾利斯 ↓ 7%
- 利马 ↓ 12%
- 里约 ↓ 11%
- 圣地亚哥 ↑ 16%
- 圣保罗 = 0%

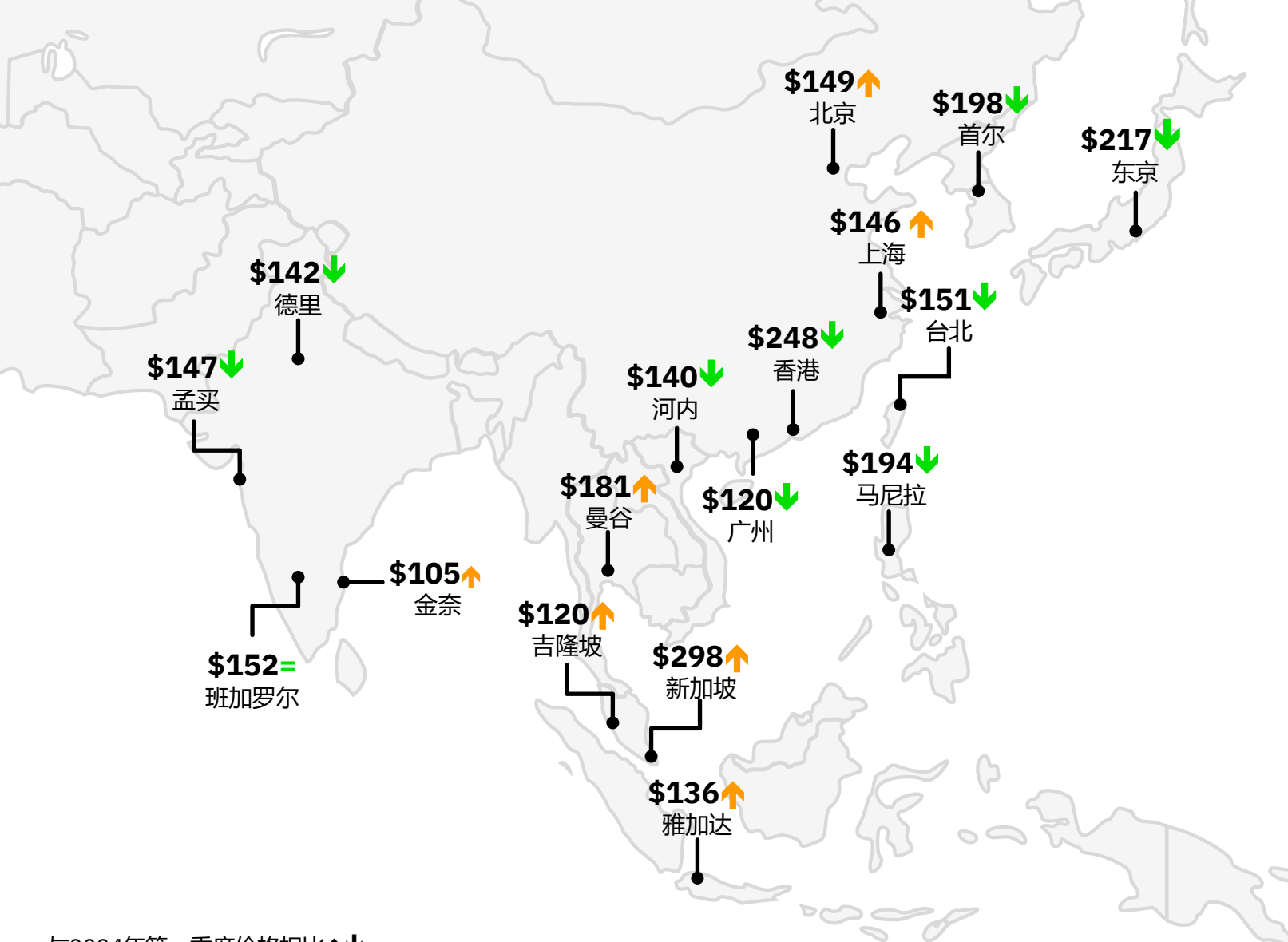


与2024年第一季度价格相比↑↓

公司协议价  
平均支付价格变化%

2024第一季度 ↑ 13%  
2024第二季度 vs 2023第二季度 ↑ 20%





与2024年第一季度价格相比↑↓

公司协议价  
平均支付价格变化%  
**2024第二季度 vs 2023第二季度** ↓ 4%  
↓ 1%



# 亚洲地区

## 住宿 2024年第二季度

中国边境重新开放一年后，整个地区的酒店平均房价在2024年上半年保持强劲。

与2024第一季度价格比较

- 金奈 ↑ 5%
- 雅加达 ↑ 10%
- 马尼拉 ↓ 8%
- 吉隆坡 ↑ 11%
- 上海 ↑ 3%
- 新加坡 ↑ 27%



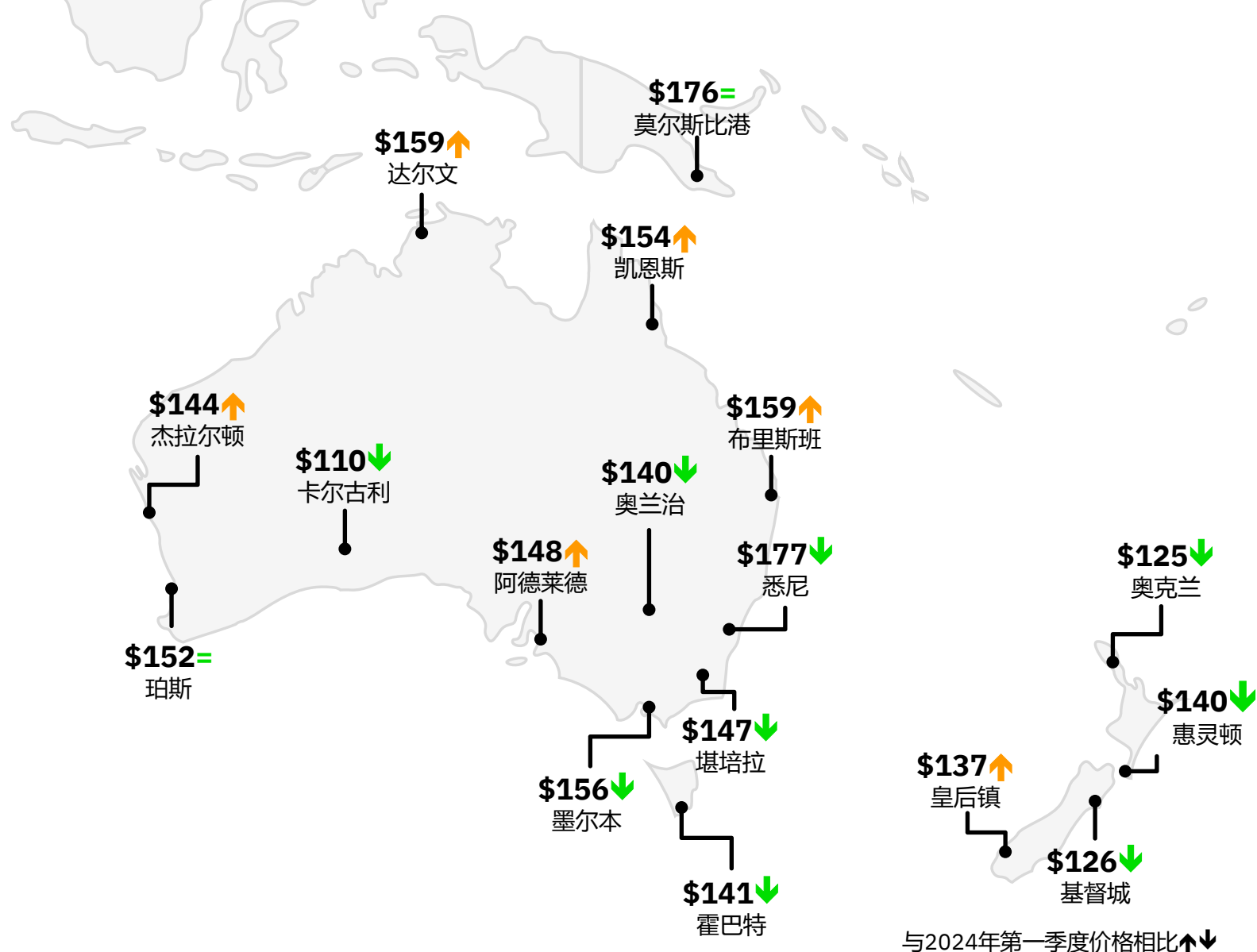
# 澳大利亚/新西兰

## 住宿 2024年第二季度

由于消费者选择发生变化，2024年第二季度一些主要城市的酒店平均房价下降

与2024年第一季度价格比较

- 阿德莱德 ↑ 12%
- 奥克兰 ↓ 26%
- 墨尔本 ↓ 9%
- 悉尼 ↓ 18%
- 惠灵顿 ↓ 14%



公司协议价  
平均支付价格变化%

2024第一季度 ↓ 4%

2024第二季度 vs 2023第二季度 ↓ 10%

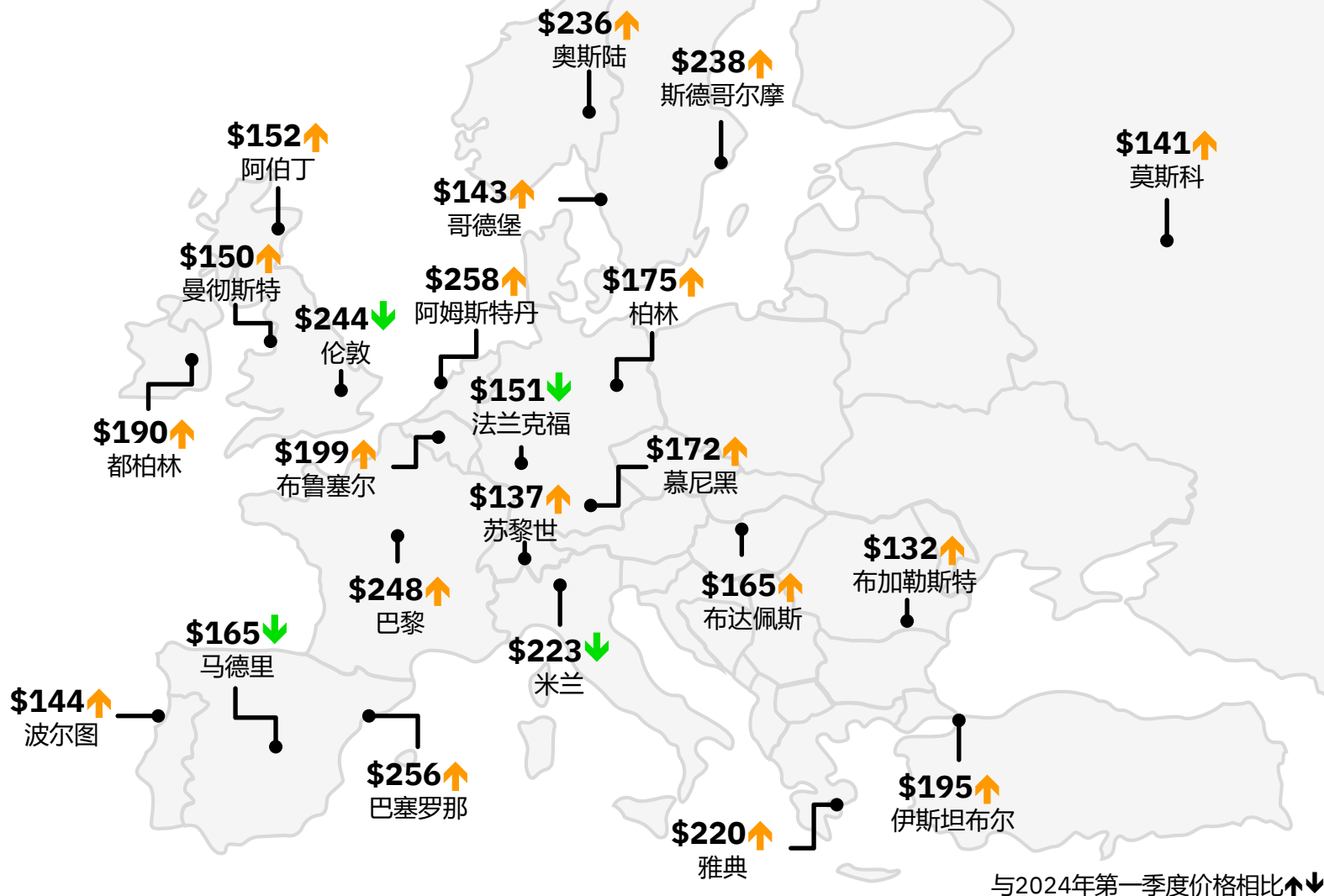
# 欧洲地区

## 住宿 2024年第二季度

由于酒店平均房价在2024年第一季度上涨13%，整个地区在第二季度出现了显著的回调。

与2024年第一季度价格比较

- 柏林 ↑ 4%
- 都柏林 ↑ 1%
- 法兰克福 ↓ 8%
- 伦敦 ↓ 7%
- 马德里 ↓ 10%



公司协议价  
平均支付价格变化%

2024第一季度 ↑ 13%

2024第二季度 vs 2023第二季度 ↓ 6%



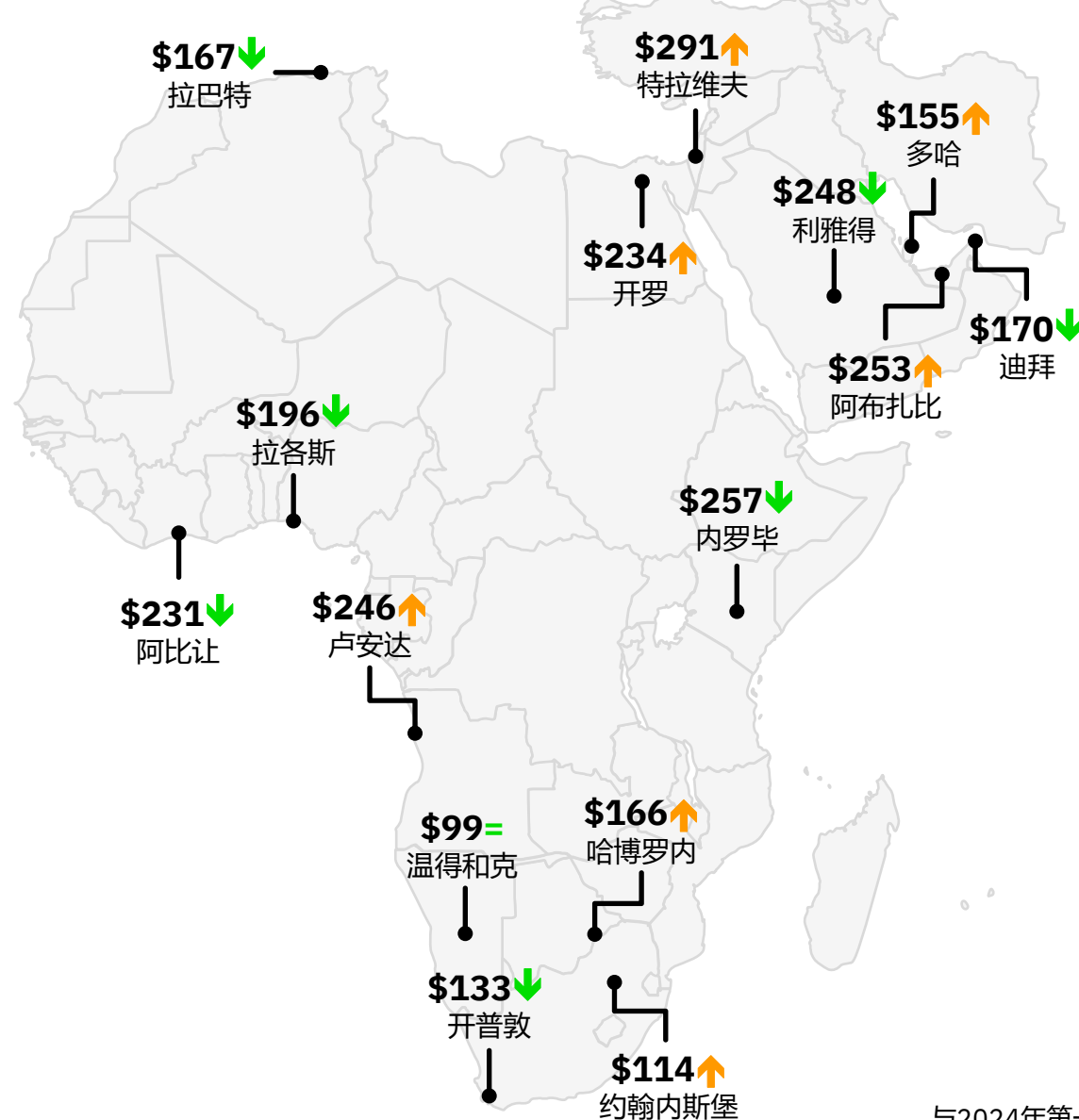
# 中东和非洲地区

## 住宿 2024年第二季度

市场虽然有小幅度调整,但总体仍处于比较平稳的状态,整个地区的酒店平均房价在过去12个月内保持稳定。

### 与2024年第一季度价格比较

- 开罗 ↑ 7%
- 开普敦 ↓ 7%
- 迪拜 ↓ 29%
- 约翰内斯堡 ↑ 13%
- 利雅得 ↓ 20%



与2024年第一季度价格相比↑↓



公司协议价  
平均支付价格变化%

2024第一季度 = 0%

2024第二季度 vs 2023第二季度 ↑ 3%

# 移动出行

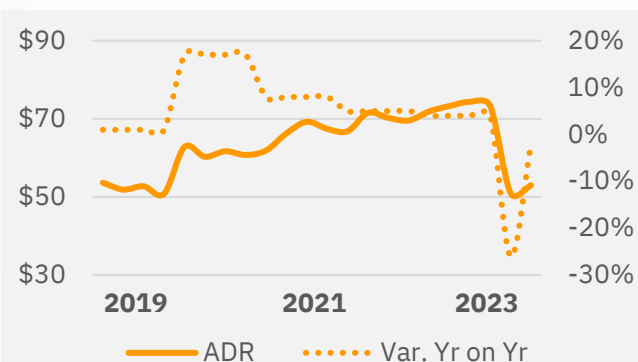
## 2024年第二季度要点

1



### 2024上半年汽车租赁

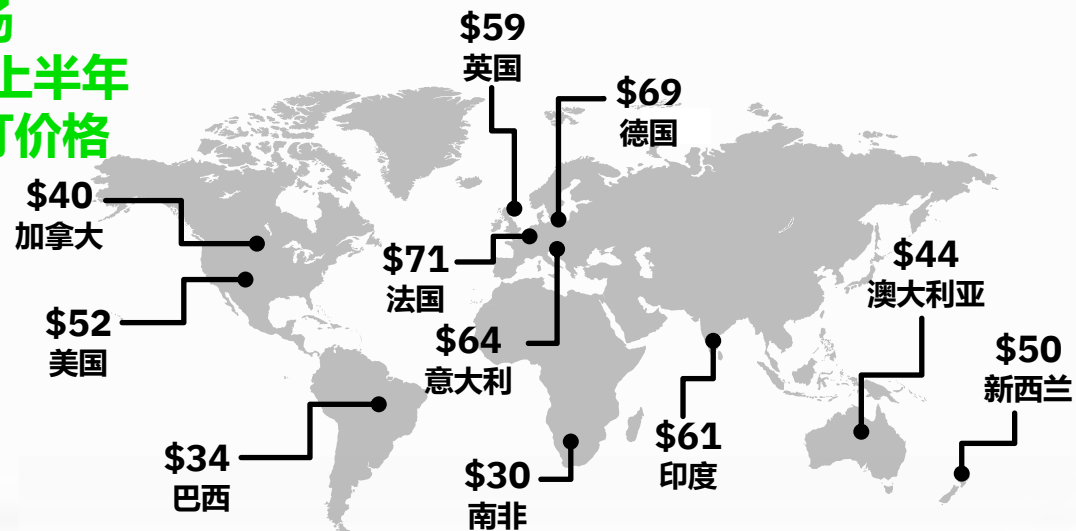
2024年上半年全球日均预订价格为**54美元**，与2023年相比**下降了26%**。



2



### 主要市场 2024年上半年 日均预订价格



^ ADR (Average Daily Rate Booked) = 日均预订价格



# 我们的团队

**Jo Lloyd**  
FCM Consulting  
全球负责人



**Felicity Burke**  
亚太地区负责人



**Ashley Gutermuth**  
美洲地区负责人



**Juan Antonio Iglesias**  
欧洲、中东和非洲地区负责人



**Rachel Newns**  
全球酒店业务负责人



**Eve Smith**  
全球变革管理和沟通负责人



**Glenn Thorsen**  
全球可持续发展负责人





# G20全球经济

## 2024年第二季度主要宏观指标

中东的地缘政治紧张局势仍然存在，或将在未来几个月加剧。

- 在过去的—个季度，航空燃油价格稳定保持在每桶100美元至110美元之间。然而，中东局势升级可能会导致价格上涨。
- 尽管2024年下半年经济仍存在不确定性，但由于需求疲软，部分地区的旅行成本可能会保持不变或下降。
- 表中的衡量指标显示，欧元区仍然疲软。德国和法国等主要市场报告显示制造业和服务业指数下降。
- 从上一季度的分析来看，通货膨胀的增长有所放缓，释放了积极的信号。
- 其余大部分（G20）国家在采购经理人指数和失业率方面都呈现出积极的趋势。然而，通货膨胀率较前几个季度略有上升。

FCM Consulting分享我们所监测的关键指标样本：PMI、GDP和通货膨胀，以了解未来企业差旅预算的经济状况。此处不包括其他影响旅行的因素，诸如地缘政治不稳定、天气和自然灾害的影响、季节性、政府选举、假期、大型活动，如奥运会，以及此处未提及的其他内容。

^PMI - 采购经理指数  
更多关于采购经理指数、国内生产总值和通货膨胀的信息请参见本报告结尾处。

国家/地区 (G20)	综合PMI^		失业率		通货膨胀率	
	上期 (24年6/7月)	与上月相比的 变化	上期 (24年5/6月)	与上期相比的 变化	上期 (24年6月)	与上月相比的 变化
印度	61.4	0.01	9.20	2.20	5.08	0.33
沙特阿拉伯*	55.0	-0.02	3.50	0.10	1.50	-0.10
俄罗斯	49.8	-0.03	2.60	0.00	8.60	0.30
巴西	54.1	0.00	7.10	-0.40	4.23	0.30
西班牙	55.8	-0.01	11.27	-1.02	3.40	-0.20
韩国*	52.0	0.01	2.80	0.00	2.40	-0.30
中国	52.8	-0.02	5.00	0.00	0.20	-0.10
英国	52.7	0.01	4.40	0.00	2.00	0.00
墨西哥*	51.1	0.00	2.60	0.00	4.98	0.29
印度尼西亚*	50.7	-0.03	4.82	-0.50	2.51	-0.33
荷兰*	50.7	-0.03	3.60	0.00	3.20	0.50
新加坡	55.2	0.02	2.10	0.10	2.40	-0.70
美国	55.0	0.00	4.10	0.10	3.00	-0.30
加拿大	47.5	-0.06	6.40	0.20	2.70	-0.20
日本	52.6	0.06	2.60	0.00	2.80	0.00
土耳其*	47.9	-0.01	8.40	-0.10	71.60	-3.85
澳大利亚	50.2	-0.01	4.10	0.10	3.60	-0.50
意大利	51.3	-0.02	6.80	0.00	0.80	0.00
南非	49.2	-0.02	32.90	0.80	5.10	-0.10
欧元区	50.1	-0.02	6.40	0.00	2.50	-0.10
法国	49.5	0.01	7.50	0.00	2.20	-0.10
瑞士	48.0	0.01	2.30	0.00	1.30	-0.10
德国	48.7	-0.03	6.00	0.10	2.20	-0.20

\*仅制造业PMI



# 全球经济

**采购经理指数(PMI)** - 衡量制造业和服务业经济趋势主要方向的指数。采购经理指数基于对 19 个行业的供应链采购经理的月度调查，涵盖上下游活动。综合采购经理指数™ 由标普全球编制，为特定地理或经济体的制造业和服务业PMI的加权平均值。总体PMI指数是一个从0到100的数字，PMI高于50代表与上月相比出现经济扩张。PMI指数低于50表示经济收缩，PMI指数为50表示没有变化。

**失业率** - 失业者或未就业者占劳动力的百分比。劳动力包括就业者和失业者。失业率是一个滞后的百分比指标，当经济状况不佳、工作岗位稀缺时，失业率就会上升。高失业率也会减少家庭的可支配收入，降低经济产出。

**通货膨胀**衡量物价上涨的百分比，通常为商品和服务价格上涨的速度。具体可以解释为一个货币单位的实际购买量比前一时期有所减少，通常表示为增长百分比。通货膨胀可以与通货紧缩形成对比，后者发生在价格下降和购买力增加时。

# 更多资讯

## FCM Consulting

本报告由FCM下属的FCM Consulting编制。除非另有特别说明，否则本报告中的所有材料均为FCM所有。本文包含的信息（包括预测）来源于可靠的资料和渠道。

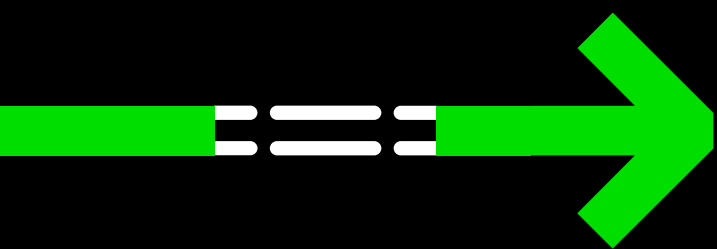
读者有责任独立评估本出版物所含信息的相关性、准确性、完整性和通用性。本报告仅供参考。

本材料版权所有，未经FCM事先明确书面许可，不得以任何方式更改、传输、复制或分发本材料、其所载内容或任何副本。禁止未经授权发布或重新分发本报告。FCM不对因任何人使用或依赖本出版物中的信息而产生的任何损失、损害、成本或费用负责。欲了解有关FCM Consulting的更多信息，请访问：

[www.fcmtravel.com/en/what-we-do/consulting](http://www.fcmtravel.com/en/what-we-do/consulting)



激发商旅管理效能，探索非凡之选



FCM CONSULTING