

民航业辅助性营收逐年增长,航空公司运营模式悄然变化,旅客今后坐飞机,购买机票后,还得随时准备为各种服务另外掏钱

一价全包 离场 按需收费 上位

■本报记者 李静



权威市场机构近日发布2017年度全球航空公司辅助性服务营收报告。报告透露,2017年,73家航司提供的辅助性服务营收达到472亿美元。可见,消费者已接受此类服务,并愿意埋单。辅助营收榜单前三名的依次是传统全服务航空公司美联航、达美航空和美国航空,而美国低成本航空公司精神航空的辅助收入占了总营收的46.6%。

这几年,无论乘坐国内短途航线还是国际长航线,旅客除了买张机票之外,时不时还得额外掏钱购买一些服务项目,已不是什么新鲜事,这些服务项目从超重行李托运,到选座升舱,甚至还包括飞机餐的付费升级,

名目繁多花样翻新。报告透露,从2007年至今,全球航空公司的辅助营收逐年增加,10年前,排名前10的航空公司辅助收入总和是21亿美元,而到了2017年,这一数字已跃升至297亿美元。10年当中,尽管机票价格时有浮动且总体呈下降趋势,但民航旅客的搭机出行成本,其实是在暗暗提高。这当中一个重要原因,就是航空公司利润中的辅助收入,一直在“小步快跑”增长中。

业内专家分析,随着全球航空业竞争态势日趋激烈,航空公司运营模式正悄然改变,传统意义上的“一价全包”服务模式,被一步步拆细分化——票价开始瘦身但“含金量”也同步缩水;票价外的各类辅助收费服务项目

不断增加,且品种越来越多,涵盖出行每个环节。

“一价全包”的套餐式定价渐行渐远,对那些价格敏感型旅客可不是好消息,买了机票后还得不断掏钱,有时真的让人很恼火。“航空公司越来越铁公鸡,就想着薅旅客的羊毛”,不少人这样评论。不过,也有不少乘客不这么看:“一价全包”取消后,基础票价下降,增值服务则另外“按需收费”,让旅客有了更多选择权。毕竟,只带一个电脑包出门的乘客,为什么要和托运四个全尺寸行李箱上飞机的人付一样的票价?一句话,旅客选择更多,个性化需求得到满足,是民航市场走向成熟的必经之路。

行李托运 不再免费

辅助性营收是指传统的客票销售之外,旅客直接付费购买或作为出行一部分而间接消费的项目收入,比如常旅客活动收入、购买行李托运额度、单独购买餐食、付费优先登机。

在这份排名中,前三名美联航、达美航空和美国航空的辅助性营收依次达到57.5亿美元、54亿美元和53亿美元,分别占其收入总额的15.2%、13.2%和12.5%,旅客人均消费额分别为38.83美元、28.92美元和26.42美元。美国低成本航空公司精神航空因为对座位、行李和一系列机供品和服务采用动态定价等方式,从而获得可观的辅助性收入,占其总营收的46.6%;同时,旅客人均消费额为50.97美元,双双位列全球第一。而我国最大的低成本航司春秋航空去年的辅助性营收占比只有7.2%,人均消费额为6.79美元;中国国际航空、东方航空、南方航空三家的数字和比例相对较低。

所谓辅助性营收,指的是传统客票销售之外,旅客直接付费购买或作为出行一部分而间接消费的项目收入,比如常旅客活动收入、机上广告、机上WiFi收费、购买行李托运额度、单独购买餐食、付费优先登机、付费选座或升舱、机上商品和免税品销售、通过航空公司购买保险、酒店或租车等。

从报告搜罗的航空公司财报可以看出,辅助性营收的大头是行李托运费,付费选座以较大差距排在第二位,这两项都是航空公司最常用、最可靠的收入来源。此外,还有旅行保险费用、酒店住宿、租车、优先登机收入等。其中,香港快运航空公司的行李托运费占所有辅营收入的67%,冰岛廉价航空公司WOW航空这一占比为65.5%。据了解,WOW航空的机票非常便宜,几乎约为传统航司一半的价格,但除了托运行李收费,WOW航空对随身携带的行李尺寸限制非常严格,手提小包行李免费,其它都要按尺寸收费。去年,每位乘坐WOW航空的旅客为辅助性项目花销平均高达48.87美元。

此外,优先登机、升舱等项目都有不少人埋单。以爱尔兰廉价航空公司瑞安航空为例,不仅旅客选座收入大幅增长,占比从2017年的23%增长到今年的50%;优先登机的服务项目收入也大幅增长,占比从去年的4%增至今年的20%。

运营思路 慢慢在变

以前,航空公司不管旅客是否需要、是否享受到所有服务,都是“一价全包”;现在,服务拆分成各环节的个性化项目,分开定价,消费者购买基础客票后,再按需选择购买其它服务。

在民航资深专家李晓津看来,航空收费服务项目和辅助性收入双增加,是民航业大众化的表现——航空发展到一定阶段,越来越向公用事业方向发展。航班就像地铁、公交车一样普及及不可或缺,旅客数量增加,需求多元化,航空公司通过拆分、降低票价,同时增加附加收费服务,细化产品,增加利润。

“辅助性收入起源于低成本航空公司,曾是廉价航空的标签,但现在,传统全服务航司也在用它增收,它已不是区分两种类型航空公司的标准。”广州民航职业技术学院副教授基琦分析,辅助性收费项目“上位”,背后是航空业内运营思路的转变——从提供“打包式”服务转向按需提供服务及按需收费。以前,航空公司不管旅客是否需要、是否享受到所有服务,都是一价全包;现在,服务拆分成各环节的个性化项目,分开定价,消费者购买基础客票后,再按需选择购买其它服务。

“传统全服务航空公司在低成本航空公司竞争压力下改变运营策略,开始重视辅助性收入,但两者辅收的来源有明显区别。”《低成本航空经营管理》一书作者孟斌进一步分析道,低成本航空公司根据不同经营模式,侧重点有所不同,但主要辅收来源于机上商品销售、付费选座、行李收费、机上餐饮收费、广告等;而传统航空公司的常旅客项目在辅助性收入中占较大比例,比如联手银行为常旅客办联名卡送里程积分,积分都先销售给银行,再由银行送给客户,航空公司有盈利;数据显示,欧洲廉价航空公司瑞安航空、易捷航空都没有常旅客项目,而美国航空和达美航空的常旅客项目收入,均占辅收一半以上。

孟斌认为,低成本公司辅助收入项目这些年一直在变,但没有根本性变化,主要都是基于旅客的增值服务,基于票务、里程等的会员制收入,以及广告收入等,新辅助收入项目也都以此为基础。“几大类中,除广告收入外,航空公司获利的同时,不管钱从哪里来,都会与旅客发生直接联系,都需细化服务,满足不同旅客的不同消费需求。”他举例说,当旅客在航空公司网站不仅可以订机票,还能订酒店、接送机动车辆或租赁汽车时,出行会更顺畅便利,旅客的满意度和粘性会更高。

国内航线 还有空白

我国民航辅助性项目曾经发展不够快的原因在于,航空公司考虑到安全因素普遍都比较谨慎,而在成本管理上缺乏细致的核算能力,分拆基础服务和辅助性服务的能力和经验的不足。

付费选座、升舱等项目已在欧美等国普及多年,在我国航司的国际航线上也推广开来。唯独在国内航线上,辅助性付费服务有个发展的过程。

2016年,国内曾有低成本航空公司因“自立收费项目”,收取选座费而被北京市发改委罚没收所有违法所得,并立即改正“收取选座费”行为。当时,我国民航施行政府定价的航线还占绝大多数,只有100多条航线是市场调节价,在机上收取选座费违反价格法。“国内航空公司的主场其实是国内航线,去年我国民航运输的5.5亿人次旅客中,只有约10%是国际航线乘客。这些年,受到价格机制影响,国内航线不具备收费条件,辅助性收费项目不见起色;在国际航线上,为提供更好的服务,基本上把辅助性服务收费对应的内容全部包含在票价里。”李晓津说。

如今,经过几轮票价调整之后,机上收费的制度“瓶颈”正逐渐打开。据李晓津统计,我国民航实行市场调节价航线的旅客运输量已接近民航总旅客量的50%,基本囊括国内热门航线,机上付费选座已司空见惯。中联航和春秋航空等低成本航空公司,通过线上推广免税品销售、付费升舱行李收费、付费选座等途径,专注发展低成本航空之路,增长速度迅猛。

在李晓津看来,我国民航辅助性项目发展不够快的原因还在于,航空公司考虑到安全因素普遍都比较谨慎,而在成本管理上也缺乏细致的核算能力,分拆基础服务和辅助性服务的能力和经验的不足。记者在采访中听到多位民航业内外人士反映,在辅助性收费项目上,国内航空公司还有很大提升空间,目前的服务和产品还不够丰富、细腻,也不够便捷,创新性不足。“比如付费升舱,很多国内航司还要到机场或通过电话办理,在线网络渠道不够畅通,这方面需要更加完善,升级操作流程。”一位业内人士说。

■本报记者 李静

在政策红利、新技术支撑与民航出行人数增多等多重利好之下,辅助性服务对于航空公司将是一个新的利润增长点和风口,有必要提前规划设计新项目;而对于旅客来说,这意味着出行时有了更多选择权。

“一旦飞机航班定下来,其成本就基本定下来了,这个成本压力是长期存在的。若想增加利润,航空公司就要想方设法增加机票收入和辅营收入。付费选座等辅助性服务确实能为航空公司增收,也受到国内外旅客认可,是可行的。”中国民航管理干部学院副教授谢立说,如果航油价格持续上涨,航空公司承受较大成本压力,将更有动力降成本、增收,推广辅助性服务项目。“但国内航线上增加新收费项目,还需向民航局等部门特别申请,航空公司都谨慎推进。”他说。

“拆套餐式服务,细化旅客需求,开发推广个性化辅助性收费项目,就看国内航司中谁是第一个吃螃蟹的了。”基琦分析说,辅助性服务首先要通过旅客传统认知和消费习惯这道坎儿,水和食物不再免费,投诉肯定不可避免;其实,有些航线市场竞争较激烈,格局也很平衡,全服务航空公司贸然“瘦身”服务,需要勇气。他建议,航空公司首先对辅助性服务要有共识,足够重视,形成标准,当作战略发展方向来做。

根据2015年出台的《中国民用航空局关于推进民航运输价格和收费机制改革的实施意见》,到2020年,我国将在民航竞争性环节运输价格和收费基本放开的基础上,基本完善市场决定价格的机制,基本建立科学、规范、透明的价格监管体系。基琦分析,在政策红利、新技术支撑与民航出行人数增多等多重利好之下,辅助性服务对于航空公司将是一个新的利润增长点和风口,有必要未雨绸缪开发设计新项目;而对于旅客来说,这意味着出行时有了更多选择权。

基琦以“南航e行”为例分析,缩减掉机票销售商等中间环节,机票直销,不仅仅降低成本和支出,也是为直接与旅客互动联系、为个性化精准服务做准备。“掌握第一手的旅客特征和需求画像,形成大数据,培养和引导旅客的使用和消费习惯,逐步设计相对应的辅助性服务项目。届时,产品和服务与旅客的契合度会更高,推送更精准高效。”

李晓津认为,辅助性营收可以在“流量”这个关键词上做文章。未来,航空公司除了赚机票的钱,会更倾向于通过吸引、增加旅客,挣流量的钱。“先把更多旅客吸引过来,再针对其个性化需要,提供精准化服务,以获得额外收入。只要流量足够多,航空公司收入会很可观。比如,机舱广告、机上WiFi内的广告等,成本不高,收益却很好,前提是只要流量足够。”他预测,在辅助性收费项目上,部分航空公司将采用“基本票价+更多附加服务”的组合;部分航空公司将依然坚守品牌和服务品质,可能出现一个集团双品牌的格局,比如全服务航空公司新加坡航空+低成本品牌的搭配、全服务东航+低成本中联航的组合等。“我相信未来的航空服务产品会更多,消费者面临的选择也更多,这也是产业成熟的标志。”

谁有勇气第一个吃螃蟹

为了赚这些辅助收入,航空公司也是操碎了心

■本报记者 李静

近年来,各国航空公司在辅助性收费项目开发上可谓“脑洞大开”,下足功夫,翻着“花样”深挖营利点。以东南亚最知名的廉价航司亚洲航空为例,付费选座一项服务就有多种“玩法”:加价可以选到宁静区座、紧急通道座、豪华平躺座椅、双人座等。新西兰航空的“空中沙发”也赚足了亲子游乘客、老年人和情侣们的人气。中东三大航之一的阿提哈德航空“不差钱”,但在辅助性项目上非常用心,不仅推出付费选择“偏好座席”,还推出“升级竞价”模式,航班起飞前6个小时都可以竞拍座位,出价越高,越有机会获得优选座位或升级座舱。

今年6月9日起,天津航空逐步取消国内航线经济舱机上免费餐食,并表示将逐渐把飞行中可能增加旅客支出的部分服务变为选择项,提供定制服务。无独有偶,一周后,长安航空开始执行差异化服务,主

要调整行李和餐食两大项目,取消机上免费餐食,机票5折以下舱位票价不含托运行李额。日前,祥鹏航空推出“一人多座”产品,旅客购买一张机票后,最多还可再买一个占座客票,以便“享受安静私密空间或存放重要物品”,额外座位根据客座率、购票时间差异会有一定折扣;国泰等航空公司也有类似“占座”服务。

飞常准副总裁李岩是一位资深“飞友”,至今乘坐过30多家全球航空公司的航班,体验过国内外多家航空公司的付费选座、升舱以及购买行李额、机上WiFi等服务。“如果购买的是经济舱,而提前到现场可以付费升舱、选座,只要价格不太高,我一般都会购买。”和很多商务旅客一样,李岩较注重出行的舒适性,对于中外航空公司推出的付费项目持有开放、接受的心态。

有一次,他花7000多元买了德国汉莎航空北京飞法兰克福往返含税机票,回

程时,乘务员问是否愿意付2000元升为超级经济舱,他立即决定升舱,好坐得舒服点;在美国和加拿大旅行时,他曾在达美和加拿大航空等官网上购买升舱服务,“感觉很方便”;在国内旅行时,他体验过南航的付费升舱服务,“总体感觉各家费用都不贵,舒适感却提升不少。”最便宜的一次,他从北京飞上海,付99元从经济舱升为公务舱,“航空公司座位空着也是空着,这多少能增加点收益。”

另一位旅行达人、自由撰稿人王晓琳,今年4月从上海出发去新西兰奥克兰旅行时,体验了一把新西兰航空的“空中沙发”——在订3张经济舱座位的基础上,再增加了1100元升舱费,升至“空中沙发”,即同一排相邻3个经济舱座椅座位下方脚蹬翻起来,转换成平坦的沙发。“虽然多花了点钱,但非常舒服,带孩子睡在上面省好多力气。身高约1.65米以下都能伸直腿,个子高的睡斜角或稍微弯曲腿,

我们后排一对夫妻侧卧着睡了一路。”

随着民航业发展,辅助性项目涵盖的范围也在延伸。孟斌认为,航空公司在创新辅助性项目的同时,也延伸了航空服务产业链条。“过去,旅客买好机票,到机场,上飞机到下飞机,消费过程就结束了。现在不同了,从旅客登机到航空公司官网开始,一直延续到飞机落地以后很久,比如,住宿、目的地旅游、租车等服务,都能交由航空公司来张罗,增强了消费者粘度。”

据了解,东方航空在200多个国家和地区的5000多座城市,联合5万多家车行门店,为旅客提供车行取车、7x24小时中文客服和免费中文GPS等特色服务。春秋航空打造出“机票+”系列产品,例如,机票+酒店、景区门票、签证、租车、接送机等服务,旅客订机票时可以自由选择产品服务组合,打通并延展旅行供应链,为旅客提供更多选择。



本版图片 视觉中国