

山东航空发起首个“老年团” 航空搞旅游,要拼“定制服务”

10月12日,60岁的张思林在数千米高空的客机机舱里收到了一束鲜花,这是山东航空公司为“慈翔”旅游团准备的重阳节礼物。与张思林同行的40多位老人,是这款为中老年人设计的航空旅游产品的首批客户。

当“节俭风”吹到民航,从单纯卖机票到搞定制旅游,山东航空延伸产业链的这一步棋,正是公务出行低迷下应对市场变局的一次突破。

文/片 本报记者 张頔

A 公务低迷旅游“亮” 山航卖机票还卖旅游

在旅游市场的产业链条上,以往航空公司能提供的只是两张往返机票。但随着航空市场份额比例的变化,现在,航空公司把新的业务增长点放在了旅游客源上。

去年年底中央下达八项规定以来,公务出行受到不少限制,今年以来,公务客源需求持续偏弱,航空公司不得不大力开拓其他客源市场。

在刚刚过去的“十一”黄金周,很多热门旅游航线早早卖光了机票。如何开发旅游市场,减少空座率就成了航空公司需要重视的问题。

山航营销委员会副总经理李毅分析,往年黄金周的7天假期里,一头一尾是航空客流高峰,因为这个时候正是游客往返的日子。但今年的情况有些变化,10月3日、4日的客运流量并没有出现明显的波谷走势,而且国庆节后的第一周依然延续了国庆期间的高景气,航空需求和客座率同比继续维持高位。

面对旅游航空蛋糕不断做大,在提供航线和团队折扣机票之外,航空公司纷纷开始介入旅游业的中下游环节。海南航空为了促进新加坡航线销售,便主动与旅行社、新加坡樟宜机场集团举办了旅游项目推介会。

山航的动作无疑更快一步,重阳节前夕,山航联合山东省老年人体育协会与多家旅行社推出了面向50岁-70岁中老年群体的“慈翔”航空旅游产品。作为航空公司主导、为特定群体设计的旅游产品,“慈翔”可以说在业内开创了一个先例。

“航空公司手里的航班空座是长线旅游团出行的重要资源,因此航空公司做旅游有先天优势。”李毅介绍,有数据显示,机票在整个旅游消费构成中占30%-60%的比例,因此航空公司参与旅游产品的设计和维护,能够起到决定产品品质的作用。山航作为旅游产业链上游环节,主动组织、承担、统筹此类全流程打包旅游产品,也是未来民航业细分市场的趋势和导向。

B 淡季“主力军” 老年团“力保”客座率

“今年八月初,我们有了为老年人定制旅游产品这个设想。”李毅说,当时有位朋友讲了自己父母出行旅游遇到诸多不便的事,对他触动不小。

老年游客一直以来都是比较特殊的群体,不少旅行社对老年游客设置了种种门槛,比如“70岁以上老人必须有人员陪同”、“报名前须自费提供体检证明”等。老年人对旅游价格的敏感以及身体因素都是旅行社评估组团风险的内容,所以专门做老人游客市场的线路并不多。

然而,随着中国社会老龄化加剧,银发经济已经在多个行业有所体现。全国老龄工作委员会办公室副主任鲍学全在今年召开的全国老年旅游产业发展促进研讨会上指出,中国旅游业应充分认识老年群体的特点,积极主动开发研制适合老年群体的旅游产品和服务。

鲍学全说,从现在起的20年里,平均每年约增加1000万老年人,到2033年老年人将突破4亿人。与此同时,中国老年人口消费规模也在快速增长。预计到2020年,中国老年人口消费规模将达到3.3万亿元。目前,中国老年出游的比例已高达20%,并且呈现高速增长的态势。另有数据显示,老年人已经成了淡季旅游主力军,占据淡季旅游市场80%份额。

“每个人都有父母,能让他们退休后跟着一个靠谱的旅游团去外地走走,是不少子女的心愿。”李毅说,现在我们看到50岁至70岁的人群有很强烈的出游欲望,他们往往有空闲又肯在旅游上花钱,这是未来旅游产品细分的一个重要方向。“我们整合了各方面的资源,用两个月的时间完成了这款老年人旅游产品的设计。”



▲服务靠细节。出门时收到山航送的鲜花,老人们心情格外好。

C 宾馆考察 列出50个“老人不宜”细节



▲导游微博直播“老年团”,好让家属放心。

张思林参加“慈翔”团去广西旅游之前,因为换季的原因有点轻微感冒。来广西后,随队的医护人员发现了张思林的感冒症状,及时安排了用药。

“当时在设计这款中老年旅游产品时,全程医疗护理是最基本配置。”参与“慈翔”设计的王凤杰说,两个月筹备期看似不长,但他们在其中投入的精力却是空前的。

李毅说,设计这款产品时,调动了山航内部的各种资源。山航目前为航班乘客提供了上门接机、快捷送机服务。借助这个业务基础,山航为参团的老人提供了小车免费机场接送的服务。

到达目的地后,为了让老人住得舒适,玩得开心,山航在设计路线时制定了严格的筛选标准。在初始的“踩线”阶段,工作人员踏遍了线路上170多个景点和酒店。

“宾馆的标准间看上去都差不多,

但对于老年人来说,浴室地板是否防滑就是一票否决的细节。”王凤杰说,他在当地考察宾馆时,针对老年人的住宿特点,按照50个细节给宾馆打分。“有些宾馆达到四星标准,价格也不贵,但就是早餐式样比较少,担心不适合北方人口味,就被我们排除在外。”

“慈翔”首发团的目的地是广西,行程中安排的长寿之乡巴马很适合老年人进行“保健取经”。在筛选景点时,考虑老年人体力有限,一般不安排爬山。在进行产品设计的时候,虽然旅游法还没有实施,但零购物已经被列入开发要求。

除了制定标准,严格筛选宾馆、景点和旅行社之外,老人出门在外,吃得如何、住得怎样,都是家人放心不下的。团队的全程微信图文直播就实时为家属汇报老人的旅行情况,不仅直观,还可以互动。

D 定制旅游 下一步开发背包客和“色驴”

此次山航深入旅游行业的中下游环节,和旅游法的出台也有关系。旅游法实施后,对行业的冲击会催生更加诚信、更具含金量的产品。

航空旅游一体化之后,在营销方面因为内容和资源充沛,很容易实现强大的市场攻势。

李毅介绍,“慈翔”是山航自己的旅游品牌,老人在旅游过程中感受到贴心的服务后,无疑会增加山航的美誉度,甚至能将家庭成员发展成山航的潜在客

户。

《旅游法》实施之后,旅行社很难靠单纯压低价格来参与市场竞争了,细分市场下,服务质量将成为旅游产品的核心竞争力。

在为中老年定制旅游产品之后,山航试图形成针对特定群体的旅游产品开发模式——研究群体需求,整合资源平台,反馈自检改进。除了对出行有特殊需求的老年人,背包客和摄影团也将迎来专属的旅游团队。

延伸阅读

春秋航空: 航空旅游“模范生”

本报记者 张頔

在国内各大航空公司越来越重视游客客源时,由旅行社发展而成的春秋航空已悄然启动上市程序,有望成为中国第五家上市航空公司。这家主打低成本、低价格的民营航空公司的崛起,正是得益于航空加旅游的一体化模式。

1981年,上海街道办干部王正华以3000元创办了一家只有2平方米营业场所的春秋旅行社。王正华以西方市场为借鉴,尝试着旅游业的垂直分工管理,在全国广建网络,将佣金的90%让给合作伙伴,最终成为中国旅游批发市场的老大。

春秋旅行社的业务从1997年开始定下来以航空为主,并于当年开始实现包机,1997年到2004年包了将近三万个航次,多的一年能包下七八千个航次。王正华批准了航空旅游模式的巨大市场前景,在2004年创办春秋航空,将航空业与旅游业无缝对接,实现了两大产业联动。

凭借多年积累的旅行社销售渠道,春秋航空的客流相对稳定,空座率也能控制在行业平均水平之下。春秋航空一开始就未采用其他航空公司所依赖的中航售票系统,而是依靠全国各地旅行社的销售网络自行研发了销售软件,并建立与之配套的离港系统。如果使用中航系统,会在销售成本占到9%,而春秋使用自己研发的系统,这块成本就可以控制在3%。

作为国内首家廉价航空公司,春秋航空开航至今已运送旅客1000多万人次,机票价格平均比国内同行低30%,相比同行票价已让利20多亿元,经常比火车硬卧票价还便宜。依靠游客客源起家的春秋航空,目前对这块市场依然重视。作为国内最大的民营旅游企业,其每年仅向海南岛输送的游客即达22万人次。

做有思想的深度行业新闻

行业经济QQ群:138552827 电话:0531-85193054
邮箱:qwbyh@163.com

齐鲁晚报行业工作室