

山航重庆分公司： 齐鲁之翼，飞出重庆特色

重庆分公司是继厦门分公司后，山航成立的第2个山东省外分公司。重庆分公司的成立，标志着山航立足于山东、厦门、重庆“大三角”航战布局的形成，也是山航倾力打造的“东西串联、南北贯通、覆盖全国及周边国家”航线网络的初步构成。

在不到两年时间里，这个扎根重庆、服务重庆的山航分公司，已取得了令人刮目相看的业绩。

本报记者 杨万卿

群雄逐鹿 抢驻重庆市场

2013年4月26日，民航局向山东航空股份有限公司颁发了运行规范，山航重庆分公司正式成立，成为入驻重庆江北机场的第五家基地航空公司。短短一年时间，山航已有8架飞机入驻重庆。

记者从重庆江北机场了解到，在山航入驻重庆机场前，已有国航、西部航空、川航和重庆航空四家航空公司入驻。山东航空公司在重庆这个重要的枢纽位置，抢驻为第五家基地航空公司。

2014年是山航在重庆稳固、提升的一年，在各方面的大力支持下，山航重庆营业部始终坚持采取了有效的销售策略，取得了座收同比提高5分钱的业绩，也使得山航在重庆航空市场站稳了脚跟。

提到2014年出港航班座收同比2013年提升5分钱，山航重庆分公司副总经理涂长生向记者解释，这与山航航线网络的优化和市场营销部门的努力都是分不开的。

去年，山航陆续新开飞了多条收益品质较高的航线，如重庆-北京、重庆-上海、重庆-昆明等国内航线以及清迈、金边、暹粒等东南亚国际航线，这些航线的开飞，一方面促进了航班收益的提高，另一方面也提升了山航在重庆市场的知名度和品牌影响力，促进了市场销售。

另外，重庆营业部在销售组织工作中突出“早”和“细”两个方面。尤其针对销售旺季如春运、暑运、国庆，还有一些机会市场如重庆糖酒会和渝洽会等，早预测分析市场，制定销售计划，并采用目标管理的方法进行任务管控。事实证明，2014年的春运等销售旺季以及重庆几个大型会展期间，山航的航班由于准备充分、措施得当，均取得了显著的销售成果，收益水平同比大幅提升，对于全年座收增长5分钱奠定了有力的基础。

重庆航空市场的一大特点就是群雄逐鹿，几家基地航空公司市场份额相当，竞争激烈。这种充分竞争的市场格局既充满挑战又存在机遇。重庆营业部渠道管理人员细致开展销售渠道开拓与管理，与国航一起同销售代理人之间建立起合作共赢的双赢关系。2014年山航座收的同比提升，离不开各渠道的大力支持。

“客户在哪里，市场就在哪里，大客户和常旅客是航空公司最为重要的客源基础。”涂长生提到，2014年重庆全面开展大客户开发工作，在大客户开发人员的努力下，陆续签约重庆市政府机关事务局、重庆市电力公司、重庆民生能源等政府机关、大型企事业单位，进一步扩大了山航在重庆市场的品牌影响力，也为今后山航在重庆的发展奠定了客户基础。



正点率排名第二 飞出重庆特色

记者采访了解到，重庆机场2014年吞吐量2926万，而同期青岛1641万、济南870万、烟台360万，整个山东吞吐量和重庆基本持平。近五年，重庆机场客源增长率年平均17%，领先于国内其他机场。

“重庆机场出港理想座公里高于济南、烟台，和青岛持平。去年重庆机场客座率达到80.1%，盈利空间较大。”山航重庆分公司想要更好的立足重庆，必须与当地资源融合，飞出“重庆特色”才是长久之路。

“在2016年搬T3航站楼前，重庆机场过夜飞机远机位多，早出港航班能达到90个。”据了解，济南遥墙机场的早出港航班不到20个，青岛流亭机场也不到40个。相比山东各机场，在重庆分公司，山航的早航班保障压力比较大。“通过我们努力，正点率在重庆排名第二。”涂长生说。

受保障资源限制，山航

在重庆也面临着行李托运、保障方面的一些问题，为了提高服务品质，重庆分公司通过和国航地服一起采取更换服务代理，安排商务监察人员盯重点航线、航班等一系列措施，大大减少了行李丢失、破损率。通过管控，2014年重庆地区旅客有效投诉率仅为0.006/万人次。

在山航重庆分公司领导及员工的努力下，克服这些不利因素的同时，也深刻感受到重庆人民出行与山东的差异。如何针对重庆当地人的出行习惯，扬长避短，对于向来颇具“山东特色”的山航航空，也是挑战与机遇共存。

涂长生向记者介绍，重庆人出行主要以旅游休闲为主，山东主要以商务为主；重庆人出行随意性比较强，说走就走，山东人计划比较强；重庆航班量频繁，出行比较方便，山东航班频率相对较低，出行选择方式比较多。针对这些特点，山

航重庆分公司在航班产品、航班配餐、配餐时间、空中娱乐节目等方面都在做差异化调整。

另外，重庆人购票的特点主要体现在具有超前消费的意识，乐于消费，敢于消费，以大众出行为主，且对票价相对敏感。与山东相比，重庆市场的优势是客源充足，市场潜力巨大，全年相对比较均衡，可以弥补山东季节特点。劣势在于竞争激烈，票价偏低。山航重庆分公司在实际销售的过程中，结合重庆市场特点，细分航线航班，做到价格和市场匹配，以取得座公里收入最大化。

据业内测算，山东航空被业界认为是受高铁影响最大的航空公司之一，京沪高铁直接冲击了山东航空800公里以下的航线客源。而重庆相比山东，因地理环境受高铁冲击较小，这也是重庆航空客源增长较快的一个重要因素。

链接

增速快 加大保障难度

在外界看来，山航重庆分公司这两年的发展可谓风生水起，但发展速度快，也不可避免地带来了保障难度的增加。涂长生表示：“重庆分公司成立初期，主要依托国航保障资源。随着飞机增长、员工人数增多，一些保障上的难度就显现出来了。”

首先是生产资源紧张，主要是客梯车、摆渡车、牵引车、加水排污车、头等舱服务车等设备和人力等资源相对紧张。由于发展速度快，保障单位设备和成本(2016年转场T3，有些设备可能会闲置)矛盾将进一步凸显；值机服务、机务、清洁、搬运等人员引进培养和运力增长速度也需要匹配，对于外委方更要提前协调。重庆分公司的人员增长快，业务上需要迅速提升，在质量和速度上短期内也或存在一些问题。

另外，山航的运行保障单位基本全部是外委单位，在保障质量监控方面也有一定挑战。现阶段，山航主要加大了现场监察力度，统计分析每个保障环节的时间节点，找出影响运行效率的问题，同保障单位一起制定整改措施，并监督执行，反馈结果。

“新常态下需要新思维，提升运行效率在平行增长年度还需要通过优化航路及飞机滑行路线、减少过站时间、客舱减负、协调空管等一系列的措施来降低成本，同时努力争取一些政策支持，追求效率提升和成本优化最佳匹配。”涂长生提到，现阶段如何降低生产成本，是一个亟待解决的问题。

重庆机场：山航“含金量高”

重庆机场集团有限公司市场营销部经理朱渝告诉记者，山航重庆分公司入驻重庆不到两年，对重庆航空市场的推动有十分重要的影响。首先，山航对于运力的投入——一年时间入驻8架飞机的增幅，为重庆机场注入了新的活力。从航线网络上看，山东、厦门和东北方向，作为山航的优势航线，弥补了重庆机场航线网络的不足。另外，山航新开辟了3条直飞国际航班，客座率高于90%，促进了重庆旅游出境市场的发展。朱渝评价，山航重庆分公司的航班“含金量高”，航线布局符合市场需求，希望下一步

可以开拓西北、云南方向的航线网络，并进一步加强日韩、东南亚等国际航线的密度。

航线密度的增加离不开更多飞机的投放。2016年，重庆江北机场T3A航站楼就要投入使用了，将新增93个机位，也为山航重庆分公司更多飞机入驻提供了客观便利。

记者采访得知，现阶段山航在重庆机场增加飞机数目，主要局限于机场时刻。山航重庆分公司已主动协调机场集团，由于山航执行率在重庆机场第一(99.57%)，增长率第一(34%)，这也将有助于获得

重庆机场集团的更大支持。目前，山航重庆分公司正在积极与重庆机场集团沟通，在各个方面获得更大的支持和帮助。

涂长生提到，“总的来说，山航重庆分公司成立时间晚，但运行标准高。下一步，山航重庆分公司将继续增加飞机的投放。加密到山东区域的航线，形成航线品牌，逐步完成‘大三角战略’。”

据了解，山航重庆分公司已通过帮助重庆阿甘、赠送贫困大学生免费机票、建立希望教学楼、盲校捐助、养老院义工等社会公益活动逐步树立山航在重庆的形象。