

航空公司争先“向外飞”

国内旅客日韩出境游增幅最高

中国经济增速下滑已成为一种“新常态”的当下,中国的航空市场却丝毫没有表现出低迷的迹象。据国际航空运输协会统计,中国是全球航空旅客数量增长最快的市场。目前,山航国际航班运力占到总量的10%以上,2015年曾一度达到15%,与国内民航业内国际航线的运力投放比例平均数持平。作为面向日韩最具地理优势的航空公司,山航也拥有得天独厚的旅客资源。



文/本报记者 杨万卿
片/通讯员 孙刚

济南发力国际航线 山航集中日韩、东南亚

今年以来,9家航空公司加盟济南民航市场,济南机场新开或加密国内航线9条,新开或加密国际航线13条,涉及塞班、甲米岛、芽庄、大阪、静冈、平壤、吉隆坡、巴厘岛、伊尔库茨克、海参崴等国际城市。济南机场至亚洲的主要城市,尤其是东亚的主要城市和东南亚的旅游城市的航线已基本完善。深航开通香港航线,济南至香港航班由每周2班加密为每周6班;济南到泰国的航线实现全覆盖,曼谷、清迈、普吉岛、甲米岛等知名航点均已通航;执飞首尔的航空公司达到6家,航班量达到每周32班。济南机场2016年度旅客吞吐量预计达1100万人次,正式迈入千万大型机场的行列。

据边防部门统计显示,2016上半年济南机场出入境航班3239架次,旅客440751人次,同比分别增长26.7%、41.6%,均创历史新高。进入7月以来,出入境旅客日均近5000人次,预计全年出入境旅客将接近100万人次。

2016年暑期,山航也增加了国际航班的航班量和航点,去年同期,山航国际和地区航线运输旅客约17.88万人次,今年预计将超过20万人次,同比增长12%以上。“据行业数据分析,日韩是国内旅客出境游增幅最高的地区。”山航营销委国际航线负责人高媛表示,全球排名前15位的国际航空市场(国家和地区)占了全球国际运力的86%,日本和韩国在运力中处于领先地位。而日韩航线作为山航国际航线的主力军,确实保持了较高的增长速度,这与山东省的地理区位优势息息相关,山东作为经济、人口大

省,与日韩无论在地理区位还是贸易往来上都有得天独厚的优势,有大量经济、社会交往需求,对于航空公司来说是非常重要的国际客源。

除日韩外,山航主要的国际航线集中在东南亚地区,以休闲旅游的旅行团为主的客座率非常高,价格也相对便宜。

国际航线拉动的GDP 可顶四条国内航线

无论是济南机场还是山航,都是整个国内民航业的缩影,“飞出去”的发展趋势,也在近两年的乘客量爆发中得到了有力的数据支持。尤其在中国经济增速放缓的现阶段,各大航企都争先“飞出去”,看上去并没有受到经济形势的影响。原因之一,或因国际航线对旅游、商务谈判及地区经济的拉动作用明显,一条国际航线为地方经济创造的GDP相当于3-4条国内航线。

2015年,中国航企国际航班(不包括至澳门、香港和台湾的航班)的乘客量达到了4200万,毫不意外地创造了历史新高。2015年国际航班乘客量增长率为33%,比2014年多出了1050万乘客。这一年之内多出的1050万乘客量,等于2011年至2014年三年间总的乘客增长量。曾经需要三年才能实现的增长量,如今只用一年便实现。而2015年4200万国际航班乘客量更是2011年的两倍。

这些数据反映出中国出境游需求量不断增长,也反映出输送这些乘客的中国航企有着不断发展国际航班的需求,一是机会使然,二是中国政府也在促进这些航企加速在国际市场的增长。中国三大国营航企都在加大部署到国际市场的运力份额,总共运营了中国77%的宽体机。其中中国国际航空仍然是国际航班运力规模最大的中国航企,中国南方航空也在相当快速地增长。



中国经济增速由过去10%下滑至去年的6.9%,未来几年GDP增速可能仍然会在7%左右波动,经济增速放缓已经成为一种“新常态”。民航市场作为经济景气指数的风向标,经济放缓给全国乃至全球民航市场带来一定影响,尽管如此,以新增航空旅客数量来看,中国仍然是增长最快的市场,到2029年中国将会超过美国成为全球最大的航空客运市场。到2034年,中国航空旅客数量将达到11.9亿人次左右。

另外,虽然目前中国经济增长目标已下调,但由国家协调的飞机采购量并没有随之减少。新的五年规划要求运力增长与GDP增长相匹配,至少对于国内航班的增长来说如此。国际航班仍将继续快速扩张。

山航营销委网络部负责人廖纯勉介绍,山航在开通国际航班时,首先要考虑的是战略价值,以及对整个网络结构的贡献。比如,今年7-8月份加密的济南=大阪、济南=首尔,新开济南=东京航线,就是充分发挥济南的地理优势,从网络结构上不断强化济南乃至山东面向日韩的桥头堡地位,强化主基地联通日韩的枢纽功能。其次,国际航线对旅游、商务谈

判及地区经济的拉动作用明显,一条国际航线为地方经济创造的GDP相当于3-4条国内航线,但洲际航线开飞的风险较大,培养周期长,需利用当地政府开飞洲际航线的积极性争取资金支持。

美澳出境游潜力大 新机遇提出新挑战

值得关注的是,中国出境游市场仍有潜力可挖。其中,澳大利亚、美国市场不失为一个好机会。

对于中国航企来说,因为航空运力的不断增长,拓展更远的市场成为一种新兴的模式。澳大利亚就是一个很好的例子。2015年1月,中澳双方达成了新的航空服务协议,其内容包括在2016年将连接两国主要航线的运力提高三倍,并且取消了小城市之间的运力限制。去年11月,中国飞往澳洲的航班座位数增幅同比超过40%,其中包括七家航空公司的237000个座位,涉及13条航线。但是,这其中仅有两家中国的航空公司。

另一个飞速发展的远途航线市场则是中美市场,八家来往于两国的航空公司中,中美

各有四家。事实上,中国航企的市场份额一直在稳固增长,近期的特征是出现大量从中国二线城市出发的航班。首条中国二线城市至北美的航线于2012年开通,而2016年处于不同筹备阶段,即将开通的北美航线共有9条,这些二线城市航线均由中国航企开通。

山航近年来逐渐加大国际市场开发力度,2015年国际航线投入7.86亿座公里,同比增加167.7%,国际收入占比达到8.08%,同比提高2.89个百分点,增强了山航在国际上的影响力。廖纯勉表示,“目前山航机队主要是波音738系列,窄体飞机,无法执行洲际航线。现在我们正在论证引进宽体客机的可行性,待时机成熟,山航也会拥有自己的宽体机队。国际航班的需求量增加,对山航提出了更高要求,尤其是人员储备。”山航走出国门,需要跟全球航空公司直接竞争,这就需要储备充足的国际航线人员,了解、熟悉国际的运行规则,更少不了外语沟通能力。目前山航十分重视人才的培养,每年都投入相当大的经费用来提升员工的外语水平,尤其是口语,每年都有上千员工参加英语培训学习。