航空旅行 - 中国 - 2013年9月

报告价格: £2463.80 | $3990.00 | €3129.79

以上是报告发表时候的价格，但是也可能因为汇率的改变而有所改变



2008年至2013年间，中国航空旅客的数量以13.3%的年均复合增长率持续增长，而全球的年均复合增长率仅为4.5%。这意味着对于航空旅行而言,中国仍然会是一个快速发展的市场。鉴于其每年人均航空旅行率较低（0.27,美国为2.6），市场发展潜力巨大。

在这篇报告中我们回答了以下问题:

- 中国的航空旅行市场有多大？未来五年的发展前景如何？
- 消费者的航空旅行行为和态度如何？
- 中国的航空公司如何通过最大程度地挖掘经济舱的创收潜力以改善其财务状况？
- 中国发展快速的航空公司采取了哪些措施以吸引顾客？在全球竞争激烈的大环境下，中国的航空公司如何致力于为客户提供更优质的服务？
- 在中国运营低成本航空公司有何不同？它们将面临怎样的挑战和机遇？

“2008年至2013年间，中国航空旅客的数量以13.3%的年均复合增长率持续增长，而全球的年均复合增长率仅为4.5%。这意味着对于航空旅行而言,中国仍然会是一个快速发展的市场。鉴于其每年人均航空旅行率较低（0.27,美国为2.6），市场发展潜力巨大。

同时，市场竞争愈发激烈，不仅是因为外国航空公司进一步扩展到二线城市，而且航空公司和高铁等其他交通工具之间的竞争也愈演愈烈。自2010年后，中国航空公司利润下滑。赢利压力迫使它们应对变化。

为了应对市场挑战，各航空公司需进行在思考和运营方式上采取多种变化。这意味着航空公司可将重点转移至如下方面：最大程度地挖掘长期以来不受重视的经济舱的创收潜力；在提供服务和处理纷争方面秉承顾客至上的原则；以及改善市场营销策略和产品设计以赢得顾客的青睐。”

-徐如一，研究副经理

定义

此市场涵盖航空客运公司，包括在中国内地提供民运航空服务的国内和国际航空公司。市场规模基于在中国内地起飞或降落的旅客数量，即客运量。这包括国内航空公司的旅客运输量（中国民用航空局(CAAC)公布的年度报告包括此数据）以及香港、澳门、台湾和国际航空公司的旅客数量（CAAC年度报告中未包括此数据，但是英敏特根据CAAC提供的中国机场旅客吞吐量做出了估测）。

不包括仅供货运的航班和免票旅客。

分类：

- 中国内地：包括在中国内地起飞和降落的航班旅客数量。
- 香港、澳门和台湾（HK、MC、TW）：包括连接中国内地和香港、澳门、台湾的区域性航班。
- 国际：包括外国起飞，中国降落或中国起飞，外国降落的航空旅客数量。

购买这篇报告

地址:
store.mintel.com

电话:
欧洲，中东，非洲
+44 (0) 20 7606 4533

巴西
0800 095 9094

美洲
+1 (312) 943 5250

亚洲
+61 (0) 2 8284 8100

上海
+86(21)6386 6609

邮件:
oxygen@mintel.com

想要了解更多内容？

这篇报告只是一系列报告中其中的一篇，整个系列可以提供你整个市场的历史

航空旅行 - 中国 - 2013年9月

报告价格: £2463.80 | $3990.00 | €3129.79

以上是报告发表时候的价格，但是也可能因为汇率的改变而有所改变

目录

引言

定义

报告结构

研究方法

缩写

综述

市场

市场规模与市场预测

数据1: 航空客运市场总规模预测(按乘客数量统计)，中国，2008-2018年

市场细分

数据2: 航空客运量和份额（按细分市场区分），中国，2008-2018年

关键趋势

增长动力与阻力

公司与品牌

数据3: 航空公司的市场份额(按客运量统计)，中国，2010-2012年

消费者

乘坐飞机的原因

数据4: 过去12个月乘坐飞机的原因，2013年6月

航班及舱位的选择

数据5: 航班的选择（按乘坐飞机的原因区分），2013年6月

数据6: 舱位的选择（按乘坐飞机的原因区分），2013年6月

重要的考虑因素

数据7: 选择航空公司的考虑因素，2013年6月

对航空旅行的态度

数据8: 对航空旅行的态度，2013年6月

对国内主要航空公司的看法和态度

数据9: 对主要航空公司的看法和态度的品牌对应图，2013年6月

增值服务

数据10: 最希望国内和国际航班提供的附加服务,2013年6月

关键议题

向经济舱旅客推出更多的增值服务可弥补商务舱乘客带来的缓慢增长

竞争加剧促使中国航空公司提升服务质量并加强客户导向意识

通过精准的营销策略和产品设计增加低成本航空公司的吸引力

数据11: 易捷航空的广告，英国，2013年

我们的观点

市场

现在购买这篇报告

网址: store.mintel.com

电话: 欧洲，中东，非洲 +44 (0) 20 7606 4533 | 巴西 0800 095 9094

美洲 +1 (312) 943 5250 | 亚洲 +61 (0) 2 8284 8100

上海 +86(21)6386 6609 |

邮件: oxygen@mintel.com

航空旅行 - 中国 - 2013年9月

报告价格: £2463.80 | $3990.00 | €3129.79

以上是报告发表时候的价格，但是也可能因为汇率的改变而有所改变

要点

中国成为世界上按客运量计算的第二大航空客运市场

数据12: 中国和全球的航空客运量，2008-2013年

内地航班拥有最大客运量，但港澳台和国际航空乘客自2010年来增长更快

数据13: 航空客运量和份额（按细分市场区分），中国，2008-2013年

数据14: 国内和国际客运量的同比增长率，中国，2008-2013年

外国航空公司进军中国二线城市

数据15: 航线数，中国，2010-2012年

港澳台航线享有最高的每公里乘客收入

数据16: 收费客公里平均收益（按市场细分区分），2010-2012年

华北、华中和华西地区二线城市的航空旅行增长更快

数据17: 旅客吞吐量超过一千万次的中国机场的乘客数及增长，2012年

市场动力

经济增长稳定

数据18: GDP和航空客运量，中国，2005-2012年

与世界经济一体化程度加深

日益增长的收入推动休闲旅游的需求

数据19: 国内和国际游旅客人数，中国，2007-2012年

数据20: 过去12个月内中产阶级的度假情况，中国，2012年4月

宽松的签证要求和有利的汇率推动国际出境游的发展

数据21: 前20大境外游目的地（按游客数量统计）中国，2011年

政府对基础设施建设大力支持、计划发展区域支线航空和低成本航空公司

增长阻力

来自高铁的直面竞争

数据22: 计划于2020年建成的“四纵四横”高铁网络，中国，2013年

空域有限导致航班延误问题恶化

缺乏年假引发的季节性需求波动

飞行员紧缺

飞机燃油供应的垄断

经济的不确定性和突发事件可能会削弱需求

预测

数据23: 航空客运市场总规模预测(按乘客数量统计)，中国，2008-2018年

数据24: 内地细分市场的航空客运量预测，中国，2008-2018年

数据25: 港澳台细分市场的航空客运量预测，中国，2008-2018年

数据26: 国际细分市场的航空客运量预测，中国，2008-2018年

公司

要点

航空公司的市场份额（按客运量统计）

数据27: 航空公司的市场份额(按客运量统计)，中国，2010-2012年

现在购买这篇报告

网址: store.mintel.com

电话: 欧洲，中东，非洲 +44 (0) 20 7606 4533 | 巴西 0800 095 9094

美洲 +1 (312) 943 5250 | 亚洲 +61 (0) 2 8284 8100

上海 +86(21)6386 6609 |

邮件: oxygen@mintel.com

航空旅行 - 中国 - 2013年9月

报告价格: £2463.80 | $3990.00 | €3129.79

以上是报告发表时候的价格，但是也可能因为汇率的改变而有所改变

中国南方航空公司

中国国际航空公司

中国东方航空公司

海航集团

海南航空公司

中国西部航空公司

春秋航空公司

吉祥航空公司

国泰航空公司

消费者——乘坐飞机的原因

要点

近八成的受访者在过去12个月内至少乘坐过一次飞机

数据28: 过去12个月乘坐飞机的原因，2013年6月

更多的男性因商务原因搭乘飞机，而30多岁的女性多为休闲旅游而乘坐国际航班

数据29: 乘坐飞机的原因（按性别和年龄区分），2013年6月

数据30: 因休闲原因乘坐飞机（按性别和年龄区分），2013年6月

收入8,0000元和12,000元人民币以上的消费者明显更会因休闲原因分别乘坐国内和国际航班

数据31: 因休闲原因乘坐飞机（按家庭月收入区分），2013年6月

数据32: 乘坐飞机的原因（按城市区分），2013年6月

消费者——航班及舱位选择

要点

约三成选择高端经济舱

数据33: 舱位的选择，2013年6月

数据34: 舱位的选择（按城市区分），2013年6月

低成本航空公司吸引更多休闲旅客

数据35: 全包制服务的航班和低成本航空公司的航班选择对比，2013年6月

数据36: 低成本航空公司航班的选择（按人口统计区分），2013年6月

消费者——选择航空公司的考虑因素

要点

安全性、适合的航班时间和价格是前三大考虑因素

数据37: 选择航空公司的考虑因素，2013年6月

价格驱动型国内休闲旅客与质量导向型国际商务乘客

数据38: 选择航空公司的考虑因素（按乘坐飞机的类型区分），2013年6月

数据39: 选择航空公司的考虑因素（按乘坐头等舱/商务舱和经济舱区分），2013年6月

消费者——对航空旅行的看法和态度

要点

六成旅客希望有更多的价格促销，但是不到30%认为低成本航空公司提供有吸引力的票价结构

数据40: 对机票促销的态度（按人口统计区分），2013年6月

现在购买这篇报告

网址: store.mintel.com

电话: 欧洲，中东，非洲 +44 (0) 20 7606 4533 | 巴西 0800 095 9094

美洲 +1 (312) 943 5250 | 亚洲 +61 (0) 2 8284 8100

上海 +86(21)6386 6609 |

邮件: oxygen@mintel.com

报告价格: £2463.80 | $3990.00 | €3129.79

以上是报告发表时候的价格，但是也可能因为汇率的改变而有所改变

数据41: 对低成本航空公司的态度（按人口统计区分），2013年6月

数据42: 对航空旅行的看法和态度，2013年6月

半数航空旅客希望航空公司能进一步缩短候机时间

数据43: 对航空旅行的看法和态度（按乘坐飞机的原因区分），2013年6月

国际航线的商务旅客最乐意支付升级服务

数据44: 对服务升级的态度（按乘客类型区分），2013年6月

数据45: 对航空旅行的态度（按乘坐舱位区分），2013年6月

新年和公共假期期间对国内航班的需求巨大

数据46: 对高峰期航空运营的态度（按人口统计区分），2013年6月

数据47: 对航空旅行的看法和态度，2013年6月

三分之一的国际航班旅客更青睐国际航空公司

数据48: 对国际航空公司的看法和态度（按乘坐飞机的原因区分），2013年6月

数据49: 对国际航空公司的看法和态度（按乘坐舱位区分），2013年6月

数据50: 对航空公司评价的看法和态度（按乘坐飞机的原因和乘坐舱位区分），2013年6月

消费者——对国内主要航空公司的看法和态度

要点

数据51: 对主要航空公司的看法和态度的品牌对应图，2013年6月

数据52: 评分差异:所有国际和国内航班乘客对中国主要各大航空公司的评分对比（按乘坐飞机的原因区分）， 2013年6月

消费者——附加服务

要点

食品和饮料为消费者最希望国内航班提供的附加服务

数据53: 最希望国内航班提供的附加服务,2013年6月

舒适座椅和额外行李为消费者搭乘国际航班时最愿意支付的附加服务

数据54: 最希望国际航班提供的附加服务,2013年6月

男性对舱内娱乐服务更感兴趣；女性更希望提高随身行李限额

数据55: 最希望国际航班提供的附加服务（按性别区分）,2013年6月

关键议题——向经济舱旅客推出更多的增值服务可弥补商务舱乘客带来的缓慢增长

要点

尽管乘客数量和资产利用率上升，但航空公司利润仍在下滑

数据56: 航空收入、净利润和客运量，全球，2007-2012年

数据57: 航空公司的平均运营成本结构，中国，2013年

对头等舱/商务舱收入的依赖使航空公司在困难时期变得更加被动

数据58: 头等舱/商务舱乘客对航空公司收入贡献的示意图，全球，2007和2013年

数据59: 头等/商务舱和经济舱乘客客运量增长，全球，2007年1月-2009年11月

中国航空公司需重视经济舱收益的其他原因

85%的需求来自中短途航线

头等舱/商务舱的收益只占客运收益的10%

数据60: 头等舱、商务舱、经济舱三者的票价差距，中国，2013年

现在购买这篇报告

网址: store.mintel.com

电话: 欧洲，中东，非洲 +44 (0) 20 7606 4533 | 巴西 0800 095 9094

美洲 +1 (312) 943 5250 | 亚洲 +61 (0) 2 8284 8100

上海 +86(21)6386 6609 |

邮件: oxygen@mintel.com

航空旅行 - 中国 - 2013年9月

报告价格: £2463.80 | $3990.00 | €3129.79

以上是报告发表时候的价格，但是也可能因为汇率的改变而有所改变

满足附加服务的需求可以帮助航空公司获取更多利润

高端经济舱的成功运作以高性价比取胜

数据61: 中国南方航空公司的客运收益与客运量，2010-2012年

数据62: 中国南方航空公司的商务舱、高端经济舱和经济舱比较，中国，2013年

数据63: 舱位的选择（按乘坐飞机的原因区分），中国，2013年6月

数据64: 舱位的选择（按家庭月收入区分），中国，2013年6月

数据65: 选择航空公司的考虑因素（按家庭月收入区分），中国，2013年6月

提供个性化航班体验

数据66: 对航空旅行的态度（按乘坐舱位区分），2013年6月

数据67: 对健康生活方式的态度，中国，2012年11月

数据68: 国泰航空与香港朗廷酒店合作推出一系列全新空中美食，2013年9月

数据69: 中产阶级的家庭度假，中国，2012年7月

数据70: 酷航推出"静音区"舱位（ScootinSilence zone），2013年9月

多种辅助性辅助性收入来源

数据71: 航空公司辅助性收入和来源对比，全球，2011年

数据72: 对航空旅行的看法和态度（按家庭月收入区分），中国，2013年6月

这意味着什么

关键议题——竞争加剧促使中国航空公司提升服务质量并加强客户导向意识

要点

因竞争对手扩张，"三大航"在所有市场的份额均有缩小

数据73: 三大航空公司的总市场份额（按市场细分区分），2010-2012年

数据74: 市场总体增长率和三大航空公司增长率（按区域市场区分），2011-2012年

中国航空公司以不同方式加速国际市场的扩张……

数据75: 机队扩张（按主要国内航空公司区分），中国，2013年

……但是仍需提升高端旅客往往更为重视的服务质量

数据76: 对国际航空公司的看法和态度（按人口统计区分），2013年6月

数据77: 中国和国外航空公司被投诉的次数，中国，2013年1-7月

相比食品、娱乐和舒适，中国航空旅客更看重客户服务质量

数据 78: 选择航空公司的考虑因素（按乘坐飞机的目的地、原因和方式区分），中国，2013年6月

对于非正常航班的管理仍是一大劣势

公开和及时的沟通有助于防止突发事件演变为危机事件

数据79: 移动应用程序"飞常准"，中国，2013年

积极回应的反馈系统彰显以客户为导向的服务态度

数据 80: 春秋航空集团董事长博客回复客户的反馈，中国，2009-2013年

数据 81: 春秋航空和中国航空公司平均投诉率对比，中国，2013年1月-7月

这意味着什么

关键议题——通过成熟的营销策略和产品设计增加低成本航空公司的吸引力

要点

尽管对低成本航空旅行的需求强劲，但是低成本航空公司在中国却面临重重挑战

现在购买这篇报告

网址: store.mintel.com

电话: 欧洲，中东，非洲 +44 (0) 20 7606 4533 | 巴西 0800 095 9094

美洲 +1 (312) 943 5250 | 亚洲 +61 (0) 2 8284 8100

上海 +86(21)6386 6609 |

邮件: oxygen@mintel.com

航空旅行 - 中国 - 2013年9月

报告价格: £2463.80 | $3990.00 | €3129.79

以上是报告发表时候的价格，但是也可能因为汇率的改变而有所改变

低成本航空公司的市场占有率低于5%

数据 82: 低成本航空公司在北美、欧洲、亚洲和中国的市场占有率，2012年

价格对多数乘客至关重要，但只有少数认为廉价航空提供有吸引力的票价结构

数据83: 对价格以及低成本航空公司的态度（按人口统计区分），中国，2013年6月

数据84: 中国春运期间航空、铁路、公路和水路的客运量，2013年

全包制服务航班提供的极具竞争力的价格和高铁的发展削弱了低成本航空的价格竞争优势

数据85: 部分路线的旅行成本比较，中国，2013年

中国在低成本航空发展配套方面有所缺失：缺乏二级机场，对进口飞机税收较高

通过精准的营销策略来提升低成本航空公司的吸引力

通过宣传“更少浪费”和“更多选择”的优势增加性价比

数据 86: 对中国主要航空公司票价“物有所值”的看法和态度，2013年6月

数据87: 对中国主要航空公司票价“价位过高”的看法和态度，2013年6月

通过更鼓舞人心的广告来吸引短途游客

数据 88: 过去12个月休短假和长假的频率，中国，2013年7月

数据89: 休短假和长假的比例（按收入区分），中国，2013年7月

数据 90: 易捷航空的广告，英国，2013年

数据91: 易捷航空的航空杂志，英国，2013年

在产品设计中融合休闲旅游服务

数据92: 航班的选择（按乘坐飞机的原因区分），中国，2013年6月

数据93: 国内游客数量和人均消费，中国，2007-2012年

酒店机票套餐

数据 94: 对航空旅行提供套餐的看法和态度（按乘坐航班的类型和收入区分），中国，2013年6月

机场接送和租车服务

数据 95: 中国私家车保有量，2000-2011年

这意味着什么

附录——乘坐飞机的原因

数据96: 乘坐飞机的原因，2013年6月

数据97: 最普遍的乘坐飞机的原因(按人口统计区分)，2013年10月

数据98: 第二普遍的乘坐飞机的原因(按人口统计区分)，2013年10月

频度分析

数据99: 乘坐飞机原因的频度分析，2013年6月

数据100: 乘坐飞机原因的频度分析(按人口统计区分)，2013年6月

附录——航班及舱位选择

数据101: 航班及舱位选择，2013年6月

数据102: 航班及舱位选择(按人口统计区分)，2013年6月

数据103: 航班及舱位选择——任何(按人口统计区分)，2013年6月

数据104: 航班及舱位选择——因为休闲旅游而乘坐国内航班(按人口统计区分)，2013年6月

数据105: 航班及舱位选择——因为商务而乘坐国内航班(按人口统计区分)，2013年6月

数据106: 航班及舱位选择——因为休闲旅游而乘坐国际航班(按人口统计区分)，2013年6月

现在购买这篇报告

网址: store.mintel.com

电话: 欧洲，中东，非洲 +44 (0) 20 7606 4533 | 巴西 0800 095 9094

美洲 +1 (312) 943 5250 | 亚洲 +61 (0) 2 8284 8100

上海 +86(21)6386 6609 |

邮件: oxygen@mintel.com

航空旅行 - 中国 - 2013年9月

报告价格: £2463.80 | $3990.00 | €3129.79

以上是报告发表时候的价格，但是也可能因为汇率的改变而有所改变

数据107: 航班及舱位选择——因为商务而乘坐国际航班(按人口统计区分)，2013年6月

附录——选择航空公司的考虑因素

数据108: 选择航空公司的考虑因素，2013年6月

数据109: 选择航空公司时最重要的考虑因素（按人口统计区分），2013年6月

数据110: 选择航空公司时第二重要的考虑因素（按人口统计区分），2013年6月

数据111: 选择航空公司时考虑的其他因素（按人口统计区分），2013年6月

数据112: 选择航空公司的考虑因素（按最普遍的乘坐飞机的原因区分），2013年6月

数据113: 选择航空公司的考虑因素（按第二普遍的乘坐飞机的原因区分），2013年6月

数据114: 选择航空公司的考虑因素——任何，2013年6月

数据115: 选择航空公司的考虑因素——因为休闲旅游而乘坐国内航班，2013年6月

数据116: 选择航空公司的考虑因素——因为商务而乘坐国内航班，2013年6月

数据117: 选择航空公司的考虑因素——因为休闲旅游而乘坐国际航班，2013年6月

数据118: 选择航空公司的考虑因素——因为商务而乘坐国际航班，2013年6月

附录——对航空旅行的看法和态度

数据119: 对航空旅行的看法和态度，2013年6月

数据120: 对航空旅行最普遍的看法和态度（按人口统计区分），2013年6月

数据121: 对航空旅行第二普遍的看法和态度（按人口统计区分），2013年6月

数据122: 对航空旅行的其他看法和态度（按人口统计区分），2013年6月

数据123: 对航空旅行的看法和态度（按乘坐飞机的原因区分），2013年6月

数据124: 对航空旅行的看法和态度（按乘坐飞机的原因区分），2013年6月

数据125: 对航空旅行的看法和态度——任何，2013年6月

数据126: 对航空旅行的看法和态度——因为休闲旅游而乘坐国内航班，2013年6月

数据127: 对航空旅行的看法和态度——因为商务而乘坐国内航班，2013年6月

数据128: 对航空旅行的看法和态度——因为休闲旅游而乘坐国际航班，2013年6月

数据129: 对航空旅行的看法和态度——因为商务而乘坐国际航班，2013年6月

附录——对国内主要航空公司的看法和态度

数据130: 对国内主要航空公司的看法和态度，2013年6月

附录——附加服务

数据131: 附加服务，2013年6月

数据132: 最普遍希望国内航班(中国境内)提供的附加服务（按人口统计区分），2013年6月

数据133: 第二普遍希望国内航班(中国境内)提供的附加服务（按人口统计区分），2013年6月

数据134: 希望国内航班(中国境内)提供的其他附加服务（按人口统计区分），2013年6月

数据135: 最普遍希望国际航班（中国境外）提供的附加服务（按人口统计区分），2013年6月

数据136: 第二普遍希望国际航班（中国境外）提供的附加服务（按人口统计区分），2013年6月

数据137: 希望国际航班（中国境外）提供的其他附加服务（按人口统计区分），2013年6月

现在购买这篇报告

网址: store.mintel.com

电话: 欧洲，中东，非洲 +44 (0) 20 7606 4533 | 巴西 0800 095 9094

美洲 +1 (312) 943 5250 | 亚洲 +61 (0) 2 8284 8100

上海 +86(21)6386 6609 |

邮件: oxygen@mintel.com