

航空旅行 - 中国 - 2015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



“消费者对休闲旅游的需求日益增长，将进一步拉动民航业的发展。然而，由于在中国，假期数量较为有限，中国消费者更有可能是中频或低频旅客。但是，由于中频旅客基数庞大，因而值得作为航空公司重点培养的目标客户群。因此，航空公司需要提高常旅客计划对于这类群体的吸引力，继而提高消费者的忠实度。航空公司需要在常旅计划奖励机制以及会员如何使用积分或消费者积分方式方面锐意创新。”

— 李浏铃，高级研究分析师

在这篇报告中我们回答了以下问题：

- 消费者购买飞机票的主要渠道是什么？
- 消费者选择航空公司和航班时的主要考虑因素是什么？
- 航空公司推出哪些服务有机会收取溢价？
- 消费者对国内航空公司和国际航空公司的偏好分别是什么？
- 消费者对常旅客会员制度态度如何？

在蓬勃发展的旅游业的带动下，2010-2015年间，中国航空客流量不断增长，年复合增长率达到9.1%。在国际航线细分市场迅速发展带动下，中国民航业市场一片欣欣向荣。在2010-2015年间，不仅国际航线运送旅客数量保持双位数的增长，其增速本身也呈增长趋势。

国际航线细分市场快速的发展促使国内外航空公司增加对这一细分市场的投入，意味着未来这一细分市场竞争将愈发激烈。

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中国
+86 (21) 6032 7300亚洲
+61 (0) 2 8284 8100邮件：
reports@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 - 2015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

研究方法

综述

市场

数据1: 航空公司总客流量预测，中国，2010-2018年

公司与品牌

消费者

谁更可能是高频旅客？

数据2: 过去12个月中坐飞机的次数，2015年5月

航空公司和旅行社官方网站是最受欢迎的购买渠道

数据3: 机票购买渠道，2015年5月

中国消费者重视旅行的高效性，准点率是最重要的考虑因素

数据4: 选择航班时的考虑因素，2015年5月

消费者最愿意为机场的通勤服务买单

数据5: 消费者愿意付更多钱的服务，2015年5月

全套服务型航空（即传统航空）公司也有机会采取“选择性支付”的定价结构

数据6: 对于航空公司和坐飞机的态度，2015年5月

对于长途旅行和家庭旅行，消费者更青睐国际航空公司

数据7: 在不同情形下对于国际航空公司和国内航空公司的偏好，2015年5月

航空公司有机会推出移动app，增加便捷性

数据8: 对常旅客计划的态度，2015年5月

认识英敏特城市精英人群

关键议题

如何使常旅客计划更具吸引力？

航空旅行市场中，高效是核心需求

国际航空公司如何进一步与国内航空公司进行竞争？

我们的观点

关键议题和洞察

如何使常旅客计划更具吸引力？

现状

启示

航空旅行市场中，高效是核心需求

现状

启示

国际航空公司如何进一步与国内航空公司进行竞争？

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 | 中国 +86 (21) 6032 7300

亚洲 +61 (0) 2 8284 8100 |

邮件: reports@mintel.com

航空旅行 - 中国 - 2015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

现状

启示

市场规模及预测

要点

2015-2020年期间，航空旅客客流量呈健康的增长态势

数据9: 航空旅客客流量 (按细分市场区分)，2010-2015年

数据10: 航空旅客客流量份额 (按细分市场区分)，2010-2015年

中国西部地区航空客流量增加

数据11: 中国航空客流量份额 (按区域区分)，2012-2014年

数据12: 中国民用机场的数量 (按地区区分)，2012-2014年

市场预测

数据13: 航空公司总客流量预测，中国，2010-2018年

数据14: 航空公司国内航线客流量预测，中国，2010-2020年

数据15: 航空公司香港、澳门、台湾航线客流量预测，中国，2010-2020年

数据16: 航空公司国际航线客流量预测，中国，2010-2020年

预测方法

主要的市场推动因素

“一带一路”战略带来的商机

休闲旅行度假的需求日益攀升

低成本航空公司的进一步发展

增长阻力

中国经济的下滑

数据17: 国内生产总值增长率对比中国航空旅客客流量，2010-2015年

航班延误问题更为严峻

市场份额

要点

白热化的竞争之下，三大公司失去市场份额

数据18: 航空公司市场份额 (按客流量区分)，中国，2012-2014年

在国际细分市场，中国南方航空公司迎头赶上

数据19: 三大公司航空客流量份额 (按细分市场区分)，2014年

数据20: 三大公司航空客流量份额 (按国际细分市场区分)，2012-2014年

海南航空和四川航空公司扩张步伐最快

公司与品牌

中国南方航空公司

数据21: 南方航空公司的主要子公司，截至2014年12月31日

中国东方航空公司

中国国际航空公司

数据22: 中国国际航空公司的主要子公司，截至2014年12月31日

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 | 中国 +86 (21) 6032 7300

亚洲 +61 (0) 2 8284 8100 |

邮件: reports@mintel.com

航空旅行 - 中国 - 2015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

海南航空公司
春秋航空公司
四川航空公司
吉祥航空公司

谁在创新？

要点

推出主题安全须知视频，增加趣味性
海南航空率先尝试使用地沟油提炼的飞机燃油
国际航空公司推出更有效的登机程序
国际航班利用旅客自己的移动设备，提供更多飞行娱乐项目

消费者——坐飞机的频率

要点

有关坐飞机频率的定义
谁将有可能成为高频旅客？
数据23: 过去12个月中坐飞机的次数（按年龄区分），2015年5月
数据24: 过去12个月中坐飞机的次数（按人口统计区分），2015年5月
相比从前,女性乘坐飞机的频率增加
数据25: 过去12个月中坐飞机的次数（按性别区分），2015年5月

消费者——机票购买渠道

要点

相对于旅行机构，更多消费者直接通过航空公司购买机票
数据26: 机票购买渠道，2015年5月
大多数消费者仍通过网站购票
数据27: 机票购买渠道，2015年5月
高频旅客通过手机app购买更多机票
数据28: 机票购买渠道（按坐飞机频率区分），2015年5月
数据29: 机票购买渠道，“通过手机app”，（按性别区分），2015年5月
一线城市消费者更依赖旅行机构
数据30: 机票购买渠道（按城市级别区分），2015年5月

消费者——选择航班时的考虑因素

要点

准点率是最重要的考虑因素
数据31: 选择航班时的考虑因素，2015年5月
中国消费者追求实效性
更灵活的退改票条款有望吸引低收入群体升级购买
数据32: 选择航班时的考虑因素——“能够退改签”（按家庭月收入区分），2015年5月
较年轻消费群体更重视机上餐饮服务
数据33: 选择航班时的考虑因素——“更丰富的机上娱乐设施”和“飞机上的东西好吃”（按人口统计区分），2015年5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 | 中国 +86 (21) 6032 7300

亚洲 +61 (0) 2 8284 8100 |

邮件: reports@mintel.com

航空旅行 - 中国 - 2015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

消费者——消费者愿意付更多钱的服务

要点

消费者最愿意为机场的通勤服务买单

数据34: 消费者愿意付更多钱的服务, 2015年5月

利用机上的无线网络, 以显示品牌行业标准制定者的地位

机上推出更具本地风情的餐饮, 吸引旅客

如果航班有延误, 及时告知旅客最新消息

主题航班是吸引中低频旅客美丽的“惊喜”

数据35: 消费者愿意付更多钱的服务——“主题航班”(按坐飞机的频率区分), 2015年5月

消费者——对于航空公司和坐飞机的态度

要点

航空公司有机会推出“选择性支付”的定价结构

数据36: 对于航空公司和坐飞机的态度, 2015年5月

消费者更关注飞行体验

数据37: 对于航空公司和坐飞机的态度, 2015年5月

令高收入群体成为营销力中的一部分

数据38: 对于航空公司和坐飞机的态度——“我喜欢在社交网络上分享我的飞行经历”(按个人月收入区分), 2015年5月

南部消费者更愿意购买能够退票的机票

数据39: 对于航空公司和坐飞机的态度——“我更喜欢购买价格贵一点但可以退改签的机票”(按地区区分), 2015年5月

消费者——在不同情形下对于国际航空公司和国内航空公司的偏好

要点

对于长途旅行和家庭旅行, 消费者更青睐国际航空公司

数据40: 在不同情形下对于国际航空公司和国内航空公司的偏好, 2015年5月

低频旅客对航空公司的选择持“无所谓”的态度

数据41: 在不同情形下对于国际航空公司和国内航空公司的偏好——“无所谓”(按坐飞机频率区分), 2015年5月

消费者——对常旅客计划的态度

要点

航空公司有机会推出移动应用程序, 增加便捷性

数据42: 对常旅客计划的态度(按坐飞机的频率区分), 2015年5月

奖励中频旅客的必要性

数据43: 对常旅客计划的态度(按坐飞机的频率区分), 2015年5月

消费者——认识英敏特城市精英人群

要点

为什么要命名为英敏特城市精英人群?

他们是谁?

数据44: 英敏特城市精英人群和其他人群的人口特征(按性别、年龄和个人收入区分)

数据45: 英敏特城市精英人群和其他人群的人口特征(按性别、年龄和个人收入区分)

相比其他群体, 英敏特城市精英人群乘坐飞机次数更多

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 | 中国 +86 (21) 6032 7300

亚洲 +61 (0) 2 8284 8100 |

邮件: reports@mintel.com

航空旅行 - 中国 - 2015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46: 过去12个月中坐飞机的次数 (按消费者分类区分) 2015年5月

数据47: 机票购买渠道 (按消费者分类区分), 2015年5月

英敏特城市精英人群希望飞行期间了解更多文化背景

数据48: 消费者愿意付更多钱的服务 (按消费者分类区分), 2015年5月

提供独一无二的体验, 吸引英敏特精英人群

数据49: 对于航空公司和坐飞机的态度 (按消费者分类区分), 2015年5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 | 中国 +86 (21) 6032 7300

亚洲 +61 (0) 2 8284 8100 |

邮件: reports@mintel.com