

航空旅行 - 中国 - 2019年9月

报告价格: £3302.97 | \$4460.00 | €3717.16

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



“得益于利好的市场条件，2019-2024年总航空客运量预计将保持稳健增长。归功于消费者对出境游的热情，国际航线细分的增速预计将高于国内航线细分的增速。高铁在国内短途旅行上相当有竞争力，但航空公司可开发主题航班，在飞行体验上创新，并吸引潜在消费者。航空公司有望通过令人放松的机舱体验和健康的飞机餐来提高非票务营收，但机上娱乐并不能吸引消费者多付钱。”

— 赵凌波，研究分析师

在这篇报告中我们探讨了以下议题：

- 廉价航空需改变消费者的看法以加强竞争力
- 主题航班助力航空公司在短途航线上竞争
- 非票务营收：以整体健康的概念创新飞机餐

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@intel.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 - 2019年9月

报告价格: £3302.97 | \$4460.00 | €3717.16

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

概述

您所需要了解的

报告定义

报告不包括

综述

市场

航空总客流量保持稳步增长

数据1: 航空旅行总市场 (按客流量区分, 单位为百万人次), 2013-2018年

得益于国内航空客流量的稳步增长

数据2: 国内航空旅行市场 (按客流量区分, 单位为百万人次), 2013-2018年

国际航线细分从客流量低速增长中复苏

数据3: 国际航空旅行市场 (按客流量区分, 单位为百万人次), 2013-2018年

持续增加的游客人数为未来航空旅行带来需求

消费者愿意为犒赏自己而消费驱动休闲旅行

数据4: 自我犒赏的消费偏好——任何重要程度*, 2014和2019年

基础设施建设为航空旅行铺平道路

但高铁在国内细分中非常具有竞争力

未来航空旅行市场上的国际航线旅客将增长更快

公司与品牌

国内航线细分的竞争集中化.....

数据5: 国内航线细分中的航空公司市场份额 (按客流量区分), 2015-2018年

.....而国际航线细分的竞争更分散

数据6: 国际航线细分中的航空公司市场份额 (按客流量区分), 2015-2018年

国内航空公司转移焦点, 从国际航线转向国内航线

数据7: 国内航空公司的计划航线数量, 2014-2018年

国内航空公司推出主题航班, 以塑造差异化飞行体验

航空公司还从非票务服务中寻求增加营收的机会

消费者

全服务航空比廉价航空的渗透率更高

数据8: 不同交通工具的渗透率, 2019年5月

阻碍乘坐廉价航空的因素: 旅行不方便、机舱服务质量差与对廉价航空的负面看法

数据9: 阻碍乘坐廉价航空进行休闲旅行的因素, 2019年5月

非直销渠道仍是购买机票的首选

数据10: 不同销售渠道的使用率, 2019年5月

航空公司的官方手机apps被视作值得信赖

数据11: 对两种机票销售渠道的看法, 2019年5月

机上娱乐无法激励消费者多付钱

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 - 2019年9月

报告价格: £3302.97 | \$4460.00 | €3717.16

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12: 航空旅行时消费者愿意多花钱购买的项目，2019年5月

在短途旅行上，航空公司可凭借主题航班与高铁竞争

数据13: 高铁vs飞机——路程时长，2019年5月

我们的观点

议题与洞察

廉价航空需改变消费者的看法以加强竞争力

现状

启示

数据14: 瑞安航空传递的讯息

主题航班助力航空公司在短途航线上竞争

现状

启示

数据15: 四川航空的“熊猫客机”主题飞机

非票务营收：以整体健康的概念创新飞机餐

现状

启示

市场——您所需要了解的

中国的航空客流量保持稳步增长

得益于占比较高的国内航线细分保持稳健增长

国际航线细分从其客流量的低速增长中复苏

利好市场条件为航空旅行助力

约半数消费者愿意为旅行交通多花钱

航空旅行行业面临的挑战

未来国际航空客流量的增速预计将高于国内航空客流量的增速

市场规模与预测

中国航空客流量的增速超过全球水平

数据16: 对比两大市场的客流量，2015-2018年

数据17: 对比航空客流量的增长率——中国市场和全球市场，2016-2018年

过去5年，中国市场的航空总客流量稳健增长

数据18: 航空旅行总市场（按客流量区分，单位为百万人次），2013-2018年

中国市场未来的航空客流量预计将保持稳健增长

数据19: 航空旅行总市场预测*（按客流量区分，单位为百万人次），2019-2024年（预估）

市场细分

国内航线细分的客流量稳步增长

数据20: 国内航空旅行市场（按客流量区分，单位为百万人次），2013-2018年

国内航空客流量的增速将放缓

数据21: 国内航线细分预测（按客流量区分，单位为百万人次），2019-2024年（预估）

国际航线细分从客流量低速增长中复苏

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 - 2019年9月

报告价格: £3302.97 | \$4460.00 | €3717.16

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22: 国际航空旅行市场 (按客流量区分, 单位为百万人次), 2013-2018年

国际航线细分内: 国内航空公司的客流量占比提升

数据23: 国际航空旅行市场的国内与国际航空公司 (按客流量区分, 单位为百万人次), 2013-2018年

热门的出境游成为细分未来增长的驱动力

数据24: 国际航线细分预测 (按客流量区分, 单位为百万人次), 2019-2024年 (预估)

市场因素

更多消费者踏上旅途

更多消费者愿意为自我犒赏而花销, 这驱动了更多休闲旅行

数据25: 自我犒赏的消费偏好——任何重要程度*, 2014和2019年

数据26: 中国市场的机场数量, 2015-2018年

三大重要枢纽城市扩建机场

约半数消费者愿意为旅行交通多花钱

数据27: 前往目的地的交通上的花费意愿——国内旅游与出境旅游, 2017年11月

国内旅游中来自高铁的竞争

数据28: 高铁与国内航空公司的客流量, 2017-2018年

人们对环境问题的担忧促使航空公司采用绿色运营

重点企业——您所需要了解的

国内航线细分的竞争集中化

国际航线细分的竞争相对分散

航空公司加强直销渠道建设

凭借主题航班塑造差异化飞行体验

重新思考经济舱

创造新的服务项目, 以提高非票务营收

推出电子行李牌, 减少纸张的使用

市场份额

国内航线细分的竞争集中化

数据29: 国内航线细分中的航空公司市场份额 (按客流量区分), 2015-2018年

廉价航空公司在国内航线细分中增加了其市场份额

数据30: 国内航线细分中两家廉价航空公司的市场份额 (按客流量区分), 2015-2018年

国际航线细分的竞争相对分散

数据31: 国际航线细分中的航空公司市场份额 (按客流量区分), 2015-2018年

国内航空公司通过增加航线数量, 提高其在国际航线细分中的市场份额

数据32: 国际航线细分中的市场份额对比 (按国际航空客流量区分), 2015-2018年

竞争策略

国际航线的增长率不及2015年

数据33: 国内航空公司的定期航线数量, 2014-2018年

数据34: 计划航线的年同比增长率, 2015-2018年

国内航空公司加强直销能力

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 - 2019年9月

报告价格: £3302.97 | \$4460.00 | €3717.16

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

全服务航空公司针对价格敏感的消费者，推出了廉价经济舱

廉价航空公司以高端经济舱升级飞行体验

数据35: 九元航空的高端经济舱

主题航班使飞行体验个性化

数据36: 中国东方航空的迪士尼主题客机

健康饮食进入机舱

航空品牌不止售卖机票

数据37: 航空公司官方网站上销售的旅游产品

谁在创新？

无源型电子行李牌实现无纸化飞行

数据38: 中国东方航空的电子行李牌

消费者——您所需要了解的

廉价航空的渗透率远低于全服务航空

休闲旅行选择国际航空的主要旅客

阻碍乘坐廉价航空的因素：出行不方便、机舱服务质量差与负面看法

机票非直销渠道的渗透率高于直销渠道

消费者将航空公司的官方手机apps和值得信赖相联系

消费者愿意多花钱购买的项目：并非机上娱乐

航空公司可试图以主题航班吸引短途旅客

不同交通工具的渗透率

全服务航空的渗透率超过廉价航空

数据39: 不同交通工具的渗透率，2019年5月

收入水平对选择国内廉价航班进行休闲旅行的影响不大

数据40: 休闲旅行时国内廉价航空*的渗透率（按家庭月收入区分），2019年5月

休闲旅行时选择国际全服务航空的旅客画像

数据41: 不同交通工具的渗透率——国际全服务航空（按性别和代际区分），2019年5月

数据42: 不同交通工具的渗透率——国际全服务航空（按家庭构成区分），2019年5月

高铁的渗透率颇高

阻碍乘坐廉价航空进行休闲旅行的因素

主要阻碍在于对出行便利程度与机舱体验的担忧

数据43: 阻碍乘坐廉价航空进行休闲旅行的因素，2019年5月

购票渠道

非直销渠道的使用率整体增长

数据44: 不同购票渠道的使用率——直销渠道vs非直销渠道，2015和2019年

旅行预订手机apps是使用率最高的机票购票渠道

数据45: 不同机票购票渠道的使用率，2019年5月

机票销售向移动终端转移

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 - 2019年9月

报告价格: £3302.97 | \$4460.00 | €3717.16

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: 电脑上的网站与手机apps对比——2015和2019年，2019年5月

对不同销售渠道的看法

航空公司的官方渠道apps有着值得信赖的形象

数据47: 对2种机票销售渠道的看法，2019年5月

消费者愿意多花钱购买的项目

什么有效: 比起机上娱乐，消费者更愿意为舒适、令人放松的航空旅行多花钱

数据48: 航空旅行时消费者愿意多花钱购买的项目，2019年5月

机上Wi-Fi作为溢价项目对消费者的吸引力一般

行李运送服务是在机场盈利的机会点

数据49: 航空旅行时消费者愿意多花钱购买的项目——行李运送服务*，2015年5月与2019年5月

消费者更愿意为前后空间较宽敞的座位多付钱，尤其是90后

数据50: 航空旅行时消费者愿意多花钱购买的项目——前后空间较宽敞的座位（按性别和代际区分），2019年5月

不同旅行场合下对高铁与飞机的偏好

长途航班受到高铁的影响较小

数据51: 高铁vs飞机——路程时长，2019年5月

潜在的短途航空旅客对主题航班感兴趣

数据52: 消费者愿意多花钱购买的项目，2019年5月

认识英敏特城市精英人群

比起商务出差航班，更多英敏特城市精英人群乘坐休闲旅行航班

数据53: 不同交通工具的渗透率，2019年5月

对舒适飞行体验的追求使英敏特城市精英人群不愿选择廉价航空

数据54: 阻碍乘坐廉价航空的因素（按消费者分类区分），2019年5月

直销渠道不是英敏特城市精英人群的首选

数据55: 英敏特城市精英人群的前五大机票购票渠道

令人放松的航空旅行激励英敏特城市精英人群增加花费

数据56: 航空旅行时消费者愿意多花钱购买的项目，2019年5月

附录——研究方法 with 缩写

研究方法

扇形图预测

缩写

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