

编者按

航线比拼

北京至纽约 国航直飞性价比高

在旅游行业大爆发之时,各家旅企推出的产品可谓乱花渐欲迷人眼。其实,这样的场面并不令人意外,当一场旅游业“大变阵”倏然而至,航空、邮轮、住宿、目的地、旅行社和OTA等企业谁能快速扣准市场的脉搏,紧抓消费者的需求,谁就能掘到更多金。但另一方面,消费者则越来越渴望在纷繁的旅游品牌中快速锁定最值得信赖的企业。所谓没有比较就没有伤害,北京商报记者将梳理行业最新数据,采访行业最权威专家,将多个企业及产品放到同一擂台比拼,力求为消费者提供有价值的参考。



国航占据直飞优势

不少网友反映,虽然中转航线具有价格优势,但北京飞纽约这一长距离航线中,消费者还是愿意选择直飞。北京商报记者一家大型OTA平台上发现,该航线直飞需要13个小时左右,而中转最短约为17个小时,最长则需要超过60个小时。不过,很少有航企能掌握直飞资源,以7月1日北京飞纽约的85个航班为例,共有4个直飞航班,其中国航占据3个,美联航仅拥有一班。

对于直飞与中转的差别,一位从事教育培训的业内人士指出,在美国游学游产品设计上有两个重要考量因素,一是能缩短孩子们路上的时间,增加路上的安全性,二是增长有效时间,让游学内容得以充分实施。“有些游学机构为了价格上取胜,就会选择转机。但这样以来,路上的时间加长,在美国当地的时间缩短,而且环节增多,安全隐患也会跟着增多,如果转机时再遇到恶劣天气,飞机不能正点起飞,孩子的休息、餐饮以及住宿都会让不安全因素增加。”

可以说在长航线比拼上,实现直飞对航企来说格外重要,因此国航在北京飞纽约的线路中极具竞争力。

外航打出低价牌

同样值得关注的是,在北京飞纽约的航线上,更多航空公司在中转航线中

展开激烈厮杀,其中低价成为最常用的一招。北京商报记者看到,7月1日北京至纽约中转航班中,卡塔尔航空经济舱含税价最低为3873元。韩亚航空、乌克兰航空、俄罗斯航空等经济舱价格也仅为4000多元。而南航、国泰航空等航企的经济舱价格维持在5000元左右。在公务舱方面,价格相差则比较明显,国泰航空公务舱最低价为18260元,而法国航空的公务舱价格则超过40000元。

业内认为,中美航线的价格战自去年已经点燃。众所周知,2016年为中美旅游年,赴美游人数出现新一波增长。与此同时,往返美国的航班价格不断走低,去年4月,多个航班的含税票价均在3000元出头,个别航班甚至低至2000多元。

不过,民航专家綦琦指出,在中美航线中,各企业为保持客座率纷纷杀价,致使中美航线机票价格低至白菜价,虽然旅客获得更多选择,但却给航空公司经营带来不小阻力,这应该引发企业思考。另有行业分析师指出,在市场竞争中,除了靠低价揽客外,航企应将更多注意力放到提升服务以及扩展附加价值等方面上。

航班细节需关注

资深民航观察员王疆民还提示,在出行选择航班时,除了时刻、价格等需要考量外,一些细节也应该关注。“如果是游学游或者不太会英语的旅行者,应特

别留意行李托运问题,我们经常在国外机场看到英语不通找不到托运柜台的中国游客。”

目前多家航空公司为北京中转纽约的航线提供“全委托”行李免提业务,行李可从国内直挂到目的地,无需在中转机场进行二次托运。北京商报记者也注意到,包括土耳其航空、英国航空、东航等航企均有航班可提供行李直挂,而韩亚航空、国泰航空、香港航空、法国航空的航线则大多需要二次托运。

另外,机场的选择也不容忽视。纽约有三个机场,最大的是位于皇后区的肯尼迪国际机场,距离市中心曼哈顿大约15英里。第二个位于肯尼迪国际机场西北部的拉瓜迪亚机场也位于皇后区,距离市中心8英里。第三个纽瓦克国际机场位于哈得孙河对岸,距离市中心16英里。在直飞北京至纽约航班中,上述三大机场都有飞机降落,以国泰航空为例,其航班就分别降落在肯尼迪和纽瓦克两个机场,而美国航空旗下部分航班则降落在拉瓜迪亚机场。

北京商报记者还发现,包括国航在内的多家航空公司还推出48元购买200元海外酒店、旅游券或220元海外用车券等服务。“总体来看,随着消费者航空出行的频次增加,个性化诉求也越来越多,这就要求航企在竞争中需不断提升自身服务水平,同时,游客在购买服务时也应全面比对。”王疆民指出。

北京商报记者 肖玮/文 宋媛媛/制表

■ 数据

7月1日北京飞纽约单程航班

总数: 85

直飞: 4 (国航3个 美联航1个)

中转: 81

部分航企经济舱价格(含税)比较

卡塔尔航空	3873元
南方航空	5275元
中国国航	7339元
海南航空	6580元
国泰航空	6892元
美联航	7705元

部分航线飞行时间比较

国航	12小时45分钟(直飞)
美联航	13小时35分钟(直飞)
海南航空	18小时35分钟(中转)
国泰航空	21小时5分钟(中转)
南方航空	21小时30分钟(中转)
卡塔尔航空	25小时25分钟(中转)

行李托运

国航	直达
南方航空	直达
美联航	部分可直达
国泰航空	部分可直达
海南航空	非直达
卡塔尔航空	直达

数据来源:携程

易观智库:网易严选模式将成为网上零售业升级的重要趋势

近日,易观智库发布了《中国网络零售B2C综合年报2017》。报告对2015-2017年主要网上零售B2C厂商在行业中所处的位置、现有资源、创新能力做了全面解读,同时对网络零售市场未来的整体发展趋势做出分析和预测。报告显示,在国内消费升级的市场环境下,以网易严选为代表,通过ODM、C2M等制造方式向上游制造商渗透的品质化电商,将成为网上零售业升级的一个重要趋势。

易观认为,在经过前几年的高速发展之后,目前整个网上零售市场已形成“双超多强”的格局,市场份额基本稳定,网民红利逐渐消失,网络

零售市场进入成熟期。现有电商之间的竞争则更多的是针对未来零售业趋势的把握和布局,在用户规模、市场渗透率无法实现进一步快速增长的背景下,通过创新能力在现有规模下提升效率、实现差异化竞争就显得尤为重要。

近两年来,通过向上游延伸供应链,由买手选品、产品设计、原料及产地控制等专注于商品品质的“网易严选”模式便获得了极大的关注,并呈现出高速增长。对于消费者,个性化、定制化、优质商品的需求持续高涨,品质电商将成为满足市场消费升级的首要选择;对于供应商,随着国内制造业升级,C2B、ODM生产模式也将帮助制造

商降低市场需求的不确定性,从而制定更高效的生产计划,并将库存保持在更为健康的水平;而对于电商平台,通过与制造商更密切的合作缩短价值链,以提供削减品牌溢价的优质商品及实现更为稳定、完善的服务。

作为网易旗下原创生活类自营电商品牌,网易严选于2016年4月正式上线,在国内开创了ODM(原始设计制造商)的电商模式,以“好的生活,没那么贵”为品牌理念。通过去掉高昂品牌溢价、挤掉广告公关成本、剔除中间环节、摒弃传统销售模式,使价格回归理性,从而为用户提供物超所

值的品质生活产品。采购人员深入各个原材料的核心产区,从原料选择到产品设计、打样都与制造商保持密切沟通,以从根本上保证产品质量。

易观分析认为,网易严选凭借网易系产品的流量入口以及与上游制造商深入密切的合作模式,已经在流量运营、商品运营等核心环节获得先天优势。通过坚持严格品控、苛责服务标准对“网易严选”品牌的打磨,在消费升级市场环境下根植于用户的高品质认知将在2017年为“网易严选”带来品牌红利,帮助网易严选保持用户沉淀及交易的高速增长,并在创新者领域实现赶超。