

# 航空公司花式营销的背后： 不是谁更好，是谁更惨

■ 作者 高汇

2020年是航空业最为艰难的一年。

5月，巴菲特抛售美国四大航空公司股票，使A股的各大航空公司连续下跌。随后，机场股票也未能幸免。

为了自救，各航空公司在疫情期间，通过客转货、卖航空餐等手段进行一系列的花式自救。

近日，东航为解现金流之急，开始新一轮花式自救，推出3322元/人半年“周末随心飞”活动；华夏航空紧随其后，推出2999元/人“任意飞”。

航空公司的花式自救是否能为企业带来一线生机？实际意义是否大于噱头？

## 花式营销迷人眼

为重塑消费者出行信心，满足消费者潜在出行需求，东方航空玩起花式营销，在2020年6·18电商购物节期间，推出半年卡3322元/人、不限次数的周末“随心飞”活动。可不限次数乘坐东航和上航航班，畅飞国内除港澳台地区外的各大城市。

相关材料显示，该营销活动一经推出，10万套票在4个小时内一抢而空，APP购买页面一度崩溃。

或许有了东方航空成功的营销样本，华夏航空紧随其后，于6月21日推出2999元/人3个月的“任意飞”活动，乘坐时间至10月24日（9月28日-10月10日除外）。从海口、丽江、长沙、扬州，到重庆、珠海、贵阳、福州等，涉及全国百余条航线。

除东航与华夏航空的特价套票营销外，山东航空继2020年5月23日抖音平台首秀，开启线上直播营销探索后，于6·18前夕首次尝试“直播带货”，9块9抵100经济舱机票券、199元机票兑换券、航空文创全场2.5折起等，在线发售机票兑换券、抵价券。

山东航空的“直播带货”在中国航空业并非首例。

“成都飞石家庄159元，成都飞宁波199元，成都飞上海只要320元”。4月25日19时，春秋航空董事长王煜开启直播首秀，向广大网友介绍春秋航空即将开通的夏秋航季新航线，1个半小时直播，累计838.7万人观看，最高同时在线人数达66.66万人。

直播中，王煜更是送出新航线免费机票、酒店免房券、春秋航空周边礼品等精美礼品，让网友们惊喜连连。

与此同时，包括厦门航空、深圳航空、首都航空、西藏航空、九元航空等多家航空公司，在飞猪APP上推出6·18超级爆款优惠政策，从0.1元兑换20元通用券，120元、140元及1折不同价格的“白菜价”机票以招徕客户。

中国民航管理干部学院教授邹建军表示，为了走量，航空公司也推出过包月机票卡、包年机票卡等，但在疫情期间，航企的打折力度确实是空前的。

“疫情阴霾下，各航空公司花式营销的背后，是其业绩承受巨大压力、想方设法‘自救’的必要行为。”相关业内人士如是表示。

## 不是谁更好，而是谁更惨

“当下民航业，不是比谁更好，而是看谁更惨。”郑州机场集团一位王姓人士向《企业观察报》透露，受疫情影响，各航空公司都陷入不同程度的亏损深渊，“活下去”已成为当前诸多航空公司的当务之急。

来自南航、东航、国航2020年三大行第一季度财报显示，在政府补贴之后，三大航空公司因疫情影响亏损1400.5亿元人民币。占全国航空公司亏损总额336.2亿元的41%左右。其中，南航亏损52.62亿元，国航亏损48.1亿元，东航亏损39.33亿元。东航亏损金额是2019年的利润总额。

上接《01版

# 中央企业：打好组合拳 力保产业链

疫情期间，中国三峡集团与山煤集团以煤为“媒”，实力演绎产业链上下游抗疫保电“最佳拍档”。作为物资生产的源头，山煤集团切实履行国有企业社会责任，克服困难，积极复工复产，在煤源供应、运力组织上集中力量优先保证受疫情影响地区和中国三峡集团湖北能源集团的煤炭供应。原料供得上，还要出得去。中国三峡集团协助山煤集团，打通人流、物流堵点，突破货物运输限制，顺利让列车发运；所属湖北能源集团在疫情期间保持生产运行平稳态势，充分保障区域供电供热安全稳定。两大企业的联动作战，促使该产业链上下游的协同效应不断增强并得以充分发挥，解决了湖北的燃“煤”之急。

5月26日，中国石油与中国海油强强联手，签署全面深化战略合作框架协议协议。双方在会谈中表示，作为国有重要骨干企业，保障国家能源安全是双方共同责任，要深入贯彻习近平总书记“四个革命、一个合作”能源安全新战略和重要指示批示精神，大力提升国内油气勘探开发力度，服务国家战略，践行央企担当。双方将深入贯彻落实“六稳”“六保”要求，推进新一轮更宽领域、更大规模、更高质量的互利共赢合作，实现优势互补，携手开创企业高质量发展新局面。

协议的签署，助力提升了我国油气产业链的稳定性和竞争力，为疫情下能源产业链稳定做出了积极贡献。

鞍钢集团和鞍山市从企业改革、产业发展、交流合作平台等领域发力，大力推动“双鞍”融合，优势互补、合作共赢，积极应对疫情对区域经济造成的影响。鞍钢废钢加工处理是其代表性项目，充分发挥体制、物流、技术等优势，全力打造废钢加工处理配送示范基地，释放出推动经济高质量发展的强劲动能。今年以来，与鞍山市汽车回收有限公司签署协议，在报废车辆拆解废钢综合利用领域建立全方位战略合作关系；积极推动镁基球团、东部尾矿再选试验线等项目落地；及时采购辽宁缘泰石化库存积压油品；有力支持保障了地方企业的生产经营平稳运行。

## 创新升级“延链” 让发展驶入“快车道”

创新是引领发展的第一动力。借力新基建东风，中央企业以技术创新引领产业延伸、转型、升级，努力做好新基建产业链的投资者、研发者和建设者，不断优化产业链结构、提升产业链价值，继而形成增长新动力，推动实现高质量发展快速发展。

“机队规模越大，国际航线越多，就亏损越多。”上述王姓人士表示，受新冠疫情全球蔓延影响，多国采取旅行限制措施，旅客出行需求大幅萎缩，对航空运输业产生极大冲击。

截至2020年5月末，东方航空投入运营飞机722架，机队规模仅次于第一位的南方航空的853架，中国国际航空机队规模在600架左右，位居全国航空公司第三。

东方航空5月客运运力投入同比下降6.12%，其中，国际航线客运运力同比下降95.35%，国内、地区航线分别同比下降41.34%、95.84%。同样的参数，国航、南航也好不到哪里。

自3月29日中国民航局实施，“一家航空公司一个国家（只保留）一条航线，一周（最多执行）一班”的“五个一”政策后，中国入境旅客从每日25万人以上，降至3000人左右。

“目前还是继续‘五个一政策’。”中国民用航空中南地区管理局外国航空公司监管处相关负责人对《企业观察报》表示，政策是否会有改变，还要看国际疫情控制情况，暂时没有新的政策。

没有飞行运营就没有收入。各家航空公司的飞机一般是通过自购、融资租赁、经营租赁的方式获得，同时每架飞机都要配备机长、机务人员等大量人员，人工成本及财务费用，使航空公司喘不过气来。

“2020年将是航空史上最糟糕的一年，平均每天损失23亿美元。”国际航空运输协会（IATA）理事长兼首席执行官朱尼亚克表示，按照今年22亿人次的客运量计算，航空公司运载每位旅客将损失37.54美元。2020年的全球航空公司将亏损843亿美元。

不只是航空公司艰难。作为航空产业链的下游，机场也未能打破“机场越大、国际航线越多就越惨”的魔咒。

一份内部数据显示，6月1日至14

日，被称为中国三大门户复合枢纽的北京首都国际机场、上海浦东国际机场和广东白云机场，客流吞吐量分别恢复了36%、31%和55%，广东白云机场相对好些。

首都、浦东和白云三大机场，分别联通世界58个国家和地区的222个通航点、47个国家和地区的297个通航点，及覆盖五大洲的92个通航点。

与此同时，三亚凤凰国际机场、重庆江北国际机场、贵阳龙洞堡国际、郑州新郑国际机场等中型机场，旅客吞吐量分别恢复到82%、81%、80%与79%，包揽全国机场旅客吞吐量的前四位。

在萧条的大环境下，现金流极其困难的航空公司想要通过银行贷款度过危机，已不太可能。

“银行都是锦上添花的。”上述王姓人士向《企业观察报》透露，银行并非慈善机构，发放贷款的主要目的是收取利息，且银行放贷的资金是从存款人处借来的，到期必须偿付。在疫情还不明朗的情况下，银行会有谨慎性的政策贷款，但不会太多。

银行贷款很难，想要通过资本市场融资也并非易事。

“程序和问题很复杂。”方正证券股份有限公司投资银行部副总裁杜东林，对《企业观察报》表示，大部分航空公司属于央企、国企，想在资本市场发债融资，首先要经过国务院国资委同意，通过AA+信用评级后，再向发改委、证监会发出申请，难度很大。

“企业发债与银行贷款的难度差不多。”杜东林表示，企业债一般被银行、保险机构及地方城商行购买，鉴于行业困境，作为逐利的社会投资者，也是谨慎的。

其次，企业发债的利息不仅高于同期银行利率，还要解决债券的包销、利息支付、如期偿还等具体问题。各项财务费用成本，都要比疫情之前高出很多。

上接《01版

继债券之后，股权融资是企业另一个普遍的融资方式。

“不到万不得已，航空公司是不会进行股权融资的，因为股价和估值太低。”中信证券投资部经理刘小森告诉《企业观察报》，疫情之前发行10%的股权可能融资100亿元，在当前股价持续下跌的现实面前或只能融资50亿元。

刘小森表示，鉴于大多航空公司是央企、国企性质，谁都不可能在市值低下的时候发行股权，因为会涉及国有资产流失的问题。

## 3亿现金够亏“半月”

那么，航空公司花式营销，是否实际意义大于噱头？

“如果没有现金流，航空公司今天就死了。”郑州新郑国际机场王姓负责人表示，东航与华夏航空推出优惠活动的意义，就是改善现金流，使其“活下去”。

“先度过疫情‘活下去’。”王姓负责人表示，东方航空3322元的花式营销肯定是亏的，但首批10万套票为其带来的3亿多现金流，能够支撑该公司亏损“半个月”，给职工发工资；套票亏损的成本，等经营情况好转以后再去摊薄。

相对于业内人士的认可与肯定，消费者也有自己的立场与看法，认为东航与华夏航空就是“空手套白狼”的“薅羊毛”行为，并加以诟病。

细心的网友算账表示，从发售日期到2020年12月31日，还有25个周末，最多可以搭乘50次航班。以3322元的总价计算，理想状态下，消费者平均每次仅需66元。相比传统打折机票，“随心飞”的折扣优惠并不明显，乘客在购买之后想要顺利登机，依然要额外支付机建、燃油、税费。

有人表示，仔细拆解这款产品，会发现“随心”背后，藏着“心塞”的细节。

对于产品条款的争论，主要集中在“订票却放弃乘机”限制、订退票时间限制、航段限制、免费时间限制、年龄限制等方面。

东航规定，乘客超过3次“订票却放弃乘机”，套票就作废。与此同时，东航对订退票时间也做出严格的要求，《使用规则》称兑换需在航班起飞日期5天（含）前，如无法成行须至少提前4天（含）退票。

有人说，买的没有卖的精，“随心飞”并不“随心”。

不仅仅是消费者诟病，个别航空业人士对东航的花式营销也有新的看法。

“东航作为大型的传统航空公司，这一花式营销挤压了支线航空公司的生存空间。”一位不愿具名的航空公司负责人表示，华夏航空作为支线航空，之所以不甘落后随之打出2999元/人的任意飞，就是在稳固与抢占更多的市场份额。

据了解，支线航空多为廉价客票，是指短距离、中小城市之间的非主干航线，使用的飞机一般是110座以下的小型客机，飞行距离在600-1200公里。

“无论是业内的肯定或是消费者的诟病，这波花式营销都为东航赚足了眼球，获得大量新注册会员加入，带来大波流量。”相关业内人士表示，不仅带来短暂的现金流，还为后疫情时代的市场推广埋下伏笔。

廉价的花式营销，是否会成为航空业的常态化？到底是“鸡肋”还是诱人的“蛋糕”？

“让我们拭目以待。”消费者刘一航表示，东航与华夏航空此次自救，打响了后疫情时代航空公司创新性营销战争的第一枪。预计各航空公司后面还会绞尽脑汁设计产品和促销，以此来吸引旅客。

尽管目前疫情仍未结束，但积极向好态势正在拓展。5月份经济社会秩序有序恢复，主要经济指标在持续改善。“风物长宜放眼量”。毋庸置疑的是，寒冬已然过去，春天正在来到。