

浙江大学

微观经济学研究报告

中国民航市场研究

小组成员

郑宇洁：3160103212

王艺颖：3170104443

曹雅婷：3170101671

王一诺：3170105406

陈益扬：3170101503

乌云娜：3170101228

2018 年 6 月 2 日

中国民航市场研究报告

摘要: 随着民航市场化改革, 机票定价权转交航空公司。机票价格符合市场价格机制的一般规律, 更加真实、客观、灵活地反映供求状况、竞争状况以及资源稀缺程度, 因此不会出现大范围、大幅度的上涨。航司利用合理的价格歧视、超售制度、票代销售渠道、中枢规模化发展, 实现盈利最大化; 同时也为消费者提供了多样化、多层次的服务选择, 减少资源浪费, 达到经济效益、消费者效用、资源配置效率的三效合一。本研究报告主要通过互联网资料收集, 结合微观经济学课程知识, 从 a) 票价变动、b) 票价分类、c) 机票超售、d) 机票销售代理、e) 枢纽机场等角度, 分析市场化改革后机票市场, 对民航市场的发展提出建议。

关键词: 民航市场化改革 票价变动 价格歧视 超售制度 票代整治 规模经济

1 背景：国内民航市场化进程

1.1 初创期阶段的民航产业

1949 年 11 月 2 日, 中共中央政治局做出“在人民革命军事委员会下设民用航空局”的决定, 我国民用航空局成立并受空军司令部指导。在成立之初到改革开放前这一段时间, 民航业很大程度上受当时政治、经济因素影响, 在高度集中的计划经济体制以及领导机制变动的影响下呈现出变动频繁、高度集中、全能管控的特点。¹并且在民航发展的初期阶段, 由于市场需求狭小、航线开发缓慢, 政府完全控制民航业并垄断经营, 扮演着组织、决策、管理三重角色。1978 年航空旅客运输量仅为 231 万人, 运输总周转量 3 亿吨公里。

但在早期民航业的发展过程中, 仍然有难能可贵的市场因素的出现。建国初期, “民用航空应由国家经营, 但允许私人的飞机器材投资作为股份”, 其中已经包含了“投资”“股份”等市场因子; 1950 年 3 月 27 日, 中国和苏联签订《关于创办民用航空股份公

司的协定》, 中苏民航股份公司的成立并实行企业化管理, 这标志着民航出现了市场化主体——公司。²

1.2 民航历次市场化改革

1.2.1 改革开放后的民航市场化实践

改革开放初期, 政企合一、军队领导、管理粗放的民航业难以适应经济发展的需要, 1978 年, 邓小平同志指示民航要用经济观点管理。1980 年 2 月 14 日, 邓小平同志指出: “民航一定要企业化”, 自此开始了以企业化为内核, 市场化改革为手段的民航体制改革。1985 年 1 月 7 日国务院批转中国民航局《关于民航系统管理体制改革的报告》, 标志着民航正式进入了市场化发展的快车道。

1987 年, 国务院批准中国民航局《关于民航系统管理体制改革的方案和实施步骤的报告》, 自此开始了以航空公司和机场分设为主要内容的改革——在以“政企分开和放开竞争”为总体思路的指导下, 飞行、运输、管理权限下放航空公司。

1 申振东 张鹏洲.《我国民航管理体制市场化改革的历程与展望》.《中国行政管理》, 2015.10.9, 第 364 期: 105

2 慕琦,《民航市场化改革的历程及启示》.电子文献出处: 中国民用航

空网 (<http://www.ccaonline.cn/hangjia/article/195268.html>), 引用日期 (2014.5.15)

20 世纪 90 年代以来，民航业改革持续深化，取得了实质性的进展。在 1992 年以前，民航市场完全由政府定价。1992 年，国务院确定国家物价局和民航总局在国内航线运价管理上的分工，同时允许航空公司票价可以上下浮动 10%，放松定价权。

1997 年民航总局放松了价格管制，实行“一种票价，多种折扣”的政策，我国票价处于震荡处理期，处于政府主导下的票价改革深化期。“一种票价，多种折扣”的价格制度，在市场细分上只简单地划分为公务和私费，对需求的价格弹性也不加区分地一律打折，对各种打折也没有数量限制³，忽视了弹性和收益的关系，最后演变成了“不加区分地全面降价”。在 1997 年，政策允许的机票优惠幅度在 5%-40% 之间，当年全国票价降至 4.2 折。其结果导致航空公司之间的价格大战，以及 1998、1999 年全行业价格亏损，民航总局又开始对票价实行管制——“禁折令”。禁折令发布的上半年，民航市场的确实实现了扭亏为盈，但由于机票价格上涨，航空公司也付出了客源大量流失的代价。

禁折令实质上就是政府规定了机票的最低价格，也就是“最低限价”即支持价格，高于市场均衡价格。以供给曲线分析，横坐标 Q 表示数量，纵坐标 P 表示价格， P_0 为没有最低限价时的均衡价格， Q_0 为相应的均衡数量， P_{\min} 为禁折令代表的支持价格，在该价格下，航空公司的供给为 Q_2 ，远远大于该价格下的市场需求 Q_1 ，航空公司实际的供给量没有达到 Q_2 ，缩小供给到 Q_3 。此时，消费者剩余减少 $A+B$ ，生产者剩余增加 $A-C$ ，航司转亏为盈；但由于航司的供给量 Q_3 大于需求量 Q_1 ，导致了无效供给，无效成本增加 D ，造成资源浪费。

2004 年《民航国内航空运输价格改革方案》突破了政府主管部门核定航线的具体票

价的直接监管，转变为对航空运输基准价和浮动幅度的间接管理，重视市场，赋予航空企业在限定幅度内自主定价的权利，体现了政府和企业双重定价主体。

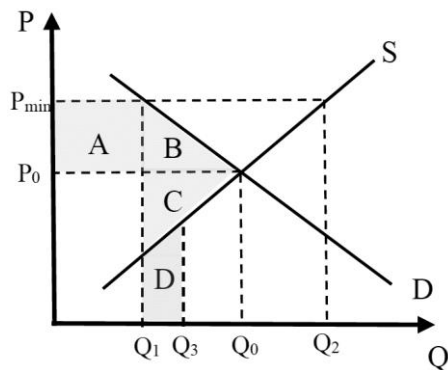


图 1-1 禁折令政策效果图

1.2.2 2014 年深化民航市场化改革

2014 年，民航局、国家发展改革委就曾联合下发了《关于进一步完善民航国内航空运输价格政策有关问题的通知》，全面放开民航国内航线货物运价，进一步放开相邻省份之间与地面主要交通运输方式形成竞争的短途航线旅客票价，由航空公司自主确定具体价格水平。同时，对继续实行政府指导价的航线票价，改变监管方式，简化监管程序，变事前审批为事中、事后监管。⁴

2015 年，中国民航局公布《中国民用航空局关于推进民航运输价格和收费机制改革实施意见》，加快推进国内航空运输价格市场化改革。提出“坚持市场决定、坚持放管结合、坚持改革创新、坚持稳慎推进”的基本原则和“到 2017 年，民航竞争性环节运输价格和收费基本放开。到 2020 年，市场决定价格机制基本完善，科学、规范、透明的价格监管体系基本建立”的主要目标⁵。

³ 郑瑶，《民航机票价格市场化过程中的政府规制研究》，硕士，暨南大学，2007.6.6

⁴ 《民航局进一步深化民航运输价格和收费机制改革》 新华网

⁵ 《民航局进一步深化民航运输价格和收费机制改革》 新华网

1.2.3 2017 市场调节价

2017 年 12 月，中国民航局、国家发改委联合发布了《关于进一步推进民航国内航空旅客运输价格改革有关问题的通知》，规定 5 家以上（含 5 家）航空运输企业参与运营的国内航线，国内旅客运价实行市场调节价，由航空运输企业依法自主制定。也就是说，机票价格由市场供求关系决定。这次改革新增市场调节航线 306 条，加上 2013 年以来市场调节价航线，到目前总数达 1030 条，占 2017~2018 冬春国内航线数的 29%。这次新政策新增的 306 条航线中，杭州出发的有 16 条，包括杭州至三亚、桂林、昆明、贵阳、深圳、丽江、南宁、沈阳、西安、哈尔滨等。杭州到达的有 7 条，包括广州、长春、重庆、成都、大连、海口、呼和浩特飞杭州。

1.3 新政策之后机票价格会贵吗？

实行市场调节价后，国家把机票的定价权交给了航空公司。航空公司是市场主体，机票价格由航空公司根据市场供求关系来确定，按照价格机制的一般规律，当供不应求时机票价格会上涨，当供过于求时机票价格会下跌，最终达到市场均衡。不同时间的价格浮动，受市场需求、季节、航班时刻、座位供给、竞争情况等多种因素影响，在不同的航线、季节、区域、时间上，机票价格的涨跌情况不尽相同。

1.3.1 基于不同视角的价格分析

1、从航线分析，热门航线因需求较旺盛，在需求大于供给时，机票价格会出现上涨；而冷门航线的价格因需求不足会出现下跌。因而，热门航线在热门时段的实际票价可能会出现大幅度上涨，体现价格机制的一般规

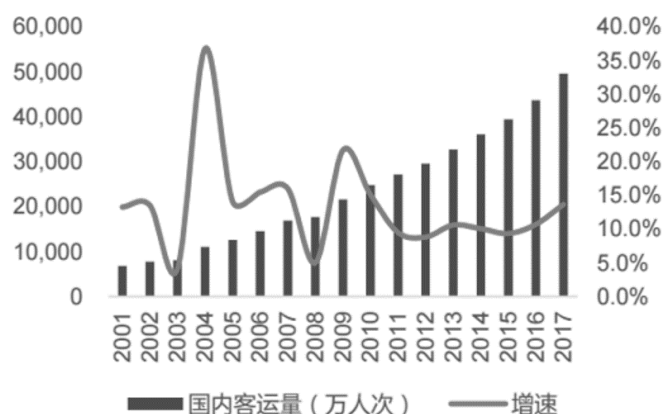
律。

2、从季节分析，在节假日等旺季，旅客出行量大，乘机需求大，机票价格会出现上涨，而在淡季因需求不足会出现下跌。特别是在热门航线的旺季，价格放开后，市场会起更大的作用，还会出现“热季更热”的现象。尤其在春运期间，旅客的出游需求很大，机票价格比平时会有较大幅度的上涨。

3、从可替代程度分析，高铁动车、高速公路等对航空存在替代性，机票价格的变化，会改变人们对出行方式的选择。在高铁动车和高速公路网发达区域，当机票价格下跌时，人们会更愿意坐飞机出行；当票价上涨时，人们会选择高铁动车，一旦票价过高，人们对坐飞机出行的需求就不足，从而影响航空公司对机票的再定价，因而这些区域的航司不会大幅提高机票价格，实行市场调节价后在局部区域甚至可能会出现低于高铁的价格来吸引客户。另一方面，由于航空出行的可替代程度高，需求弹性也较大，而航班座位的安排在一定程度上供给弹性有限，按照收敛型蛛网模型，机票价格将自主趋于稳定。

4、从同业竞争分析，目前放开定价的 1030 条航线，基本上是与公路、高铁动车、以及行业内充分竞争的航线。在这些航线上，供给比较充足，竞争也比较激烈。由于热门航线上座位供给量大，航空公司之间的竞争十分激烈，各航司都会运用价格策略来吸引旅客，任何一家都不敢贸然大幅涨价。

5、从宏观数据分析，2016 年我国人均乘机次数不足 0.4，民航渗透率远低于美国（2.7）、英国（2.1）和日本（0.9）。2017 年我国人均 GDP 已达到 9482 美元，航空旅客周转量增速达到 13.5%，人们的消费结构开始发生变化，航空消费的总需求有望持续上升（详见图 1-2）。而面对潜在增长的消费市场，机票价格的确定则需供方在单价与客流之间做权衡。

图 1-2 国内航空客运量逐年增长变化⁶

6、从国家调控分析，《民航运输市场价格行为规则》对每航季的调整范围、频次和幅度做了限定。也就是说，实行市场调节价，并不意味着可以随意涨价。按规定，每条航线每航季无折扣公布运价上调幅度累计不得超过 10%，每家航空公司每航季上调无折扣票价的航线原则上也不得超过本企业上航季运营实行市场调节价航线总数的 15%⁷。这些规则，从制度建设上试图控制机票价格的普遍上涨。

1.3.2 实际情况论证

实际情况也是如此。新政以前放开定价的航线近几年的实际票价有涨有跌。根据“去哪儿网”机票数据平台⁸，2017 年，南京—北京航线实际平均票价同比降低 1.26%，郑州—上海同比降低 17%以上，昆明—成都 2017 年同比降低 0.56%。上涨的航线比如合肥—北京，2017 年均价上涨 8.76%，大连—北京同比增长 12.57%等。放开定价的机票随着市场波动，热门航线热门时段有出现上涨，但很多时候都是折扣票。同时放开定价，机票价格的两极分化越来越明显。一方面热门航线热门时段票价上涨，另一方面冷门航线

或者冷门时段的票价在不断下降。比如春运期间，去哪儿机票数据显示，除夕前三天，重庆—上海机票含税价格低至 0.6 折，仅为 150 元，成都—北京最低支付价格只要 375 元。这些被称为春运的“反向航线”的机票价格很低，往往比火车票还便宜。

2 机票市场化的“怪相”及真正内涵

2.1 为什么都是经济舱，票价可以差 4-5 倍？

2.1.1 航空的价格歧视

因民航运输成本较为高昂、资源有限、竞争激烈，各家航空公司都有专门的收益管理部门，其工作是利用航空业的“潜规则”——价格歧视，即对坐在同一架飞机种的乘客收取截然不同的票价，以实现航班收益的最大化。航空公司一次不会把一个仓位的票全部都放出来，而是会根据预定量浮动。根据已有的预定和往年航班的预测情况决定接下来放出哪些仓位；一方面留给自己更多的灵活性，另一方面也防止恶性竞争。

正是因为有“价格歧视”的存在才让民

⁶ 《2018 年中国航空客运量、旅客吞吐量市场分析》，中国产业信息网 2018 年 5 月 4 日

⁷ 中国民用航空局文件，《中国民用航空局 国家发展和改革委员会关于印发民用航空国内运输市场价格行为规则的通知》（民航发〔2017〕145 号）

⁸ 赵展慧《产经观察：买机票将成“技术活”》，人民日报 2018 年 02 月 26 日第 19 版

航业变得如此有效率、并且能够覆盖不同收入人群的需求。同样是经济舱，赶时间、对价格不敏感的商务旅客付更多钱，这让提前很久预定游玩的人可以低价买到同样一班飞机一个舱的票，即利用时间、服务水平等门槛把同一个舱的座位，以不同价格卖给不同的乘客。如图 2-1 所示，机票价格和旅客人数的函数大致是向右下方倾斜的曲线（即机票的价格需求函数曲线），不同的机票价格对应不同的旅客人数，航班总收益=Σ（机票价格*旅客人数），即中不同矩形围成的面积总和，要想航班收益最大化，机票价格需要尽可能地细分，“压榨”消费者剩余。

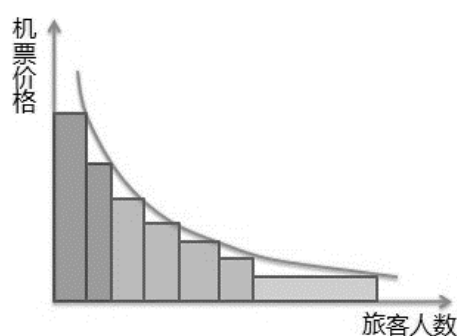


图 2-1 机票的价格需求函数曲线

而机票上印着的“舱位代码”就反映出乘客在航司眼中的分类。中国的航司大致有以下几个等级：头等舱（舱位代码为 F/P）、公务舱（舱位代码为 C/J/Z/O/W）、经济舱（舱位代码为 Y）。Y 舱意味着全价票，经济舱又分出更多的等级，如 B/K/H/L/M/Q/X/E 等。舱位代码反映消费者实际买到的折扣价，同时对应了不同的服务，比如折扣更多的座位更靠后、不能改签和退票，以及你这一趟行程能积分多少。

卖票的过程不是一次性放票，而要利用时间这一门槛，通过预测决策什么时间应该放出什么样的舱位，用供应来调整价格的变化。这要用到过往的销售数据，以及复杂的数学模型得出结论。需要兼顾的因素除了航线本身的热门程度，包括多少人可能不会登

机、多少人会取消、竞争对手的价格等等都需要被提前预测，然后根据现有的剩余票量动态调整价格。

航司的最终目的是在票价尽可能高的同时，把所有座位卖出去。如果只放高价票，飞机坐不满未实现效益最大化。如果只放低价票，飞机虽然满了，但仍留有盈利空间。所以航线达到的理想状态是，既保证客座率避免座位浪费，又尽可能让平均的票价更高，在这两者之间找到一种平衡。

2.1.2 消费者剩余分析

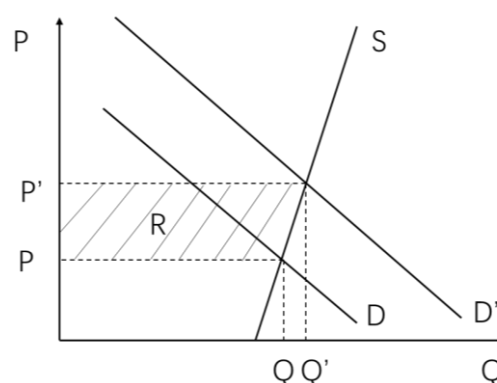


图 2-2 消费者剩余

如图 2-2，D 和 D' 代表需求曲线，则消费者购买 Q' 商品时所获得的消费者剩余为 R 的面积。消费者剩余根源于递减的边际效用，由于消费品先前各单位都要比最后的一单位具有更高的价值，消费者从先前的每一单位中享受到了效用剩余。因此，消费者剩余衡量的是消费者从某一物品的购买中所得到的超过他们所为之支付的那部分额外效用。消费者可以直接从购买到的商品或服务中获得效用。由于边际效用递减，而消费者支付的价格等于最后一单位商品的效用，所以消费者得到了“剩余”。

航空公司需要做的就是尽可能多的压榨消费者剩余，即以消费者所能接受的最高价格将机票卖出，以获得最大的利润。同一

个舱位的乘客，在航空公司眼里是完全不同的市场人群。商务旅客行程安排较为临时，不会提前购票，往往关注飞行的方便性、时间安排、灵活性，票价的高低对他们的影响并不大，所以一定比例的舱位被保留到最后以较高的价格卖给这些人群，航空公司有非常大的利润空间。休闲旅客行程确定较早，对价格非常敏感，对航班时间安排和临时更改行程计划等方面的要求较少，折扣多的舱位会提供给他们，并辅以更高的退改签门槛保证最终的上座率，折扣较多使游客更多的选择飞机而不是高铁等其他方式出行，同时退改签成本高使意外损失减少。购买机票的乘客要为自己的决策付出机会成本——提前购买价格更低，但你要确定好行程安排，面临计划临时生变的风险；如果临近出发再买票，时间灵活但是就要付出高价。

航空公司在实际的舱位管理上受到很多因素的影响，这个动态的过程非常复杂。最终的结果也并不一定遵照“越早买越便宜、越迟买越贵”的真理，如果预测有误差，可能飞机起飞当天还有剩余座位没有卖出，最后只能打折卖掉。

2.2 什么时候买机票最划算？

对于最划算的购买机票的时间，有些人总结出了经验性的规律。比如有部分旅行者认为周二可以避开周一出发周四周五回来的商务客，因此购买机票最优惠，最大的票务网站 Expedia 调查认为周末才是。

由于机票价格波动的原因太多，航空公司一直会不断微调价格，预测起来非常难。美国有一些第三方网站提供比价工具帮助决策，比如 KAYAK 和 FareCompare，他们从其他平台抓取到票价的变化，然后给出一个参考，告诉你某个明确的时间段内什么时间是出手的好时机。Google、必应都做过这种事情，但是假如真的有一个能准确预测价

格波动的大平台，航空公司也会因此再次动态调整价格，那么所谓的预测也就失去了意义。

2.2.1 票价变动规律

提前 8 周：价格较高。机票价格初始状态往往较高。因为提前两个月购买机票的顾客较少，从投入工作量和产出来看，航空公司没必要为了争取几位旅客而将远期价格大幅度下调。所以，如非预测客源极淡的特殊日子（如九月开学第一周，大部分离家的旅客刚暑假回家探亲归来，短期内不会再次回家，将会进入客源低谷；十月黄金周紧接下来的一周也会有这个情况），航空公司公司不会特意调低远期价格。

4~8 周：根据航线性质不同，航程较长的航线开始将价格调低吸纳客源，不管票价品质，先把航班客座率提升到一定水平，使航班收益至少能覆盖成本。此时长航线航班的票价普遍较低。一般来说，长航线的旅客偏向更加提前购买机票，因为长航线两地间可替代的地面交通工具较少或极不方便。相反，航程越短的航线，旅客越是集中在航班起飞前的几天甚至一两天内购票，远期降价并不能保证吸引到大量客源，所以航司不会太在意短程航线的远期价格调节。一些替代交通方式便利的航线，即使买不到机票还有很多地面方式过去，旅客毫无顾虑，甚至经常高铁票售罄了才有人买机票。

2~4 周：中程航线航班开始将价格调低吸纳客源，此时中程航线机票价格普遍较低。

1~2 周：所有航线的客源开始启动，出现较为明显的销售增长，各条航线的机票价格开始渐渐顺应航班上客速度上调。这时机票价格不一定最低。

1 周内：一周内的航班，成本有一定程度上能够收回，那么航空公司考虑就是如何得到“票价*人数”的最大化。一个航班，

60%~80%的旅客都会集中在航班起飞前的一周内购票，此时客源增长最为迅猛，机票价格上调的幅度最大，常常从起飞一周前的四折五折，慢慢上调到全价；调节频率也是最高的，同一个航班的机票价格往往在一天之内变动好多次。这个时候的机票开始逐渐接近票价高位了。

航空公司的产品是座位，不像传统销售企业产品可存放积压，起飞航班的座位必须卖出去，否则起飞后座位空置就是收益流失——于是不定期会出现因为航班上客情况实在不如预测、很不理想而低价大甩卖的情况。当然具体还要考虑航线的性质（公务航线、休闲旅游航线、返乡航线、独飞航线），还要区分淡旺季客源流量对票价的整体影响。

2.3 航空公司为什么超售座位，然后出钱请人下去？——航班超售制度的探讨

2.3.1 美联航事件

2017年4月美国联合航空公司（简称美联航）的一场轩然大波让很多人第一次知道，航空公司竟然会超额卖出飞机座位。美联航3411航班因超额售票，要求4名乘客自愿改乘其他航班，让座给其工作人员。在补偿金从400美元提高到800美元并提供住宿安排后，仍无人同意。随后，航空公司随机抽取4名乘客，希望他们自愿下机。其中一名被抽中的亚裔乘客因拒绝下机被警察强行拖下飞机，拖行过程中其嘴部受伤流血，精神受到刺激。随后这位乘客满嘴鲜血、被拖倒在地的照片在社交网络传播，一轮针对美联航殴打乘客的集中嘲讽和谴责蔓延，公司市值一度蒸发30亿美元。最终美联航和这名被打乘客达成和解，赔偿金额未知。⁹

⁹ 美联航超售 亚裔乘客被强行拖拽下机. 新京报. 曾金秋 池宁乔

¹⁰ 机票超售等待最优答案. 北京商报网. 陶凤 张兰

美联航超售机票是否合法？机票超售在美国很普遍，大部分解决办法是给予物质补偿。涉事乘客可以起诉航空公司、警察局、航空管理局，甚至售票机构。首先可以告航空公司违约，因乘客已经购买机票，合同就已经成立。但鉴于美联航的运输合同对己方更有利，在超售情况下乘客未必有胜算。美国联邦最高法院出庭律师张军也表示，在美国，航空公司超售是合法的。事后美国众议员的听证会上，美联航和美国航空均表示今后不会要求已经登机的旅客为其他旅客或机组成员腾出座位空间，但这两家航空公司也为超售政策辩解，认为超售使航空公司有能力为消费者提供低价机票，有些时候这种做法对航空公司和乘客是种双赢，所以不会取消这一政策。所谓双赢是指，临起飞时总有旅客误点或改签，航空公司为降低损失往往会多卖几张票，让买到超售机票的乘客自动填补座位空缺。

2.3.2 航司的收益管理——超售

其实，机票超出座位总数售出、最终乘客被要求改签在民航业内很常见，这也是收益管理的核心工作之一。对于预定机票的旅客突然 No Show（改签或登机延误），虽然这时候在“票价分级”下会收取一定数量不等的改签费，但此时空缺的座位造成了资源（投入成本）的浪费，在经济利润的计算中，这是一笔隐性成本，即空座率的机会成本使航空公司丧失了更大化的收益。最大化减少临时产生的空座率机会成本，“超售机票”应运而生，航空公司收益管理中约有40%的收益提高都来自于此¹⁰。当然，超售之后第一步不是花钱请人下去，而是先充分利用商务舱的空位，让更有价值的乘客（金卡、白金

<http://www.bbtnews.com.cn/2017/0419/189784.shtml>

卡们)从经济舱升级到公务/头等舱,此举充分利用了飞机空位,对于显性成本的影响较小,还能作为对VIP主顾的回馈,吸引更多人办理公司会员,影响旅客之后的出行选择。如果起飞时真有旅客挤不上飞机,航空公司则会给予补偿,部分乘客愿意主动改签,在一些特别热门航线的热门时段,还是会有花钱让人下去的时候,国内航司国际航线高的时候可以到2000-3000元请人改签。

超售多少张票,航空公司要根据航班的历史数据、当前订座情况预测No Show率。超售的机票数量越多、出现空位的概率就越少,但是旅客被拒绝登机的可能就会增大,然后赔偿的成本提高。这些变量左右航空公司超售的模型,是个复杂的动态的过程,每家公司、每趟航班的超售比例都各不相同。根据“飞常准”的数据,中国境内Top 10机场的No Show率(未出现乘客占购票乘客的比例)在3-7%之间。国内多数航空公司也采取了超售的销售模式,占据总票数3%以下,低于美国的5%左右¹¹。

不过大部分人都是在飞机起飞前被告知,办理了改签。如果有人不愿意,对乘客进行等级划分的作用就又来了——航空公司可能会按照一定的原则决定谁离开,比如按照会员等级白金卡到金卡再到普卡以及按票价级别来排序,级别低的人离开。如果航班上都是会员等级相同且票价一样,会按照办理登机手续的前后顺序排列,越晚办理的人越有可能被请下飞机。

在全美国同时也是全球运输最多乘客的四家航空公司里,美联航强迫乘客改签的比例只能排第三,它甚至低于平均水平。乘坐西南航空的乘客,每10万人次就会有8人被强迫改签,这个比例是美联航的两倍。

仅2016年最后3个月,就有891名美联航乘客发生这样的遭遇。赔偿金额方面,美国的航空公司一般根据航班性质(国内或国际)、改签耽误时间,给予至多1350美元补偿。¹²

2.3.3 超售制度的社会效益

对于旅客来说,超售制度使一些旅客由不能出行变为可以出行,让更多的人实现航空旅行目标。而与火车、汽车、轮船只能当日当次乘坐,车船票过期作废相比,旅客误机后机票可以改签使用,并不作废。其原因在于,如果旅客误机后机票作废,则因旅客误机造成的损失由旅客承担,航空公司不会因这些空座受到损失。现在,由于误机后旅客的机票仍然有效,这些误机的旅客从该项制度中受益,为此,需要为航空公司提供一定的机制来弥补损失,航班超售制度恰好是与此匹配的。从一定程度上讲,正是由于航班超售制度的存在,才使得误机后机票仍然有效。由于误机的机票仍然有效,增加了旅客行为的自由度,大量的旅客因此受益,而不仅仅限于实际误机的人。当然,在历史发展进程中,航班超售与误机的飞机票有效制度可能不是同时产生的,但从利益衡量上可以做此解释。

此外,由于机场一般距离市区较远的特点和地面交通运输途中的不确定性,总会有一些旅客误机。在允许航班超售的制度下,航空公司会实际运载更多的旅客,提高了飞机的利用效率。飞机利用效率的提高,将降低整个航空业的成本水平。在市场竞争机制下,民航业成本水平的降低将导致行业机票价格水平的降低,这将让社会上更多的人有能力乘坐飞机旅行,也降低了全社会的航空

¹¹ 机票超售等待最优答案.北京商报网.陶凤 张兰
<http://www.bbtnews.com.cn/2017/0419/189784.shtml>

¹² Air Travel Consumer Report. U.S. Department of Transportation, office of aviation enforcement and

proceedings Aviation Consumer Protection Division 航空旅行消费报告. 航空执法和航空消费者保护司办公室 (2017)

运输费用水平，增加了社会福利。

在发生实超时，航空公司通过一定方式寻找时间成本较低的旅客，给予其适当的补偿和安排，让其自愿不乘坐发生实超的航班，消除非自愿性拒载。这些自愿不乘坐超售航班的旅客也是从中受益的。

航班超售的制度设计目标是多方共赢的。但制度设计的目标并不等于制度运行的结果。从目前来看，航空公司和社会整体已

经从航班超售中获益，但因航班超售而非自愿被拒载的旅客利益受损却是无疑的，航班超售并没有实现多方共赢的制度设计目标。

要改变航班超售损害部分旅客利益现状，既需要民航业加深对航班超售的认识，更需要立法机关和民航局制定切实有效的规则对航班超售予以规范，还需要民航业的艰苦努力。在法律规范方面，美国与欧盟关于航班超售的规范可以为我们提供借鉴。

3 市场定价的一般规律

3.1 为什么现如今代理平台的价格没那么低了？——航空票代整治

机票价格在逐渐开放市场化，而机票代理商越来越受限制。几年前在第三方票务网站能订到比官网便宜很多的价格，现如今携程、去哪儿、飞猪这些网站的票价和官方价相差无几。这和 2016 年开始施行的航空票代新政有关。

3.1.1 航空票代发展乱象

90 年代到 20 世纪初，旅行公司、机票代理商可以通过信息不对称代理机票，和卖手机、家电这样依赖分销的生意一样，航空公司为了扩大市场，大部分的票务都经由代理商出售，机票代理销售行业实行“前返+后返”的佣金模式，“前返”一般按票面价格的 3% 提取手续费；“后返”一般提取代理销售总额的 2%—5%，业界俗称“3+X”模式。¹³

2007 年后电子客票普及，携程、去哪儿等网站（在线旅游平台 OTA）也变成代理商，代理公司的盈利空间被缩小，不过他们也能在 OTA 上卖票，代理的链条被进一步拉长，乘客买到一张机票可能已经经由几手倒卖。

而代理又是门槛很低的生意¹⁴，只需有一台电脑、一台打印机，就可以完成整个出票过程，每一级代理商都竭尽所能拿到更多利润，所以会出现代理商修改退改签规则、向乘客收取数倍于退票费的费用这种混乱状况。2016 年之前，中国由航空公司直销的机票只有 20% 左右。

混乱之下，代理商出现许多让人难以接受的问题事件。2016 年初，携程被指出售了“积分兑换票”，一名乘客在购买从东京飞回北京的机票后，登机时却被告知这张票是用其他乘客的积分兑换而来的，而自己和积分的主人没有亲属关系所以无法使用，为此这名乘客还接受了航空公司的调查。携程对此回应称是“供应商违规操作导致”。¹⁵紧接着又有携程的用户表示，自己购买机票后携程却没有付款给航空公司，但携程却提供了显示订票成功的伪造订单号和电子票号，直到值机才发现根本没有这张票。这个问题同样被携程解释为供应商的问题。¹⁶

3.1.2 票代新政

2016 年 2 月，民航局发了一份《关于国内航空旅客运输销售代理手续费有关问

¹³ 在线旅游网站欲上线“代订技术费”。人民日报

¹⁴ 一万就可做机票代理 行业混乱何时休？. 辽宁法制报

¹⁵ 携程网买机票国外登机受阻 回应：供应商违规操作. 北

京青年报. 2016.1.11

¹⁶ 携程回应机票无效：后续执行“退一赔三”补偿标准. 北京青年报. 2016.1.12

题的通知》¹⁷，“航空运输企业委托销售代理企业销售客票，要按照平等自愿和委托付费的原则签订规范的委托代理合同，明确客运手续费的支付标准和支付条件。客运手续费支付标准由按销售额比例支付改为按每张客票定额支付，合理确定基准定额，可适度浮动。航空运输企业要强化营销管理，规范销售行为。”，即要求航空运输企业委托销售代理企业销售的国内客票，要合理确定客运手续费基准定额。也就是说代理商卖出机票，原来的“代理费+返点”被定额代理费取代，后者依据航段和舱位有具体标准，由航空公司制定。

国航东航南航、海航和厦航的标准是 4-8 折机票，每航段代理费为 10 元，8 折至全价票每航段代理费为 15 元。深航、山航、川航等公司则比这个标准高出 5-10 元。另外国航东航南航和海航 4 家公司禁止其代理人变成 OTA 平台的供应商，这些网站只能售卖航空公司的直营机票。

3.1.3 加剧的“搭售”问题

票代新政是整个机票代理市场的彻底整改，新政策后 OTA 平台，原有的利润空间变成定额，一张票 10 多块钱的收入无法覆盖公司运营的成本。这又加剧了“搭售”问题，这也是新政提出的第二个主要内容“销售代理企业不得向旅客额外加收客票价格以外的任何服务费，不得通过恶意篡改航空运输企业按规定公布的客票价格及适用条件、捆绑销售等违规手段，侵害消费者和航空运输企业权益。”

搭售也是之前代理商留下的东西，目的是创造附加利润空间，也是为了降低票面价格吸引更多消费，用额外的商品价格弥补票价上的损失。而在在新政第一个整治方向下，拿定额微薄代理费的代理商更没得选，既然

代理费用被压缩，只能试图从这些捆绑销售中获利。

这就需要既规范机票代理行为，又让其售卖机票有利可赚。暗箱搭售不可取，明面收取相关优质的增值服务费用或可行。消费者既然享受了机票代理的增值服务、个性化服务，支付一定的服务费并非不合理。比如，部分海外航空公司也会向通过电话或柜台预订机票的旅客收取人工服务费。在市场经济条件下，应当允许旅游企业向消费者收取一定金额的服务费，关键收费要透明公开，让消费者自主选择。

3.1.4 票代出路

代理商的黄金年代看似已经过去，航空公司在营销方面更加强势，在卖机票的渠道上，航司也更直接，官网和各种 OTA 渠道都有旗舰店，这部分直营票对购票者来说也更有保证。但机票代理行业提供机票分销服务的价值仍然存在。代理行业可以跨航空公司销售和整合产品，可以为消费者提供更加个性化的信息服务，至少在未来一段时间内，任何一家单独的航空公司都难以实现的。在越来越火爆的国际机票销售领域，由于其产品是非标准化的，消费者更需要机票代理的经验和服务。

杜绝不良代理操作、机票捆绑搭售等违规行为，维护消费者权益，严格监管票务代理行业，加大违法违规行为打击力度；同时，社会也应该关注票务代理的服务价值，让其可持续发展，更长久地服务消费者。

3.2 航空公司在不同的机场地位不同，这和票价有关吗？

机场都是独立的，属于地方财政单位，而民航公司与机场则是业务合作的关系，民

¹⁷ 中国民航局. 民航发[2016]6 号

航在机场起降，均要向机场支付费用，例如使用跑道，停机位，乘客上下机的运输服务，餐食服务等等。机场有售票的部门，除此之外它并不参与任何和机票价格相关的事情，但机场会影响到机票价格，例如各地到上海的机票价格往往比到杭州低 10~30%。

3.2.1 枢纽机场与中枢航线

中枢航线结构是在 20 世纪 70 年代首先出现在美国的一种新的航线布局模式，其特点是客流量较小的城市之间不直接通航，而是都与一个枢纽机场通航，通过枢纽机场进行航班衔接、中转旅客和货物，以实现客货快速运输的目的。例如，美国有 5 个机场 YVR、SFO、MIA、ORD、BOS，与欧洲的 5 个机场 WAW、IST、ATH、FCO、GVA，要实现全部联通，如果采用点对点式的航线网络布局，共需要 25 个连接才能实现此目标，但采用中枢航线结构就远优于此——如果在中间选择 LHR 进行中转，需要 10 个连接即可满足联通目标。中枢辐射式航线网络结构为航空公司提供了一种用有限的机队资源覆盖最大市场范围的可能，有优化配置资源，降低运营成本，提高飞机客座率、载运率等优点。

中枢航线结构有赖于枢纽机场的建设。枢纽机场最主要的特征是高比例中转业务和高效的航班衔接能力。建立枢纽机场的主要优点是：促进机场业务量的提高，吸引更多的航班到机场中转；增加机场的航空性和非航空性收入；带动周边地区经济及相关产业的发展；为周边支线机场的发展创造条件；刺激航空运输的需求，促进中小机场的发展等，这些优势都影响着机票的价格。

在我国，民航局对全国的机场做了分类，其中北上广三个城市的机场是“复合枢纽机场”，而重庆江北国际机场、成都双流国际机场、武汉天河国际机场、郑州新郑国际机场、

沈阳桃仙国际机场、西安咸阳国际机场、昆明长水国际机场、乌鲁木齐地窝堡国际机场是中国八大区域性枢纽机场。

3.2.3 规模经济与范围经济

规模经济是指在已有技术水平上，随着产量的增加，平均成本不断降低的现象。规模经济产生的原因有：建设费用的节约性、专业分工的利益等；在给定技术水平、且在一定产量范围内，固定成本可以认为变化不大，新增的产品可以分担更多的固定成本，从而使总成本下降。而范围经济是指多项活动共享一项核心技术专长，从而导致各项活动费用降低和经济效益提高的现象，也可理解为由于产品种类的增加，进行联合生产的平均成本低于进行单独生产的平均成本。

航空公司业务方面的构成，主要是“航空性业务”与“非航空性业务”两大类。航空公司航空性生产产出可以用总周转量、旅客周转量、货邮周转量、运输旅客人次、运输货邮吨数、飞行小时等指标衡量。在技术水平与机队规模结构一定的情况下，航空公司规模经济与范围经济可以通过“提高旅客和货物的运输量、周转量”来实现。有学者将这种方式获得的经济效应称之为密度经济。研究显示，拥有高运输密度的网络平均成本比中低密度网络要低 13%~25%。

通航机场、航线可以视为航空公司为旅客提供的产品种类。航空公司范围经济可以通过开辟新航线、增加网络覆盖范围、为旅客提供更丰富的航线产品选择实现。通过增加网络覆盖范围所获得的经济效应，也称为幅员经济。航线网络的发展演变过程，也是航空公司对运输网络的规模经济与范围经济不断追求的过程。

枢纽机场意味着航线更密集，连接更多的城市，飞机客座率、载运率更高，旅客可以在这转换到更多地方，航空公司飞到这里

的航班需求量更大，也有更多选择下一个飞行城市的余地；相反的机场太小、资源有限，能飞去的其他地方也少。枢纽机场的航线成本较低，票价自然也较低，这也是北京-上海航线的价格低于北京-南京的原因。

按照国际经验，当一个机场旅客吞吐量达到 3000 万人次以上，单位旅客边际运营成本是趋于零的。机场规模越大，对航空性收入的依赖性就越小，非航空性收入和利润占据主导地位。非航业务的扩张依赖巨大的机场客流量和国际航线比例，而关键在于获得更多的客流流量，进一步巩固和强化枢纽的地位，为运营非航业务创造良好基础。

某家航空公司在某个地方机场会特别强势，拥有更多更密集的航线。大部分航空公司都有多个“基地机场”，比如北京首都机场、上海虹桥和浦东机场、广州白云机场分别是国航、东航和南航的总部所在地。北京

正在新建的大兴机场就已经被东航和南航确定为其中一个基地机场，分别投资建设设施——两家航司已瓜分完这座机场 80%的航线。在基地机场，航空公司有更多资源拿到黄金时段，定价能力也更强。机场的资源有限，在自己的主场也会有更多服务设施，比如不用缴纳停机过夜费，成本的变动也会影响机票的最终价格。

3.2.4 国际机场经验启示

从国际上看，韩国、日本的机场与航空公司在市场上都很充分的实现了“规模经济”与“范围经济”。借仁川机场的例子：截至 2016 我国已有 50 余个机场开通了仁川机场航线。2017 年 4 月仁川机场通航中国月航班量排名前 4 位的机场如表 3-1 所示。

表 3-1 2017.4 仁川机场通航中国机场月航班量（前 4）

中国机场	运营航空公司	月航班数	合计
上海浦东国际机场	韩亚 航空	120	420
	大韩 航空	90	
	中国东方航空	103	
	中国南方航空	60	
	上海 航空	30	
	春秋 航空	17	
青岛流亭国际机场	中国东方航空	147	416
	山东 航空	119	
	韩亚 航空	60	
	大韩 航空	60	
	济州 航空	30	
北京首都国际机场	韩亚 航空	73	233
	中国国际航空	78	
	大韩 航空	52	
	中国南方航空	30	
广州白云国际机场	中国南方航空	90	180
	韩亚 航空	60	
	大韩 航空	30	

仁川机场凭借其优异的国际航线网络覆盖范围与航班密度,在上海、青岛、北京、广州、大连等城市开通高密度航班,汇集客源至首尔,再中转至欧美等地区,可以说在中国市场实现了非常显著的网络“范围经济”与“规模经济”效应。除仁川机场之外,新加坡樟宜机场、日本成田机场、香港机场与其主基地航空公司,在国际航线设计方面,都竭尽全力提高热点市场的航班密度、网络覆盖范围,这也给我国机场的建设提供了启示。

4 建议及展望

4.1 国外民航定价的比较

4.1.1 票价制定

欧盟分别在 1987、1990 和 1992 年三次颁布实施一揽子自由化规定,分阶段地逐步完成了欧盟航空运输市场的一体化和自由化改革¹⁸。1987 年的一揽子规定赋予了航空公司一定的定价自主权,在签有双边协议的两个成员国间可自由分配运力,航空公司可运营本国以外的其他两个成员国间的航线。1990 年一揽子自由化规定进一步赋予航空公司自由定价权。

在 2407 号条例中,明确“共同承运人”的概念,即只要满足主要营业地和注册地在成员国,主要从事航空运输,有成员国或成员国公民拥有多数股权这三个基本条件即有资格申请共同体承运人经营许可,共同承运人的联合兼并或任何大于 10%的股权变更要通报主管当局,成员国主管当局可以对新获颁许可的航空公司在运营一年后作出评估以后以及以后每五年进行一次评估以决定是否还有资格继续拥有运营许可¹⁹。以此防止

民航市场的独家公司垄断。2409 号条例赋予了共同体航空承运人完全的定价自主权,同时对票价监管做出了安排。一是成员当局可以要求航空公司的票价进行备案;二是票价异常高或者低时,成员国当局和欧盟委员可依照一定的程序进行干预。此外值得注意的一条规定是,第三国承运人不能再共同的内部航线成为价格领先者(即第三国承运人不能引入比共同体承运人更低的票价)²⁰。

民航业并不是一个完全可竞争的市场,在放松规制时,仍需要规制机关消除进入壁垒和加强反垄断执法来保障产业的持续有效竞争。

4.1.2 需求导向的廉价航空

欧委会 2016 年 3 月份报告显示,2015 年欧洲航空业总体利润规模为 74 亿美元,其中瑞安航空名列第二位。在运送旅客数量排名的前三位中,瑞安航空和易捷航空分别位列第一和第三,传统航空公司中只有汉莎航空进入前三。

凭借明显的价格优势,廉价航空快速发展,成功分流传统航空公司的大量业务,并在欧洲民用航空领域占据越来越重要的地位。然而随着廉价航空企业数量急剧增加和业务竞争加剧,欧洲廉价航空公司实施成本压缩战略。随着欧洲廉价航空产业洗牌之势愈加剧烈,亟待有效的创新商业模式和找到真正市场需求所在。

欧洲廉价航空的兴起得益于欧洲民众海外休假习惯,在 2010 年至 2015 年,廉价航空企业得益于大量欧洲民众将中东地区作为其度假首选地,获得了快速发展的机会。然而,此后中东地区恐怖主义活动肆虐造成越来越多的欧洲游客放弃了中东度假安排,

¹⁸ 谌良柱,《美国与欧盟航空运输市场开放政策走向》, https://wenku.baidu.com/view/3225dda10029bd64783e2cff.html?rec_lag=default&sxts=1525694052996, 2018.5.25, [电子文献]

¹⁹ Melon Mars,《欧盟民航领域政策法规体系》, <https://wenku.baidu.com/view/1b15fdb5360cba1aa811dac0.html>,

2018.5.27, [电子文献]

²⁰ 解开颜,《大数据:全球航空公司机票价格深入对比》, <http://news.carnoc.com/list/366/366173.html>, 2018.5.26, [电子文献]

也造成了大量廉价航空公司航班需求下滑。与此同时，当欧洲民众放弃中东之后，休假集中在西班牙和葡萄牙等南欧国家。当众多廉价航空公司将中东航线上的航班转移到飞往葡萄牙和西班牙时，行业内部的竞争烈度进一步加剧，促使欧洲廉价航空公司实施成本压缩战略。一味压缩成本而不考虑服务质量却让廉价航空公司处于新困境²¹。

因而对于放开部分航线自主定价的我国民航市场，需要在以需求为导向的前提下，挖掘、提供消费者多样化的服务选择，避开欧航的廉价陷阱。

4.1.3 销售渠道及平台代理

1953 年，美国航空公司 CEO C.R.Smith 和 IBM 高级销售代表 Blair Smith 在飞机上巧遇，这次会面促成了世界上第一家航空公司航班控制系统（ICS），发展到后来的 CRS（面向代理人使用），最后到 GDS（Global Distribution System 全球分销系统）。这次相遇使得航空业在信息化和全球化上，从单一

的机票服务发展成为综合旅游产品分销服务平台。

典型的 GDS 系统包含几个部分：机票分销系统（CRS）；航班控制系统（ICS）；值机配载系统；结算和清算系统。

经历了旅游业的迅速发展、政府的干涉外加 GDS 的全球性联盟，激烈的竞争过后，市场最终留下了如今四巨头：北美地区 Sabre，Travelport 平分秋色；欧洲则是 Amadeus 的根据地；中国市场，毫无疑问是 TravelSky 的阵地（中航信 00696.HK）。

进入了互联网时代，流量和入口都在从传统 GDS 的线下代理人入口向互联网 OTA（Online Travel Agency 在线旅行社）转移。利用大数据等新兴技术，OTA 逐渐占据统治地位。2016 年 12 月基于 XML 的直连外航模式与汉莎航空开始合作（绕过传统 GDS）。

在中国，携程等 OTA 也迅速崛起，2015 年携程用海外收购的方式控股了 TravelFusion，2016 年末又收购了具备 GDS 航班搜索和比价属性的搜索公司 Sky Scanner。OTA 的市场营收规模不断扩张。



图 4-1 中国在线旅游社 OTA 发展

在激烈的市场竞争中，中国的携程等

OTA(在线旅游社)应继续延续传统 GDS(全

²¹中国经济网，《欧洲低成本航空低价模式弊端显露》，
<http://news.163.com/air/17/1107/11/D2KRJ7B0000181O6.html>，

2018.5.26，[电子文献]

球分销系统)的三个核心要素:入口和流量;广泛的全球性航班、旅游产品的搜索比价能力;同供应商直连的能力。

与此同时,还应不断开发和完善新式应用,满足消费者更高层次的需求,如:a) 语音搜索。在移动的过程中,语音功能是非常有潜力的一块,如何便捷地获取信息,是用户体验的焦点。b) 位置服务。基于位置的服务与地理位置密切结合,也是无线渠道和其他渠道的差异化所在,也是移动应用的重要特色。c) 个性化推送。随着大数据在商业分析领域的大量应用,个性化推送在当前电子商务领域并不鲜见。根据用户的搜索、浏览、购买历史,分析用户相关兴趣爱好,将与用户相关的旅游信息(特别是折扣优惠)直接推送到用户面前,增加用户粘度的同时,进一步提升用户体验。

4.2 对我国民航发展的建议

4.2.1 借鉴差别定价法

进入九十年代后,国家开始改革民航价格管理体制,赋予航空公司在统一运价基础上的浮动权,并着力调整航空运价和比价关系,先后不同程度的提高了公布票价和折扣票价。同时在民航国内航行实行热线票价优惠和优质优价政策,票价逐渐与航空运输市场的运输成本和供求状况挂钩。但是总的来说,票价价差太大,档次没有拉开,没有对航空运输市场进行充分的细分。这对于改善目前民航经营状况,争取扩大市场份额,改变供求失衡的格局,尤为不利。

美国空运业采用的差别定价法,值得我们借鉴。我国应认真研究和划分不同需求状态下的细分市场要根据各个细分市场的不同特点,实行不同的折扣(即价差),形成丰富的航空运输产品价格系列,以充分占领各

类、各层次的细分市场,最大限度地增加运营收入和利润。

为了合理地进行差别定价,应当格外注重航空运输市场中的各种需求弹性,掌握不同情况下的市场需求变动规律及对定价的影响程度。影响运价的因素是多方面的,如收入、年龄、乘机事由、时间、服务质量和机场位置等。对价格弹性较大的乘客采取低价策略,对价格弹性较小的乘客采取高价策略。同时也要注意,同一价格弹性在不同的价格水平上也不相同随着运价下降,需求弹性往往会减小,当运价的下降幅度超过了需求的增长幅度时,总收益开始下降。

4.2.2 渐进式的价格规制改革

但相对于与美国激进的放松价格规制实践²²,以下原因决定了我国民航业应采取渐进式的价格规制改革路径:1)我国民航业仍处在快速发展的起飞阶段,客观上需要一个较稳定的环境来满足持续的巨额投资要求。鉴于国民经济的发展水平,社会资本的进入可能仍难以弥补一些重大冲击所造成的供给缺口,因此需要牺牲一些短期的效率与福利收益来实现长期的可持续发展。2)目前各大航空公司仍然是国家实现一些政治和公共政策目标的工具。在充分建立起现代企业制度和减少非经济性职能之前,国有航空公司的预算较约束仍然会继续扭曲竞争行为,包括发生非理性的价格竞争。民航总局和发改委等规制机构尚缺乏规制的手段、经验与能力;受到国内计算机订座系统的技术限制、消费者习惯等因素的影响,国内航空公司使用收益管理技术进行差别化定价的能力仍然偏弱。

在此背景下,价格规制改革当根据实际情况有序地深化。当前考虑的一个改进领域为票价上浮幅度。我国目前的航空旅客中商

²²沈毅,《美国民航业价格规制改革经验及启示》,博士,上海财经

大学国际工商管理学院,2015

务旅客的比重仍达到 60%左右,因此可考虑适度提高部分竞争较充分航线的上浮幅度以拉大差别化定价的实施空间,这既可提高航空公司进行收益管理的激励,也有助于让高弹性旅客获得更多的低价航空服务。

4.2.2 对价格进行必要干预

由于市场控制力弱、没有差别化定价能力以及普遍采用净价结算(即暗折暗扣),非正常的价格竞争行为普遍存在,极大地扰乱了市场秩序。在今后的价格规制改革中,处置此类非正常价格战的可行方式仍是从制度上加以防范:

(1)严密监测票价变动情况,尤其是在产业衰退时期,严惩超出规定下限的折扣行为。

(2)尽快改革固定代理佣金制度,实行浮动佣金制,严查航空公司的暗折暗扣行为;严控各级政府对航空公司的亏损补贴,强化预算约束。此外,如出现大范围的运输价格剧烈波动等异常情况,规制机构应及时地采取必要的干预措施。

4.2.3 加强反垄断

目前我国民航业已形成了三大两小航空公司主导的产业格局,其中国航、南航和东航的合计市场份额达到 87%以上。同时,得益于民航总局前期执行的非基地航空公司限制航线进入政策,三大航空公司对各自基地市场的控制力有所提高,其国内航线网络布局已基本成形。

另一方面,民航总局在 2004 年后开始受理民营航空公司的进入许可申请,但民航业不是一个完全可竞争的市场,在放松规制后,需要规制机关消除进入壁垒和加强反垄断执法来保障产业的持续有效竞争。对于刚刚完成职能转变的民航总局而言,这将是一

项艰巨的挑战。除了要尽快提高规制能力和确保规制的连续性、透明性外,近期应考虑推进以下规制:

(1)打破进入壁垒的最基本要求是自由的航线市场进入,因此除部分受基础设施资源限制的航线外,应尽快地全面放松市场进入和航班安排规制。

(2)严格执行机场基础设施公平接入规制,尽快出台起降权管理规定。

(3)鉴于尚未出台《反垄断法》,民航总局应先行修订明显滞后的《民用航空运输市场不正当竞争行为的规定》,更明确地界定各种不正当竞争行为,加强规制的可执行性,并严格地执行。

参考资料

- [1] 申振东 张鹏洲.我国民航管理体制市场化改革的历程与展望.《中国行政管理》,2015.10.9,第364期:105
- [2] 慕琦,民航市场化改革的历程及启示.电子文献出处:中国民用航空网(<http://www.ccaonline.cn/hangjia/article/195268.html>),引用日期(2014.5.15)
- [3] 郑瑶,民航机票价格市场化过程中的政府规制研究.硕士,暨南大学,2007.6.6
- [4] 民航局进一步深化民航运输价格和收费机制改革 新华网
- [5] 民航局进一步深化民航运输价格和收费机制改革 新华网
- [6] 2018 年中国航空客运量、旅客吞吐量市场分析,中国产业信息网 2018 年 5 月 4 日
- [7] 中国民用航空局文件,中国民用航空局 国家发展和改革委员会关于印发民用航空国内运输市场价格行为规则的通知(民航发〔2017〕145 号)
- [8] 赵展慧.产经观察:买机票将成“技术活”,人民日报 2018 年 02 月 26 日第 19 版
- [9] 美联航超售 亚裔乘客被强行拖拽下机.新京报.曾金秋 池宁乔
- [10] 机票超售等待最优答案.北京商报网.陶凤 张兰 <http://www.bbtnews.com.cn/2017/0419/189784.shtml>
- [11] 机票超售等待最优答案.北京商报网.陶凤 张兰 <http://www.bbtnews.com.cn/2017/0419/189784.shtml>
- [12] Air Travel Consumer Report. U.S. Department of Transportation, office of aviation enforcement and proceedings Aviation Consumer Protection Division 航空旅行消费报告.航空执法和航空消费者保护司办公室 (2017)
- [13] 在线旅游网站欲上线“代订技术费”.人民日报
- [14] 一万就可做机票代理 行业混乱何时休?.辽宁法制报
- [15] 携程网买机票国外登机遇阻 回应:供应商违规操作.北京青年报.2016.1.11
- [16] 携程回应机票无效:后续执行“退一赔三”补偿标准.北京青年报.2016.1.12
- [17] 中国民航局.民航发[2016]6 号
- [18] 谌良柱,《美国与欧盟航空运输市场开放政策走向》, https://wenku.baidu.com/view/3225dda10029bd64783e2cff.html?rec_flag=default&sxts=1525694052996, 2018.5.25, [电子文献]
- [19] Melon Mars,《欧盟民航领域政策法规体系》, <https://wenku.baidu.com/view/1b15fdb5360cba1aa811dac0.html>, 2018.5.27, [电子文献]
- [20] 解开颜,《大数据:全球航空公司机票价格深入对比》, <http://news.carnoc.com/list/366/366173.html>, 2018.5.26, [电子文献]
- [21] 中国经济网,《欧洲低成本航空低价模式弊端显露》, <http://news.163.com/air/171107/11/D2KRJ7B000018106.html>, 2018.5.26, [电子文献]
- [22] 沈毅,《美国民航业价格规制改革经验及启示》,博士,上海财经大学国际工商管理学院,2015