

中国航空企业的电子商务敢问路在何方？PDF转换可能丢失图片或格式，建议阅读原文

https://www.100test.com/kao_ti2020/61/2021_2022__E4_B8_AD_E5_9B_BD_E8_88_AA_E7_c40_61698.htm 中国航空企业因为电子商务而聚首 为了推动中国航空电子商务的发展，探讨并解决航空电子商务面临的难题，由中国民航报社和中国南方航空股份有限公司联合主办的"首届航空电子商务高峰论坛"，已经于2006年6月14-17日在美丽的海滨城市青岛隆重召开。民航总局、国内各大机场、中国航信以及国航、东航、南航、海航等航空公司电子商务主管领导，国外航空公司、国内外知名软硬件厂商、GDS厂商、银行与金融机构、机票代理人等约200人参加了会议。本届论坛是自今年6月1日起，全国实行统一的可以作为报销凭证的电子客票行程单（简称：电子客票）后，中国航空企业首度聚首。着眼于今年10月16日，中国BSP将停止纸质机票的发放目标，航空公司、机场、旅行社、机票代理人、民航乘客以及软硬件提供商等，重点讨论了中国航空电子商务发展趋势、市场销售渠道拓展与收益、民航支付平台建设、分销商面对的机遇与挑战、客票电子化之后的机场服务、全球分销系统（GDS）的发展等。取消纸质机票，统一采用电子客票，这一变化，将给中国航空企业的电子商务发展历程，带来更大的机遇与挑战！旅游搜索引擎为航空电子商务带来新气象 2003年-2006年间，中国旅游市场预计将以年均12.3%的速度健康的增长。根据The PhoCusWright消费者旅游趋势调查，过去一年中，60%的被采访者在线预订过酒店，90%以上的被采访者在线购买过机票。电子客票市场作为一块肥美的蛋糕已经被众多嗅觉敏锐的

商家盯上。航空公司、中间商、机票代理等在新的电子客票业务中，该怎样定位自己的角色？新技术的介入、新角色的转化，是否会对整个产业带来新气象呢？中国国际航空公司电子客票销售部负责人胡法进先生认为，信息技术对旅游行业的影响是深远的。以在线旅行代理（Online Travel Agency）为代表的传统中间商，将从航空公司的代理，向顾客的代理这个角色去转变；以旅游搜索引擎为代表的新型中间商，则是2000年代全自动开放式架构新技术的广泛应用。胡法进先生特意强调了“顾客知情权”。他指出，国外以Kayak.com、Sidestep.com，国内以“去哪儿”（www.qunar.com）为龙头的旅游搜索引擎，在降低分销成本的同时，更重要的意义是有助于实现顾客驱动的商务模式，并且增加信息的透明度，方便用户获得更加有效的数据、节约时间和金钱。旅游搜索引擎可以很方便的把所有网站的航班和运价信息一次搜索后都查出来，旅客不用再费更多时间去各个代理的网站多次搜索了。顾客知情权的提高增加了与航空公司和中间代理商的议价能力。广东南航易网通电子商务有限公司总经理胡臣杰先生，在谈到中国航空企业的电子商务时，也就未来的渠道做了分析：“未来的销售渠道将越来越趋向多元化：包括航空公司直销网站、在线旅行社、传统代理等多种渠道；终端形式也会多元化：比如网络、手机、ATM、及时通讯等各种形式。”作为在航空企业多年研究电子商务的专家，胡臣杰先生也比较了过去及现在旅客消费行为的变化：“过去消费者的行为习惯是去各个航空公司的网站，去各个在线旅行社的网站，通过访问多个网站获取机票和价格信息。而现在，旅游搜索引擎将消费者从这些烦琐的过程中解放出来，仅通过一个入

口就能获得多个网站的信息，仅通过一次查询就能获得多个航空公司和多个机票代理的价格。”相比而言，搜索引擎提供的多种搜索排序方法，不仅能体现航空公司的透明化，旅客的知情权，而且更能体现航空公司的服务差异。远有虑，近无忧 拓展多元化的销售渠道，对于相对信息技术不够完善的各类航空电子商务企业而言，是一个长远的战略目标。其更应该综合运用多重销售方式，变被动为主动，平衡各种销售渠道之间的比重。旅游搜索引擎，则会给中国航空企业的电子商务，带来新的气象和新的利润增长点。100Test 下载频道开通，各类考试题目直接下载。详细请访问 www.100test.com