

旅客触点精细化 客舱革命进行时

来源：中国民航报 作者：罗俊勤

对旅客而言，客舱体验通常是决定旅行体验最为重要的环节。客舱体验的组成是多种多样的。以新加坡航空为代表的一些航空公司，专注于为旅客提供精致的客舱餐饮和贴心的软性服务来打造自己的核心竞争力，而另一些航空公司则倾向于采用最新机型和最先进的设备来增强对旅客的吸引力，例如引进空客 A350、波音 787-10 等先进机型等。但硬实力的增强也不是一蹴而就的，新机型和新技术的应用往往凝聚着飞机设备供应商的心血，为了追求极致的差异化体验，飞机设备供应商对旅客每个触点的研究正在日趋精细化。

细节，还是细节

在普通人看来，飞机座椅上用于帮助旅客休息时固定头部的配套装置，只不过是一撮海绵或泡沫，或者是内置金属框架且顶部有一对像耳朵一样可移动的靠垫，并没有太高的技术含量。但在设备的设计者和制造者看来，仅仅是飞机座椅的头部休息配套装置就值得举办一场又一场科学研讨会，为的就是能够为旅客提供更舒适的旅行体验。

马丁·达比是位于伦敦的 Tangerine 设计咨询公司的首席执行官。为了设计一款与众不同的座椅头部靠垫，他和他的团队一直在对座椅头部靠垫每个组成部分的设计制造进

行周密的研究及探索，从内部的金属架构到靠垫布套设计，以及优化靠垫升降的操作装置等。目前，大多数飞机座椅的靠垫设计都是“笨重、粗糙且难以维护。”达比指出。如何设计能够让它变得更加轻盈、更易于维护，并且让旅客乘坐时更舒服，是达比团队一直思索的问题。带着这样的目标和使命，Tangerine 公司提出了一个头部休息的理念，拓展头部靠垫使用材料的边界，例如使用更为先进的合成材料或内置模型的塑料等。Tangerine 公司在 15 年前就为英国航空公司设计了具有革命意义的面对面的商务舱座椅，而今面对激烈的竞争重新出发，公司正在开发新的头部休息设备。他们希望这个靠垫设计的设备投入量产以后，能够获得认证并且销售给国际主流飞机座椅制造商。

类似于飞机座椅头部靠垫这样的创新，已经在上个月在德国汉堡举行的飞机内部装备国际展览会上展示。本届展览会包括从飞机座椅制造商到冰激凌生产商内的数百家公司参展，集中展示他们在航空服务、飞机生产制造方面的最新产品。“与众不同”是参展商在向他们的航空公司客户介绍产品时最常使用的词语。在航空公司对旅客争夺日趋激烈的今天，航空公司提供的产品和服务往往只有细微的差别。对于经常飞行的商务旅客而言，航空公司需要为旅客提供最佳服务的硬件配置和客舱服务，才能增加旅客对航空公司的忠诚度。

不断为旅客制造惊喜

世界第三大飞机制造商庞巴迪宇航公司即将推出自己的客舱造型及内部构造的最新设计。“新设计会给旅客带来小小的惊喜，并且会为旅客带来非常舒适的体验。”OEM生产制造商负责系列产品营销的市场总经理克里斯·蒂娜如此说道。

十几年前，每排普通经济舱座椅（紧急通道除外）的间距通常设计为31英寸~32英寸（约合78厘米~81厘米），近年来航空公司为了增加飞机客舱的座位数以降低成本，逐渐将座位间距缩小至29英寸~30英寸（约合74厘米~76厘米）。为了追求成本优势，一些航空公司特别是低成本航空，已经将座椅距离缩小至28英寸（约71厘米）。但与以前的飞机客舱相比，优化后的座位设计和经过瘦身的机舱座椅意味着能够为旅客提供更多的腿部和膝盖活动空间。

与此相似，拉脱维亚的低成本航空公司波罗的海航空已经引入庞巴迪C系列客机，以替代经典的波音737客机，而且旅客非常喜欢这款机型配置的新座椅，因为它座位间能提供额外的1.5英寸~2英寸的空间。

除了高度和宽度，过道宽度等客舱中其他尺寸指标也值得关注。目前无论是宽体客机还是窄体客机，过道的宽度基本是19英寸(48.3厘米)。这样的宽度使拉杆箱前行总是磕磕碰碰，影响登机和下客速度，也很难让乘客从手推车旁边

通过，而新一代客机则会更宽松些。

基于这样的理念，庞巴迪的飞机客舱设计致力于为旅客提供“令人愉快且能够缓解眼部疲劳”的飞机座椅外观设计。蒂娜说：“飞机制造商将越来越多的精力放在外观颜色、光线以及客舱压力对旅客体验的影响上。”光线将成为收购了世界最大机舱内饰制造商 B/E 航天公司的美国罗克韦尔柯林斯公司进行客舱外观设计的重要项目之一。乘坐飞机前往德国汉堡公司的旅客能够走过一条“光线隧道”，在这里能够体验到不同的光线带来的独特效果。“光线是非常重要的，”罗克韦尔柯林斯公司的执行副总裁和飞机内置系统的首席运营官威内·立贝嚇表示，“如果你想起各种豪车，你会看到各种光线灯。”

客舱设计公司的崛起

新一代窄体机，例如空客 A321neo 和波音 737MAX 的设计，使它能够在执飞跨洋航班，同时这也需要一些新的客舱内部构造设计。业内人士认为，这很可能需要在商务舱中引入平面座椅，而不是采用类似于美国洲际航班曲线模型的头等舱座位，一些航空公司已经提供了这样的服务。例如，海湾航空公司巴林往返巴黎航线的机型是提供平躺座位的空客 A320 和空客 A321。B/E 航天公司认为，提高核心竞争力的另一个发展趋势是提升客舱食物和饮料的标准。在一些短程航班上，这些显得没那么重要。但在远程航班上，餐食是航空

公司打造差异化定位的重要内容。

在飞机内部装备国际展览会上，波音公司集中精力在介绍提升客舱空间方面的创新，其最近联合投资的座椅设计公司集合了推动客舱座椅和客舱空间优化的自动化专家。合资公司的运营总部、技术研发中心和生产基地都坐落在德国凯泽斯劳滕，而相应配套的客户服务中心将设置在美国西雅图。

另外一家在飞机内部装备国际展览会上展示的新企业是无缝航空联盟公司 SAA，这是一家今年 2 月由空客、达美航空、一网卫星公司 OneWeb、精神航空和印度电信公司 BhartiAirtel 投资成立的，致力于提供新的客舱移动互联网连接服务。无缝航空联盟公司表示，通过将移动互联网服务拓展到航空公司的客舱中，能够随时为旅客在飞行途中提供高速的网络连接服务。

在客舱移动互联网服务的最前沿，专门生产短程螺旋桨飞机的制造商 ATR 在飞机内部装备国际展览会上首次展示了最新产品 Cabinstream，这是一个独立的客舱无线娱乐系统，他们在去年巴黎航展上就展示了这个系统的原型。这是 ATR 公司首次在其机型上提供流媒体服务，能够允许旅客通过手机、平板电脑等移动电子设备观看电影等。一家意大利 OEM 厂商表示，该系统能够经过改装部署到其他现有的 ATR 机型。多家航空公司都对这个系统表现出了兴趣，希望通过强化客舱内部配套设计，不断提升旅客的出行体验。

延伸阅读：看一流航空公司如何提升客舱体验

八仙过海，各显神通。在各国旅客对旅行品质追求越发极致，高端客源竞争日趋激烈的今天，无论是引入新机型的先进配套，还是打造客舱特色餐饮的软服务实力，只有航空公司真正做到从旅客体验出发，才能在客舱体验升级的浪潮中获得胜利的机会。

阿联酋航空借用奔驰轿车重新定义客舱体验：航空公司和汽车制造商之间的合作关系不仅仅是提供灵感，阿联酋航空为头等舱乘客提供的往返机场的交通服务也采用了梅赛德斯-奔驰 S 级轿车。在全新头等舱私人套房中，配有全新落地式推拉门，给客房带来未来感。商务舱设计同样受到汽车设计的启发，在每个座椅全皮套上使用菱形针迹图案，座椅可以移动到一个完全平坦的睡眠位置，并且提供机上娱乐、个人照明和迷你酒吧服务。经济舱虽然没有头等舱和商务舱那么豪华，但皮革头枕允许垂直调整为最大舒适度，使旅客获得最优质体验。

英国航空提供经济客舱餐饮品质体验：英国航空公司近日宣布了一项数百万英镑的投资计划，以提升长途航线 World Traveller 经济舱的餐饮体验，并推出一份更为丰盛的全新菜单，在飞行全程为旅客提供更多高品质的餐点和美味小食。与此前为搭乘经济舱的旅客提供免费小食、视航班时长而定的三道式餐点或轻食相比较，新菜单包含了椒盐脆

饼干和四道式餐点在内的全新的餐饮服务，并且每六个月更换一次菜单。

英航品牌与客户体验总监卡罗琳娜表示：“通过旅客体验调研我们得知，精致的美食和饮品对于提升长途航班的飞行体验至关重要。这也是提升旅客满意度的巨大推动力，所以我们要确保为旅客提供极致的餐饮体验。通过启动这项数百万英镑的投资，我们专注于推出更多高品质的餐食，并在飞行全程为旅客提供美味的餐点和精致的小食。”此外，英航还在国际航线提供地域性菜单选择，例如，在飞往中东（阿布扎比、巴林、迪拜、科威特等城市）的航班上，为旅客提供阿拉伯辣酱鸡肉。

在升级餐饮服务的同时，英航还宣布将在未来的五年投资 45 亿英镑以提升旅客体验，包括安装最高质量的 Wi-Fi 设备、在每一个座位上安装插座、为 128 架长途客机设计新的内饰等。多管齐下的英国航空，在旅客体验的竞争中将获得更为突出的优势。

芬兰航空引入支付宝：为了增强在洲际长航线上的竞争力，芬兰航空引进了多架空客 A350 客机，用于执飞上海浦东—赫尔辛基等多条国际航线。凭借着先进的客舱配套设备，旅客一旦踏进新一代的空客 A350 客机机舱，就能获得简约清新的客舱布置、宽大舒适的商务舱全平躺式座椅、先进的空气过滤系统带来的十足的舒适感。特别是应用最新技术的

北欧天空娱乐系统，在座椅前方的大屏幕上，不仅有中英文电影、动画片，还能看到 3D 航线图和飞行中拍摄的即时画面。

此外，为了满足中国往返芬兰航班上中国旅客的需求，芬兰航空还专门在配置了机上 Wi-Fi 的航班上引入了支付宝服务。芬兰航空相关负责人利雍羚表示，通过全面升级中国客舱服务，期待旅客的旅行体验越来越便捷和舒适。

（本文表达系作者个人观点）