

航协资讯

(第 63 期)

中国航空运输协会

2017 年 6 月 5 日

走向世界：中国对外航空服务的发展历程

一、国内外航空服务占比转变

中国的国际航空市场正呈现强劲的增长势头，而这主要受中国航空公司的推动。我们将分析过去五年的运力增长情况，探讨当今市场的主要特点，并预测这些趋势的未来走向。

在历史上，中国国内航空市场发展快速，但其国际航空服务却差强人意。现在仍然如此，但两者的占比正在发生转变。虽然往返中国的国际航空运力仍然明显小于国内市场，但其增长的速度正在加快。回顾 2011 年，往返中国的国际航班运力为 9200 万人次，但我们预计航空公司今年的运力将超过 1.64 亿人次。2016 年将是航空公司于国际市场的运力增加数量超过国内市场的第一年，OAG 2016 年的数据显示，国际航班运力增加了 1900 万人次，

而国内航班运力仅增加了 1300 万人次。国际运力在过去五年的年平均增长率为 12%，而国内年平均增长率为 8%。

波音公司预计，到 2020 年中国的出境旅游人数将达到 1 亿。所以过去五年，国外的航空公司开始意识到这一市场的潜力。中国的航空政策有效促成了国际和国内航空运力占比上的转变。中国的航空政策让中国航空公司在2016年的国际航空运力增加了一倍以上，达到7900 万人次，目前往返中国49%的国际航班运力由中国航空公司运营。

二、新路线通向何方？

2011年，有592条国际机场线由中国航空公司运营，现在增加至1055 条，几乎翻了一倍。B787 和 A350 等更高效的新一代飞机的到来，对于寻求开通中国二级市场至国际目的地的航空公司而言是一个偶然的机遇。航空公司可以提供低成本的远距离航空服务而不必每天开通到任一目的地的航班，这无疑是这种快速增长的一个促进因素。

亚洲其他国家是往返中国航班的主要出发地和到达地，中国80%的国际航线目的地在亚洲以内。航空公司在过去五年每年平均新增69条中国和亚洲其他国家之间的航线，虽然这一增长数目在2016年有所降低。中国与亚洲其他国家之间 49%的国际航空运力的由中国航空公司运营——几乎占一半比例。

与世界其他国家之间的航线占中国国际航线剩余的20%，而且中国与其他国家之间自 2011 年以来平均每年增加 19 条城市航

线。

根据2016年全年的数据，中国已开通了飞往亚洲以外区域的24条新国际航线。其中欧洲目的地占了最大部分，使得中国和欧洲之间的航线总数达到83条。相对而言，非洲是亚洲以外至中国的航线增长速度最快的地方，在2011年的基础上增加了11条，增长率为19%。

就航线数量而言，往返中国的国际航线中唯一没有显著增长的地区是拉美，但两地之间的距离意味着在飞机载荷和长距离航空技术取得下一次突破之前，拉美不太可能成为中国航空公司的目标市场。

中国的航空公司有着明显的发展优先等级。因此，中国的航空公司在两个区域——西南太平洋和北美——可高效“发挥超常水平”，而且目前运营着过半航空运力。

这表示过去五年的航空服务大量转向北美。中国航空公司2011年在该地区的运力占比为38%，而如今则达到了57%。

澳大利亚市场构成了大部分的西南太平洋运力，中国航空公司五年前也进入了该等市场。中国航空公司的运力份额已从自2011年的82%增加到现在的88%。

三、中国的国际航线(按地区)

我们按各地区更详细地讨论中国的国际航线。

1. 中国的近邻——中国的亚洲航线

中国与亚洲其他地区之间的市场是迄今为止中国最大的国际

市场，2016 年运力达1.27亿人次，与五年前的7100 万人次相比增长显著。中国-亚洲的运力自2011年以来的平均年增长率为12%，而中国航空公司的年增长率为15%。在亚洲范围内，往返中国的航班中近三分之二的目的地为东北亚，包括香港、韩国和日本。

占中国-亚洲航线运力三分之一的东南亚经历了运力的最快增长，平均年增长率为 21%。

亚洲内航线占中国出发的所有国际航线的80%，贡献了全部国际运力的一半左右。除了往返南亚的航线外，中国的航空公司在这类航线上占有约 50% 的运力，它们在往返南亚的航线中占有更大的比例，特别是中国与印度之间，它们占有85%的运力。中国有四家航空公司（中国国际航空、中国东方、中国南方和山东航空）进入了这一市场，而印度只有印度航空一家。印度政府禁止不足五年印度国内市场经验的航空公司开展国际航空服务，从而为印度航空等航空公司提供保护，这在一定程度上阻碍了印度航空业的国际竞争能力。

从中国的前十大亚洲国家市场可以看出，中国航空公司占据了前三大市场最大的运力份额。有些市场增长非常快，其中中国-泰国航线自2011年以来的平均年增长率达 36%，韩国为13%，日本为10%。在中国-泰国航线上，中国航空公司在2013年就开始占有最大的运力份额，现在提供的座位数达1,150 万。其平均年运力增长率达 44%。

中国-日本航线的情况类似，2016年中国各航空公司占有69%

的份额，自 2011年以来平均年增长率为14%，并于 2013年超过日本的航空公司。

2. 中国和欧洲——中国航空公司主导

欧洲紧接亚洲之后，是中国旅客出行的第二大海外目的地。法国、意大利、瑞士和德国都位列中国出境旅游统计数据的前十大境外目的地。所以航空公司对这种需求作出反应也很正常，过去五年在中国和欧洲之间平均每年增加的座位数略低于50万。其中66%的新增运力为新目的地，其余为现有航线。

自2014年以来，中国各航空公司的现有和新增航线的运力均有一定程度的增加。相比之下，中国以外的航空公司一般会增加现有航线的运力，而不是新增航线，因为向成熟线路增加运力无疑更容易，而且欧洲各航空公司对中国二级城市不太熟悉。

在过去五年，中国航空公司实现了较快的年平均增长率，自2011年以来，中国航空公司每年在西欧航线上增加的座位数比欧洲各航空公司高 10.1%。

在中国与西欧之间的航线中，中国航空公司的运力份额一直在增加，从2011年的39%增加到2016年的46%。

中国国际航空公司所占运力份额最大，占中国和欧洲之间全部运力的22%。中国国际航空公司的线路在五年内数几乎翻番，从2011年的12条增加到2016年的20条，其航线网络中新增了维也纳、杜塞尔多夫、慕尼黑和日内瓦等目的地。其部分核心航线的运力大幅增加，其中北京-伦敦希思罗机场之间的运力在短短5年内增

加了一倍以上，北京-巴黎航线也有强劲的增长。中国国际航空公司还在北京和上海枢纽以外的其他城市开发欧洲航线，2013年开通了成都至欧洲的航线，2016年开通了深圳至欧洲的航线。

中国东方航空在过去五年也同样大幅增加了其上海-巴黎航线，运力几乎翻番。该公司的线路数量从2011年的6条增加到2016年的13条，其中有6条于2016年开通。

中国南方航空公司也以相似的速度扩张，从2011年的8条线路增加到2016年的15条，只是这些线路的开通在过去五年分布得更加均匀。

而欧洲航空公司的运力增加更集中于现有航线。德国汉莎航空飞往中国的航线在过去五年内增加了一条，除此之外，2012年增加了法兰克福至沈阳的航线，2016年增加了法兰克福至青岛的航线，但停止了到广州的航线。法国航空也专注于现有航线，仅在2012年增加了巴黎到武汉的一条航线。但其巴黎-上海航线自2011年以来的运力接近翻番。

荷兰航空在过去五年没有新增航线。除了阿姆斯特丹-上海航线的运力自2011年以来增加了12%外，大多数其他航线的运力保持不变。

3. 领先北美

北美-中国市场是中国下一个最大的国际航空市场。这一市场增长迅速，2016年开通航线的城市与五年前相比增加了一倍。很明显，中国航空公司最大化地利用了北美航线带给它们的双边机

会，过去五年平均年增长率达26%，而北美航空公司的年增长率仅为8%。

中国航空公司的运力份额在2015年超越了北美，在此一年中座位数就增加了超过50万，使其北美-中国航线的整体运力份额达到52%。该航线在去年的运力增加更多，中国航空公司目前占有57%的运力，新增了80万个座位。

与在欧洲一样，中国国际航空公司也占据这一市场的最大份额，其运营的飞机座位数占中国-北美全部市场的20%。该航空公司在过去四年增加了6条新航线，使得线路数量从4条增加到10条，目的地已不限于西海岸的洛杉矶、旧金山和温哥华。新航线包括北京至休斯顿、纽瓦克、华盛顿、蒙特利尔和圣何塞。

中国东方航空也一直在扩张。其运营的北美航线总数从2011年的4条增加到了2016年的9条。虽然其中大多数是从上海到美国西海岸，但近年增加了从南京和青岛出发的航班。

海南航空的变化最大。五年前只有2条北美航线的海南航空，到2016年已有9条，其中6条是在过去三年开始运营的。最近新增的航线包括长沙至洛杉矶和北京至卡尔加里的航线。

北美航空公司的增长速度虽然较慢，但也一直在增加到中国的航线。美国联合航空从2011年的6条航线增加到了2016年的11条。该航空公司刚开始仅运营从一个美国城市到北京和上海的航线，现在则开通了从旧金山、芝加哥和纽瓦克出发的航线。最近开通了从旧金山到杭州和西安的航线。

而达美航空仅运营5条到中国的航线，目的地均为北京或上海。最近新开的路线包括洛杉矶和西雅图到上海的航线。美国航空的航线数量也只有5条，目的地也都是北京或上海。

所以很明显，从北美到北京或上海以外的中国城市的航线主要由中国各航空公司开通，而且它们似乎也在积极开发北美西海岸以外的航空服务。

4. 西南太平洋（澳大利亚、新西兰为主）

中国到西南太平洋的市场由中国的大型航空公司主导。其中三家——中国南方航空、中国东方航空和中国国际航空——占有77%的运力。有6家中国航空公司开通了飞往西南太平洋航线，他们在该市场的份额从2011年的82%稳定增长至2016年的88%。

中国航空公司自2011年以来的平均年增长率为17%，而其他航空公司仅为5%。

中国南方航空主导这一市场，占全部运力的42%。该公司五年前拥有5条广州到悉尼和墨尔本之间的航线，在2016年新增至7条，其中5条飞往澳洲主要城市，另两条到达新西兰，而总运力则增加了一倍以上。中国东方航空的情况类似，2011年拥有2条上海到悉尼和墨尔本之间的航线，2016年新增至7条，其中2条航线的目的地分别为奥克兰和塞班。

新西兰航空飞往中国的航班运力将在2016年超过澳洲航空。只有1条奥克兰至上海航线的新西兰航空近年来的运力显著增加，然而该航空公司面临着来自中国东方航空的激烈竞争，后者在这

条线路上占有44%的运力。

澳洲航空也只运营悉尼至上海的一条航线，而且不得不与中国东方航空和中国国际航空共享。澳洲航空仅占该航线 28%的运力，而中国东方航空则占航线近半运力。

5. 中东

中国与中东之间的航空运力在过去五年大幅增长，2016 年达到480万个座位，在数量上超过了中国-西南太平洋市场。中国航空公司在该市场未占主导。尽管运力有所增加，但它们目前只占17%的份额。中国航空公司过去五年在该市场仅增加了20万个座位，同期，中东航空公司则增加了160万个座位。

中国国际航空2016年增加了从重庆到迪拜的新航线，使得其在该市场的总航线数达到2条。

6. 到非洲和其他地区

中国出境航空运力的大部分目的地位于亚洲、欧洲、北美和西南太平洋，中国各航空公司近来主要在这些市场增加运力。

如此，面向非洲的航班运力增长速度不错，过去五年平均年增长率为27%。但两地之间到2016年仍然只有19条航线，几乎所有航线都由非洲的航空公司运营，它们占有这一市场 90%的份额。

OAG Traffic Analyser 的预订数据显示，中国和非洲之间在过去12个月（2015年7月-2016年6月）只有85万多人次的非直飞预订量，另有25万人次的直飞预订量，市场规模超过100万人次。这也是过去五年大幅增加的结果，五年前预订量为62.8万。中国-非

洲非直飞预订量较集中的中转点包括亚的斯亚贝巴（占 29%）和位于迪拜、多哈和阿卜杜拉的中东三大主流机场（占 36%）。

中国和西非之间没有直飞航班，但有逾30万的非直飞预订量，这表明有足够的市场支持国际直航服务。这些非直飞预订量中有逾11万人次是往返于中国和尼日利亚的。这是一个尚待观察的市场。

拉美是另一个飞往中国的航班非常少的地区。从中国到拉美只有墨西哥航空运营的1条航线，从墨西哥城经提华纳到上海。OAG的 Traffic Analyser 数据显示，在截至2016年6月的12个月内，中国与拉美之间航线有30.9万人次的预订量，由于没有直达航班，几乎所有旅客（29.1万）均需通过中转才能抵达目的地。尽管这一市场相对较小，但目前增长强劲，预订量与五年前相比增加了76%。其中往返人数最多的航点在中国和南美南部之间，包括巴西、阿根廷和智利。中国与巴西之间非直飞航班预订量为8.6万人次，但北京与里约热内卢之间的距离超过10700英里，这样的线路大多超过了目前现役飞机的航程范围。

中国与中美洲和南美北部之间的市场也有相当规模。特别是截至2016年6月的12个月期间，中国和墨西哥之间非直飞航班的旅客量接近4万，说明这一市场也有大量需求。

四、双边协议——重新谈判的时候到了吗？

很明显，市场需求一直在促进往返中国的航空服务的发展，这主要是由繁荣的中国出境市场推动的。但航空服务的开发方式

与航空政策以及航空公司对这些政策的反应之间有相当大的关系，特别是对于中国的航空公司而言。

在中国的许多主要市场中，双边航空服务协议并未按市场需求增加运力，所以当运营数量接近允许的上限时，这些协议本身就变成了增长的限制。另一个因素是，中国航空公司由于已开始更关注国际增长，它们似乎在近年来已经赶上了外国航空公司。现在，中国的航空公司更愿意就双边协议进行重新谈判以促进更大的发展，但是否会获得回应尚不清楚。

美国就是这样一个市场。去年美国和中国还讨论了增加双方之间运力的必要性，尽管航空公司正在逼近所允许的运力极限，但尚未就中国主要机场的起降时刻分配问题达成一致。我们是否会看到美国航空公司不愿进入它们不熟悉的中国内部市场？

相反，澳洲-中国之间的航空服务协议一直被不断修改以确保增加运力。最近一次是 2015 年的协议，批准在北京、上海和广州至悉尼、墨尔本、布里斯班和珀斯等门户城市立即扩大运量，每周增加 26500 个座位，相当于 18% 的增长率。中国的航空公司已最大化地利用了这次协议修改的机会，它们 88% 的运力份额就证明了这一点。

英国是另一个运力可以增长的重要市场，新航空服务协议的谈判预计于 10 月开始，中国航空公司最大的心愿可能是增加至伦敦希斯罗机场的运力。

能够根据需要增加运力是航空政策的一个方面，与一般在现

有运营线路上加强运力的其他航空公司相比，中国各航空公司的倾向是更多地在新航线上增加运力。

看看海南航空是如何进入中国-美国市场的，它在2008年开始运营到美国的航线，直到2013年也只运营这一条线路。这条北京-西雅图航线在开始时每周四班，但在2012年增加到每天一班。除了2014年降为每周五班外，北京-西雅图航线一直保持每天一班。

海南航空的美国航线扩张始于2013年后期，但真正爆发于2015年，这一年它向现有的由8架梦想客机组成的机队添加了两架B787，使其在一年中新增了三条航线，从而将其2014年新航线的飞行频次提高到了每天一班。该公司运营的线路不是最大的美国-中国航线，每条航线的起始站均属于较小的市场——例如美国的波士顿和圣何塞以及中国的长沙。海南航空目前每天都有飞往西雅图、波士顿和芝加哥的航班，而新航线的频次则较低。如果照此趋势发展下去，这些新航线看起来有可能在一两年内实现每天都有航班的频率。

五、中国四大航空公司下一步将进军哪些市场？

在最后一节，我们探讨中国四大航空公司，中国国际航空、中国南方航空、中国东方航空和海南航空在国际舞台的下一步走向。这些公司的机队在未来五年将迎来120架宽体客机，有巨大的增长空间。这些订购的飞机多数为B787(54)和A350-XWBs(45)，飞行距离大约为9000英里，可以帮助公司继续实现更好的国际航空服务。

1. 中国东方航空

中国东方航空是中国第二大航空公司，以12%的座位比例占有往返中国的最大国际运力。这无疑归功于其总部位于上海的地理优势，这为其提供了巨大的国内市场，也是去往多数亚洲地区的理想出发地。

亚洲在中国东方航空的整体运力中的份额已从2011年的85%开始下滑，而且过去几年还开通了到北美和澳大利亚的航线。公司开发了美国西海岸主要机场和中国枢纽之间的航点，例如上海至多伦多、上海至芝加哥和南京至洛杉矶。

到澳大利亚的目的地也已从2011年的2个增加到如今的 7个。

中国东方航空的宽体客机为60架，少于其他两家大型公司，但已另外订购了40架（包括787和A350）。

该公司也正在寻求发展欧洲市场，从2016年开始开通了上海至阿姆斯特丹、马德里、布拉格和圣彼得堡的航线。中国东方航空是天合联盟成员，也正在发展与英国航空的关系，这可能预示着中国东方航空正在寻求扩大欧洲航线。

2. 中国国际航空

中国国际航空拥有中国11%的国际运力，过去五年在进军欧洲和美国市场方面取得了长足进展。在中国大型航空公司中，中国国际航空拥有宽体客机最多，有93架，其中半数以上为A330。其飞机订购量也相当可观，共有B787、A330 和A350等39架飞机将在未来数年投入运行。

虽然亚洲仍然是中国国际航空最大的国际市场，但该公司到其他地区的运力增长要快得多。其在欧洲的发展不仅专注于从其北京总部至欧洲首都城市的航班，而且向二级城市发展，包括米兰、慕尼黑、杜塞尔多夫和明斯克。中国国际航空在2016年还开通了从成都和深圳至欧洲的航班，这反映了该公司在北京以外向中国南部扩展的策略。它与深圳航空的战略伙伴关系是这一策略的一部分。

中国国际航空还宣布了在今年冬季开通成都-悉尼航线的计划，预计很快将宣布开通深圳-墨尔本航线。这将使得其澳洲航空网络增加到7条航线，而且如果这些线路取得成功，该公司将会推出更多线路连接中国这两座城市和澳大利亚的其他城市。

在北美市场，该公司的重点是从北京到美国东西海岸城市的航线，目前已有10条航线。2016年开通的上海-圣荷塞航线可能反映了该公司在北京和已有的美国航点外寻求新的美国航线的愿望。

3. 中国南方航空

中国南方航空的运力占今年中国全部国际运力的10%。该公司有77架飞机适应长距离飞行，主要为A330，但也有 B777和B787。而且另外还订购了13架A330。

该公司主要的国际航线发展战略之一是进入澳大利亚和新西兰，这得益于澳大利亚相当自由的航空服务发展政策。

广州枢纽一直是该战略的重点，作为中国至西南太平洋的休闲游旅线路的中转站，广州的位置十分便利。广州-悉尼和广州-

墨尔本是该公司的第二大和第四大运力国际航线。

因为中国南方航空的多个天合联盟合作伙伴总部位于欧洲，所以该公司未来向欧洲发展是明智的选择。在南方航空力图将广州发展为国际中转枢纽的背景下，广州甚至有潜力成为欧洲-西南太平洋长距离航线的替代性中转点。

4. 海南航空

海南航空的快速发展，特别是快速进入北美，说明有雄心的私营航空公司在中国存在发展空间，而且航空政策也未必能遏制战略精明的航空公司的扩展。

作为中国市场相对的后来者，海南航空正成长为中国市场的第四大航空公司。它虽然只有2%的往返中国的国际座位数量，但28架B787的订购量强有力地说明了其未来计划，因为这将让其长距离飞机数量增加二倍。

该公司在可能被视为二级航线的航线中取得了令人瞩目的成绩，其中北京-西雅图、波士顿-北京、北京-多伦多和布鲁塞尔-北京是其今年运营的37条国际航线中最大的4条。该航空公司预计今年底将新增一条北京-拉斯维加斯航线。尚不清楚北美其他二级市场是否有海南航空的发展空间，但至少目前还有一些潜在的机会。

五年的航班数据显示，海南航空进入二级市场可能并非一帆风顺。自2011年起，国际航线的总数大体保持未变，但该公司的尝试和测试了共79条此类航线。其中7条南宁航线只持续一两年，

很多从中国更大的枢纽城市出发的航线也是如此，如巴厘岛-北京和日内瓦-北京航线。海南航空放弃了大量其他航线。

虽然海南航空的路线图中没有到澳大利亚和新西兰的航班，但其子公司香港航空有抵达这些地方的航班，而且海南航空自身收购了维珍澳洲航空的股份，计划开通澳大利亚到北京的航班。这说明对海南航空做出的任何分析都需要考虑更大的集团战略。

六、这只是开始

对中国国际航空服务的深入了解后发现，中国航空公司拥有巨大的潜力。中国有 27 个城市的人口超过3百万，其中4个尚未开通国际航班。

中国各航空公司的实力来自于国内市场的规模、超越国界的愿望、本地市场的认识和大量的飞机订单。

毫无疑问，美国的大型航空公司主宰了早期的航空业，欧洲和中东的航空公司主导了国际扩张，而中国的这些大型航空公司将创造航空业的未来。

(该资料转载自 OAG 中文网站,有删节)

(注：本资讯内容或引自第三方公开披露之资料，仅供内部参考。任何人信任或引用其中内容，须自行核实，并对准确性和完整性负责。)

送：民航局，各理事会成员，各会员单位。

编印单位：中国航空运输协会研究部

电话：010-85632289
