

# 航协资讯

(第 71 期)

中国航空运输协会

2017 年 11 月 1 日

---

## 全球航空机上 WiFi 服务商——未来谁主沉浮？

机上 WiFi 是很多旅客希望能享受到的服务，因此很多供应商都想成为此领域的“霸主”。

据伦敦政治经济学院（LSE）预测，2035 年全球机上 WiFi 市场规模将达 1300 亿美元，而提供此服务的航空公司则可获得 300 亿美元的收入。这个预测是否可信？哪些公司又将独占鳌头？

此前海航曾有意收购的美国全球鹰娱乐公司（Global Eagle Entertainment, GEE）的前任 CEO Dave Davis 最近就如何赢得机上 WiFi 这场“赛跑”以及这对于供应商、航司和旅客的意义发表了看法。

Davis 认为随着此领域的迅速发展，未来机上 WiFi 将成为一种普遍的服务。

“据第三方机构估计，连接机上网络的飞机数量每年增长20-30%。目前全球提供上网服务的飞机约有6500架，但大多数来自北美的航司：联合航空、美国航空、达美航空和西南航空。超过75%的北美航司提供机上上网服务，但放眼全球则只有12%的航司提供此服务。因此，除了美国以外，全球的机上WiFi市场潜力依然巨大，未来还将持续增长。”

Davis 认为航司及其旅客希望上网服务能像飞机上有座椅一样普及，尽管这意味着座椅将会发生变化，尤其椅背的显示屏可能会从此消失。

“航司越来越多地普及机上网络服务，越来越多的旅客因此可以享受该服务。”

“包括美国在内的全球趋势是，人们对带宽、网速等有越来越高的需求。人们希望在飞机上可以如同在家里一样做类似的事情，其中重要的一项是访问 Netflix 或类似的视频网站。”

Davis 并非此领域唯一有此想法的专家——家居设备的流媒体服务日益流行对网络带宽带来了更高的要求。但目前也有一些市场调查得出了不尽相同的结论。

国际航协与会计师事务所 PwC 联合发布的 2016 年全球旅客调查显示，仅 16% 的旅客认为机上 WiFi 服务是航空体验的重要要素，仅 11% 的受访者认可机上娱乐的重要性。

146 个国家和地区的 6920 位受访者中，仅有 2% 的人表示机上 WiFi 服务是他们选择哪个航司的决定性因素。37% 的受访者认为票

价是影响他们选择的主要因素。

仅有 16%的短途航班旅客和 14%的长途航班旅客表示上网是他们最喜欢的机上活动；这可能和 16%的短途航班旅客和 11%的长途航班旅客希望在飞机上联网工作有关。

42%的短途航班旅客和 77%的长途航班旅客喜欢在飞机上看电影和电视。当然，直播节目也需要高带宽的网络连接支持。

### 自带设备娱乐的时代

Davis 认为，由于目前机上 WiFi 服务的市场滞后，仅仅通过问卷调查很难真实反映出旅客对机上网络流媒体的需求。

“我认为这就像是先有鸡还是先有鸡蛋的问题。人们在飞机上使用 WiFi 上网的意愿不高，是因为目前机上系统的支持程度不够。只要网络带宽跟上，能够满足到人们上网需求，人们自然会使用。”

和其他业内专家一样，Davis 的观点主要基于从航司获取到的反馈信息。

“航司希望提供越来越高的带宽，以便乘客观看网络视频。我认为这是航司从顾客身上获取到的信息。”

对一些航司而言，提升机上网络带宽，或许可以摆脱椅背娱乐设备，向自带设备娱乐模式（BYOD）转型。

譬如，美国航空的新长途客机 737 MAX 没有配备椅背显示屏，而是为乘客提供 ViaSat 的高速 WiFi 上网，ViaSat 还为捷蓝航空的机上网络服务 Fly-Fi 提供支持。ViaSat 的网络技术能为乘客提

供足够的带宽容量以支持视频观看。

美国航空的决定是航空业发展的必然结果。椅背娱乐设备的重量会对 737 MAX 客机造成负荷。去除椅背娱乐设备也是削减成本的举措，因为机上娱乐设备的成本非常高。自带设备娱乐对乘客有益，因为乘客更换自己的电子设备的速度比椅背娱乐设备的更换更快。

“我认为椅背娱乐设备昂贵又笨重，因此倘若无需提供硬件设备即可提供机上娱乐，相信航司们都会非常乐意，BYOD 就提供了解决方案。当然也存在一些障碍，比如单凭自带的移动设备，可能看不到热映中的好莱坞大片，但我相信很多航司宁愿提供高速宽带上网，也不愿在飞机上配备又重又大件的娱乐设备。”

但随着自带设备娱乐的普及，旅客是否会有有一种被骗的感觉？

Davis 回应说：“椅背娱乐设备还是有用武之地的，尤其是在头等舱。在我看来，头等舱的乘客是绝对会介意这件事情的。但如果我乘坐的是主要因为价格导向而选择的经济舱，既然可以使用高速上网，我还会因为没有椅背娱乐设备而改变舱位选择吗？我认为椅背娱乐设备（对经济舱乘客而言）不是一个很大的影响因素。对于部分乘客而言，如头等舱的 VIP，椅背娱乐设备可能依然重要，但对于其他乘客可能就没那么重要。”

目前，捷蓝航空既提供椅背娱乐（支持直播电视），也提供足够带宽的机上 WiFi。

## 谁为机上 WiFi 买单？

另一方面，提供更高带宽的机上 WiFi 成本非常高。目前有些航司仍就此服务向乘客收费，但这种情况可能会发生改变，Davis 说。

业界希望航司提供更多免费机上网络服务的呼声越来越高。在美国，捷蓝航空提供免费机上 WiFi；在欧洲，挪威航空也提供免费机上 WiFi，但这也提升了乘客对机上 WiFi 的使用率，对带宽的要求也因此更高。

“提供机上 WiFi 的成本很高，但我想航司会越来越接受这些成本支出，因为旅客们对此服务的需求很高。只要航司认为它们需要提供此服务，那么机上 WiFi 服务将会持续发展。”

不管乘客对机上 WiFi 的高需求是现实还是预测，机上网络带宽都因此得到了提升。Davis 称，虽然提供机上 WiFi 的飞机数量相比去年只增加了 28%，但机上 WiFi 带宽却同比提升了 1 倍。

无论是航司为机上 WiFi 买单，还是乘客承担部分费用，当下网络连接服务的供应商在建设基础架构、增长安装量和积累商业化规模方面，都承担了主要的成本。Davis 认为，目前供应商承受着很大的经济风险。

“很多机上网络供应商做出了在短期内看并不理性的决策：他们提供设施，签署了难以实现的协议要求等。基本上这些提供商都会烧钱亏损，而最终会走向同行整合。但这样的行业整合将会怎样？谁最终会成为市场上幸存的三两个的佼佼者？这个问题

还有待探究。”

## 行业必将出现整合

Davis 认为建设基础架构的风险、等待规模化积累的成本，以及商用航空业的整体发展态势都将导致机上 WiFi 技术供应商之间的整合。

“就供应商方面而言，业界还存在不确定性。全球目前有 6、7 个机上 WiFi 服务供应商互相竞争，他们都想在各个航空公司的客机上安装自己网络连接设施。”

“既拥有最多客机上网设施安装量、又有足够资金以支撑业务发展的供应商，才能成为最终的赢家。因为供应商还需要从多种形式上扩展业务，包括开发新型的天线技术，投资人造卫星，以及在部分地区填补亏损。WiFi 供应商在世界各地提供机上 WiFi 的带宽，即使在部分地区客户仍少也需要承担着相应的费用。客机安装量和运营资金投入，这两项对于 WiFi 供应商参与市场的长期角逐缺一不可。”

谁能赢得机上 WiFi 服务供应这场“赛跑”？Davis 表示市场变化快且难以预测，但他提及了两家有实力的竞争者。

“ViaSat 拥有人造卫星，可能是长远的有力竞争者。他们不仅服务航空业，还服务其他多个垂直领域，包括海、陆客运市场以及美国政府。所以他们是更大、业务更多元化的供应商。在部分细分市场增长的时候，他们可以得到足够的资金以支持新的业务扩张，同时保持其已有人造卫星、硬件和网络等资源得以高效

利用。”

“松下电器（Panasonic）与超过 1000 架飞机保持着椅背娱乐设备业务方面的合作，这家公司可能因此在机上 WiFi 服务市场上长期存活。”

“未来此领域的竞争者可能不止 3 个，但我认为最终能主导市场的只有其中的 2 个或 3 个。”

（本文来源于环球旅讯，编译自 Tnooz）

（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

---