

HANGKONGKEYUNYINGXIAOSHIWU

# 航空客运营销实务

乐卫松等 编著



东方出版中心

HANGKONGKEYUNYINGXIAOSHIWU

# 航空客运营销实务

乐卫松等 编著



东方出版中心

## 图书在版编目(CIP)数据

航空客运营销实务/乐卫松等编著. —上海: 东方出版中心, 2000. 9

ISBN 7-80627-578-9

I. 航... II. 乐... III. 航空运输: 旅客运输 - 运输业务 - 市场营销学 IV. F 560.83

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2000) 第 31142 号

## 航空客运营销实务

---

出版发行: 东方出版中心

地址: 上海市仙霞路 335 号

电话: 62417400

邮政编码: 200336

经销: 新华书店上海发行所

印刷: 昆山市亭林印刷总厂

开本: 850 × 1168 毫米 1/32

字数: 320 千

印张: 13.25 插页: 6

印数: 4,000

版次: 2000 年 9 月第 1 版第 1 次印刷

ISBN 7-80627-578-9/F·41

定价: 22.00 元

---

版权所有, 侵权必究。



波音公司总裁访问上航，洽谈机队更新



常旅客卡调查组在工作



开辟新航线



售票处面对面的服务

本和路路局航空安全禁止吸烟



迟到旅客值机柜台



在澳门机场，上航跨航转机服务专柜

| 航班号<br>FLIGHT | 目的地<br>TO   | 办票时间<br>CHECK_IN |       | 柜台<br>COUNT |
|---------------|-------------|------------------|-------|-------------|
| MU5839        | 厦门XIAMEN    | 14:35            | 15:35 | 27          |
| SZ4516        | 成都CHENGDU   | 14:40            | 15:40 | 26          |
| FM331         | 桂林GUILIN    | 14:50            | 15:50 | 4           |
| MF8546        | 厦门XIAMEN    | 15:00            | 16:00 | 6           |
| MU5313        | 桂林GUILIN    | 14:30            | 16:00 | 28          |
| CJ6542        | 长春CHANGCHUN | 15:10            | 16:10 | 24          |
| MU5319        | 广州GUANGZHOU | 14:45            | 16:15 | 15          |
| SZ4544        | 重庆CHONGQING | 14:45            | 16:15 | 25          |
| 3U562         | 成都CHENGDU   | 14:50            | 16:20 | 30          |
| MU5578        | 济南JINAN     | 15:35            | 16:35 | 29          |
| MU5605        | 大连DALIAN    | 15:35            | 16:35 | 23          |
| MU5415        | 昆明KUNMING   | 15:40            | 16:40 | 22          |

机场动态信息服务



服务示范组



上航 800 免费电话订票网络订票



家庭式温馨服务



全国劳动模范——上航乘务长吴尔愉



上海航空

微笑服务



上海市十大杰出青年——上航  
乘务长孙岚



服饰形象

## 序 一

吴邦国副总理在 1999 年 1 月 25 日民航工作座谈会上要求“民航要扭亏”。为完成这个任务,人才培养需先行。

作者啃了一块硬骨头,写出了《航空客运营销实务》。这本书的内容正是航空运输企业、航空运输代理业人才培养所需要的一个“纲”。

中国民航总局  
华北管理局副局长  
马晓文

11111111/1208

## 序 二

随着社会经济的发展,人们对市场的作用及重要性的认识不断提高,迫切需要了解市场,掌握市场规律,从而产生了市场营销学。市场营销学是一门兼有技术性和社会性的双重学科,它随着世界经济的发展经历了一个形成、发展和广泛应用的时期。

航空客运营销实务是市场营销学的一个重要分支。由于航空客运市场的特殊性,长期以来,在世界各地航空客运市场都由国家经营,因此对航空客运市场的研究较晚。在我国,随着改革开放的深化,航空运输业市场化的速度加快,要求对航空运输市场进行研究,航空客运营销实务就是在这样的背景下产生的。

乐卫松等编著的《航空客运营销实务》运用市场营销学的基本观点、原理和方法,分析了航空客运市场的本质特性、特点和运行规律。《航空客运营销实务》还在以下几个方面作出了有深度的论述与分析:对航空客运市场的特点、分类、市场细分进行了深入细致的讨论;对航空客运市场旅客的旅行需求、动机、心理及行为作了有创意的研究;对航空客运市场的产品,如航线、航班的特点,航空服务、影响需求的市场因素作了精辟的分析;对航空客运市场的销售方式、营销策略、客运销售代理人进行了富有启发性的探索和讨论。

《航空客运营销实务》是上海工程技术大学航空运输学院为相关专业的本、专科学生开设该课程而编写的。经过多年教学实践和多次充实修改,形成了在结构、内容和案例等方面比较合理的航空客运营销实务教材。该书可以作为航空运输院校相关专业的教

学用书,也可以作为航空运输企业职工培训教材和航空运输企业经营管理人员的参考材料。该书为形成具有中国特点的航空客运市场营销学作出了有益的探索,必将在提高我国航空客运经营水平方面起到应有的作用。

上海工程技术大学  
航空运输学院原院长

蒋仲刚

2000年2月于上海

## 前 言

随着经济建设持续稳定地发展,中国交通运输业出现了新的增长高峰,据权威统计资料,全国旅客总周转量已从 1990 年的 5600 亿客公里发展到 1997 年的 1 万亿客公里以上。进入新千年,增长势头不减。各种交通方式之间、国内各个航空公司之间、与我国通航的国际各航空公司之间对这每年几千亿元的市场正在作新的分割,航空客运业将作何种科学的市场营销对策,这已是实际面临的课题。世界是互相联系、互相影响的,在东南亚金融危机的影响下,我国航空客运市场出现过某些波动,各航空运输企业采取了应急措施。世纪之交,WTO 的进入,必将展开新的机遇。本书的编写就是为了适应这样的形势需要,为企业参与市场竞争提供必要的基本理论,为配合企业所需经营管理、市场营销人才的培养提供教材。为此,在本书编写过程中既注意理论性、系统性,更力求实用性和操作性,在内容上尽量体现与航空客运业有关的市场营销的专业内容。

全书共分十七章,第一章至第七章结合航空客运业特点阐述市场营销的基本理论、基本概念,第八章至十五章介绍航空客运市场营销基本方法、基本策略,第十六、十七章简介航空客运市场调查与预测。

本书的编写是在上海航空运输企业迅猛发展的背景下展开的。企业发展、人才先行,上海航空公司周赤总经理明确提出有关教材应反映最新理论和企业的实践经验,培养的人才能经受住市场的考验。此即编写本书的指导思想。

由于国际市场营销学向深、广发展,编者尽力在教材中反映市场营销学的最新成就,特别是 MBA 必修课程的新思想和服务营销等内容。

承中国民航华北管理局副局长马晓文通阅全稿,并给以宝贵的建议,使本书内容能更贴合民航业内的需要。

虽然本书的航空专业性强,但是有关客运市场营销的基本理论和基本观点,对于海运客运、公路客运、铁路客运来说也是适用的。

阅读本书可以了解客运市场营销的全貌,对于客运销售代理人、中介人是具有一定的参考价值的。

本书由上海工程技术大学航空运输学院顾问、上海航空学会理事乐卫松研究员负责编著,上海工程技术大学航空运输学院黄建伟承担第十七章部分章节的编写。本书插附的全部彩照由上海航空公司企业文化部夏本建提供。本书的编写得到了上海航空公司原副总经理薛德馨及东方航空公司原副总经理严邦洪的大力支持,作者在此敬表谢意。结合航空客运需要来阐述市场营销,对我们来说是第一次尝试,因此书中疏忽之处、缺点错误在所难免,敬请读者批评指正。

作者

2000年3月于上海

## 内 容 提 要

本书运用营销学的基本原理和方法,分析探讨航空客运市场的本质、特点和运行规律,对航空客运营销实务作了较全面的介绍和论述。内容包括:航空客运市场旅客的旅行需求、动机、心理及行为,航空客运市场营销战略,航线规划策略,机队策略,票价策略,代理人定座销售策略,服务促销策略,资金策略,民用航空市场调查,航空客运市场预测。书末附录一则案例分析——上海航空公司免费电话订票热线,供参考。作为一部为大学航空运输相关专业课程编写的教材,已经多次修改完善,可作这些专业的教学用书,也可供从业人员培训进修使用。