

ZHONGGUO MINHANG YUNSHU SHICHANG
FAZHAN YU CHUANGXIN

中国民航运输市场 发展与创新

■ 轩余恩/编著

中国民航出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

中国民航运输市场发展与创新/轩余恩编著. —北京:
中国民航出版社, 2003.5
ISBN 7-80110-482-X

I. 中...

II. 轩...

III. 民用航空-航空运输-运输市场-研究-中国

IV. F562.6

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2003) 第 028850 号

中国民航运输市场发展与创新

轩余恩 编著

出版	中国民航出版社
社址	北京市朝阳区光熙门北里甲 31 号楼 (100028)
发行	中国民航出版社 新华书店经销
电话	64290477
印刷	北京飞达印刷有限责任公司
照排	中国民航出版社激光照排室
开本	850 × 1168 1/32
印张	8.5
字数	210 千字
版次	2003 年 6 月第 1 版 2003 年 6 月第 1 次印刷

书号	ISBN 7-80110-482-X/V·169
定价	19.00 元

序

民航运输业是一个具有公用性、准军事性和生产服务性、企业性等多重属性的产业，同时它又具有高科技、高投入、高风险的特点。新中国成立以来，特别是改革开放 20 多年来，民航作为交通运输业的重要组成部分和国民经济的基础部门，其发展取得了巨大成就。

近年来，为了适应建立社会主义市场经济体制的要求，中国民航的市场化改革进行了许多重要和有益的探索，也取得了长足的进展。但由于民航安全管理的特殊性、复杂性和敏感性，民航的市场化改革不得不慎而又慎，与其他产业相比，民航的市场化改革进程显然有些滞后，以至于民航运输市场上出现的许多问题引起了社会各界的广泛关注，有的甚至成为社会的热点和焦点问题。应该说，民航运输市场发育不良、市场秩序不好、市场管理不顺、市场竞争力不强、市场发展不平衡、行业经济效益不理想等诸多问题的出现，是整个民航业在新时期改革和发展过程中矛盾的集中体现，这些问题在很大程度上已经影响和制约了民航业的快速、健康和持

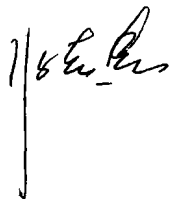
续发展。因此迫切需要从理论研究和实际工作中探讨和解决这些问题。

江泽民同志在党的十六大报告中提出，要与时俱进，大胆创新，全面实践和落实“三个代表”的重要思想，全面建设“小康”社会，在实际工作中要求我们发展要有新思路，改革要有新突破，开放要有新局面，各项工作要有新举措。为此，民航总局的领导在 2003 年的工作会议上提出，在本世纪的头 20 年，要使我国实现从民航大国向民航强国的历史性跨越。新时期民航的发展必须以十六大精神为指导，以改革的思想深化民航的改革，促进民航的发展，不断开创民航的新局面。针对民航改革和发展中出现的老矛盾和新问题，深入调查研究民航运输市场的实际情况，提出改革的新思路，这不仅是民航主管部门和领导责无旁贷的事情，也需要关心民航发展的有识之士的广泛参与和大力支持。

本书的作者是一名经济学博士，同时他也是一位民航企业管理者，这是他近年来的研究成果，为此他积累了国内外有关民航发展的第一手资料，收集了大量民航运输市场研究的最新成果，结合我国民航运输市场发展和改革的实际情况，对中国民航运输市场的特点和组织结构及竞争模式的选择，民航运输市场的发展现状及其问题，运价的形成机制及其改革，民航运输市场的创新，民航运输市场的新领域，国际民航业的发展趋势对中国民航运输市场的影响，包括中国加入 WTO 和美国“9·11”事件对中国民航业的影响都作了深入分析和探讨，这些论述对中国民航的改革和发展是非常有意义的，其中的很多观点具有创新性和可操作性，特别对从事民航运输研究工作和实际工作的同志来说更是一部不

可多得的好书。在该书的出版之际，我乐于作序并向大家推荐阅读。我也希望作者能够不断努力，继续关注民航运输市场的发展和创新，为民航的改革献计献策。

民航总局运输司司长



2003 年 2 月

目 录

第一章 民航运输市场的特性

- 1.1 民航运输的产业属性 (1)
- 1.2 民航运输市场的特性 (8)
- 1.3 民航运输市场组织结构的特性及其竞争模式
的选择 (16)
 - 1.3.1 民航运输市场的组织结构 (16)
 - 1.3.2 民航运输市场竞争结构模式的选择 (20)

第二章 民航运输市场的发展

- 2.1 民航运输市场的发展与现状 (29)
 - 2.1.1 民航运输 50 年的发展 (29)
 - 2.1.2 近年民航运输市场的现状 (35)
- 2.2 民航运输市场的趋势及预测 (49)
 - 2.2.1 市场总需求将不断增长 (50)
 - 2.2.2 客运市场竞争更加激烈 (51)
 - 2.2.3 航空货运市场保持强劲增长 (52)
 - 2.2.4 通用航空可能获得加快发展 (52)
 - 2.2.5 国际空运市场前景乐观 (53)
- 2.3 民航运输市场的发展对策 (54)
 - 2.3.1 抓住机遇, 加快民航运输市场化改革
进程 (54)
 - 2.3.2 加强市场营销, 提高市场决策水平,

增进企业的竞争能力	(57)
2.3.3 “有序”、“适度”地扩大运力,合理地 调配运力,实现运力的优化配置	(59)
2.3.4 培育航空客运市场,发展新的有效需 求	(59)
2.3.5 以市场为导向,调整产品策略	(60)
2.3.6 实现代码共享和航空联盟	(62)

第三章 民航运输市场价格形成机制的改革

3.1 民航运价形成机制的历史沿革和影响因素	(63)
3.1.1 民航运价形成机制的历史沿革	(63)
3.1.2 民航运价形成机制影响因素分析	(69)
3.2 国外航空运价形成机制的比较	(78)
3.2.1 美国政府对航空运价的管理	(78)
3.2.2 加拿大的运价政策及其航空公司运价 管理的基本情况	(81)
3.2.3 日本的运价政策及其航空公司运价管 理的基本情况	(83)
3.2.4 德国国内航空运价管理的基本情况	(84)
3.2.5 巴西的运价政策及其基本情况	(85)
3.2.6 几点启示	(86)
3.3 目前民航运价形成机制中存在的问题	(87)
3.4 民航运价形成机制改革的基本设想和措施	(90)
3.4.1 民航运价形成机制改革的指导思想和 基本原则	(90)
3.4.2 民航运价形成机制改革的基本设想	(90)
3.5 “十五”期间运价形成机制改革的基本取向和 目标模式	(93)
3.5.1 “十五”期间运价形成机制改革的基本	

取向	(93)
3.5.2 民航运价形成机制改革的目标模式	(94)
3.6 民航客运价格形成机制改革的配套措施	(99)
第四章 民航运输市场的创新	
4.1 市场创新及其意义	(103)
4.1.1 市场创新的涵义	(105)
4.1.2 民航运输市场创新的意义	(106)
4.2 民航运输市场创新的途径	(108)
4.2.1 渗透型市场创新	(108)
4.2.2 开发型市场创新	(111)
4.3 民航运输市场营销创新策略	(113)
4.3.1 营销观念的创新	(114)
4.3.2 营销组织的创新	(116)
4.3.3 空运产品的创新	(118)
4.3.4 营销渠道的创新	(123)
4.3.5 服务营销的创新	(126)
4.3.6 营销管理创新——常旅客计划	(132)
第五章 民航运输市场的新领域	
5.1 航空货运和现代物流服务	(134)
5.1.1 航空货运市场环境分析	(134)
5.1.2 我国民航货运市场存在的问题和困难	(137)
5.1.3 航空货运市场发展的动因分析	(139)
5.1.4 航空货运和现代物流服务	(143)
5.1.5 航空货运市场发展的对策	(148)
5.2 支线航空运输市场	(151)
5.2.1 我国支线航空运输市场的现状	(151)
5.2.2 我国支线航空市场的区域特点	(152)
5.2.3 我国支线航空市场潜力	(156)

5.2.4	我国发展支线航空运输市场的前景	(159)
5.2.5	我国发展支线航空市场的有效途径及 相应对策	(161)
5.3	公务航空市场和部分拥有	(166)
5.3.1	公务航空市场发展	(166)
5.3.2	我国公务航空市场面临的问题	(171)
5.3.3	部分拥有	(172)
5.4	通用航空市场	(177)
5.4.1	通用航空市场的现状	(177)
5.4.2	通用航空市场发展面临的困难	(179)
5.4.3	通用航空市场发展的出路和前景	(181)
第六章 国际民航业的发展趋势及对中国民航运输市场的影响		
6.1	航空运输的全球化及其影响	(183)
6.1.1	航空运输全球化及其实质	(183)
6.1.2	航空运输全球化的特征及其影响	(186)
6.2	航空运输市场的信息化及其影响	(214)
6.2.1	信息化对航空运输市场的影响	(214)
6.2.2	英美两国民航信息化的发展	(215)
6.2.3	中国民航运输市场信息化的现状和 问题	(218)
6.2.4	民航运输企业市场信息系统框架	(223)
6.3	加入 WTO 对中国民航运输市场的影响	(229)
6.3.1	世贸组织与民航运输	(230)
6.3.2	“入世”对中国民航运输市场的影响 ...	(235)
6.3.3	“入世”的对策和措施	(242)

附录

后记

参考文献

第一章 民航运输市场的特性

运输是实现人和物空间位置变化的活动，与人类的生产和生活息息相关。运输业是商品经济发展的产物，它的形成是与商品生产、商品流通的发展密切相关。航空运输业的产生，更是人类进步、现代文明、社会发展的结果。作为运输产业的一个分支，民航运输业有其特殊的生产过程和产品形态，运输市场也因此而具有与其他市场不同的特点。结合民航运输的产业属性，分析民航运输市场的市场特性，探讨中国民航运输市场化改革应该选择什么样的市场竞争模式，是研究中国民航运输市场发展与创新的首要问题。

1.1 民航运输的产业属性

航空运输类同于铁路、公路、内河、远洋及管道运输，统属交通运输业，属第三产业的第一个层次，是流通领域的重要组成部分。航空运输是在国民经济和社会活动中从事运送旅客和物资的社会生产部门，它虽不直接创造新的物质产品，不增加社会的产品总量，但它是直接生产过程的继续，对保持国民经济各部门、各地区、各企业间的联系、交流及促进对外交往起着重要作用。航空运输业还属于技术密集型和资金密集型产业部门。民航运输业作为我国国民经济的重要部门，对我国社会经济发展起着十分重要的作用。当前，民航运输业的市场化改革已到了关键时

刻，建立适应社会主义市场经济体制的航空运输市场已是刻不容缓、势在必行。如何进行空运市场的改革，在这样一个具有重大理论意义和实践价值的问题上，正确认识民航运输业本身的产业属性是极其重要的，弄清楚民航的特殊属性，我们才能把党和国家的方针政策与民航的特性及具体情况有机地结合起来，制定出符合民航发展规律的改革方案和具体政策，从而加快建立适应社会主义市场经济的民航运输市场。

民航运输是具有多重属性的行业，它主要表现在以下几个方面。

1. 公共性

1670年英国法官赫尔论述公共企业与私人企业的差别时指出：公共企业是指影响公众利益的企业，对此类企业政府必须进行管理和管制，以约束其权利和义务。后来，这个论点被许多国家采用，并规定公共企业应承担四种义务：服务、交付、合理收费和无差别待遇。对这四项目义务，尽管一些航空运输理论的表述还不完全一致，但内涵基本相同。

服务的义务。指为所有顾客服务的义务。但遇有特殊情况时，服务义务须有所限制。如托运人要求通过航空运送煤炭，或运送的货物没有按规定包装，或特别危险物品，或不交付运费的旅客等等，承运人可以拒绝运送。除了对在自己营业范围以内的所有旅客货主提供服务以外，公共运输业者还必须提供满足正常要求的服务和设备。正常要求是指经常性的高峰小时运输能力、业务范围内的服务项目和区域等。超过业务范围的项目和区域，运输者不提供；如需提供，则应另行商议并得到认可和付费。服务应是连续的，退出服务应经主管机关审核批准，并提前向公众公布。

交付的义务。指公共运输业有义务交付被委托运输的货物给货主，但自然灾害、托运人行为、战争和暴动或罢工、货物自身

性质等造成不能交付除外。自然灾害指雷击、飓风、暴风雪等不可避免的特大自然事件。托运人行为指托运人未按规定或一定标准正确地包装、标志的行为及使承运人误解的行为（如运送贵重物品不向承运人申明）。战争、暴动或罢工，是指因此类事件导致的丢失、损坏、延误。货物自身性质，是指运送的动物自身伤害、糖浆发酵等。上述除外责任的举证由承运人负责。航空运输责任人的起迄时间，各国民航主管当局或相关法规有规定，国际上没有统一。

合理运价的义务。航空运输业者的运价必须合理，但什么才是“合理”，界限不明确。因此一般采取由主管当局确定航空运价的合理性，近期内许多国家运价主管当局往往采取管制最高运价和最低运价的办法。

非差别待遇义务。运输市场经济是建立在公平竞争和价格相对稳定的基础上的，因此反对变幻无常的价格和优待一部分人、歧视另一部分人的行为。反之，实行差别待遇，既不利于运输经济的增长，也偏离人人机会均等的理念。差别待遇，指相同情况下的不同对待或不同情况下的相同对待。在航空运输中，差别待遇有两种形式：服务和价格上的差别。服务差别比较好掌握，即指不同价格下的相同服务和相同价格下的不同服务。但在现实生活中，对同一事物不同价格又是一个普遍的社会现象。因此，差别待遇可以分为两类，一类是合法的和可以接受的；另一类是不合法的和不可以接受的。区别在于，价格的差别是否反映成本的差别，如果反映了则认为是合法的和可以接受的。反之亦然。这样，判断价格是否反映成本的责任又大多由物价主管部门承担。因此，现实中就出现折扣票价，一种被运价主管部门认可的运价。累计折扣票价过去在美国被认为是差别待遇，表明它优待多次购买机票者和大托运人，但现在也被行政主管部门认可实行。因此，非差别待遇义务在实行中十分困难，因为对差别待遇很难给予明确定义，这在实践中仍是有争论的一个复杂问题。

2. 准军事性

航空运输的准军事性体现在它的潜在军事性和预备性。潜在的军事性，即航空运输业的飞机、机场、空地勤人员都是未来战争中的军事运输设施和实力，空中交通管制系统是国土防空作战系统的一部分。预备性，就是在平时时期，航空运输业进行商业性航空运输活动，为经济贸易发展和大众交往服务，并建立适当的组织和制度，以保证在发生战争和紧急状态时，可随时服从军事部门调遣或完全转为战时军事运输体系。各国颁布施行的《航空法》或《民航法》以及其他行政法规，都对航空运输的军事性作了规定。如美国颁布的《联邦航空法》第 302 条规定：“局长应与国防部和其他有关的政府机关协商，草拟出联邦航空局在战时如何有效地履行职责的计划，并应于 1960 年 1 月 1 日前向国会提出该项立案。”此后，美国总统颁布第 11161 号令，规定联邦航空局保持有适当的应变能力，在战时由国防部接管，成为国防部的有关部门。同时美国总统颁布的第 1100.2B 令《美国联邦航空局组织的政策和标准》第 7 条，规定了美国联邦航空局的战时任务。此外，美国政府认为，为了处理“世界紧急事件”的需要，必须保持一支既适应需求而又能节约开支的空运力量，而这单靠军事空运是不够的。于是，国防部制订了“民运后备队计划”，将战略空军寓于民航机队之中。这项计划分三阶段，第一阶段是通过包机或正常航班运送军事空运司令部安排的任务；第二阶段是由国防部长下令抽调部分民用飞机和人员执行军事运输；第三阶段是当总统或国会宣布国家处于紧急状态时，抽调全部民用后备航空队的飞机和人员参加军事空运。1990 年 8 月，美军进驻沙特阿拉伯执行代号为“沙漠盾牌”的军事行动计划时，美国国防部于 8 月 17 日发出命令向“民用航空后备队”（CRAF）征用远程货机和客机，先后从航空公司抽调 200 架大型民用运输机，一个月内从美国本土及欧洲运送 20 万军人及装备

到海湾战场。对这些参加军事运输的航空公司，国防部给予一定的财政补偿和政策支持。

3. 生产服务性

航空运输业属于交通业的一个分支，也是一个服务性行业。从社会再生产来看，运输业具有生产过程和消费过程同一的特点，运输直接参与物质生产过程，而纯服务业只属于非物质生产领域，服务过程不表现为社会再生产过程，服务劳动一般难以物化，不创造产品。如旅游餐饮业、医疗保健业、法律咨询业、修理业等。但同时，航空运输业要为社会提供安全、正常、优质、经济的服务，因而又具有商业服务的性质，是生产性、服务性的结合，这就显现了航空运输业的安全和服务的重要性，突出了航空运输业的生产性和服务性的统一。

4. 企业性

民航的企业性是随着航空技术的发展和大众消费水平的提高逐步形成的，是一个历史进程。航空运输发展的初期乃至中期，航空公司和机场必须依赖国家和地方政府的财政补贴过日子。随着经营条件和环境的改善，尤其是航空器的大型化以及在市场经济条件下，航空公司和机场逐步走上企业化的道路，成为自主经营、自负盈亏、自我发展的法人，以减少国家财政补贴，促进民航事业发展。企业性，指航空公司和机场或机场集团公司要逐步成为自主的商品生产者和经营者。航空运输业是交通运输业的一个领域，是国民经济的基础部门和先导部门，正如列宁所说，交通运输业“是我们整个经济的重要基础，也许是最主要的基础之一”。^①航空运输业的企业化经营是必然的，也被证明是成功的。

① 列宁选集，人民出版社，1975年，第237页

5. 自然垄断性

自然垄断的概念源于西方经济学。在市场经济中,国家有时对某些行业的价格和进入实行全行业管制,只允许一家企业垄断全部生产。这是因为,在一定条件下生产一种产品或服务时,市场上只有一个供应商比多个供应商更有效率。经济学把这种现象称之为自然垄断。这里指的是完全意义上的自然垄断,在现实经济中,自然垄断行业是指那些由于特别的技术理由或特别的经济理由而成立的垄断或寡头垄断行业。或者是说,所谓自然垄断行业指的是那些由于规模经济的要求及国家利益的影响,无法竞争或不适宜竞争而形成的垄断行业。比较准确的提法是法国经济学家泰勒尔在《产业组织理论》中概括的:“自然垄断有多种意义(这一概念要依我们所作的应用而定)。一种意义是指社会有效生产模式,由于存在规模收益递增,因此,行业中只有一家存在是最优的安排(条件是价格可被控制)。另外一种意义着眼于行业中企业的最大数目(企业数目的上界)。”^①

航空运输业是典型的自然垄断行业,是因为它具备了一般自然垄断行业的如下属性:一是资源稀缺。由于受到自然资源的制约,政府不得不限制企业数目而实行进入管制。我国机场建设相对落后,机场较少,机场规模相对较小。虽然有广阔的天空,但航路建设较为落后,空中交通拥挤,流量控制经常使航班延误。二是规模效应明显,航空企业的生产和服务活动随市场需求量的增加而扩大生产规模,使得分散到每一份需求上的固定成本降低,从而获得规模经济效益。一般是规模愈大,生产成本就愈低。三是投入易沉淀,指的是航空运输业固定资产投资巨大,资金投入沉淀性较大,一旦投入,就很难收回,也难以改为其他用途。如果多个企业进行投资竞争,其结果很可能是两败俱伤。四

① [法] 泰勒尔:《产业组织理论》,人民大学出版社,1997年,第379页

是服务的公益性，指的是民航是为公众提供基本服务的，利润较低，需要保证所提供服务的稳定性、可靠性和可信赖性等。五是运营依赖网络，许多自然垄断行业都具有这一特点。航空运输业的网络不同于供水、供电、供气及铁路、管道运输，它的网络是由连接各地城市之间的航线构成的，这一点不仅仅表现在运行上，而且也表现在遍布世界各地的网络销售系统上。六是产权国有，指的是航空业关系到国家及全社会的利益，因此，多数为国家所垄断，至少也是被国家所控股。七是普遍政府管制。因有上述几个原因的存在，所以决定了航空运输业必须要由政府管制，世界各国普遍如此。

另外，从技术特性来看，航空运输业还具有快速性、机动性等特征。

总之，航空运输在国民经济和社会发展中具有十分重要的地位。在经济上它是社会经济生活中的一部分，反映一个国家的交通运输发展水平。它不仅能满足社会公众的需要，而且是发展旅游业、促进对外交往不可缺少的工具。一个国家国民经济的发展，需要航空运输业得到相应的发展。美国就认为：“航空运输体系对于国家的公众和商业来说已成为经济进步的基础。若没有这一体系，我们的国家就无法跻身于全球正在增长的跨国集团和市场。航空运输使数以百万计的人快速往来，以价值数十亿美元计的货物快速进入国际市场。我们需要在国际航空运输市场上有竞争能力，而没有其他选择。同样，竞争性的国内经济的增长也越来越依靠我们的航空运输能力。”^① 另外，发展航空运输业还具有政治意义。各国开辟国际航线，除经济利益外，都有一定的战略考虑，无不为政治服务。一个国家的航班飞机在世界各地出现无疑体现着国家的政治声望和经济实力。同时，民用航空也是

① 美国“确保航空运输业具有强竞争力国家委员会”于1993年8月向总统与国会提交的报告。

国家的军事后备力量。

1.2 民航运输市场的特性

民航运输市场是市场体系中的一个组成部分，除了具有一般市场的属性外，还有其特殊性。各国普遍认为，航空运输企业是经济领域中属于运输事业的一种特殊的企业形式。这种特殊的企业，和平时承担公共运输责任，战时承担军事运输任务。

1. 民航运输市场的复杂性和主体的多元性

民航运输市场是以飞机为运输手段，实现旅客、货物发生空间位移和满足社会需求的交易领域，其构成比较复杂。一般有国内航空运输市场、国际航空运输市场或航空客运市场、货运市场、邮运市场之分；国际航空运输市场还可分为国家派对市场（如美英航空运输市场）、地区派对航空运输市场（如北美—欧洲，即北大西洋航空运输市场）、城市派对航空运输市场（如纽约—巴黎航空运输市场）、世界航空运输市场四类。从法律上分，又可分为受雇运输市场（把为别人运输作为商业活动）、自身运输市场（用自己的运输工具送自己的员工、货物）；受雇运输市场又分为公共运输市场和合同运输市场等等。^①

民航运输市场有各种形式的主体。航空公司是空运市场的经营主体，它们按照企业的意志决定投资、经营、机构设置、人事工资等，自主经营，自负盈亏。航空公司作为公共性企业，又必

① 公共运输指承运人必须持续地提供业务范围内的满足普遍公众要求的服务。合同运输指承运人为合同顾主提供的运输服务。二者的本质区别是公共运输不能挑选运输对象，而合同运输可以选择顾主。一些国家规定合同运输业者不能从事公共运输，公共运输业者可以从事合同运输。