



# 同程旅行版随心飞上线当天“夭折”

## OTA平台试水“随心飞”市场背后困难重重

7月30日,同程旅行APP宣布推出“同程任我飞”产品,继携程、去哪儿等OTA平台后,同程旅行也准备入局近期大火的“随心飞”市场。

然而,8月1日同程版“随心飞”上线当日,同程旅行APP突然发布公告称:“由于遭遇了难以解决的技术型问题,为了防止对用户体验造成伤害,经过慎重考虑和艰难的选择,不得不中止产品和相关活动。”

从宣布推出到中止,不到2天时间内同程版“随心飞”夭折,有业内专家表示,OTA平台此时进场“随心飞”能否成功,主要还是看与航司之间的利益点是否存在冲突点。

齐鲁晚报·齐鲁壹点  
记者 白新鑫

### 同程版“随心飞” 上线当天夭折

今年6月18日,三大航之一的东航率先推出了“周末随心飞”航空套票,此后不到2个月的时间里,多家航空公司跟进推出各自的“随心飞”套票。

“上线首个周末兑换6.5万张机票”“上线8分钟售出1万套”“销售直播间点赞40万”……各家航司上线随心飞后的数据表明,这一创新性的航空售票新模式填补了当前的市场空白,不论反响还是效果都交上了一份相对不错的成绩单。

此前,民航专家林智杰曾通过其微博表示,“随心飞”作为一个“预付费”产品,能够给航司带来可观的现金收入,“先充值再乘机”的营销模式让航司在短时间内有大量现金进账,可以说随心飞是疫情下航司的一次“自救”“止血”过程,随心飞的热销也引起了各大OTA平台的关注。

7月29日,奥凯航空、青岛航空、瑞丽航空三家航空公司

通过去哪儿、携程等OTA平台直播间联合首发“周周小长假”套票产品。

在携程、去哪儿等相继宣布已上线发售跨航司的无限飞产品后,7月30日,同程旅行也对外官宣将于8月1日推出“同程任我飞”产品。记者了解到,该产品是针对年底前出行日期为周六、周日1000元以内的经济舱机票,不限航司,不限次数,任性飞的套餐,价格为1999元,有效期内未使用可以全额退款,使用该套餐还客可享受同程旅行+航司双份里程积分。

随着同程宣布上线“同程任我飞”“随心飞”可以说是在OTA平台中遍地开花,然而8月1日上线当天,同程旅行APP宣布“因技术问题”中止“同程任我飞”。

### OTA入局“随心飞” 非易事

受新冠肺炎疫情影响,今年整个民航业遭受了前所未有的打击,今年上半年我国民航业共亏损740.7亿元,上半年全民航旅客运输量共1.47亿人次,为去年同期的45.8%。其中,国内、国际旅客分别为1.4

亿人次和851.9万人次,分别为去年同期的48.6%和23.5%。与2019年1-6月同期相比,今年上半年共减少了约1.78亿人次。

目前,受全球疫情影响,国际航线基本处于停滞状态,国内方面,随着跨省旅游的放开,国内游需求逐渐旺盛,但多数消费者仍处于观望状态,此时航司纷纷推出的随心飞正是带动国内航空市场复苏的一剂强心剂。

尽管部分航司的随心飞存在机票兑换、服务保障等方面的问题,但随心飞大火已是不争的事实,此时OTA平台入局显然是想要在这个新兴市场中分得一杯羹。

不过,有专家指出,OTA入局随心飞想要真正获利并非易事。

从目前各家航司推出的随心飞来看,大中型航司主要依靠自营渠道销售随心飞,“主流航空公司规模普遍较大,不论是航线分布还是保障能力都能够‘自给自足’。”某航空公司从事销售的工作人员刘先生告诉记者,OTA想要撬动这部分主流航司随心飞资源难度巨大,但中小航司手中的航线和流量资源都相对有限,很难凭借以一己之力推出“随心飞”,多

家航司联合,借助OTA平台大流量也是一种选择。

### 同程版“随心飞” 问题在哪

与携程、去哪儿等OTA平台相比,同程旅行此次推出的“同程任我飞”存在诸多“天然不足”的缺陷。销售价格、产品覆盖面等因素都决定了“同程任我飞”不会像其他OTA那样“随心飞”。

有业内专家指出,同程版随心飞针对年底前出行日期为周六、周日1000元以内的经济舱机票,不限航司,不限次数,这里面几乎涵盖了国内大部分航线,1999的价格也极具吸引力,但这恰巧触碰到了航司“利益点”,在没能与各家航司利益分成达成一致前,“不限航司”的规则显然不适用。“本来航空公司推出随心飞就是赔本赚吆喝的买卖,小型航空公司可能会同意,但大多主流航空公司不会给这样的机会。”刘先生告诉记者。

从同程版随心飞1999元的价格来看,一经推出后续其他航司再推“随心飞”类产品会遇到相当大的阻力。

更为重要的是,“随心

飞”类的产品,主要面向的是高频次出行的常旅客,而这部分消费者正是航司最宝贵的直营资源,同程“任我飞”相当于直接切走了部分常旅客,航司可能不会轻易向OTA放开这个口子。

记者了解到,航空公司与OTA之间长久以来的合作一直处于一种“微妙”的关系。

一边是OTA提供大流量销售渠道,航空公司提供机票资源;一边是航空公司想要提高直营保留核心资源,OTA平台想要在航空市场更进一步,两边长期处于一种“博弈”状态。

据了解,航空公司自营平台机票销售比例普遍不高,长期以来航空公司机票销售主要依靠OTA平台及代理商。2016年,“提直降代”政策的推出,一定程度上提高了各家航空公司直营的能力,OTA平台上也上线各家航空公司旗舰店,但不得不承认的是,OTA平台购票已是旅客习惯的购票方式。“我手机里有携程、去哪等软件,买票时通常会多个平台多家航空公司对比后再购买。”经常乘坐飞机出差的小张告诉记者。

### 行业资讯

## 近2200万千瓦! 今夏“外电入鲁” 输送电力创新高

齐鲁晚报·齐鲁壹点记者 王瑞超

8月3日,受高温闷热天气影响,省内空调负荷激增,“外电入鲁”电力最高达2198.2万千瓦,超去年最高7.7%,创历史新高。此外,德州、东营、淄博等地区负荷均创历史新高。

为应对此次电网负荷急剧增长,国网山东电力调控中心密切关注天气变化和全网用电需求走势,未雨绸缪,精心调度,充分挖掘省内发电潜力,发挥抽蓄机组调峰能力。日前安排网内9台总容量408万千瓦火电机组开机,日内根据负荷增长情况,安排网内5台总容量135万千瓦火电机组开机,保障了高峰负荷期间的用电需求和低谷期间新能源的全额消纳。

负荷高峰时段“外电入鲁”作用凸显。国网山东电力调控中心积极向国调中心、华北分中心汇报沟通,努力争取外电支援。鲁固直流由563万千瓦升至620万千瓦,增送57万千瓦电力;华北交流联络线由350万千瓦升至700万千瓦,增送350万千瓦电力,有力保障了全省电力平衡。

近年来,国网山东电力积极推进“外电入鲁”战略,山东电网形成了以2个特高压直流落点深入负荷中心,5个交流落点为重要支撑,34条500千伏线路落地联入的“强交强直”特高压骨干网架。2019年,山东电网全年接纳外电约934亿千瓦时,相当于节约标煤约2981万吨,减少二氧化硫排放约25.38万吨,二氧化碳排放约7783万吨,氮氧化物排放约22.07万吨。

## 电力人 战高温

入伏以后,“降雨+高温”的桑拿天成为我省天气的主旋律。为了保障电力安全可靠供应,国网山东电力公司系统广大员工坚守岗位,战高温,斗酷暑,奋战在迎峰度夏保供电第一线,用辛勤和汗水守护人民群众清凉度夏可靠用电。

## 山东港口东营港筑牢防汛“安全堤”

齐鲁晚报·齐鲁壹点  
记者 王瑞超

“我们前期组织开展了排水泵和发电设备性能测试,消防斧、拉梯及空呼器等器材的使用,队员体能训练等演练,现在无论人员配备还是防汛物资储备都非常充足。只要出现险情,我们第一时间冲上抗汛前线,真正做到急时应急、战时应战。”山东港口东营港广利港区微型消防站负责

人刘福义说。自6月份以来,东营港认真贯彻汛期防汛工作要求,提前安排部署恶劣天气安全防范,确保防汛措施落地落实。

东营港组织安排人员彻底清理排水沟道,对渗水的电缆井进行封堵,紧盯配电箱、建筑工地、堆场等重点部位,开展全方位、拉网式排查,发现并整改防汛隐患8处;建立起20余人的抢险救援队伍,储备3台强排泵和数量充足的编织袋、铁丝、麻绳等

应急物资,并安排挖掘机、铲运车等机械随时待命;同时制定领导带班和日常值班表,安排各部室负责同志在总调中心联合值守,有大风、大雨等恶劣天气预警时全天在岗,密切关注天气变化和雨水汛情发展,确保港区安全度汛。

下一步,东营港将继续完善防台防汛应急处置,进一步加强防汛应急物资和工具维护管理,强化防汛应急演练,筑牢防汛“安全堤”。

