

数字化背景下机场商业智慧化建设的对策

曹之君

四川省机场集团有限公司成都天府国际机场分公司 四川 成都 641419

摘要: 在科技创新的引领下,上海、北京、广州等城市的机场率先大力推动机场数字化转型,并以此为依托,在机场商业中推广新技术的运用,有效挖潜旅客消费潜力,提振机场商业活力,助力机场非航空收入的提升。相较于一线大型机场商业受益于智慧化手段的应用,大连机场应通过加快其自身智慧化建设步伐,积极创新智慧商业管理手段,推动机场商业在“互联网+”浪潮中逐浪前行,朝着更可持续、有韧性的方向发展。

关键词: 数字化背景下; 机场商业; 智慧化建设;

引言

在数字化方面,机场贸易将利用新技术,在准确分析旅客需求和消费趋势后,建立一个实用的专业机场商业情报平台,整合和优化商业资源和布局,引进符合趋势的品牌和活动类型,形成一个具有全面服务、乘客体验和成本效益的机场生态商业模式,不断提高机场的商业抗御能力,有意义地利用资源价值,实现整体非航空效益的可持续增长。

1 智慧机场的定义

智能机场意味着机场的主要运营方式已经开始转变为信息、情报、科技等各种高科技手段来改变机场的运营状况,这也是世界各地机场正在发生的变化,表明机场情报是原则智能机场的主要特点是有效的信息管理,大大提高了机场的准确性和速度,使其成为比传统机场更有效的机场。一个智能机场可以在多个级别上迅速转让技术信息,从而提高机场服务的运营效率和质量,同时为向机场业务伙伴提供高效、高质量的服务提供良好的技术基础,从而为提高效率带来巨大好处^[1]。

2 推进机场商业智慧化转型的意义

2.1 是落实国家部署要求,顺应数字经济发展大势的时代需要

2020年4月1日,习近平总书记在浙江考察时强调:“为了抓住工业数字化和数字工业化带来的机遇,加快3g网络和数据中心等新基础设施的建设,抓住数字经济、生命健康、新材料和未来产业等战略性新兴产业。中共中央关于制定《第十四个国家经济社会发展五年计划》和《2008-2015年长期目标》的建议,建议发展数字经济,促进数字工业化和产业数字化,促进数字经济与经济的深度融合《2020年政府工作报告》建议更全面地推广互联网,并为数字经济创造新的利益^[2]。

2.2 是践行真情服务,提升旅客满意度的客观需要

新时代消费者多是数字原住民或移民,对商业服务的便利化、智能化、体验化要求越来越高。商业服务是民航真情服务和人文机场建设的重要内容,数字化、智慧化是系统实现智慧机场的重要手段。因此,机场商业智慧化转型,事关民航真情服务理念践行,事关人文和智慧机场建设品质。

3 国内机场商业存在的问题

3.1 商业资源规划配置的科学性需进一步提升

目前国内大型机场根据实际经营情况动态调整优化商业零售和餐饮等资源面积具有一定难度,主要原因如下:一是在航站楼流程规划设计时,商业资源面积及分配比例已基本确定,后期根据运营需求对不同业态进行动态调整受到一定限制。餐饮资源换成零售资源可行,但零售资源受航站楼内水、电、燃气、消防等条件限制,调换成餐饮资源很难实现,这种资源置换一般是单向的。二是机场不同业态资源调整涉及到多个法人主体,协调困难。三是商业资源坪效价值最大化评估能力不足,科学的资源调配机制缺少科学支撑。

3.2 机场商业发展的营商环境需更加友好高效

良好的营商环境能够吸引更多的优质品牌。大部分机场的营商环境仍存在改进空间。经营商普遍反映存在管理主体多、管理要求严、报批手续繁、审批时间长等问题,一定程度上增加了商户的经营成本。这些问题不仅直接影响经营商的经济利益,还影响商业资源使用效率及服务品质。国内大型机场在资源整合、业态调整等方面的情况基本相似,受机场特殊场所的安全及运营限制,反应速度落后于市场需求,反而没有中小机场调整的灵活性,特别是受疫情影响的机场商业,对灵活高效的营商环境提出了更高要求^[3]。

4 数字化背景下机场商业智慧化建设的对策

4.1 推进人、货、场的数字化在线化

机场商业智慧化转型,首先要将商业资产当中的人、货、场进行重构,把整个商业的人流、货品、场景都数字化、在线化。一是人的数字化。借助离港系统、人脸识别以及手机定位技术、在线ID身份等,结合“旅客优享+”项目,对机场的线下旅客及线上用户进行画像,如性别、年龄层、常住地、职业、出行目的(旅游或商务)、消费能力、媒体偏好、购买偏好等。同时,借助会员体系、私域流量乃至公域流量,建立与旅客的触达连接。二是货的数字化。把机场线下的“货”通过数字化手段“搬”到线上,并与线上平台的其他货品归集。三是场的数字化。一方面要对传统线下场景进行数字化、智能化改造及创意设计,在候机厅等设立在线智能销售终端等;另一方面要在线上构建PC端、APP、小程序、公众号等机场数字门店。四是人货场的在线化。鉴于旅客大部分空闲时间都通过手机在线,因此要突破物理空间上的限制,把“场”连带“货”都上云上线,开辟机场新的商业发展空间^[4]。

4.2 大数据在智能机场的应用

随着数据的不断积累,大量数据中包含的信息量将逐步增加。对存储的信息数据进行全面分析可以为提高服务效率和质量提供基础。庞大的机场数据系统可以提供机场安全、商业服务和机场车辆管制业务等所有领域的数据支持,从而确保智能机场的有效服务。通过将机场旅客信息与商业服务数据结合起来,可以优化对各种因素的监管,例如柜台、旅客流动、航班和机场服务,从而增加机场的商业收入。通过调整这些影响,预测商业销售并制定有针对性的营销活动。可以通过显示终端内人员流动情况来分析旅客的路线和行动方式;通过分析公司的热工,可以调整贸易资源的分配通过计算每个营业场所的入市率和人口流量的销售转换,您可以在此基础上调整业务类别和服务方法,以优化商店调整策略。

4.3 重构机场商业场景定位及规划

面向数字化、智慧化未来,机场当局应当对机场商业场景进行全新定位及规划设计,以适应未来机场变革及旅客需求变化。一是打造主题机场及航站楼,增加旅客自愿停留时间。从把机场作为交通网络中的节点,转换成城市旅游网络中的景点。二是打造智慧机场,尽量缩短旅客在机场的非自由时间。做好“旅客出行一张脸”,推行出行即服务,在门到门行李服务、无感安检、无感通关取得突破,简化出行流程,减少旅客寻找与等待的时间,同时让旅客心情放松下来,增加主动等待时间。三是基于未来航空出行的场景模式和需求特

点,对机场、航站楼的空间结构、功能布局、设施设备、旅客流程等进行优化重构,使之更加符合未来旅客出行新需求。如基于VR的产品仿真体验,虚拟商铺等。四是对实体店的功能重新定位,转型成为线下体验店,发挥现场体验、商品展示、配送中心、流量收集器等综合功能;而导购的主要职责则是线下引流、线上获客、会员经营等^[5]。

4.4 搭建机场智慧服务平台

未来,机场智慧化建设发展到一定阶段时,以机场资源为整体,搭建一体化旅客数字服务平台,提供航班动态查询、线上缴纳停车费、微信值机、易安检、机场商业查询、航站楼地图导航以及预订酒店房间、餐饮、VIP服务等,打通机场航空业务与非航业务、非航业务之间的消费与服务场景,构建智慧化的机场资源生态圈。例如,线上旅客预定机票的时候,可同步预定餐饮、VIP服务等、预定机场宾馆住宿时,可获赠机场商业消费优惠券,以联合营销促进机场非航收入增加。同时,通过将CRM系统与旅客数字服务平台对接,在服务平台上,机场商业消费积分可用于兑换停车费、机场休息室、行李寄存、机场大巴等消费券,当旅客商业积分达到一定级别后,可免费享受包括VIP专用安检通道、专车接送、免费使用专用停车场等VIP服务。

结束语

总之,构建机场商业数字化生态圈,实现机场商业智慧化融合发展,是机场商业未来高质量可持续发展的路径及方向。机场管理机构要勇于变革,在解决好自身管理存在的资源配置、营商环境等内在问题的同时,要持续增强机场商业的核心竞争力,增强机场商业的国际化竞争能力,实现机场商业资源效益最大化,为机场建设及运营提供支持,整体推动机场高质量发展,助力民航强国建设。

参考文献

- [1]刘廷川,王亚凌,施华刚.机场商业智慧化转型总体设计和路径选择[J].民航管理,2021(02):42-45.
- [2]杜雅萍.疫情后机场商业SWOT分析及趋势探究[J].空运商务,2020(425):40-41.
- [3]王勇,韩燕征,张立斌.智慧机场信息安全保障体系框架初步构想[J].民航学报,2020,4(5):112-116.
- [4]郑蕴修.大型机场运行安全管理的模块化研究:以浦东机场为例[D].上海:上海社会科学院,2020.
- [5]张雷.GIS+BIM在数字孪生机场建设中的应用[J].工程技术研究,2021,6(6):12-14.