

民航倍增工程带来快速发展,但与周边机场相比仍有差距——

洛阳民航, 如何飞得更高



核心提示

12月7日是国际民航日。自去年我市实施民航倍增工程以来,洛阳民航业进入快速发展时期。然而,缺乏市场化运作、口岸功能不完善等问题制约了洛阳民航业的进一步发展。在民航业竞争日益激烈的大环境下,洛阳民航业如何突破瓶颈,实现健康、快速发展?

1 旅客吞吐量快速攀升

“现在回家探亲越来越方便了。”拿着手中的机票,老家在沈阳的张志凯说,以前回家,他要么选择坐20多个小时的火车,要么选择转道郑州。去年,洛阳至沈阳、天津、海口、大连、昆明等地的航线陆续开通,张志凯回家多了一种选择。这是洛阳民航业近年来快速发展的一个缩影。洛阳机场相关负责人介绍,洛阳机场于1987年正式通航,1992年经国务院批准为一类航空口岸。作为全国净空条件最好的民用机场之一,洛阳机场全年可飞时间在350天以上,具备连续24小时不间断运行保障能力。依托优势,从2012年起,我市实施民航倍增工程,当年洛阳机场旅客吞吐量达72.4万人次,同比翻了一番。然而,2012年洛阳机场旅客吞吐量仅排名全国第65位,货邮吞吐量排名在100位之后,且这些业务量多得力于政府的大力支持。一些业内人士表示,洛阳是全国重要的交通枢纽、中西部地区物流枢纽,洛阳机场的市场资源规模和质量在省内仅次于郑州,辐射区域涵盖豫西、陕东和晋南地区,其目前的吞吐量与洛阳城市地位难以匹配。

2 诸多制约因素待破解

洛阳机场纵向比较一直保持平稳发展,但与周边其他机场横向比较,仍发展较慢。究其原因,民航业人士表示,主要是受到市场化运作程度较低,缺乏科学规划和部署等因素的影响和限制。首先,洛阳民航一直采用地方政府主导发展模式,缺乏市场化运作的体制机制,难以增强洛阳机场的竞争力。其次,缺乏具有前瞻性、系统性的发展规划和部署,导致洛阳民航业发展滞后于洛阳经济社会的发展。最后,洛阳机场虽然是一类航空口岸,但由于洛阳机场限制外籍飞机执飞国际(地区)航班,增加了开辟航线、选择航空公司执飞的难度,使洛阳国际(地区)航线航班长期处于低水平维持的状态。此外,洛阳处于郑州新郑机场的辐射范围之内,因此在进行客源市场的开发时,竞争不可避免。而郑州作为省会城市,其机场竞争力较强。

3 多措并举促民航业腾飞

市口岸办相关负责人表示,针对上述难题,我市将加快洛阳机场改革发展步伐,树立“大交通、综合交通、产业交通”理念,建立健全民航业发展综合机制,促进洛阳民航业健康、快速发展。一是加大体制机制改革创新力度,采用股权多元化的方式组建洛阳机场发展公司,为洛阳机场企业化运作奠定体制机制基础。二是完善我市综合交通体系布局,一方面,规划建设城北综合交通枢纽,实现飞机与城市轨道交通、公交快运、长途客货运的“客运零距离换乘和货运无缝隙衔接”;另一方面,开通洛阳机场至三门峡、济源等主要客源城市的长途快运和到机场辐射区内主要旅游景区、景点的旅游专线,为乘客、游客提供方便、快捷的交通运输服务。三是巩固完善航线航班网络布局,做大航空运输总量。加大以洛阳为旅游目的地的航线培育和旅游产品开发力度,提高航空旅游档次。同时,提升管理水平,改善服务条件,增强洛阳机场的服务保障能力。四是加快对外开放工作步伐,完

善洛阳机场一类航空口岸功能。尽快将洛阳一类航空口岸扩大开放即对外籍飞机开放补充列入国家“十二五”口岸发展规划;加大国际(地区)航线航班开发工作力度,尽快使出入境旅客在每年5万人次以上;积极争取洛阳72小时过境落地免签等政策。五是高水准做好洛阳航空港经济区规划建设。充分利用我省打造中原经济区核心增长极——郑州航空港经济综合实验区的机遇,规划建设洛阳航空港经济区。高水准做好洛阳航空港经济区规划编制工作,立足洛阳机场及周边区域的优势和条件,将洛阳航空港经济区打造成我市经济结构调整和产业转型的新高地、洛阳新型城镇化实验区。

本报记者 戚帅华 李松战 通讯员 郭新峰

国内首个企业家易物平台进入我市

中小企业可借此实现以物易物

本报讯(首席记者 石蕊璞)在企业间的贸易中,如果一家企业从另一家企业买货而不付钱自然是行不通的,但如果用库存积压产品或服务来换取所需货物,就可帮企业同时解决资金和库存两大问题。昨日,国内首个企业家易物平台——“易物天下”正式进军洛阳,我市中小企业可通过该平台实现以物易物,破解生存发展难题。2010年,我国首个专业性易货电子商务平台——“易物天下”正式启动,将现代互联网技术嵌入到古老的以物易物交易模式中。目前,“易物天下”在全国拥有200家控股子公司、近百万名注册客户,已在各地举办见面会近万场,组成了遍布全国的多元化营销网络体系。“易物天下”主要包括四种交易模式:“易物清库”,即清理库存,换成容易变现的产品;“易物采购”,即用自己产品的成本价换到市场价的产品;“易物营销”,即在产品换出去的同时,商品接触了更多潜在客户,拓展市场;“易物投资”,即通过以物易物,达到资产增值的目的。我市中小企业可借助该易物平台,在易出其库存滞销产品的同时,易入原本需要现金才能买回的原材料等产品;同时还可以低成本甚至零成本方式,快速地进行市场扩张,弥补企业在经营中所遇到的市场拓展渠道窄、成本居高不下等问题。易物作为现金交易方式的一种补充,可帮助中小企业解决现金流周转困难、开发客户渠道受限、库存产品积压等问题。

手机预装软件有利可图,驱使商家抵触自行刷机行为——

重装操作系统, 手机不保修?

近日,有关用户自行对手机操作系统刷机(重装操作系统)后,相关生产企业不予保修的现象引发媒体关注。记者在走访我市市场时发现,类似现象已成“行规”。市消协相关人士认为,手机刷机后是否能享受保修服务,应根据不同情况区别对待,商家“一刀切”的做法并不合理。

用户自行刷机,商家拒绝保修

“为了让手机运行更快,当时我自行给手机刷机,没想到却因此影响了保修。”市民周宇毅说,10月,他看到网上有自行优化操作系统可供下载,便自行进行了更新。前几天,手机摄像头无法对焦,售后服务人员却以自行刷机为由拒绝保修。市民李瑶瑶说,新手机买回来后,手机自带软件就有40款,大部分软件根本用不上,占用大量手机内存。这些预装软件无法直接删除,后来通过刷机才删掉。可是,手机使用2个月后就出现黑屏需要维修,售后服务人员以自行刷机不予保修为由,要求她支付维修费用。在采访中,不少商家表示,用户自行刷机,手机将难以享受保修服务。

利益驱使商家抵触刷机行为

“手机的原始操作系统,本身附带软件并不多,许多预装软件是商家后期安装的。”手机经销商赵谦说,正规企业生产的手机,系统预装的软件大多不会在后台偷偷运行,耗费流量。不过,只要手机厂商在手机中内置相关软件,软件开发企业就会给其一定的推广费用。因此,手机厂商通常会限制手机操作系统的后台权限,使消费者无法自行卸载这些预装软件。有些手机制造商除了研发手机外,还开发一些软件,将开发的软件直接内置于手机操作系统中,以此扩大软件的市场占有率,推送广告信息。

从事手机维修工作的陈博说,用户自行刷机可能误删除操作系统核心文件,导致手机无法正常使用。这些虽对手机硬件没有影响,但会增加售后服务成本,为了减少麻烦,一些商家制定“消费者自行刷机不保修”的条款。

商家不应“一刀切”

“对消费者自行刷机后能否享受保修的问题,商家应分情况来对待,‘一刀切’的做法不合理。”市消协工作人员认为,消费者自行刷机的做法是对手机软件进行修改,并未对手机硬件进行拆装。因此,如果消费者的手机硬件因质量问题出现故障,商家仍应提供三包服务。如确因消费者自行刷机造成手机出现故障无法修复,商家有理由不承担责任。

消协人士提醒消费者,现行的手机三包规定并未对手机软件方面的售后服务做出明确规定,消费者如果确需刷机,最好到售后服务点请专业人士代为操作。同时,消费者每次到售后服务点进行保修时,应索要维修记录,以便日后维权。 本报记者 王蕾

名词解释

刷机,手机行业的专业术语,是指通过一定的方法更改或替换手机中原本存在的一些语言、图片、铃声、软件或者操作系统。通俗来讲,刷机就是给手机重装系统。刷机可以使手机的功能更加完善,或者使手机还原到出厂状态。目前市场上常见的安卓系统手机出现系统损坏,造成功能失效或无法正常开机时,可用刷机的方法恢复。刷机可以是官方的,也可以是非官方的。

讣告

吾夫田耀齐,生前曾任中共洛阳市委常委、副市长、组织部部长,焦作市政协副主席等职务。1985年离休,享受副省部级医疗待遇。因病于2013年12月3日凌晨1时37分不幸去世,享年93岁。定于2013年12月7日(周六)上午9时在洛阳殡仪馆万安厅举行遗体告别仪式,敬请吾夫生前好友及亲属于当日8时在洛阳市教育局(市委原址)门口和八一路龙柏大厦(市电业局)门口乘车前往。 妻:高俊 媳:张丽华 子:田光明 媳:王伟 女:田英瑞 婿:梁永茂 田萍 刘云生 田军 白峻岭 及孙辈、重孙辈 泣告

各种人造节日纷至沓来,今年尤其盛行——

商家缘何“造节”成瘾

核心提示

“双十一”的热闹景象还没有散去,“双十二”又已临近。因12月12日的谐音与“要啊要啊”相似,众多商家纷纷将此作为噱头,又推出各种优惠活动,卖力吸金。如今商家的人造节日越来越多,从“羊绒节”“羽绒节”“女人节”“翡翠节”,到“5·20”、会员日、店庆等,五花八门的人造节日让消费者眼花缭乱。商家为何“造节”成瘾?与传统节日相比谁更具吸金能力?

商家热衷“造节”

人造节日不是新词,但今年尤其盛行:第一个引起关注的应该是1月4日,电商以“示爱”为名发起了促销大战,当日国美打出“爱疯抢”宣传语,以iPhone5为噱头,推出全场满返赠券活动;亚马逊网站抓住年轻人心理,推出爱你一生一世珠宝秒杀专题;连以卖书见长的当当网也来凑热闹,推出一系列爱情题材图书,且售价均为13.14元。

而后,在“5·20”“11·11(光棍节)”等日子,淘宝、京东、当当、唯品会等电商都推出了声势浩大的促销活动。仅“双十一”当天,天猫总成交额达到350.18亿元,同比增长83%。“双十一”刚过,电商又开始为“双十二”的促销活动造势。

除了电商外,实体商家也越来越热衷于“造节”。像上个月,南昌路某大型百货商家迎来了周年庆,场内不少品牌推出了五折的优惠活动。而丽新路某商场,几乎每月都有“节日”促销活动,以提高人气。

据了解,目前除元旦、春节、五一、十一外,三八妇女节、七夕节、老人节等诸多节日都成为商家们营销的重点,再加上各大商场的会员日、周年庆,大大小小的节日营销有二三十个。

拉动销售明显

“各大商场的节日营销越来越多,与今年的整体经济环境有关。”洛阳中央百货相关负责人说,经济疲软、消费意愿不强、电商冲击等多重因素,使得今年国内的百货业绩普遍出现下滑,而如今不少消费者又养成了“无节不消费”的习惯,为此,商家只能通过各类节日提高人气,拉动销售。

与传统的节日相比,人造节日对销售的拉动更加明显。“今年十一黄金周前三天的销售额与去年基本持平,反倒是‘双十一’等节日的销售额同比有了明显的增幅。”某百货商家说,现在一到节假日,市民纷纷出游,自然在本地消费就少了。而百货业严重的同质化现象,又很难吸引外来游客进店消费。

“专门为消费者打造的节日,对商场平日的销售提升是立竿见影的。”某品牌珠宝店工作人员乔杨说,像目前他们推出的“翡翠玉石节”,日销量比平时增长了近10倍。

造节逐利不能过头

业内人士表示,人造节日眼花缭乱的背后是商家的逐利之争,而眼下这种逐利所带来的“甜头”也将使“造节营销”成为一种趋势。那么未来传统节日的营销会被人造节日所取代吗?

“两种节日营销并无冲突,目前人造节将与传统节日营销互补,一起成为商家销售的手段,而且节日促销模式正逐步走向常态化、均衡化。”洛阳经济社会研究中心首席研究员席升阳说,传统节日的主要特点是基于民族习俗、亲情和政治纪念,商业行为的接入需要嫁接,需要有消费者的情感转向。而当前盛行的人造节日直接来自于商家的创意,直接为商业服务,不需要嫁接与转向,消费者也在逐步认同,其前景广阔。

不过,王府井百货相关负责人翁捷认为,“造节”促销最终的目标是达成商家与消费者的“双赢”,促销要多些实实在在的让利,而不能走形式,如果丧失了消费者的信任,就会适得其反。

本报记者 尧晓芳



与我无关

新华社发 张大鹏 作

延伸阅读

迎接“双十二”,买卖双方都有点“冷”

记者近日走访了解到,我市不少消费者对“双十二”态度较为平静,而一些商家也表示,不会在“双十二”期间投入太多热情。

“今年‘双十一’过后,网上不少商家还在自行延续开展各类促销活动,部分商品价格与‘双十一’期间持平。”市民邵立波说,“双十一”当天,为了抢到自己心仪已久的一件羽绒服,一直熬到凌晨3点多才睡觉。谁知过了两天才发现,同款羽绒服仍在促销,价格也没有调高。由此可见,“双十二”很可能出现同样情况,自然没必要再去疯狂抢购了。

市民蒋欣说,“双十一”期间自己图便宜,购买了八九件不必要的服装和家用电器,过后想退货又难上加难,因此,肯定不会再关注“双十二”了。

“参加电商平台的集体促销活动太累,实际上也没赚到多少钱。”开网

店经营茶叶生意的宋子铭说,为了迎接“双十一”,店内提前20天筹备货源,售前、售后人员都通宵熬夜接单、发货。“双十一”当天店里接到1000余个订单,是平时接单量的5倍。不过,在随后的半个月时间内,店内产品销量一路下滑,有时一天都没有一个订单,这样的落差让他很失望。他打算参加“双十二”活动,还是根据自己的计划安排促销活动比较合适。

“一些大型网店不怕顾客差评,但类似我这种个人小网店可承受不起差评。”开网店做儿童鞋帽生意的杨占立说,今年“双十二”期间,一些电商特别针对小型网店开展促销活动。可是,届时物流公司接单量激增会导致顾客收货时间延长,一旦有顾客不满,收货时给商家一个差评,不仅网店信誉受损,今后的生意也会受到影响。考虑再三,他还是决定不参加“双十二”促销活动。(王蕾)