

大力開通直航增競爭力 打造消費中心吸客源



機場日漸成為城市經濟發展重要項目。眾多城市希望將機場打造成商業中心，吸引旅客。圖為美國亞利桑那州鳳凰城天港國際機場。網上圖片

促地區經濟發展 機場變身商業城

隨着航空服務急速發展，機場成為旅客對城市產生第一印象的地點，更成為城市經濟發展重要項目，令機場競爭步向全球化。有機場為在競爭中脫穎而出，近年大力發展直航航班，並將機場打造成商業中心，以吸引旅客。美國達拉斯沃斯國際機場(DSW)行政總裁多諾爾表示，由於大型免稅店可吸引旅客購買化妝品、衣服及珠寶等消費品，而國際化的服務，亦有助吸引企業遷移到機場附近，不少商界及政界領袖已意識到，開設高級機場，是促進地區經濟發展的關鍵一步。

各國航空服務愈來愈具彈性，加上低耗油長途客機面世，現時不少航班已無需經中轉站，直達許多二線城市，例如美國查爾斯頓及奧斯汀等城市的小型機場，現時亦已設立直飛歐洲的航班。多諾爾稱，他5年前上任時，機場考慮的競爭對手，只是芝加哥、亞特蘭大、洛杉磯等美國大城市，但現時對手已包括不少較小型的城市，國際主要對手則是新加坡、阿聯酋迪拜及德國法蘭克福等城市。

拓展零售餐飲增收入源

航空業轉為機場帶來新機遇，不少機場近年積極提升餐飲質素，在機場引入餐廳及連鎖店，並發展零售業務，帶來其他收入來源。被視為全球最佳機場之一的新加坡樟宜機場，在購物、餐飲及消遣娛樂均積極拓展，由電影院到蝴蝶園、滑梯到游泳池應有盡有。樟宜機場前年接待6,220萬人次旅客，與航空服務無關的收入則達到18億美元(約141億港元)。

人均消費約29美元(約227港元)。

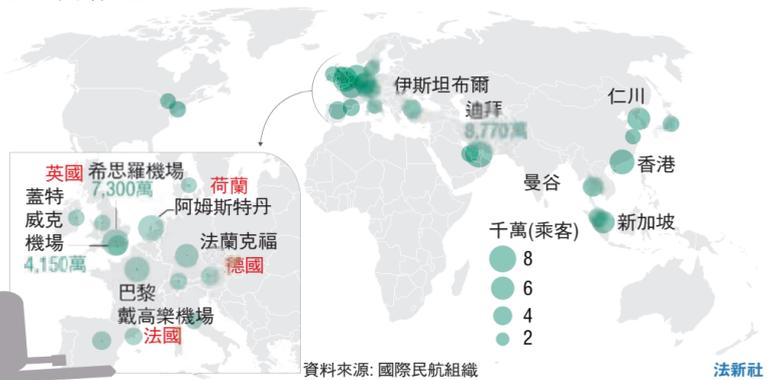
直言與購物中心無不同

美國亞利桑那州鳳凰城航空服務總監、負責管理鳳凰城天港國際機場的貝內特直言，「我們就是購物中心的發展商。」美國機場自1992年以來，一直在旅客購買機票時，額外徵收「乘客設施費用」(PFC)，隨着機場設施發展，費用已由初時的3美元(約23.5港元)增至4.5美元(約35.2港元)，為機場每年帶來30億美元(約235億港元)收入。機場管理公司近期更尋求當局批准，將費用增至8.5美元(約66.6港元)。



新加坡樟宜機場變身購物天堂。資料圖片

全球最繁忙機場 2017年乘客數量



資料來源：國際民航組織

法新社

翻新改善體驗 轉型旅遊景點

航空業發展持續蓬勃，航空公司為增加競爭力，致力改善服務，其中一個方式是投資翻新機場，改善乘客體驗。美國航空公司去年3月簽訂合約，參與芝加哥奧黑爾國際機場的85億美元(約666億港元)翻新計劃，而根據國際機場協會北美分部的資料，在洛杉磯、紐約以至亞特蘭大等地，數十個機場會於未來數年間斥資千億美元「變身」。

游說官員興建新跑道

美國另一航空公司達美航空，亦宣佈將於未來5年投資120億美元(約940億港元)，翻新多個機場樞紐，包括洛杉磯、鹽湖城及紐約拉瓜迪亞機場等。亞特蘭大機場為達美航空大本營，達美亦計劃翻新該機場大堂，並游說亞特蘭大政府官員興建新跑道。

紐約肯尼迪國際機場去年10月宣佈，斥資130億美元(約1,018億港元)進行翻新，當中包括由捷藍航空提出的新翼擴建計劃，涉資30億美元(約235億港元)。洛杉磯國際機場亦在翻新和興建新客運大樓上，投入逾140億美元(約1,097億港元)。部分機場更在細微處着眼，芝加哥、洛杉磯和丹佛等地的機場，均為候機旅客引入更多零售店和充電站，提升顧客體驗。

辦啤酒節巡遊增消費

美國各地機場亦雄心勃勃，希望提高對旅客吸引力，例如丹佛國際機場便舉行啤酒節吸引旅客，匹茲堡機場去年更容許非旅客接

受安檢後，進入禁區的商店和餐廳消費，吸引更多人流；辛辛那提和北肯塔基國際機場則安排可愛的迷你馬在大樓內巡遊作為「噱頭」。

美國不少機場除進行大規模翻新工程和加建跑道外，亦引入新理念和活動，希望單純從運輸關卡，轉型為旅遊景點，甚至吸引非旅客前來消費。資料顯示，單在2017年，美國機場的資本開支按年大增24%，達127億美元(約995億港元)，是2010年以來最大升幅。

代表負責擴建工程企業的機場顧問委員會稱，在未來5年，中型及大型機場將投入最少700億美元(約5,485億港元)資金，當中大部分用作翻新和擴建客運大樓，以及其他昂貴工程，同時亦加建航班門口、購物和餐飲等設施。



紐約肯尼迪國際機場斥巨資進行翻新。資料圖片

節省空間人手 自助販賣機熱

不少旅客在登機前會逛一逛機場免稅店和其他商店，故機場商店的收入一向可觀，但近年情況有所改變，北美50大機場的零售收益自2012年至今下跌一成。為了吸引消費者，各地機場決定推陳出新，引入不同品牌的自助販賣機，貨品更五花八門，包括售賣衣服、化妝品、電子產品和高檔食品。由於自助販賣機體積不大，可擺放在一些角落，有效善用機場空間，且無須聘請人手，可24小時提供服務，對機場和商戶都是雙贏，吸引愈來愈多企業選擇以這形式進駐機場，例如日本休閒服裝品牌Uniqlo和美國化妝品名牌Benefit。三藩市國際機場官員估計，Uniqlo設在當地的自助販賣機，每月收益約1萬美元(約7.8萬港元)。



自助販賣機在機場受到歡迎。網上圖片

販賣奶凍銷售量飆升

部分機場選擇引入特色食品及飲料販賣機，包括熱湯和日本拉麵。聖路易的蘭伯特機場從當地企業引入奶凍，在2015年推出後大受歡迎，首年便售出1.5萬個，翌年銷售額更上升25%。然而並非所有自助販賣機取得成功，自助販賣機公司Zoom Systems在2015年因經營困難而無力償還債務，被迫申請破產。鞋商Flat out of Heels曾於2013年在亞特蘭大機場設自助販賣機，售賣女裝平底鞋，結果販賣機經常因接收訊號問題，無法處理信用卡付款，擺放兩年後終被移走。



美國達拉斯沃斯國際機場為國際旅客提供快速通關服務。網上圖片

新科技便登機 提升待客效率

新加坡樟宜機場為擴大處理客流量，前年建成4號客運大樓。負責管理的樟宜機場集團(CAG)表示，大樓營運首年共接待逾800萬旅客人次，佔機場全年整體客流量近半，並處理逾4.2萬班航班及220萬件託運行李。

旅客自行貼行李標籤

4號客運大樓不單提高樟宜機場客流量，亦向機場提供機會測試新技術，如大樓設立自動化登記系統，容許旅客自行辦理登機手續及貼上行李標籤，並試行人臉識別技術及集中進行安檢等措施，令大樓接待旅客效率提升20%。

樟宜機場在2015年斥資3.23億港元(約18.5億港元)，在1號客運大樓進行升級工程，預期今年完成。今次升級主要增加自助登機櫃台及自助行李託運機，同時將大樓的處理旅客能力提升300萬人次，令機場整體處理客流量增至8,500萬。

不斷升級帶來新鮮感

CAG發言人伊萬·陳表示，隨着航空需求持續增長，集團積極提升機場處理客流的能力，同時善用機會推行新技術，提升運作效率及優化資源分配。

38歲銷售經理德里克·陳歡迎機場的改革措施，表示在不少機場日益老舊及追不上現今需求下，樟宜機場不斷升級，能為旅客帶來新鮮感。退休人士阿蘭·吳則認為，機場在工程期間未有造成塵土飛揚及產生噪音，值得一讚。

綜合報道



土耳其伊斯坦布爾新機場將成為歐亞空中橋樑。資料圖片

歐亞空中橋樑 奪建築設計獎

全球各地機場為加強競爭力，不惜斥巨資翻新及提升設施，土耳其伊斯坦布爾新機場去年10月揭幕，佔地7,650萬平方米，每年可應付兩億人次客流量，成為全球最大型機場之一。土耳其政府除將機場視為總統埃爾多安的個人政績外，亦計劃將它打造成世界級航空樞紐，與中東和歐洲地區其他大型機場競爭，爭取成為長途旅客的中轉站，以至

連接歐亞的空中橋樑。

伊斯坦布爾新機場曾於2016年柏林「世界建築節」贏得設計獎項，耗資120億美元(約940億港元)興建，僅花3年半便竣工。由於新機場有別於西歐其他大型機場，不受嚴格環保條例監管，加上據波音公司估計，來往歐亞的航空交通需求在未來20年增至2.6倍，伊斯坦布爾機場將可加強作為歐亞之間樞紐

機場的角色。

機械人能講多種語言

另外，亞洲不少機場希望利用嶄新科技，改善旅客使用機場的體驗，讓他們視機場為一個值得探索的景點。韓國仁川機場2號客運大樓去年初揭幕，機場內設有自動機械人，協助處理旅客需要，不但可掃描登機證和帶領旅客至登機閘口，而且能以韓語、英語、普通話和日語與旅客溝通，其中一款機械人更可處理清潔打掃工作。

綜合報道