

世界范围航空运输会议：自由化的挑战和机遇

2003年3月24日—29日，蒙特利尔

议题 2： 审议自由化的关键管理问题

2.5： 产品分销

计算机定座系统的行为准则

（由巴林、埃及、伊拉克、约旦、黎巴嫩、利比亚阿拉伯共和国、摩洛哥阿曼、卡塔尔、沙特阿拉伯、苏丹、叙利亚、突尼斯、阿拉伯联合酋长国、也门和巴勒斯坦观察员提交）²

摘要

本文件阐述了有关计算机定座系统行为准则的最新发展，并强调了阿拉伯国家在这个问题上对某些管理方法负面影响的担忧

会议的行动在第4.1段。

1. 引言

1.1 国际民航组织（ICAO）已经建立了一套计算机定座系统（CRS）的行为准则来管理和确保不同航空公司之间的公平竞争基础，并向消费者提供充分的有关机票价格和条件等旅行信息（例如：航空承运人、飞行时间等）。

1.2 国际民航组织制订的规章在世界范围确立了一个非歧视的框架以促进公平竞争，许多国家（或地区）已经在他们的国家法律中建立了一套行为准则来管理计算机定座系统，例如经济委员会（EC）各成员国、美国和阿拉伯国家。

2. 讨论

2.1 多年以来，航空运输业发生了许多变化，特别是当一些航空公司装备了计算机定座系统或其他等同的产品分发渠道以后，这致使一些地区管理当局在通过的行为准则中审议某些实施标准，同时也

¹ 阿拉伯文本由阿拉伯民航委员会（ACAC）提交

² 阿拉伯民航委员会（ACAC）成员

导致了某些管理方法偏离了公平竞争的方向以及造成航空公司之间的歧视现象。我们想就这个问题，对这些管理方法提出我们的立场和忧虑。

2.2 进入不同的销售媒介

2.2.1 独立于国际销售系统之外的网上直销或其他定座系统还没有达到所要求的力度以更大程度地改善新的旅行服务销售。另外，大量定座系统是根据计算机定座技术建立的，例如Abodo和Amadeus。Travelocity、Expedia和Worldspan这些实例代表了旅游网站和计算机定座系统之间的关系。

2.2.2 众所周知，采用四种计算机定座系统进行的计算机定座占总定座量的70%以上。除依靠旅行社预定和售出的机票之外，许多航空公司都采用象Amadeus和 Sabre这样的定座系统。这些定座系统之所以享有很高的使用率，是因为它们把技术发展的优势与预定和旅游市场紧密结合起来缘故。对那些拥有自己的预定系统的航空公司而言，他们逐渐地认识到与那些更大规模的航空公司进行这方面的合作，将不但能确保更好的服务质量，而且能避免为跟上新技术的发展所需的巨大投资的压力。

2.2.3 因此，我们对取消进入销售媒介的非歧视控制和管理费用的建议给予认真的考虑。

2.2.4 取消对计算机定座系统控制的唯一结果将导致较大规模航空公司的利益战胜较小的航空公司。在这种情况下，最终的后果是大规模的航空公司将继续把他们的产品销往各个角落，而较小规模的航空公司则没有机会进入销售渠道，从而使这些航空公司的营销能力下降。

2.3 市场信息数据库

2.3.1 这些数据库对于那些可以承受的航空公司来说已经成为强有力的营销工具，特别是那些价格昂贵且存有各种详细信息的综合性数据库。同时，这些数据库的设计是经过管理当局审议的。以下对于不同航空公司提供更多竞争机会具有极端的重要性：

- a) 允许所有的航空公司进入这些数据库；和
- b) 在国际领域对信息的详细内容进行协调。

在某些特定的地区或国家限制提供详细的信息，使这一地区的航空公司可以专心于本地区的经营，减少竞争的冲击，同时依然能够在可以获得更多有关航空公司销售情况的其他地区保持较强的竞争力。这种情况将阻碍行为准则提供公平基础以促进竞争的潜在能力。

2.4 向航空集团销售航空数据库

2.4.1 计算机定座系统对航空数据库的定价使得中小规模的航空公司没有能力购买综合性数据库，而只能购买那些仅包括本地市场信息的数据库，这限制了他们扩大市场的能力，降低了他们在新的市场上的竞争力。

2.4.2 因此，行为准则允许一些航空公司团体集体购买这些数据库，以便能使某些航空公司购买这些数据库，但未对“团体”加以定义。

2.4.3 团体购买的目的在于给中小规模的航空公司以更多的竞争机会，我们建议国际民航组织批准团体购买的概念，并界定“团体”的定义。

2.5 利用计算机定座系统进行销售的优势

2.5.1 为增加市场份额，计算机定座系统采用了对参与者的奖励制度。原先取决于总的定座量的衡量方式导致了对定座系统优势的滥用，虚假定座阻碍了真正的消费者享用航空服务，特别是旅行社高峰季节的座位预定。因此，我们认为为了让所有的消费者能够得到所需的旅行服务，对定座系统的恰当使用应进行严格的控制。

2.6 通过定座系统显示的信息

2.6.1 定座系统仍占航空公司销售的70%以上，特别是对中小规模的航空公司而言。到目前为止，还没有一个可以和因特网并驾齐驱的销售渠道。因此，一个与计算机定座系统同样值得信赖的平行竞争销售渠道还没有在国际水平上建立起来。

2.6.2 因此，对消费者而言，通过代理人的定座系统所提供的旅行预定必须具备更好的透明度，它应该维持现有的管理规章，确保某些航空公司提供的行程不得以非竞争的方式取胜于其他公司。

3. 结论

3.1 在自由和竞争的环境下对计算机定座系统的管理，迫切需要一种避免歧视和促进公平竞争的作法，特别是在关于运价和进入销售手段方面。

3.2 为了在管理计算机定座系统方面维持一个健康的竞争环境，需要对所有的航空公司给予和提供进入市场信息数据库能力方面的帮助，同时在国际水平上对这些详细信息进行协调。

3.3 为了促进非歧视原则的实施，和在计算机定座系统方面提供市场准入的机会，一方面需要批准作为航空公司“团体”对市场信息数据库的团体购买，另一方面，出于对计算机定座系统公司利益的考虑，需要对“团体”进行定义，应包含以下几种情况：

- a) 相互合并的航空公司；
- b) 整体的国际旅客数量低于每年2 500万的航空公司团体，每个“团体”不得超过6个航空公司；
- c) 每年的国际旅客数量超过600万的航空公司加入任何团体购买市场信息数据库；
- d) 在团体中的任何一家航空公司可以采用与同一团体中其他航空公司相同的分析规则。

3.4 执行上述的规则和控制将限制较大规模的航空公司因对市场信息数据库的特别需求在计算机定座系统上的相互合作，这将影响市场信息数据库的销售收入，但却允许小规模航空公司，在这个定义下，获得与较大规模航空公司相同的信息。

3.5 关于通过旅行社的定座系统向消费者提供信息的透明度，因为他们受计算机定座系统行为准则的规定的保护，防止某一航空公司取胜于其他航空公司，这是公平竞争最重要的一点。

4. 会议的行动

4.1 请会议:

- a) 批准第3段的结论;
- b) 敦促地区小组不要对计算机定座系统的行为准则进行修订，否则将导致航空公司之间的歧视和损害公平竞争的原则；和
- c) 要求国际民航组织根据第3段的结论，对国际民航组织的计算机定座系统的行为准则进行适当修订。

—完—