

何时买机票最便宜并无规律



实验 网传说大多并不正确

记者选取了国内五大互联网机票购买平台,包括飞猪、携程、美团、途牛、马蜂窝等;地点方面选取了北京出发至国内两地——上海、成都,北京出发至国外两地——上述网友所述的首尔和较远的布宜诺斯艾利斯,王小山所述“利马至布宜诺斯艾利斯”等五地的机票;出发时间统一选取实验时间一个月后的11月10日为例;实验时间主要为10月10日上午、下午及凌晨;12日早上、中午、晚上及凌晨四个时间点。

调查发现,凌晨买机票便宜、早上买机票便宜、机票越早买越便宜、越搜价格越贵等说法都不完全正确。

凌晨买机票有时反而贵

实验证明,凌晨买机票有时能便宜,但大多数时候并不能;不同平台、不同航班的情况都不相同,需要区别讨论。

在记者实验的两天五个平台中,美团网10日24点从北京到成都的机票为全天最低价650元,上下午价格为678元,美团网利马到布宜诺斯艾利斯的凌晨机票价格为全天最低,直飞航班价格为5170元,上下午直飞航班为5234元,同航线在凌晨时还出现了1774元的低价机票,不过该价格为转机两次的航班,上下午转机一次航班的最低价格为3446元和3434元。

马蜂窝10日查询北京到成都的价格,凌晨比上下午便宜了2元,从692元降为690元,北京到布宜诺斯艾利斯的价格,凌晨的航班最便宜,有4493元的,上下午最低价格机票分别为4605元和4502元。

但也有凌晨买反而贵的例子。比如10日查询携程网北京至成都的机票,凌晨售价709元,高于上下午的695元和696元;北京至布宜诺斯艾利斯的最低机票价格也比上下午的4880元和4975元高,为4990元;12日查询的利马至布宜诺斯艾利斯的直飞航班最低价格为5119元,远高于其他时间点直飞2125元的价格。

“越搜索越贵”的说法并不成立

在记者调查的时间内,共搜索机票超过200次,远高于普通旅客购买机票前查询搜索的次数,但并没有发现机票价格普遍随着搜索次数大幅上涨的情况,“越搜索越贵”的说法也不攻自破。

机票价格上涨的情况确有发生,主要发生在国际航线中,如北京到布宜诺斯艾利斯的航线,没有直飞航班,旅客只能选择转机一次或两次前往,而转机地也不同,转机一次可从达拉斯、纽约、多哈等地转机,转机两次的可选方案就更多了,航班价格与每趟航班的价格波动都有关系,因此变动比较大。

如飞猪12日中午搜索该航线转机两次的最低价格为4411元,到了晚上就涨成4606元,不过只转机一次的机票价格却稳定在4695元不变,而到了凌晨又降为4411元;携程网12日中午查询该航线转机两次的价格为4817元,晚上涨为4944元,凌晨转机两次的价格又涨了些,高于转机一次

的4976元。与之相对比,携程12日早上该航线的最低价格为4880元(转机两次)和4975元(转机一次),中午再次搜索时这一价格降到了4817元(转机两次)和4909元(转机一次)。

机票并不是越早买越便宜

经记者实验,尚不能发现买机票最便宜的时间点,因为机票价格好像并无统一的规律可循,各个平台及航线的价格都有所区别。

上文已经对凌晨买机票最便宜的说法进行了反驳,不过也有另一种说法是“早上买机票最便宜”,据称有些网站早上“放票”。不过,早上的价格也并非是一天中最低的,如12日搜索目标日北京至布宜诺斯艾利斯的价格,飞猪早上的价格是4606元,但其余时间有4411元的低价票;携程早上的价格4880元,其余时候会有4817元等价格的机票。因此,早上机票最便宜的说法也不绝对。

国内机票价格各平台几乎相同

在实验中记者发现,国内航线的价格,各平台的票价都几乎相同,如北京到上海的航班,一直维持在540元,各平台的价格较为一致,马蜂窝有时送“券”,优惠10元以内的价格,不过基础票价都是统一的。北京到成都的价格在12日查询时也比较一致,稳定在590元。

在国际短途航线中,一些平台提供转机方案,会有更加优惠的价格,不过耗时也会增加不少,直飞航线各家最低价格有所差别,但幅度也多在几十元左右。如北京至首尔,目标日的直飞价格在1106元到1156元不等。

解密 机票价格变化为啥这么大?

实际上,早在2016年2月,民航局就曾下发通知,要求“销售代理企业不得向旅客额外加收客票价格以外的任何服务费”,也“不得通过恶意篡改航空运输企业按规定公布的客票价格及适用条件、捆绑销售等违规手段,侵害消费者和航空运输企业权益”。也就是说,这些OTA网站、互联网订票平台等,都不能加价销售机票,只能以航空公司的机票定价为准。

那么,这些网站如何赚钱呢?一位业内人士坦言,OTA网站或者旅行平台的机票业务“几乎不赚钱”,主要是“赚流量”,这些机票为其带来了目标用户,再向其推销其他佣金较高的业务,由此获得盈利。不过,代理机票也并非完全“免费”,航司还是要向这些网站支付手续费,根据民航局规定,手续费是“按每张客票定额支付”。也就是说,每售出一张机票,网站赚取的金额是固定的,不会因“大数据杀熟”或其他原因带来的机票上涨而增加。

那么,为什么大家感觉机票价格变化这么大呢?这就需要了解大家在网站看到的机票是如何定价的。

机票的销售价格是非常复杂的定价体系,多元且实时变化。据业内人士介绍,机票价格的制定权在航空公司手中,全价票的制定需要通过物价部门的审核,

日前,作家王小山的一篇怀疑被互联网订票网站“大数据杀熟”的微博再次引起热议,尽管网站及时出面澄清,不少网友依旧对价格波动较大的机票表示不满,机票价格变化如此之快,真的不是航空公司在捣鬼?加之前不久,一篇“机票半夜买,不要疯狂搜”的微博被许多网友转发评论,“搜一次涨价一次”“半夜一看降价了”等说法更是引发讨论:机票价格到底什么时候最低?是不是真的存在“越搜索越贵”“大数据杀熟”等情况?对此,北京青年报财经实验室进行了实验。

而各种舱位也就是不同折扣的机票也是航空公司的专门的定价部门根据历史情况、市场需求、运力等情况综合考量而得出,如一条黄金周的热门航线,定价最低舱位是售价6折左右的机票;不过该价格会实时变化调整,比如该6折机票销售情况不好,被查询次数较少,那航空公司会再次放出更低价格的票,如4折左右,持续关注市场状况。

那么我们从OTA(在线旅行)网站买票时看到的价格是否就是航空公司的实时定价?答案也是否定的。据介绍,航空公司放出的机票会统一进入GDS(全球分销系统)中,目前中国只有一个GDS“中航信”,全球范围内还有多家GDS,他们的资源可以互通。而这些OTA网站的价格都是从GDS上“扒”的。在消费者搜索机票时,网站会上GDS获取一份机票价格,最为关键的是,当消费者确定购买机票下单时,OTA网站会再次与GDS确认最新票价,并将该价格返回给消费者,作为实际支付的价格。

为什么消费者有时查询到的机票和下单时的价格会不一样?这里的关键是,OTA需要两次与分销系统确认机票价格,而其中更新的时间差,就是消费者看到价格的变化。一种情况是航空公司在GDS上更新不及时,造成消费者查询与购买时的价格不一致,另一种情况是,消费者下单较晚,在这期间,特价票已售完或被调整,仅剩价格较高的舱位。据介绍,越热门的航线和航班,价格变动越快。当然,也存在消费者下单时的价格低于搜索时的价格的情况,此前也曾有报道。

在王小山抱怨同航班自己买的价格比较高之后,飞猪也曾给出解释:航班变价往往容易被大众误解为大数据杀熟,实际上航班价格变动通常由两种原因造成:一是航司变价导致的,所谓变价是航司的座位库存和运价变化导致的价格波动,不论在航司官网、平台或代理机构搜索购票均存在这种情况,价格可能变高,也可能变低。尤其对于国际航班,由于全球旅客均在搜索预订,舱位和价格变化更为频繁,故更易发生变价;二是由于搜索缓存造成的,用户刷新搜索通常便可消除这一情况。

观点 机票“大数据杀熟”说法早被辟谣

北京外国语大学文创产业研究中心研究员刘思敏博士表示,关于机票大数据杀熟的说法,之前民航部门已经辟谣,自己也曾做过验证,发现与事实并不相符。当时民航报的报道显示,全球各家GDS吐出的准确度在80%到95%之间,存在10%左右的变价概率(包括价格、税费和舱位的变化),这主要由数据传送的缓存问题引起。一个例子是,2017年在去哪儿平台上发现多个报价的代理商在获取泰国狮航的某一航线报价时,用户购买成功率很低。在最严重时,这一航线在去哪儿平台报价的用户购买成功率一度低于20%。“我们当时立即将这一情况报告给代理商偏好使用的GDS,发现造成这一结果的原因在于该GDS获取数据传输的问题。”

“为什么消费者还是愿意相信这种说法呢?可能现在在一些网上的商家缺乏诚信,影响了消费者对整个消费环境的认知,抱着‘宁可信其有’的态度来面对这些谣言。随着整个社会环境越来越诚信,相信这些谣言的人也会越来越少。”刘思敏表

示,OTA网站展示的价格一般都是查询价格,与分销GDS的实时价格不一定一致,缓存等原因也会导致消费者看到的价格有所不同,这些都是技术问题所致,并非OTA网站的“大数据杀熟”。

“这些GDS的信息都是面向全世界的,低价票的数量是有限的,也不是长期的,存在一种可能就是在你下单的时候别人已经下单了,抢先被锁定了,那么你看到的价格就上涨了;但别人可能没支付成功,过了一会这张票又回来了,那可能你买完高价票后又发现了低价票,这些都是可能的。”他还表示,“机票代理费、佣金等都是航司掌握的,并不是你把一张票卖很贵,就可以赚到这个差价。”

财经观察

为什么大家会信OTA网站“大数据杀熟”?

“大数据杀熟”的说法今年年初进入大众视野,指的是互联网行业的一种区别定价模式。同样的商品或服务,老用户看到的价格反而比新用户要贵出许多,互联网公司利用“大数据”宰了熟客。许多网友听闻此词,似乎找到了一些价格问题的答案,纷纷列举证据证明自己曾被大数据杀过熟。

不过,OTA网站的机票“杀熟”,如今被证明是谣言,有民航部门辟谣,专家和OTA方面多次解释,机票价格为何有波动,按每张机票收取定额手续费的OTA网站没有理由抬高票价,做损人不利己的事。但网友们似乎难以被说服,许多人宁可信其有,每次这样的话题出来后都能引发大量的关注和讨论,OTA网站甚至民航局也都有点无奈。

那么大家为什么宁可信其有?北青报记者认为,一是机票的价格的确比较“乱”,网民“对这张机票到底应该是多少钱”心里没谱。采访中北青报记者了解到,机票的价格经常变化、不同平台、不同时间、不同航班的价格都不一样,航空公司有权利根据市场变化随时调整票价和数量,买低价票的人多了,就抬高点,高价票无人问津了,就降点价,同航班邻座两人的购票价格可能差出许多。

二是因互联网公司的各种“前科”,许多网友对互联网公司诚信抱持怀疑态度,不愿信这些网站。不论是OTA网站的票价问题,还是其搭售“套路”,或者是电商网站的假货问题,搞活动时的“先涨价后降价”等问题,都降低了互联网公司在消费者心中的信用分。简单来说,消费者被搞怕了,觉得互联网公司有太多猫腻可以搞。

三是互联网公司滥用大数据的问题普遍存在。在OTA领域不存在大数据杀熟的现象,不代表在其他领域就不存在类似问题。此前有大数据专家曾介绍,利用大数据区别定价等现象是真实存在的,例如一些电商网站会向新用户派发大额优惠券,而老用户则看不到这些优惠,一些运营商也会推出针对新用户的套餐,老用户无法选择。

这些问题如何解决?专家表示,不仅需要整个社会营造一种诚信的氛围,需要互联网企业的自律;也需要监管部门对企业进行大力监管,杜绝损害消费者利益情况的发生。而这一切,都非一日之功,需要时间来打磨,不断修正互联网企业在消费者心中的形象。 本报综合消息