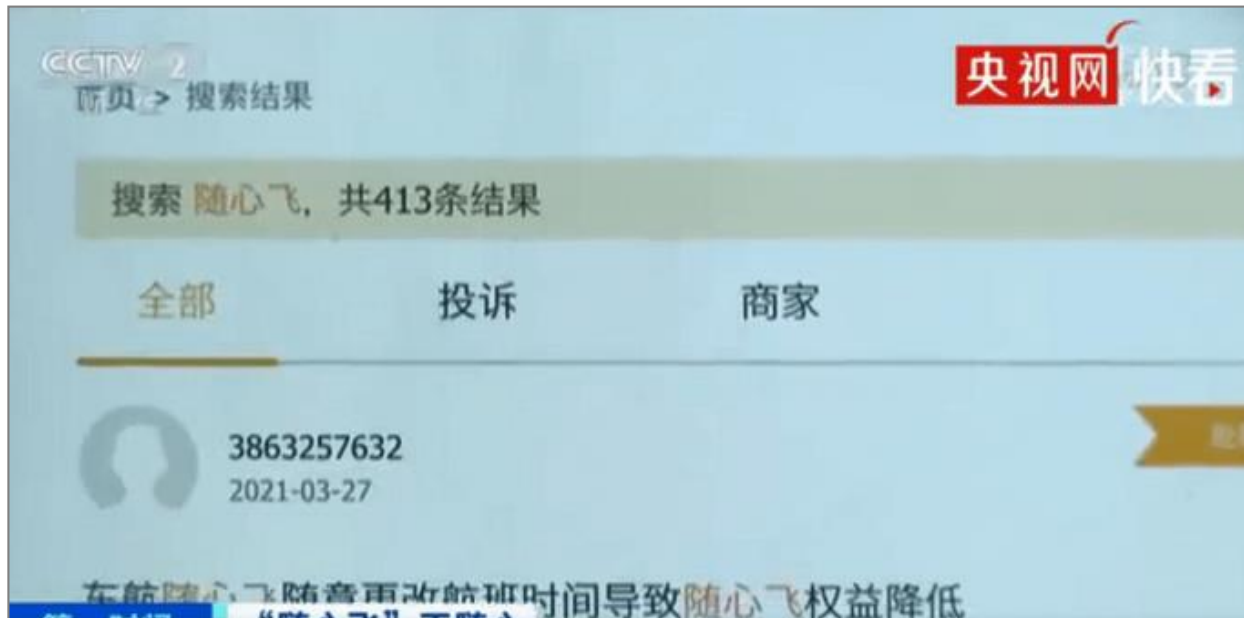


从去年6月开始，东航、国航、南航、海航等多家航空公司相继推出“随心飞”类机票套餐服务，产品一经推出，销售异常火爆，一度还造成了线上拥堵。



最近一段时间，随着大家出行的增加，不少消费者发现，“随心飞”的机票特别不好换。首都航空公司的客服表示，他们的无限飞兑换机票产品，一趟航班上只有20个名额，一旦兑换已满，其他消费者就无法继续兑换。兑换机票数量不透明的情况在多家航空公司普遍存在。消费者买的时候以为能随心飞，换票的时候却发现都没票。在使用过程，个别消费者还发现，一旦自己预订的航班取消或者延误，即使完全不是自己的责任，也要算作消费者违约，甚至被直接取消“随心飞”的资格。

甘肃省兰州市消费者石先生：因为航空公司的问题，导致我第一段不能飞，我后面两段肯定赶不上，如果No-show(放弃预订)的话，三次，那票就作废了。

不少消费者告诉记者，使用“随心飞”产品时一旦出现纠纷需要投诉，人工客服难拨通，投诉不受重视。

记者多次拨打多家航空公司的客服电话，和许多消费者所说的一样，人工客服平均等待时间超过5分钟。在网络投诉平台上，搜索关键词“随心飞”发现，有关的投诉超过了400件。

黑猫投诉平台运营经理孙晓明：有效投诉有410多件。从航司的整体回复情况来看，海南航空、春秋航空，还有华夏航空的回复率是比较高的，都是100%回复，像东航、南航，还有山东航空、青岛航空这些基本上都是0回复。

“随心飞”产品因“套路深”、兑换难等问题饱受诟病，记者了解到，包括东航和南航在内，近日有多个航空公司已经宣布下架“随心飞”系列产品。对于“随心飞”的去留，航空公司如何考量，为何“随心飞”产品不能随心呢？

事实上，今年初，不少航空公司继续推出了升级版的“随心飞”飞行套餐。和去年还需拼手速、抢购不同，今年并没有太大的水花。



在采访中，多位民航业内人士表示，2020年疫情严重时期，航空公司推出“随心飞”类产品，对稳定现金流、回笼资金起到一定作用，但这类产品本质上是“赔钱赚吆喝”。这些产品的平均客单价大约在800、900元左右，用户飞个三、四次就回本了，但对航空公司来说，用户飞得越多，公司亏得越多。

就在本周，国有三大航空公司发布了2020年财报。中国国航、南方航空、东方航空合计营收约2207.04亿元，合计亏损370.82亿元，也就是说每天亏损1亿元以上。

专家表示，随着大家出行的增加，有时候，航空公司需要在损失部分常旅客和普通旅客、限制“随心飞”旅客兑换数量之间作出选择，服务的质量因此也面临挑战。

中消协投诉部工作人员谢龙：消费者投诉无门，跟他们(航空公司)沟通不是特别顺畅。如果说和解不成，消费者也可以向消协组织去投诉，也可以向行政主管部门去投诉，甚至可以去法院提起诉讼。

我们看到，一些航空公司推出的“随心飞”变成了名副其实的“闹心飞”，也就是说，很多“随心飞”成效是以牺牲用户体验为代价的。

金杯银杯不如口碑，若以牺牲用户体验为代价推销产品，终将得不偿失。航空公司还需拿出诚意，善始善终解决用户体验过程中遇到的问题，只有以用户体验为中心

的创新和设计才能真正赢得市场。