



春秋航空投资者沟通材料

2023年5月



- 一、春秋航空概览
- 二、春秋航空经营模式及经营情况
- 三、春秋航空成本费用较同行业竞争优势
- 四、春秋航空经营亮点



一、LCC与春秋航空概览

低成本航空市场空间广阔



北美与欧洲低成本航空均已形成五中占二的市场格局

美国：低成本航空的源头

- 1978年，美国《航空业放松管制法》的出台标志着美国成为世界上第一个放松管制的航空市场
- 经过四十年的发展，低成本航空在美国航空市场份额已超三分之一，并且成为美国航空市场增量的主要贡献力量
- 目前美国航空业呈现五中占二的格局，美西南和捷蓝跻身北美前五大航司



欧洲：20世纪90年代以来高速发展

- 上世纪90年代，随着欧洲对航空管制的放松，欧洲的低成本航空公司发展迅猛，瑞安航空成功转型为低成本航空，是欧洲出现的第一个低成本航空公司
- 目前，欧洲的航空运输市场也形成五中占二的格局，即：3个大型传统航空公司（英国国际航空集团、法荷航、汉莎）、2个主要的低成本航空公司（瑞安、易捷）

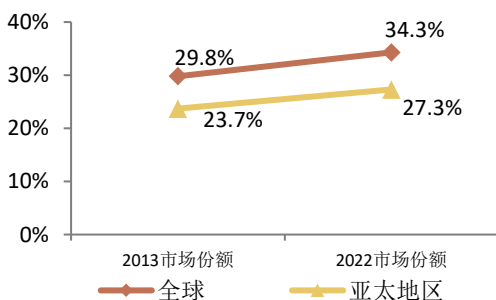


春秋航空市场占有率远低于成熟市场低成本航空占有率

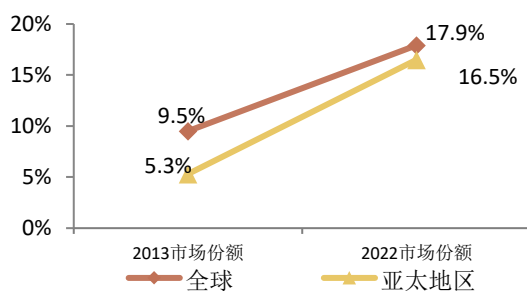
- ✓ 根据亚太航空中心统计，2013年至2022年十年间，全球低成本航空的区域内航线市场份额从29.8%提高至34.3%，国际航线市场份额从9.5%提升至17.9%；亚太地区的国内航线市场份额从23.7%攀升至27.3%，国际航线市场份额从5.3%提升至16.5%

- ✓ 公司近年来市场份额稳步提升，但2023年Q1境内市场占比回落至4.2%，与成熟市场比较尚存在较大增长空间

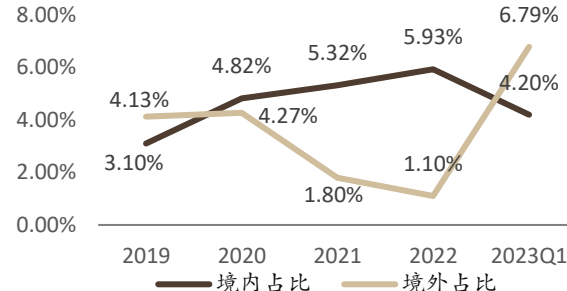
2013年 vs 2022年低成本航空区域内航线市场份额



2013年 vs 2022年低成本航空国际航线市场份额



2019-2023Q1春秋航空市场份额（以旅客周转量计）



春秋航空概况



春秋航空成立于2004年，公司于2015年登陆A股市场，历经十七年发展成为中国最大的民营航空公司之一

战略目标：“成为具有竞争力的国际化、高性价比的低成本航空公司，为旅客提供安全、低价、准点、便捷、温馨的飞行体验”

公司荣誉

CAPSE 2022年创新提名奖

2021年全球中小企业联盟 可持续发展奖

2020年 全国脱贫攻坚奖

CAPSE 2019年最佳差异化服务航空公司

2018年航空业最具发展潜力雇主

CAPSE 2017年最佳航空公司

2016年Skytrax中国最佳低成本航空公司

2016CAPA亚太地区最佳低成本航空公司

2015年度最佳品牌价格奖

2015年“国家旅业风云榜(最佳低成本运营航空公司)”

公司文化：奋斗、远虑、节俭、感恩

- **奋斗：**唯有艰苦奋斗，才能在竞争中生存
- **远虑：**公司怀揣实业报国的志向，把民航作为事业耕耘
- **节俭：**航空办公楼是二十多年的旧宾馆，公司领导不配专车，出差不乘坐头等舱
- **感恩：**心怀感恩，积极承担社会责任，始终是春秋创新成长的动力源泉



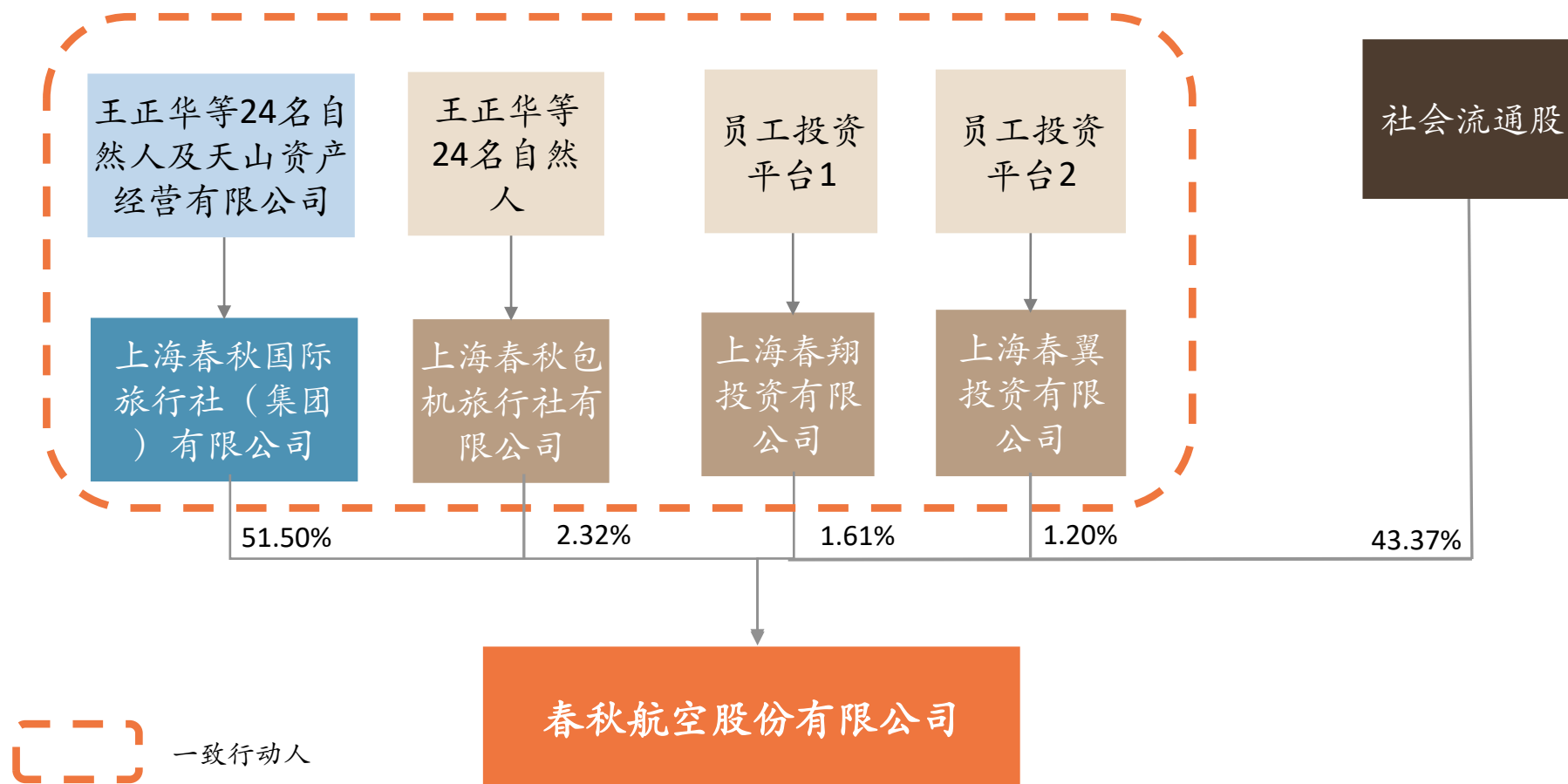
发展历程

- 2004年在上海成立，2005年首航，2010年12月改制为股份有限公司，2015年1月首次公开发行上市，分别与2018年2月和2022年12月完成2次非公开发行，截至2022年12月31日，总股本978,548,805股
- 2005年首航以来，已先后开通上海、沈阳、石家庄、深圳、扬州、宁波、揭阳、兰州、南昌、大连等基地往返内陆除北京以外各主要城市的超过200条国内航线；2010年开始涉足国际和地区航线，疫情前已开通超过80条上海等主要基地以及成都、重庆、厦门、天津、西安等二三线城市往返东北亚、东南亚及港澳台城市的国际及地区航线
- 公司于2015年完成首次公开发行并在上海证券交易所上市，募集资金18.16亿元；于2016年完成23亿元公司债券发行；于2018年和2022年分别完成35亿元和30亿元的非公开发行，资本市场为公司快速健康发展提供了坚实基础
- 尽管外界不可抗力因素持续影响民航业3年之久，对民航业经营带来了极大冲击，公司的低成本航空经营模式仍展现出了极强的韧性，2023年初，外部环境有所好转，公司于2023Q1实现归属于上市公司股东净利润3.6亿元，成为少数在一季度实现盈利的航司（注）
- 截至2023Q1末，公司共运营117架A320系列飞机，是国内最大的全空客机队民营航空公司

春秋航空股权结构



A股股权结构图（截至2023年3月31日）



公司的实际控制人为王正华先生。截至2023年3月31日，一致行动人上海春秋国际旅行社（集团）有限公司、上海春秋包机旅行社有限公司、上海春翔投资有限公司及上海春翼投资有限公司合计持有公司56.63%股份



二、春秋航空经营模式及经营情况



- **单一系列机型：空客A320**

- 使用同一种机型和发动机可通过集中采购降低飞机、航材采购成本；**减少库存**
- 降低维修工程管理难度；降低飞行员、机务人员与客舱乘务人员培训的复杂度

- **单一舱位：经济舱位**

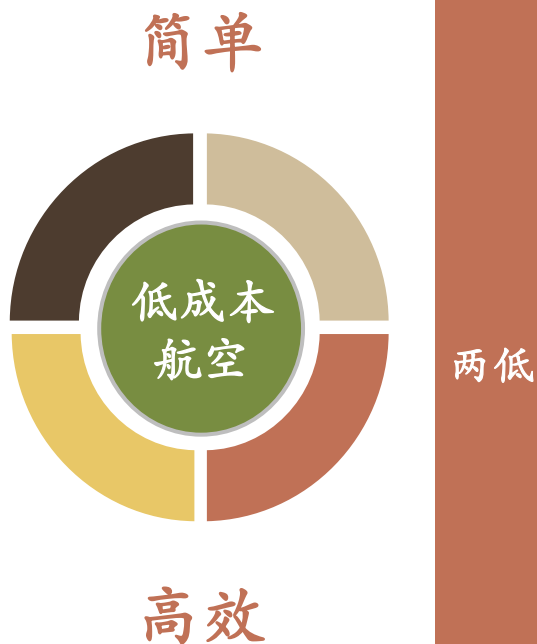
- 可提供座位数较通常采用两舱布局航空公司的A320飞机**高15%-20%**，可以有效摊薄单位成本
- 截至2023年一季度末，公司机队共有180座A320飞机29架，186座A320飞机79架，240座A321飞机9架

- **高客座率**

- 公司近年来始终保持较高的客座率水平，新冠疫情发生前，2019年公司整体客座率**90.8%**，高于行业整体水平的**83.2%**。尽管2020年以来受到疫情影响需求减少，但公司凭借成熟丰富的基地航网布局，2023Q1客座率迅速恢复至**86.9%**，远高于行业整体水平的**75.2%**
- 高客座率给当地机场带来大量增量客源，促进吞吐量快速增长，有利于公司获得当地机场或政府给予的**起降费减免、航线补贴**等多种方式支持

- **高飞机利用率**

- 疫情发生前，2019年全年公司飞机日利用率为**11.5小时**，远高于行业整体水平的**9.3小时**；疫情发生以来，全行业受到疫情冲击飞机利用率大幅下降，但公司凭借自身优势，仍能保持较高的利用率，2023年Q1实现**7.8小时**的飞机日利用率。



● 低营销费用——独立信息系统以及高直销比例

- 公司拥有独立于中航信系统的航空分销、订座系统，最大限度地减少了机票销售过程中的代理环节和其他相关费用，增强了公司销售独立性，以及对渠道的掌控力
- 公司以电子商务直销为主要销售渠道，一方面通过销售特价机票等各类促销优惠活动的发布，吸引大量旅客在本公司网站预订机票；另一方面通过积极推广移动互联网销售，拓展电子商务直销渠道，有效降低了公司的销售代理费用
- 2022年，公司除包机包座业务以外的销售渠道中，电子商务直销（含OTA旗舰店）占比达到97.6%
- 2022年和2023Q1，公司单位销售费用（销售费用/可用座公里）为0.0059元和0.0052元，远低于行业可比上市公司水平0.0249元和0.0165元

● 低管理费用——严格预算控制及低人机比

- 公司在确保飞行安全、运行品质和服务质量的前提下，通过最大程度地利用第三方服务商在各地机场的资源与服务，尽可能降低日常管理费用
- 同时通过先进的技术手段实现业务和财务一体化，以实现严格的预算管理、费控管理、科学的绩效考核以及人机比的合理控制，有效降低管理人员的人力成本和日常费用
- 2022年和2023Q1，公司单位管理费用（管理费用/可用座公里）为0.0062元和0.0049元，远低于行业可比上市公司水平0.0295元和0.0104元



● 差异化产品及服务

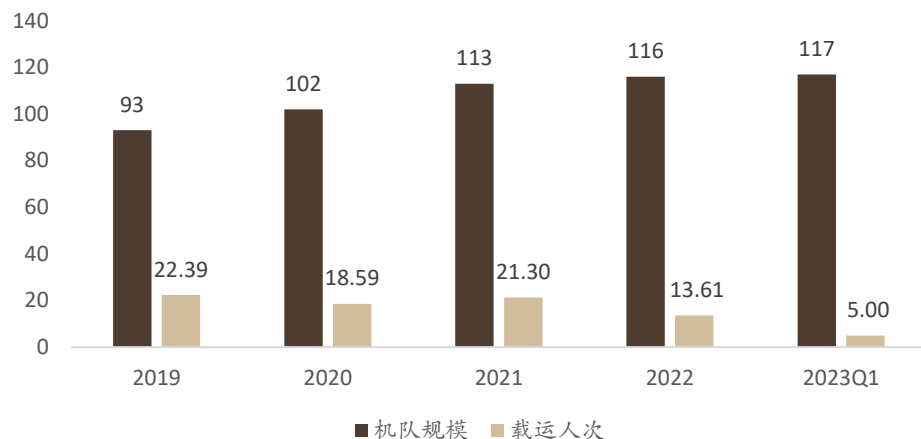
- 区别于全服务航空公司，公司不断加强差异化服务能力，持续研究改良和丰富机票产品，同时注重机票与辅助业务协同发展
- 在机票类产品创新方面，公司持续优化想飞就飞系列套票，其中2022年9月份发布的想飞就飞4.0中，公司再次打破行业惯例，提供颠覆性的“未回本退差价”服务，不再拘泥于航司与旅客的博弈，让消费者不仅买得更放心，用得更安心；付费会员方面，公司的省钱卡系列陆续推出了支付宝联名版、周年庆版等衍生产品，多种形式的增值权益打包，为用户创造了更多的价值和体验，提升会员粘性。
- 在辅助业务方面，2022年，公司实现辅助收入4.9亿元。截止2022年末，公司注册会员数超过6,700万名，较上年末增长12.3%。公司不断强化春秋航空APP、小程序等自有渠道的服务能力，为旅客提供易安检、行李跟踪等更多出行服务。2022年11月，春秋航空在APP和小程序实现了全面机票发票电子化，进一步提升了旅客服务体验
- 在增值服务方面，公司长期致力于新业态探索，持续优化零售业务供应链管理体系，构建“机上+线上”双渠道运营模式，利用数据分析和人工智能技术，深入了解旅客的消费习惯和购物偏好，为旅客提供个性化服务和推荐。通过用户画像分析，打造精准适配的品牌运价产品，全面提升产品品质，满足旅客个性化的出行需求

春秋航空运营数据概览



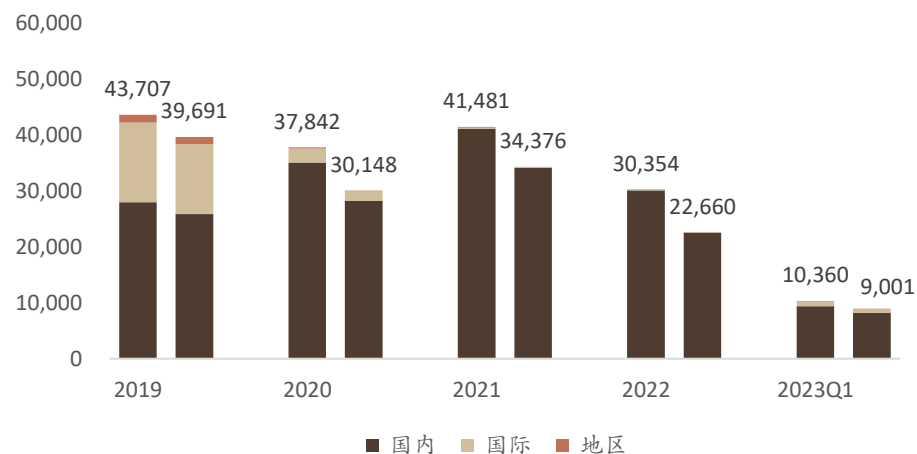
机队规模及载运人次

(单位: 架、百万人)



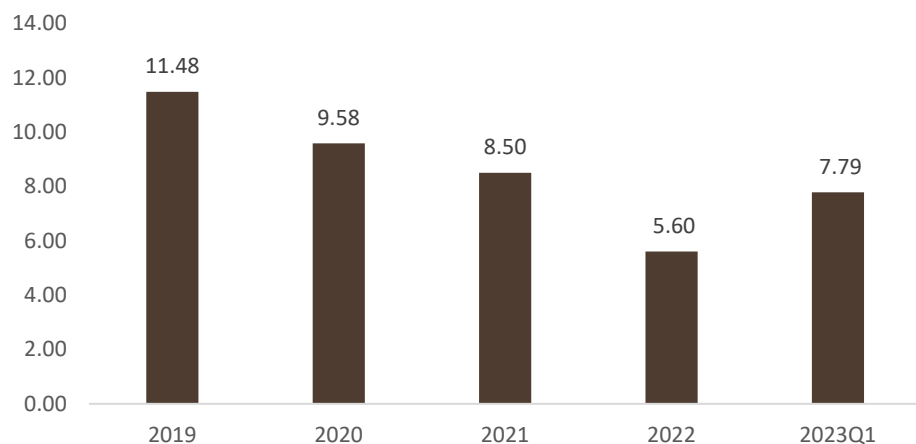
可用座公里及旅客周转量

(单位: 百万人公里)

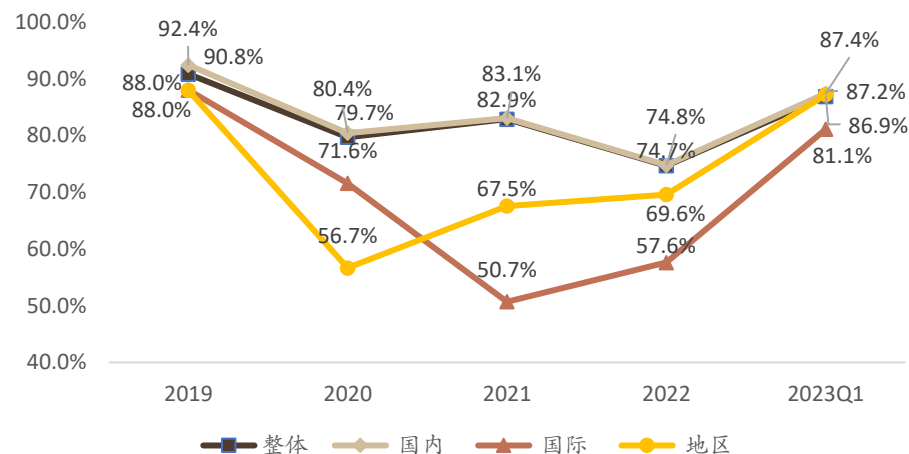


飞机日利用率 (可用)

(单位: 小时)



客座率

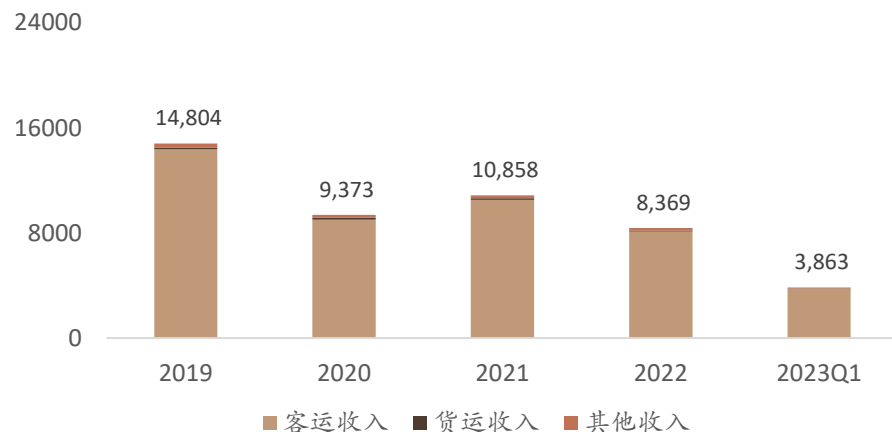


春秋航空收入及利润数据概览



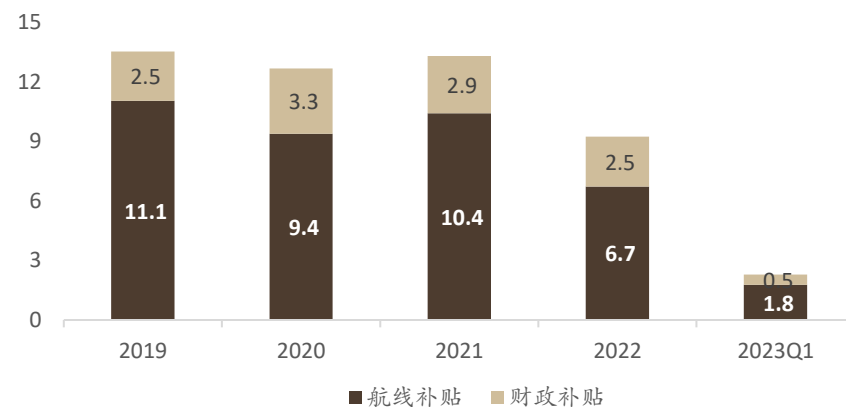
营业收入

(人民币百万元)



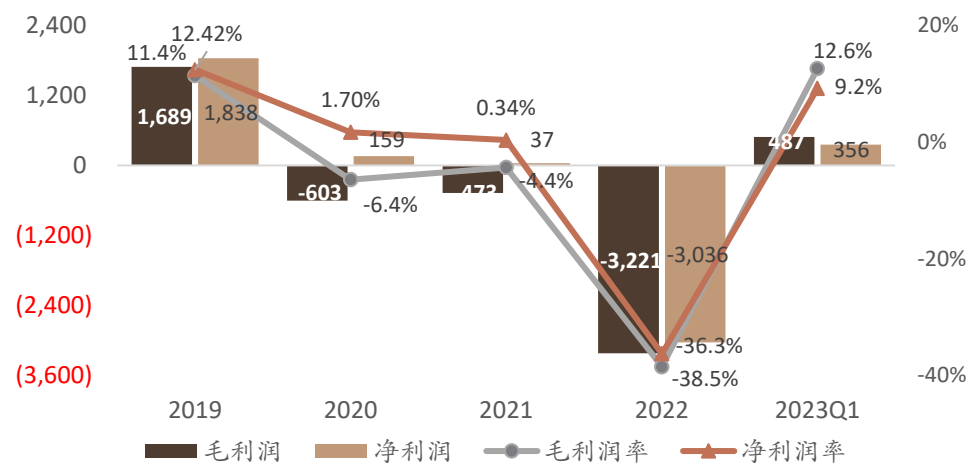
补贴收益

(人民币亿元)



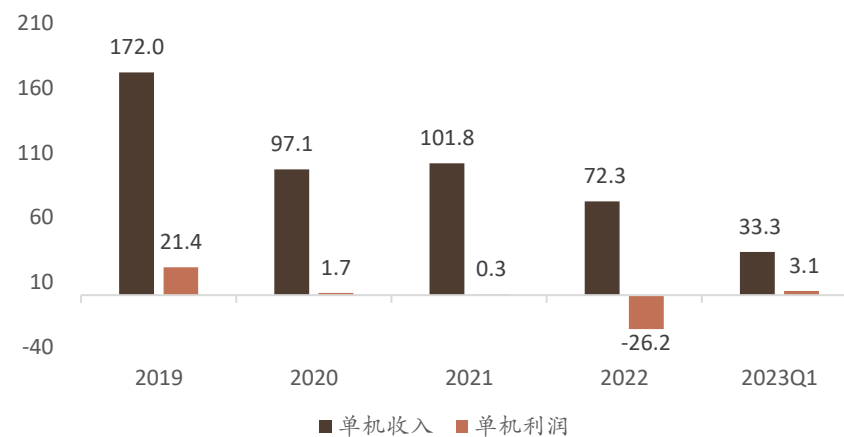
净/毛利润及净/毛利润率

(人民币百万元, %)



单机收入及利润

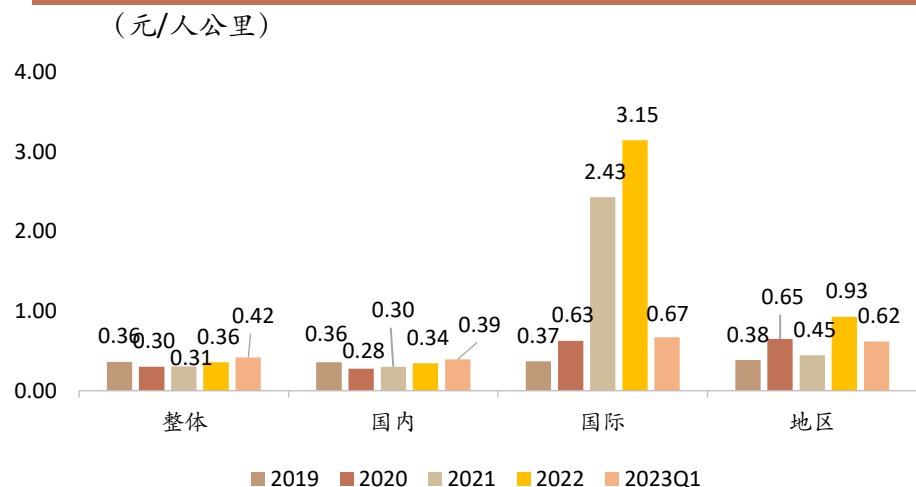
(人民币百万元)



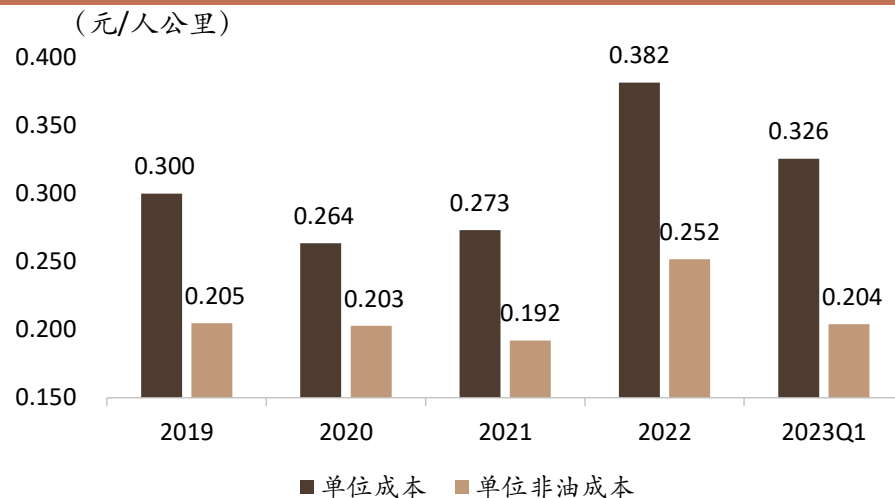
单位收益与成本



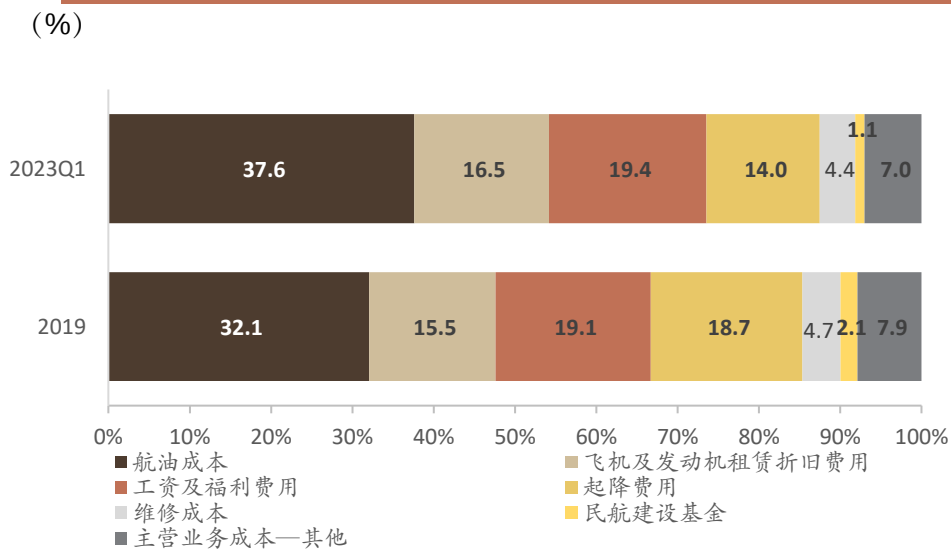
客公里收益



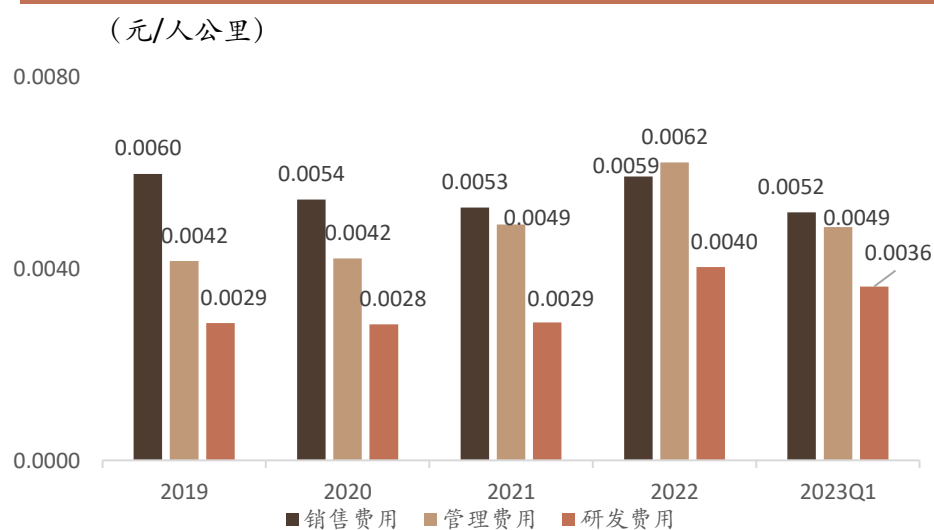
单位成本



主营业务成本构成



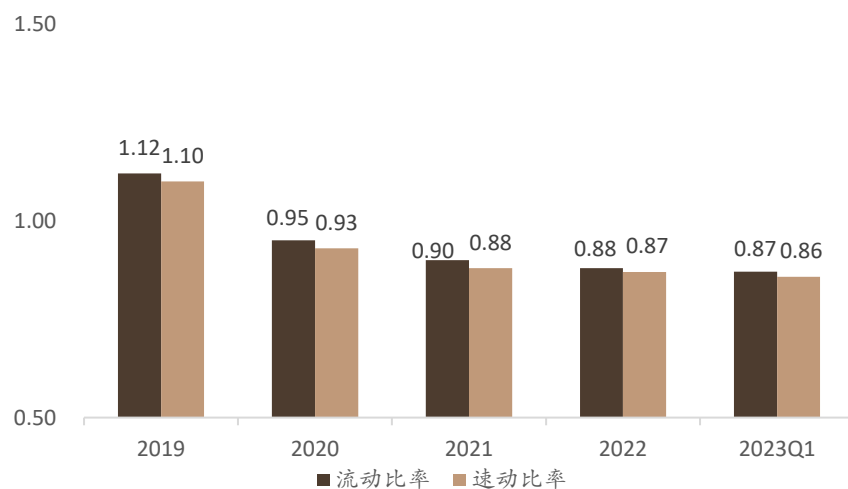
单位销售费用&管理费用&研发费用



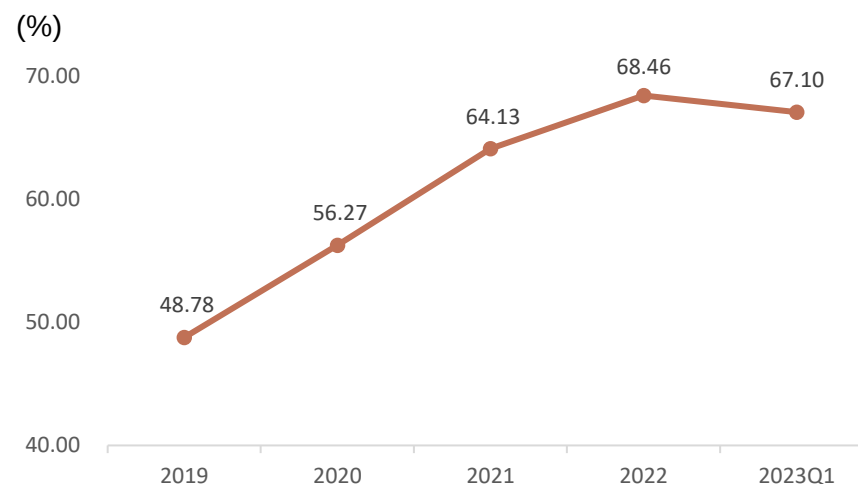
偿债能力及汇率影响



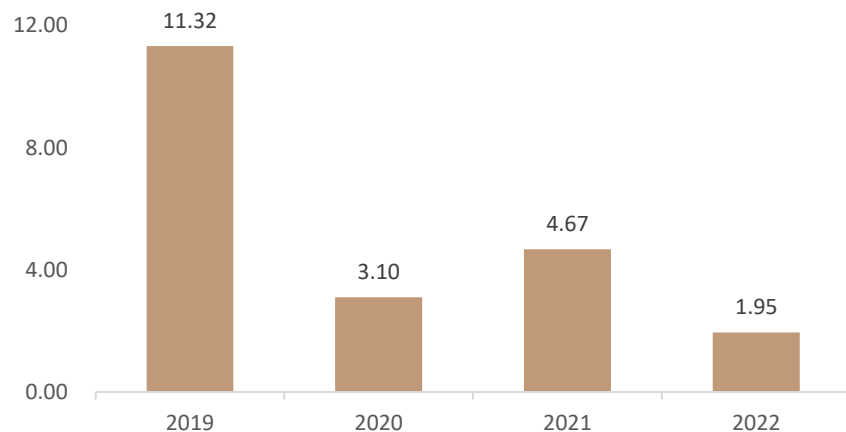
流动比率&速动比率



资产负债率



现金利息保障倍数



汇率影响

(人民币元)

	美元负债占比	美元资产敞口 (等值人民币)	人民币对美元 升值对净利润 影响 (+1%)
2021	26.55%	-1,283,170,590	9,624,000
2022	16.71%	-8,128,009	81,000



三、春秋航空经营亮点

持续加强收入提升与成本控制



公司单位非油成本持续改善

规模化优势

随着公司机队规模稳定增长及基地建设的持续推进，公司经营的规模化优势逐渐体现

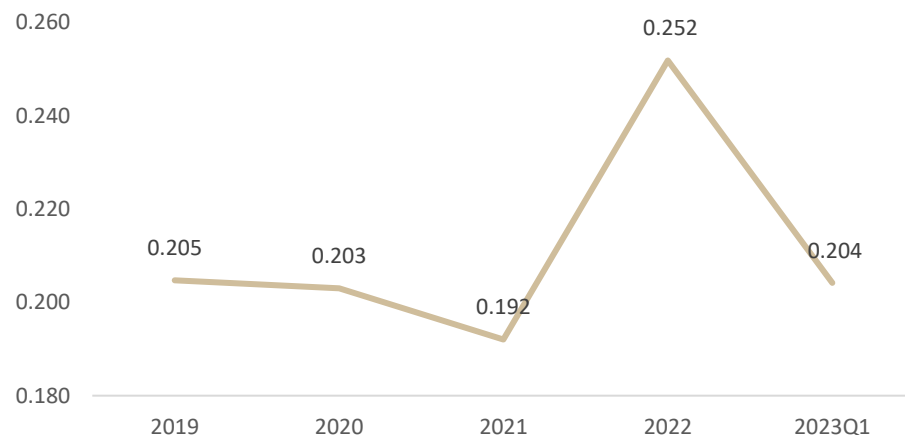
系统化支持

通过业财融合提升成本精细化管理；依托信息化建设推进数字化转型，目标实现对全业务单元数字化管控

严预算管控

通过科学严格的业务及财务预算管控，进一步严控成本

2019-2023Q1单位非油成本（元/人公里）



高收益航线票价持续提升，与全服务航空票价差异缩小

❖ 政策端：市场化航线票价改革

- 近年来，民航航线价格市场化调节范围逐渐放开，2017年底发改委及民航局放开了5家共营国内航线价格的市场调节，并规定了每航季可上调航线数量和幅度的上限：2020年11月，发改委和民航局进一步放宽国内航线市场调节价适用范围，由5家共营拓展至3家共营
- 市场化调节改革以来，一些高线航线已完成4-5次调价，经济舱全票价上限提升50%以上，为疫情恢复后航空公司盈利增长提供基础

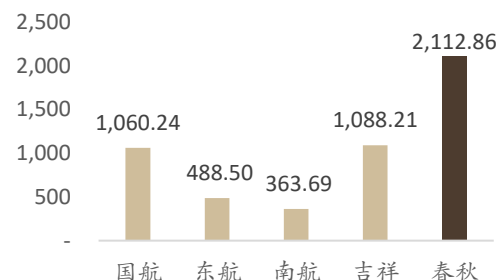
❖ 经营端：航线时刻结构改善

- 新冠疫情发生后，公司抓住机遇，深耕原有市场的同时，进一步加深二线市场布局，二线时刻占比较疫情前有较大增长，一二线总占比近年来亦有所提升，公司收入弹性变大，为疫情恢复后公司盈利增长打下基石

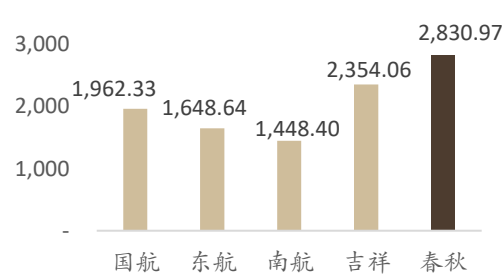
疫情恢复后公司单机利润有望突破2019年水平，单机盈利高点有望突破2015年水平

- 疫情发生前，公司单机利润水平远超同业可比公司，疫情恢复后有望突破2019年水平，单机盈利高点有望突破2015年水平

2019年可比公司单机利润
（人民币万元/架）



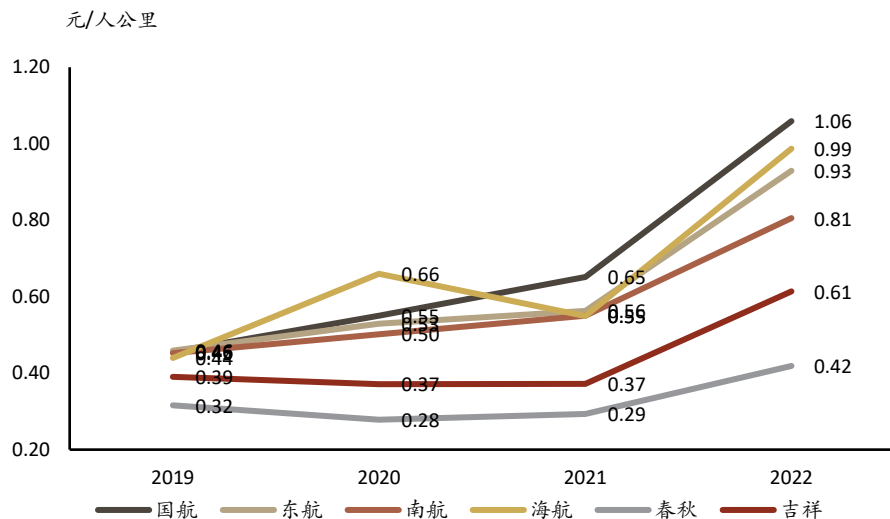
2015年可比公司扣汇单机利润
（人民币万元/架）



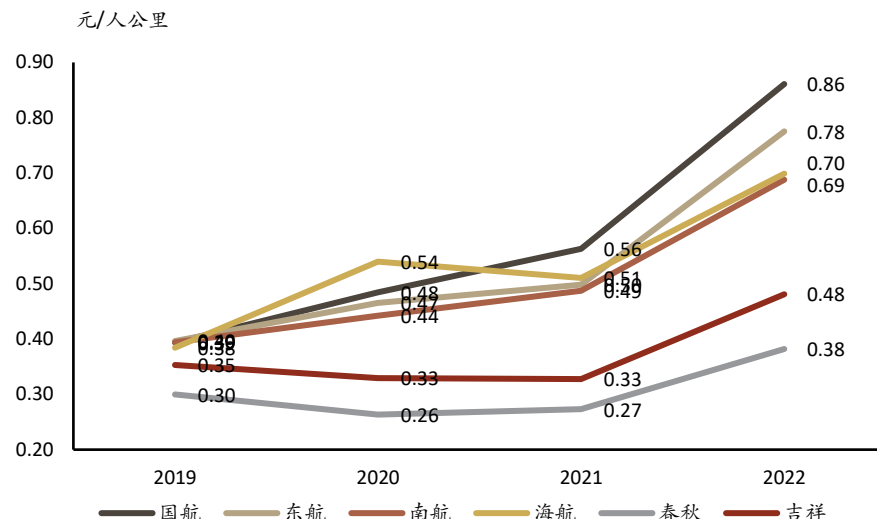
六大航司总体单位成本费用比较



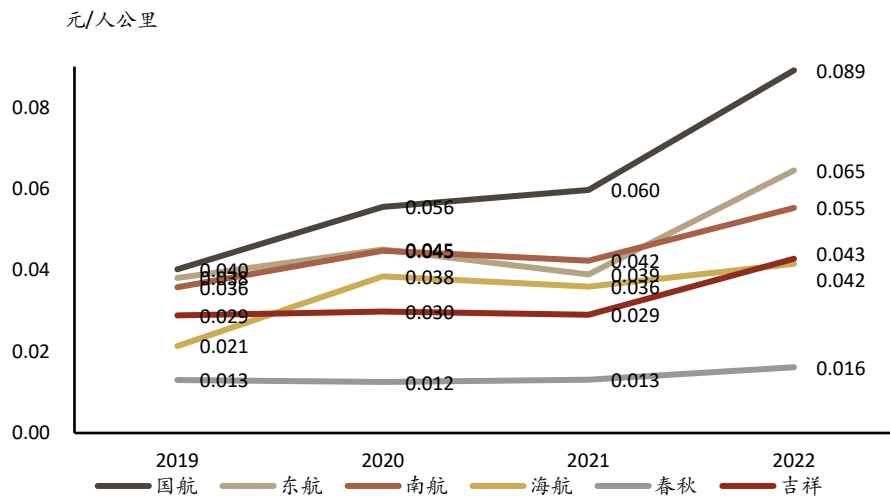
单位营业总成本比较



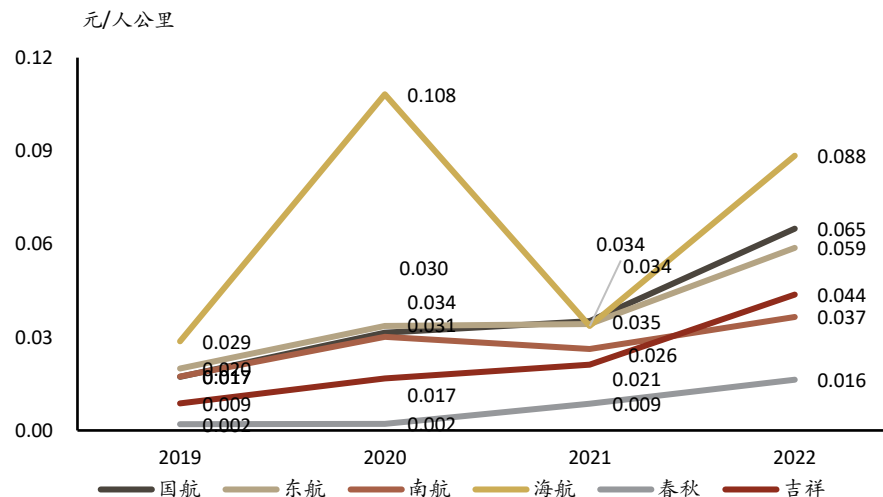
单位营业成本比较



单位营业非财费用比较



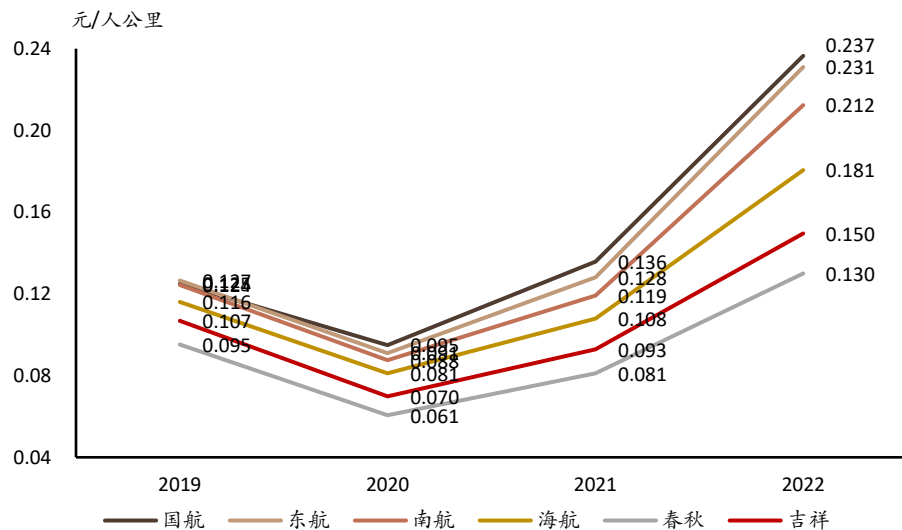
单位财务费用（扣汇）比较



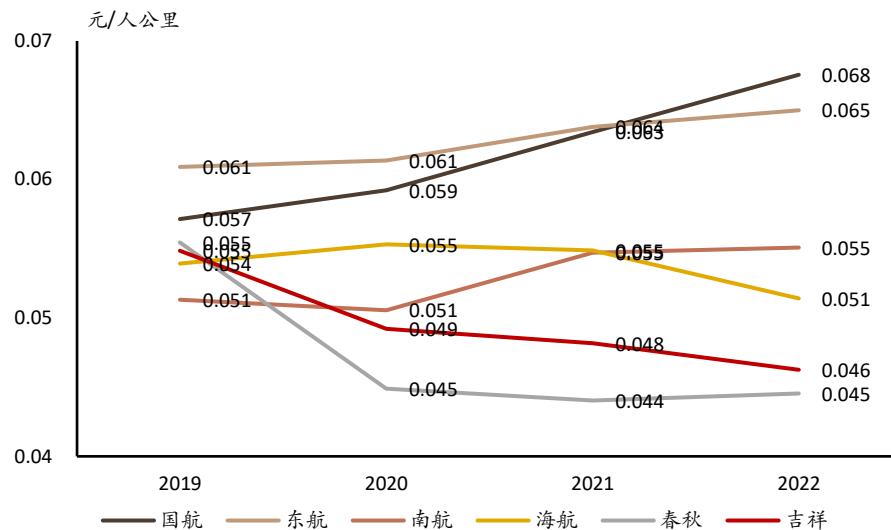
六大航司前四大成本分项比较



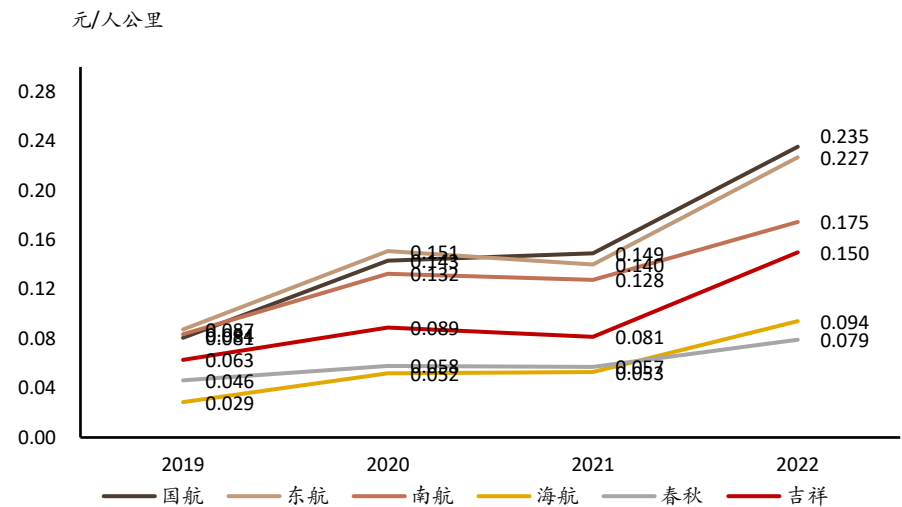
单位航油成本比较



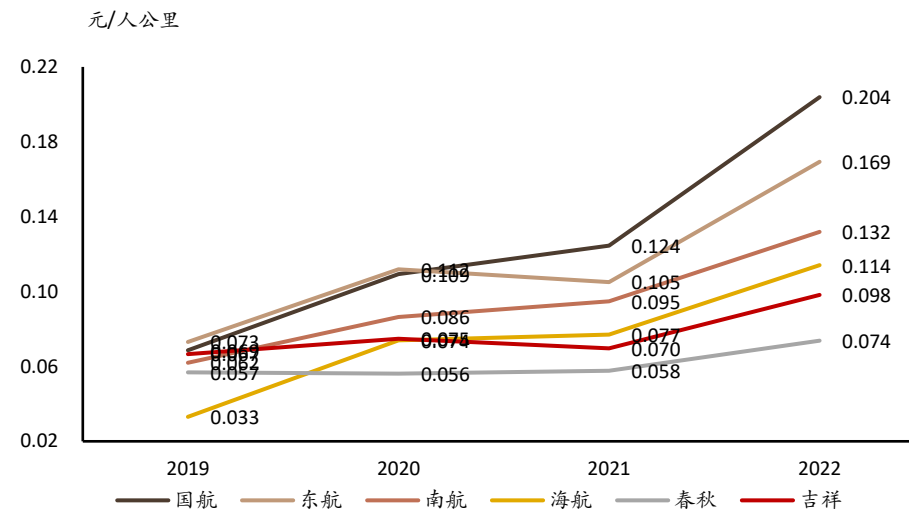
单位起降成本比较



单位折旧租赁成本比较

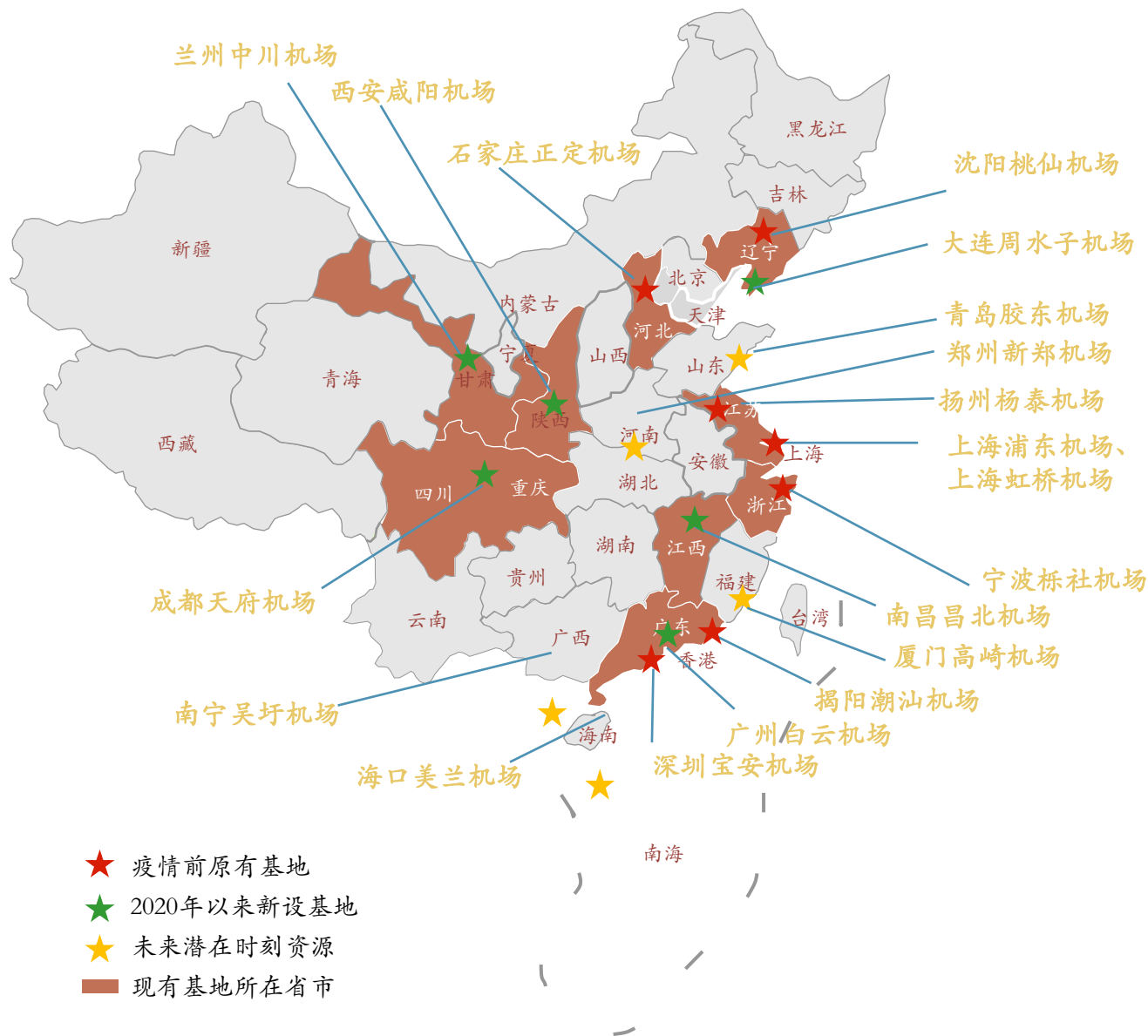


单位薪酬成本比较



- 新冠疫情发生之前，公司在国内已经形成了上海、石家庄、沈阳、深圳、扬州、宁波、揭阳等基地组成的航线网络
- 新冠疫情发生后，公司抓住机遇进一步加深二线布局，2020年，兰州基地运力增长迅速；2021年新设南昌、大连、广州基地；2022年新设西安、成都基地，航线网络进一步扩张
- 未来随着十四五期间机场的扩建及新增规划，公司在青岛、厦门、郑州、南宁、海口等地均有获取新增时刻资源的机会，航网持续优化未来可期
- 国际方面公司以曼谷、大阪和济州为主要的境外过夜航站，背靠国内各主要基地和目的地网络，聚焦东南亚重点市场，并向东北亚区域市场辐射发展，主动服务“一带一路”、“RCEP”建设等国家重大战略，疫情前（2019年）国际及港澳台地区航线可用座公里占比为35.9%，三大主力航线泰国、日本和韩国航线运力占据国际航线比例达到82.8%

- 随着公司抓住机遇深入二线城市，公司二线时刻占比有较大增长，一二线总占比近年来亦有所提升
- 公司未来将持续发力一、二线城市，城市时刻占比将持续改善



❖ 公司长期战略不变，预计疫情过后，将持续加强围绕各区域基地形成的航线网络建设工作，缩减基地偏离航线比例，提高基地航线集中度，提升基地维修能力和航班保障能力，国内外运力均衡投放



感谢各位投资者的支持和认可!