

民航附加服务产品目录编码规则 编制说明

标准起草组

二〇二四年六月

目录

1 工作简况	
1.1 任务来源	1
1.2 目的和意义	1
1.3 工作过程	1
2 标准制定原则与主要内容	2
2.1 制定原则	2
2.2 制定依据	3
2.3 标准主要内容	4
2.3.1 范围	错误！未定义书签。
2.3.2 规范性引用文件	错误！未定义书签。
2.3.3 术语和定义	错误！未定义书签。
2.3.4 规划与建设标准	8
2.3.5 运营与服务标准	错误！未定义书签。
3 贯彻标准的要求和措施建议	8
3.1 标准使用要求	8
3.2 措施建议	8
4 其他需要说明的问题	8
4.1 预期经济效益和社会效益分析	8
4.2 采用国际标准和国外先进标准的一致性程度	8
4.3 标准实施建议	9
4.4 与有关法律、法规和强制性国家标准的关系	10
4.5 重大分歧意见的处理经过和依据	10
4.6 其他应予以说明的事项	10

1 工作简况

1.1 任务来源

2023 年 10 月 8 日，中国交通运输协会标准化技术委员会组织召开了 2023 年度第×批第×次团体标准立项审查会。经×位专家投标，《民航附加服务产品目录制定规范》通过立项审查，会议纪要文号为：〔×〕第×期（立审）。

标准性质：团体标准；

归口单位：中国交通运输协会；

起草单位：中国民航信息网络股份有限公司、中国国际航空股份有限公司、中国东方航空公司。

1.2 目的和意义

《“十四五”民用航空发展规划》中指出：“十四五”期间要打造民航中国服务品牌，鼓励航司线上线下结合推进业态和模式的创新，延伸和升级服务产品，促进航空服务产品的多元化和差异化发展；同时完善市场运行机制，推进差异化航空服务收费改革。

为了规范全球航空公司附加服务产品代码的使用，国际运价数据收集与发布服务商 ATPCO 发布了附加服务产品的行业标准产品目录《ATPCO Optional Services Industry Sub Codes》并逐年更新。

但是，随着近些年国内航空公司附加服务的不断发展，目前国内民航市场中已经出现多种 ATPCO 标准中无法覆盖的产品和服务种类，而目前这些附加服务产品编码的定义和发布，处于各航空公司自行决策的阶段，例如机上付费餐食、机上导盲犬、专人乘机指引、各景区门票、酒店代理费、呼叫中心服务费等。

随着航空公司产品目录中自行决策的产品种类越来越多，然而航信系统、航空公司、海外 GDS、大型 OTA 在涉及联运、联盟、互售、分销等业务的系统交互时均发现，不同航空公司使用不同的代码进行产品定义，会产生较大的系统交互成本和离港柜台的识别成本。因此急切的需要进行国内航空公司附加服务产品目录进行规范和统一性定义。以便于航空公司、GDS、OTA 等系统的开发人员，以及机场地面服务人员均能够无差别的识别同一类附加服务产品。

中国航信为规范中国民航附加服务产品定义和编码的统一性，制定本标准和编码规范。《民航附加服务标准化产品目录》的制定，可以有效保证国内航空公司附加服务产品编码使用方面的规范和统一，防止出现国内航空公司相同的附加服务产品的编码混用和乱用的情况。从而降低国内航空公司间以及和国际系统对接的交互难度，并降低各信息系统和销售渠道的系统对接成本，提升航空公司旅客服务交互能力，对整个民航系统起到了行业指导、参照的积极推动作用。

1.3 工作过程

为保证本标准的适用性、有效性、实用性，标准在制定过程中广泛收集了相关文献资料，包括国外相关标准、国内相关国家标准、行业标准、地方标准等为标准的研究、起草奠定了基础。具体工作过程如下：

2023年8月1日，经中国民航信息网络股份有限公司技术委员会评审，《民航附加服务产品目录制定规范》正式在公司内立项，确定由中国民航信息网络股份有限公司承担本标准的主编起草工作。

2023年10月8日，开展标准研究大纲评审工作。

2 标准制定原则与主要内容

2.1 制定原则

标准的制定本着符合国家有关法律、法规及相关政策，结合我国城市航站楼建设运营发展趋势，既要遵循既有单一运输方式的建设与运营标准，又要遵循以下原则：

（1）规范性原则

随着国内航空公司附加服务业务的持续发展，国内航空公司业务也逐步出现了ATPCO标准中无法涵盖的业务范围。而我们分析国内航空公司附加服务业务的开展情况，发现国内航空公司销售附加服务具有相当程度的区域一致性特征。

由中国航信制定《民航标准化附加服务产品目录》，能够规范国内航空公司

附加服务产品的产品定义和编码的使用，避免出现类似国际航空公司大范围的编码混用和乱用的情况，从而实现国内航空公司产品编码的规范和统一。

（2）兼容性原则

中国国内航空公司附加服务开展，目前已经涉及多个渠道，例如航司网站、APP等自有渠道，航空公司间、联盟间互售和代售渠道，CRS分销渠道以及海外GDS分销渠道。而如此多的销售渠道和业务场景则涉及到多个信息系统间的交互。例如航空公司间互售场景下，如果两家航空公司对同一产品使用不同的产品代码，则涉及到两个航空公司间信息系统的改造和兼容性问题；如涉及到中国航信统一对外提供产品接口，海外GDS需要对航信host的不同航空公司的产品进行差异化兼容，这将带来极大的系统资源消耗和对接成本，不利于航司与航司之间、以及航信对外的系统交互。

中国国内航空公司附加服务产品服务编码的统一，则能够很好的解决这一问题，当国内所有航空公司均使用航信标准化产品服务别表对附加服务进行定义，未来涉及交互的各个系统以及机场等第三方工作人员均能够达成共识，能够极大的降低系统的交互成本，有利于全行业的互利共生。

（3）引领性原则

由中国航信引领的《民航附加服务标准化产品目录》的制定，具有相当程度的行业引领性。目前国内航空公司的主要依赖于中国航信开展附加服务产品的销售，中国航信相对于国内各航空公司具有中立性和广谱性特征。而且中国航信具备获取国际航空公司附加服务开展情况的前瞻性条件和基础，能够定期跟踪国际航空公司附加服务开展的及时动态，对国内航空公司进行普及和推广，在很大程度上引领国内航空公司附加服务的销售，促进行业内的交流和共享。

《民航附加服务标准化产品目录》的制定具有标准化和规范化的双重特点，它是独立于ATPCO制定的国际附加服务产品目录标准以外的，满足中国国内航空公司使用和销售的附加服务产品目录列表，在未来具有广泛的适用性和实用性，因此产品目录和编码的制定也需要制定相关的准则和规范，在行业内普及和推广。

2.2 制定依据

在制定标准过程中，本标准起草组严格遵循以下标准化法律、法规、规范的

规定。

本标准起草的主要依据有：

《中华人民共和国标准化法》、《中华人民共和国标准化法实施条例》、《国家标准管理办法》、《行业标准管理办法》等法律、法规；

《标准化工作导则 第1部分：标准化文件的结构和起草规则》（GB/T 1.1-2020）。

2.3 标准主要内容

2.3.1 范围

本文件面向附加服务销售商、服务提供商，适用于附加服务销售商之间以及与服务提供商之间对附加服务产品编码的识别与交互。本文件规范了附加服务产品目录编码规则的总体原则、编码规则以及附加服务产品目录内容。

2.3.2 规范性引用文件

本文件没有规范性引用文件。

2.3.3 术语和定义

下列术语和定义适用于本文件。

（1）附加服务（Ancillary Service）

客票、产品或者订单相关联的各种服务或产品。

[来源：ATPCO 术语汇编]

（2）出票原因代码（Reason For Issuance Codes）

定义出具 EMD 的原因的单个字符代码。

[来源：国际航空运输协会电子服务航空公司实施 EMD 简化指南]

（3）出票原因子代码（Reason For Issuance Sub Codes）

限定出票原因代码的三个字符代码。

[来源：国际航空运输协会电子服务航空公司实施 EMD 简化指南]

2.3.4 缩略语

2.3.5 总体原则

2.3.5.1 原则

(1) 本标准制定后，将对国内各航空公司进行发布并指导国内航空公司进行附加服务产品编码的新增和制定。

(2) 对于 ATPCO 《Optional Services Industry Sub Codes》文件中明确定义的产品和编码，按照 ATPCO 文件中规范的产品编码执行。

(3) 对于 ATPCO 《Optional Services Industry Sub Codes》文件中未明确定义的产品和编码，航空公司按照本标准中的规则进行定义。

(4) 附加服务产品编码的定义，整体按照先到先得原则执行，即当国内首家航空公司对某附加服务产品进行编码定义后，后续航空公司销售相同产品时，按照首家航空公司所定义的产品编码执行。

(5) 本标准中所规范的产品目录内容，将根据航空公司产品的不断迭代，逐年更新。

2.3.6 编码规则

2.3.6.1 基本格式

(1) 航空公司定义附加服务产品编码时，应按照如下表格中规范的字段格式对产品进行定义和规范：

NO.	SubCode	Group	Sub Group	Description 1	Description 2	Commercial Name	RFIC
序号	子代码	分组	子 分 组	描述1	描述2	商 业 命 名	出票原子代 码

1) Subcode 字段：应按照本标准“6.2 产品编码”章节中所规范的规则进行填写，不可为空值。

2) Group 字段：应参照 ATPCO 文件《Optional Services Industry Sub Codes》中 Group 字段已有的分类进行筛选和填写，不可为空。

3) Sub Group 字段：可参照 ATPCO 文件《Optional Services Industry Sub Codes》中 Sub Group 字段已有的分类进行筛选和填写，可以为空值。

4) Description 1 字段：用于描述产品的基本信息或者产品规格、形态等信息，可为空值。

5) Description 2 字段：可以描述产品的基本信息或者产品规格、形态等信息，可为空值。

6) Commercial Name 字段：用于定义产品的商业命名，不可为空值。

7) RFIC 字段：应参照 ATPCO 文件《Optional Services Industry Sub Codes》中 RFIC 字段已有的分类进行筛选和填写，不可为空值。

2.3.6.2 产品编码

本标准对附加服务产品的Subcode字段进行分类和格式规范，具体规则如下：

- (1) 门票类产品：T (ticket) 开头的三位字母或数字；
- (2) 酒店类产品：H (hotel) 开头的三位字母或数字；
- (3) 机上服务类产品：F (Flight) 开头的三位字母或数字；
- (4) 结算类产品：S (Settlement) 开头的三位字母或数字；
- (5) 客票类产品：E (ET) 开头的三位字母或数字；
- (6) 餐饮类产品：M (Meals) 开头的三位字母或数字；
- (7) 打包类产品：P (Package) 开头的三位字母或数字；
- (8) 其他服务类产品：V (service) 开头的三位字母或数字；
- (9) 地面运输/非航服务类产品：G (Ground Service) 开头的三位字母或数字；
- (10) 保险类产品：I (Instruce) 开头的三位字母或数字。

2.3.7 产品目录

如下为根据上述规则制定的，目前已在国内航空公司应用的附加服务产品目录：

表7：规范的产品目录

序号	SUB_CODE (RFISC)	Group	产品名称	英文名	RFIC
1	TFD	GT - Ground Transportation and Non Air	迪士尼乐园门票服务费	Disneyland TKT Service Fee	B
2	HPT	GT - Ground Transportation and Non Air	机酒产品	Ticket Plus Hotel	B
3	FGD	TS - Travel Services	机上导盲犬	Guide Dog on board	G
4	SIF	TS - Travel Services	行程中断费	Flight interruption fee	F
5	SID	TS - Travel Services	降舱费	Flight Involuntary Downgrading fee	F
6	ETD	TS - Travel Services	团队押金	Team Deposit	D
7	PCB	TS - Travel Services	优先服务打包 (优先安检、登机、行李提取)	Prior Check\Boarding\Baggage Packaging	E
8	<i>VBG</i>	<i>BG - Baggage</i>	第三方离港行李费	Third party Departure Baggage	<i>A</i>
9	<i>09J</i>	<i>UP - Upgrades</i>	第三方离港升舱费	Third party Departure Upgrade	<i>A</i>
10	<i>0L7</i>	<i>TS - Travel Services</i>	改名费	NAME CHANGE	<i>D</i>
11	<i>VCD</i>	<i>GT-GroundTransportationandNonAir</i>	呼叫中心服务费（日间）	CallCentreService Fee (DayTime)	<i>B</i>

12	<i>VCN</i>	<i>GT-GroundTransportationandNonAir</i>	呼叫中心服务费（夜间）	CallCentreService Fee (Night)	<i>B</i>
13	<i>OPG</i>	<i>TS - TravelServices</i>	专人乘机引导	GuidanceService	<i>E</i>

2.3.4 规划与建设标准

明确附加服务产品目录规划建设的格式定义、字段定义等方面的内容。

格式定义

明确附加服务产品目录的目录格式。

字段定义

明确附加服务产品目录的相关字段及定义。

3 贯彻标准的要求和措施建议

3.1 标准使用要求

本标准实施之后，所有新增的附加服务产品均可遵守本标准进行产品编码的制定和规范。

3.2 措施建议

国内各航空公司参照本标准执行，为规范附加服务产品标准提供支撑。

4 其他需要说明的问题

4.1 预期经济效益和社会效益分析

中国国内航空公司附加服务开展，目前已经涉及多个渠道，例如航司网站、

APP 等自有渠道，航空公司间、联盟间互售和代售渠道，CRS 分销渠道以及海外 GDS 分销渠道。而如此多的销售渠道和业务场景则涉及到航信、航空公司、大型 OTA、海外 GDS 等多个信息系统间的交互。例如航空公司间互售场景下，如果两家航空公司对同一产品使用不同的产品代码，则涉及到两个航空公司间信息系统的改造和兼容性问题；如涉及到中国航信统一对外提供产品接口，海外 GDS 需要对航信 host 的不同航空公司的产品进行差异化兼容，这将带来极大的系统资源消耗和对接成本，不利于航司与航司之间、以及航信对外的系统交互。

中国国内航空公司附加服务产品服务编码的统一，则能够很好的解决这一问题，当国内所有航空公司均使用中国航信主导发布的标准化产品服务列表，来对附加服务进行定义，未来涉及交互的各个信息系统以及机场等第三方工作人员均能够达成高度共识，能够极大的降低系统的交互成本和人力成本，有利于全行业的互利共生，具备经济可行性。

4.2 采用国际标准和国外先进标准的一致性程度

为了规范全球航空公司附加服务产品代码的使用，国际运价数据收集与发布服务商 ATPCO 发布了附加服务产品的行业标准产品目录《ATPCO Optional Services Industry Sub Codes》并逐年更新。目前，国内航空公司普遍使用 ATPCO 运价发布系统对附加服务产品的运价进行发布和维护，并且目前国内航空公司已经业务投产的多种附加服务产品均已使用 ATPCO 标准中规范的相关产品和字段进行系统的设计和开发。

因此，考虑到国内民航系统的兼容性和对外系统交互的便捷性等因素，本标准的制定将引用国际标准《ATPCO Optional Services Industry Sub Codes》中规范的产品目录的格式和字段定义，仅对 ATPCO 中未定义或者未明确规范的产品再国内航空公司间的使用进行产品编码的新增定义和规范。

4.3 标准实施建议

本标准与现有行业标准、地方标准无冲突，符合中国民航附加服务产品目录的需要，建议颁布后即实施。

4.4 与有关法律、法规和强制性国家标准的关系

本标准与我国现行有关法律、法规和强制性国家标准不矛盾。

4.5 重大分歧意见的处理经过和依据

本标准在编写过程中尚未出现重大意见分歧。

4.6 其他应予以说明的事项

无。