

AirAsia tukar nama kepada Capital A

BERNAMA



TONY ketika pengumuman pertukaran nama. FOTO Amirudin Sahib

Kuala Lumpur: AirAsia Group Bhd memuktamadkan pertukaran nama syarikat pegangan tersenarainya kepada Capital A Bhd untuk mencerminkan portfolio perniagaan perjalanan dan gaya hidupnya yang semakin berkembang.

Ketua Pegawai Eksekutif Capital A Tan Sri Tony Fernandes berkata, pengumuman hari ini mengukuhkan bahawa syarikat bukan hanya sebuah syarikat penerbangan lagi, bergantung kepada tambang penerbangan.

"Walaupun syarikat penerbangan akan terus mengekalkan jenama AirAsia, sudah lama menjadi hasrat saya, sebelum krisis Covid-19 melanda pengangkutan udara, untuk memanfaatkan data kukuh yang telah kami bina selama 20 tahun dan menggabungkan teknologi baharu peneraju industri untuk menawarkan rangkaian luas produk dan perkhidmatan.

"Jenama kami terus berkembang berdasarkan memacu inovasi dan memenuhi permintaan pengguna yang sentiasa berubah," katanya pada pengumuman pertukaran nama kumpulan itu di sini hari ini.

Fernandes berkata, Capital A bukan sahaja syarikat penerbangan tetapi ia juga sebuah syarikat pegangan pelaburan dengan portfolio perniagaan yang luas seperti logistik, gaya hidup dan perkhidmatan kewangan.

"Sama seperti apa yang telah dilakukan oleh syarikat penerbangan sejak hari pertama, semua bidang perniagaan kami yang berbeza akan melaksanakan strategi yang sama berdasarkan melakukan apa yang kami lakukan yang terbaik iaitu menjadikan perkhidmatan perjalanan dan gaya hidup seharian mampu milik, mudah diakses dan inklusif kepada semua.

"Kami kini memberikan lebih banyak produk dan perkhidmatan di bawah satu bumbung berbanding jenama lain di ASEAN dan dengan akses kepada lebih 700 juta orang di rantau ini, saya menjangkakan peluang pertumbuhan yang luar biasa untuk jenama kami dalam pelbagai industri dalam semua pasaran teras kami," katanya.

Fernandes menjelaskan bahawa AirAsia mempunyai 16 produk dan perkhidmatan dalam Super Appnya, memberikan bukan sahaja nilai terbaik untuk perjalanan udara dan tawaran tetapi juga keperluan gaya hidup seharian, daripada makanan kepada runcit dan e-dagang, kepada penghantaran pada hari yang sama, pengangkutan dan banyak lagi.

"Kami telah menjadi antara tiga ejen pelancongan dalam talian (OTA) yang utama di ASEAN dan Super App kami dijangka menjadi aplikasi gaya hidup terkemuka di rantau ini tidak lama lagi.

"Semua perniagaan portfolio kami ke arah menjadi peneraju industri dalam bidang masing-masing di Asia Tenggara, termasuk BigPay, bahagian kejuruteraan pesawat kami Asia Digital Engineering (ADE) dan usaha logistik, Teleport," katanya.

Menurut Fernandes, nama AirAsia antara jenama paling kukuh di Asia dan menyediakan platform yang teguh untuk semua produk dan perkhidmatan kumpulan bagi memanfaatkan antara satu sama lain.

"Walaupun dalam tempoh dua tahun lepas telah menjadi tahun yang paling sukar dan terganggu dalam sejarah penerbangan komersial, saya mengalu-alukan tahun akan datang dengan lebih yakin.

"Kami menjangka pendapatan digital dan bukan penerbangan kami menyumbang kira-kira 50 peratus kepada kumpulan dalam tempoh lima tahun," katanya.

Mengulas mengenai impak daripada kenaikan harga minyak kepada segmen penerbangan, beliau berkata ia tidak menjadi kebimbangan utama kumpulan buat masa ini.

Pada masa ini, harga penanda aras minyak mentah Brent sebanyak US\$89.93 (US\$1=RM4.19) setong, meningkat 0.66 peratus.

Disiarkan pada: Januari 28, 2022 @ 6:24pm