

2021年中国商用飞机产业分析报告- 市场深度分析与发展动向研究

报告大纲

观研报告网

www.chinabaogao.com

一、报告简介

观研报告网发布的《2021年中国商用飞机产业分析报告-市场深度分析与发展动向研究》涵盖行业最新数据，市场热点，政策规划，竞争情报，市场前景预测，投资策略等内容。更辅以大量直观的图表帮助本行业企业准确把握行业发展态势、市场商机动向、正确制定企业竞争战略和投资策略。本报告依据国家统计局、海关总署和国家信息中心等渠道发布的权威数据，以及我中心对本行业的实地调研，结合了行业所处的环境，从理论到实践、从宏观到微观等多个角度进行市场调研分析。

官网地址：<http://baogao.chinabaogao.com/kongyun/532270532270.html>

报告价格：电子版: 8200元 纸介版：8200元 电子和纸介版: 8500

订购电话: 400-007-6266 010-86223221

电子邮箱: sale@chinabaogao.com

联系人: 客服

特别说明：本PDF目录为计算机程序生成，格式美观性可能有欠缺；实际报告排版规则、美观。

二、报告目录及图表目录

随着全球经济不断增长、城市化进程加快以及旅游观光业的发展，全球航空运输量快速增长，从而也促进了商用飞机的需求。根据中国商飞相关数据显示，预计未来20年，我国航空公司将有8575架新机需求，到2035年中国机队规模将达到8684架，规模将是2018年的2倍多。

2013-2019年中国民航运输飞机数量及增长情况 数据来源：工信部

2019-2038年我国商用飞机发动机需求情况

类型

需求量(架)

单价(亿美元)

单价(亿元)

商用飞机需求价值量(亿元)

发动机价值量占比(%)

发动机需求价值

支线飞机

120

0.42

2.9

347.50

35.2

122.39

单通道

5960

1.14

7.93

47260

24.5

11555.66

宽体

1780

3.09

21.47

38225

21.5

8233.81

经典宽体(85%)

/

/

/

/

19.8

/

超大宽体(15%)

/

/

/

/

31.7

/

货机

230

2.83

19.64

4517.50

18.7

846.13

总计

8090

/

/

90350.00

数据来源：公开资料整理

一、供应商的议价能力

供应商议价能力，指的是现有企业向供应商购买原料时，供应商争取获得较好价格的能力。目前，我国商用飞机行业的供应商主要是发动机、机体、机载设备等供应商。以中国商飞C919飞机为例，根据中国商飞公司官网公开信息，其供应商分为三类，其中I类供应商48家，II类供应商27家，III类供应商71家，其中I类供应商是指提供关键部件或者占有很大比重的供应商。据统计，在48家I类供应商中，来自美国的有15家，法国6家，日本1家，德国2

家，奥地利1家，英国家，意大利1家，中美合资1家，美法合资1家，来自中国的有189，还有2家未知。因此，对于中国商飞C919来说，价值55%以上的部件由国外供应商提供，机体部件几乎全由国内供应商提供，自身的制造能力非常薄弱，这就极大地丧失了对供应商的议价权。

中国商飞C919飞机的I类供应商

供应商类别

供应商名称

供应商类别

供应商名称

发动机供应商

美国通用电气 (GE)飞机发动机集团

机载设备供应商

美国蒙诺格公司

法国赛峰集团

美国汉胜公司

CFM国际公司(由GE与赛峰合资组建)

美国标翼公司(隶属汉胜公司)

机体供应商

中航工业西安飞机公司

美国凯德公司(隶属汉胜公司)

中航工业沈阳民用飞机公司

美国派克汉尼汾公司

中航工业成都民用飞机公司

美国罗克韦尔柯林斯公司

中航工业哈尔滨飞机集团

美国罗斯蒙特公司

中航工业洪都航空集团

美国伍德沃德公司

中航工业昌河航空工业公司

美国伊顿公司

中航工业济南特种结构所

美国霍尼韦尔航空航天集团

中航光电科技

美国霍尼韦尔国际公司

中航湖北航宇嘉泰飞机设备公司

美国穆格公司
航天特种材料及工艺研究所（306所）
美国古德里奇照明系统公司
航天海鹰(镇江)特种材料有限公司
德国利勃海尔航空林登博格分公司
浙江西子航空工业公司
德国西格玛航空座椅公司
江苏美龙航空部件有限公司
英国美捷特公司
奥地利菲舍先进复合材料公司
日本松下航电公司
机载设备供应商
法国赛峰集团
中航工业631研究所
法国卓达宇航集团艾克森公司
中航工业西安飞行自动控制研究所
法国泰雷兹公司
中电科航空电子有限公司
法国利勃海尔航空图卢兹分公司
中美合资伊顿上飞航空管路制造有限公司
法国萨基姆公司
中航工业金城南京机电液压工程研究中心
美国通用电气航空集团

/数据来源：公开资料整理

二、购买者的议价能力

购买者主要通过其压价与要求提供较高的产品或服务质量的能力，来影响行业中现有企业的盈利能力。我国商用飞机行业主要购买者是飞机运营商(即航空公司)和飞机租赁公司，前者是把购买或租赁来的飞机组成机队，通过航线运营来获得利润，后者是通过把飞机租赁给前者来获得利润。目前国产商用飞机客户的议价能力处于优势，其主要原因有以下三个：

我国商用飞机行业购买者议价能力强的因素（以中国商飞公司C919飞机为例）数据来源：公开资料整理

三、新进入者的威胁

潜在竞争者，是指现阶段暂时对企业不构成威胁但未来具有潜在威胁的竞争对手。企业如果只关注了现有的竞争对手，而忽视了潜在的竞争对手，一旦时机成熟，原本不起眼的

潜在竞争对手可能就变成强大的劲敌，给企业带来巨大的冲击和挑战。在国内市场，我国商用飞机行业由于准入壁垒相对较高，尤其是资金、技术研发壁垒，因此潜在进入者威胁较小。但放眼国际市场，我国商用飞机行业最大的威胁者是从事制造业的相关企业，比如三菱重工。

2013年10月，首架MRJ支线客机开始总装，这是日本50年来研发的第一架国产商用飞机，三菱飞机公司对其寄予了厚望，同时为了达成未来20年要生产最少2500架的目标，MRJ将在原有的92座MRJ90和78座的MRJ70之外，推出100座的MRJ100X，这意味着MRJ将直接与中国商飞公司的ARJ21支线客机在市场上展开竞争。综上所述，三菱重工作为潜在竞争者，实力不容小觑，必将给支线客机市场带来一番激烈的竞争。

四、替代品的威胁

飞机作为一种快速、安全、舒适、高端的交通工具，一直是商务和长途乘客无可替代的出行选择。但是，近年来，由于高速铁路技术的发展和经营模式的创新，使得两种交通工具的竞争越来越激烈，来自高铁这种替代品的威胁正在改变甚至颠覆现有的竞争态势。而且，从售价、时间成本、舒适性、服务等各个方面，高铁的性价比都直逼飞机，以京沪线为例，说明高铁这种替代品的威胁较高。

京沪航线和京沪高铁的各项指标及对比

京沪航线

京沪高铁

比率(高铁/飞机)(%)

路线全长(千米)

约1100

1318

120，飞机胜出

送达时间

2小时10分~2小时20分

4小时48分~6小时

220，飞机胜出

票价(经济舱/二等座)

1290元(含50元机场建设费)

553元

43，高铁胜出

载客人数/班

150-300

700-800

>233~533，高铁胜出

开行班次/天

50

41

82，飞机微弱胜出

准点率(%)

<80

100

>125，高铁胜出

售票方式

窗口、代理、网络

窗口、代理、网络

100，打平

机内/车内服务

无偿餐饮、不可打电话、无线上网、空间狭窄，无电源插座

有偿餐饮、可打电话、无线上网、空间宽敞、有电源插座

打平，高铁略胜出

机场/车站环境

宽敞、舒适

宽敞、舒适

打平

交通接驳

首都：快轨、大巴、出租车；虹桥：地铁、大巴、出租车

北京南：地铁4号线；虹桥：地铁2、10号线

由于起始点均有地铁接驳，高铁略胜出数据来源：公开资料整理

2014-2020年7月中国高铁运营里程情况 数据来源：国家统计局

五、同业竞争者的竞争程度

全球商用飞机行业市场呈现“四大王牌，双强争霸”的格局，其中四大王牌就是美国波音公司、欧洲空中客车公司、加拿大庞巴迪宇航和巴西航空工业集团，双强争霸是指其中的波音和空客。而我国商用飞机行业起步时间较晚，目前主要有中航工业和中国商飞两大集团，但规模不及空客和波音，企业竞争力有待增强。

全球商用飞机行业相关企业及简介

企业名称

简介

波音公司

近百年间，波音公司陆续合并了洛克韦尔公司、麦道公司和休斯公司，成为全球最大的航空航天业公司，也是世界领先的民用和军用飞机制造商，客户遍布全球150个国家和地区。全球在役的波音喷气式商用飞机超过1万架，占全球机队总量的48%，现有的主要商用飞机产品包括737、747、767、777、787等系列型号

空客公司

专注于商用飞机的制造，全球员工约5.9万人，其产品包括A320、A330、A340、A350、A380在内的全系列13个机型，迄今已售出1.5万多架飞机，交付9000多架，现役飞机总数8000多架

庞巴迪宇航

庞巴迪宇航是世界公认的第三大飞机制造商，员工人数达到3.7万多人，年收入超90亿美元。其主要产品是支线飞机CRJ系列、Dash8 / Q系列、C系列等，每月产能可达10架左右。Q系列飞机和CRJ系列飞机近年的年订单和交付量都超过1000架。C系列飞机今年已试飞成功，订单超过百架了

巴西航空工业

是目前全球120座级以下商用喷气飞机最大制造商，同波音、空客和庞巴迪宇航并称世界四大民用飞机制造商。其雇员人数达1.9万多人，年收入超60亿美元。其商用飞机产品主要包括ERJ145系列和E—Jet系列。ERJ145系列累计获得确认订单超过900架，E.Jet系列累计确认订单1000多架，两个系列飞机分别累计交付890架和908架

中航工业

中航工业旗下的商用飞机产品，主要是涡轮螺旋桨支线飞机新舟60(MA60)系列(包括改进型MA600、MA700)。2000年6月，由中航工业旗下西安飞机制造公司研制的首架MA60飞机交付客户四川航空公司，正式投入运营。2008年6月，新舟600名在西安总装下线，10月首飞成功，2010年首次交付用户。新舟700飞机还在研制中。目前MA60系列的累计订单数达到270余架，交付数达100架

中国商飞

是2008年5月成立的中央企业，下属企业6家，员工1万多人。其产品主要有新支线飞机ARJ21—700(Advanced Regional Jet)和干线飞机C919。ARJ21飞机基本型全经济级布局90座，混合级布局78座，2008年已成功首飞，2014年12月取得我国喷气客机首张型号合格证(TC)，即将交付首家客户成都航空。C919飞机是中短程商用干线飞机，航程设计为4075至5555公里，布局为158座至168座，目前正在研制阶段数据来源：公开资料整理

综上所述，目前我国商用飞机行业供应商议价能力较强，替代品威胁较大，国产企业竞争力不足等。因此，我国商用飞机行业应该联合和重组中国的商用飞机制造企业，走集约化路线，大力发展中国民机制造产业链，优化产业价值链体系。

我国商用飞机行业五力模型结论 数据来源：公开资料整理

我国商用飞机行业发展策略 数据来源：公开资料整理 (WYD)

中国报告网是观研天下集团旗下的业内资深行业分析报告、市场深度调研报告提供商与综合行业信息门户。《2021年中国商用飞机产业分析报告-市场深度分析与发展动向研究》涵盖行业最新数据，市场热点，政策规划，竞争情报，市场前景预测，投资策略等内容。更辅以大量直观的图表帮助本行业企业准确把握行业发展态势、市场商机动向、正确制定企业竞争战略和投资策略。本报告依据国家统计局、海关总署和国家信息中心等渠道发布的权威数据，以及我中心对本行业的实地调研，结合了行业所处的环境，从理论到实践、从宏观到微观等多个角度进行市场调研分析。

它是业内企业、相关投资公司及政府部门准确把握行业发展趋势，洞悉行业竞争格局，规避经营和投资风险，制定正确竞争和投资战略决策的重要决策依据之一。本报告是全面了解行业以及对本行业进行投资不可或缺的重要工具。观研天下是国内知名的行业信息咨询机构，拥有资深的专家团队，多年来已经为上万家企业单位、咨询机构、金融机构、行业协会、个人投资者等提供了专业的行业分析报告，客户涵盖了华为、中国石油、中国电信、中国建筑、惠普、迪士尼等国内外行业领先企业，并得到了客户的广泛认可。

本研究报告数据主要采用国家统计局数据，海关总署，问卷调查数据，商务部采集数据等数据库。其中宏观经济数据主要来自国家统计局，部分行业统计数据主要来自国家统计局及市场调研数据，企业数据主要来自于国家统计局规模企业统计数据库及证券交易所等，价格数据主要来自于各类市场监测数据库。本研究报告采用的行业分析方法包括波特五力模型分析法、SWOT分析法、PEST分析法，对行业进行全面的内外部环境分析，同时通过资深分析师对目前国家经济形势的走势以及市场发展趋势和当前行业热点分析，预测行业未来的发展方向、新兴热点、市场空间、技术趋势以及未来发展战略等。

【报告大纲】

第一章 2017-2020年中国商用飞机行业发展概述

第一节 商用飞机行业发展情况概述

一、商用飞机行业相关定义

二、商用飞机行业基本情况介绍

三、商用飞机行业发展特点分析

四、商用飞机行业经营模式

1、生产模式

2、采购模式

3、销售模式

五、商用飞机行业需求主体分析

第二节 中国商用飞机行业上下游产业链分析

一、产业链模型原理介绍

二、商用飞机行业产业链条分析

三、产业链运行机制

1、沟通协调机制

2、风险分配机制

3、竞争协调机制

四、中国商用飞机行业产业链环节分析

1、上游产业

2、下游产业

第三节 中国商用飞机行业生命周期分析

一、商用飞机行业生命周期理论概述

二、商用飞机行业所属的生命周期分析

第四节 商用飞机行业经济指标分析

一、商用飞机行业的赢利性分析

二、商用飞机行业的经济周期分析

三、商用飞机行业附加值的提升空间分析

第五节 中国商用飞机行业进入壁垒分析

一、商用飞机行业资金壁垒分析

二、商用飞机行业技术壁垒分析

三、商用飞机行业人才壁垒分析

四、商用飞机行业品牌壁垒分析

五、商用飞机行业其他壁垒分析

第二章 2017-2020年全球商用飞机行业市场发展现状分析

第一节 全球商用飞机行业发展历程回顾

第二节 全球商用飞机行业市场区域分布情况

第三节 亚洲商用飞机行业地区市场分析

一、亚洲商用飞机行业市场现状分析

二、亚洲商用飞机行业市场规模与市场需求分析

三、亚洲商用飞机行业市场前景分析

第四节 北美商用飞机行业地区市场分析

一、北美商用飞机行业市场现状分析

二、北美商用飞机行业市场规模与市场需求分析

三、北美商用飞机行业市场前景分析

第五节 欧洲商用飞机行业地区市场分析

- 一、欧洲商用飞机行业市场现状分析
- 二、欧洲商用飞机行业市场规模与市场需求分析
- 三、欧洲商用飞机行业市场前景分析

第六节 2021-2026年世界商用飞机行业分布走势预测

第七节 2021-2026年全球商用飞机行业市场规模预测

第三章 中国商用飞机产业发展环境分析

第一节 我国宏观经济环境分析

- 一、中国GDP增长情况分析
- 二、工业经济发展形势分析
- 三、社会固定资产投资分析
- 四、全社会消费品商用飞机总额
- 五、城乡居民收入增长分析
- 六、居民消费价格变化分析
- 七、对外贸易发展形势分析

第二节 中国商用飞机行业政策环境分析

- 一、行业监管体制现状
- 二、行业主要政策法规

第三节 中国商用飞机产业社会环境发展分析

- 一、人口环境分析
- 二、教育环境分析
- 三、文化环境分析
- 四、生态环境分析
- 五、消费观念分析

第四章 中国商用飞机行业运行情况

第一节 中国商用飞机行业发展状况情况介绍

- 一、行业发展历程回顾
- 二、行业创新情况分析
- 三、行业发展特点分析

第二节 中国商用飞机行业市场规模分析

第三节 中国商用飞机行业供应情况分析

第四节 中国商用飞机行业需求情况分析

第五节 我国商用飞机行业细分市场分析

一、细分市场一

二、细分市场二

三、其它细分市场

第六节 中国商用飞机行业供需平衡分析

第七节 中国商用飞机行业发展趋势分析

第五章 中国商用飞机所属行业运行数据监测

第一节 中国商用飞机所属行业总体规模分析

一、企业数量结构分析

二、行业资产规模分析

第二节 中国商用飞机所属行业产销与费用分析

一、流动资产

二、销售收入分析

三、负债分析

四、利润规模分析

五、产值分析

第三节 中国商用飞机所属行业财务指标分析

一、行业盈利能力分析

二、行业偿债能力分析

三、行业营运能力分析

四、行业发展能力分析

第六章 2017-2020年中国商用飞机市场格局分析

第一节 中国商用飞机行业竞争现状分析

一、中国商用飞机行业竞争情况分析

二、中国商用飞机行业主要品牌分析

第二节 中国商用飞机行业集中度分析

一、中国商用飞机行业市场集中度影响因素分析

二、中国商用飞机行业市场集中度分析

第三节 中国商用飞机行业存在的问题

第四节 中国商用飞机行业解决问题的策略分析

第五节 中国商用飞机行业钻石模型分析

一、生产要素

二、需求条件

三、支援与相关产业

四、企业战略、结构与竞争状态

五、政府的作用

第七章 2017-2020年中国商用飞机行业需求特点与动态分析

第一节 中国商用飞机行业消费市场动态情况

第二节 中国商用飞机行业消费市场特点分析

一、需求偏好

二、价格偏好

三、品牌偏好

四、其他偏好

第三节 商用飞机行业成本结构分析

第四节 商用飞机行业价格影响因素分析

一、供需因素

二、成本因素

三、渠道因素

四、其他因素

第五节 中国商用飞机行业价格现状分析

第六节 中国商用飞机行业平均价格走势预测

一、中国商用飞机行业价格影响因素

二、中国商用飞机行业平均价格走势预测

三、中国商用飞机行业平均价格增速预测

第八章 2017-2020年中国商用飞机行业区域市场现状分析

第一节 中国商用飞机行业区域市场规模分布

第二节 中国华东地区商用飞机市场分析

一、华东地区概述

二、华东地区经济环境分析

三、华东地区商用飞机市场规模分析

四、华东地区商用飞机市场规模预测

第三节 华中地区市场分析

一、华中地区概述

二、华中地区经济环境分析

三、华中地区商用飞机市场规模分析

四、华中地区商用飞机市场规模预测

第四节 华南地区市场分析

- 一、华南地区概述
- 二、华南地区经济环境分析
- 三、华南地区商用飞机市场规模分析
- 四、华南地区商用飞机市场规模预测

第九章 2017-2020年中国商用飞机行业竞争情况

第一节 中国商用飞机行业竞争结构分析（波特五力模型）

- 一、现有企业间竞争
- 二、潜在进入者分析
- 三、替代品威胁分析
- 四、供应商议价能力
- 五、客户议价能力

第二节 中国商用飞机行业SCP分析

- 一、理论介绍
- 二、SCP范式
- 三、SCP分析框架

第三节 中国商用飞机行业竞争环境分析（PEST）

- 一、政策环境
- 二、经济环境
- 三、社会环境
- 四、技术环境

第十章 商用飞机行业企业分析（随数据更新有调整）

第一节 企业

- 一、企业概况
- 二、主营产品
- 三、运营情况
 - 1、主要经济指标情况
 - 2、企业盈利能力分析
 - 3、企业偿债能力分析
 - 4、企业运营能力分析
 - 5、企业成长能力分析

四、公司优劣势分析

第二节 企业

- 一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优劣势分析

第三节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优劣势分析

第四节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优劣势分析

第五节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优劣势分析

第十一章 2021-2026年中国商用飞机行业发展前景分析与预测

第一节 中国商用飞机行业未来发展前景分析

一、商用飞机行业国内投资环境分析

二、中国商用飞机行业市场机会分析

三、中国商用飞机行业投资增速预测

第二节 中国商用飞机行业未来发展趋势预测

第三节 中国商用飞机行业市场发展预测

一、中国商用飞机行业市场规模预测

二、中国商用飞机行业市场规模增速预测

三、中国商用飞机行业产值规模预测

四、中国商用飞机行业产值增速预测

五、中国商用飞机行业供需情况预测

第四节 中国商用飞机行业盈利走势预测

一、中国商用飞机行业毛利润同比增速预测

二、中国商用飞机行业利润总额同比增速预测

第十二章 2021-2026年中国商用飞机行业投资风险与营销分析

第一节 商用飞机行业投资风险分析

- 一、商用飞机行业政策风险分析
- 二、商用飞机行业技术风险分析
- 三、商用飞机行业竞争风险分析
- 四、商用飞机行业其他风险分析

第二节 商用飞机行业应对策略

- 一、把握国家投资的契机
- 二、竞争性战略联盟的实施
- 三、企业自身应对策略

第十三章 2021-2026年中国商用飞机行业发展战略及规划建议

第一节 中国商用飞机行业品牌战略分析

- 一、商用飞机企业品牌的重要性
- 二、商用飞机企业实施品牌战略的意义
- 三、商用飞机企业品牌的现状分析
- 四、商用飞机企业的品牌战略
- 五、商用飞机品牌战略管理的策略

第二节 中国商用飞机行业市场重点客户战略实施

- 一、实施重点客户战略的必要性
- 二、合理确立重点客户
- 三、对重点客户的营销策略
- 四、强化重点客户的管理
- 五、实施重点客户战略要重点解决的问题

第三节 中国商用飞机行业战略综合规划分析

- 一、战略综合规划
- 二、技术开发战略
- 三、业务组合战略
- 四、区域战略规划
- 五、产业战略规划
- 六、营销品牌战略
- 七、竞争战略规划

第四节 商用飞机行业竞争力提升策略

- 一、商用飞机行业产品差异性策略
- 二、商用飞机行业个性化服务策略

- 三、商用飞机行业的促销宣传策略
- 四、商用飞机行业信息智能化策略
- 五、商用飞机行业品牌化建设策略
- 六、商用飞机行业专业化治理策略

第十四章 2021-2026年中国商用飞机行业发展策略及投资建议

第一节 中国商用飞机行业产品策略分析

- 一、服务产品开发策略
- 二、市场细分策略
- 三、目标市场的选择

第二节 中国商用飞机行业营销渠道策略

- 一、商用飞机行业渠道选择策略
- 二、商用飞机行业营销策略

第三节 中国商用飞机行业价格策略

第四节 观研天下行业分析师投资建议

- 一、中国商用飞机行业重点投资区域分析
- 二、中国商用飞机行业重点投资产品分析

图表详见正文

更多好文每日分享，欢迎关注公众号

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/kongyun/532270532270.html>