

2018年中国支线航空市场分析报告- 行业运营态势与发展趋势研究

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《2018年中国支线航空市场分析报告-行业运营态势与发展趋势研究》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/340162340162.html>

报告价格：电子版: 7200元 纸介版：7200元 电子和纸介版: 7500

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

支线航空由支线航线、支线机场和支线飞机组成，是航空运输体系的重要组成部分，也是城市经济发展的重要保障。

一、支线航线及我国支线航线运营模式

支线航线一般可以指短距离航线（即不超过 800 公里的航线），或者也可以是连接支线机场的、运量较少的航线。

目前，我国支线航线的运营模式主要有点对点式和中枢辐射式两种模式，主要分布在东部沿海、西南以及西北地区。云南的旅游资源丰富，客源较多，已经形成了比较成熟的中枢辐射式航线网络，其他中小城镇之间的航线模式主要以点对点式为主。

（一）点对点航线

点对点航线是指两城市之间的直达航线，具有方便、快捷的特点，深受广大旅客的青睐。此外，点对点航线不涉及收益分配，只需根据市场开通合适的航线，尽可能地提高航空公司收益。

点对点航线的优点：

- 1.对旅客来说，点对点航线航班无需中转，方便、快捷，能够有效地节约旅客的出行时间；
- 2.对航空公司来说，点对点航线航班时刻、人力与运力的安排比较简单，能有效地降低航班的延误率。

点对点航线的缺点：

- 1.点对点航线只负责两个城市之间的简单运输，客源较少，航线的客座率较低，对于航线资源的利用不够充分，运营成本较高；
- 2.点对点航线的航班通常客流量较小，航班频率低，部分旅客会由于航班时刻不合适的原因而选用其他交通方式，客源易流失。

因此整体来说点对点航线的运输方式对于旅客吸引力或不如想象中高，主要是由于价格较高以及航班频率低等原因，增加了旅客的计划延误和随机延误成本，有时无法满足旅客高效快捷的出行要求。

（二）中枢辐射式航线网络

中枢辐射式航线网络把支线与干线有效地结合在一起，力求通过覆盖多个城市，为更多的旅客提供航空服务。

中枢辐射式航线网络的优点：

- 1.航空公司构建和运营中枢辐射式航线网络，使 O-D 流的服务数量大大增加，可以获取范围经济性；
- 2.便于航空公司机组调配管理，在枢纽机场即可完成机组的调配等项目，同时有助于开发新的航线市场；

3.能够促进枢纽机场的经济发展。枢纽机场是航空旅客的集散地，旅客在中转过程中的消费可以带动机场周边的发展。

中枢辐射式航线网络的缺点：

4.中转时，旅客耗时可能较长，对于时间敏感度较高的旅客吸引力较低；

5.中枢辐射式航线网络使前后航班的协调难度增大，导致堵塞和航班延误现象加剧，后面的航班很容易受前一航班的影响，增加航班的延误率。

两种航线网络的运营模式各有利弊，适合不同市场地区。航空公司针对不同的支线市场选择合适的运营模式，从而减少成本并增加收益。

二、支线机场及我国支线机场分布情况

支线机场是指年旅客吞吐量在 200 万以下的机场。2017 年，我国共有 229 个通航定期航班的机场，吞吐量在 200 万人次以上的仅 58 个。我国 74%的机场所在城市都属于支线航空服务范围。

支线机场多分布在华东和西南地区，因此，华东和西南地区也是我国支线航线的主运营地。

图表：国内支线机场主要分布在华东和西南地区

图表来源：公开资料整理

图表：我国支线市场主要有华夏、幸福、北部湾等组成

图表来源：公开资料整理

截至 2016 年末，我国共有 160 个支线机场，合计旅客吞吐量为 8422.40 万人，占运输总量的8.29%。虽然目前占比仍较低，但近几年支线机场数量持续增加，旅客运载量也在快速增长。

图表：支线机场数量和旅客吞吐量逐年上升

图表来源：公开资料整理

图表：2016 年底国内支线机场分布

图表来源：公开资料整理

三、支线飞机及我国支线飞机运营公司

目前我国运营支线航空的航空公司较少。2018 年 3 月 2 日，华夏航空股份有限公司在深圳证券交易所成功上市，成为首家支线航空领域的 A 股上市公司。公司业绩稳步增长，整体成长能力稳健平衡。2016 年、2017 年分别实现归属于母公司净利润 34,576.95 万元、37,423.07 万元。另外，天津航空的支线飞机规模也较大，自 2010 年便持续处于业绩增长的态势，2015、2016 年分别实现归母净利润 46,923.11 万元、51,522.31 万元。

截至 2017 年末，除已上市的华夏航空以外，我国有以下几家航空公司运营支线飞机：

南方航空 20 架 ERJ195；河北航空 6 架 ERJ190；天津航空 33 架 ERJ190，17 架 ERJ195；北部湾航空 17 架 ERJ190；西藏航空 25 架 MA60；成都航空 4 架 ARJ21；多彩

贵州 9 架 ERJ190；华夏航空 32 架 ARJ21。

图表：截至 2017 年末国内航空公司机队运营规模

图表来源：公开资料整理

四、支线航空特殊的“运力购买模式”

不同于三大航及海航的全服务模式 and 春秋、西部航等的低成本模式，机构客户运力购买模式是目前支线航空行业普遍采用的模式，无论是支线航空公司，还是干线航空公司经营支线业务，均会采用运力购买模式。

各家航空公司根据各自运营航班的成本、对于该支线的客流预测以及经济效益测算，向机构客户报价，由机构客户遵循市场化原则选择承运航空公司。例如华夏航空，公司的机构客户主要为各支线机场所在地的地方政府、机场经营机构等。

支线机场所在地的政府部门或机场与公司签订相关的协议，购买每个航班的客运运力。

。

我们接下来从发展需求和发展所面临的障碍两个角度来看这种运营模式的意义。

（一）支线航空的发展需求：

支线航空所覆盖地区对航空拉动需求较高。支线机场所在的地区大多是二、三、四线城市，地方政府亟待通过航空客运拉动进出客流，进而带动该地区的商流、旅游及对外交流，并由此带动该地区的土地增值，拉动相关房地产投资和其他领域的投资，从而促进当地经济的发展。另外，随着人民生活水平的不断提高，普通民众对外出交通的便捷性、时间性、舒适性等方面的要求越来越高，特别是在商务和旅游等领域，航空已经成为人们首选的交通途径。

（二）支线航空的发展障碍：

支线航空客座率较低降低航司积极性。不同于传统干线航线高客座率、高票价的情况，在各支线机场发展初期，由于客流量少未形成规模，航空公司运营该地区航班客座率普遍较低，不具有经济性，新开支线航线的风险较大，因此大大打击了航空公司开辟支线航线的积极性。而航班数量少，交通不便利，又会阻碍当地的经济的发展，降低客流量，形成恶性循环。

（三）运力购买-推动支航发展的协议模式：

地方政府通过与航空公司的运力购买协议来推动支航发展。地方政府及机场与航空公司开展运力购买合作，由地方政府及机场通过运力购买的形式向航空公司购买运力，增加开通航线，培育客流市场。在这种模式下，公司只要飞一班，就能拿到一班的钱。

这种合作模式由地方政府及机场作为运力购买方，可以保证航空公司开通新支线航线的经济效益，消除航空公司的后顾之忧，能够有效增加当地航线数量，从而实现当地促进商流、旅游，提高机场使用效率，推动地区整体经济发展。

观研天下发布的《2018年中国支线航空市场分析报告-行业运营态势与发展趋势研究》

内容严谨、数据翔实，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动向、市场前景、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 2016-2018年中国支线航空行业发展概述

第一节 支线航空行业发展情况概述

- 一、支线航空行业相关定义
- 二、支线航空行业基本情况介绍
- 三、支线航空行业发展特点分析

第二节 中国支线航空行业上下游产业链分析

- 一、产业链模型原理介绍
- 二、支线航空行业产业链条分析
- 三、中国支线航空行业产业链环节分析
 - 1、上游产业
 - 2、下游产业

第三节 中国支线航空行业生命周期分析

- 一、支线航空行业生命周期理论概述

二、支线航空行业所属的生命周期分析

第四节 支线航空行业经济指标分析

- 一、支线航空行业的赢利性分析
- 二、支线航空行业的经济周期分析
- 三、支线航空行业附加值的提升空间分析

第五节 国中支线航空行业进入壁垒分析

- 一、支线航空行业资金壁垒分析
- 二、支线航空行业技术壁垒分析
- 三、支线航空行业人才壁垒分析
- 四、支线航空行业品牌壁垒分析
- 五、支线航空行业其他壁垒分析

第二章 2016-2018年全球支线航空行业市场发展现状分析

第一节 全球支线航空行业发展历程回顾

第二节 全球支线航空行业市场区域分布情况

第三节 亚洲支线航空行业地区市场分析

- 一、亚洲支线航空行业市场现状分析
- 二、亚洲支线航空行业市场规模与市场需求分析
- 三、亚洲支线航空行业市场前景分析

第四节 北美支线航空行业地区市场分析

- 一、北美支线航空行业市场现状分析
- 二、北美支线航空行业市场规模与市场需求分析
- 三、北美支线航空行业市场前景分析

第五节 欧盟支线航空行业地区市场分析

- 一、欧盟支线航空行业市场现状分析
- 二、欧盟支线航空行业市场规模与市场需求分析
- 三、欧盟支线航空行业市场前景分析

第六节 2018-2024年世界支线航空行业分布走势预测

第七节 2018-2024年全球支线航空行业市场规模预测

第三章 中国支线航空产业发展环境分析

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、全社会消费品支线航空总额

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 中国支线航空行业政策环境分析

一、行业监管体制现状

二、行业主要政策法规

第三节 中国支线航空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 中国支线航空行业运行情况

第一节 中国支线航空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 中国支线航空行业市场规模分析

第三节 中国支线航空行业供应情况分析

第四节 中国支线航空行业需求情况分析

第五节 中国支线航空行业供需平衡分析

第六节 中国支线航空行业发展趋势分析

第五章 中国支线航空所属行业运行数据监测

第一节 中国支线航空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 中国支线航空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 中国支线航空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 2016-2018年中国支线航空市场格局分析

第一节 中国支线航空行业竞争现状分析

- 一、中国支线航空行业竞争情况分析
- 二、中国支线航空行业主要品牌分析

第二节 中国支线航空行业集中度分析

- 一、中国支线航空行业市场集中度分析
- 二、中国支线航空行业企业集中度分析

第三节 中国支线航空行业存在的问题

第四节 中国支线航空行业解决问题的策略分析

第五节 中国支线航空行业竞争力分析

- 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 2016-2018年中国支线航空行业需求特点与价格走势分析

第一节 中国支线航空行业消费特点

第二节 中国支线航空行业消费偏好分析

- 一、需求偏好
- 二、价格偏好
- 三、品牌偏好
- 四、其他偏好

第三节 支线航空行业成本分析

第四节 支线航空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 中国支线航空行业价格现状分析

第六节 中国支线航空行业平均价格走势预测

- 一、中国支线航空行业价格影响因素
- 二、中国支线航空行业平均价格走势预测
- 三、中国支线航空行业平均价格增速预测

第八章 2016-2018年中国支线航空行业区域市场现状分析

第一节 中国支线航空行业区域市场规模分布

第二节 中国华东地支线航空市场分析

- 一、华东地区概述
- 二、华东地区经济环境分析
- 三、华东地区支线航空市场规模分析
- 四、华东地区支线航空市场规模预测

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、华中地区支线航空市场规模分析
- 四、华中地区支线航空市场规模预测

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、华南地区支线航空市场规模分析

第九章 2016-2018年中国支线航空行业竞争情况

第一节 中国支线航空行业竞争结构分析（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 中国支线航空行业SWOT分析

- 一、行业优势分析
- 二、行业劣势分析
- 三、行业机会分析
- 四、行业威胁分析

第三节 中国支线航空行业竞争环境分析（PEST）

- 一、政策环境
- 二、经济环境
- 三、社会环境
- 四、技术环境

第十章 支线航空行业企业分析（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
 - 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

第三节 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

第四节 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

第五节 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

第十一章 2018-2024年中国支线航空行业发展前景分析与预测

第一节 中国支线航空行业未来发展前景分析

一、支线航空行业国内投资环境分析

二、中国支线航空行业市场机会分析

三、中国支线航空行业投资增速预测

第二节 中国支线航空行业未来发展趋势预测

第三节 中国支线航空行业市场发展预测

一、中国支线航空行业市场规模预测

二、中国支线航空行业市场规模增速预测

三、中国支线航空行业产值规模预测

四、中国支线航空行业产值增速预测

五、中国支线航空行业供需情况预测

第四节中国支线航空行业盈利走势预测

- 一、中国支线航空行业毛利润同比增速预测
- 二、中国支线航空行业利润总额同比增速预测

第十二章 2018-2024年中国支线航空行业投资风险与营销分析

第一节 支线航空行业投资风险分析

- 一、支线航空行业政策风险分析
- 二、支线航空行业技术风险分析
- 三、支线航空行业竞争风险分析
- 四、支线航空行业其他风险分析

第二节 支线航空行业企业经营发展分析及建议

- 一、支线航空行业经营模式
- 二、支线航空行业销售模式
- 三、支线航空行业创新方向

第三节 支线航空行业应对策略

- 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2018-2024年中国支线航空行业发展策略及投资建议

第一节 中国支线航空行业品牌战略分析

- 一、支线航空企业品牌的重要性
- 二、支线航空企业实施品牌战略的意义
- 三、支线航空企业品牌的现状分析
- 四、支线航空企业的品牌战略
- 五、支线航空品牌战略管理的策略

第二节中国支线航空行业市场的关键客户战略实施

- 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 中国支线航空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

第十四章 2018-2024年中国支线航空行业发展策略及投资建议

第一节 中国支线航空行业产品策略分析

- 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 中国支线航空行业定价策略分析

第三节 中国支线航空行业营销渠道策略

- 一、支线航空行业渠道选择策略
- 二、支线航空行业营销策略

第四节 中国支线航空行业价格策略

第五节 观研天下行业分析师投资建议

- 一、中国支线航空行业重点投资区域分析
- 二、中国支线航空行业重点投资产品分析

图表详见正文（GYJPZQ）

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/kongyun/340162340162.html>