

# 2019年中国直升机市场分析报告- 产业竞争现状与投资前景研究

报告大纲

观研报告网

[www.chinabaogao.com](http://www.chinabaogao.com)

## 一、报告简介

观研报告网发布的《2019年中国直升机市场分析报告-产业竞争现状与投资前景研究》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/379466379466.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

### 一、直升机市场概况

直升机的突出特点是可以做低空（离地面数米）、低速（从悬停开始）和机头方向不变的机动飞行，特别是可在小面积场地垂直起降。由于这些特点，直升机广泛地应用于军用和民用领域，具体包括武装、运输、警用、深林防火、医疗服务和公务等领域。

近年来，随着直升机在国家军事配备和社会日常生产与生活中得到越来越多的应用，全球市场表现出对于直升机的持续需求。尤其是新兴市场，随着经济的发展，对于直升机有着大数量、高增长的需求。

#### 1、军用直升机市场概况

由于方便灵活且不需要较高的起降条件，所以直升机在军事领域应用广泛，而陆军航空兵的重要装备是武装直升机。武装直升机具有机动灵活，反应迅速，适于低空、超低空抵近攻击，能在运动和悬停状态开火等特点，可有效对各种地面目标和超低空目标实施精确打击，在战争中具有攻击坦克和装甲目标、提供近距离火力支援、争夺超低空制空权等作用，是航空兵实施直接火力支援的机种。在现代局部战争中，武装直升机受到世界各国的关注。

根据数据显示，现阶段世界现役军用直升机数量超过2万架。由于具有独特的性能与优点，直升机被广泛的应用在武装攻击、物资和人员运输、空中侦察等一系列领域。目前全球装备军用直升机最多的国家为美国5,758架，其占全球军用直升机数量的比例约为27.73%，其次为俄罗斯。

近几年我国军用直升机的数量增长迅速，总数达到了809架，但是中国军用直升机的数量与美国相比，差距仍有很大，由此可见我国在未来还有很大的增长空间。

#### 2、民用直升机市场概况

在民用领域，直升机已成为提高社会公共服务水平的重要保障。民用直升机按照市场应用领域可以细分为：通用、警用、海洋石油、公务、医疗服务、客运、VIP市场，其中民用直升机市场应用的最大市场是通用市场，其市场份额约整个市场的1/3左右；其次为警用直升机市场。

民用直升机应用领域及方向 资料来源：公开数据整理

根据数据显示，2017年全球民用注册直升机超4万架，其中美欧发达国家地区保有量领先。其中，受益于其强大的消费能力和积极的通用航空政策，美国在民用直升机领域一枝独秀；其次是俄罗斯、加拿大和澳大利亚，保有量数量均超过2,000架，分别为第二位、第三位和第四位；而中国民用直升机产业发展相对滞后于经济发展，到目前为止数量只有999架。

### 二、国内直升机行业迎来黄金发展时期

#### 1、军用直升机需求强劲、加速列装

根据数据显示，近几年中国军用直升机的数量快速增长，总数达到809架，但相比于于

美国的5,758架仍有很大差距，有巨大的增长空间。

#### （1）国内军用直升机技术突破，多型直升机具备加速列装条件

当前，我国通过自主研发和国际合作等方式，在军用直升机技术方面取得了巨大突破，我国自主研制的军用直升机性能与世界一流水平的差距远小于固定翼飞机。根据数据，Z-8、Z-9、Z-10、Z-11、Z-19等国产型号数量占我国全部军用直升机的比重超过60%。未来，随着在研型号的陆续批产，我国直升机型谱将有望更加丰富。

#### （2）中国军用直升机需求旺盛，持续增长的中国的军费支出为军用直升机加速列装提供保障

中国在过去军费支出较低，对于直升机研发投入和采购倾斜较少。2000年后，随着中国军方开始重视军用直升机的发展，我国中国军费开支的增加和其他武器装备数量的逐步完善，加大了武装直升机为主的专用直升机研发和列装数量。持续增长的军费将为军用直升机的加速列装提供保障，未来陆航部队规模的扩大以及海、空军建设的刚性需求是我国直升机行业主要需求来源。

#### （3）与国外发达国家相比，我国直升机装备落后较多

根据数据，美国拥有军用直升机5,758架。美军陆航是直升机的主要配置部队，美国陆军共装备了4,386架直升机，而这其中绝大部分都配置于陆军航空兵部队，占到了美国军用直升机数量的76.17%；中国拥有军用直升机809架，陆军共装备了657架直升机。与美国相比，我国陆军战斗直升机数量不及美国陆军战斗直升机的15%，这远不能达到我军长远的战略需求。

#### （4）军队改革激发军队对直升机及相关装备的需求

现代化战争的经验教训表明，只有多种力量综合使用、各军兵种密切协同、各种武器系统优势互补，才能发挥整体威力。现代化的陆军建设已不能单单依靠地面部队，陆军航空兵可以为地面部队提供空中的火力支援，能有效对各种地面目标和超低空目标实施精确打击。武装直升机是陆军航空兵实施直接火力支援的机种。而我国目前国防装备中，军用直升机的数量短缺，直升机投入亟需增加。

根据2015年《中国的军事战略》，在军事力量建设发展方面，“陆军按照机动作战、立体攻防的战略要求，实现区域防卫型向全域机动型转变，加快小型化、多能化、模块化发展步伐，适应不同地区不同任务需要，组织作战力量分类建设，构建适应联合作战要求的作战力量体系，提高精确作战、立体作战、全域作战、多能作战、持续作战能力。”机动作战、立体攻防对武装直升机提出了更多的需求。

近年来我国陆军航空兵发展迅猛，进行了大规模扩充和装备更新，各类型直升机研制均取得突破。军队改革将进一步激发军队对武装用直升机的装备需求。

## 2、民用直升机市场进入高速发展时期

相对于国际市场，我国民用直升机市场处于起步阶段，未来几年直升机数量有望快速增长。

### （1）我国民用直升机市场与发达国家相比差距较大

国内民用直升机行业受通用航空产业的滞后制约发展。受限于国内空域开放不到位，通用航空基础设施落后和专业人才短缺，导致直升机民用市场规模仍然不大。近年来中国民用直升机机队数量增长迅速，但与其他发达国家相比，中国民用直升机数量与之的差距仍然很大。根据统计，截至2017年末中国民用直升机数量为999架，大概相当于美国民用直升机数量的7%，分别占俄罗斯和加拿大民用直升机数量的35.61%和37.98%。目前中国的直升机产业发展与人口数量和经济发展水平不匹配，行业仍处于起步阶段，未来拥有广阔的发展空间。

现阶段，国内民用直升机应用主要集中在通用航空、海上运输和飞行训练等方面，其他业务的保有量相对较少。例如，我国直升机个人业务占比仅1%，远低于美国；另外，在空中观光、空中遥感等各类应用方面都与美国有很大差距。

### （2）低空飞行的放开将助推国内民用直升机行业的发展

中低空是直升机的主要活动空域，且对机场等基础设施要求不高，低空开放以后更适合多数企业和个人使用。随着中国低空领域的逐步开放和经济发展对于直升机市场需求的增加，中国的民用直升机市场在未来几年有望进入一个井喷式增长时期。

我国空域管制严格导致包括直升机在内的通用航空产业发展滞后。2010年11月14日，国务院和中央军委正式对外发布《关于深化我国低空空域管理改革的意见》，提出未来将逐步放开低空空域管制；2013年11月，总参谋部和民航局颁布了《通用航空飞行任务审批与管理规定》，规定了除9种情况外只需报备，简化审批程序。1000米以下低空空域有望开放管制及通用航空审批手续的简化，将大大加速我国通用航空产业的发展。

随着我国经济的不断上升，将会持续增加警用、电力、物流和飞行训练等行业对直升机的需求，随着低空空域的逐步开放和通用航空产业的快速发展，制约民用直升机发展的壁垒将逐步消失，我国民用直升机产业将有望进入快速发展期。（ww）

观研天下发布的《2019年中国直升机市场分析报告-产业竞争现状与投资前景研究》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年中国直升机行业发展概述

#### 第一节 直升机行业发展情况概述

##### 一、直升机行业相关定义

##### 二、直升机行业基本情况介绍

##### 三、直升机行业发展特点分析

#### 第二节 中国直升机行业上下游产业链分析

##### 一、产业链模型原理介绍

##### 二、直升机行业产业链条分析

##### 三、中国直升机行业产业链环节分析

###### 1、上游产业

###### 2、下游产业

#### 第三节 中国直升机行业生命周期分析

##### 一、直升机行业生命周期理论概述

##### 二、直升机行业所属的生命周期分析

#### 第四节 直升机行业经济指标分析

##### 一、直升机行业的赢利性分析

##### 二、直升机行业的经济周期分析

##### 三、直升机行业附加值的提升空间分析

#### 第五节 中国直升机行业进入壁垒分析

##### 一、直升机行业资金壁垒分析

##### 二、直升机行业技术壁垒分析

##### 三、直升机行业人才壁垒分析

##### 四、直升机行业品牌壁垒分析

##### 五、直升机行业其他壁垒分析

## 第二章 2016-2018年全球直升机行业市场发展现状分析

### 第一节 全球直升机行业发展历程回顾

### 第二节 全球直升机行业市场区域分布情况

### 第三节 亚洲直升机行业地区市场分析

#### 一、亚洲直升机行业市场现状分析

#### 二、亚洲直升机行业市场规模与市场需求分析

#### 三、亚洲直升机行业市场前景分析

### 第四节 北美直升机行业地区市场分析

#### 一、北美直升机行业市场现状分析

#### 二、北美直升机行业市场规模与市场需求分析

#### 三、北美直升机行业市场前景分析

### 第五节 欧盟直升机行业地区市场分析

#### 一、欧盟直升机行业市场现状分析

#### 二、欧盟直升机行业市场规模与市场需求分析

#### 三、欧盟直升机行业市场前景分析

### 第六节 2019-2025年世界直升机行业分布走势预测

### 第七节 2019-2025年全球直升机行业市场规模预测

## 第三章 中国直升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、全社会消费品直升机总额

#### 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 中国直升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 中国直升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 中国直升机行业运行情况

### 第一节 中国直升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 中国直升机行业市场规模分析

### 第三节 中国直升机行业供应情况分析

### 第四节 中国直升机行业需求情况分析

### 第五节 中国直升机行业供需平衡分析

### 第六节 中国直升机行业发展趋势分析

## 第五章 中国直升机所属行业运行数据监测

### 第一节 中国直升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 中国直升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 中国直升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 2016-2018年中国直升机市场格局分析

### 第一节 中国直升机行业竞争现状分析

#### 一、中国直升机行业竞争情况分析

#### 二、中国直升机行业主要品牌分析

### 第二节 中国直升机行业集中度分析

#### 一、中国直升机行业市场集中度分析

#### 二、中国直升机行业企业集中度分析

### 第三节 中国直升机行业存在的问题

### 第四节 中国直升机行业解决问题的策略分析

### 第五节 中国直升机行业竞争力分析



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年中国直升机行业需求特点与动态分析

第一节 中国直升机行业消费市场动态情况

第二节 中国直升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 直升机行业成本分析

第四节 直升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 中国直升机行业价格现状分析

第六节 中国直升机行业平均价格走势预测

一、中国直升机行业价格影响因素

二、中国直升机行业平均价格走势预测

三、中国直升机行业平均价格增速预测

第八章 2016-2018年中国直升机行业区域市场现状分析

第一节 中国直升机行业区域市场规模分布

第二节 中国华东地区直升机市场分析

一、华东地区概述

二、华东地区经济环境分析

三、华东地区直升机市场规模分析

四、华东地区直升机市场规模预测

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、华中地区直升机市场规模分析

四、华中地区直升机市场规模预测

#### 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、华南地区直升机市场规模分析

#### 第九章 2016-2018年中国直升机行业竞争情况

##### 第一节 中国直升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 中国直升机行业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 中国直升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 直升机行业企业分析（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 2019-2025年中国直升机行业发展前景分析与预测

### 第一节 中国直升机行业未来发展前景分析

#### 一、直升机行业国内投资环境分析

#### 二、中国直升机行业市场机会分析

#### 三、中国直升机行业投资增速预测

### 第二节 中国直升机行业未来发展趋势预测

#### 第三节 中国直升机行业市场发展预测

##### 一、中国直升机行业市场规模预测

##### 二、中国直升机行业市场规模增速预测

##### 三、中国直升机行业产值规模预测

##### 四、中国直升机行业产值增速预测

##### 五、中国直升机行业供需情况预测

#### 第四节 中国直升机行业盈利走势预测

##### 一、中国直升机行业毛利润同比增速预测

##### 二、中国直升机行业利润总额同比增速预测

## 第十二章 2019-2025年中国直升机行业投资风险与营销分析

### 第一节 直升机行业投资风险分析

#### 一、直升机行业政策风险分析

二、直升机行业技术风险分析

三、直升机行业竞争风险分析

四、直升机行业其他风险分析

第二节 直升机行业企业经营发展分析及建议

一、直升机行业经营模式

二、直升机行业销售模式

三、直升机行业创新方向

第三节 直升机行业应对策略

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 2019-2025年中国直升机行业发展策略及投资建议

第一节 中国直升机行业品牌战略分析

一、直升机企业品牌的重要性

二、直升机企业实施品牌战略的意义

三、直升机企业品牌的现状分析

四、直升机企业的品牌战略

五、直升机品牌战略管理的策略

第二节 中国直升机行业市场的关键客户战略实施

一、实施关键客户战略的必要性

二、合理确立关键客户

三、对关键客户的营销策略

四、强化关键客户的管理

五、实施关键客户战略要重点解决的问题

第三节 中国直升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

第十四章 2019-2025年中国直升机行业发展策略及投资建议

第一节 中国直升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 中国直升机行业定价策略分析
  - 第三节 中国直升机行业营销渠道策略
    - 一、直升机行业渠道选择策略
    - 二、直升机行业营销策略
  - 第四节 中国直升机行业价格策略
  - 第五节 观研天下行业分析师投资建议
    - 一、中国直升机行业重点投资区域分析
    - 二、中国直升机行业重点投资产品分析
- 图表详见正文 . . . . .

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/kongyun/379466379466.html>