

2017-2022年中国廉价航空行业发展态势及投资策略 略研究报告

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《2017-2022年中国廉价航空行业发展态势及投资策略研究报告》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/288553288553.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

廉价航空公司又称为低成本航空公司或低价航空公司，指的是通过取消一些传统航空乘客服务，将营运成本控制得比一般航空公司较低，从而可以长期大量提供便宜票价的航空公司。

竞争与融合并存

在廉价航空迅速兴起后的一个阶段内，由于廉价航空所提供的价值主张与强调全方位服务的传统航企相比特点鲜明，因此两者之间的界定也十分清晰：廉价航空公司仅提供最低限度的服务产品，单一化的客舱、统一尺寸的座位、不提供免费食物、没有免费行李限额、没有中转航班。事实上，廉价航空将产品中几乎所有非必需的部分全数剥离。

这一被称为“分类计价”的做法使得乘客只需支付极低的价格便可从A地前往B地，而那些追求舒适的乘客则需要为额外的服务支付费用。与此同时，传统航空公司发现快速改变其成本和运营结构以应对如此强大的“价格杀手”的竞争变得愈发困难。作为应对，它们将业务重点退缩至受廉价航空竞争影响相对较小的领域：公务机和远程航线业务。然而，这样的市场划分并不一定是廉价航空与传统航空竞争的最终结局，双方的竞争版本仍然在快速发生着变化。

廉价航空公司对其商业模式进行了调整，旨在进军目前仍被传统航企占有的市场份额。

许多关于廉价航空产业的教条正在被逐一摒弃。一些低成本航空公司在商业模式上正在向着一种全新的航空业态转变，行业称之为“混合型航企”，这是一种介于纯粹低成本航空与传统航空之间的混合体。

资料来源：公开资料。中国报告网整理

资料来源：公开资料。中国报告网整理

追逐商业旅客举例来说，许多低成本航企采取了重新捆绑的方式。

相比于逐项购买服务，乘客们现在可以选择品牌票价方案，这种方案包括一系列服务：更好的座位、更高的行李限额和机场休息室使用权。这些服务通常是传统航企才提供的。

不过，廉价航企的定价仍然更具有竞争力。

为了追逐商务客户，低成本航企也开始通过全球分销系统（GDS）销售机票，因为许多企业买方都在使用这一系统购票。一些廉价航企甚至推出了它们自己的会员忠诚度计划。所有这些显然给传统航企带来了额外的压力：传统航企依赖于短程航班为它们带来更多利润的远程航线供应客流。

面对这一挑战，全服务型航企采取了不同策略。

有些大型航企集团成立了自己的低成本子公司，以与低成本航企直接竞争。比如，法航-荷航成立了泛航航空（Transavia），汉莎航空成立了德国之翼与欧洲之翼。它们还在传统的商务舱与经济舱分类之外，对乘客群体进行进一步细分。我们这里所说的不仅仅是高端经济舱产品的推出，更是经济舱本身内部的多级品牌票价结构。通过这种方式，传统航空公司得以提供不附带任何福利的、具有竞争力的入门级票价产品。

如今，乘坐传统航企的航班已不再意味着乘客一定会获得免费的飞机餐以及慷慨的行李限额，由此带来的结果就是各种各样的融合。一个廉价航企的最高级别服务水准可能类似于商务舱的服务水准。客户购买传统航企最基本的票价可能获得的服务水准，与廉价航企的服务基本上难分伯仲。

改变合作对象另外一个重要的发展动向很可能会重新定义我们关于廉价航企的概念并继续模糊其与传统航企的区分界限。廉价航企正在与其他航企建立合作关系，合作对象甚至包括传统航企。这对于那些正在努力避免其运营成本高昂的复杂问题的低成本航企来说，无疑是个意义重大的尝试。

通过不同类型航企之间的合作，乘客得以在数个航企之间实现行程的无缝预订，这种操作也带来了相应的挑战。最大的挑战就是保证产品的一致性。假设有人预订了一张以其机上服务闻名的传统航企的机票，但此后却发现其行程当中有一站是由一个廉价航企运营的，而该廉价航企提供的是一种完全不同的乘客体验。这一点可能就是导致汉莎航空只在二级点对点市场上才部署其廉价航空子公司欧洲之翼航班，同时将经过汉莎主要枢纽的大多数衔接航班置于其自身品牌之下的原因之一。

如果这一消息最终得到证实，对于欧洲航空业来说将是一个重大的发展动向。因为瑞安航空是欧洲最大的低成本航企，而挪威航空则拥有欧洲大陆最雄心勃勃的远程低成本航线扩张计划。这种跨大西洋远程低成本航空业的整合将是一个变革性的行业事件，这也将进一步加大传统航企面临的压力。在东方，传统航企的远程航班业务已经受到快速崛起的海湾航企

的挤压。然而，在远程航线上复制廉价航企的成功将会是一项很有挑战性的任务。到目前为止，这种复制尚无成功案例。

即便是在远程低成本概念更为巩固的亚洲，亚洲航空等航企也要依赖于客流的供应。正因为如此，航企之间加强合作或许才是欧洲地区发展健康的远程低成本航空的关键。新型飞机的不断出现，如为了在远程航线上实现高效运行而设计的波音787梦想客机，再加上欧盟-美国开放天空协议带来的新航线机会，两者将会产生巨大作用。

中国报告网发布的《2017-2022年中国廉价航空行业发展态势及投资策略研究报告》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。

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。

目录

第一章：中国廉价航空业发展环境综述

1.1 廉价航空业相关概述

1.1.1 廉价航空的定义

1.1.2 廉价航空的发展简史

1.1.3 廉价航空的运营要素

1.1.4 廉价航空运营关键点

1.2 廉价航空业政策环境分析

1.2.1 廉价航空业管理体制

1.2.2 廉价航空业相关政策

1.2.3 廉价航空业相关规划

1.3 廉价航空业经济环境分析

1.3.1 国内外宏观经济环境分析

(1) 国际宏观经济环境分析

- (2) 中国宏观经济环境分析
- 1.3.2 行业宏观经济环境分析
 - (1) 民航运输业运行现状分析
 - (2) 中国支线航空业发展现状和趋势
- 1.4 廉价航空业社会认可分析
 - 1.4.1 中国居民消费观念简析
 - 1.4.2 廉价航空的廉价理念难以获得社会支撑
 - 1.4.3 廉价航空中的法律问题

第二章：廉价航空行业现状及目标市场分析

- 2.1 国际廉价航空业运行现状分析
 - 2.1.1 国际廉价航空业发展现状分析
 - 2.1.2 国际廉价航空业市场规模分析
 - 2.1.3 国际廉价航空业发展速度分析
 - 2.1.4 国际廉价航空业经营情况分析
 - 2.1.5 国际廉价航空业运营效率分析
- 2.2 中国廉价航空业运营现状分析
 - 2.2.1 中国廉价航空发展概况分析
 - 2.2.2 中国廉价航空市场规模分析
 - 2.2.3 中国廉价航空市场需求分析
 - 2.2.4 中国廉价航空业面临的挑战
 - 2.2.5 中国廉价航空业发展建议
 - (1) 政府制定扶植政策
 - (2) 创造公平竞争环境
 - (3) 转变旅客对低成本运营模式的态度
 - (4) 提高企业内部竞争力
- 2.3 中国廉价航空的目标市场分析
 - 2.3.1 廉价航空目标市场定位分析
 - (1) 廉价航空提供服务的特点
 - 1) 采用单一机型、单级舱位
 - 2) 点对点城市对市场，高航班频率
 - 3) 低票价，无附加机上服务
 - 4) 营销渠道以网络直销为主
 - 5) 低成本航空市场主要存在于次级非枢纽机场
 - (2) 目标市场的主要客户群体

1) 旅游旅客

2) 大多数探亲访友者

3) 普通公务旅客

(3) 廉价航空公司的目标市场

2.3.2著名廉价航空企业市场定位分析

(1) 美国西南航空公司目标市场分析

(2) 捷星亚洲航空公司目标市场分析

2.4中国廉价航空市场相关行业分析

2.4.1中国旅游业运营状况分析

(1) 中国国内旅游市场分析

1) 国内旅游人数及增长情况

2) 国内旅游收入及增长情况

3) 国内旅游的人均花费走势

4) 国内旅游的发展特征分析

5) 国内旅游的热点城市分析

(2) 中国入境旅游市场分析

1) 入境旅游客源情况

2) 入境旅游的主要特点

3) 入境旅游市场发展预测

(3) 中国出境旅游市场分析

1) 中国出境旅游概况

2) 出境游目的地概况

3) 网民出境旅游意向调查

4) 出境旅游市场发展预测

2.4.2中国酒店业运营状况分析

(1) 星级饭店发展状况分析

1) 星级酒店总体营业收入分析

2) 不同星级酒店经营指标分析

3) 不同地区酒店经营情况分析

4) 重点旅游城市酒店经营情况

5) 星级酒店经营情况对比分析

(2) 经济型连锁酒店发展分析

1) 经济型连锁酒店市场供给分析

2) 经济型连锁酒店市场需求分析

3) 经济型连锁酒店市场品牌竞争

- (3) 酒店行业的发展趋势分析
- 2.4.3 中国商务旅行市场状况分析
 - (1) 中国商务旅行的发展概况
 - (2) 中国商务旅行市场细分
 - 1) 一般商务旅游市场
 - 2) 政务旅游市场
 - 3) 学术旅游市场
 - 4) 其它商务旅游市场
 - (3) 中国商务旅行业务分析
 - 1) 业务流程差异
 - 2) 专业化差旅管理
 - (4) 国内商务旅行市场竞争状况
 - (5) 商旅市场航空公司的营销策略

第三章：廉价航空行业运营模式分析

3.1 廉价航空行业低成本控制模式分析

3.1.1 廉价航空低成本控制关键点分析

- (1) 运输机型的选择
- (2) 基地选择的战略
- (3) 运载效率的提升
- (4) 服务成本的管控
- (5) 其他成本的控制

3.1.2 著名廉价航空企业低成本战略分析

- (1) 美国西南航空公司低成本战略分析
- (2) 爱尔兰瑞安航空公司成本控制策略
- (3) 捷星亚洲航空公司的成本控制策略

3.2 廉价航空低成本控制相关行业分析

3.2.1 中国航空机场运营情况分析

- (1) 全国通航城市和机场分析
- (2) 机场机场客运情况分析
 - 1) 旅客吞吐量
 - 2) 吞吐量排名
 - 3) 百万人次以上机场数量
 - 4) 千万人次以上机场数量
- (3) 机场货运情况分析

- 1) 货物吞吐量
 - 2) 吞吐量排名
 - (4) 中国航空机场行业特性分析
 - 1) 行业垄断性分析
 - 1、市场集中度
 - 2、航线集中度
 - 2) 行业赢利性分析
 - 3) 行业成长性分析
 - 1、国外行业成长经验
 - 2、国内行业成长空间
 - (5) 中国二线机场发展潜力分析
- ### 3.2.2中国民用飞机制造行业分析
- (1) 中国民航客机机队规模分析
 - (2) 中国民航客机市场分析
 - (3) 民用货机市场分析
 - (4) 著名航空公司飞机订单/交付分析
 - 1) 空客公司飞机订单/交付分析
 - 2) 波音公司飞机订单/交付分析
 - 3) 庞巴迪公司飞机订单/交付分析
 - 4) 巴西航空公司飞机交付分析
 - (5) 著名航空公司竞争优势分析
 - 1) 空客公司竞争优势分析
 - 2) 波音公司竞争优势分析
 - 3) 庞巴迪公司竞争优势分析
 - 4) 巴西航空公司竞争优势分析
- ### 3.2.3中国民用飞机维修行业分析
- (1) 中国航空维修业的特点
 - 1) 进入的资本要求和行业技术壁垒高
 - 2) 行业许可制度严格
 - 3) 航维修企业的管理人员和维修人员的要求高
 - 4) 民用航空维修的不定性和时效性
 - (2) 航空维修的方式与诊断分析
 - 1) 常用的航空维修方式分析
 - 2) 航空维修故障诊断方法分析
 - (3) 航空维修业的发展规模分析

- (4) 中国航空维修单位发展概况
 - 1) 中国国内维修单位增长情况分析
 - 2) 中国国内维修单位地域分布情况
 - 3) 中国国内维修单位维修项目分布
- (5) 机务维修人员的持照情况
- (6) 航空装备维修外包风险分析
- 3.3 廉价航空企业市场定价模式分析
 - 3.3.1 民航业机票定价模式
 - 3.3.2 传统航空公司定价分析
 - 3.3.3 航空客运定价基本方法
 - 3.3.4 航空客运价格形成机制
 - 3.3.5 航空客运定价策略分析
 - 3.3.6 廉价航空公司的定价策略
 - (1) 中国廉价航空公司的定价策略分析
 - (2) 著名航空公司价格控制策略分析
- 3.4 廉价航空企业销售战略分析
 - 3.4.1 廉价航空行业销售渠道分析
 - (1) 航空客运直销渠道分析
 - (2) 航空客运分销渠道分析
 - (3) 廉价航空企业渠道选择
 - 3.4.2 著名廉价航空公司销售渠道战略分析
 - (1) 爱尔兰瑞安航空公司销售渠道策略
 - (2) 亚洲航空公司销售渠道策略
 - (3) 捷星亚洲航空公司直销策略分析
- 3.5 廉价航空企业其他运行战略分析
 - 3.5.1 行业公共关系战略
 - (1) 广告投放及媒体策略
 - (2) 政府支持及行业策略
 - 3.5.2 品牌战略
 - (1) 美国西南航空公司品牌战略
 - (2) 捷星亚洲航空公司的双品牌战略
 - 3.5.3 混业经营策略
 - (1) 爱尔兰瑞安航空公司“副业”经营战略
 - (2) 马来西亚亚洲航空公司产品组合策略
 - (3) 马来西亚亚洲航空公司促销组合策略

3.5.4著名廉价航空公司典型运行策略分析

- (1) 爱尔兰瑞安航空公司顾客服务策略
- (2) 爱尔兰瑞安航空公司差异化战略

第四章：廉价航空行业市场竞争状况分析

4.1国际廉价航空业市场竞争格局分析

4.1.1美国

- (1) 美国航空运输业概况简析
- (2) 廉价航空业发展概况分析
- (3) 廉价航空的市场规模分析
- (4) 廉价航空业竞争格局分析

4.1.2欧洲

- (1) 欧洲航空运输业概况简析
- (2) 廉价航空业发展概况分析
- (3) 廉价航空的市场规模分析
- (4) 廉价航空业竞争格局分析

4.1.3亚洲

- (1) 亚洲航空运输业概况简析
- (2) 廉价航空业发展概况分析
- (3) 廉价航空的市场规模分析
- (4) 廉价航空业竞争格局分析
- (5) 廉价航空业发展前景分析

4.2中国廉价航空业市场竞争力分析

4.2.1行业现有竞争者分析

4.2.2行业新进入者分析

4.2.3行业替代威胁分析

4.2.4供应商议价能力分析

4.2.5客户议价能力分析

4.3国外廉价航空公司在中国

4.3.1亚洲航空公司

- (1) 中国市场运营情况分析
- (2) 中国市场业务模式分析

4.3.2捷星亚洲航空公司

- (1) 中国市场运营情况分析
- (2) 中国市场业务模式分析

4.3.3新加坡欣丰虎航公司

- (1) 中国市场运营情况分析
- (2) 中国市场业务模式分析

第五章：廉价航空业投资分析及前景预测

5.1中国廉价航空业投资分析

- 5.1.1廉价航空业投资现状分析
- 5.1.2廉价航空投融资模式分析
- 5.1.3廉价航空业投资特性分析
 - (1) 商业模式分析
 - (2) 进入壁垒
 - (3) 盈利分析

5.1.4廉价航空业投资风险分析

- (1) 政策风险分析
- (2) 市场风险分析
- (3) 经营风险分析
- (4) 人才风险分析

5.2国际廉价航空业发展前景预测

5.2.1国际廉价航空市场发展趋势

- (1) 廉价航空市场由蓝海逐渐进入红海
- (2) 大型航空公司不断地进入廉价航空领域
- (3) 与政府、机场共同加快廉价航空公司的发展步伐
- (4) 长途廉价航空公司难言成功

5.2.2国际廉价航空市场前景预测

5.3中国廉价航空业发展前景预测

5.3.1廉价航空市场影响因素分析

- (1) 宏观经济
- (2) 人均收入
- (3) 交通运输价格
- (4) 消费行为习惯

5.3.2廉价航空行业发展趋势分析

5.3.3廉价航空市场发展前景预测

第六章：中国民用航空公司经营情况分析

6.1中国廉价航空及民营航空公司经营情况分析

6.1.1春秋航空股份有限公司经营情况分析

- (1) 企业概况
- (2) 主营业务情况分析
- (3) 公司运营情况分析
- (4) 公司优劣势分析

6.1.2奥凯航空有限公司经营情况分析

- (1) 企业概况
- (2) 主营业务情况分析
- (3) 公司运营情况分析
- (4) 公司优劣势分析

6.1.3上海吉祥航空股份有限公司经营情况分析

- (1) 企业概况
- (2) 主营业务情况分析
- (3) 公司运营情况分析
- (4) 公司优劣势分析

6.1.4华夏航空有限公司经营情况分析

- (1) 企业概况
- (2) 主营业务情况分析
- (3) 公司运营情况分析
- (4) 公司优劣势分析

6.1.5西部航空有限责任公司经营情况分析

- (1) 企业概况
- (2) 主营业务情况分析
- (3) 公司运营情况分析
- (4) 公司优劣势分析

6.2中国传统民用航空公司经营情况分析

6.2.1中国国际航空股份有限公司经营情况分析

- (1) 企业概况
- (2) 主营业务情况分析
- (3) 公司运营情况分析
- (4) 公司优劣势分析

6.2.2中国南方航空股份有限公司经营情况分析

- (1) 企业概况
- (2) 主营业务情况分析
- (3) 公司运营情况分析

(4) 公司优劣势分析

6.2.3中国东方航空股份有限公司经营情况分析

(1) 企业概况

(2) 主营业务情况分析

(3) 公司运营情况分析

(4) 公司优劣势分析

6.2.4海南航空股份有限公司经营情况分析

(1) 企业概况

(2) 主营业务情况分析

(3) 公司运营情况分析

(4) 公司优劣势分析

6.2.5深圳航空有限责任公司经营情况分析

(1) 企业概况

(2) 主营业务情况分析

(3) 公司运营情况分析

(4) 公司优劣势分析

6.2.6云南祥鹏航空有限责任公司经营情况分析

(1) 企业概况

(2) 主营业务情况分析

(3) 公司运营情况分析

(4) 公司优劣势分析

6.2.7厦门航空有限公司经营情况分析

(1) 企业概况

(2) 主营业务情况分析

(3) 公司运营情况分析

(4) 公司优劣势分析

6.2.8四川航空股份有限公司经营情况分析

(1) 企业概况

(2) 主营业务情况分析

(3) 公司运营情况分析

(4) 公司优劣势分析

6.2.9山东航空股份有限公司经营情况分析

(1) 企业概况

(2) 主营业务情况分析

(3) 公司运营情况分析

(4) 公司优劣势分析

6.2.10天津航空有限责任公司经营情况分析

(1) 企业概况

(2) 主营业务情况分析

(3) 公司运营情况分析

(4) 公司优劣势分析

6.2.11北京首都航空有限公司经营情况分析

(1) 企业概况

(2) 主营业务情况分析

(3) 公司运营情况分析

(4) 公司优劣势分析

6.2.12上海航空有限公司经营情况分析

(1) 企业概况

(2) 主营业务情况分析

(3) 公司运营情况分析

(4) 公司优劣势分析

6.2.13中国联合航空有限公司经营情况分析

(1) 企业概况

(2) 主营业务情况分析

(3) 公司运营情况分析

(4) 公司优劣势分析

6.2.14成都航空有限公司经营情况分析

(1) 企业概况

(2) 主营业务情况分析

(3) 公司运营情况分析

(4) 公司优劣势分析

6.2.15重庆航空有限责任公司经营情况分析

(1) 企业概况

(2) 主营业务情况分析

(3) 公司运营情况分析

(4) 公司优劣势分析

图表目录

图表1：美国实际GDP及各组成项目环比增长率（单位：%）

图表2：美国各组成项目对实际GDP环比增长拉动率（单位：%）

图表3：美国新增非农就业人数、官方U3失业率与U6失业率（单位：%）

图表4：美国实际时薪同比增幅与密歇根消费者信心指数

图表5：美国制造业PMI和费城联储景气指数

图表6：美国产能利用率与工业产出环比

图表7：欧元区经济实际GDP增长（单位：%）

图表8：欧盟28国经济实际GDP增长（单位：%）

图表9：英法德3国实际GDP环比增（单位：%）

图表10：意希西三国实际GDP环比增长（单位：%）

图表11：欧元区总固定资产形成额增长不稳定（单位：%）

图表12：分国别看政府预算余额占GDP比重（单位：%）

图表13：欧元区HICP基本趋势图（单位：%）

图表14：欧元区利率走廊体系（单位：%）

图表15：欧元区货币增长提速（单位：%）

图表16：ECB总资产与欧元区银行部门国内信贷变化
（GYZJY）

图表详见正文

特别说明：中国报告网所发行报告书中的信息和数据部分会随时间变化补充更新，报告发行年份对报告质量不会有任何影响，请放心查阅。

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/kongyun/288553288553.html>