

2021-2027年中国飞机制造行业市场全景评估及投资前景规划报告

报告大纲

一、报告简介

智研咨询发布的《2021-2027年中国飞机制造行业市场全景评估及投资前景规划报告》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：<https://www.chyxx.com/research/202109/973692.html>

报告价格：电子版: 9800元 纸介版：9800元 电子和纸介版: 10000元

订购电话: 010-60343812、010-60343813、400-600-8596、400-700-9383

电子邮箱: sales@chyxx.com

联系人: 刘老师

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

飞机制造(aircraft manufacturing)是指按设计要求制造飞机的过程。通常飞机制造仅指飞机机体零构件制造、部件装配和整机总装等。飞机的其他部分，如航空发动机、仪表、机载设备、液压系统和附件等由专门工厂制造，不列入飞机制造范围。但是它们作为成品在飞机上的安装和整个系统的联结、电缆和导管的敷设，以及各系统的功能调试都是总装的工作，是飞机制造的一个组成部分。

飞机机体制造要经过工艺准备、工艺装备的制造、毛坯的制备、零件的加工、装配和检测诸过程。飞机制造从零件加工到装配都有不同于一般机器制造的特点。

智研咨询发布的《2021-2027年中国飞机制造行业市场全景评估及投资前景规划报告》共九章。首先介绍了飞机制造行业市场发展环境、飞机制造整体运行态势等，接着分析了飞机制造行业市场运行的现状，然后介绍了飞机制造市场竞争格局。随后，报告对飞机制造做了重点企业经营状况分析，最后分析了飞机制造行业发展趋势与投资预测。您若想对飞机制造产业有个系统的了解或者想投资飞机制造行业，本报告是您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。

报告目录：

第一章 飞机制造产业基础分析

第一节 飞机定义及分类

一、飞机定义

二、飞机分类

第二节 飞机产业投资特性

一、行业特性分析

二、产业盈利分析

三、飞机市场前景分析

第三节 飞机产业需求领域分析

一、民航固定资产投资分析

二、运输航空市场分析

(一) 运输总周转量

(二) 旅客运输量

(三) 货邮运输量

(四) 机场业务量

(五) 运输机队

(六) 机场数量

(七) 航线网络

(八) 运输航空(集团)公司生产

三、通用航空市场分析

(一) 作业时间

(二) 通用航空企业

(三) 机队规模

四、民用航空市场分析

(一) 民用航空发展现状

(二) 民用航空发展目标

(三) 民用航空重点领域

(四) 民用航空重点工程

五、运输效率与经济效益

(一) 运输效率

(二) 经济效益

第二章 全球民用飞机产业背景

第一节 领先企业盈利分析

一、空客订单及盈利分析

二、波音订单及盈利分析

三、庞巴迪订单及盈利

四、巴西航空订单及盈利

第二节 民用飞机竞争格局

一、干线飞机领域

二、支线飞机领域

三、通用飞机领域

第三节 2020年全球通用飞机市场分析

一、通用飞机交付量及交易金额

二、涡桨通用飞机制造商及交付量

三、公务通用飞机制造商及交付量

四、活塞式通用飞机制造商及交付量

五、直升机制造商及交付量

第四节 2021-2027年市场预测-波音

一、2021-2027年民用飞机市场规模

二、2021-2027年不同地区市场规模

第五节 2021-2027年支线飞机预测-巴航

- 一、2021-2027年支线飞机全球市场规模
- 二、2021-2027年支线飞机不同地区市场规模

第三章 中国飞机市场分析

第一节 中国民用航空航线情况

- 一、定期航班航线条数
- 二、定期航班航线里程
- 三、定期航班通航机场

第二节 中国飞机拥有量情况

- 一、飞机拥有量情况
- 二、飞机分机型拥有量
- 三、飞机进口情况

第三节 中国航空公司飞机拥有量

- 一、中国国际航空股份有限公司
- 二、中国东方航空股份有限公司
- 三、中国南方航空股份有限公司
- 四、上海航空股份有限公司
- 五、四川航空股份有限公司
- 六、深圳航空有限责任公司
- 七、海南航空股份有限公司
- 八、中国新华航空有限责任公司
- 九、大新华航空有限公司
- 十、天津航空有限责任公司

第四章 中国大飞机市场分析

第一节 中国航空工业布局

- 一、中国航空工业布局
- 二、一二航整合后布局

第二节 大飞机项目意义

- 一、大飞机项目国防意义
- 二、促进经济发展技术升级

第三节 大飞机技术背景

- 一、运10
- 二、麦道合作项目
- 三、转包生产
- 四、空客A320项目

五、ARJ21项目及中航商飞

第四节 大飞机项目现实可行性

一、波音和空客发展史

二、巴西航空经验

三、日本民机经验

第五节 大飞机项目体制改革

一、中国航空工业体制

二、航空工业产业布局调整

第六节 中国商飞调研分析

一、国家高度重视

二、一二航资产整合

（一）转包制造事业部

（二）固定翼军用飞机事业部

（三）直升机事业部

（四）航空发动机事业部

（五）航空部件及分系统事业部

第七节 大飞机C919

一、研发规划

二、目标市场

三、技术参数

四、研发进度

第五章 中国支线飞机市场分析

第一节 中国支线飞机制造

一、中国支线飞机制造概况

二、中国支线飞机产品竞争力

三、航空企业进入支线飞机市场分析

四、全球支线飞机对比深度分析

五、国内潜在消费市场分析

第二节 ARJ21

一、ARJ21发展概况

二、ARJ-21系统提供商

三、ARJ21竞争力

四、ARJ21订单分析

第三节 新舟60

一、新舟60概况

二、研制过程

三、设计特点

四、技术数据

五、新舟60发展状况

六、新舟60订单分析

第六章 中国直升飞机市场调研

第一节 全球产业发展历史

一、一代直升机机型及特点

二、二代直升机机型及特点

三、三代直升机机型及特点

四、现代直升机机型及特点

第二节 全球直升机市场现状

一、全球直升机保有量

二、全球直升机应用领域分析

三、全球直升机使用的满意度

四、2021-2027年直升机需求预测

第三节 中国直升机产业发展历史

一、整合仿制阶段

二、艰难探索

三、系列发展阶段

四、跨越发展阶段

五、创新阶段

第四节 国内直升飞机现状分析

一、国内直升飞机保有量

二、直升飞机应用领域分析

三、抗震救灾直升飞机现状

四、民用直升飞机产业概括

五、直升飞机市场竞争分析

第五节 中国直升飞机机型分析

一、直5 (Z-5)

二、直6 (Z-6)

三、直7 (Z-7)

四、直8 (Z-8)

五、直9 (Z-9)

六、武直10 (WZ-10)

七、直11 (Z-11)

八、701直升机

九、EC120直升机

十、延安二号

第七章 中国飞机制造体系企业

第一节 中国航空工业集团公司

一、企业概况

二、企业业绩

三、通用飞机产品系列

四、直升机产品系列

第二节 中国商用飞机有限责任公司

一、企业概况

二、公司产品

三、公司目标

第三节 相关企业竞争力分析

一、西安飞机工业(集团)

(一) 企业概况

(二) 公司产品

二、成都飞机工业(集团)

(一) 企业概况

(二) 公司产品

三、沈阳飞机工业(集团)

(一) 企业概况

(二) 公司产品

四、哈尔滨飞机工业集团

(一) 企业概况

(二) 公司产品

五、江西洪都航空工业集团

(一) 企业概况

(二) 公司经营

六、西安航空发动机(集团)

七、沈阳黎明航空发动机(集团)

八、中国南方航空工业

九、成都发动机(集团)

十、陕西飞机工业(集团)

第八章 2021-2027年中国飞机制造行业发展趋势与前景分析

第一节 2021-2027年中国飞机制造行业前景调研分析

一、中国医疗器械行业投资机会

二、飞机制造行业前景调研

三、飞机制造市场预测分析

第二节 2021-2027年中国飞机制造行业投资前景分析

一、产业政策分析

二、原材料风险分析

三、市场竞争风险

四、技术风险分析

第三节 2021-2027年飞机制造行业投资前景研究及建议

第九章 飞机制造企业投资规划建议与客户策略分析（ZYZS）

第一节 飞机制造企业投资前景规划背景意义

一、企业转型升级的需要

二、企业做大做强的需要

三、企业可持续发展需要

第二节 飞机制造企业战略规划制定依据

一、国家产业政策

二、行业发展规律

三、企业资源与能力

四、可预期的战略定位

第三节 飞机制造企业战略规划策略分析

一、战略综合规划

二、技术开发战略

三、区域战略规划

四、产业战略规划

五、营销品牌战略

六、竞争战略规划

第四节 飞机制造企业重点客户战略实施

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

详细请访问：<https://www.chyxx.com/research/202109/973692.html>