



艾凯咨询
ICAN Consulting

2017-2023年中国廉价航空市场发展现状及战略咨询报告

一、调研说明

《2017-2023年中国廉价航空市场发展现状及战略咨询报告》是艾凯咨询集团经过数月的周密调研，结合国家统计局，行业协会，工商，税务海关等相关数据，由行业内知名专家撰写而成。报告意于成为从事本行业人士经营及投资提供参考的重要依据。

报告主要可分为四大部分，首先，报告对本行业的特征及国内外市场环境进行描述；其次，是本行业的上下游产业链，市场供需状况及竞争格局从宏观到细致的详尽剖析，接着报告中列出数家该行业的重点企业，分析相关经营数据；最后，对该行业未来的发展前景，投资风险给出指导建议。相信该份报告对您把握市场脉搏，知悉竞争对手，进行战略投资具有重要帮助。

官方网址：<https://www.icandata.com/view/287226.html>

报告价格： 纸介版9000元 电子版9000元 纸介版+电子版9200元

订购电话： 400-700-0142 010-80392465

电子邮箱： sales@icandata.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、摘要、目录、图表

报告目录：

第1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2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3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4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5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6章：中国民用航空公司经营情况分析（AKWZY）

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) 企业发展简况分析
- (2) 企业经营情况分析
- (3) 企业经营优劣势分析

6.1.2 奥凯航空有限公司经营情况分析

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业经营情况分析
- (3) 企业经营优劣势分析

6.1.3 上海吉祥航空股份有限公司经营情况分析

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业经营情况分析
- (3) 企业经营优劣势分析

6.1.4 华夏航空有限公司经营情况分析

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业经营情况分析
- (3) 企业经营优劣势分析

6.1.5 西部航空有限责任公司经营情况分析

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业经营情况分析
- (3) 企业经营优劣势分析

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) 企业发展简况分析
- (2) 企业经营情况分析
- (3) 企业经营优劣势分析

6.2.2 中国南方航空股份有限公司经营情况分析

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业经营情况分析
- (3) 企业经营优劣势分析

6.2.3 中国东方航空股份有限公司经营情况分析

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业经营情况分析

(3) 企业经营优劣势分析

6.2.4 海南航空股份有限公司经营情况分析

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业经营情况分析

(3) 企业经营优劣势分析

6.2.5 深圳航空有限责任公司经营情况分析

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业经营情况分析

(3) 企业经营优劣势分析

6.2.6 云南祥鹏航空有限责任公司经营情况分析

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业经营情况分析

(3) 企业经营优劣势分析

6.2.7 厦门航空有限公司经营情况分析

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业经营情况分析

(3) 企业经营优劣势分析

6.2.8 四川航空股份有限公司经营情况分析

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业经营情况分析

(3) 企业经营优劣势分析

6.2.9 山东航空股份有限公司经营情况分析

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业经营情况分析

(3) 企业经营优劣势分析

6.2.10 天津航空有限责任公司经营情况分析

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业经营情况分析

(3) 企业经营优劣势分析

部分图表目录：

图表1：2011-2016年美国实际GDP及各组成项目环比增长率（单位：%）

图表2：2011-2016年美国各组成项目对实际GDP 环比增长拉动率（单位：%）

图表3：2007-2016年美国新增非农就业人数、官方U3失业率为U6失业率（单位：%）

图表4：2010-2016年美国实际时薪同比增幅与密歇根消费者信心指数

图表5：2009-2016年美国制造业PMI和费城联储景气指数

图表6：2009-2016年美国产能利用率与工业产出环比

图表7：2012-2016年欧元区经济实际GDP增长（单位：%）

图表8：2012-2016年欧盟28国经济实际GDP增长（单位：%）

图表9：2012-2016年英法德3国实际GDP环比增（单位：%）

图表10：2012-2016年意希西三国实际GDP环比增长（单位：%）

图表11：2012-2016年欧元区总固定资产形成额增长不稳定（单位：%）

图表12：2012-2016年分国别看政府预算余额占GDP比重（单位：%）

图表13：2012-2016年欧元区HICP基本趋势图（单位：%）

图表14：2012-2016年欧元区利率走廊体系（单位：%）

图表15：欧元区货币增长2016年提速（单位：%）

图表16：2012-2016年ECB总资产与欧元区银行部门国内信贷变化

图表17：2012-2016年欧元区银行部门国内信贷组成部分同比变化

图表18：2012-2016年欧元区银行部门国外净资产变化

图表19：2012-2016年金砖国家BRICS 实际GDP同比增幅（单位：%）

图表20：BRICS各国货币2016年年初至今的贬值情（单位：%）

图表21：2006-2016年巴西实际GDP及各产业同比增速（单位：%）

图表22：2010-2016年巴西广义CPI与广义IPA同比增速（单位：%）

图表23：2012-2016年第三产业对GDP的贡献率明显增加

图表24：2012-2016年各行业GDP累计同比贡献率（单位：%）

图表25：1991-2016年最终消费对GDP贡献率

图表26：2011-2016年最终消费对GDP增长的贡献率持续高于投资和出口

图表27：中国民航2016年5月主要运输生产指标统计

图表28：2010-2016年民航旅客运输量（单位：亿人次，%）

图表29：2010-2016年民航货邮运输量（单位：万吨，%）

图表30：支线航空运输量在民航运输中的比例（单位：%）

更多图表见正文.....

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/287226.html>

三、研究方法

- 1、系统分析方法
- 2、比较分析方法
- 3、具体与抽象方法
- 4、分析与综合方法
- 5、归纳与演绎方法
- 6、定性分析与定量分析方法
- 7、预测研究方法

四、数据来源

对行业内相关的专家、厂商、渠道商、业务（销售）人员及客户进行访谈，获取最新的一手市场资料；

艾凯咨询集团长期监测采集的数据资料；

行业协会、国家统计局、海关总署、国家发改委、工商总局等政府部门和官方机构的数据与资料；

行业公开信息；

行业企业及上、下游企业的季报、年报和其它公开信息；

各类中英文期刊数据库、图书馆、科研院所、高等院校的文献资料；

行业资深专家公开发表的观点；

对行业的重要数据指标进行连续性对比，反映行业发展趋势；

中华人民共和国国家统计局 <http://www.stats.gov.cn>

中华人民共和国国家工商行政管理总局 <http://www.saic.gov.cn>

中华人民共和国海关总署 <http://www.customs.gov.cn>

中华人民共和国商务部 <http://www.mofcom.gov.cn>

中国证券监督管理委员会 <http://www.csrc.gov.cn>

中华人民共和国商务部 <http://www.mofcom.gov.cn>

世界贸易组织 <https://www.wto.org>

联合国统计司 <http://unstats.un.org>

联合国商品贸易统计数据库 <http://comtrade.un.org>

五、关于艾凯咨询网

艾凯咨询网（www.icandata.com）隶属艾凯咨询集团（北京华经艾凯企业咨询有限公司），艾凯咨询集团专注提供大中华区产业经济情报，为企业商业决策赋能，是领先的市场研究报告和竞争情报提供商

艾凯咨询集团为企业提供专业投资咨询报告、深度研究报告、市场调查、统计数据等。艾凯咨询网每天更新大量行业分析报告、图表资料、竞争情报、投资情报等，为用户及时了解迅速变化中的世界和中国市场提供便利，为企业商业决策赋能。

研究力量

高素质的专业的研究分析团队，密切关注市场最新动向。在多个行业，拥有数名经验丰富的专业分析师。对于特定及专属领域，我们有国内外众多合作研究机构，同时我们聘请数名行业资深专家顾问，帮助客户分清市场现状和趋势，找准市场定位和切入机会，提出合适中肯的建议，帮助客户实现价值，与客户一同成长。

我们的优势

权威机构 艾凯咨询集团二十年深厚行业背景;

数量领先 囊括主流研究报告和权威合作伙伴;

服务齐全 促销、推荐指数、积分、网上支付等;

良好声誉 广泛知名度、满意度，众多新老客户。