

2022-2028年中国直升机市场 评估与市场前景预测报告

报告目录及图表目录

北京迪索共研咨询有限公司

www.cction.com

一、报告报价

《2022-2028年中国直升机市场评估与市场前景预测报告》信息及时，资料详实，指导性强，具有独家，独到，独特的优势。旨在帮助客户掌握区域经济趋势，获得优质客户信息，准确、全面、迅速了解目前行业发展动向，从而提升工作效率和效果，是把握企业战略发展定位不可或缺的重要决策依据。

官方网站浏览地址：<http://www.cction.com/report/202202/269706.html>

报告价格：纸介版8000元 电子版8000元 纸介+电子8500元

北京迪索共研咨询有限公司

订购电话: 400-700-9228(免长话费) 010-69365838

海外报告销售: 010-69365838

Email: kefu@gonyn.com

联系人：李经理

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、说明、目录、图表目录

进口直升机占主导，未来国产直升机进口替代潜力大。当前我国民用直升机市场主要被国外品牌掌握，目前主要以进口为主，其中罗宾逊、空客直升机及贝尔三家公司分居前三，合计市场份额达67%。在具体机型方面，主要以中小型直升机为主，如罗宾逊R44II4座轻型直升机达208架，空客AS350B3轻型直升机达90架。我国直升机的主要品牌情况数据来源：公开资料整理我国主要直升机机型数据来源：公开资料整理

中企顾问网发布的《2022-2028年中国直升机市场评估与市场前景预测报告》共十二章。首先介绍了直升机行业市场发展环境、直升机整体运行态势等，接着分析了直升机行业市场运行的现状，然后介绍了直升机市场竞争格局。随后，报告对直升机做了重点企业经营状况分析，最后分析了直升机行业发展趋势与投资预测。您若想对直升机产业有个系统的了解或者想投资直升机行业，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：

第一部分直升机行业概况分析

第一章2019年中国直升机行业市场运行形势分析

第一节2019年中国直升机行业发展概况

中国直升机军民机市场结构和运营模式完全不同，但军民两用性可共用设计及生产资源。中国直升机是以国企为主体的非充分竞争市场，而民用直升机市场则竞争激烈，军民机市场结构和运营模式完全不同。虽然差异巨大，但直升机“一机多型，军民两用”的特点决定了军民机可以共用设计及生产资源。中国军民用直升机市场结构和运营模式区别

项目	直升机	民用直升机	市场情况
按计划生产并由军方全数采购，在有多余产能且符合国家战略时可向国外出售	按计划生产并由军方全数采购，在有多余产能且符合国家战略时可向国外出售	市场竞争决定定价方式销售价格由国家定价，工业利润低于民用直升机按市场竞争价格销售，价格可偏离生产成本	市场竞争决定定价方式销售价格由国家定价，工业利润低于民用直升机按市场竞争价格销售，价格可偏离生产成本
技术合作	国际合作受限因素很多	可采取多种形式进行国际合作，但核心技术引进仍然受到较大限制	可采取多种形式进行国际合作，但核心技术引进仍然受到较大限制
投资来源	由国家投资研发	由企业直接通过股权、债权等方式融资	由企业直接通过股权、债权等方式融资
技术要求	技术标准符合军方要求	技术标准需达到国际同类	技术标准需达到国际同类

水平 购买方式 使用军备费 直接购买、融资租赁 使用需求 注重性能和战斗力 要求安全性、舒适性、经济性、环保性 制造标准 符合国家标准 国家标准、国际标准 经济要求 不一定考虑经济价值 需一定生产量以达到盈亏平衡 数据来源：公开资料整理

第二节中国直升机行业发展走势

一、中国直升机行业市场分布情况

二、中国直升机行业发展趋势分析

1、中国直升机行业总体发展趋势

2、直升机发展趋势分析

第二章2019年中国直升机产业发展环境分析

第一节2019年中国宏观经济环境分析

第二节2019年中国直升机行业发展政策环境分析

一、直升机行业政策分析

二、相关行业政策影响分析

第三节2019年中国直升机行业发展社会环境分析

一、国内社会环境发展现状

二、居民的各种消费观念和习惯

第三章2019年中国直升机所属产业发展现状

第一节直升机的有关概况

一、直升机的定义

二、直升机的特点

三、直升机的分类

1、单旋翼式

2、双旋翼式

3、新概念式

四、直升机的应用领域

1、武装类

2、民用类

第二节直升机的产业链情况

一、产业链模型介绍

二、直升机行业产业链分析

第三节上下游行业对直升机行业的影响分析

一、直升机上游零配件市场发展分析

二、直升机下游应用领域的发展分析

第四章2019年中国直升机所属行业技术发展分析

第一节中国直升机行业技术发展现状

第二节直升机行业技术特点分析

第三节直升机行业新技术的采用及发展

一、桨毂新技术

二、桨叶几何形状优化

三、新型反扭矩系统

四、振动控制技术

五、复合材料的应用

第二部分直升机所属行业深度分析

第五章2019年中国直升机所属产业运行情况

第一节中国直升机行业发展状况

一、2015-2019年直升机行业市场供给分析

二、2015-2019年直升机行业市场需求分析

三、2015-2019年直升机行业市场供需结构分析

四、2015-2019年直升机行业市场规模分析

五、2015-2019年直升机所属行业进出口分析

第二节中国直升机行业集中度分析

一、市场集中度分析

二、企业集中度分析

三、区域集中度分析

第六章2019年中国直升机所属市场运行情况

第一节行业最新动态分析

一、中国企业采购123架空客直升机，价值6亿美元

二、中国舰载无人直升机展出，可执行战场侦察等任务

三、中国研成直升机飞控系统 设计多款先进直升机

第二节行业品牌现状分析

第三节行业产品市场价格情况

第四节直升机行业发展机遇分析

第七章2015-2019年中国直升机所属行业主要数据监测分析

第一节2015-2019年中国直升机产业工业总产值分析

一、2015-2019年中国直升机产业工业总产值分析

二、不同规模企业工业总产值分析

三、不同所有制企业工业总产值比较

第二节2015-2019年中国直升机产业主营业务收入分析

一、2015-2019年中国直升机产业主营业务收入分析

二、不同规模企业主营业务收入分析

三、不同所有制企业主营业务收入比较

第三节2015-2019年中国直升机产业产品成本费用分析

一、2015-2019年中国直升机产业成本费用分析

二、不同规模企业销售成本比较分析

三、不同所有制企业销售成本比较分析

第四节2015-2019年中国直升机产业利润总额分析

一、2015-2019年中国直升机产业利润总额分析

二、不同规模企业利润总额比较分析

三、不同所有制企业利润总额比较分析

第三部分直升机行业竞争分析

第八章2019年中国直升机行业竞争情况

第一节行业经济指标分析

一、赢利性

二、附加值的提升空间

三、进入壁垒

四、行业周期

第二节行业竞争结构分析

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

第三节直升机行业竞争格局分析

一、直升机行业竞争格局概况

二、制造商竞争格局

三、直升机分销市场

四、直升机市场用途

五、我国直升机国际竞争环境分析

第九章直升机行业重点生产企业分析

第一节哈飞股份

一、企业简介

二、企业经营数据

三、企业产品分析

四、企业竞争优势分析

第二节中航飞机股份有限公司

一、企业简介

二、企业经营数据

三、企业产品分析

四、企业竞争优势分析

第三节青岛海利直升机制造有限公司

一、企业简介

二、企业产品分析

第四节武汉直升机工业股份有限公司

一、企业简介

二、企业经营数据

三、企业产品分析

第五节昌河飞机工业（集团）有限责任公司

一、企业简介

二、企业产品分析

1、直8型直升机

2、直8通用运输型直升机（直8F）

3、直11型直升机

4、其他机型

三、企业竞争优势分析

1、企业研发能力分析

2、信息化建设

第六节九江红鹰飞机制造有限公司

一、企业简介

二、企业经营数据

三、企业产品分析

1、PZLSW-4

2、PZLW-3ASOKOL

3、PZLKania（待引进）

第四部分直升机行业投资前景战略

第十章2022-2028年直升机行业发展预测分析

第一节2022-2028年中国直升机行业未来发展预测分析

一、中国直升机行业发展方向及投资机会分析

二、2022-2028年中国直升机行业发展规模分析

三、2022-2028年中国直升机行业发展趋势分析

第二节2022-2028年中国直升机行业供需预测

一、2022-2028年中国直升机行业供给预测

二、2022-2028年中国直升机行业需求预测

第十一章2022-2028年中国直升机行业投资风险预警

第一节中国直升机行业存在问题分析

第二节中国直升机行业政策投资风险

一、政策和体制风险

二、技术发展风险

三、市场竞争风险

第十二章2022-2028年中国直升机行业发展策略及投资建议（）

第一节直升机行业发展策略分析

一、坚持产品创新的领先战略

二、坚持品牌建设的引导战略

三、坚持工艺技术创新的支持战略

四、坚持市场营销创新的决胜战略

五、坚持企业管理创新的保证战略

第二节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、实施关键客户战略要重点解决的问题（ ）

四、关键客户管理措施

部分图表目录：

图表2019年我国直升机行业市场分布情况

图表2015-2019年国内生产总值及其增长速度

图表2015-2019年我国宏观经济景气指数

图表2015-2019年直升机零配件生产企业数量规模

图表2015-2019年直升机零配件生产企业销售收入

图表2015-2019年我国直升机行业总产量情况

图表2015-2019年我国直升机产品结构

图表2015-2019年直升机行业市场需求情况

图表2015-2019年直升机行业市场供需结构

图表2022-2028年中国直升机保有量预测

图表2022-2028年我国直升机分机型保有量预测

图表2015-2019年直升机产业链市场规模

图表2019年我国直升机进出口数据

图表2019年直升机细分市场占比

更多图表见正文.....

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202202/269706.html>