2013-2018年中国直升机市场运行分析与发展前景研究报告

报告目录及图表目录

中国产业研究报告网 编制
www.chinairr.org

一、报告报价

《2013-2018年中国直升机市场运行分析与发展前景研究报告》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.chinairr.org/report/R11/R1102/201310/08-141916.html

产品价格：纸介版9800元 电子版9800元 纸介+电子10000元

订购电话: 400-600-8596 010-80993936
传真: 010-60343813
网址: http://www.chinairr.org
Email: sales@chyxx.com
联系人：刘老师 陈老师 谭老师

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、说明、目录、图表目录

直升机作为20世纪航空技术极具特色的创造之一，极大地拓展了飞行器的应用范围。直升机是典型的军民两用产品，可以广泛的应用在运输、巡逻、旅游、救护等多个领域。

10年前，我国直升机年产十几架；2012年，这一数字飙升至近200架，增长10倍；近两年，国产直升机交付数量相当于以前几十年的总和，这是世界航空工业史的奇迹。作为现代航空飞行器中的高精尖产品，直升机成为衡量国家综合实力和国防现代化程度的重要标志。新中国航空工业建立50年来，已生产交付军民用直升机约1000架。经过上述努力，中国已成为世界上少数几个具有直升机科研生产能力、拥有完整战斗机产品系列的国家。美俄欧把直升机产业作为战略产业，国家大力支持，产品不断更新，技术不断提高。据统计，发达地区通用飞机与客运飞机的应用量比例大约是5到6倍的关系。目前中国直升机较少，民用直升机更少，随着经济的发展，直升机领域的市场潜力是相当大的。

随着中国国民经济的不断发展、西部大开发以及国防建设的需要，未来中国对直升机产品有着十分迫切的需求。

就研发能力而言，中航工业直升机与国外同行的差距已经不大了，否则它根本无法生存，即便有国家层面的支持。

中国的民用直升机以中小型为主，高原型、重型几乎是空白，高性能大中型也不多，国产直升机有着明显的数量不足的问题。目前中国平均每800万人口才拥有1架民用直升机，为世界平均水平的1/50。虽然目前中国直升机空中观光、短途包机等项目还没有形成规模和产业，但随着国民经济发展，各项审批手续的简化，中国的直升机旅游市场有望会真正启动，在未来5-10年得到飞速发展，预计未来10-15年间需大、中型直升机大约20架。

多年来，直升机制造商一直认定中国和印度直升机市场有巨大潜力。私营和商业航空规模呈现扩大趋势，需要中国航空交通管制体系进行改革，而这在短时间内不可能实现。短期而言，中国直升机需求将来自警察、准公营机构和石油及天然气部门。中国直升机需求到2020年时将达到1万架，市场总值将达到1000亿美元。

中国产业研究报告网发布的《2013-2018年中国直升机市场运行分析与发展前景研究报告》共十一章。首先介绍了中国直升机行业的概念，接着分析了中国直升机行业发展环境，然后对中国直升机行业市场运行态势进行了重点分析，最后分析了中国直升机行业面临的机遇及发展前景。您若想对中国直升机行业有个系统的了解或者想投资该行业，本报告将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。

第一章 中国直升机行业发展环境分析
第一节 直升机市场特征
一、行业定义
二、行业特征
1、行业消费特征
2、行业产品结构特征
3、行业原材料供给特征
4、行业产业集中度特征
第二节 经济环境分析
一、GDP历史变动轨迹分析
二、固定资产投资历史变动轨迹分析
三、2012年中国宏观经济发展预测分析
第三节 政策环境分析
一、国家宏观调控政策分析
二、直升机行业相关政策分析
第四节 直升机行业发展的“波特五力模型”分析
一、行业内竞争
二、买方侃价能力
三、卖方侃价能力
四、进入威胁
五、替代威胁

第二章 中国直升机行业产业链（上、下游及关联产业）状况分析
第一节 上游产业发展状况分析
第二节 下游产业发展状况分析
第三节 关联产业发展状况分析

第三章2012-2013年中国直升机行业规模分析
第一节2012-2013年中国直升机行业销售及利润分析
一、2004-2013年中国直升机行业销售收入分析

二、2004-2013年中国直升机行业产品销售税金情况
三、2004-2013年中国直升机行业利润增长情况
第二节2004-2013年中国直升机行业销售成本情况
第三节2004-2013年中国直升机行业销售费用情况
第四节2004-2013年中国直升机行业管理费用情况

第四章2012-2013年中国直升机行业区域结构分析
第一节2012-2013年东北地区直升机行业市场现状分析
第二节2012-2013年华北地区直升机行业市场现状分析
第三节2012-2013年华东地区直升机行业市场现状分析
第四节2012-2013年华南地区直升机行业市场现状分析
第五节2012-2013年华中地区直升机行业市场现状分析
第六节2012-2013年西北地区直升机行业市场现状分析
第七节2012-2013年西南地区直升机行业市场现状分析

第五章 中国直升机国内市场综述
第一节 中国直升机产品产量分析及预测
一、直升机产业总体产能规模
二、直升机生产区域分布
三、2006-2011年产量
四、2006-2011年消费情况
第二节 中国直升机市场需求分析及预测
一、中国直升机需求特点
二、主要地域分布
第三节 2013-2018年中国直升机供需平衡预测（回归预测模型）
第四节 中国直升机价格趋势分析
一、中国直升机2006-2009年价格趋势
二、中国直升机当前市场价格及分析
三、影响直升机价格因素分析
四、2013-2018年中国直升机价格走势预测（回归预测模型）

第六章 中国直升机行业进出口市场情况分析

第一节 2006-2013年中国直升机行业进出口量分析
一、2006-2013年中国直升机行业进口分析
二、2006-2013年中国直升机行业出口分析
第二节 2013-2018年中国直升机行业进出口市场预测分析
一、2013-2018年中国直升机行业进口预测
二、2013-2018年中国直升机行业出口预测
第三节　影响进出口变化的主要原因分析

第七章 全国直升机行业财务状况分析
第一节 2011年直升机行业规模分析
一、2011年直升机行业总资产对比分析
二、2011年直升机行业企业单位数对比分析
三、2011年直升机行业从业人员平均人数对比分析
第二节 2011年直升机行业经济效益分析
一、2011年直升机行业产值利税率对比分析
二、2011年直升机行业资金利润率对比分析
三、2011年直升机行业成本费用利润率对比分析
第三节 2011年直升机行业效率分析
一、2011年直升机行业资产负债率对比分析
二、2011年直升机行业流动资产周转次数对比分析
第四节 2011年直升机行业结构分析
一、2011年直升机行业地区结构分析
二、2011年直升机行业所有制结构分析
三、2011年直升机行业不同规模企业结构分析
第五节 2011年直升机行业不同规模企业财务状况分析
一、2011年直升机行业不同规模企业人均指标分析
二、2011年直升机行业不同规模企业盈利能力分析
三、2011年直升机行业不同规模企业营运能力分析
四、2011年直升机行业不同规模企业偿债能力分析

第八章 国内外直升机重点企业分析（企业可自选）
第一节 重点企业1

一、公司概况
二、企业财务数据分析
(1)、企业资产负债分析
(2)、企业收入及利润分析
三、发展战略
第二节 重点企业2
一、公司概况
二、企业财务数据分析
(1)、企业资产负债分析
(2)、企业收入及利润分析
三、发展战略
第三节 重点企业3
一、公司概况
二、企业财务数据分析
(1)、企业资产负债分析
(2)、企业收入及利润分析
三、发展战略
第四节 重点企业4
一、公司概况
二、企业财务数据分析
(1)、企业资产负债分析
(2)、企业收入及利润分析
三、发展战略
第五节 重点企业5
一、公司概况
二、企业财务数据分析
(1)、企业资产负债分析
(2)、企业收入及利润分析
三、发展战略

第九章 中国直升机行业发展预测
第一节 2013-2018年我国直升机行业产量预测

第二节 2013-2018年我国直升机行业消费量预测
第三节 2013-2018年我国直升机行业产值预测
第四节 2013-2018年我国直升机行业销售收入预测

第十章 直升机行业投资前景与投资策略分析
第一节 行业SWOT模型分析
一、优势分析
二、劣势分析
三、机会分析
四、风险分析
第二节 直升机行业发展的PEST分析
一、政治和法律环境分析
二、经济发展环境分析
三、社会、文化与自然环境分析
四、技术发展环境分析
第三节 直升机行业投资价值分析
一、直升机行业发展前景分析
二、直升机行业盈利能力预测
三、投资机会分析
第四节 直升机行业投资风险分析
一、政策风险
二、竞争风险
三、经营风险
四、其他风险
第五节 直升机行业投资策略分析
一、重点投资品种分析
二、重点投资地区分析

第十一章 业内专家对中国直升机行业总结及企业重点客户管理建议
第一节 直升机行业企业问题总结
第二节 直升机企业应对策略
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
第三节 直升机市场的重点客户战略实施
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

图表目录：

图表：国内生产总值同比增长速度
图表：全国粮食产量及其增速
图表：规模以上工业增加值增速（月度同比）（%）
图表：社会消费品零售总额增速（月度同比）（%）
图表：进出口总额（亿美元）
图表：广义货币（M2）增长速度（%）
图表：居民消费价格同比上涨情况
图表：工业生产者出厂价格同比上涨情况（%）
图表：城镇居民人均可支配收入实际增长速度（%）
图表：农村居民人均收入实际增长速度
图表：人口及其自然增长率变化情况
图表：2013年固定资产投资（不含农户）同比增速（%）
图表：2013年房地产开发投资同比增速（%）
图表：2014年中国GDP增长预测
图表：国内外知名机构对2012年中国GDP增速预测

详细请访问：http://www.chinairr.org/report/R11/R1102/201310/08-141916.html