

北京长城航空集团股份有限公司

BEIJING GREAT WALL AIRLINES GROUP CO.,LTD.

2025

商业及融资
计划书

保密条款

一、定义与范围

本条款所涵盖的保密信息，系指本商业计划书（包含公司基础资料、市场调研分析、财务规划明细、业务战略布局、技术研发成果、客户及供应商关键数据等内容，其表现形式包括但不限于书面文件、电子文档、演示文稿、口头交流信息等）中所蕴含的一切具有显著商业价值、尚未公开且不为公众所知晓的信息。

二、保密义务主体

任何因业务合作、投资洽谈、咨询服务、雇佣关系或其他合法途径而接触到保密信息的个人、企业、机构或组织（以下统称“接收方”），其中涵盖潜在投资者、合作伙伴、业务顾问、公司员工、供应商、承包商及其他第三方关联方等，均受本保密条款的严格约束。

三、保密期限

保密期限自接收方首次接触保密信息之日起正式启动，持续时长为 10 年。在本商业计划书所涉及项目圆满完成或因法律法规、监管要求而必须公开相关信息之前，保密义务始终保持其法律效力，不受时间推移的影响。

四、保密措施

接收方应采取合理且切实有效的保密措施，全力确保保密信息的安全性及保密性。具体措施包括但不限于以下方面：

对有机会接触保密信息的人员实施严格的背景审查与权限管控机制，仅向具备合法业务需求的人员授予访问权限，并以书面形式明确其保密责任与义务。

针对电子形式的保密信息，采用先进且高强度的加密技术（如适用）进行加密存储与安全传输，有效防范信息泄露与非法获取风险。

对保密信息进行清晰明确的标记，注明其保密级别与适用范围，以醒目的方式提醒相关人员时刻牢记保密义务。

建立健全内部保密管理制度，定期组织员工参加保密培训与教育活动，持续提升员工的保密意识与合规操作水平。

接收方应致力于营造安全可靠的保密信息存储环境，有效预防因物理损坏、自然灾害、网络攻击或其他意外事件引发的信息泄露或损坏风险。

五、使用限制

接收方仅可将保密信息用于与本商业计划书所涉项目的评估、洽谈、合作推进及相关合法商业目的，严

禁将其挪作他用。

未经披露方书面同意，接收方不得对保密信息进行复制、修改、改编、翻译、反向工程、拆解、分析或试图推导其核心技术、商业秘密或其他关键信息。

六、信息披露限制

未经披露方事先书面批准，接收方不得向任何第三方披露保密信息，但法律法规、监管机构或司法程序强制要求的情况除外。在这种特殊情况下，接收方应在法律允许的最短时间内提前通知披露方，并积极配合披露方采取有效措施保护信息的保密性。

若接收方因业务需要向其关联方或分包商披露保密信息，应确保该关联方或分包商同样受到本保密条款的严格约束，并对其行为承担连带责任。接收方需与关联方或分包商签订书面保密协议，且该协议中的保密条款保护标准不得低于本条款的要求。

七、返还或销毁

在保密期限届满或项目合作终止（以较早者为准）后，接收方应在披露方书面要求后的 30 天内，迅速且彻底地返还或销毁所有保密信息及其副本（包括电子副本、纸质副本、备份文件等），并向披露方提供书面确认文件，明确证明已成功完成返还或销毁操作。

若因技术或法律原因无法完全销毁某些保密信息（如存储在云端服务器或受第三方控制的数据），接收方应采取切实可行的措施确保该信息永久无法被访问或使用，并及时向披露方详细说明具体情况。

八、违约责任

若接收方违反本保密条款的任何规定，将被认定为违约行为。违约方需向披露方支付违约金，违约金金额应综合考虑保密信息的重要性、商业价值、可能造成的损失及违约情节的严重程度等多方面因素进行确定，但不得低于 100 万元人民币或按照保密信息合理商业价值的 20% 计算（以较高者为准）。

除违约金外，违约方还应赔偿披露方因违约行为所遭受的一切直接损失、间接损失、可得利益损失、商业机会损失、声誉损害赔偿、法律费用及其他相关费用。若违约金不足以弥补披露方的全部损失，违约方应继续赔偿差额部分。

接收方的员工、代理人或分包商违反本保密条款的，视为接收方违约，接收方应承担相应的违约责任，并对其员工、代理人或分包商的违约行为负责。

九、保密条款独立性

本保密条款独立于双方可能签订的其他协议或合同。即使其他协议或合同因任何原因被终止、撤销、变更或被认定无效，本保密条款的效力不受影响，仍应继续有效并可强制执行。

十、争议解决

双方因本保密条款产生的争议应首先通过友好协商的方式解决。协商应在争议发生后的 15 天内启动，双方应各自指定经验丰富、具有决策权的代表进行深入沟通与谈判，全力寻求妥善的解决方案。

若协商未能在规定时间内达成一致意见，任何一方均有权向有管辖权的人民法院提起诉讼，或根据双方事先约定的仲裁条款提交至北京仲裁委员会进行仲裁。仲裁程序应严格按照该仲裁机构的现行规则进行，仲裁裁决为终局裁决，对双方均具有法律约束力。

本保密条款自双方签署或确认（如以电子方式确认）之日起正式生效，构成双方关于保密信息保护的完整协议，取代之前所有关于保密信息的口头或书面约定，确保双方在保密事务上的权利与义务清晰明确，为商业计划书的安全与保密提供坚实的法律保障。

目录

一、执行摘要	1
(一) 公司简介	1
(二) 市场机遇	1
(三) 业务规划	1
(四) 财务预测	1
(五) 风险与应对	1
二、公司概况	2
(一) 公司简介	2
(二) 股权结构	2
(三) 名称含义	2
(四) 标识设计	3
(五) 企业文化	3
(六) 管理团队	3
三、项目概述	6
(一) 项目背景	6
1. 民航业市场容量及增量潜力巨大	6
2. 民航业发展的战略方针	6
3. 航空技术进步与基础设施完善	6
(二) 政策分析	7
1. 政策依据	7
2. 政策导向	7
(三) 项目内容	7
(四) 优势剖析	8
1. 战略优势	8
2. 资源优势	8
3. 政策优势	9
四、融资规划	10
(一) 融资模式	10
(二) 资金用途	10
1. 购置土地 (4.75 亿元)	10
2. 机队组建 (1.85 亿元)	10
3. 总部建设 (4 亿元)	10
4. 机场运营 (1.5 亿元)	10

5. 团队构建（0.25 亿元）	11
6. 航线拓展（1.2 亿元）	11
7. 品牌塑造（0.45 亿元）	11
8. 技术创新（0.5 亿元）	11
9. 开办费用（0.5 亿元）	11
10. 储备资金（5 亿元）	11
（三）进展预测	11
（四）投资回报	12
1. 回报目标	12
2. 回报方式	12
3. 回报周期	12
4. 回报保障	12
（五）退出机制	12
1. 上市退出	12
2. 并购退出	12
3. 股权回购	13
4. 清算退出	13
5. 股权转让	13
6. 分红政策	13
五、市场分析	13
（一）民航客运业务市场分析	13
1. 国内市场分析	13
2. 国际市场分析	14
（二）民航货运业务市场分析	15
1. 国内市场分析	15
4. 国际市场分析	15
（三）其他业务市场分析	16
1. 航空产业园市场分析	16
2. 民航酒店市场分析	17
3. 航空食品市场分析	18
4. 机场贵宾市场分析	19
5. 民航培训市场分析	20
6. 航空旅游市场分析	20
7. 航空广告市场分析	21
8. 航空数据市场分析	22
六、业务规划	23

（一）民航客运业务规划	23
1. 基地规划	23
2. 机队规划	23
3. 航线规划	24
（二）民航货运业务规划	24
1. 基地规划	24
2. 机队规划	24
3. 航线规划	25
（三）航空产业园业务规划	25
（四）民航酒店业务规划	25
（五）航空食品业务规划	25
（六）机场贵宾业务规划	25
（七）民航培训业务规划	26
（八）航空旅游业务规划	26
（九）航空广告业务规划	26
（十）航空数据业务规划	26
七、营销策略	26
（一）民航客运营销策略	26
1. 品牌建设与推广	26
2. 数字化营销	27
3. 合作营销	27
（二）民航货运营销策略	27
1. 品牌建设	27
2. 合作营销	27
3. 差异化营销	27
4. 事件营销	27
（三）其他业务营销策略	27
1. 航空产业园营销策略	27
2. 民航酒店营销策略	27
3. 航空食品营销策略	27
4. 机场贵宾营销策略	28
5. 民航培训营销策略	28
6. 航空旅游营销策略	28
7. 航空广告营销策略	28
8. 航空数据营销策略	28
八、销售策略	29

（一）民航客运销售策略	29
1. 多元化销售渠道	29
2. 价格策略	29
3. 客户关系管理	29
（二）民航货运销售策略	29
1. 客户关系管理	29
2. 价格策略	29
3. 销售渠道拓展	29
（三）其他业务销售策略	29
1. 航空产业园销售策略	29
2. 民航酒店销售策略	30
3. 航空食品销售策略	31
4. 机场贵宾销售策略	31
5. 民航培训销售策略	32
6. 航空旅游销售策略	33
7. 航空广告销售策略	34
8. 航空数据销售策略	35
九、财务计划	36
（一）收入预测	36
1. 民航客运	36
2. 民航货运	36
3. 航空产业园	36
4. 航空酒店	36
5. 航空食品	36
6. 机场贵宾	37
7. 民航培训	37
8. 航空旅游	37
9. 航空广告	37
10. 航空数据	37
（二）成本分析	38
1. 固定成本	38
2. 变动成本	38
（三）盈利预测	38
1. 初期预测（1-2年）	38
2. 中期预测（3-5年）	39
3. 长期预测（5-10年及以上）	39

十、风险评估与应对	39
(一) 风险评估	39
(二) 应对措施	39
1. 行业竞争应对策略	39
2. 政策法规应对措施	40
3. 燃油价格波动应对措施	40
4. 经营管理应对措施	40
5. 安全风险应对措施	40
6. 市场需求变化应对措施	40
7. 技术创新风险应对措施	40
十一、总结与展望	40
(一) 发展历程回顾	41
(二) 核心竞争力分析	41
(三) 未来发展展望	41

一、执行摘要

长城航空依托多年发展所积累的资源与经验，构建起多元化业务格局，志在民航领域构筑全面且优质的服务体系。现拟通过融资 20 亿元，出让 10% 股份，将资金聚焦于购置土地、总部建设、机队组建等关键业务领域，驱动公司业务持续拓展与优化升级，朝着全球航空业领先地位迈进。

（一）公司简介

长城航空自 1992 年创立以来，历经多次战略转型与业务拓展，业务范畴已广泛覆盖民航客运、货运、机场地面服务、航空酒店、航空食品、航空培训、航空广告、航空旅游以及航空产业园等多元领域，逐步形成以民航核心业务为核心，多领域协同发展的产业生态链。公司始终坚持创新驱动与协同发展理念，不断优化业务布局，提升服务质量与核心竞争力，在民航领域逐步站稳脚跟。

（二）市场机遇

当前民航业市场规模庞大且增量潜力显著。步入 2024 年，国内客运市场需求持续旺盛，国际航线恢复进程加速，货运市场规模保持增长态势。国家政策的大力扶持为行业发展营造了有利环境，航空技术的不断进步与基础设施的持续完善，为长城航空的业务发展提供了坚实的支撑与广阔的空间。

（三）业务规划

客运业务：以北京大兴国际机场为核心枢纽，稳步拓展全国多个运营基地，持续优化机队结构，精心规划国内国际航线网络，积极与各方开展合作，致力于提升服务品质，精准满足不同旅客群体的多样需求。

货运业务：前期充分借助客机腹舱资源开展运营，中期将在北京大兴国际机场打造货运基地及物流集散中心，长期规划在鄂州花湖国际机场进行布局。逐步引进货运飞机，大力拓展航线，凭借差异化服务提升竞争力，持续强化营销合作，推动货运业务稳步增长。

其他业务：航空产业园、酒店、食品、贵宾服务、培训、旅游、广告、数据等业务均制定了短期、中期和长期的发展规划，全力打造完整且协同高效的产业链，全方位增强公司综合竞争力。

（四）财务预测

预计公司初期因大规模投入而面临亏损，随着业务逐步推进，中期将实现盈利并保持增长态势，长期净利润有望突破 10 亿元。公司收入主要来源于客运、货运、航空产业园、酒店、航空旅游等核心业务板块，成本涵盖固定成本（如飞机租金、人员工资等）与变动成本（如燃油成本、航材采购等）。

（五）风险与应对

精准识别行业竞争、政策法规、燃油价格波动、经营管理、安全、市场需求变化、技术创新等方面的风险，并针对性地制定应对策略。包括实施差异化竞争策略以突出特色，建立政策法规监测机制以便及时调整，

开展燃油套期保值操作降低成本风险，优化管理体系提升运营效率，强化安全措施保障飞行安全，加强市场监测并推动创新以适应市场变化等，确保公司在复杂多变的市场环境中稳健前行。

二、公司概况

（一）公司简介

长城航空自 1992 年成立以来，深度融入中国民航业的发展浪潮，凭借其深厚历史底蕴与专业优势，成为行业发展的积极见证者与重要参与者。

1992 年，国内航空业蓬勃发展，长城航空于重庆依托中国民航飞行学院的专业资源应运而生，就此踏上蓝天逐梦征程。成立初期，公司凭借专业优势迅速抓住市场机遇，在航空领域崭露头角，迈出坚实的发展步伐。

1997 年，市场格局变动，长城航空精准决策，迁至宁波栎社国际机场。宁波地缘优势显著，经济活力充沛，且当地政策利好，为公司连接关键航线提供便利。在此，长城航空扎根发展，持续拓展业务版图。

2006 年，民航业深度整合，长城航空与中国东方航空公司合作，转型为东航宁波分公司。融入大航空体系后，公司汲取先进经验，实现业务快速发展与转型。

2016 年启动筹建，2019 年正式设立，长城航空以北京为总部，依托资源优势与政策扶持，致力于构建以京津冀为核心、辐射全国的客运航线网络，实现又一次重要发展转型。

历经二十余载，长城航空业务已广泛覆盖民航客运、货运、机场地面服务、航空酒店、航空食品、航空培训、航空广告、航空金融、航空科技、航空旅游和航空产业园等领域。公司始终秉持安全、舒适、高效理念，在各业务板块展现出卓越实力。服务旅客时，全力确保安全抵达；货运服务高效便捷；机场地面服务周到细致；航空酒店舒适宜人；航空食品美味营养；航空培训专注人才培养。

未来，长城航空将继续秉持创新驱动与协同发展理念，优化业务布局，提升服务质量与竞争力。加强航班管理，优化流程，提升地面保障与技术支撑能力。推进服务创新，改善政策环境，支持兼并重组，提升国际竞争力，向着全球航空业领军者目标迈进，推动产业发展，树立行业标杆。

（二）股权结构

北京长城航空集团股份有限公司股权结构多元，北京首航蓝天教育科技有限公司持股 35%，品睿投资（海南）有限公司持股 35%，品睿控股（海南）有限公司持股 20%，高士萱持股 10%，各方优势互补，共同推动公司发展。

（三）名称含义

“长城”象征着公司的中国属性、坚固可靠、开拓精神和高辨识度，有助于建立消费者信任，推动公司在航空领域开拓进取，树立品牌形象。

（四）标识设计

标识以“GreatWall”首字母“G”和“W”组合，形似飞机转弯姿态，向上扬起象征速度和力量，蓝色主色调体现科技、稳定和专业，整体设计简洁有力，展现公司行业特色和企业文化。



（五）企业文化

使命：连接世界，传递梦想，保障安全，传递安心，致力于构建航线网络，确保飞行安全，促进经济发展和货物运输。

愿景：成为全球航空业卓越标杆，塑造美好出行未来，追求一流服务品质、先进技术应用和高效运营管理。

核心价值观：安全第一、服务卓越、诚信正直、创新进取、团队合作、社会责任，贯穿公司运营各环节，推动公司可持续发展。

（六）管理团队

公司管理团队经验丰富、专业多元，涵盖航空运输、运营管理、财务管理、市场营销等领域，具备敏锐洞察力和卓越领导能力，能够引领公司在复杂市场环境中稳健发展。

董事会主席（Chairman）：高士萱

1990年2月出生于吉林长春，中共党员，北京大学经济学院国际商务专业硕士。曾任北京科技职业学院航空学院院长，现任北京长城航空集团董事长兼党委书记、红十字会会长。他凭借敏锐洞察力与果断决策，引领公司制定长期战略，协调各方关系，提升公司行业影响力与品牌价值。

首席执行官（CEO）：李明

1978年5月出生于北京，中共党员，北京航空航天大学航空宇航科学与技术专业硕士。拥有20年北京首都机场集团工作经验，主导多项业务拓展与转型项目，荣获“年度航空业杰出领导奖”。负责公司整体战略规划与运营管理，带领各部门执行战略，推动公司发展壮大。

总裁（President）：赵峰

1975年9月出生于上海，复旦大学管理学院国际商务专业硕士。拥有25年航空业经验，曾就职于多家

知名航空公司，成功拓展国际航线 50 余条，获“航空业卓越管理奖”。负责特定业务领域规划发展，协助 CEO 制定并监督战略执行，推动业务多元创新。

首席运营官 (COO)：王强

1981 年 8 月出生江苏南京，南京航空航天大学交通运输规划与管理专业本科。在国有大型航空公司关键岗位工作超十年，通过精细化管理使航班准点率达 92%，荣获“优秀航空运营管理人才奖”。负责公司日常运营，确保业务流程顺畅，主管核心运营环节，协调部门协作。

首席技术官 (CTO)：孙启航

1983 年 2 月出生山东青岛，中共党员，北京航空航天大学信息与通信工程专业硕士。在国企航司机务技术岗位深耕 20 年，具备扎实技术功底与领导能力，获“航空技术创新突出贡献奖”。负责公司技术创新应用，带领团队开展航空智能信息系统研发、飞机维护技术升级等工作。

首席财务官 (CFO)：陈锦程

1975 年 11 月出生上海，民建会员，中央财经大学财务管理专业硕士。曾在知名国企任财务总监多年，制定融资与成本控制策略，精准把控资产负债率，荣获“金牌财务总监奖”。负责公司财务规划、预算、审计和风险管理，保障公司财务健康。

首席商务官 (CCO)：刘悦

1980 年 3 月出生广东深圳，中欧国际工商学院市场营销专业硕士。在商业领域经验丰富、洞察力强，曾在多家企业负责商务拓展和客户关系管理，成功拓展市场份额超 30%，获“商业创新杰出贡献奖”。负责公司商业战略规划与执行，通过市场开拓、渠道管理等提升商业价值与市场份额。

首席信息官 (CIO)：吴浩

1982 年 9 月出生浙江杭州，中共党员，上海交通大学电子信息与电气工程学院计算机科学与技术专业硕士。曾在知名科技企业主导多个信息化项目，降低企业运营成本 15%，获“信息技术卓越成就奖”。负责公司信息技术战略规划与数字化转型，推动信息技术在各环节深度应用。

首席人力资源官 (CHRO)：林娜

1978 年 12 月出生福建厦门，中共党员，中国人民大学劳动人事学院人力资源管理专业硕士。拥有超 20 年人力资源管理经验，在多家企业构建和优化管理体系，员工满意度提升 25%，获“人力资源管理杰出贡献奖”。负责公司人力资源战略规划与实施，制定人才招聘、培训发展、绩效考核机制。

首席法律顾问 (GC)：王辉

1972 年 5 月出生山东济南，中共党员，北京大学法学院法律专业博士。作为法律领域资深专家，曾在知名律所或企业任法律顾问，处理复杂法律事务，为企业挽回经济损失超 5 亿元，获“法律行业杰出贡献奖”。负责公司法律事务管理，包括合规审查、合同管理等。

首席风险官（CRO）：张宇

1976年8月出生，湖南长沙人，南开大学金融学院风险管理专业硕士。在风险管理领域经验丰富、专业扎实，曾在金融机构或企业成功应对多种风险挑战，降低风险损失8%，获“风险管理卓越贡献奖”。负责识别、评估和管理公司各类风险，建立健全风险管理制度体系。

首席营销官（CMO）：陈婷

1984年6月出生，四川成都人，香港大学商学院市场营销专业硕士。在市场营销领域造诣深厚，曾在多个知名品牌任营销高管，成功策划多个有影响力的营销活动，提升品牌知名度40%，获“营销行业杰出人物奖”。负责制定和执行公司营销战略，通过品牌推广等提升市场竞争力。

航空酒店总监：林悦

1985年9月出生，广东广州人，中共党员，瑞士洛桑酒店管理专业硕士。曾就职于国际知名酒店集团，负责高端酒店运营管理多年，提升酒店入住率18%，获“国际酒店业卓越管理奖”。负责航空酒店业务运营管理，依据航空旅客需求打造个性化服务方案。

航空食品总监：苏然

1985年3月出生，山东济南人，中国农业大学食品科学与营养工程专业硕士。在航空食品行业经验丰富，曾在知名企业负责航空配餐各环节工作，使旅客对航空食品满意度提升22%，获“航空食品创新奖”。负责航空配餐全流程管理，从食材源头把控品质。

航空培训总监：肖睿

1982年6月出生，辽宁沈阳人，中共党员，中国民航大学交通运输专业本科。在国内知名航空公司担任培训经理多年，培训满意度达90%以上，获“航空培训卓越管理奖”。负责公司航空专业人才培养体系建设与实施，制定个性化培训方案。

航空广告总监：陈晨

1987年1月出生，湖南长沙人，中国传媒大学广告学专业本科。拥有多年广告行业经验，曾在奥美等知名广告公司任职，获“广告行业杰出创意奖”。负责策划航空广告宣传活动，洞悉航空旅客消费心理和行为模式。

航空金融总监：周洋

1980年7月出生，浙江杭州人，中共党员，对外经济贸易大学金融学专业硕士。在金融行业从业经验丰富，曾在中信银行等机构从事航空金融业务多年，降低融资成本12%，获“金融行业优秀从业者奖”。负责航空金融业务，制定融资策略。

航空科技总监：赵宇轩

1988年6月出生，河北石家庄人，北京邮电大学计算机学院硕士。在多家航空科技企业担任技术骨干和项

目负责人，获“航空科技优秀人才奖”。负责公司航空信息技术研发与数据应用，推动航空与信息技术融合。

航空旅游总监：张悦

1986年4月出生于四川成都，北京第二外国语学院旅游管理专业本科。曾在携程旅行网等企业担任管理职务多年，成功推出10余条特色旅游航线，获“旅游行业创新先锋奖”。负责航空旅游业务拓展与产品创新，整合航空与旅游资源。

航空产业园总监：刘峰

1978年9月出生于河南郑州，中共党员，同济大学城市规划与设计专业硕士。在产业园区规划管理领域经验丰富，参与多个大型产业园区建设项目，获“产业园区规划建设突出贡献奖”。负责航空产业园整体规划、建设推进和运营管理工作。

三、项目概述

（一）项目背景

1. 民航业市场容量及增量潜力巨大

2024年，中国民航业增长强劲。客运上，国内需求旺盛，截至12月15日，中小机场旅客吞吐量超2亿人次，同比增约13%，多机场吞吐量创历史新高。国际航线复苏迅猛，旅客运输量超6000万人次，同比增超130%，恢复至2019年约88%。与“一带一路”共建国家客运航班量占比达七成，部分洲际航线超或恢复至2019年水平。

货运市场同样出色，2024年1月货邮运输量75.3万吨，同比增长53.9%，较2019年同期增长12.2%，连续6个月超疫情前规模。从航司财务看，2024年多家国内航司盈利且营收增长，国际航空运输协会报告显示全球航空业态势向好。空中客车预测，到2043年，中国航空服务市场规模将从2024年的230亿美元增至610亿美元，在役机队20年内将增至11160架。

2. 民航业发展的战略方针

2024年2月29日，国家发布《新时代新征程谱写交通强国建设民航新篇章行动纲要》。该纲要以习近平新时代中国特色社会主义思想为指引，落实相关部署，明确“一个战略目标、两大任务”等内容，旨在打造一流航空运输强国。此纲要为历经疫情挑战的行业注入活力，稳定市场预期，激励民航业各方加大投资与创新，推动行业快速恢复与健康发展。

3. 航空技术进步与基础设施完善

飞机制造技术进步显著，新型客机采用碳纤维复合材料等先进材料，实现轻量化，降低油耗与运营成本。发动机技术改进，推力增大、噪音与排放降低。航空电子设备全面升级，高精度导航、先进飞行控制和高效通信系统提升航班准点率、安全性及运营效率。

国内机场建设飞速发展。大型枢纽机场扩建巩固地位，区域航空枢纽推进跑道建设，支线机场加快建设，部分新建机场项目获批。配套航站楼及空管设施建设稳步推进，为航空公司拓展业务提供坚实支撑。

（二）政策分析

1. 政策依据

长城航空的发展严格依据多部法律法规和政策文件，涵盖《中华人民共和国民用航空法》《中华人民共和国行政许可法》《公共航空运输企业经营许可规定》《国务院鼓励支持非公有制经济发展若干意见》《国内投资民用航空业规定（试行）》《新时代民航强国建设行动纲要》《关于鼓励和引导民间资本投资民航业的实施意见》《新时代新征程谱写交通强国建设民航新篇章行动纲要》等。这些政策文件从市场准入、运营管理、人才培养等多个维度，为民航业发展提供了坚实的法律支撑与政策引导。

2. 政策导向

市场准入与开放：政策大力鼓励民营资本投身航空运输领域，以打破传统国有航空公司的垄断格局，激发市场竞争活力，为消费者提供更多选择，推动行业服务水平提升。随着民航业发展，相关部门逐步放宽对新成立民营航空公司的准入要求。

支持差异化经营：鼓励民营航空公司依据自身优势与市场需求，开展差异化经营，塑造独特的市场定位与竞争优势。

航线资源分配：政策在航线资源分配上日益注重公平竞争，减少对民营航空公司的不合理限制。民航管理部门会综合考量航空公司的运营能力、安全记录、服务质量等因素，分配航线资源，助力民营航空公司获取优质航线。同时，为推动区域经济发展与航空运输均衡化，政策对民营航空公司开辟支线航线予以支持鼓励。

人才培养与引进：鼓励民营航空公司加强与航空院校、培训机构的合作，培养储备飞行员、乘务员、维修人员等专业航空人才。政策对相关人才培养项目给予支持补贴，提升民营航空公司人才培养能力。此外，在户籍、住房、子女教育等方面，为民营航空公司引进的国内外优秀航空人才提供政策支持，吸引人才加入，提升人才队伍素质。

产业协同与融合：支持民营航空公司与旅游、物流、商贸等产业深度融合，拓展业务领域，创新商业模式。同时，促进民营航空公司之间以及与国有航空公司的合作交流，实现资源共享、优势互补。

综合来看，当前政策全力支持民营航空发展。政府积极引导民间资本注入民航业，从市场准入、安全监管、运营管理、航线资源分配到人才培养与产业协同等方面，全方位给予支持，旨在让民营航空成为推动民航事业发展的重要力量，使其在丰富市场主体、提升服务质量、促进产业融合等方面发挥关键作用。

（三）项目内容

在国家政策的强力支撑以及行业稳健发展的坚实背景下，长城航空迅速行动，以经营性租赁民航飞机的方式，高效组建起自有机队，顺利实现再度启航，为后续业务的蓬勃开展筑牢了运力根基。与此同时，凭借着精准的市场定位、卓越的服务品质以及创新的品牌推广策略，精心雕琢出新兴民营航空品牌，成功在竞争激烈的航空领域崭露头角，开启全新征程。

长城航空以购置土地为重要开端，高水准规划并建设航空产业园区，以此为强大引力，吸引众多航空相关企业纷至沓来，形成集聚发展的良好态势。围绕航空核心业务，公司积极拓展酒店、文旅、航食、培训、广告等多元业务，全力构建起一主多辅、协同共进的同心多元航空产业生态链。

在发展进程中，长城航空敏锐捕捉国家政策导向，紧密贴合行业发展趋势，持续优化产业布局。通过不断提升服务质量、拓展业务版图、强化品牌影响力等一系列有力举措，全方位提升综合竞争力，向着实现航空业务的全方位、深层次发展目标稳步迈进，立志在全球民航领域攀登更高峰。

（四）优势剖析

1. 战略优势

“民航+民营”政策利好：国家出台《关于鼓励和引导民间资本投资民航业的实施意见》等政策，大力推动民航业多元化，激发市场活力。强调民间资本的关键作用，为长城航空这类民营航企提供广阔空间。国家对民航业的重视，以及鼓励民间资本参与的举措，有助于提升行业竞争力，让长城航空能更好地把握机遇、拓展业务。

入驻大兴机场的独特优势：大兴机场是京津冀协同发展的骨干工程和国家新动力源，获国家和地方高度重视。其定位为国际交往中心承载区、航空科技创新引领区、京津冀协同发展示范区，明确了在国际运输、科技创新、区域协同等方面的使命。

在政策引导下，大兴机场吸引大量资源集聚。长远看，其设计客流吞吐量达1亿人次、飞机起降量80万架次，2024年旅客吞吐量已突破4900万人次，增长潜力巨大。为满足未来需求，大兴机场亟需储备运力。这给长城航空带来难得契机，利于其提升运营效率、拓展航线、吸引客源，推动区域经济发展，提升在国际航空领域的影响力，实现高质量发展。

2. 资源优势

资质与航线资源：长城航空经营范围明确包含公共航空运输项目（前置审批）。航空公司执照作为不可再生资源，审批难度极高。对长城航空而言，只要飞机、机队、基地等硬件条件满足要求，便能顺利起飞。作为干线航司，此次项目启动为恢复航线，初期可直接申请原有的干线航线复航，实现国内热门城市直飞。这一航线优势在项目起始阶段，为公司盈利提供了有力保障。

渠道资源：自2019年重组设立以来，长城航空积累了丰富的民航渠道资源。在机队组建上，积极与渤海租赁合作，通过租赁飞机扩充机队规模，增强运营实力。基地运营方面，多次与首都机场集团有限公司北

京大兴国际机场管理中心负责人洽谈，已初步达成入驻大兴机场的合作方案。地面服务方面，北京首新航空地面服务有限公司（BCS）承诺提供成熟地服团队，有效降低公司初期运营成本。在航线审批及时刻分配上，与中国民用航空局、华北地区管理局、华北地区空中交通管理局保持紧密联络，确保融资完成后相关准备工作顺利推进，助力公司在民航市场稳步立足、发展壮大。

3. 政策优势

土地政策：北京大兴国际机场临空经济示范区为吸引长城航空落地大兴机场，提供了 95 余亩的地块（图式 6052、6048），价格远低于市场水平。该地块承诺转为综合类用地，当前此类用地地价 1300 万元/亩，而长城航空购置仅需 500 万元/亩。此地块地处大兴机场附近，是周边稀缺的综合类用地，地段优势显著，无论是用于建设酒店、产业园区，还是开发其他项目，投资价值极高。



外资政策：当企业以外资名义租赁或购置飞机并投入大兴机场运营时，北京大兴国际机场临空经济示范区承诺给予每架飞机 200-300 万元的资金补助。这一政策能有效减轻公司初期投入压力，助力长城航空入驻大兴机场后扩充机队，快速发展壮大。通过资金补助，企业在机队建设、运营管理等方面能获得更多资源支持，提升市场竞争力，为大兴机场航空业务注入新活力。

客运航班补贴政策：受疫情后市场需求疲软等因素影响，政府对客运航班实施阶段性财政补贴。当每周内日均国内客运航班量低于特定标准、客座率不超一定比例且航班实际收入无法覆盖变动成本时，航空公司即可获得补贴。这一举措帮助长城航空维持一定航班运行数量，稳定航线网络，有效减轻经营压力。

货运航班补贴政策：为推动航空货运业发展、保障物流畅通，满足特定产业物流需求，政府对货运航班予以补贴。当航班执飞特定航线、运输特定货物或达到一定货运量时，长城航空便能获得财政资金支持。这有助于优化货运服务，提升物流效率，促进相关产业发展。

航线补贴政策：政府鼓励航空公司开辟新航线，尤其是连接偏远地区、经济欠发达地区或具有战略意义地区的航线。对于新航线，长城航空在一定期限内可获补贴，以弥补前期运营成本与市场培育成本。在重要国内或国际航线方面，政府也给予补贴，助力稳定航线运营。通过补贴，长城航空能更好应对航线运营挑战，为旅客提供优质服务，促进地区间经济交流与合作。

税收优惠政策：民航企业可享受增值税减免或退税政策。长城航空购买飞机、航空器材等固定资产的进项税额能抵扣，且航空运输服务的增值税税率也有优惠。同时，政府对民航企业的企业所得税给予优惠，如减免企业所得税、降低税率或实行税收递延。这些政策有助于降低企业税负，提升盈利能力和竞争力。

专项基金支持：政府设立专项基金支持民航业发展，主要用于民航技术研发、安全保障、人才培养、节能减排等领域。长城航空可申请专项基金，获取资金支持开展相关项目。

贷款担保与贴息：为助力民航企业融资，政府推出贷款担保或贴息政策。贷款担保降低银行贷款风险，使长城航空更易获得贷款；贴息政策减轻企业贷款利息负担，降低融资成本。这两项政策为企业提供切实有效的支持，帮助解决资金难题，推动行业发展。

四、融资规划

（一）融资模式

采用股权融资形式，融资金额 20 亿元人民币，出让 10% 股份。

（二）资金用途

1. 购置土地（4.75 亿元）

投入 4.75 亿元在北京大兴国际机场空港区域购置 95 亩土地，为航空产业发展奠基，预期增值显著。

2. 机队组建（1.85 亿元）

投入 1.85 亿元租赁 5 架空客 A320-neo 型客机，增强客运能力，有望带来可观收入增长。

3. 总部建设（4 亿元）

航空产业园：投入 1.5 亿元建设航空产业园，完善设施以吸引企业入驻，获取租金与综合服务收益，推动产业集聚。

总部基地：投入 8000 万元打造智能化总部基地，提升办公效率，降低运营成本。

培训中心：投入 5000 万元建设培训中心，配备专业设施师资，承接培训任务并培养人才。

商务酒店：投入 7000 万元建设商务酒店，满足旅客住宿需求，完善产业链服务。

航食基地：投入 5000 万元建设现代化航食基地，提供优质航食服务，提升盈利能力。

4. 机场运营（1.5 亿元）

基础运营资源租赁：投入 8000 万元租赁值机柜台、停机坪等资源，保障机场运营。

候机室建设与服务：投入 2000 万元打造高端 VIP 候机室，提供专属服务，增加非航收入，提升品牌形象。

运营优化举措：投入 5000 万元优化运营流程，提高准点率和旅客满意度，增加客运收入。

5. 团队构建（0.25 亿元）

投入 0.25 亿元招聘机组、乘务组、地勤人员，涵盖招聘与培训费用，提升员工素质，保障业务开展。

6. 航线拓展（1.2 亿元）

市场调研：投入 2000 万元深入调研市场，为航线拓展提供决策依据。

公关活动：投入 8000 万元开展公关活动，争取航线资源，提升公司知名度。

航线开发与频次调整：投入 2000 万元开发新航线，优化现有航线，增加客运量和收入。

7. 品牌塑造（0.45 亿元）

广告宣传：投入 3000 万元线上线下结合进行广告宣传，提升品牌知名度和美誉度。

公关活动：投入 1000 万元举办公关活动，加强互动交流，提升品牌形象。

品牌策划与设计：投入 500 万元进行品牌策划与设计，提升品牌辨识度。

8. 技术创新（0.5 亿元）

硬件设施引入：投入 3000 万元引入智能设备，提升运营智能化水平和服务质量。

系统开发：投入 2000 万元构建智能航班管理和客户预订服务系统，提升运营效率和客户体验。

9. 开办费用（0.5 亿元）

临时办公场地租赁：投入 650 万元租赁场地，搭建办公环境。

办公区装修：投入 800 万元装修办公区，提升员工舒适度。

办公家具及设备采购：投入 500 万元购置办公家具及设备，提升办公效率。

运营许可证申请：投入 500 万元申请运营许可证，确保合法运营。

员工薪酬：投入 2500 万元支付员工薪酬，保障人力支持。

流动资金：预留流动资金，保障运营灵活性。

10. 储备资金（5 亿元）

储备 5 亿元资金，应对不确定性，保障公司稳定运营与发展机遇把握。

（三）进展预测



（四）投资回报

1. 回报目标

五年内实现本金回收并为投资者创造可观收益，确保公司领先地位与持续发展。

2. 回报方式

红利分配：不低于净利润 35%的比例向投资者分红。

股权增值：推动公司上市，提升股票价值，使投资者通过股权增值获利。

资产增值：优化资产配置，如土地开发等，提升资产价值。

3. 回报周期

第一年：净利润 4500 万元，投资者分红 450 万元。

第二年：净利润增长 35%，投资者分红 607.5 万元。

第三年：净利润增长 45%，投资者分红 881.8 万元。

第四年：净利润增长 55%，投资者分红 1366.8 万元。

第五年：净利润增长 65%，投资者分红 2255.2 万元。

4. 回报保障

专业团队：经验丰富专业团队为公司发展提供有力支持。

优质资产：土地、房产、设备等优质资产保障公司运营与回报实现。

完善制度：健全管理制度确保公司高效运营，实现投资回报最大化。

（五）退出机制

1. 上市退出

IPO 上市：条件成熟时申请首次公开发行股票，使投资者在公开市场出售股份。

借壳上市：若 IPO 受阻，考虑借壳上市，实现间接上市退出。

2. 并购退出

企业并购：寻求被并购机会或主动并购其他企业，为投资者创造退出机会。

资产出售：出售不符合战略规划资产或业务板块，实现部分或全部退出。

3. 股权回购

公司回购：公司在特定条件下回购投资者股份，提供稳定退出方式。

管理层回购：管理层在特定情况下回购股份，保障公司运营与投资者利益。

4. 清算退出

公司清算：公司无法运营时依法清算，投资者按出资比例分配剩余资产。

破产清算：资不抵债时申请破产清算，投资者按优先级从剩余资产中分配。

5. 股权转让

内部转让：投资者之间可内部转让股份，实现退出。

外部转让：投资者可向外部转让股份，公司协助办理手续。

6. 分红政策

定期分红：根据盈利情况定期向股东分配股息。

特殊分红：在重大盈利或资产处置收益时进行特殊分红，投资者可选择继续持有或部分退出。

五、市场分析

（一）民航客运业务市场分析

1. 国内市场分析

市场规模

近年来，国内民航客运量稳步增长。2023 年客运量达 6.2 亿人次，较上一年增长 146.1%。北京、上海、广东等地客运量领先，分别为 9229 万、9696.9 万和 14141 万人次，但仍未恢复至 2019 年水平。随着经济发展与居民生活水平提高，航空出行需求增加，国内航线网络不断完善，2023 年末航线总数达 4583 条。

竞争格局

航司竞争：国内航空市场竞争激烈，国有航司占据主导，民营航司崛起。2023 年，南航、国航、东航旅客运输量分别为 1.4 亿、1.285 亿、1.156 亿人次。各航司通过优化航线、提升服务、推出优惠争夺市场，如在热门航线增加航班频次。

高铁竞争：高铁在中短途客运市场，凭借便捷与价格优势冲击民航，在京津冀、长三角、珠三角地区竞争尤为明显。

影响因素

经济因素：国内经济增长与居民收入提高，推动航空客运需求上升。2023 年国内生产总值达 126.5 万亿元，同比增长 5.2%，带动居民与企业出行需求。

政策因素：政府在机场建设、航线审批等方面支持民航业，税收优惠与补贴降低航司运营成本，2023 年燃油补贴达 50 亿元。

技术因素：航空技术进步提升飞机安全性与舒适性，机场信息化建设提高服务效率，2023 年自助值机设备使用率达 80%。

市场趋势

数字化和智能化：国内航司推进数字化转型，通过在线平台提供便捷服务，利用大数据实现个性化服务，2023 年在线预订率达 70%。

绿色环保：民航业重视环保，采取推广新能源飞机、优化航线等措施减少碳排放，2023 年碳排放量较上一年下降 5%。

2. 国际市场分析

市场规模

全球航空客运量持续增长，2023 年达 35 亿人次，中国民航客运量约占 15%。随着全球经济发展与国际交流增多，国际航空客运需求不断上升。

竞争格局

国际航空公司竞争：全球航司竞争激烈，常通过联盟、合作提升竞争力。如最大的星空联盟有 26 个成员，天合联盟年接待 4.37 亿旅客。2023 年，瑞安航空旅客运输量以 1.817 亿人次居首，美西南航空和美国航空分获二、三名。

新兴市场崛起：亚洲、中东等新兴国家航司快速发展，在国际市场份额持续扩大。2023 年亚洲航司市场份额同比增长 10%。

影响因素

经济因素：2023 年全球经济增长率 3%，推动航空客运及国际贸易、旅游需求增长。

政策因素：各国开放航线、建设机场，国际间的合作协议都促进航空业发展。如 2023 年美欧签订的航空合作协议，助力双方航空市场。

技术因素：航空技术进步提升飞行安全、舒适性，优化燃油效率等性能。2023 年新型飞机燃油效率提高 10%。

市场趋势

数字化和智能化：国际航司借在线平台提供预订、电子客票等便捷服务，利用大数据实现个性化服务。2023 年在线预订率达 80%。

绿色环保：国际航空业重视环保，采取推广新能源飞机、优化航线等措施减碳。2023年碳排放量较上一年降3%。

（二）民航货运业务市场分析

1. 国内市场分析

市场规模

近年来，国内民航货运市场规模稳步扩大。2023年，中国民航货邮运输量达756.7万吨，同比增长18.2%。长三角、珠三角、京津冀地区货运吞吐量领先，上海、广州、北京相关机场货邮吞吐量分别为405.7万吨、235.5万吨、180.3万吨。电商、制造业及冷链物流发展，推动市场进一步扩张。

竞争格局

航司竞争：国内货运市场竞争激烈。国航、东航、南航凭机队、航线、经验占据较大份额；顺丰、圆通等新兴货运航司依托快递优势，优化航线与服务，拓展市场。

物流企业竞争：菜鸟网络、京东物流等综合物流企业，整合上下游资源构建一体化物流体系，与航司在货运业务上既合作又竞争。

影响因素

经济因素：国内经济增长推动民航货运发展。制造业升级使高附加值产品增多，其对运输要求高，航空货运优势凸显。消费升级带动冷链和快速物流需求，促进市场发展。

政策因素：政府加大机场货运设施建设投入，优化航线审批，保障货运航班时刻，给予企业税收优惠、财政补贴，降低运营成本，鼓励企业扩大规模。

技术因素：新型货机提升载货量和燃油效率。物联网、大数据、人工智能等技术实现货物运输实时监控与智能调度，如大数据优化航线，降低空载率。

市场趋势

数字化和智能化：行业加速数字化转型，利用大数据、云计算、物联网等技术实现智能管理，如智能仓储、区块链技术应用，提升服务透明度与效率。

多式联运一体化：民航货运与公路、铁路、海运多式联运趋势明显。构建无缝衔接体系，实现货物快速中转，拓展服务范围与竞争力。

4. 国际市场分析

市场规模

过去几年，全球民航货运市场持续增长。2023年，全球民航货邮运输量达2100万吨，中国民航货运量占比约12%。在全球经济一体化、跨境电商及高端制造业发展推动下，国际航空货运需求攀升，亚太地区增长尤为迅速。

竞争格局

国际航空公司竞争：国际航空货运市场竞争激烈。阿联酋航空、汉莎航空等知名航司凭借先进货机机队、广泛航线网络和高效服务体系占据领先地位，并通过战略联盟提升竞争力。

新兴市场竞争：随着新兴经济体崛起，亚洲、中东和非洲部分航司崭露头角。如卡塔尔航空、沙特阿拉伯航空等，依托本地优势加大货运投入，拓展国际航线，提高市场份额。

影响因素

经济因素：全球经济状况直接影响货运需求，经济增长带动需求上升，衰退则导致需求下降，汇率波动也会产生影响。

政策因素：各国贸易与航空政策，以及双边或多边航空运输协定，对市场发展影响重大。开放政策促进发展，贸易保护主义则可能形成阻碍。

技术因素：航空技术创新推动货运市场发展。新型货机提升运输能力与效率，先进导航、通信技术保障运输，信息技术实现货物跟踪与信息共享。

市场趋势

绿色可持续发展：面对气候变化，国际航空货运行业注重绿色发展。航司通过优化航线、采用节能飞机、探索可持续燃料等降低碳排放。

跨境电商物流一体化：随着跨境电商快速发展，航空货运与电商物流融合趋势明显。航司与电商平台、物流企业合作，提供一站式跨境电商物流服务。

（三）其他业务市场分析

1. 航空产业园市场分析

市场现状

近年来，航空产业园市场发展迅猛，过去五年全球航空产业园数量年均增长 10%。但北京大兴国际机场空港区域处境艰难，可用土地仅占规划总面积 15%，每平方公里可供开发土地不足 5 万平方米，远低于同类大型机场周边均值。周边已有超 10 家大型企业或财团规划开发相关项目，土地获取难度极大。

商务办公配套方面，当前可租赁办公区仅 10 万平方米，而驻场单位等对办公场地需求总量达 50 万平方米，缺口 40 万平方米。致使众多企业只能在远郊办公，运营和时间成本大增，严重制约企业发展与区域航空产业生态完善。

竞争格局

现有园区不足：周边现有航空产业园虽有一定数量，但问题不少。约 70% 功能单一，集中在物流仓储或简单航空维修，产业布局缺乏多元化。超 60% 办公环境简陋，现代化办公设施与便捷交通缺失，无法满足企业办公需求。

潜在竞争压力：大兴机场业务量攀升，预计未来三年将吸引超 500 家企业入驻。巨大市场潜力引得众多企业觊觎，据不完全统计，已有 20 余家企业筹备或启动该区域航空产业园开发项目，竞争愈发激烈。

发展趋势

功能多元化：未来航空产业园将向多领域拓展，涵盖航空研发、教育培训、旅游休闲等。预计未来五年，具备三种以上功能的园区占比将从 30% 提升至 60%。

产业集聚化：航空产业链上下游企业集聚趋势明显，如航空制造与零部件供应商、航空服务与科研机构等形成产业集群。预计未来三年，产业集聚度高的园区数量将增长 50%。

配套完善化：对园区配套要求日益提高，现代化商务办公区、高品质酒店餐饮、便捷交通网络成为必备。预计未来五年，配套完善的园区占比将从 20% 提升至 70%。

机遇与挑战

机遇：长城航空建设北京大兴机场产业园时机正好。既能填补办公场地需求缺口，为企业提供充足办公空间，满足业务拓展需求；又能凭借航空专业优势，吸引航空产业链相关企业入驻，形成产业集聚，完善区域航空产业生态。比如利用航线资源，吸引航空物流、旅游企业入园。

挑战：面对激烈竞争，长城航空困难重重。土地获取要与众多对手争抢，成本高难度大。园区建设需大量资金投入土地开发、基础设施与配套设施建设，如建现代化办公大楼、打造便捷交通网络。市场推广方面，需短期内树立良好品牌形象吸引企业入驻，对营销能力要求极高。

2. 民航酒店市场分析

市场现状

高端商务酒店市场前景良好，预计未来五年全球规模年均增长 6%。但北京大兴国际机场空港区域周边酒店资源稀缺，每平方公里高端商务酒店仅 0.5 家，远低于一线城市均值。高端客房占比不足 10%，现有酒店难以满足需求。超 70% 商务旅客不满会议室与商务服务，超 80% 高端游客认为餐饮与个性化服务欠佳，给商务出行和高端接待带来不便。

竞争格局

现有酒店短板：周边多数酒店为中低端定位，少数高端酒店也存在服务标准化程度低、智能化设施落后问题。约 60% 高端酒店无 24 小时贴身管家服务，50% 智能化入住与客房控制体验差。

潜在市场空间：大兴机场客流量增长，预计每年新增商务旅客和高端游客 500 万人次，高端客房缺口达 3000 间，为新进入者提供广阔空间。

发展趋势

精细化：未来高端商务酒店将更注重细节，如定制商务行程、个性化餐饮。预计未来三年，提供定制化商务服务的酒店占比从 30% 提至 60%。

智能化：智能门锁、客房控制系统、机器人服务将成标配。未来五年，智能化设施完善的酒店占比从 20% 提至 80%。

绿色化：环保理念贯穿酒店建设与运营。目前仅 15% 高端商务酒店达较高绿色标准，预计五年内提升至 50%。

机遇与挑战

机遇：长城航空布局高端酒店时机正好，既能填补周边高端酒店资源空白，满足市场对高端客房的需求，又能凭精准定位吸引特定客户，如为航空商务旅客提供航班无缝对接服务。

挑战：竞争激烈，长城航空需打造专业服务团队，投入大量资金用于智能化设备与环保材料采购，还要在短时间内树立良好品牌形象，以在众多竞争者中脱颖而出。

3. 航空食品市场分析

市场现状

规模扩张：航空业持续繁荣，拉动航空食品市场增长。过去五年，全球航空客运量年均增 8%，促使航食市场规模扩大，餐食份数与种类需求均增加。

需求转变：旅客对航食期望提升，超 70% 选航司时看重航食质量，追求更高品质、口味与健康度。航空公司也越发重视，如南航 2024 年航食投入较 2023 年增 15%。

竞争格局

现有供应商问题：多数航司依赖专业供应商，但市场航食品质不一。约 60% 旅客反馈口味难满足多样需求，近 40% 曾吃到不新鲜食材，反映出供应商在采购、储存与口味研发上的不足。2023 年因食品安全问题致航班延误 50 起，暴露生产效率与安全保障短板。

潜在市场空间：约 30% 小型航司无自主航食供应能力，为长城航空等企业创造市场空间，这些航司急需可靠伙伴提升服务质量。

发展趋势

健康化：随着健康意识提升，未来三年有机食材在航食中的使用占比预计从 10% 提至 30%，低糖低盐配方应用更广泛，推动食材选择与烹饪方式变革。

个性化：45% 航司已针对不同航线和旅客群体定制餐食，如为长途、短途旅客及商务、儿童旅客提供不同餐点，满足特殊需求。

环保化：环保意识影响航空食品市场，35% 航司已试点可降解包装，预计未来五年这一比例提至 70%，提升环保形象。

机遇与挑战

机遇：长城航空进入航食市场时机良好，可利用小型航司需求缺口打开市场，还能在健康化、个性化、

环保化方面打造竞争优势，如推出有机食材套餐或特色个性化餐食。

挑战：面对已有供应商，长城航空需在口味研发、食材采购和生产流程把控上加大投入。要快速建立高质量食材供应链，确保新鲜安全；研发多样口味；优化生产流程，提高效率以应对大规模订单。

4. 机场贵宾市场分析

市场现状

航空出行需求增长，有力推动贵宾服务市场扩张。权威报告显示，过去五年全球机场贵宾服务市场规模年均增长 12%。常旅客会员、合作单位会员及银行大客户对贵宾服务需求强烈，超 80%常旅客会员愿为优质服务付费，约 75%合作单位会员需求递增，近 85%银行大客户期待定制化服务。

然而，各机场贵宾服务质量不一。部分机场 VIP 候机室硬件佳，但约 70%的机场服务集中于基本休息、餐饮。安检与登机环节，执行效率差异大，大型枢纽机场 5 分钟内可完成贵宾安检登机，部分小型机场则需 15 分钟以上。接送机服务也有待提升，40%旅客不满车辆卫生，30%认为时间安排不精准。

竞争格局

现有服务短板：现有服务提供商存在诸多不足。仅 30%的机场能提供一定个性化服务，如准备特定饮品。约 50%的机场服务连贯性差，候机到登机的衔接中存在引导不及时、信息传达不准等问题。

潜在竞争压力：贵宾服务市场潜力大，吸引众多参与者。近两年超 30 家新企业或机构进入，带来新服务理念与模式。如第三方机构与高端酒店合作打造奢华候机环境，新兴航空公司推出特色服务套餐，冲击传统服务。

发展趋势

个性化：定制餐饮、专属设施等个性化服务需求增长。预计未来三年，提供定制餐饮的机场占比从 20%提至 50%；提供专属商务设施的机场占比从 15%提至 40%；提供专属休闲设施的机场占比从 10%提至 30%。

智能化：借助人脸识别、智能引导等技术，贵宾服务将更便捷高效。未来五年，采用人脸识别技术的机场占比将从 30%提至 80%；部署智能引导系统的机场占比从 20%提至 70%。

多元化：贵宾服务内容将拓展，融入健康护理、文化体验等项目。未来五年，提供健康护理服务的机场占比从 5%提至 30%；开展文化体验项目的机场占比从 8%提至 40%。

机遇与挑战

机遇：长城航空布局贵宾服务时机良好。航空出行市场增长，尤其大兴机场客流量增加，提供广阔空间。长城航空可凭品牌和客户资源吸引客源，还能利用航空专业优势，顺应趋势打造差异化服务，如大数据定制、引入智能设备、开发特色体验项目。

挑战：竞争激烈，长城航空面临挑战。提升服务质量需投入大量人力、物力、财力，培训专业团队，优化服务流程。技术应用上，要紧跟趋势，投入资金建设人脸识别、智能引导等系统。市场推广方面，需突出

特色，树立品牌形象以吸引客户。

5. 民航培训市场分析

市场现状

民航业蓬勃发展，为民航培训业务开拓广阔空间。国际民航组织（ICAO）数据显示，过去五年全球民航客运量年均增 7%，预计到 2025 年，全球民航业将新增约 100 万个专业人才岗位。

从学员需求看，民航地勤与空勤学员培训需求愈发多元专业。超 85%地勤学员期望掌握全面机场运营知识，且培训贴合实际场景，以快速适应岗位。约 90%空勤学员高度关注飞行技能、安全、应急处置等培训，以满足航空公司严苛选拔标准。

机场和航空公司对培训要求明确。约 70%机场认为，专业地勤培训能提升运营效率，减少至少 15%运营失误率。航空公司不仅要求空勤培训达顶尖水平，还期望为在职员工提供定期复训与技能提升课程。数据表明，经定期复训的在职空勤人员应对复杂飞行状况的成功率提高 20%。

竞争格局

现有培训服务短板：当前，民航培训服务提供商众多但质量不一。约 60%机构课程缺乏针对性，部分地勤培训过于理论，与实际脱节，导致学员入职后适应期长。约 40%培训基地师资不足，教学设备陈旧，无法提供逼真模拟培训条件。

潜在竞争压力：民航培训市场潜力巨大，吸引众多参与者。过去三年，新成立的相关企业超 50 家。新兴教育科技公司借助 VR、AR 等技术打造沉浸式培训，国际知名品牌也布局国内市场，加剧竞争。

发展趋势

数字化与智能化：科技推动民航培训向数字化、智能化发展。未来五年，采用 VR/AR 技术培训的民航培训机构占比预计从 10%提至 40%。智能教学系统将广泛应用，实现个性化教学。

定制化与专业化：定制化培训受重视，培训服务提供商将根据机场、航空公司具体要求，量身定制课程。预计未来三年，提供定制化服务的机构占比从 30%提至 60%，培训内容也将更专业细分。

国际化与合作化：民航业国际化带动培训国际合作。未来五年，开展国际合作的民航培训机构占比预计从 20%提至 50%，提升国内培训质量，拓展学员发展空间。

机遇与挑战

机遇：有实力的培训提供商机遇众多。新航线开辟、机队扩充及服务标准提升，带来持续客源。借助先进教学理念和技术，能打造差异化服务。与国际知名机构合作，可提升品牌影响力，拓展国际市场。

挑战：但竞争激烈，挑战也不少。提升教学质量需大量资金投入师资和设备更新。面对众多对手，市场推广难度大。行业标准更新快，要求培训提供商及时调整课程，对研发能力要求高。

6. 航空旅游市场分析

市场现状

随着生活水平提升，旅游需求愈发旺盛，航空旅游市场蓬勃发展。过去五年，全球航空旅客运输量年均增 6%，因旅游出行的旅客占比达 40%。这促使航空公司与旅游企业合作，推出多样产品。

传统机票与旅游套餐捆绑销售占 35% 市场份额，受旅客青睐，因其能简化旅行规划。个性化定制产品也逐渐兴起，如高端公务机旅游、亲子主题乐园航空游等，过去三年市场份额每年增长 15%。

竞争格局

产品同质化问题：航空旅游市场产品同质化严重，约 70% 产品行程、景点相似，缺乏独特卖点。旅客只能靠价格选产品，导致市场竞争聚焦价格，压缩企业利润空间。

旺季供需矛盾：旅游旺季航班紧张。热门旅游航线客座率常超 90%，一票难求，阻碍旅客出行，考验航空公司运力调配能力。许多旅客因订不到合适航班，只能调整计划或另选出行方式。

信息不对称困境：旅游市场信息透明度低。约 60% 旅客预订产品时，难以获取全面准确信息，如目的地情况、活动安排、隐藏费用等，决策存在盲目性，消费风险增加。

发展趋势

智能化发展：借助大数据、人工智能，航空旅游市场将走向智能化。企业通过分析旅客数据，实现精准推荐，预计未来三年采用智能化推荐系统的企业占比从 20% 提至 50%，还能实现个性化行程规划和便捷线上预订。

多元化拓展：航空旅游产品将更加多样。除常规观光游，航空文化体验游、航空摄影游等特色主题游将不断涌现，未来五年特色主题游市场份额有望从 10% 提至 30%。

绿色化转型：环保意识推动航空公司和旅游企业注重环保。航空公司将采用环保型飞机，旅游企业推广绿色旅游项目。未来五年至少 50% 航空公司将制定并实施环保计划，绿色旅游项目推广力度大增。

机遇与挑战

机遇：敏锐的企业能把握智能化、多元化、绿色化趋势带来的机遇。开发智能化产品满足个性化需求，推出特色主题游开拓新市场，践行绿色理念提升社会形象，吸引环保型旅客，如“绿色飞行+生态旅游”套餐受市场欢迎。

挑战：企业面临挑战。技术应用上，需投入大量资金用于大数据、人工智能研发，考验资金实力与技术创新能力。产品创新要突破同质化困境，需深入了解市场，挖掘目的地特色资源。市场推广要在信息不对称环境下，加强品牌建设，提高信息透明度，增强旅客信任。

7. 航空广告市场分析

市场现状

航空广告市场活力与潜力尽显。机身广告凭借超大展示面积和强视觉冲击，成为大型品牌推广首选。统

计显示，热门航线飞机每日被地面及空中关注达数万次，机身广告曝光量巨大。在国际枢纽机场投放机身广告，品牌知名度在当地能提升约 15%。

机舱广告形式多样，能精准触达乘客。约 80%乘客飞行中会注意座椅头枕广告，60%留意行李架广告，50%关注小桌板广告。客舱娱乐系统的视频广告每次播放超 30 分钟，有效传递品牌信息。

竞争格局

广告创意同质化：当前航空广告创意同质化严重，约 70%的广告形式、主题相似，难突出重围。这导致广告主竞争集中在投放位置与价格，降低广告质量和吸引力。

投放效果评估缺陷：广告投放效果评估体系不完善，仅约 30%广告主能科学评估，多数难以精准衡量收益。这使广告主投放决策盲目，影响市场发展。

乘客体验与广告投放矛盾：航空业越发重视乘客体验，约 40%乘客反馈广告密集或干扰强会降低乘机体验，这对广告投放的合理性和规范性提出更高要求。

发展趋势

创意化：未来航空广告对创意要求更高。预计未来三年，具创新性创意的广告占比将从 20%提至 50%，靠独特故事和表现手法吸引乘客。

精准化：借助大数据，航空广告将实现精准投放。未来五年，采用大数据精准投放技术的广告主占比将从 10%提至 60%，提升投放针对性。

互动化：互动化是重要方向。引入 AR、VR 等技术，让乘客与广告互动。预计未来五年，互动式航空广告数量将增长超 5 倍，提升传播效果。

机遇与挑战

机遇：广告企业和广告主在航空广告市场机遇众多。创意化让有创意的企业崭露头角，精准化提高投资回报率，互动化创造新广告形式。如某公司的 AR 互动广告，客户满意度高，吸引大量新客户。

挑战：但市场发展挑战重重。创意化需大量人力、物力投入创意研发，对创意团队要求高。精准化要求企业具备强大的大数据分析能力与数据获取渠道，需大量资金和技术支持。互动化面临飞机网络环境下技术运行和设备兼容性难题。

8. 航空数据市场分析

市场现状

航空数据市场发展迅猛，航空业数字化转型推动各类航空数据需求爆发。过去三年，全球航空数据市场规模年均增长 20%，航班、正晚点、航线等数据成为刚需。

超 90%在线旅游平台表示，精准航班数据能提升用户预订机票转化率，平均可提升 15%。航空公司也重视数据，如某大型航空公司通过数据分析优化航班调度，航班延误率降低 20%，提升了服务水平。

竞争格局

数据质量参差不齐：目前约 60%的数据来源不稳定，数据准确性和及时性难以保证。航班正晚点数据常出现偏差，影响旅客出行和平台信誉。

数据整合与分析能力不足：约 70%的平台虽有大量数据，但无法有效挖掘价值，难以转化为决策依据，在竞争中难以脱颖而出。

数据安全与隐私保护问题：数据安全和隐私保护备受关注。过去一年，航空领域因数据安全问题引发的投诉案件增长 30%，给航空公司和平台带来声誉和法律风险。

发展趋势

数据标准化：未来三年，行业将完善数据标准体系，约 80%的航空数据将遵循统一标准，提升通用性和可用性。

分析智能化：借助人工智能等技术，航空数据深度分析将提升。未来五年，采用智能化分析技术的航空公司和平台占比将从 20%提至 70%，提供更有价值的决策支持。

应用多元化：航空数据应用领域将不断拓展。如航空物流企业利用航班数据优化运输路线，可降低物流成本 10%。未来五年，新兴领域应用增长率将达每年 30%。

机遇与挑战

机遇：掌握先进技术和数据资源的企业机遇众多。数据标准化降低处理成本，分析智能化助力挖掘更多价值，应用多元化开拓新市场，如为航空金融机构提供风险评估服务。

挑战：企业面临挑战。数据标准化需投入大量时间和资源适应新体系。分析智能化要求强大的技术研发能力和人才储备。应用多元化需要深入了解不同行业需求，建立跨领域合作关系，考验市场拓展能力。

六、业务规划

（一）民航客运业务规划

1. 基地规划

短期规划（1-5 年）：以北京大兴国际机场为主运营基地，辐射全国，强化品牌引领地位；设立成都天府国际机场运营基地，拓展西南市场。

中期规划（5-10 年）：增设南京禄口、武汉天河国际机场运营基地，提升在华东、华中地区竞争力。

长期规划（10 年以上）：在深圳宝安、西安咸阳、沈阳桃仙等国际机场设立运营基地，拓展国际市场，提升品牌影响力。

2. 机队规划

短期规划（1-5 年）：机队规模设定为 30 架，包括 25 架窄体机（空客 A320neo）与 5 架宽体机（空客

A330-300），经营性租赁占 70%，购置占 30%。窄体机执飞国内航线，宽体机执飞国际航线，根据市场需求优化航线布局。

中期规划（5-10 年）：机队规模扩充至 100 架，窄体机 70 架，宽体机 30 架，租赁与购置各占 50%。继续优化航线运营，提升服务质量，拓展市场份额。

长期规划（10 年以上）：机队规模达 300 架，窄体机 200 架，宽体机 100 架，租赁占 30%，购置占 70%。加强国际航线运营，提升全球竞争力。

3. 航线规划

北京大兴国际机场主运营基地

短期规划（1-5 年）：开通多条国内热门城市直飞航线，以及部分国际航线，如香港、澳门、东京、首尔、莫斯科等。

中期规划（5-10 年）：新增国内西北、中南、华东等地区城市航线，拓展国际航线至新加坡、曼谷、伦敦、巴黎、法兰克福等。

长期规划（10 年以上）：进一步优化国内航线网络，加密重点城市航班，开通美国、加拿大、南非等远程国际航线。

其他运营基地（成都天府、南京禄口、武汉天河、深圳宝安、西安咸阳、沈阳桃仙等国际机场）

各基地根据自身定位和市场需求，在短期、中期、长期分别规划不同的国内和国际航线，逐步拓展和优化航线布局，加强区域间联系，促进经济发展。

有关航线规划的具体内容，请参考附件。

（二）民航货运业务规划

1. 基地规划

短期规划（1-5 年）：配合客运业务客机腹舱运营，积累经验和客户资源。

中期规划（5-10 年）：在北京大兴国际机场设立货运基地及物流集散中心，配备先进设施，提供一站式服务。

长期规划（10 年以上）：在鄂州花湖国际机场设立货运基地，构建多式联运体系，打造覆盖全国、连接全球的物流网络。

2. 机队规划

短期规划（1-5 年）：利用客机腹舱运营，与货运代理公司合作拓展业务。

中期规划（5-10 年）：引进 3 架货运飞机，优先选择燃油效率高、载货量大的新型货机。

长期规划（10 年以上）：机队规模达 10 架，引进 7 架货运飞机，根据市场需求配置不同型号货机，优

化机队结构。

3. 航线规划

短期规划（1-5年）：借助客运航线开展货运业务，关注国内经济发达地区和电商活跃城市货运需求。

中期规划（5-10年）：根据业务量开设不定期航线，优先开通通往国内制造业基地、物流枢纽城市及高增长潜力地区航线。

长期规划（10年以上）：规划3-5条货运航空固定航线，连接国内主要货运枢纽与国际重要物流中心，加强国际市场连接。

（三）航空产业园业务规划

短期规划（1-2年）：集中资源完成北京大兴机场产业园竣工，组建专业工程团队，确保工程质量和设施高标准。

中期规划（第3年起）：正式启动招商，吸引企业入驻，实现园区满负荷运营；总结经验，优化建设方案与运营模式。

长期规划（10年以上）：以北京大兴机场产业园为样板，在全国各运营基地建设航空产业园，实施个性化设计，形成品牌效应，构建全国性产业园区网络。

（四）民航酒店业务规划

短期规划（1-2年）：打造北京大兴国际机场长城航空酒店，邀请国际团队设计装修，引入智能管理系统，确保酒店高端品质。

中期规划（第3年起）：酒店正式运营，组建专业运营团队，制定高端服务标准，加强员工培训，提升知名度与美誉度；以大兴机场店为样板，拓展全国市场。

长期规划（10年以上）：在全国各运营基地建设高端酒店，根据当地特色进行个性化设计，实现标准化、连锁化发展，提升品牌形象与客户忠诚度。

（五）航空食品业务规划

短期规划（1-2年）：建成航食生产车间，完善设备，招聘人才，专注为长城航空飞机供餐，积累经验与口碑。

中期规划（长期）：在全国各运营基地建设航食基地，研究当地饮食文化与旅客需求，采购当地食材，优化生产流程与管理模式，拓展外部客户市场，实现规模化生产与销售。

（六）机场贵宾业务规划

短期规划（1-2年）：在大兴机场及各运营基地建设vip候机室，组建专业团队，设计服务流程，提供优质贵宾服务。

中期规划（长期）：以大兴机场候机室为样板，在通航城市机场布局，个性化设计候机室，优化服务流程，拓展特色服务，打造高品质贵宾服务体系，提升品牌影响力。

（七）民航培训业务规划

短期规划（1-2年）：建设北京大兴国际机场民航培训基地，规划教学场地，配备师资，招生宣传，树立品牌形象。

中期规划（长期）：以大兴机场培训基地为基础，在各基地建设培训基地，结合当地需求设置课程，优化教学管理，实现规模化、连锁化运营，为行业培养人才，提升市场份额与品牌影响力。

（八）航空旅游业务规划

短期规划（1-2年）：组建专业团队，调研市场，与供应商合作，推出旅游产品，搭建线上平台，推广品牌。

中期规划（3-5年）：优化产品体系，开发特色产品，拓展国际市场，完善线上平台，提升服务智能化水平，加强品牌建设，提高客户满意度与忠诚度。

长期规划（5-10年）：成为行业领军者，实现规模化、品牌化运作，扩大市场份额，提供创新旅游服务，推动公司整体业绩提升。

（九）航空广告业务规划

短期规划（1-2年）：组建专业团队，研究市场与广告形式，与航空公司合作，获取资源，制定策划流程，提升制作质量，拓展客户资源。

中期规划（长期）：优化创意与投放策略，建立创意研发中心，加强精准投放技术，拓展国际航线广告业务，完善客户关系管理，实现可持续发展。

（十）航空数据业务规划

短期规划（1-2年）：组建专业团队，建立数据采集渠道，搭建存储平台，培养分析能力，与第三方平台合作，推出基础服务产品。

中期规划（长期）：优化数据采集与分析技术，建立质量监控体系，引入先进算法，拓展服务领域，开发可视化工具，加强品牌建设，吸引客户与合作伙伴。

七、营销策略

（一）民航客运营销策略

1. 品牌建设与推广

制定统一品牌形象，融入地方文化元素，展示品牌特色。

多渠道展示品牌，积极参与公益活动，提升知名度与美誉度。

2. 数字化营销

建设功能强大的线上平台，提供一站式服务，优化用户体验。

利用社交媒体和搜索引擎技术，进行线上营销与精准推送。

3. 合作营销

与旅游企业合作推出旅游套餐，与银行合作发行联名信用卡，拓展客源。

与其他航空公司开展代码共享、航线联营，扩大航线网络。

（二）民航货运营销策略

1. 品牌建设

打造专业货运品牌，展示实力与服务优势，树立品牌口碑。

2. 合作营销

与电商平台、制造企业、物流企业合作，提供定制化服务，实现互利共赢。

3. 差异化营销

针对不同货物提供差异化服务，满足客户多样化需求，提升竞争力。

4. 事件营销

举办或参与航空货运主题活动，展示技术实力与创新成果，提升品牌影响力。

（三）其他业务营销策略

1. 航空产业园营销策略

品牌塑造与推广：打造专业品牌形象，通过多种渠道宣传园区优势，提升知名度。

精准定位与针对性营销：根据不同企业需求制定个性化方案，突出园区特色功能。

合作与联盟营销：与行业各方建立合作关系，共同推广园区，吸引优质企业。

口碑营销：提供优质服务，鼓励企业推荐，传播园区良好口碑。

2. 民航酒店营销策略

品牌宣传：通过多种渠道展示酒店高端形象与服务特色，吸引目标客户。

合作推广：与航空公司、旅行社、企业集团等合作，拓展客源，提升品牌知名度。

会员制度：建立高端会员体系，提供专属特权与活动，增强会员忠诚度。

差异化营销：针对不同客户群体制定精准营销方案，提供个性化服务。

3. 航空食品营销策略

品牌建设：宣传航食品质与创新，提升品牌知名度。

合作推广：与航空公司、机场紧密合作，开展试吃活动，拓展业务。

差异化营销：推出特色航食产品，满足不同客户需求。

客户互动：建立反馈机制，举办评选活动，增强客户参与感与品牌粘性。

4. 机场贵宾营销策略

品牌塑造：展示贵宾服务尊贵形象与优质服务，提升品牌知名度。

合作推广：与常旅客会员体系、合作单位、银行等合作，推广贵宾服务。

差异化营销：为不同客户群体提供差异化服务，满足个性化需求。

口碑营销：提供卓越服务，鼓励客户分享，提升品牌口碑。

5. 民航培训营销策略

品牌打造：展示培训基地优势，提升品牌知名度与行业影响力。

合作推广：与机场、航空公司、院校等合作，定向培养人才，推广培训项目。

差异化营销：针对不同客户群体推出差异化培训产品，提高针对性。

口碑营销：依靠学员口碑传播品牌，提升培训基地知名度与美誉度。

6. 航空旅游营销策略

品牌塑造：打造独特品牌形象，宣传旅游产品与服务理念。

合作推广：与航空公司、景区、酒店、旅行社等合作，实现资源共享，互利共赢。

精准营销：利用大数据分析客户需求，制定个性化营销方案，提高营销效果。

会员制度：建立会员体系，提供特权与活动，吸引客户入会，增强忠诚度。

7. 航空广告营销策略

品牌宣传：展示公司专业形象与成功案例，提升品牌知名度与影响力。

合作推广：与航空公司、机场、广告协会等合作，获取资源，提升话语权。

创意营销：举办创意大赛，提供定制服务，展示创意实力，吸引客户。

客户口碑营销：提供优质服务，鼓励客户分享，吸引潜在客户。

8. 航空数据营销策略

品牌建设：宣传公司数据优势，提升品牌知名度。

合作推广：与航空公司、机场、平台等合作，实现数据共享与互利共赢。

内容营销：通过专业内容展示数据分析能力，树立专家形象，吸引客户。

客户口碑营销：提供优质数据服务，鼓励客户分享，传播品牌口碑。

八、销售策略

（一）民航客运销售策略

1. 多元化销售渠道

加强直销渠道建设，提供多渠道咨询和预订服务，拓展企业客户直销。

优化与旅行社合作，拓展在线旅游平台销售渠道，根据平台特点制定策略。

2. 价格策略

采用动态定价机制，根据市场需求调整机票价格，推出多样化票价产品。

定期开展促销活动，针对不同客户群体制定优惠政策，鼓励团体购票。

3. 客户关系管理

建立客户数据库，分析客户数据，提供个性化服务和营销活动。

推出会员制度，提供积分、里程兑换等特权，举办会员专属活动，提升忠诚度。

加强客户服务质量，及时处理投诉和建议，建立反馈机制，改进服务。

（二）民航货运销售策略

1. 客户关系管理

建立客户数据库，分类管理客户，提供个性化销售方案和服务。

定期回访客户，了解需求和意见，解决问题，提高满意度和忠诚度。

2. 价格策略

制定灵活价格策略，根据客户类型和市场情况给予优惠，调整价格。

定期开展促销活动，吸引新客户，促进业务增长。

3. 销售渠道拓展

拓展线上销售渠道，建立官方电商平台和在线货运平台合作，开展社交媒体营销。

（三）其他业务销售策略

1. 航空产业园销售策略

灵活租售政策

提供多种租售方案，如短、长期租赁与整栋购买。针对新入驻企业，给予数月租金全免优惠，后续租金合理递增；对长期租赁企业，提供装修补贴。定期依据园区建设和市场态势调整政策，增强其吸引力与竞争力。

专业团队打造

招聘具备航空产业知识和销售经验的人员组建团队。定期开展培训，涵盖园区详情、产业趋势及销售技巧等内容。设定明确销售目标与考核机制，如规定客户拜访量与转化率指标，奖励表现优异的销售人员。

整合销售渠道

线上，优化官网招商页面，完善信息展示与咨询服务，利用社交媒体和行业网站推广。线下，积极参与产业展会、招商会等活动，定期举办招商推介会，邀请企业实地考察。建立客户数据库，分类管理并定期跟进潜在客户。

丰富增值服务

为入驻企业提供一站式企业孵化服务，涵盖创业指导、工商注册等。与金融机构合作，提供融资贷款等金融服务。借助自身资源，开展人才招聘与培训等服务。协助企业制定市场推广方案，助力提升其市场知名度。

2. 民航酒店销售策略

多元化销售渠道

线上合作：与携程高端定制、Booking.com 商务出行等国际知名高端在线旅游平台，以及飞猪企业商旅、同程商旅等商务旅行预订平台合作，全面展示酒店高端设施、特色服务、客房图片与客户好评。

线下拓展：与高端写字楼、商务园区企业建立合作，定期举办推介会，宣传高端会议室租赁、商务套餐定制等服务。同时与高端房地产中介合作，针对机场周边有长期住宿需求人群，提供长期租赁优惠套餐与专属管家服务等个性化方案。宣传中重点突出酒店高端定位、特色服务及接送机服务，包括车辆豪华配置、司机专业服务与便捷流程。

价格策略

价值定价：基于酒店高端定位、豪华设施与优质服务，采用价值定价法制定价格体系。针对不同客房类型、入住时长与预订渠道，实行差异化定价。如官网直订给予优惠与积分，长租提供折扣，淡季推出特价活动。

动态调整：密切关注市场与竞争对手价格，定期调研评估，适时调整价格，确保竞争力与利润最大化。合理考虑接送机服务成本与价值，灵活定价或融入套餐。

客户关系管理

信息收集分析：通过顶级客户关系管理系统，收集客户基本信息、消费习惯、偏好及入住反馈。利用数据分析了解客户需求，实现个性化服务与精准营销。如依据历史记录推荐客房、餐饮与活动，在特殊时刻送上祝福优惠。

服务保障与回访：设立 24 小时客服热线，及时响应客户需求。定期回访重要及长期客户，每季度对 VIP 客户电话回访，每年邀请忠实客户参加答谢活动。尤其关注接送机服务反馈，持续改进服务质量，增强客户

忠诚度。

增值服务销售

服务设计：推出商务活动策划、私人管家、高端定制旅游、豪车租赁等高端增值服务。

精准推荐：预订或入住时，销售人员根据客户类型推荐合适服务组合，提供定制化套餐。注重服务质量与体验，将接送机服务与其他增值服务结合，提升酒店品牌形象与收入水平。

3. 航空食品销售策略

价格策略

综合定价：以成本为基石，兼顾市场需求、竞品价格与产品差异，搭建科学价格体系。针对不同舱位餐食（经济舱、商务舱、头等舱）、航线（国内/国际、长/短途）及客户群体（航空公司、旅行社、个人），实施差异化定价。

灵活优惠：为长期合作航空公司提供批量采购优惠；新特色餐食推广初期，采用低价策略吸引客户。定期核算成本、调研市场，依据原材料价格、运营成本及竞争态势，适时调价，确保盈利与竞争力。与航空公司协商，依据航班客座率、季节性需求制定动态价格调整机制。

销售渠道拓展

稳固传统：巩固与航空公司、机场的直接销售合作。

开拓线上：搭建官方电商平台，展示特色餐食、礼盒及零食，提供便捷购买与配送服务。利用社交媒体、美食网站推广，吸引个人消费。与在线旅游平台合作，将航食融入旅游套餐。

深耕线下：加强与线下零售商、超市、便利店合作，如在机场周边超市设专柜。针对各渠道特性，制定个性化销售与推广策略。

客户关系管理

信息管理：建立完善客户信息数据库，记录需求、合作历史与反馈。

沟通维护：定期回访、开展满意度调查，每月对航空公司客户进行满意度调查，并依结果改进，及时反馈给客户。

专属服务：为重要客户提供定制菜单、优先配送、个性化包装等服务。以优质服务提升形象，增强客户信任与忠诚度，促进复购与口碑传播。

增值服务销售

服务拓展：在基本航食服务外，拓展机上餐饮服务培训、包装定制、食材溯源等增值服务。

方案推荐：合作中深入了解客户需求，推荐相关增值服务，制定个性化方案，将增值与基本服务结合成套餐销售。如为航空公司提供包含培训、包装定制、食材溯源的综合套餐。

4. 机场贵宾销售策略

价格策略

差异化定价：根据服务项目（如VIP候机室、绿色通道等）、时长（单次、小时套餐等）和客户群体（常旅客、合作单位、银行大客户），制定灵活价格体系。为长期会员提供折扣，针对银行大客户定制专属套餐，淡季或非繁忙时段开展特价促销。

动态调整：定期调研市场，分析竞品价格与需求变化，适时调价。兼顾服务成本与客户感知价值，平衡价格与服务质量，实现效益最大化与客户高接受度。

销售渠道拓展

线上合作：除官网与客服热线，与在线旅游平台合作，将贵宾服务融入旅游套餐；利用大数据定位潜在客户，通过邮件、短信等推送优惠信息。

线下拓展：与旅行社合作，为高端和商务旅行团提供个性化方案；在候机楼设销售点，展示服务并提供体验；与银行、信用卡公司联合营销，扩大销售范围。

客户关系管理

信息整合：完善客户关系管理系统，记录客户基本信息、购买记录、服务偏好及反馈。

个性化服务：通过数据分析了解客户需求，提供个性化推荐与关怀，如预订偏好候机位、准备特色餐饮，节日发送祝福与优惠。

定期回访：使用服务后一周内回访，了解满意度与需求变化，解决问题与投诉，对不满意客户提供补偿，提升忠诚度与品牌形象。

增值服务销售

服务创新：在基础服务上，推出高端美容护理、私人定制购物、专属文化体验、豪车接送机等增值服务。

精准推荐：服务人员在客户购买或使用前，介绍增值服务特色，根据客户需求推荐组合，提供个性化套餐。注重服务质量与体验，匹配高端定位，提升附加值与客户满意度。

5. 民航培训销售策略

价格策略

多元定价：依据培训课程类型（地勤、空勤、管理等）、时长（短期集训、长期系统培训）、难度（基础、高级、专业技能）及市场需求，构建灵活价格体系。

优惠激励：为长期合作的机场、航空公司等机构客户，提供批量培训优惠套餐，按培训人数与课程安排给予价格折扣。针对贫困地区或优秀学员，设立奖学金、助学金，减免学费并提供生活补助。

动态调价：定期调研市场，对比同行价格，结合自身成本与品牌价值，适时调整培训价格，确保竞争力与可持续发展。如为签长期协议的航空公司提供10%-20%的基础培训优惠，每年为贫困地区学员设一定数量全额奖学金名额。

销售渠道拓展

线上升级：优化官网招生页面，完善课程设置、师资、设施、就业前景等信息展示，实现在线报名、咨询与支付。借助社交媒体（微信、微博、抖音）推广，定期发布培训动态、学员风采与就业信息。与在线教育平台合作，推出在线课程，扩大受众。

线下拓展：参加民航人才招聘会、教育展，设展位宣传。与中学、高校合作，开展知识讲座与职业规划指导，提前锁定潜在学员。

客户关系管理

学员服务：从报名起为学员提供全程跟踪服务，解答学习疑问，协助安排住宿、提供资料。定期回访毕业学员，了解就业与职业发展需求，提供推荐与晋升培训，建立校友群，组织活动分享经验，提高就业率。

机构维护：定期回访机场、航空公司等机构客户，依据反馈调整课程内容与教学方法，每年开展满意度调查，改进合作质量。

增值服务销售

就业服务：与航空公司、机场紧密合作，提供就业推荐，开展模拟面试、职业形象塑造活动，提升学员就业竞争力与就业率。

教材销售：编写实用培训教材，涵盖理论、案例与行业动态，提供学员自主学习资料，并为合作机构定制专属教材。

食宿服务：与优质供应商合作，为学员提供安全舒适的住宿餐饮套餐，包括经济、舒适、豪华型，满足不同需求，提升客户满意度与体验，增加收入来源。

6. 航空旅游销售策略

价格策略

综合定价：综合考量产品成本（交通、食宿、门票等）、市场需求（淡旺季、节假日）、竞品价格及客户差异，制定动态灵活价格体系。针对不同旅游产品（跟团游、自由行等）与目的地（国内、国际），设定合理价格区间。

差异化优惠：淡季推出特价线路，吸引价格敏感客户；鼓励提前预订，给予价格优惠。依据客户群体细分，为老年、学生、亲子等旅游团制定特殊政策，如学生凭学生证打折、亲子游儿童半价。

动态调整：定期调研市场，把握价格动态，及时调整旅游产品价格，兼顾竞争力与利润最大化。

销售渠道拓展

线上多元推广：除官网与在线旅游平台，利用微信小程序、小红书等社交媒体，发布优质图文、视频吸引用户预订。加强与去哪儿网、马蜂窝等搜索平台合作，优化排名，提升曝光。开展邮件营销，定期向潜在客户推送个性化旅游推荐。

线下广泛布局：与各地旅行社建立合作联盟，通过门店推广产品。在机场、高铁站、商业中心设展示销售点。针对企业客户，提供上门销售，定制团队、商务旅游方案。

客户关系管理

数据驱动服务：建立完善客户关系管理系统，记录个人信息、旅游偏好、购买历史与反馈。基于数据分析，为客户提供个性化推荐与定制服务，如为高端客户配备专属顾问。

定期回访维护：客户旅游结束一周内回访，收集意见，对不满意客户及时补偿或改进。通过会员制度，提供积分、专享优惠等福利，提升客户忠诚度与口碑传播。

增值服务销售

服务创新丰富：在基础产品上，推出旅游保险、行李托运升级、机场贵宾室候机、专业导游等增值服务。保险可根据不同产品与目的地定制，导游具备多语种及专业知识背景。

精准推荐组合：预订时，依据客户行程与需求，推荐合适增值服务组合，如为长途国际旅行客户推荐保险与贵宾室服务，提升客户消费价值与满意度，增加公司收入。

7. 航空广告销售策略

价格策略

多元定价：依据广告形式（机身、机舱、视频等）、投放时长（短期、长期）、范围（国内、国际、特定区域航线）及客户类型（大型品牌企业、中小企业），构建多元价格体系。因展示效果和受众覆盖差异，对不同广告形式差异化定价，如机身广告价高，小桌板广告价低。

优惠与调整：按投放时长给予阶梯式优惠，长期合作客户享更低单价；投放范围广或热门航线，价格相应提高。针对大型品牌企业，注重服务与定制；为中小企业提供经济型套餐。定期调研市场，结合竞品价格、自身成本与市场需求，适时调价，确保竞争力与盈利空间。

销售渠道拓展

线上推广：优化官网广告销售页面，展示案例、形式、效果数据，提供咨询、定制与预订功能。利用领英、微博等社交媒体，针对目标客户精准营销，发布行业动态与创意案例。与在线广告交易平台合作，上架资源，扩大销售范围。

线下拓展：组建专业团队，参加广告、航空航天展会，设展位展示优势。与广告代理公司合作，借助其资源拓展渠道。针对大型企业，开展定制化营销，上门拜访、举办推介会，提供个性化方案。

客户关系管理

信息整合：建立完善系统，记录客户基本信息、投放历史、合作情况及反馈。

全程服务：基于数据分析，为客户提供广告咨询与策划，制定精准投放方案。投放前沟通确保合规；投放中反馈曝光量、点击率等数据；投放后全面评估，提供优化与后续合作建议。定期回访，每季度收集合作

客户意见，为重要客户设专属客户经理，提供一对一服务，提升满意度与忠诚度，促进重复购买与长期合作。

增值服务销售

服务创新：在基础投放服务上，推出广告效果监测与分析报告、创意优化建议、大型客户整合营销方案等增值服务。通过先进技术提供受众画像、投放路径等分析；专业团队优化创意；整合航空其他资源进行全方位品牌推广。

精准推荐：合作中深入了解需求，为新品牌客户提供含效果监测、创意优化与基础整合营销的套餐；为成熟品牌定制更高级方案，增加收入，增强客户满意度与依赖度，提升行业竞争力。

8. 航空数据销售策略

价格策略

差异化定价：综合数据服务类型（航班信息、正晚点、航线分析等）、数据量、服务期限及客户规模，制定合理价格体系。因采集难度、处理成本 and 市场需求不同，对不同数据服务差异化定价，如深度航线分析服务价格高，基础航班信息服务价格低。

优惠机制：依数据量设不同价格档次，为长期合作和大规模需求客户提供优惠，鼓励长期合作与大量采购。针对中小企业和个人开发者，推出性价比高的入门级套餐。定期调研市场，结合竞品价格、自身成本与市场供需，适时调价，保障竞争力与利润。

销售渠道拓展

线上营销：搭建专业官网，展示产品特点、质量保障及应用案例，提供咨询、试用申请与订购功能。借助行业网站、数据交易平台推广，发布服务优势与创新成果。开展邮件营销，向航空公司、机场等目标客户发送个性化推荐与优惠信息。

线下推广：组建专业团队，参加航空航天、物流、旅游等展会和研讨会，设展位展示实力。与行业协会、商会合作，拓展客户群体。针对大型企业，开展定制化销售，上门拜访、举办演示会，提供个性化方案。

客户关系管理

信息管理：建立完善系统，记录客户基本信息、购买记录、使用反馈及需求变化。

专业服务：基于数据分析，为客户提供数据咨询与技术支持。购买前，了解需求推荐产品；服务中，及时响应解决问题。每月回访使用情况，每季度开展满意度调查，依反馈优化产品与服务，提升满意度与忠诚度，树立良好品牌形象。

增值服务销售

服务拓展：在基本服务上，推出数据定制化、分析培训、安全保障等增值服务。定制化服务满足特定业务场景需求，培训提升客户数据应用能力，安全保障确保数据全流程安全。

精准推荐：合作中了解客户痛点，为航空公司提供定制化、安全保障与定期培训套餐；为物流企业提供

定制化物流数据与安全保障组合，增加收入，提升客户满意度与依赖度，增强市场竞争力。

九、财务计划

（一）收入预测

1. 民航客运

短期（1-2年）：基于现有和新航线拓展，预计第一年客运收入 50 亿元，第二年增长至 60 亿元，通过优化航线布局和开拓热门航线实现。

中期（3-5年）：机队扩充和国际远程航线开通助力客运量攀升，预计第三年客运收入 80 亿元，之后每年以 15% 递增，至第五年突破 110 亿元。

长期（5-10年）：全球市场拓展和品牌影响力扩大推动客运收入强劲增长，预计第十年超过 200 亿元。

2. 民航货运

短期（1-2年）：依托现有资源和市场合作，第一年货运收入 10 亿元，第二年因新货运飞机投入和电商市场增长升至 14 亿元，增长率约 40%。

中期（3-5年）：市场份额提升和业务拓展推动货运收入爆发式增长，预计第三年 20 亿元，之后每年以 30% 递增，至第五年达 37 亿元。

长期（5-10年）：凭借服务能力和物流网络，货运收入将突破 100 亿元，公司持续投入研发推动创新。

3. 航空产业园

短期（第 3 年起）：建设期后开始产生收入，第三年租金收入 5000 万元，配套服务收入 2000 万元，共 7000 万元。

中期（第 4-5 年）：设施完善和服务提升促进入驻率提高，第四年租金收入 8000 万元，配套服务收入 3000 万元，合计 1.1 亿元；第五年及以后租金超 1.2 亿元，配套服务超 5000 万元，年收入超 1.7 亿元。

长期（10 年以上）：以大兴机场产业园为样板全国复制，形成产业集群，成为重要利润增长点。

4. 航空酒店

短期（第 3 年起）：第三年开业，入住率 60%，按平均房价 500 元/晚、365 天计算，收入约 6570 万元。

中期（第 4-5 年）：口碑传播和忠诚度提升使入住率和房价上升，第四年入住率 70%，平均房价 600 元/晚，收入约 9195 万元；第五年及以后入住率 80%，平均房价 800 元/晚，年收入达 1.46 亿元。

长期（10 年以上）：全国拓展高端酒店业务，实现可持续发展，为公司盈利稳定贡献。

5. 航空食品

短期（第 3 年起）：第三年航班增加和服务提升，收入可达 5000 万元。

中期（第 4-5 年）：品牌扩大和满意度提高推动业务量增长，第四年收入 8000 万元，第五年及以后超 1.2 亿元。

长期（10 年以上）：全国建设航食基地，挖掘地方特色，实现规模化生产销售，打造优势业务。

6. 机场贵宾

短期（第 3 年起）：第三年会员 8000 人，会员费每人每年 4000 元，会员收入 3200 万元，临时使用收入 1500 万元，总计 4700 万元。

中期（第 4-5 年）：服务提升和推广加强使会员和临时使用收入增长，第四年会员 1.2 万人，会员收入 4800 万元，临时使用收入 3000 万元，合计 7800 万元；第五年及以后会员超 1.5 万人，会员收入超 6000 万元，临时使用收入超 5000 万元，总收入超 1.1 亿元。

长期（10 年以上）：在通航城市布局 vip 候机室，打造差异化服务，实现长期稳定增长。

7. 民航培训

短期（第 3 年起）：第三年招生 800 人，人均培训费用 6 万元，培训收入 4800 万元。

中期（第 4-5 年）：品牌树立和认可度提高使培训规模扩大，第四年培训学员 1200 人，人均 7 万元，收入 8400 万元；第五年及以后每年培训学员超 1500 人，人均超 8 万元，培训收入超 1.2 亿元。

长期（10 年以上）：各基地建设培训基地，开发特色项目，实现规模化、连锁化运营，为行业输送人才并盈利。

8. 航空旅游

短期（1-2 年）：旅游线路推出和市场推广使游客量达每年 1-2 万人次，人均消费 5000-8000 元，收入 5000-1.5 亿元。

中期（3-5 年）：产品丰富和服务提升促游客量增长，每年达 3-5 万人次，收入 2-4 亿元。

长期（5-10 年）：品牌和创新服务助力收入超 8 亿元，拓展国际市场，实现全球化发展。

9. 航空广告

短期（1-2 年）：业务启动初期，第一年广告收入 2000 万元，第二年增长至 3000 万元，增长率 50%。

中期（3-5 年）：品牌提升和团队成熟推动广告业务快速发展，第三年 5000 万元，之后每年以 30% 递增，至第五年超 9000 万元。

长期（5-10 年）：规模效应显现后，第十年广告收入超 2 亿元，拓展业务领域提升竞争力。

10. 航空数据

短期（1-2 年）：业务初期专注平台建设和基础服务，收入几百万元，主要为航空公司、机场提供数据支持。

中期（3-5年）：技术提升和应用拓展使数据收入快速增长，第三年 3000-5000 万元，第四年 5000-8000 万元，第五年 8000-1.2 亿元。

长期（5-10年）：树立品牌和多元化服务推动收入持续增长，第十年超 2 亿元，引领行业发展。

（二）成本分析

1. 固定成本

飞机租金：机队规模扩大使租金成本短期增加，中期因租赁飞机数量和部分飞机购置折旧保持较高水平，长期根据市场和协议调整，公司优化机队结构和租赁谈判控制成本。

人员工资：业务开展和人员扩充使工资支出上升，中期业务发展和人才需求推动工资成本增长，长期规模稳定但仍是主要成本，公司通过绩效考核和人才培养控制工资成本。

机场费用：航线拓展和航班量增加使机场费用短期上升，中期运营优化和业务扩张进一步提高，长期与机场合作模式影响费用，公司加强合作争取优惠政策。

办公费用：公司设立初期一次性投入大，后续运营中办公费用随业务规模扩大而增加，公司推行信息化和成本管理降低费用。

保险费用：机队和业务发展使保险费用上升，长期资产规模和业务复杂使费用波动，公司优化风险管理和保险策略降低成本。

其他固定成本：税金随营业收入增长，长期资产折旧和合同服务费用因业务调整变化，公司规划税务策略和优化资产配置控制成本。

2. 变动成本

燃油成本：航线和航班增加使燃油消耗上升，国际油价波动影响大，中期机队扩充和航线拓展使成本持续上升，长期虽有措施但仍是主要变动成本，公司优化航线和管理燃油降低成本。

航材采购：机队飞行小时数增加使采购成本上升，中期机队规模扩大和飞机老化加速成本增长，长期受机队和维修技术影响，公司加强库存管理和供应商合作降低成本。

餐食成本：客运业务发展使餐食供应增加，中期航线拓展和客座率提升推动成本增长，长期优化供应和控制成本，公司优化采购和供应流程。

销售费用：市场开拓和品牌建设需大量投入，中期市场拓展和航线开发持续投入，长期品牌稳定后增长放缓，公司优化渠道和策略提高效益。

（三）盈利预测

1. 初期预测（1-2年）

因前期投入大，业务尚未完全开展，预计亏损 1-2 亿元，但亏损逐渐缩小。

2. 中期预测（3-5年）

第3年：部分业务产生收入，客运和货运增长，成本控制见效，预计盈利5000万元。

第4年：航线完善使业务量和协同效应增强，预计净利润1.2亿元。

第5年：业务成熟，市场份额扩大，预计净利润2.5亿元。

3. 长期预测（5-10年及以上）

第5-10年：公司进入稳定发展期，盈利水平持续提高，预计净利润每年以15%-25%增长，第十年达6-8亿元。

10年以上：公司保持领先，盈利稳定增长，净利润有望突破10亿元，公司创新业务模式实现多元化盈利。

盈利预测受多种因素影响，公司将关注市场动态，调整策略应对风险，提升管理水平，确保盈利目标实现，为投资者创造价值。

十、风险评估与应对

（一）风险评估

行业竞争风险：民航市场竞争激烈，客运和货运业务面临国内外众多航空公司和相关企业竞争，市场份额和盈利能力受挑战。

政策法规风险：政策法规监管严格，政策变化如安全标准提高、航线审批调整、税收和环保政策变动等影响公司运营成本和业务发展。

燃油价格波动风险：燃油成本是重要运营成本，受多种因素影响波动大，价格上涨增加成本，套期保值操作存在风险。

经营管理风险：业务多元化带来管理复杂性，资源整合、协同效应和人员管理问题影响运营效率和服务质量，内部管理流程不完善导致决策和成本问题。

安全风险：航空安全至关重要，安全事故对公司声誉和经济损失巨大，影响生存发展。

市场需求变化风险：宏观经济、突发事件和消费者偏好改变影响市场需求，公司不能适应变化将导致客户流失和市场份额下降。

技术创新风险：技术发展迅速，公司若跟不上创新步伐，将在运营效率、服务质量和竞争力方面落后，创新投入大，失败或效果不佳将带来损失。

（二）应对措施

1. 行业竞争应对策略

差异化竞争：精准定位，客运针对不同客户提供个性化服务，货运提供专业化服务，吸引客户提高忠诚

度。

战略合作与联盟：与航空公司、旅游和物流企业等合作，实现资源共享、优势互补，提升竞争力。

持续提升服务质量：加强员工培训，建立反馈机制，改进服务流程和产品设计，投入设施和技术提升品质。

2. 政策法规应对措施

建立政策法规监测与研究团队：密切关注政策变化，评估影响，制定策略，加强沟通参与标准制定。

优化运营管理以符合政策要求：根据政策调整运营管理，确保安全、合规运营，优化税务和环保管理。

3. 燃油价格波动应对措施

燃油套期保值操作优化：完善策略，加强市场分析预测，选择工具时机，监控风险调整头寸。

节能减排与成本控制：推进节能减排，优化飞行计划和航线，加强节油培训，控制其他成本缓解压力。

4. 经营管理应对措施

构建高效的管理体系与信息化平台：建立现代化管理体系，优化流程，引入信息化系统，监控分析数据，提高决策科学性。

加强人才培养与团队建设：重视人才选拔培养引进，制定培训计划，加强团队建设，促进协同发展。

5. 安全风险应对措施

强化安全管理体系建设：遵守安全标准法规，完善安全制度，明确责任，加大安全投入。

加强安全培训与教育：定期组织安全培训，包括理论和实践操作，开展应急演练。

建立安全风险预警与应急机制：利用技术手段建立预警系统，制定应急预案，明确职责流程。

6. 市场需求变化应对措施

市场监测与分析：设立团队，运用多种手段监测分析市场，为决策提供信息支持。

灵活调整业务策略：根据市场需求调整航线、航班和产品服务，优化航线结构，开发旅游产品，加强合作。

创新服务产品与营销模式：推出个性化、差异化服务产品，拓展营销渠道，开展精准营销。

7. 技术创新风险应对措施

加大技术研发投入与合作：设立专项资金，与科研机构等合作，关注前沿技术，引进应用提升竞争力。

建立技术评估与风险管理机制：建立评估体系，对新技术全面评估，加强创新项目风险管理。

十一、总结与展望

长城航空历经多年发展，已成为综合性航空企业，在民航多领域取得进展。凭借历史底蕴、专业团队、战略规划和资源优势，在市场竞争中稳健前行。

（一）发展历程回顾

公司战略布局从区域走向全国乃至国际，资源整合能力不断增强，服务质量持续提升，树立了良好品牌形象。

（二）核心竞争力分析

多元化业务协同发展：形成完整产业链，分散风险，增强抗风险能力。

专业团队与先进管理：管理团队和专业人才确保高效运营和科学决策。

战略资源优势显著：航线、土地、合作伙伴和政策资源为发展奠定基础。

创新驱动与品牌建设：推进技术和服务创新，注重品牌塑造，赢得客户和市场。

（三）未来发展展望

客运业务持续拓展：优化航线网络，提升服务品质，扩大市场份额，树立全球品牌。

货运业务突破发展：加大投入，提升效率和服务，拓展国际市场和电商业务，打造物流体系。

产业园区连锁布局：复制推广产业园模式，形成产业集群，推动地方经济发展。

酒店与服务品质提升：打造高端酒店品牌，提供个性化服务，拓展市场，提升品牌影响力。

技术创新引领变革：持续投入研发，推进数字化转型，提升效率和质量，培育新增长点。

长城航空将秉承使命愿景，提升竞争力，应对挑战，为客户、股东和社会创造价值，向全球航空业领军者迈进。

附件一、营业执照



统一社会信用代码
91110113MA01J8E7XR

营业执照



电子营业执照文件仅供参考，具体信息请登录公示系统查验或用电子营业执照软件扫码查验。

名称 北京长城航空集团股份有限公司
类型 股份有限公司
法定代表人 高士萱

注册资本 100000万元
成立日期 2019年04月03日
营业期限 2019年04月03日至长期

经营范围 公共航空运输；销售食品；民用航空器维修；经营电信业务；国内、国际航空货运代理；销售工艺美术品（不含文物、象牙及其制品）、机械设备、化妆品、日用品、电子产品；机械设备租赁；航空票务代理；技术开发、技术咨询、技术转让、技术推广、技术服务；计算机系统集成服务。（市场主体依法自主选择经营项目，开展经营活动；销售食品、公共航空运输、民用航空器维修以及依法须经批准的项目，经相关部门批准后依批准的内容开展经营活动；不得从事国家和本市产业政策禁止和限制类项目的经营活动。）

住所 北京市顺义区汇海南路1号院3号楼5层3-607

登记机关 北京市顺义区市场监督管理局

2020年07月31日

说明：

1. 本营业执照于2022年02月02日14时53分30秒由高士萱(法定代表人)留存(打印)
2. 数字签名：ADBEAiBe+vXRXByoP5hNC+xNraudlV6KcGuzhfTogxvX+3ZgHEB9K0iGkQ+6sLZQyIzhcFulnV9qU0eN5bQ7mq4JlIw=

附件二、航线规划

一、北京大兴国际机场运营基地（运营单位：总公司）

1. 短期规划（1-5年）

国内航线

出发地				航线里程	目的地			
机场	代码	等级	管局		机场	代码	等级	管局
北京大兴	PKX	4F	华北局	1950	广州白云	CAN	4F	中南局
北京大兴	PKX	4F	华北局	1950	深圳宝安	SZX	4F	中南局
北京大兴	PKX	4F	华北局	2000	昆明长水	KMG	4F	西南局
北京大兴	PKX	4F	华北局	1100	上海浦东	PVG	4F	华东局
北京大兴	PKX	4F	华北局	1700	成都天府	TFU	4F	西南局
北京大兴	PKX	4F	华北局	1200	杭州萧山	HGH	4F	华东局
北京大兴	PKX	4F	华北局	1100	哈尔滨太平	HRB	4E	东北局
北京大兴	PKX	4F	华北局	1000	长春龙嘉	CGQ	4E	东北局
北京大兴	PKX	4F	华北局	950	南京禄口	NKG	4F	华东局
北京大兴	PKX	4F	华北局	1600	福州长乐	FOC	4E	华东局
北京大兴	PKX	4F	华北局	1400	南昌昌北	KHN	4E	华东局
北京大兴	PKX	4F	华北局	1800	厦门高崎	XMN	4E	华东局
北京大兴	PKX	4F	华北局	1950	南宁吴圩	NNG	4E	中南局
北京大兴	PKX	4F	华北局	2400	海口美兰	HAK	4E	中南局
北京大兴	PKX	4F	华北局	650	青岛胶东	TAO	4F	华东局

⊙ 国际航线

出发地				航线里程	目的地			
机场	代码	等级	国家		机场	代码	等级	国家

北京大兴	PKX	4F	中国	2000	香港赤腊角	HKG	5F	中国香港
北京大兴	PKX	4F	中国	2300	澳门	MFM	4F	中国澳门
北京大兴	PKX	4F	中国	1300	东京羽田	HND	4F	日本
北京大兴	PKX	4F	中国	1100	首尔仁川	ICN	4F	韩国
北京大兴	PKX	4F	中国	5000	莫斯科谢列梅捷沃	SVO	4F	俄罗斯

2. 中期规划（5-10年）

国内航线

出发地				航线里程	目的地			
机场	代码	等级	管局		机场	代码	等级	管局
北京大兴	PKX	4F	华北局	1000	西安咸阳	XIY	4F	西北局
北京大兴	PKX	4F	华北局	1350	兰州中川	ZGC	4E	西北局
北京大兴	PKX	4F	华北局	1050	银川河东	INC	4E	西北局
北京大兴	PKX	4F	华北局	2600	乌鲁木齐地窝堡	URC	4E	西北局
北京大兴	PKX	4F	华北局	1100	宁波栎社	NGB	4E	华东局
北京大兴	PKX	4F	华北局	1050	武汉天河	WUH	4F	中南局
北京大兴	PKX	4F	华北局	1900	桂林两江	KWL	4F	中南局
北京大兴	PKX	4F	华北局	1900	珠海金湾	ZUH	4E	中南局
北京大兴	PKX	4F	华北局	2500	三亚凤凰	SYX	4E	中南局
北京大兴	PKX	4F	华北局	1650	成都双流	CTU	4F	西南局
北京大兴	PKX	4F	华北局	1450	重庆江北	CKG	4F	西南局
北京大兴	PKX	4F	华北局	1850	贵阳龙洞堡	KWE	4E	西南局
北京大兴	PKX	4F	华北局	950	南通兴东	NTG	4E	华东局
北京大兴	PKX	4F	华北局	900	常州奔牛	CZX	4E	华东局
北京大兴	PKX	4F	华北局	1500	张家界荷花	DYG	4D	中南局

国际航线

出发地				航线里程	目的地			
机场	代码	等级	国家		机场	代码	等级	国家

北京大兴	PKX	4F	中国	4000	新加坡樟宜	SIN	5F	新加坡
北京大兴	PKX	4F	中国	3300	曼谷素万那普	BKK	4F	泰国
北京大兴	PKX	4F	中国	8000	伦敦希思罗	LHR	4F	英国
北京大兴	PKX	4F	中国	8000	巴黎戴高乐	CDG	4F	法国
北京大兴	PKX	4F	中国	7000	法兰克福	FRA	4F	德国

3. 长期规划（10年以上）

国内航线

出发地				航线里程	目的地			
机场	代码	等级	管局		机场	代码	等级	管局
北京大兴	PKX	4F	华北局	450	呼和浩特白塔	HET	4E	华北局
北京大兴	PKX	4F	华北局	480	太原武宿	TYN	4E	华北局
北京大兴	PKX	4F	华北局	650	郑州新郑	CGO	4F	中南局
北京大兴	PKX	4F	华北局	1800	西宁曹家堡	XNN	4E	西北局
北京大兴	PKX	4F	华北局	1900	揭阳潮汕	SWA	4E	中南局
北京大兴	PKX	4F	华北局	2100	丽江三义	LJG	4D	西南局
北京大兴	PKX	4F	华北局	2300	西双版纳嘎洒	JHG	4D	西南局
北京大兴	PKX	4F	华北局	2800	拉萨贡嘎	LXA	4E	西南局
北京大兴	PKX	4F	华北局	850	连云港花果山	LYG	4D	华东局
北京大兴	PKX	4F	华北局	1250	金华义乌	YIW	4D	华东局
北京大兴	PKX	4F	华北局	750	洛阳北郊	LYA	4D	中南局
北京大兴	PKX	4F	华北局	1900	柳州白莲	LZH	4D	中南局
北京大兴	PKX	4F	华北局	850	淮安涟水	HIA	4D	华东局
北京大兴	PKX	4F	华北局	950	盐城南洋	YNZ	4C	华东局
北京大兴	PKX	4F	华北局	1500	赣州黄金	KOW	4C	华东局

国际航线

出发地				航线里程	目的地			
机场	代码	等级	国家		机场	代码	等级	国家

北京大兴	PKX	4F	中国	10000	纽约约翰·肯尼迪	JFK	4F	美国
北京大兴	PKX	4F	中国	10000	洛杉矶	LAX	4F	美国
北京大兴	PKX	4F	中国	9000	旧金山	SFO	4F	美国
北京大兴	PKX	4F	中国	10000	多伦多皮尔逊	YYZ	4F	加拿大
北京大兴	PKX	4F	中国	12000	约翰内斯堡奥利弗·雷金纳德·坦博	JNB	4F	南非

二、成都天府国际机场运营基地（运营单位：四川分公司）

1. 短期规划（1-5年）

国内航线

出发地				航线里程	目的地			
机场	代码	等级	管局		机场	代码	等级	管局
成都天府	TFU	4F	西南局	1800	天津滨海	TSN	4E	华北局
成都天府	TFU	4F	西南局	2000	上海浦东	PVG	4F	华东局
成都天府	TFU	4F	西南局	2400	沈阳桃仙	SHE	4E	东北局
成都天府	TFU	4F	西南局	1800	杭州萧山	HGH	4F	华东局
成都天府	TFU	4F	西南局	1200	武汉天河	WUH	4F	中南局
成都天府	TFU	4F	西南局	2200	厦门高崎	XMN	4E	华东局
成都天府	TFU	4F	西南局	1900	广州白云	CAN	4F	中南局
成都天府	TFU	4F	西南局	2000	深圳宝安	SZX	4F	中南局
成都天府	TFU	4F	西南局	1200	长沙黄花	CSX	4F	中南局
成都天府	TFU	4F	西南局	2600	大连周水子	DLC	4E	东北局

国际航线

出发地				航线里程	目的地			
机场	代码	等级	国家		机场	代码	等级	国家
成都天府	TFU	4F	中国	1100	香港赤腊角	HKG	5F	中国香港
成都天府	TFU	4F	中国	1300	澳门	MFM	4F	中国澳门

成都天府	TFU	4F	中国	1500	东京羽田	HND	4F	日本
成都天府	TFU	4F	中国	1200	首尔仁川	ICN	4F	韩国
成都天府	TFU	4F	中国	3000	新加坡樟宜	SIN	5F	新加坡

2. 中期规划（5-10年）

国内航线

出发地				航线里程	目的地			
机场	代码	等级	管局		机场	代码	等级	管局
成都天府	TFU	4F	西南局	2700	长春龙嘉	CGQ	4E	东北局
成都天府	TFU	4F	西南局	2900	哈尔滨太平	HRB	4E	东北局
成都天府	TFU	4F	西南局	1700	石家庄正定	SJW	4E	华北局
成都天府	TFU	4F	西南局	1900	呼和浩特白塔	HET	4E	华北局
成都天府	TFU	4F	西南局	1700	合肥新桥	HFE	4E	华东局
成都天府	TFU	4F	西南局	2000	福州长乐	FOC	4E	华东局
成都天府	TFU	4F	西南局	1500	南昌昌北	KHN	4E	华东局
成都天府	TFU	4F	西南局	1200	郑州新郑	CGO	4F	中南局
成都天府	TFU	4F	西南局	1100	武汉天河	WUH	4F	中南局
成都天府	TFU	4F	西南局	850	昆明长水	KMG	4F	西南局
成都天府	TFU	4F	西南局	650	西安咸阳	XIY	4F	西北局
成都天府	TFU	4F	西南局	1500	南宁吴圩	NNG	4E	中南局
成都天府	TFU	4F	西南局	950	兰州中川	ZGC	4E	西北局
成都天府	TFU	4F	西南局	650	贵阳龙洞堡	KWE	4E	西南局
成都天府	TFU	4F	西南局	1100	银川河东	INC	4E	西北局

国际航线

出发地				航线里程	目的地			
机场	代码	等级	国家		机场	代码	等级	国家
成都天府	TFU	4F	中国	2000	曼谷素万那普	BKK	4F	泰国
成都天府	TFU	4F	中国	4000	伦敦希思罗	LHR	4F	英国

成都天府	TFU	4F	中国	4000	巴黎戴高乐	CDG	4F	法国
成都天府	TFU	4F	中国	3800	法兰克福	FRA	4F	德国
成都天府	TFU	4F	中国	4500	悉尼金斯福德·史密斯	SYD	4F	澳大利亚

2. 长期规划（10 年以上）

国内航线

出发地				航线里程	目的地			
机场	代码	等级	管局		机场	代码	等级	管局
成都天府	TFU	4F	西南局	1000	西宁曹家堡	XNN	4E	西北局
成都天府	TFU	4F	西南局	1800	青岛胶东	TAO	4F	华东局
成都天府	TFU	4F	西南局	1600	桂林两江	KWL	4F	中南局
成都天府	TFU	4F	西南局	1700	三亚凤凰	SYX	4E	中南局
成都天府	TFU	4F	西南局	1800	宁波栎社	NGB	4E	华东局
成都天府	TFU	4F	西南局	1900	珠海金湾	ZUH	4E	中南局
成都天府	TFU	4F	西南局	1900	湛江吴川	ZHA	4E	中南局
成都天府	TFU	4F	西南局	1800	常州奔牛	CZX	4E	华东局
成都天府	TFU	4F	西南局	1900	南通兴东	NTG	4E	华东局
成都天府	TFU	4F	西南局	1900	扬州泰州	YTY	4E	华东局
成都天府	TFU	4F	西南局	1800	温州龙湾	WNZ	4E	华东局
成都天府	TFU	4F	西南局	1900	连云港花果山	LYG	4D	华东局
成都天府	TFU	4F	西南局	1900	泉州晋江	JJN	4D	华东局
成都天府	TFU	4F	西南局	1400	赣州黄金	KOW	4C	华东局
成都天府	TFU	4F	西南局	1300	张家界荷花	DYG	4D	中南局

国际航线

出发地				航线里程	目的地			
机场	代码	等级	国家		机场	代码	等级	国家
机场	代码	等级	国家		机场	代码	等级	国家
成都天府	TFU	4F	中国	6000	纽约约翰·肯尼迪	JFK	4F	美国

成都天府	TFU	4F	中国	6000	洛杉矶	LAX	4F	美国
成都天府	TFU	4F	中国	6000	多伦多皮尔逊	YYZ	4F	加拿大
成都天府	TFU	4F	中国	7000	约翰内斯堡奥利弗·雷金纳德·坦博	JNB	4F	南非

三、南京禄口国际机场运营基地（执飞单位：江苏分公司）

1. 短期规划（1-5年）

⊙ 国内航线

出发地				航线里程	目的地			
机场	代码	等级	管局		机场	代码	等级	管局
南京禄口	NKG	4F	华东局	1400	广州白云	CAN	4F	中南局
南京禄口	NKG	4F	华东局	1400	深圳宝安	SZX	4F	中南局
南京禄口	NKG	4F	华东局	1500	重庆江北	CKG	4F	西南局
南京禄口	NKG	4F	华东局	750	武汉天河	WUH	4F	中南局
南京禄口	NKG	4F	华东局	900	长沙黄花	CSX	4F	中南局
南京禄口	NKG	4F	华东局	1900	海口美兰	HAK	4E	中南局
南京禄口	NKG	4F	华东局	850	天津滨海	TSN	4E	华北局
南京禄口	NKG	4F	华东局	1200	太原武宿	TYN	4E	华北局
南京禄口	NKG	4F	华东局	1400	沈阳桃仙	SHE	4E	东北局
南京禄口	NKG	4F	华东局	650	福州长乐	FOC	4E	华东局

国际航线

出发地				航线里程	目的地			
机场	代码	等级	国家		机场	代码	等级	国家
南京禄口	NKG	4F	中国	1000	香港赤腊角	HKG	5F	中国香港
南京禄口	NKG	4F	中国	1200	澳门	MFM	4F	中国澳门
南京禄口	NKG	4F	中国	1300	东京羽田	HND	4F	日本
南京禄口	NKG	4F	中国	1100	首尔仁川	ICN	4F	韩国

南京禄口	NKG	4F	中国	4000	新加坡樟宜	SIN	5F	新加坡
------	-----	----	----	------	-------	-----	----	-----

2. 中期规划（5-10年）

国内航线

出发地				航线里程	目的地			
机场	代码	等级	管局		机场	代码	等级	管局
南京禄口	NKG	4F	华东局	1800	长春龙嘉	CGQ	4E	东北局
南京禄口	NKG	4F	华东局	2100	哈尔滨太平	HRB	4E	东北局
南京禄口	NKG	4F	华东局	900	石家庄正定	SJW	4E	华北局
南京禄口	NKG	4F	华东局	1600	呼和浩特白塔	HET	4E	华北局
南京禄口	NKG	4F	华东局	750	南昌昌北	KHN	4E	华东局
南京禄口	NKG	4F	华东局	850	济南遥墙	TNA	4E	华东局
南京禄口	NKG	4F	华东局	950	郑州新郑	CGO	4F	中南局
南京禄口	NKG	4F	华东局	2100	昆明长水	KMG	4F	西南局
南京禄口	NKG	4F	华东局	1300	西安咸阳	XIY	4F	西北局
南京禄口	NKG	4F	华东局	1400	南宁吴圩	NNG	4E	中南局
南京禄口	NKG	4F	华东局	1900	兰州中川	ZGC	4E	西北局
南京禄口	NKG	4F	华东局	1900	贵阳龙洞堡	KWE	4E	西南局
南京禄口	NKG	4F	华东局	1900	银川河东	INC	4E	西北局
南京禄口	NKG	4F	华东局	3500	乌鲁木齐地窝堡	URC	4E	西北局
南京禄口	NKG	4F	华东局	1600	大连周水子	DLC	4E	东北局

国际航线

出发地				航线里程	目的地			
机场	代码	等级	国家		机场	代码	等级	国家
南京禄口	NKG	4F	中国	3000	曼谷廊曼	DMK	4F	泰国
南京禄口	NKG	4F	中国	8000	伦敦希思罗	LHR	4F	英国
南京禄口	NKG	4F	中国	8000	巴黎戴高乐	CDG	4F	法国
南京禄口	NKG	4F	中国	7000	法兰克福	FRA	4F	德国

南京禄口	NKG	4F	中国	5000	悉尼金斯福德·史密斯	SYD	4F	澳大利亚
------	-----	----	----	------	------------	-----	----	------

3. 长期规划（10年以上）

国内航线

出发地				航线里程	目的地			
机场	代码	等级	管局		机场	代码	等级	管局
南京禄口	NKG	4F	华东局	750	青岛胶东	TAO	4F	华东局
南京禄口	NKG	4F	华东局	1300	桂林两江	KWL	4F	中南局
南京禄口	NKG	4F	华东局	2000	三亚凤凰	SYX	4E	中南局
南京禄口	NKG	4F	华东局	1400	珠海金湾	ZUH	4E	中南局
南京禄口	NKG	4F	华东局	1400	湛江吴川	ZHA	4E	中南局
南京禄口	NKG	4F	华东局	650	徐州观音	XUZ	4E	华东局
南京禄口	NKG	4F	华东局	1200	威海大水泊	WEH	4D	华东局
南京禄口	NKG	4F	华东局	650	温州龙湾	WNZ	4E	华东局
南京禄口	NKG	4F	华东局	650	泉州晋江	JJN	4D	华东局
南京禄口	NKG	4F	华东局	950	洛阳北郊	LYA	4D	中南局
南京禄口	NKG	4F	华东局	1300	揭阳潮汕	SWA	4E	中南局
南京禄口	NKG	4F	华东局	2200	丽江三义	LJG	4D	西南局
南京禄口	NKG	4F	华东局	1900	西双版纳嘎洒	JHG	4D	西南局
南京禄口	NKG	4F	华东局	2900	拉萨贡嘎	LXA	4E	西南局
南京禄口	NKG	4F	华东局	1000	西宁曹家堡	XNN	4E	西北局

国际航线

出发地				航线里程	目的地			
机场	代码	等级	国家		机场	代码	等级	国家
南京禄口	NKG	4F	中国	10000	纽约约翰·肯尼迪	JFK	4F	美国
南京禄口	NKG	4F	中国	10000	洛杉矶国际机场	LAX	4F	美国
南京禄口	NKG	4F	中国	9000	旧金山国际机场	SFO	4F	美国
南京禄口	NKG	4F	中国	10000	多伦多皮尔逊	YYZ	4F	加拿大

南京禄口	NKG	4F	中国	12000	约翰内斯堡奥利弗·雷金纳德·坦博	JNB	4F	南非
------	-----	----	----	-------	------------------	-----	----	----

四、武汉天河国际机场运营基地（执飞单位：湖北分公司）

1. 短期规划（1-5年）

国内航线

出发地				航线里程	目的地			
机场	代码	等级	管局		机场	代码	等级	管局
武汉天河	WUH	4F	中南局	950	广州白云	CAN	4F	中南局
武汉天河	WUH	4F	中南局	1050	深圳宝安	SZX	4F	中南局
武汉天河	WUH	4F	中南局	950	重庆江北	CKG	4F	西南局
武汉天河	WUH	4F	中南局	1300	海口美兰	HAK	4E	中南局
武汉天河	WUH	4F	中南局	850	福州长乐	FOC	4E	华东局
武汉天河	WUH	4F	中南局	950	天津滨海	TSN	4E	华北局
武汉天河	WUH	4F	中南局	1150	太原武宿	TYN	4E	华北局
武汉天河	WUH	4F	中南局	1700	沈阳桃仙	SHE	4E	东北局
武汉天河	WUH	4F	中南局	2000	长春龙嘉	CGQ	4E	东北局
武汉天河	WUH	4F	中南局	2300	哈尔滨太平	HRB	4E	东北局

国际航线

出发地				航线里程	目的地			
机场	代码	等级	国家		机场	代码	等级	国家
武汉天河	WUH	4F	中国	1000	香港赤腊角	HKG	5F	中国香港
武汉天河	WUH	4F	中国	1200	澳门	MFM	4F	中国澳门
武汉天河	WUH	4F	中国	1400	东京成田	NRT	4F	日本
武汉天河	WUH	4F	中国	1100	首尔金浦	GMP	4F	韩国
武汉天河	WUH	4F	中国	4200	新加坡樟宜	SIN	5F	新加坡

2. 中期规划（5-10年）

国内航线

出发地				航线里程	目的地			
机场	代码	等级	管局		机场	代码	等级	管局
武汉天河	WUH	4F	中南局	1900	呼和浩特白塔	HET	4E	华北局
武汉天河	WUH	4F	中南局	550	南昌昌北	KHN	4E	华东局
武汉天河	WUH	4F	中南局	650	济南遥墙	TNA	4E	华东局
武汉天河	WUH	4F	中南局	1300	昆明长水	KMG	4F	西南局
武汉天河	WUH	4F	中南局	750	西安咸阳	XIY	4F	西北局
武汉天河	WUH	4F	中南局	1200	南宁吴圩	NNG	4E	中南局
武汉天河	WUH	4F	中南局	1300	兰州中川	ZGC	4E	西北局
武汉天河	WUH	4F	中南局	1000	贵阳龙洞堡	KWE	4E	西南局
武汉天河	WUH	4F	中南局	1400	银川河东	INC	4E	西北局
武汉天河	WUH	4F	中南局	2900	乌鲁木齐地窝堡	URC	4E	西北局
武汉天河	WUH	4F	中南局	750	上海浦东	PVG	4F	华东局
武汉天河	WUH	4F	中南局	750	宁波栎社	NGB	4E	华东局
武汉天河	WUH	4F	中南局	750	温州龙湾	WNZ	4E	华东局
武汉天河	WUH	4F	中南局	1900	大连周水子	DLC	4E	东北局
武汉天河	WUH	4F	中南局	850	厦门高崎	XMN	4E	华东局

国际航线

出发地				航线里程	目的地			
机场	代码	等级	国家		机场	代码	等级	国家
武汉天河	WUH	4F	中国	3200	普吉岛	HKT	4F	泰国
武汉天河	WUH	4F	中国	8200	曼彻斯特	MAN	4F	英国
武汉天河	WUH	4F	中国	8200	尼斯	NCE	4F	法国
武汉天河	WUH	4F	中国	7200	杜塞尔多夫	DUS	4F	德国
武汉天河	WUH	4F	中国	5200	布里斯班	BNE	4F	澳大利亚

3. 长期规划（10年以上）

国内航线

出发地				航线里程	目的地			
机场	代码	等级	管局		机场	代码	等级	管局
武汉天河	WUH	4F	中南局	950	青岛胶东	TAO	4F	华东局
武汉天河	WUH	4F	中南局	1100	桂林两江	KWL	4F	中南局
武汉天河	WUH	4F	中南局	1400	三亚凤凰	SYX	4E	中南局
武汉天河	WUH	4F	中南局	650	徐州观音	XUZ	4E	华东局
武汉天河	WUH	4F	中南局	1000	珠海金湾	ZUH	4E	中南局
武汉天河	WUH	4F	中南局	1100	湛江吴川	ZHA	4E	中南局
武汉天河	WUH	4F	中南局	750	连云港花果山	LYG	4D	华东局
武汉天河	WUH	4F	中南局	950	泉州晋江	JJN	4D	华东局
武汉天河	WUH	4F	中南局	1100	揭阳潮汕	SWA	4E	中南局
武汉天河	WUH	4F	中南局	1100	柳州白莲	LZH	4D	中南局
武汉天河	WUH	4F	中南局	1500	丽江三义	LJG	4D	西南局
武汉天河	WUH	4F	中南局	1200	西双版纳嘎洒	JHG	4D	西南局
武汉天河	WUH	4F	中南局	2200	拉萨贡嘎	LXA	4E	西南局
武汉天河	WUH	4F	中南局	1000	西宁曹家堡	XNN	4E	西北局
武汉天河	WUH	4F	中南局	850	赣州黄金	KOW	4C	华东局

国际航线

出发地				航线里程	目的地			
机场	代码	等级	国家		机场	代码	等级	国家
武汉天河	WUH	4F	中国	10200	芝加哥奥黑尔	ORD	4F	美国
武汉天河	WUH	4F	中国	10200	西雅图塔科马	SEA	4F	美国
武汉天河	WUH	4F	中国	10200	蒙特利尔皮埃尔·埃利奥特·特鲁多	YUL	4F	加拿大
武汉天河	WUH	4F	中国	12200	开普敦	CPT	4F	南非
武汉天河	WUH	4F	中国	9800	巴塞罗那	BCN	4F	西班牙

五、深圳宝安国际机场运营基地（执飞单位：广东分公司）

1. 短期规划（1-5年）

国内航线

出发地				航线里程	目的地			
机场	代码	等级	管局		机场	代码	等级	管局
深圳宝安	SZX	4F	中南局	1400	上海浦东	PVG	4F	华东局
深圳宝安	SZX	4F	中南局	1200	杭州萧山	HGH	4F	华东局
深圳宝安	SZX	4F	中南局	1200	重庆江北	CKG	4F	西南局
深圳宝安	SZX	4F	中南局	650	海口美兰	HAK	4E	中南局
深圳宝安	SZX	4F	中南局	650	福州长乐	FOC	4E	华东局
深圳宝安	SZX	4F	中南局	1900	天津滨海	TSN	4E	华北局
深圳宝安	SZX	4F	中南局	2000	太原武宿	TYN	4E	华北局
深圳宝安	SZX	4F	中南局	2600	沈阳桃仙	SHE	4E	东北局
深圳宝安	SZX	4F	中南局	2900	长春龙嘉	CGQ	4E	东北局
深圳宝安	SZX	4F	中南局	3100	哈尔滨太平	HRB	4E	东北局

国际航线

出发地				航线里程	目的地			
机场	代码	等级	国家		机场	代码	等级	国家
深圳宝安	SZX	4F	中国	2500	大阪伊丹	ITM	4F	日本
深圳宝安	SZX	4F	中国	2000	光州	KWJ	4F	韩国
深圳宝安	SZX	4F	中国	4500	科伦坡班达拉奈克	CMB	4F	斯里兰卡
深圳宝安	SZX	4F	中国	5000	毛里求斯塞沃斯古尔·拉姆古兰爵士	MRU	4F	毛里求斯
深圳宝安	SZX	4F	中国	4000	马尔代夫易卜拉欣·纳西尔	MLE	4F	马尔代夫

2. 中期规划（5-10年）

国内航线

出发地				航线里程	目的地			
机场	代码	等级	管局		机场	代码	等级	管局
深圳宝安	SZX	4F	中南局	1900	石家庄正定	SJW	4E	华北局
深圳宝安	SZX	4F	中南局	2500	呼和浩特白塔	HET	4E	华北局
深圳宝安	SZX	4F	中南局	750	南昌昌北	KHN	4E	华东局
深圳宝安	SZX	4F	中南局	1700	济南遥墙	TNA	4E	华东局
深圳宝安	SZX	4F	中南局	1200	昆明长水	KMG	4F	西南局
深圳宝安	SZX	4F	中南局	1700	西安咸阳	XIY	4F	西北局
深圳宝安	SZX	4F	中南局	750	南宁吴圩	NNG	4E	中南局
深圳宝安	SZX	4F	中南局	1900	兰州中川	ZGC	4E	西北局
深圳宝安	SZX	4F	中南局	950	贵阳龙洞堡	KWE	4E	西南局
深圳宝安	SZX	4F	中南局	1900	银川河东	INC	4E	西北局
深圳宝安	SZX	4F	中南局	3800	乌鲁木齐地窝堡	URC	4E	西北局
深圳宝安	SZX	4F	中南局	1200	郑州新郑	CGO	4F	中南局
深圳宝安	SZX	4F	中南局	1100	宁波栎社	NGB	4E	华东局
深圳宝安	SZX	4F	中南局	950	温州龙湾	WNZ	4E	华东局
深圳宝安	SZX	4F	中南局	2800	大连周水子	DLC	4E	东北局

国际航线

出发地				航线里程	目的地			
机场	代码	等级	国家		机场	代码	等级	国家
深圳宝安	SZX	4F	中国	3500	清迈	CNX	4F	泰国
深圳宝安	SZX	4F	中国	6000	悉尼金斯福德·史密斯	SYD	4F	澳大利亚
深圳宝安	SZX	4F	中国	8500	爱丁堡	EDI	4F	英国
深圳宝安	SZX	4F	中国	8000	马赛	MRS	4F	法国
深圳宝安	SZX	4F	中国	7500	汉堡	HAM	4F	德国

3. 长期规划（10年以上）

国内航线

出发地				航线里程	目的地			
机场	代码	等级	管局		机场	代码	等级	管局
深圳宝安	SZX	4F	中南局	1800	青岛胶东	TAO	4F	华东局
深圳宝安	SZX	4F	中南局	1900	烟台蓬莱	YNT	4E	华东局
深圳宝安	SZX	4F	中南局	850	桂林两江	KWL	4F	中南局
深圳宝安	SZX	4F	中南局	1500	徐州观音	XUZ	4E	华东局
深圳宝安	SZX	4F	中南局	2000	威海大水泊	WEH	4D	华东局
深圳宝安	SZX	4F	中南局	750	厦门高崎	XMN	4E	华东局
深圳宝安	SZX	4F	中南局	650	长沙黄花	CSX	4F	中南局
深圳宝安	SZX	4F	中南局	1600	连云港花果山	LYG	4D	华东局
深圳宝安	SZX	4F	中南局	1400	丽江三义	LJG	4D	西南局
深圳宝安	SZX	4F	中南局	1400	西双版纳嘎洒	JHG	4D	西南局
深圳宝安	SZX	4F	中南局	2100	拉萨贡嘎	LXA	4E	西南局
深圳宝安	SZX	4F	中南局	1000	西宁曹家堡	XNN	4E	西北局
深圳宝安	SZX	4F	中南局	850	张家界荷花	DYG	4D	中南局
深圳宝安	SZX	4F	中南局	850	柳州白莲	LZH	4D	中南局
深圳宝安	SZX	4F	中南局	750	赣州黄金	KOW	4C	华东局

国际航线

出发地				航线里程	目的地			
机场	代码	等级	国家		机场	代码	等级	国家
深圳宝安	SZX	4F	中国	10500	纽约纽瓦克	EWR	4F	美国
深圳宝安	SZX	4F	中国	10500	洛杉矶国际机场	LAX	4F	美国
深圳宝安	SZX	4F	中国	9500	旧金山国际机场	SFO	4F	美国
深圳宝安	SZX	4F	中国	10500	多伦多皮尔逊	YYZ	4F	加拿大
深圳宝安	SZX	4F	中国	12500	约翰内斯堡奥利弗·雷金纳德·坦博	JNB	4F	南非

六、西安咸阳国际机场运营基地（执飞单位：陕西分公司）

1. 短期规划（1-5年）

国内航线

出发地				航线里程	目的地			
机场	代码	等级	管局		机场	代码	等级	管局
机场	代码	等级	管局		机场	代码	等级	管局
西安咸阳	XIY	4F	西北局	1400	上海浦东	PVG	4F	华东局
西安咸阳	XIY	4F	西北局	1200	杭州萧山	HGH	4F	华东局
西安咸阳	XIY	4F	西北局	2100	海口美兰	HAK	4E	中南局
西安咸阳	XIY	4F	西北局	1600	福州长乐	FOC	4E	华东局
西安咸阳	XIY	4F	西北局	1800	沈阳桃仙	SHE	4E	东北局
西安咸阳	XIY	4F	西北局	1900	长春龙嘉	CGQ	4E	东北局
西安咸阳	XIY	4F	西北局	2300	哈尔滨太平	HRB	4E	东北局
西安咸阳	XIY	4F	西北局	800	重庆江北	CKG	4F	西南局
西安咸阳	XIY	4F	西北局	1000	天津滨海	TSN	4E	华北局

国际航线

出发地				航线里程	目的地			
机场	代码	等级	国家		机场	代码	等级	国家
西安咸阳	XIY	4F	中国	1200	香港赤腊角	HKG	5F	中国香港
西安咸阳	XIY	4F	中国	1400	澳门	MFM	4F	中国澳门
西安咸阳	XIY	4F	中国	1800	名古屋中部	NGO	4F	日本
西安咸阳	XIY	4F	中国	1600	大邱	TAE	4F	韩国
西安咸阳	XIY	4F	中国	5000	迪拜国际机场	DXB	4F	阿联酋

2. 中期规划（5-10年）

国内航线

出发地				航线里程	目的地			
机场	代码	等级	管局		机场	代码	等级	管局
机场	代码	等级	管局		机场	代码	等级	管局

西安咸阳	XIY	4F	西北局	1100	呼和浩特白塔	HET	4E	华北局
西安咸阳	XIY	4F	西北局	1300	南昌昌北	KHN	4E	华东局
西安咸阳	XIY	4F	西北局	1000	济南遥墙	TNA	4E	华东局
西安咸阳	XIY	4F	西北局	1500	昆明长水	KMG	4F	西南局
西安咸阳	XIY	4F	西北局	1100	合肥新桥	HFE	4E	华东局
西安咸阳	XIY	4F	西北局	1900	南宁吴圩	NNG	4E	中南局
西安咸阳	XIY	4F	西北局	700	兰州中川	ZGC	4E	西北局
西安咸阳	XIY	4F	西北局	1100	贵阳龙洞堡	KWE	4E	西南局
西安咸阳	XIY	4F	西北局	800	银川河东	INC	4E	西北局
西安咸阳	XIY	4F	西北局	2500	乌鲁木齐地窝堡	URC	4E	西北局
西安咸阳	XIY	4F	西北局	600	郑州新郑	CGO	4F	中南局
西安咸阳	XIY	4F	西北局	2200	三亚凤凰	SYX	4E	中南局
西安咸阳	XIY	4F	西北局	2000	大连周水子	DLC	4E	东北局
西安咸阳	XIY	4F	西北局	1300	宁波栎社	NGB	4E	华东局
西安咸阳	XIY	4F	西北局	1400	温州龙湾	WNZ	4E	华东局

国际航线

出发地				航线里程	目的地			
机场	代码	等级	国家		机场	代码	等级	国家
西安咸阳	XIY	4F	中国	3000	巴厘岛登巴萨	DPS	4F	印度尼西亚
西安咸阳	XIY	4F	中国	6500	悉尼金斯福德·史密斯机场	SYD	4F	澳大利亚
西安咸阳	XIY	4F	中国	8500	伦敦希思罗机场	LHR	4F	英国
西安咸阳	XIY	4F	中国	8000	巴黎奥利机场	ORY	4F	法国
西安咸阳	XIY	4F	中国	7500	慕尼黑机场	MUC	4F	德国

3. 长期规划（10年以上）

国内航线

出发地				航线里程	目的地			
机场	代码	等级	管局		机场	代码	等级	管局

西安咸阳	XIY	4F	西北局	1200	青岛胶东	TAO	4F	华东局
西安咸阳	XIY	4F	西北局	1300	烟台蓬莱	YNT	4E	华东局
西安咸阳	XIY	4F	西北局	1800	桂林两江	KWL	4F	中南局
西安咸阳	XIY	4F	西北局	1400	徐州观音	XUZ	4E	华东局
西安咸阳	XIY	4F	西北局	2000	威海大水泊	WEH	4D	华东局
西安咸阳	XIY	4F	西北局	1600	厦门高崎	XMN	4E	华东局
西安咸阳	XIY	4F	西北局	1000	长沙黄花	CSX	4F	中南局
西安咸阳	XIY	4F	西北局	1400	丽江三义	LJG	4D	西南局
西安咸阳	XIY	4F	西北局	1400	西双版纳嘎洒	JHG	4D	西南局
西安咸阳	XIY	4F	西北局	2100	拉萨贡嘎	LXA	4E	西南局
西安咸阳	XIY	4F	西北局	1000	西宁曹家堡	XNN	4E	西北局
西安咸阳	XIY	4F	西北局	1800	张家界荷花	DYG	4D	中南局
西安咸阳	XIY	4F	西北局	1800	柳州白莲	LZH	4D	中南局
西安咸阳	XIY	4F	西北局	750	赣州黄金	KOW	4C	华东局
西安咸阳	XIY	4F	西北局	1400	连云港花果山	LYG	4D	华东局

国际航线

出发地				航线里程	目的地			
机场	代码	等级	国家		机场	代码	等级	国家
西安咸阳	XIY	4F	中国	10500	纽约肯尼迪国际机场	JFK	4F	美国
西安咸阳	XIY	4F	中国	10500	洛杉矶国际机场	LAX	4F	美国
西安咸阳	XIY	4F	中国	9500	旧金山国际机场	SFO	4F	美国
西安咸阳	XIY	4F	中国	10500	多伦多皮尔逊国际机场	YYZ	4F	加拿大
西安咸阳	XIY	4F	中国	12500	约翰内斯堡奥利弗·雷金纳德·坦博	JNB	4F	南非

七、沈阳桃仙国际机场运营基地（执飞单位：辽宁分公司）

1. 短期规划（1-5年）

国内航线

出发地				航线里程	目的地			
机场	代码	等级	管局		机场	代码	等级	管局
沈阳桃仙	SHE	4E	东北局	1400	上海浦东	PVG	4F	华东局
沈阳桃仙	SHE	4E	东北局	1200	杭州萧山	HGH	4F	华东局
沈阳桃仙	SHE	4E	东北局	2100	海口美兰	HAK	4E	中南局
沈阳桃仙	SHE	4E	东北局	1600	福州长乐	FOC	4E	华东局
沈阳桃仙	SHE	4E	东北局	1800	西安咸阳	XIY	4F	西北局
沈阳桃仙	SHE	4E	东北局	1900	长春龙嘉	CGQ	4E	东北局
沈阳桃仙	SHE	4E	东北局	2300	哈尔滨太平	HRB	4E	东北局
沈阳桃仙	SHE	4E	东北局	800	重庆江北	CKG	4F	西南局
沈阳桃仙	SHE	4E	东北局	1000	天津滨海	TSN	4E	华北局
沈阳桃仙	SHE	4E	东北局	800	太原武宿	TYN	4E	华北局

国际航线

出发地				航线里程	目的地			
机场	代码	等级	国家		机场	代码	等级	国家
沈阳桃仙	SHE	4E	中国	1100	香港赤腊角	HKG	5F	中国香港
沈阳桃仙	SHE	4E	中国	1300	澳门	MFM	4F	中国澳门
沈阳桃仙	SHE	4E	中国	1700	东京羽田	HND	4F	日本
沈阳桃仙	SHE	4E	中国	1500	首尔仁川	ICN	4F	韩国
沈阳桃仙	SHE	4E	中国	4800	新加坡樟宜	SIN	5F	新加坡

2. 中期规划（5-10年）

国内航线

出发地				航线里程	目的地			
机场	代码	等级	管局		机场	代码	等级	管局
沈阳桃仙	SHE	4E	东北局	1100	呼和浩特白塔	HET	4E	华北局

沈阳桃仙	SHE	4E	东北局	1300	南昌昌北	KHN	4E	华东局
沈阳桃仙	SHE	4E	东北局	1000	济南遥墙	TNA	4E	华东局
沈阳桃仙	SHE	4E	东北局	1500	昆明长水	KMG	4F	西南局
沈阳桃仙	SHE	4E	东北局	1100	合肥新桥	HFE	4E	华东局
沈阳桃仙	SHE	4E	东北局	1900	南宁吴圩	NNG	4E	中南局
沈阳桃仙	SHE	4E	东北局	700	兰州中川	ZGC	4E	西北局
沈阳桃仙	SHE	4E	东北局	1100	贵阳龙洞堡	KWE	4E	西南局
沈阳桃仙	SHE	4E	东北局	800	银川河东	INC	4E	西北局
沈阳桃仙	SHE	4E	东北局	2500	乌鲁木齐地窝堡	URC	4E	西北局
沈阳桃仙	SHE	4E	东北局	600	郑州新郑	CGO	4F	中南局
沈阳桃仙	SHE	4E	东北局	2200	三亚凤凰	SYX	4E	中南局
沈阳桃仙	SHE	4E	东北局	2000	大连周水子	DLC	4E	东北局
沈阳桃仙	SHE	4E	东北局	1300	宁波栎社	NGB	4E	华东局
沈阳桃仙	SHE	4E	东北局	1400	温州龙湾	WNZ	4E	华东局

国际航线

出发地				航线里程	目的地			
机场	代码	等级	国家		机场	代码	等级	国家
沈阳桃仙	SHE	4E	中国	3200	普吉岛	HKT	4F	泰国
沈阳桃仙	SHE	4E	中国	8300	曼彻斯特	MAN	4F	英国
沈阳桃仙	SHE	4E	中国	8200	尼斯	NCE	4F	法国
沈阳桃仙	SHE	4E	中国	7300	杜塞尔多夫	DUS	4F	德国
沈阳桃仙	SHE	4E	中国	6200	布里斯班	BNE	4F	澳大利亚

3. 长期规划（10年以上）

国内航线

出发地				航线里程	目的地			
机场	代码	等级	管局		机场	代码	等级	管局
沈阳桃仙	SHE	4E	东北局	1200	青岛胶东	TAO	4F	华东局

沈阳桃仙	SHE	4E	东北局	1300	烟台蓬莱	YNT	4E	华东局
沈阳桃仙	SHE	4E	东北局	1800	桂林两江	KWL	4F	中南局
沈阳桃仙	SHE	4E	东北局	1400	徐州观音	XUZ	4E	华东局
沈阳桃仙	SHE	4E	东北局	2000	威海大水泊	WEH	4D	华东局
沈阳桃仙	SHE	4E	东北局	1600	厦门高崎	XMN	4E	华东局
沈阳桃仙	SHE	4E	东北局	1000	长沙黄花	CSX	4F	中南局
沈阳桃仙	SHE	4E	东北局	1400	丽江三义	LJG	4D	西南局
沈阳桃仙	SHE	4E	东北局	1400	西双版纳嘎洒	JHG	4D	西南局
沈阳桃仙	SHE	4E	东北局	2100	拉萨贡嘎	LXA	4E	西南局
沈阳桃仙	SHE	4E	东北局	1000	西宁曹家堡	XNN	4E	西北局
沈阳桃仙	SHE	4E	东北局	1800	张家界荷花	DYG	4D	中南局
沈阳桃仙	SHE	4E	东北局	1800	柳州白莲	LZH	4D	中南局
沈阳桃仙	SHE	4E	东北局	750	赣州黄金	KOW	4C	华东局
沈阳桃仙	SHE	4E	东北局	1400	连云港花果山	LYG	4D	华东局

国际航线

出发地				航线里程	目的地			
沈阳桃仙	SHE	4E	中国	10300	芝加哥奥黑尔	ORD	4F	美国
沈阳桃仙	SHE	4E	中国	10400	西雅图塔科马	SEA	4F	美国
沈阳桃仙	SHE	4E	中国	10300	蒙特利尔皮埃尔·埃利奥特·特鲁多	YUL	4F	加拿大
沈阳桃仙	SHE	4E	中国	12300	开普敦	CPT	4F	南非
沈阳桃仙	SHE	4E	中国	9600	巴塞罗那	BCN	4F	西班牙
沈阳桃仙	SHE	4E	中国	10300	芝加哥奥黑尔	ORD	4F	美国