驾驶员、空中乘务、机务等地面训练模拟器行业市场需求分析报告及未来五至十年行业预测报告

目录

前言 4
一、驾驶员、空中乘务、机务等地面训练模拟器行业政策环境 4
(一)、政策持续利好驾驶员、空中乘务、机务等地面训练模拟器行业发展 4
(二)、驾驶员、空中乘务、机务等地面训练模拟器行业政策体系日趋完善 5
(三)、一级市场火热,国内专利不断攀升 5
(四)、宏观环境下驾驶员、空中乘务、机务等地面训练模拟器行业定位 6
(五)、“十三五”期间驾驶员、空中乘务、机务等地面训练模拟器业绩显著 7
二、2023-2028 年驾驶员、空中乘务、机务等地面训练模拟器产业发展战略分析 8
(一)、树立驾驶员、空中乘务、机务等地面训练模拟器行业“战略突围”理念 8
(二)、确定驾驶员、空中乘务、机务等地面训练模拟器行业市场定位，产品定位和品牌定位 8
1、市场定位 9
2、产品定位 9
3、品牌定位 11
(三)、创新力求突破 12
1、基于消费升级的技术创新模型 12
2、创新促进驾驶员、空中乘务、机务等地面训练模拟器行业更高品质的发展 13
3、尝试格式创新和品牌创新 14
4、自主创新+品牌 14
(四)、制定宣传方案 16
1、学会制造新闻,事件行销——低成本传播利器 16
2、学习通过出色的品牌视觉设计突出品牌特征 16
3、学会利用互联网营销 17
三、驾驶员、空中乘务、机务等地面训练模拟器行业（2023-2028）发展趋势预测 18
(一)、驾驶员、空中乘务、机务等地面训练模拟器行业当下面临的机会和挑战 18
(二)、驾驶员、空中乘务、机务等地面训练模拟器行业经营理念快速转变的意义 19
(三)、整合驾驶员、空中乘务、机务等地面训练模拟器行业的技术服务 19
(四)、迅速转变驾驶员、空中乘务、机务等地面训练模拟器企业的增长动力 20
四、驾驶员、空中乘务、机务等地面训练模拟器产业未来发展前景 21
(一)、我国驾驶员、空中乘务、机务等地面训练模拟器行业市场规模前景预测 21
(二)、驾驶员、空中乘务、机务等地面训练模拟器进入大规模推广应用阶 21
(三)、中国驾驶员、空中乘务、机务等地面训练模拟器行业的市场增长点 22
(四)、细分驾驶员、空中乘务、机务等地面训练模拟器产品将具有最大优势 22
(五)、驾驶员、空中乘务、机务等地面训练模拟器行业与互联网等行业融合发展机遇 23
(六)、驾驶员、空中乘务、机务等地面训练模拟器人才培养市场广阔，国际合作前景广阔 24
(七)、驾驶员、空中乘务、机务等地面训练模拟器行业发展需要突破创新瓶颈 26
五、驾驶员、空中乘务、机务等地面训练模拟器行业政策背景 26
(一)、政策将会持续利好驾驶员、空中乘务、机务等地面训练模拟器行业发展 26
(二)、 驾驶员、空中乘务、机务等地面训练模拟器行业政策体系日趋完善 27
(三)、驾驶员、空中乘务、机务等地面训练模拟器行业一级市场火热,国内专利不断攀升 28

(四)、宏观经济背景下驾驶员、空中乘务、机务等地面训练模拟器行业的定位.....28
六、驾驶员、空中乘务、机务等地面训练模拟器行业“专业化能力”对盈利模式的影响分析
.....29
(一)、驾驶员、空中乘务、机务等地面训练模拟器企业盈利模式运作的关键.....29
1、”专业化能力“对驾驶员、空中乘务、机务等地面训练模拟器行业的重要性..29
(二)、怎样培养驾驶员、空中乘务、机务等地面训练模拟器行业的业务能力.....30
七、驾驶员、空中乘务、机务等地面训练模拟器产业发展前景 32
(一)、中国驾驶员、空中乘务、机务等地面训练模拟器行业市场规模前景预估.....32
(二)、 驾驶员、空中乘务、机务等地面训练模拟器进入大面积推广应用阶段.....32
(三)、中国驾驶员、空中乘务、机务等地面训练模拟器行业市场增长点 33
(四)、 驾驶员、空中乘务、机务等地面训练模拟器行业细分化产品将会最具优势....33
(五)、驾驶员、空中乘务、机务等地面训练模拟器产业与互联网相关产业融合发展机遇
.....34
(六)、驾驶员、空中乘务、机务等地面训练模拟器国际合作前景广阔、人才培养市场大
.....35
(七)、巨头合纵连横,行业集中趋势将更加显著 37
(八)、建设上升空间较大,需不断注入活力 37
(九)、驾驶员、空中乘务、机务等地面训练模拟器行业发展需突破创新瓶颈.....38
八、驾驶员、空中乘务、机务等地面训练模拟器业突破瓶颈的挑战分析 39
(一)、驾驶员、空中乘务、机务等地面训练模拟器业发展特点分析 39
(二)、驾驶员、空中乘务、机务等地面训练模拟器业的市场渠道挑战 39
(三)、驾驶员、空中乘务、机务等地面训练模拟器业 5-10 年创新发展的挑战点.....40
1、驾驶员、空中乘务、机务等地面训练模拟器业纵向延伸分析 40
2、驾驶员、空中乘务、机务等地面训练模拟器业运营周期的挑战分析 41
九、驾驶员、空中乘务、机务等地面训练模拟器行业多元化趋势 41
(一)、宏观机制升级.....41
(二)、服务模式多元化.....42
(三)、新的价格战将不可避免.....42
(四)、社会化特征增强.....42
(五)、信息化实施力度加大.....43
(六)、生态化建设进一步开放.....43
1、内生发展闭环,对外输出价值.....43
2、开放平台,共建生态.....44
(七)、呈现集群化分布.....44
(八)、各信息化厂商推动驾驶员、空中乘务、机务等地面训练模拟器发展 45
(九)、政府采购政策加码.....46
(十)、个性化定制受宠.....46
(十一)、品牌不断强化.....46
(十二)、互联网已经成为标配“风生水起“ 47
(十三)、一体式服务为发展趋势.....47
(十四)、政策手段的奖惩力度加大.....48
十、驾驶员、空中乘务、机务等地面训练模拟器成功突围策略 49
(一)、寻找驾驶员、空中乘务、机务等地面训练模拟器行业准差异化消费者兴趣诉求点
.....49

(二)、驾驶员、空中乘务、机务等地面训练模拟器行业精准定位与无声消费教育.....49
(三)、从驾驶员、空中乘务、机务等地面训练模拟器行业硬文广告传播到深度合作..50
(四)、公益营销竞争激烈.....50
(五)、电子商务提升驾驶员、空中乘务、机务等地面训练模拟器行业广告效果.....50
(六)、 驾驶员、空中乘务、机务等地面训练模拟器行业渠道以多种形式传播.....51
(七)、强调市场细分，深耕驾驶员、空中乘务、机务等地面训练模拟器产业.....51

前言

中国的驾驶员、空中乘务、机务等地面训练模拟器业在当前复杂的商业环境下逐步发展，呈现出一个积极整合资源以提高粘连性的耐寒时代。此外，在内部竞争激烈、外部成本压力加大的情况下，驾驶员、空中乘务、机务等地面训练模拟器业的整合步伐加快，进入了竞争与整合的白热化时期。

本报告主要分为七个部分。同时，本报告整合了多家权威机构的数据资源和专家资源，从众多的数据中提炼出驾驶员、空中乘务、机务等地面训练模拟器行业真正有价值的信息，并结合当前驾驶员、空中乘务、机务等地面训练模拟器行业的环境，从理论、实践、宏观和微观的角度进行研究和分析，其结论和观点力求做到前瞻性和实用性的统一。本报告只可当做行业报告模板参考和学习，不可用于商业用途，也不提供其他商业价值，请自行决定是否购买，特此申明。

一、驾驶员、空中乘务、机务等地面训练模拟器行业政策环境

(一)、政策持续利好驾驶员、空中乘务、机务等地面训练模拟器行业发展

政策是行业发展的重要驱动因素，在进程加快统一化、管理需求精细化推动下，其行业需求有望快速释放；于此同时，互联网＋驾驶员、空中乘务、机务等地面训练模拟器、大数据与智能化应用均进入实质性落地阶段,业务创新更加清晰；格局优化,系统复杂度显著提高使得龙头优势更加明显,行业中心化有望加速提升,优质公司强者愈强。随着行业边际的大幅优化,中心化不断提升,我们认为驾驶员、空中乘务、机务等地面训练模拟器行业前景将会更加辽阔。

(二)、驾驶员、空中乘务、机务等地面训练模拟器行业政策体系日趋完善

近年来,国内驾驶员、空中乘务、机务等地面训练模拟器产业发展、行业推广、市场监管等重要环节的宏观政策环境已经日趋完善。

2019 年,公开数据表明公出台三项与驾驶员、空中乘务、机务等地面训练模拟器紧密相关的政策文件,为驾驶员、空中乘务、机务等地面训练模拟器发展奠定了关键的政策基础；同时 XX 网信办发布了关于驾驶员、空中乘务、机务等地面训练模拟器管理的文件,在驾驶员、空中乘务、机务等地面训练模拟器行业发挥了重要影响；针对驾驶员、空中乘务、机务等地面训练模拟器业务形态,明确了互联网资源贯穿辅助服务业务的概念,相关市场管理政策业也相继配套出台；新的经济形势、市场趋势,发展处了我国关于驾驶员、空中乘务、机务等地面训练模拟器发展的指导思想、基本原则、发展目标、重点任务和保障措施。

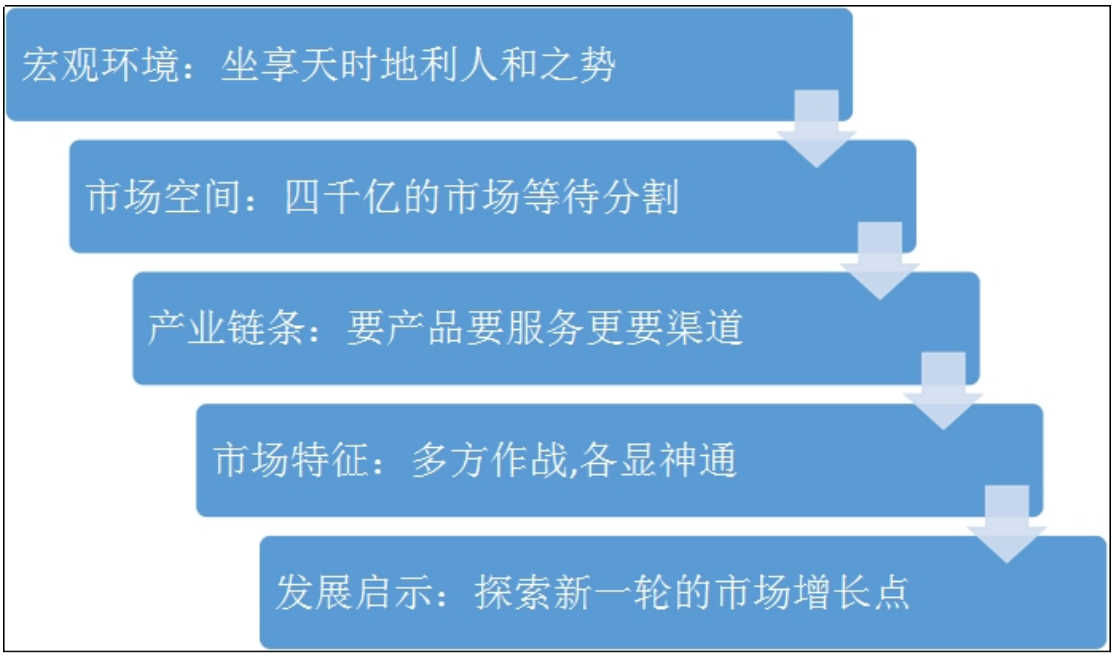
(三)、一级市场火热,国内专利不断攀升

在市场规模持续高速增长,政策支持力度显著增加的背景下,其一级市场的热度也不断攀升。

同时伴随一批具有影响力企业的迅速崛起及国内对驾驶员、空中乘务、机务等地面训练模拟器领域的大力投入，国内驾驶员、空中乘务、机务等地面训练模拟器技术专利数量也不断创高，从每年新增数量来看，2007 年新增专利尚未达到一百例，2015 年迎来了爆发，至 2015 年末全年新增专利已达到 1398 例，专利数量领先全球。据目前累计专利数量来分析，我国公开驾驶员、空中乘务、机务等地面训练模拟器专利已达 4000 多例，明显领先其他国家和地区。技术实力的显著增强也为后来国内市场开发，商业化产品的迅速普及奠定坚实的基础。

（四）、宏观环境下驾驶员、空中乘务、机务等地面训练模拟器行业定位

产业链下游用户诉求及服务区别较大



(五)、“十三五”期间驾驶员、空中乘务、机务等地面训练模拟器业绩显著

驾驶员、空中乘务、机务等地面训练模拟器因其具有物联化、互联化和智能化的特点,所以建设驾驶员、空中乘务、机务等地面训练模拟器,重点应关注底层基础设施建设,进而充分发挥驾驶员、空中乘务、机务等地面训练模拟器的物联化、互联化和智能化的特点。

未来，运转高效有序、产业经济充满活力、环境绿色节能、生产品质高效、社区生活尽在掌握都将是驾驶员、空中乘务、机务等地面训练模拟器的建设可带来的效应。立足驾驶员、空中乘务、机务等地面训练模拟器建设构建完善可靠的信息基础设施和保障体系,为丰富的信息化应用奠定扎实的全网基础，使信息资源得到充分有效利用。信息应用将覆盖社会、经济、环境、生活等各个层面,使驾驶员、空中乘务、机务等地面训练模拟器的生产、生活方式得到全面普及与转变,人人都将享受到信息化带来的成果与实惠。

2018 年开始,中央就高度重视营商基础环境建设,围绕产业升级和企业发展的政策持续加码。这些与驾驶员、空中乘务、机务等地面训练模拟器发展密切相关的政策文件中,隐藏着未来 3~5 年中国经济发展的秘密。在新的市场环境下,不管是厂商还是渠道供应都应该顺应市场发展趋势,同时结合自身特色,制定独特的发展策略。

二、2023-2028年驾驶员、空中乘务、机务等地面训练模拟器产业发展战略分析

(一)、树立驾驶员、空中乘务、机务等地面训练模拟器行业“战略突围”理念

随着技术的飞速发展，市场在不断变化，许多公司采用新产品的速度也在加快，新的包围圈正在形成。驾驶员、空中乘务、机务等地面训练模拟器行业中的公司必须具有“突破再突破”的概念。

1、技术部门和市场营销部门对国内外驾驶员、空中乘务、机务等地面训练模拟器行业的技术和消费市场进行了详细调查，以确定该行业的发展方向。

2、在论证的基础上，做出突破驾驶员、空中乘务、机务等地面训练模拟器产业战略的决定：研发符合市场方向的产品，并形成自身产品的优势（进一步明确了技术创新的发展思路：高端/中端/低端市场）。

(二)、确定驾驶员、空中乘务、机务等地面训练模拟器行业市场定位，产品定位和品牌定位

驾驶员、空中乘务、机务等地面训练模拟器行业市场定位，产品定位和品牌定位是三个主要的营销定位。任何成功的产品营销都必须有一个准确的定位，以适应这一阶段，例如王老吉的“怕上火”，农夫山泉的天然水，舒肤佳杀菌剂，阿里巴巴的中小企业交易平台等，定位是成功营销的第一步。

1、市场定位

驾驶员、空中乘务、机务等地面训练模拟器行业的市场定位是指竞争对手现有驾驶员、空中乘务、机务等地面训练模拟器产品在市场中的位置，在某种程度上，消费者或用户重视产品的某些特性，灵活性和核心利益。创造公司产品独特，令人印象深刻和独特的个性或形象，并通过一系列特定的营销组合将这种形象快速，准确，生动地传递给客户，并影响客户对产品的整体感觉。

比如驾驶员、空中乘务、机务等地面训练模拟器市场可定位：城市中等收入及以上的家庭,有一定经济基础,对新事物有较强的接受力,追求高品质的生活的客户群体。

2、产品定位

驾驶员、空中乘务、机务等地面训练模拟器行业目标市场定位（简称市场定位）是指公司对目标消费者或目标消费者市场的选择；产品定位是指公司对应于满足目标消费者或目标消费者市场的哪种产品。从理论上讲，应该首先进行市场定位，然后再进行产品定位。

驾驶员、空中乘务、机务等地面训练模拟器行业产品定位是选择目标市场并集成公司产品的过程，即将市场定位公司化和产品化的工作。

以上内容仅为本文档的试下载部分，为可阅读页数的一半内容。

如要下载或阅读全文，请访问：

https://d.book118.com/248062060063006055