民生金融租赁
MINSHENG FINANCIAL LEASING

胡润百富
HURUN REPORT

# China Business Aviation Special Report

# 中国公务机行业特别报告

2016

# 序言

**乔凯 Kevin**
民生金融租赁副总裁

公务航空是一个具有很高知识型、技术型、资本型、风险型的行业，也是一个产业链长、研发周期长、投资规模大、产业带动强的行业。它于 20 世纪二三十年代起步于美国，至今已有近 80 多年的发展史。

中国公务航空的发展在 1995 年才刚刚萌芽，2008 年开始才真正得到发展。目前，中国内陆地区公务机机队数量将近 300 架，尽管 20 年来中国公务机机队增长率很高，但总量基础却很小。相比国外成熟且体制相对完善的市场，国内公务航空还面临诸多问题，尤其是国民对公务航空消费意识的薄弱等都将影响中国公务航空市场发展的节奏。

近年来，我国公务机产业发展迅猛，这几年增速较前几年虽有放缓，但仍然保持较快的发展速度。不过，由于各种原因，公务机被推到了舆论的风口浪尖，一度被曲解，而其真正的交通与商业工具这一属性几乎被遮蔽了。我们应该客观地看待公务机的存在与应用，而不是主观地误解它。公务机为使用者带来的不仅是便捷、私密和速度，更重要的是，它能为使用者带来经济上的效益。我们希望宣传公务机“安全、高效、私密、便捷的交通工具”这一理念，与其他只具有享受和娱乐性质的高端产品相比，公务机所体现的更多是其交通工具的属性。

为此，民生金融租赁与胡润百富联手，发布《中国公务机行业特别报告》。报告详细调查和测算了中国公务机使用人群的规模和分布数据，分析了中国公务机使用人群的偏好和习惯，并预测了中国公务机市场的未来发展趋势。报告采用了一定比例的图表和统计数据，力图使读者能深入了解当前国内公务航空消费的特点。

民生金融租赁作为亚洲公务航空业的引领者，一直坚持推动公务航空文化的普及工作。我们希望通过此次与胡润百富的合作，能营造出更契合中国市场特点的新的、本土化的公务航空文化，使中国的公务航空事业不断焕发出活力与光彩。

***民生金融租赁与胡润百富联手，发布《中国公务机行业特别报告》。报告详细调查和测算了中国公务机使用人群的规模和分布数据，分析了中国公务机使用人群的偏好和习惯，并预测了中国公务机市场的未来发展趋势。***

民生金融租赁
MINSHENG FINANCIAL LEASING

# 目录

01
## 序言
民生金融租赁与胡润百富联手，发布《中国公务机行业特别报告》，力图使读者能深入了解当前国内公务航空消费的特点。

03
## 开篇
希望通过这份报告，能让更多的人了解公务航空领域，为有购买公务机需求的人群提供有价值的参考。

04
## 百富榜上榜企业家分析
1,877 位上榜企业家，594 位十亿美金富豪，《2015 胡润百富榜》上这些令人惊喜的数字，刷新了《胡润百富榜》历年来的纪录。

08
## 国内及全球公务机市场分析
民营经济总体的健康增长将带动国内的公务机市场需求，而在配套设施、航空政策逐渐完善后，我国公务航空将有望成为扩大内需与经济增长的重要环节。

12
## 公务机购买与使用行为分析
通过定性一对一的访谈形式，深入探讨了中国公务机市场中的机主和潜在机主在使用和购买行为上的习惯态度和特征表现。

18
## 专家访谈
公务机行业的专家和飞机厂商们对于整个行业的见解与购机的建议。

24
## 机主访谈实录
公务机机主、包机使用者对公务机的使用体验及对公务机行业的看法。

27
## 关于民生金融租赁
民生金融租赁是国内仅有的几家资产规模突破 1,000 亿元的金融租赁公司之一，公司拥有飞机近 300 架，其中公务机 154 架，是亚洲最大的公务机租赁公司。

28
## 关于胡润百富
胡润百富是一个拥有中国高净值人群垂直类大数据，充分利用移动互联网优势为高端品牌提供调研与顾问咨询服务的新型全媒体集团。

# 开篇

**胡润 Rupert Hoogewerf**
胡润百富董事长 / 首席调研员

根据《2016 胡润全球富豪榜》，大中华地区以 568 位十亿美金超级财富创造者人数首次超越 535 位的美国，而北京则首次超越纽约成为全球超级财富创造者最密集的城市，100 位居住在此。截至 2014 年底，亚太地区公务机队增长至 744 架，大中华地区达到 439 架。从中不难判断人们对于公务机的需求将会愈发增长，这个行业的发展潜力巨大。我们所统计的只是冰山之上的数据，而冰山之下——未来五年大中华地区的公务机销量应该可以翻一倍。不仅如此，近年来，中国政府鼓励通用航空产业的发展，诸如《通用航空飞行任务审批与管理规定》等一系列政策的出台，低空空域改革的进行都表现出了政府的决心。根据中国“十三五”规划（2016 年到 2020 年），截止 2020 年，将建成超过 50 个新的民用机场。

有鉴于此，这本《中国公务机行业特别报告》应运而生。我们选择 ABACE 展出（亚洲公务航空展）期间发布，首先是看中了它在亚太乃至世界地区极为重要的影响力，其次是报告能够达到高度的时效性。

在这本《中国公务机行业特别报告》中，我们对中国亿万富豪人群进行了解读，揭示了百富榜前 100 位企业家拥有公务机的情况；深度分析了国内及全球公务机市场，罗列了国内最热门的五大公务机航线等排名；通过定性一对一的访谈，探讨了公务机的机主和潜在机主在使用与购买行为上的习惯态度及特征表现；邀请到公务机行业著名的专家和生产商解答了有关公务机及其行业的问题。公务机也被称作“私人飞机”，从个人隐私的角度，某些受访的企业家对部分信息有所保留，而我们所做的便是尽最大的努力完善这份报告的精准度。

通过报告的调研部分，有两类企业家的想法与行为令我印象深刻。举例说明，第一类人群中，某位企业家在财富充裕后，购买公务机以便更好地安排出行时间。在八年的时间里，随着对公务机的愈发了解，在品牌与机型的置换选择上，他的做法是向上迭代。如同当年自驾车从丰田到宝马到玛莎拉蒂的逐级更换，他的公务机也是越来越高端。第二类人群中，一位企业家表示暂时没有购买公务机的意向，原因在于他十分喜欢包机的形式。这类人群认为包机很省心方便，免去了一系列的麻烦和手续，也可以根据自己的需求选择不同的机型，更灵活自由。无论他们的选择如何，公务机所带来的便捷、安全与省时已深入人心。

我们很高兴能与亚洲公务航空业的引领者民生金融租赁携手，发布这份有时效性的《中国公务机行业特别报告》。我们希望通过这份报告，能让更多的人了解公务航空领域，为有购买公务机需求的人群提供有价值的参考。

值得一提的是，“擎”作为胡润百富旗下，针对两亿资产级别企业家群体的超高端品牌，起步于 2011 年，旨在帮助顶级富豪再造一个高端圈层，引导超级财富创造者们将这些巨型出行设施打造成财富再生的新工具，并在此基础上引领全新的生活方式。

# 百富榜上榜企业家分析

## 股市震荡中的中国富豪

2015 年，王健林及其家族在时隔一年后重回《胡润百富榜》首富之位。同时，有 1,877 位企业家财富达到 20 亿以上，上榜人数比 2014 年上涨 50%，达到历年最多。不论是首富回归，抑或上榜人数骤增，都要归功于在 2015 年上半年上涨势头强劲的中国股市。2014 年下半年，A 股打破多年沉寂，开始了形势喜人地上涨，金融股成为上涨主力，同时也开始了中国股市极具戏剧色彩的一年。2015 年前 5 个月，上证综合指数上涨超过 40%；6 月中旬，沪指站上七年最高点：5,178 点。但好景不长，一星期后，在端午节前最后一个交易日，沪指再受重创，单日大跌 6.42%，收至 4,500 点以下，两市近千只个股跌停，当周累计跌幅近 13%。

《2015 胡润百富榜》上市公司财富计算的截止日期是 2015 年 8 月 14 日。就在当天，上证指数跌至 3,965 点，但仍比 2014 年同期上涨近 80%。这也是 2015 年的上榜人数迅猛增长的主要原因。

## 王健林重回首富宝座

相较 2014 年，《2015 胡润百富榜》前十名的名次，出现了不少变动。最大的变化，是 2013 年的首富王健林及其家族以 1,400 亿元财富，时隔一年后再次登顶，重回首富之位。2016 年 1 月，万达集团宣布以 230 亿元收购美国传奇影业公司，这是迄今中国企业在海外的最大一桩文化并购。2014 年的首富马云及其家族以 1,400 亿元排名第二位，2015 年 7 月，马云创办的蚂蚁金服宣布完成首轮融资，包括全国社保基金、国开金融、四家保险公司等八家国内优质投资者成为蚂蚁金服股东。第三名则是宗庆后家族，其财富为 1,250 亿元。2014 年排名第三的李河君，以 630 亿元的财富，降到了第 12 位。马化腾的财富为 1,240 亿元，位列大陆第四。2014 年排名第十的雷军，此次进入了前五，财富为 920 亿元。2015 年，小米手机出货量超过 7,000 万台，仍然占据中国智能手机市场冠军宝座。

## 互联网、高科技企业成为榜单亮点

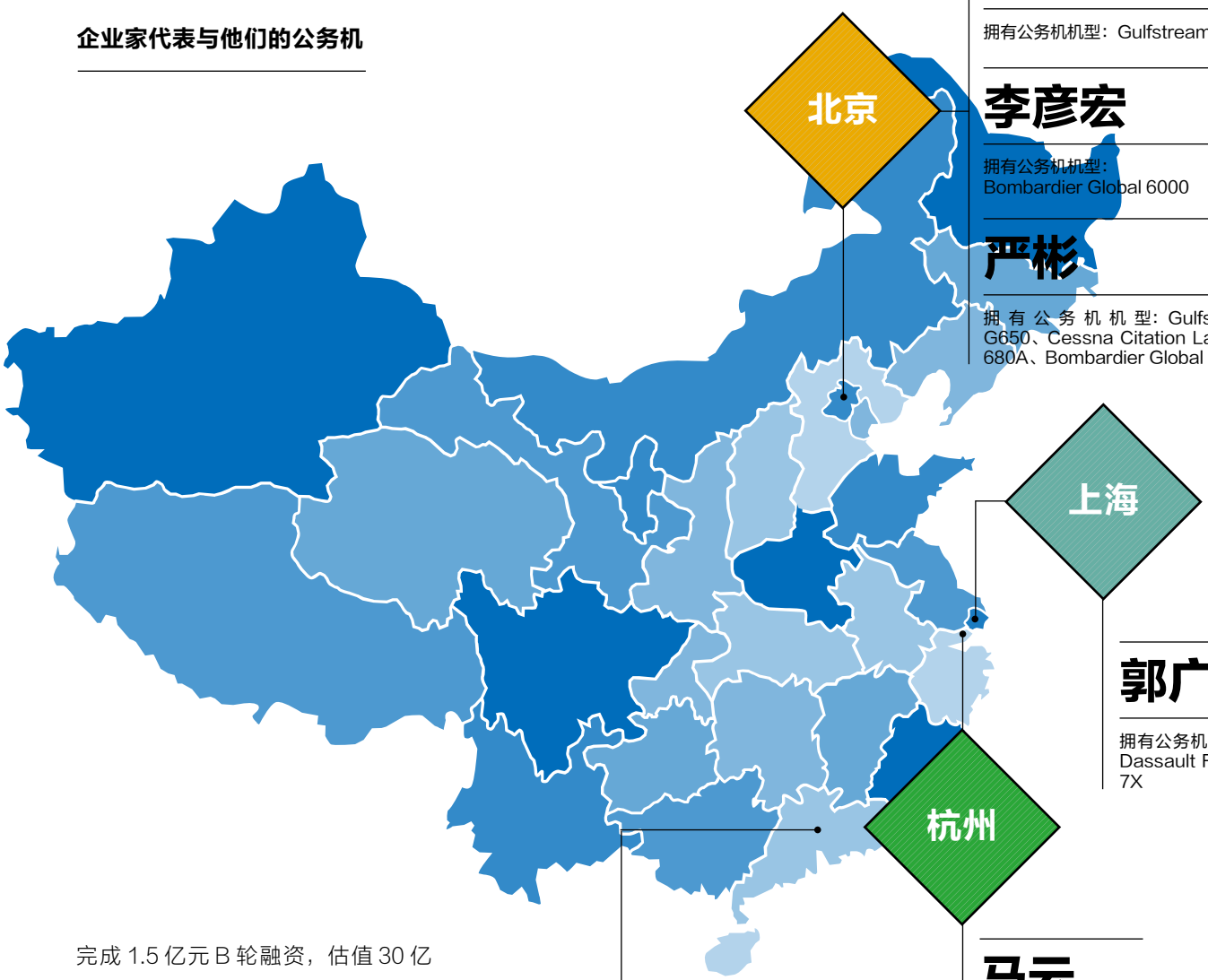
2014 年 11 月，李克强出席首届世界互联网大会时指出，互联网是大众创业、万众创新的新工具。如今“互联网 + 传统行业”的创业形式在各行各业展开，也令《2015 胡润百富榜》上出现了一批年轻的富豪。

比如，出生于 1980 年的姚宏，于 2011 年创办微贷网，2014 年 6 月时微贷网完成 A 轮融资，2015 年 9 月正式

图片 / 视觉 / 摄供

1,877 位上榜企业家，596 位十亿美金富豪，《2015 胡润百富榜》上这些令人惊喜的数字，刷新了《胡润百富榜》历年来的纪录。自 1999 年至 2015 年，这是胡润研究院连续第 17 次发布《胡润百富榜》，第 17 次以数字来书写中国企业家的财富故事。

**企业家代表与他们的公务机**




**王健林**

拥有公务机机型：Gulfstream G550

**李彦宏**

拥有公务机机型：Bombardier Global 6000

**严彬**

拥有公务机机型：Gulfstream G650、Cessna Citation Latitude 680A、Bombardier Global 5000

**郭广昌**

拥有公务机机型：Dassault Falcon 7X

**马云**

拥有公务机机型：Gulfstream G550

**许家印**

拥有公务机机型：Gulfstream G550、BBJ

完成 1.5 亿元 B 轮融资，估值 30 亿元。出生于 1972 年的张涛，2003 年留学归国后创立大众点评网，在 2015 年 4 月完成来自小米、腾讯、淡马锡、万达、复星的新一轮 8.5 亿美元融资，此轮融资中整体估值达到 40.5 亿美元。另外一位出生于 1980 年的汪滔，则是技术创新领域的年轻榜样，他创办的大疆科技研发的小型无人机，销量占全球一半，更令“中国制造”在高科技领域崭露头角，2014 年的营收达到 1.3 亿美元，目前估值 80 亿美金。

数据来源：2016 胡润百富及民生金融租赁《中国公务机行业特别报告》专项调研

## 2016 胡润全球富豪榜大陆地区百强富豪

| 中文信息 | | | English Info | | |
|---|---|---|---|---|---|
| 姓名 | 主要公司 | 财富（亿元） | Name | Main Company | Net Worth US$Bn |
| 王健林 | 万达 | 1,700 | Wang Jianlin | Wanda | 26.0 |
| 马云 | 阿里巴巴 | 1,400 | Jack Ma Yun | Alibaba | 21.0 |
| 宗庆后 | 娃哈哈 | 1,250 | Zong Qinghou | Wahaha | 19.0 |
| 马化腾 | 腾讯 | 1,240 | Pony Ma | Tencent | 19.0 |
| 雷军 | 小米 | 920 | Lei Jun | Xiaomi | 14.0 |
| 严昊 | 苏太华系 | 910 | Yan Hao | CPCG | 14.0 |
| 李彦宏 | 百度 | 825 | Li Yanhong | Baidu | 13.0 |
| 许家印 | 恒大 | 740 | Xu Jiayin | Evergrande | 11.0 |
| 卢志强 | 泛海 | 660 | Lu Zhiqiang | FanHai | 10.0 |
| 丁磊 | 网易 | 630 | William Ding | Netease | 9.6 |
| 严彬 | 华彬 | 600 | Yan Bin | Reignwood | 9.2 |
| 张近东 | 苏宁云商 | 570 | Zhang Jindong | Suning | 8.7 |
| 王文银 | 正威 | 550 | Wang Wenyin | Amer | 8.4 |
| 何享健 | 美的 | 540 | He Xiangjian | Midea | 8.3 |
| 陈丽华 | 富华 | 500 | Chen Lihua | Fu Wah | 7.6 |
| 贾跃亭 | 乐视网 | 490 | Jia Yueting | Letv | 7.5 |
| 张志东 | 腾讯 | 470 | Tony Zhang | Tencent | 7.2 |
| 鲁冠球 | 万向 | 470 | Lu Guanqiu | Wanxiang | 7.1 |
| 刘永好 | 新希望 | 450 | Liu Yonghao | New Hope | 6.8 |
| 张士平 | 魏桥创业 | 440 | Zhang Shiping | Weiqiao Pioneering | 6.7 |
| 郑跃文 | 科瑞 | 440 | Zheng Yuewen | Creat | 6.7 |
| 李河君 | 汉能 | 430 | Li Hejun | Hanergy | 6.6 |
| 刘强东 | 京东 | 430 | Liu Qiangdong | JD | 6.6 |
| 许世辉 | 达利食品 | 430 | Xu Shihui | Dali Group | 6.5 |
| 杨惠妍 | 碧桂园 | 430 | Yang Huiyan | Country Garden | 6.5 |
| 刘永行 | 东方希望 | 420 | Liu Yongxing | East Hope | 6.4 |
| 王文学 | 华夏幸福 | 420 | Wang Wenxue | Fortune Land | 6.4 |
| 史玉柱 | 巨人 | 415 | Shi Yuzhu | Giant Investments | 6.3 |
| 郭广昌 | 复星 | 400 | Guo Guangchang | Fosun | 6.1 |
| 李金元 | 天狮 | 380 | Li Jinyuan | Tiens | 5.8 |
| 袁亚非 | 三胞 | 380 | Yuan Yafei | Hisap Group | 5.8 |
| 周群飞 | 蓝思科技 | 370 | Zhou Qunfei | Lens | 5.7 |
| 孙广信 | 广汇 | 360 | Sun Guangxin | Guanghui | 5.5 |
| 阙文彬 | 独一味 | 350 | Que Wenbin | Duyiwei | 5.3 |
| 王传福 | 比亚迪 | 350 | Wang Chuanfu | BYD | 5.3 |
| 魏建军 | 长城汽车 | 350 | Wei Jianjun | Great Wall Motor | 5.3 |
| 周建平 | 顺风光电 | 330 | Zhou Jianping | Hailan Group | 5.1 |
| 吕向阳 | 融捷投资 | 330 | Lyu Xiangyang | Youngy | 5.0 |
| 魏应州 | 顶益 | 310 | Wei Ing-Chou | Ting Hsin | 4.8 |
| 梁稳根 | 三一 | 310 | Liang Wengen | Sany | 4.7 |
| 陈建华 | 恒力 | 300 | Chen Jianhua | Hengli Group | 4.6 |
| 王靖 | 信威通信 | 300 | Wang Jing | Xingwei | 4.6 |
| 朱孟依 | 合生创展 | 290 | Zhu Mengyi | Hopson | 4.5 |
| 车建新 | 红星美凯龙 | 290 | Che Jianxin | Redstar Furniture | 4.4 |
| 龚虹嘉 | 海康威视 | 290 | Gong Hongjia | Hikvision | 4.4 |
| 方威 | 方大 | 280 | Fang Wei | Fangda | 4.3 |
| 朱鼎健 | 观澜湖 | 280 | Ken Chu | Mission Hills | 4.3 |
| 吴亚军 | 龙湖 | 280 | Wu Yajun | Longfor Properties | 4.2 |
| 苏卫忠 | 华信石油 | 260 | Su Weizhong | Chinahr | 4.0 |
| 王玉锁 | 新奥 | 260 | Wang Yusuo | ENN | 4.0 |

| 中文信息 | | | English Info | | |
|---|---|---|---|---|---|
| 姓名 | 主要公司 | 财富（亿元） | Name | Main Company | Net Worth US$Bn |
| 魏少军 | 隆基泰和 | 260 | Wei Shaojun | Longjitaihe | 4.0 |
| 周晓光 | 新广控股 | 260 | Zhou Xiaoguang | Xinguang | 4.0 |
| 其实 | 东方财富 | 250 | Qi Shi | Eastmoney | 3.8 |
| 蔡东青 | 奥飞动漫 | 240 | Cai Dongqing | Alpha Animation | 3.7 |
| 黄伟 | 新湖 | 240 | Huang Wei | XinHu | 3.7 |
| 姜照柏 | 鹏欣 | 240 | Jiang Zhaobai | Pengxin Group | 3.7 |
| 李勇 | 华信石油 | 240 | Li Yong | Huaxin | 3.7 |
| 林文镜 | 融侨 | 240 | lin Wenjing | Rong Qiao | 3.7 |
| 杨凯 | 辉山乳业 | 240 | Yang Kai | Huishan Dairy | 3.7 |
| 张桂平 | 苏宁环球 | 240 | Zhang Guiping | Suning Universal | 3.7 |
| 张茵 | 玖龙纸业 | 240 | Zhang Yin | Nine Dragons Papers | 3.7 |
| 陈发树 | 新华都 | 240 | Chen Fashu | Xinhuadu Industrial | 3.6 |
| 庞康 | 海天味业 | 240 | Pang Kang | Haitian | 3.6 |
| 黄如论 | 世纪金源 | 230 | Huang Rulun | Century Golden | 3.5 |
| 李书福 | 吉利控股 | 230 | Li Shufu | Geely | 3.5 |
| 林秀成 | 三安 | 230 | Lin Xiucheng | Sanan Group | 3.5 |
| 周亚辉 | 昆仑万维 | 230 | Zhou Yahui | Kunlun Tech | 3.5 |
| 黄光裕 | 鹏润投资 | 220 | Huang Guangyu | Gome | 3.4 |
| 姜滨 | 歌尔声学 | 220 | Jiang Bin | GoerTek | 3.4 |
| 马建荣 | 申洲针织 | 220 | Ma Jianrong | Shenzhou | 3.4 |
| 马兴田 | 康美药业 | 220 | Ma Xingtian | Kangmei | 3.4 |
| 邱光和 | 森马 | 220 | Qiu Guanghe | Semir | 3.4 |
| 沈文荣 | 沙钢 | 220 | Shen Wenrong | Sha Gang Group | 3.4 |
| 汪滔 | 大疆科技 | 220 | Wang Tao | DJI-Innovations | 3.4 |
| 王广西 | 永泰 | 220 | Wang Guangxi | Yongtai | 3.4 |
| 潘政民 | 瑞声科技 | 220 | Pan Zhengmin | AAC Acoustic | 3.3 |
| 孙飘扬 | 恒瑞医药 | 220 | Sun Piaoyang | Hengrui Medicine | 3.3 |
| 杜江涛 | 君正 | 210 | Du Jiangtao | Junzheng | 3.2 |
| 耿建明 | 荣盛 | 210 | Geng Jianming | RiseSun Holdings | 3.2 |
| 林亿 | 升龙 | 210 | Lin Yi | Shenglong Group | 3.2 |
| 冯海良 | 海亮 | 200 | Feng Hailiang | Hailiang | 3.1 |
| 缪寿良 | 富源 | 200 | Miao Shouliang | Fuyuan | 3.1 |
| 欧宗荣 | 正荣 | 200 | Ou Zongrong | Zhenro Group | 3.1 |
| 孙喜双 | 一方 | 200 | Sun Xishuang | Yifang | 3.1 |
| 叶澄海 | 信立泰 | 200 | Ye Chenghai | Salubris Pharmaceuticals | 3.1 |
| 于泳 | 鸿商产业 | 200 | Yu Yong | Cathay Fortune | 3.1 |
| 李水荣 | 荣盛控股 | 200 | Li Shuirong | RongSheng Holdings | 3.0 |
| 邵仲毅 | 晨曦 | 170 | Du Shuanghua | Rizhao Iron & Steel | 2.9 |
| 孙纪木 | 新华冶金 | 190 | Sun Jimu | Sinogiant | 2.9 |
| 孙寿宽 | 嘉晨 | 190 | Sun Shoukuan | Jiacheng | 2.9 |
| 薛向东 | 东华合创 | 190 | Xue Xiangdong | DHC Digital Technology | 2.9 |
| 黄柏年 | 外滩中心 | 180 | Elijah Widjaja | Bund Center | 2.8 |
| 杜厦 | 济民可信 | 140 | Du Sha | Homeworld | 2.8 |
| 梁庆德 | 格兰仕 | 180 | Liang Qingde | Galanz | 2.8 |
| 徐镜人 | 扬子江药业 | 180 | Xu Jingren | Yangtze River Pharmacy | 2.8 |
| 蔡奎 | 龙湖 | 180 | Cai Kui | Longfor Properties | 2.7 |
| 傅利泉 | 大华技术 | 180 | Fu Liquan | Dahua Technology | 2.7 |
| 黄其森 | 泰禾 | 180 | Huang Qisen | Thaihot | 2.7 |
| 柯尊洪 | 康弘药业 | 180 | Ke Zunhong | Kanghong Pharmaceuticals | 2.7 |
| 李锂 | 海普瑞 | 180 | Li Li | Hepalink | 2.7 |

数据来源：2015 胡润百富榜，财富数字截止至 2016 年 1 月 15 日

## 新三板成财富新贵的“摇篮”

《2015 胡润百富榜》上，有 14 位企业家的财富全部或者部分来源于新三板。这是因为企业在新三板上市，有利于拓宽公司融资渠道，完善公司资本构成，为公司带来积极的财富效应，因此新三板受到越来越多公司的青睐。

比如上榜的 14 位企业家就来自 8 家新三板上市公司。中科招商也是新三板的明星企业，在连续举牌 16 家上市公司后，其 2015 年 9 月的最新公告称，将启动新一轮近 300 亿元的再融资，主要用于 A 股上市公司的并购重组。其掌门人单祥双在中国投资领域也是成绩斐然，已完成投资 300 家企业。

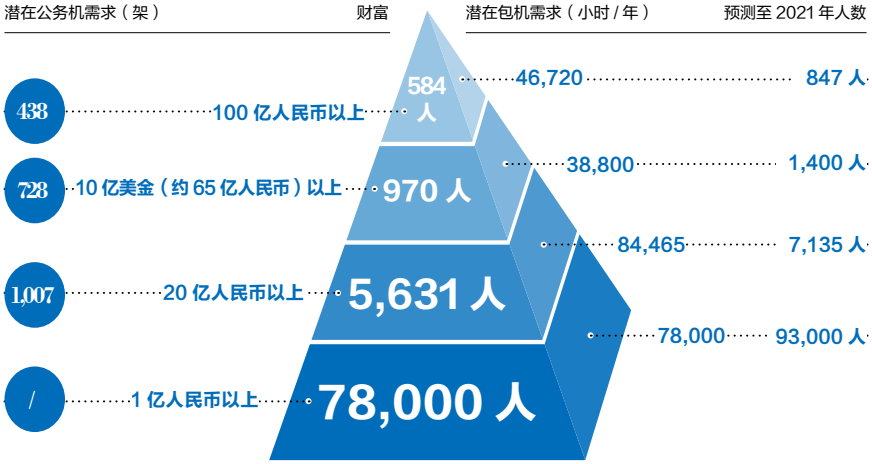
## IT 行业财富上升最快，上榜粤商人数最多

从榜单综合情况来看，IT 行业的财富仍然上升最快，主要因为近年来中国民营企业大力在互联网、IT 技术领域进行投入。其他表现较好的有文化娱乐、制造业。所有行业子榜单里面，IT 行业上市公司比例最高，财富相对来说最透明；其次是娱乐、零售、新能源。房地产领域门槛最高，资源行业门槛最低。IT 富豪平均年龄最低，平均财富最高；零售行业平均年龄最高，资源行业平均财富最低。

## 企业家与公务机的相应预测

根据 2016 胡润百富及民生金融租赁《中国公务机行业特别报告》专项调研，拥有 100 亿人民币以上的人数为 584 人，拥有 10 亿美金（约 65 亿人民币）以上的人数为 970 人，拥有 20 亿人民币以上的人数为 5,631 人，而拥有 1 亿人民币以上的人数是 78,000 人。

### 五年内中国企业家公务机使用需求相应预测




### 胡润百富榜 TOP100 企业家与他们的公务机

| 公务机类别 | 拥有人数 | 代表机型 |
|---|---|---|
| 超远程 | 24 | G550、G650、7X、Global 5000、Global 6000 |
| 远程 | 3 | G450 |
| 超大型 | 1 | ACJ、BBJ |
| 大型 | 1 | Lineage 1000 |
| 超中型 | 2 | G200、Hawker 4000 |
| 中型 | 1 | Citation Latitude 680A |

数据来源：2016 胡润百富及民生金融租赁《中国公务机行业特别报告》专项调研。
材料来自已知的公开数据，不排除未对外公布的数据比实际的公务机数量更多。

在坐拥 100 亿人民币以上的人群中，我们预测具有购买公务机潜力的人群量约为 50%，每人平均拥有 1.5 架公务机，潜在公务机需求总量约为 438 架，每架公务机平均价值约为 5,000 万美金。财富为 10 亿美金以上的人群，具有购买公务机潜力的人群量约为 50%，每人平均拥有 1.5 架公务机，潜在的公机需求总量约为 728 架，每架飞机平均价值约为 3,500 万美金。拥有 20 亿人民币以上的人群具有购买公务机潜力的人数约占 20%，每人平均拥有 1.1 架公务机，潜在公务机需求总量约为 1,007 架。每架飞机平均价值约为 2,000 万美金。针对其余的人群，我们认为他们对于包机也有相应的需求。我们预测第一层级中，40% 的人有潜在包机需求，每人的包机需求约为 200 小时 / 年。第二层级同样有 40% 的人有潜在包机需求，每人的包机需求约为 100 小时 / 年。第三层级有潜在包机需求的人占 30%，每人的包机需求约为 50 小时 / 年。第四层级里有 10% 的人会选择包机，每人对应时长为 10 小时 / 年。

这是我们对于截止目前的公务机市场需求的预测，随着不同财富层级的人数的上涨，市场需求会随之变化。

# 国内及全球公务机市场分析

受国内与全球经济的影响，2016 年前后我国公务机市场增长受到抑制。但在全面深化改革的大背景下，民营经济总体的健康增长将带动国内的公务机市场需求。而在配套设施、航空政策逐渐完善后，我国公务航空将有望成为扩大内需与经济增长的重要环节。

## 全球经济影响

2015 年中国的 GDP 增长速度为 6.9%，相比往年呈现下滑态势。2016 年作为“十三五”开局之年，经济增速下行压力仍然较大。这样就导致企业的盈利水平下降，降低了对公务机的购买需求，据此判断，2016 年国内公务机新机购买市场难有大的回升，但价格合适的二手公务机交易会有所增长。

对于公务机融资租赁市场，经过近年来的多次降息，早年通过固定利率融资租赁购买公务机的客户，有提前还款再售后回租的需求。又由于境外美元 Libor 利率（伦敦同业拆借利率）处于上升通道，飞机融资的境内外利差正逐步缩小。综合以上因素，2016 年中国境内公务机售后回租市场会有所增长。

## 全球公务机市场现状

### *国际市场*

2015 年 62% 的新机交付是在北美地区，并且北美和欧洲地区的公务机市场遥遥领先于其他地区。纵观全球公务机市场，还是保持相对平稳的上升趋势。

### *中国市场*

截至 2014 年底，亚太地区公务机队增长至 744 架，大中华地区达到 439 架，中国大陆 297 架。

从机型来看，国内客户现在仍看好远程大型公务机。现阶段国内公务机消费群体依旧以各行业的翘楚为主，他们出行范围广，飞行任务类型多样化，希望所使用的公务机能够覆盖所有飞行需求。随着客户对公务机理念和认知的完善，公务机市场的成熟及客户消费理念的变化，公务机交通工具这一属性将逐步清晰。

从品牌来看，湾流在国内超远程公务机的品牌认可度是相对最高的。国际层面而言，湾流和庞巴迪旗鼓相当。虽然达索进入中国市场较其他品牌相对偏晚，但其产品在高科技应用和内饰雕琢方面表现出色，赢得了广泛的认可。近期，波音 BBJ、空客 ACJ 公务机的需求也在悄然上升。

## 全球公务机市场预测

2015 年 NBAA（美国公务航空展）期间，巴西航空工业公司公布了对未来 10 年公务机市场的展望报告，报告显示，未来 10 年将以每年 3% 的复合

### 中国内地停放公务机最多的城市

| 城市 | 占比 |
|---|---|
| 北京 | 35% |
| 上海（长江三角洲地区，以上海为主） | 25% |
| 深圳（珠江三角洲地区，以深圳、广州为主） | 20% |
| 其他 | 20% |

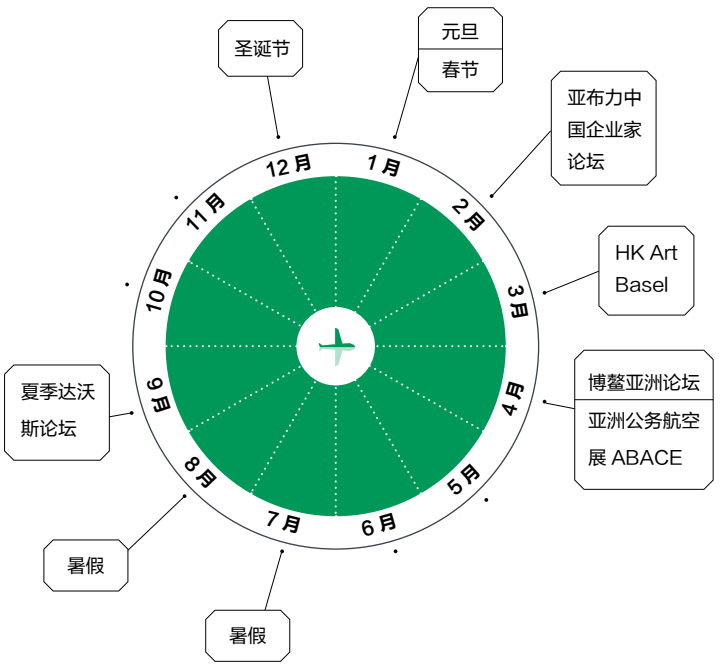
数据来源：2016 胡润百富及民生金融租赁《中国公务机行业特别报告》专项调研

### 公务机起降最频繁的城市

| 航程 | 城市 |
|---|---|
| 境内 | 北京、上海、深圳、三亚 |
| 境外短途 | 香港、日本、新加坡、首尔 |
| 境外长途 | 纽约、洛杉矶、旧金山、巴黎、伦敦、悉尼 |

数据来源：2016 胡润百富及民生金融租赁《中国公务机行业特别报告》专项调研

**国内使用公务机最频繁的特殊时间段**




数据来源：2016 胡润百富及民生金融租赁《中国公务机行业特别报告》专项调研

***中小型喷气式公务机系列有望占据大部分市场份额，达到总交付量的近三分之二，这主要得益于北美和欧洲公务机市场的增长。***

年均增长率增长。

最新交付量预测表明，未来美国市场的需求量将会上升，而新兴市场则有所下降。中小型喷气式公务机系列有望占据大部分市场份额，达到总交付量的近三分之二，这主要得益于北美和欧洲公务机市场的增长。

## 中国公务航空的机遇

在全面深化改革的大背景下，民营经济总体的健康增长能为国内的公务机市场助力不少。“一带一路”的建设同样加快了企业购买公务机的决策。而在配套设施和航空政策逐渐完善后，我国公务航空产业将有望迎来新一轮发展期。

### *民企实力增强，提升市场空间*

在全面深化改革的大背景下，民营经济整体实力不断增强。民营经济总体的健康增长能够托起未来国内公务机市场。从公务机交付数量看，截止 2014 年底，大中华地区共有喷气式公务机 439 架，其中大陆地区 297 架，港澳台地区 142 架，年化增速虽然放缓，但市场仍为上升态势，发展潜力仍然存在。

图片 达索猎鹰 提供

**国内最热门的公务机起始地和目的地**

| |
|---|
| 北京首都国际机场 |
| 上海虹桥国际机场 |
| 香港国际机场 |
| 深圳宝安国际机场 |
| 广州白云国际机场 |
| 三亚凤凰国际机场 |
| 福州长乐国际机场 |
| 青岛流亭国际机场 |
| 杭州萧山国际机场 |
| 上海浦东国际机场 |
| 南京禄口国际机场 |
| 重庆江北国际机场 |
| 天津滨海国际机场 |

数据来源：金鹿航空有限公司提供，统计时间段为 2015 年 1 月 1 日到 2015 年 12 月 31 日

**国内最热门的四大航线（往返）**

北京 — 上海

北京 — 深圳

北京 — 香港

上海 — 香港

数据来源：2016 胡润百富及民生金融租赁《中国公务机行业特别报告》专项调研

### *经济调整带动市场结构调整*

2016 年“两会”的总理政府工作报告中，将这一年定位为“推进结构性改革的攻坚之年”，改革将为公务机行业带来了新的机遇。分行业来看，房地产、能源等高增长的局面将结束，其在公务机细分市场的比重正在下降。像投资、新金融、消费、医药、旅游、文化娱乐、IT 行业、新能源、电商、网游等行业发展迅猛，将会成为公务机消费新的增长点。

### *“一带一路”建设为公务机消费带来新机遇*

“一带一路”辐射 40 多个国家和地区，覆盖 30 多亿人口。以“一带一路”领衔的传统产业正在加速海外布局，民营企业在海外的项目投资纷纷落地，随着项目投资的逐步到位，有机会加快企业购买公务机的决策。

以“智能制造”为代表的传统制造业企业有介入飞机制造这个工业领域制高点的想法，民营企业从通航产业入手介入高端制造业，会给公务机市场带来新的机会。

## 中国公务航空的挑战

经过近几年的发展，中国已经成为全球增长最快的公务航空市场之一。然而 ,2013 年以后，这一快速的增长势头逐渐放缓，制约公务航空市场发展的因素也从多层面凸显出来，所以市场的隐忧也不容小觑。

### *未成熟的市场*

我国公务航空市场虽增速快，但相比国外成熟的市场，如北美市场 12,000 多架和欧洲 2,000 多架，中国公务机总量还很小（不到 300 架），并未真正发挥公务航空便捷、高效的本质属性。因此，对客户所享受到的公务机服务以及运营商自身都面临实际的困难。

### *公务机机位和起降时刻的受限*

由于国内现行的空域管制体系，公务航空企业在时刻和停机坪两块资源获得上都受到了限制，严重影响了他们的运营效率，特别是在北京、上海、广州等枢纽机场，供需矛盾已经十分突出。而停机坪方面，在现行条件下，资源紧张的大型机场已经没有扩容的余地，供需矛盾只能通过新建通航机场或者在新建民用机场中规划公务航空功能区域加以解决。

### *公务航空市场基础设施滞后和专业人员短缺*

公务航空市场基础设施建设滞后和维修保障能力的不足，已经无法满足不断增长的国内公务机飞行保障需求。2014 年全国通航机场（含临时起降点）为 400 多个，与美国 1.8 万通航机场数量仍然差距很大。同时专业人员短缺也是制约我国公务航空快速发

图片 巴西航空工业 摄

展的不利因素，尤其是飞行员的短缺。公务航空队飞行员的要求比民航飞行员的要求高，需要有大型飞机的飞行经验和上万小时的飞行经历。此外，对于公务机而言，机务人员、签派人员的短缺现象也很明显。

### 国内包机市场

包机服务作为公务航空市场中的重要一环，是大部分人接触公务机的第一步，也是很多人了解公务机的敲门砖。现在国内有包机需求的人群并不再仅限于超级财富创造者，越来越多的人也开始接触并使用包机，客群的层级从高端人群到超高净值人群都有所遍布。包机服务兼备了公务机高效、私密及灵活等优点，为那些没有条件或不需要购买公务机的客户提供了另一种选择。

截至目前中国内地共有 20 多家公务航空企业，针对目前国内的包机市场，我们概括罗列了主要航线及价格区间。

**公务机包机价格参考**

| 航程 | 航线 | 航程时间（往返） | 机型 | 价格（元） |
|---|---|---|---|---|
| 长途 | 北京 – 洛杉矶 | 26 小时 | 超远程 | ¥75,000/ 小时 |
| | 北京 – 纽约 | 30 小时 | | |
| 短途 | 北京 – 香港 | 7 小时 | 远程 | ¥50,000 ~ ¥60,000/ 小时 |
| | 北京 – 上海 | 5 小时 | | |

备注： 上述价格不含地面费用

***公务航空队飞行员的要求比民航飞行员的要求高，需要有大型飞机的飞行经验和上万小时的飞行经历。此外，对于公务机而言，机务人员、签派人员的短缺现象也很明显。***

图片 巴西航空工业 提供

# 公务机购买与使用行为分析

中国公务航空市场正逐步进入更理性和健康的发展状态，一部分机主及潜在机主们正对这个市场拥有越来越完善的知识和认知。本次调研通过定性一对一的访谈形式，深入探讨了中国公务机市场中的现有机主和潜在机主在使用和购买行为上的习惯态度和特征表现。

## 公务机拥有情况及趋势

此次专项调查发现，由于受到经验不足、购买成本及后续高昂的维护保养成本的限制，多数现有机主仅拥有 1 架公务机作为个人出行使用。但未来，随着全球化趋势的不断深入，公务机的普及以及机主在公务机的使用态度和知识上越来越成熟且有目的性，个人（尤其是忠诚高频率用户）拥有公务机的数量将呈现出不断增加的趋势，拥有 2 架及 2 架以上公务机正逐步成为新标配。他们开始更倾向于根据不同的飞行距离和区域，有针对性地选用不同机型的公务机，以达到最高的便捷性和更合理的使用成本。

## 公务机使用行为分析

### *使用用途*

公务机的用途主要可分为商务需要、度假休闲以及紧急救援。商务使用是目前公务机最主要的用途，包括商务出行 / 投资考察时的交通工具，召开机上商务会议，商业计划的隐秘讨论地等。在商务中，公务机不仅能够实现去偏远地区的自由灵活以及最大程度地节省时间，使行程在安排及舒适方面均

图片 庞巴迪 捷供

达到最优化，同时能够提供私密安全的环境和高端有实力的企业形象。旅游度假是公务机第二重要的使用目的，通常是与家人或朋友出行长途旅游景点时不可或缺的交通方式。对于他们而言，公务机不仅使得旅行变得更简单，更享受，同时也保证了与家人或朋友在一起的私密空间不受打扰。可以说，公务机承载着浓浓的亲情、爱情、友情的氛围和情感，正成为提高生活品质与生活快乐指数的重要工具。少数情况下，一些小型的公务机还会被作为医疗救援或其他紧急情况的空中急救工具。

### 使用频率与时间

在购置公务机后，为达到最大化的成本效益，机主的平均使用频率集中在每月 4 次及以上，飞行时间平均达到每年 250 小时左右。当然，公务机的使用量会根据不同机主的使用需求和业务发展需求而有所差异，部分高频率飞行的机主，其使用时间甚至达到每年 500~1000 小时，而一些使用量相对不饱和的机主每年的飞行时间会低于 200 小时。

### 飞行区域及乘坐同伴数

根据公司业务的分布发展及旅游的偏好，公务机常飞的区域及乘坐同伴会因人而异，但主要可分为国内及国际航线两种情况。

国内航线：国内是目前小型公务机主要的飞行航线，根据公司业务的分布，区域以一线城市（北京 / 上海 / 深圳 / 香港）以及二线城市（杭州 / 重庆 / 成都 / 天津 / 武汉 / 珠海等）为主，度假方面则主要为海南三亚，乘坐人数通常为 5~10 人左右或更多（15 人以内）。

国际航线：随着全球化趋势的深入和出国需求的高涨，国际航线的飞行频率越来越高，区域以欧洲 / 北美（美国、加拿大）及一些旅游度假城市为主，出于平躺休息的需要，乘坐人数通常在 3~6 人左右。

**公务机机主标签**

资料来源：2016 胡润百富及民生金融租赁《中国公务机行业特别报告》专项调研

***公务机承载着浓浓的亲情、爱情、友情的氛围和情感，正成为提高生活品质与生活快乐指数的重要工具。***

### 使用满意度评价

品牌层面，湾流是口碑最好的公务机品牌之一，它在产品及服务各方面的使用评价都十分优异。而达索猎鹰和庞巴迪市场表现紧随其后。

**湾流：**知名度高，是受访机主们最为青睐的公务机品牌。在使用评价上，湾流的产品及服务等各方面的口碑均享有盛誉，其流线型的外观设计不仅呈现了时尚的特质，同时保障了内部空间的宽敞舒适，在操作性能及安全指数方面也都有较好的表现。在本次专项调研中，机主们对于湾流 G650 表现出了极大的关注和置换购买意向。

**庞巴迪：**品牌知名度较高，使用评价方面总体表现不错，机舱的宽敞度及高空飞行时的舱压等都十分舒适怡人。

**达索猎鹰：**尽管进入中国市场的时间较晚，但其产品的使用评价仍然不错，尤其推出的较新机型系列，配备了 3 台发动机，在安全系数上受到更高的认可，在飞行时的机舱安静程度方面也得到了较高的评价。

### 配套服务和设施

在本次专项研究中我们发现，目前公务机机主对于中国公务机市场上的配套服务及设施的总体满意度不高，问题集中在航线申请，起飞降落的机场配套，售后服务及飞机的维护管理等方面，具体的展开可包括以下五点：

第一，航线申请麻烦，手续繁多。比如在访问中有机主说道："航线申请需要提前好多天，申请手续比较麻烦，有时候航线还不一定能审批通过。"

第二，FBO 配套少，设施及服务质量不高。中国的 FBO 配备不足，有些公务机的热门城市（如北京、三亚）甚至不留有专门的公务机位，很多时候必须调机操作或与民航机一起排队起飞，这使得公务机的便利性大打折扣。另外，中国现有的 FBO 在服务品质上也不足以满足机主们的需求。

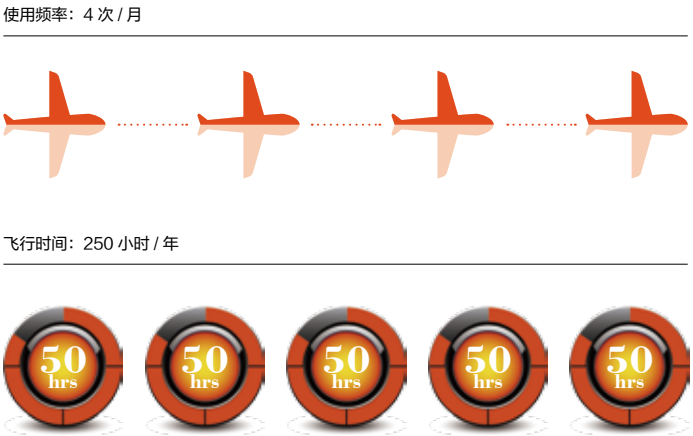
第三，在中国，全国的机场使用费用都普遍过于昂贵，且由于一线城市频繁的流量控制，有些时候，机主们难以获得首选的起飞降落时间。

第四，销售商的售后服务不够细微周到。有些机主对于当时购买公务机时销售商的服务十分不满："销售商的配套服务太差了，都没有给我什么售后服务，也没有协助融资方案，买了之后连送个模型都不肯"。

第五，维修养护的管理团队不够专业，沟通不及时，信任感低。中国机主现阶段对于私人公务机的了解较少，他们很大一部分倚靠管理团队在保养维护过程中给出详细的解释与指导，但目前大部分的管理公司在机务维护的过程中缺少与机主们的实时沟通及开放透明的操作流程，使得机主产生质疑，比如有机主就遇到过这样的境况："我那时候刚买几个月的新飞机，管理公司说我的电脑旧了，要换新的，太不靠谱了，我觉得他们就是骗人的"。

**中国机主现阶段对于私人公务机的了解较少，他们很大一部分倚靠管理团队在保养维护过程中给出详细的解释与指导。**

**公务机使用频率与时间**




资料来源：2016 胡润百富及民生金融租赁《中国公务机行业特别报告》专项调研

**航线与乘坐同伴数**

资料来源：2016 胡润百富及民生金融租赁《中国公务机行业特别报告》专项调研

## 包机行为分析

对于部分公务机需求处在每年不超过 300 小时小时的理性消费者而言，他们并不会购买公务机，反而会选择包机的形式以获得更大的性价比与成本效益。除此以外，少数情况下，当购买的公务机出现不适航的故障时，机主们会转向包机。

### 包机的优势

首先，对于飞行量相对较小的企业主来说，包机显得性价比更高，理性的他们有精确计算过，300 小时以内的航程，每年的包机成本与购买公务机后维护保养成本持平，但包机能够省去购机费及转卖折旧费等成本，显得更划算，更经济。其次，包机更省心方便，它免去了自己购买，维护保养及置换转卖等各个过程中一系列的麻烦和手续，更省心省力。再者，包机在机型的选择上也提供了更大的空间，消费者可以根据自己的需求和喜好选择和体验不同的品牌和机型，更灵活自由。

### 包机公司的选择

品牌是选择包机公司的首要评判标准。知名有实力的大品牌或者朋友推荐 / 朋友运营的专业包机公司通常更能受到青睐，这些包机企业拥有良好的口碑，更具信任感，能够保证飞行的安全性及执行质量上的可靠度。

其次，包机公司自身的资源及运行能力也是考虑因素。他们必须拥有不同品牌和机型的公务机，尤其是能够快速配备各大公务机品牌新推出的机型，为包机消费者提供足够多的选择空间，使其可以根据每次不同的偏好和出行目的，自由灵活地选取和体验各类型的飞机。另外，在航线申请及其他运行能力方面也必须表现出快速和广泛的资源，特别是针对难以申请到的小城市航线。

第三，服务同样是重要考量标准之一。他们偏好亲切、全面周到的服务品质，期望包机公司以顾客的角度想问题，能够给予他们超过预期的客户服务体验，如根据客户的个性化需求配置不同的方案，提供五星级酒店的餐食，机组及空乘人员高水平专业的服务，遇到问题能够及时响应，快速解决等等。

## 公务机购买行为分析

### 总体购买态度

在本次专项调研中，受访者对于购买公务机这件事儿呈现出了不同层次的接受度和理解态度。一部分愈发“国际化”的机主对于购买公务机的了解程度和接受程度高，对于他们而言，私人公务机已然成为了一种必不可少的便利的交通工具，是他们的“战略合作伙伴”和“高效时间机器”，因此他们非常乐意购买且不断升级换代其拥有的公务机机型。更有甚者，出于对私人公务机市场发展的高度看好，开始选择进入该领域，并且将其发展成为一种生意和业务。

而另一部分保守的企业家则对于公务机的认知度较低，在他们的意识中，公务机的购买和维护成本高，与民航机相比性价比太差，仅是“炫耀”的一种工具，购买实属没有必要，这一现象启示我们需要进行更深层的公务机市场教育与宣传，使那些思想仍有所禁锢的企业家们能够更加深刻地体会到私人公务机的便利和优势，从而扩大公务机在中国的销量。

### 购买注册地

公务机购买注册地主要分为境内和境外两种，通常由企业家们各自的特点决定。境内注册，方便境内企业进行财税统筹，同时保证了境内飞行更为顺畅、费用低、可到达国内机场多、申请周期短。但境内注册的飞机需要缴纳飞机价值 20%+ 的进口关增税，融资购买时的财务成本相对较高。境外注册，通常会选择美国、香港、开曼群岛等地，不仅能够避免 20%+ 的关增税，使得境外融资利率更低，同时在日后飞机处置上也会显得更有利。但在国内运行时，费用高、限制多、申请周期长。如果企业在境外没有实体，那么飞机高额的固定资产折旧就显得没有意义了。因此，公务机究竟注册在哪里，需要购买者根据自身实际特性进行选择。

### 新机 VS 二手机

出于简便和安全的考虑，多数企

图片 湾流 提供

## 购买公务机十大理由

- ***飞行安全可靠（Safety）：***公务机有更高、更先进、更权威的技术和设施保障飞行安全，同时亲自挑选的专业飞行人员和空乘人员保障了更可靠的飞行质量。
- ***省时高效（Efficiency）：***被誉为“高效时间机器”的公务机不仅避免了漫长的候机和登机时间，同时可以更好地安排企业家们的出行时间，以达到效率最大化的目的，比如充分利用飞行时间进行机上商务会议或者在夜晚安排跨境飞行以保证白天的行程不受影响等等。
- ***更私密安心（Privacy）：***购买公务机出行，飞行过程就是个私密安心的空间，有效地避免了陌生的乘客和骚扰跟踪，尤其在商务中，企业家们不仅能够使自己的行程保密，避免泄露商业动态，同时能够安心地利用公务机密闭隐私的环境讨论重要的商业计划和方案，而不用担心遭到窃听或被盗取。
- ***方便便捷（Convenience）：***购买公务机能够免去机场登机过程中许多手续办理的烦恼，无需在规定时间内办理登机或者排着队过安检。同时，可以享受到比头等舱更多的便捷，比如携带更多的行李和货物。
- ***自由灵活（Indepence）：***可以最大程度地配合自己的行程预定起飞降落时间和目的地，不受制于航空公司，基本做到随时随地出发，尤其对于偏远小城市而言，行程变得更自由灵活，不再受诸多限制。
- ***出行更舒适（Comfort）：***公务机在最大程度上保证了飞行过程中的舒适感，这样的舒适体验包括机舱内更大的活动空间，更有品质的设施，更新鲜的空气，更合适的高空舱压以及更安静的环境。
- ***性价比更高（Cost-Efficiency）：***企业家出于业务发展和享受生活的需要，每年长途商务出行和度假多，当飞行时间达到 500 小时以上时，购买一架公务机在成本支出上显得比使用民航机或包机更经济实惠。
- ***个性化生活品质的表现（Personalized-lifestyle）：***公务机能根据自己的喜好设计个性化的机舱内饰与风格，配备喜欢的设施和餐食，与众不同地满足自我需求，体现生活品质的同时提高出行的快乐指数。
- ***潮流跟随（Trendy）：***随着企业家思想与眼界的开阔，其生活方式也不断“国际化”，国外日益成熟的公务机市场已然成为中国超级财富创造者圈中的流行趋势，拥有一架公务机是跟随潮流，融合中西文化的表现。
- ***“面子”问题（“Face”）：***有趣的是，这里的“面子问题”已经不仅仅局限在体现个人尊贵和身份的层面。随着消费意识的不断成熟，公务机正慢慢演变成为一个企业实力和背景的象征，拥有一架上亿的公务机可以轻松地获取客户的信任感和认同感，从而使得双方的合作更顺利。所以，公务机同样也是企业的“面子”，是其高端形象和雄厚实力的最佳证明。

业家会选择购买新机。购买新机时，需要考核和检查的方面更简单，对于仍处于摸索阶段的中国公务机机主们而言，选择新机就显得更保险便捷，免去了检查飞行记录数据库，转售记录，繁琐的审计核查等，同时在质量上也更有保证，不会出现过多的安全故障。

但未来，随着中国公务机的进一步普及，市场的越发理性发展以及企业家们对于公务机使用知识上的不断完善，二手机市场说不定会呈现出新的契机。

### 支付行为偏好

随着理财投资理念的不断成熟，通过融资等金融工具购买公务机是目前买家们首选且被认为是有智慧的支付方式。在金融工具的选择上，境内的融资租赁和境外的私人银行借贷已成为大家主要的首选。相对而言，个人全额付款则相对较少。

### 对融资租赁的态度

融资租赁作为金融贷款的一种方式，能够避免现金流短时间内的大量支出，使资金利用效益得到更大程度的提升，因此买家们对其均呈现出了高度接受的态度。有诱惑力的方案（利率 & 还款期数 & 单期还款额）、合理避税与周到全面的后续服务是取胜的关键。

许多有融资租赁使用经验的机主们对于这一方式的总体满意度也较高，相对其他的金融工具来说，融资租赁在还款期数、每期还款额度和利息方面均得到了使用者的高度认可，使他们的财务成本实现更优化。但我们也在调研中发现，融资租赁这一金融工具在买家中的总体熟悉度和了解度仍不高，市场有待进一步的宣传与教育。

### 对产权共享的态度

从成本支出来看，产权众筹是性价比更高的购买方式，受到务实理性机主们的普遍认

## 不买公务机七大理由

- 购买价格昂贵，维护保养成本高
- 航线申请 / 停放等手续麻烦
- 过于高调，太张扬，不符合低调的性格
- 民航航线已能够满足出行需求
- 对公务机的了解甚少
- 更倾向于包机，同等条件下更有性价比且可以根据自己的需求选择不同的机型
- 国企等特殊企业形象限制购买

**购买公务机的考虑因素**

**品牌**

知名度高的大品牌，有一定档次，质量表现及售后服务均享有很好的口碑，而在朋友圈子中使用者多的流行公务机品牌通常是他们购买时首要考虑的牌子。

**性价比**

在满足出行需求的情况下更具性价比，如购买及后期维护，投入成本合理。

**机型**

根据自己的航程需要和出行习惯选择符合要求的机型。通常情况下，新推出的系列会受到更多的偏好。

**安全性**

更高更权威的技术含量保证飞行的安全系数。

**舒适度**

机舱内的活动空间宽敞合理，座椅或卧具的舒适度高，合适的高空舱压，安静的飞行环境。

资料来源：2016 胡润百富及民生金融租赁《中国公务机行业特别报告》专项调研

可和偏好，且产权的共同使用解决了低调企业家们对于公务机过度张扬的担忧。但是，对于那些强调彰显“尊贵”、“面子”、“实力企业形象”的机主而言，产权共享显得有失身份，无法满足他们证明身价与高端企业形象的基本要求。并且产权共享在使用上也显得不太自由，某些高密度使用公务机的时段会引发纷争和矛盾，如圣诞、春节期间集中使用公务机度假出游的情况。

### *购买的信息渠道*

由于企业家们的圈子文化，朋友推荐是购买公务机时的重要信息渠道。出于信任，熟悉朋友的良好使用评价通常在购买时起着至关重要的作用。此外，专业有信任度的销售商或管理团队推荐也是购买时有影响力的信息渠道之一。

## 公务机置换

在公务机的置换上，多数现有机主都表现出了较大的意愿，原因是现有的公务机已经购买了一段时间（3 年以上），无论从功能或情感因素上都已经无法完全满足他们的需求了。

随着财富的增长以及对于公务机知识的愈发了解，机主们在品牌与机型的置换选择上，自然是一个逐层向上迭代的过程，如同当年自驾车从丰田到宝马到玛莎拉蒂的逐级更换，公务机的购买亦会是一个越来越高端的趋势，即价格更昂贵，品牌更豪华，配置更高端，乘坐更舒适，空间更宽敞，飞行更安全，可直飞的航程距离更远等等。基于目前中国机主的使用品牌与机型，未来，大型公务机可能成为更被看好的细分产品市场。

***随着财富的增长以及对于私人公务机知识的愈发了解，机主们在品牌与机型的置换选择上是一个逐层向上迭代的过程。即价格更昂贵，品牌更豪华，配置更高端，乘坐更舒适，空间更宽敞，飞行更安全，可直飞的航程距离更远等。***

**公务机置换原因**

- 原有公务机在使用一段时间后需要更新换代；
- 全球化趋势及业务的扩张，更长的航程需求逐渐显现；
- 受到公务机品牌更新换代的影响，更安全的飞行技术，更舒适的乘坐环境吸引他们升级现有的公务机；
- 当初购买较低配置的机型作为尝试，在熟悉之后自然需要更换更高端的产品以彰显自己和企业的身份实力及品质。

资料来源：2016 胡润百富及民生金融租赁《中国公务机行业特别报告》专项调研

# 公务机专家访谈

公务机行业的专家和飞机厂商们对于整个行业的见解与购机的建议。

**艾德 · 博伦 Ed Bolen**

美国国家公务机协会总裁兼首席执行官

***《胡润百富》：您如何看待中国公务机市场的现状？***

**Ed Bolen：** 从 2005 年举办第一届 ABACE 开始直至今日，我们目睹了中国各地在公务航空领域的强劲和稳健的发展过程。这一增长势头让我们发现北京、新加坡和香港等城市能和老牌的金融中心城市，如洛杉矶、日内瓦和纽约等相提并论。越来越多的公司和商务专业人士发现，公务机已经成为了又一种高价值的营商工具。

***《胡润百富》：公务机对比民航机有哪些便利之处？***

**Ed Bolen：** 公务机显著提升了企业在安全无忧的环境中进行商务活动的能力。同时，它也为商务人士提供了极大的便利性和灵活性，增强他们在全球市场上的竞争力。公务航空也帮助了国内与其他亚洲大城市，还有小型地区性市场进行无缝连接，提供无可比拟的优势。这将对提升地区经济活动的投资起到直接作用，同时为地区经济的发展做出贡献。

***《胡润百富》：中国买家们喜欢购买什么类型的飞机？他们经常会关注飞机的哪些方面？***

**Ed Bolen：** 公务航空的一个重要优势就是可以运送公司的主要决策人和其他重要人员，但决定购买何种类型的飞机则会牵扯到许多其他因素。比如，一些中国公司要求飞机可以运载参加会议的多名人员，他们会对比较大型的飞机感兴趣。即便如此，我们仍然发现在中国市场上，各种型号的飞机都颇受欢迎。2016 年 ABACE 上参展的各种型号飞机就是一个印证，这些飞机的适用范围和用途非常广泛，从单引擎飞机到大型公务喷气式飞机，甚至直升机，不一而足。

***《胡润百富》：中国政府提出了改革国内空域管理系统，为公务航空产业的发展起到哪些促进作用？***

**Ed Bolen：** 我观察到政府对公务航空能为地区带来的巨大潜能颇为认同，也越来越多地对在亚太地区建立强健的航空网络提供政策支持和发展举措，例如《中国民用航空发展第十二个五年规划》的出台。毋庸置疑的是，NBAA（美国公务机协会）支持中国政府放宽对现有公务航空的政策管制。如同我们在其他地区和国家所见到的那样，如果这些管制得以放宽，公务机行业就能实现更快增长。

***《胡润百富》：和欧美的公务航空市场相比，中国市场有哪些特点？***

**Ed Bolen：** 值得注意的是，中国的公务航空市场和这个行业在欧美国家所扮演的角色并无太多差异。这些国家有着非常相似的特点，其中包括偏远地区的庞大人口无法轻易地通过传统交通工具进行运送。公务航空是一个全球性的行业，因此它的优势也是全球性的。在当今竞争日趋白热化的商务环境中，这个行业所能提供的价值可以覆盖所有的地区。

***《胡润百富》：目前中国公务机的交易市场中，全新还是二手的公务机更为畅销？原因是什么？两者各有哪些优缺点？***

**Philip Rushton：** 我发现直到最近，多数中国买家都倾向于向 OEM 厂家（原始设备制造商）购买全新飞机，新的飞机在中国最受欢迎。显然，购买“新”飞机能让制造商在交货前为客户进行完全的个性化定制。新飞机也享有 OEM 提供的完全质量担保，一般是五年的质保期。不过，多数的中国买家因为不懂得寻找专业人士和 OEM 厂家议价，所以支付的价格往往会高出很多。此外，飞机交货也需要等候时间，有些型号的等待期甚至会高达两年。

就二手飞机而言，只要这些飞机还比较新（机龄在五年以内），就能和新飞机一样享有质保（到期前剩余的质保期）。不过，二手买家可能在开始时就要在飞机的内饰、外装、设计和设备方面降低要求。购买二手飞机最大的优势就是“时间”（交易时间通常在两个月以内）和“金钱”（即使是机龄小于一年的飞机，也会比在 OEM 处购买全新飞机便宜几百万美元）。

***《胡润百富》：与欧美国家的机主相比，中国的机主有什么特点？***

**Philip Rushton：** 欧美机主使用公务机的时间远超中国，所以在经验上会有所不同。国外的飞机买家有更多的资源来选择飞机，在购买前有更多的渠道来查看和试飞。他们在购买决策上的考虑通常更加周全，这些买家乐意听取独立顾问的建议。而且，他们做决定的时间可长可短，这一过程在很大程度上取决于决策者的类型。如果决策方是一家大型公司，就会有多人参与购买流程。如果买家是一名超级财富创造者，就会比较快作出决定。当然，上述两种类型的买家都会在听取专家意见后才做出最精明的购买决定。

中国买家更为传统，他们会听取家庭成员或好朋友的意见。除非中国买家意识到购买是一个漫长复杂的过程且曾有海外生活经历，他才可能寻求专家的意见。和国外买家类似，中国买家的决策时间也有长有短。不过总的来说，我们发现他们“很有耐心”，在决定购买前会问许多问题。

***《胡润百富》：近年来，在飞机内饰方面，有哪些不错的技术革新？***

**Philip Rushton：** 在为飞机进行内饰设计时，公务机机主们的要求变得越来越高。曾经只有 OEM 厂商为机主建议内饰、材料和设备配装，现在买家采用飞机内饰设计师的专业服务来安排整个飞机的内饰。这些设计师通常来自于游艇设计行业，很多人曾在 OEM 厂商处积累了专业经验，然后开办独立的公司来拓展业务。

和家里的厨房、汽车和个人通讯工具一样，配备全新或传统内饰的飞机装备也不断在更新换代。好消息是，这些装备越来越便宜了，而飞机的主要部件也变得越发高效和紧凑。在飞机内饰发展中最重要的方面之一就是不断追求部件或材料的减重，典型的例子是轻量金属和碳纤维材料的使用。这对提升公务机性能和载重量来说至关重要。

**Philip Rushton**

亚洲公务航空顾问有限公司总裁，《Bizjet Advisor》杂志出版人

***购买“新”飞机能让制造商在交货前为客户进行完全的个性化定制。购买二手飞机最大的优势就是“时间”（交易时间通常在两个月以内）和“金钱”（即使是机龄小于一年的飞机，也会比在 OEM 处购买全新飞机便宜几百万美元）。***

**蔡海文 Herman Chai**

湾流公务机
远东及亚洲区域副总裁

***《胡润百富》：与 5 年前相比，目前的公务机买家有怎样的购买理念？***

**蔡海文：** 我们看到，公务机市场在中国日渐成熟，很多公司都认识到公务机是能让他们实现业务增长并提高竞争力的商务工具。我们的超远程飞机依然是最热门的机型，同时，有越来越多的客户关注我们的中型客舱飞机，原因便是这类飞机和他们的实际需求相吻合。

***《胡润百富》：中国买家选择湾流公务机最常见的原因是什么？***

**蔡海文：** 在亚太地区近 300 架湾流飞机中，80% 以上都是大客舱的 G450、G550、G650 和 G650ER 飞机。这些机型颇受欢迎的原因之一是它们的性能。这些湾流大客舱飞机的航程从 8,000 公里到大约 14,000 公里，可以让客户从亚洲直飞欧洲、非洲和北美洲。总而言之，中国客户购买湾流公务机最常见的五个原因是安全性、灵活性、可靠性、省时和技术性能。

***《胡润百富》：中国公务机机主在飞机内饰设计方面有没有特别的偏好？***

**蔡海文：** 我们所有的湾流飞机都可定制以满足客户的独特需求。中国客户自然有一些独特的要求，例如需要烧开水的器具、符合中国文化的餐具、适合六人用餐或开会的六座位会议区、洗手间的坐洗盆功能等。在风格方面，我们很少看到非常华丽的内饰。不过，亚洲客户通常喜欢在内饰设计中采用奢侈品牌。

***《胡润百富》：目前你们在中国市场面临最大的挑战是什么？***

**蔡海文：** 我们所面临的一些挑战与基础设施和资源有关。虽然这方面已有了长足的进步，但仍有待提高。比如建设配备固定基地运营服务的专用通用航空机场，目前，在与航空公司共用商用机场时，公务机能否获得起降时段许可面临很大的挑战。除此之外，在所有的主要机场长期甚至短期停机都正在变得越来越抢手。所以，我们希望看到公务航空有更多可用的机场，起降时段和停机位，更多的固定基地运营（FBO）服务以及训练有素的飞行员和维修技师。

图片 湾流 提供

***《胡润百富》：相较于欧美市场，中国公务机市场有哪些特点与不同？***

**Jean Jacob：**一方面，中国的公务航空行业仍处于强劲发展的阶段。大部分买家都是刚刚起步，之前从未拥有过任何飞机。但是在更为成熟的欧美市场，大多数的买家都是“老手”，他们购入一架新飞机来替代老飞机。另一方面，中国的公务航空行业也处于快速成长期，开始接受那些更加便宜的二手飞机，二手飞机也是航空行业中的一个类别，在欧美已经高度发达。

***《胡润百富》：中国买家有什么特点？***

**Jean Jacob：**中国的买家喜欢在旅途中保持私密性，以免被竞争对手窥探；他们重视灵活性，避免受到普通航班的时刻表限制或是各个机场之间的来回奔波；他们期待旅途中的真正安全性；他们也注重舒适性，希望能在降落时就投入工作；他们期望在旅途中找到家的感觉，因此他们会根据自己的喜好设计机舱并选择装修材料。

***《胡润百富》：在乘坐飞机时，机主最常遇到的问题是什么？***

**Jean Jacob：**买家遇到的最常见问题都与机场和航线的拥堵有关。有时他们或许要等待很长时间才能获得“起飞”或者“着陆”的位置，这对行程会造成一定的影响。正值中国的公务航班处于飞速发展期，难免会遇到人员缺乏培训的问题。当然政府已经在着手解决这个问题，这需要感谢政府对人员培训、航空管控设备和机场建设上巨大的定期投资。我们预计中国的买家会在不久的将来享受到更为优良的航空环境。

***《胡润百富》：您对 2016 年中国公务航空业的预期和展望如何？***

**Jean Jacob：**中国的公务航空业正处于稳定发展的时期。过去几年里，整个行业停止了高速增长，相反，开始进入了理性发展的时期。买家们现在已经明确了自己的切实需要，且花时间就飞机和其相关服务（管理、注册等）分析不同的解决方案。这对中国公务航空业的所有从业者来说，是一个向最高标准进军，向中国市场提供最佳服务的绝佳机遇。

**Jean-Michel Jacob**

达索猎鹰
亚太区总裁

图片 达索猎鹰 提供

**关东元**

巴西航空工业公司
高级副总裁，大中华区总裁

***《胡润百富》：巴航工业对 2016 年的公务机市场有什么预期？公司会有哪些新的规划？***

**关东元：** 巴航工业预期 2016 年公务机市场会保持一个稳定增长的态势。无论是新飞机的销售还是交付情况，整体应该会比 2015 年更加乐观，主要是基于三个方面的考虑：一是随着更多客户愈发意识到公务机出行所带来的便捷以及无可比拟的时间效益，给了公务机市场新的契机；二是从 2015 年年中起，中国公务机市场迎来了第一波公务机机队更新换代、替换旧机型的浪潮，这无疑给公务机销售市场注入了新的活力；三是中国高收入人群的增加，给公务机市场带来了很多商机。根据《2016 胡润全球富豪榜》，大中华地区以 568 位十亿美金超级财富创造者人数首次超越 535 位的美国。中国城市在最多上榜超级财富创造者居住的世界十大城市中占了一半：北京、香港、上海、深圳和杭州。根据巴航对市场的预测，公司将主要做两方面的规划。首先是加强整个客户服务与支持及专业团队的建设，旨在准备为更大的公务机机队提供更优质的服务。其次是加强对公司公务机产品宣传的力度以及公务出行概念的普及。

***《胡润百富》：相较于欧美市场，中国公务机市场有哪些特点与不同？***

**关东元：** 相较于欧美等成熟的公务航空市场，中国的公务机市场还比较新，市场发展不是很成熟，但发展十分迅速。举例来说，过去 6 年，中国公务机机队的规模年增长率超过了 25%，过去 4 年中，运营商的数量从 14 家增至 52 家，这是一个十分可观的发展态势。其次，与成熟的欧美等地的公务航空市场比较，中国市场在基础建设等方面还比较滞后，尤其是机场等航空资源。

***《胡润百富》：在中国，您遇到过哪些挑战和困难？***

**关东元：** 除了上文中提及的基础设施等资源不够完善，中国公务航空市场还面临缺少成熟的公务航空文化，运营商缺乏运营经验以及专业人才的匮乏等问题，从一定程度上制约了公务航空市场的快速发展。

**韩智宇**

庞巴迪公务机
大中华区副总裁

***《胡润百富》：从公务机制造商的角度，与我们分享一下 2015 年庞巴迪在中国公务机市场的收获与感受？***

**韩智宇：** 中国经济正面临从高速发展向中高速发展的转型期。同时，中国公务机市场历经 2008 年至 2012 年的惊人发展，进入了新的发展阶段。2015 年，我们注意到包括中国在内的新兴市场出现相对疲软的状态。但是，我们看到公务机需求依然存在，并且中国买家对公务机的了解更多，后期潜力巨大。我们的市场预测认为，中国有潜力在未来十年交付 875 架公务机，总价值达 330 亿美元。我们拥有健康的储备订单，销售团队一直与潜在买家积极沟通。我们自信拥有合适的产品组合和支持团队，能满足中国客户的需求。

***《胡润百富》：庞巴迪公务机在 2015 年最新预测未来 10 年全球将新交付 9,000 架公务机，相比 2014 年的预测下调了 200 架。该调整考虑到了哪些方面的因素？***

**韩智宇：** 由于轻型公务机自市场低迷以来持续表现疲软，庞巴迪在 2015 年调整了预测结果。我们对公务机产业的未来非常看好，预测 2015 至 2024 年将交付 9,000 架公务机。我们认为公务机市场将会实现可靠增长，新兴市场将成为发展动力。就未来十年的交付量而言，中国和拉丁美洲将分别位列全球第三和第四位。

***《胡润百富》：如今互联网 + 的思维已逐渐融入各个行业，公务机行业和互联网有怎样的关联？***

**方新宇：**互联网对于公务机行业算比较新的领域。作为行业领先企业的金鹿在这方面也作了不少的努力。比如，2015 年 2 月我们在天猫的网店推出了“调机”服务。自此以后，我们在互联网领域有了更多的尝试。2016 年 1 月底，我们的手机 APP 也顺势而生，为包机客户预定航班提供了便利。而我们的微信号已经运行了 3 年多的时间，受到了社会各界的认可。但是，我认为这还不是互联网最核心的东西，金鹿所追求的更多是如何让产品质量提高，如何保证客户的更佳体验，我们的后台在不断地探索。我们的 EFB（Electronic Flight Bag System）电子飞行包系统就是一个典例，它是数字化和数据库技术在飞机驾驶舱和客舱的应用。

***《胡润百富》：在金鹿的包机客户中，商业和旅行用途的比例是多少？***

**方新宇：**保守估计，至少 80% 的客户为了商务用途而选择包机，20% 左右出于旅行的目的。而这 20% 的人群中，他们的旅游其实是和商务结合进行的——旅游顺带进行商务考察。原因是这些社会精英的时间非常有价值，他们会精心安排行程，尽量不做无谓的浪费。

***《胡润百富》：金鹿航空目前在运营的公务机有多少架？在选择自有飞机时，你们注重哪些因素？***

**方新宇：**我们在北京、上海、香港地区加起来拥有将近 90 架公务机。其中自有飞机不到 20 架，剩下的都是托管。在选择自有飞机时，我们看中带给客户的体验。诸如性能、航程、舒适度、后续维修的衔接和知名度等，都是我们会考虑的因素。我们的自有飞机中，湾流的比例较多。

**方新宇**

金鹿公务航空有限公司
副总裁

***保守估计，至少 80% 的客户为了商务用途而选择包机，20% 左右出于旅行的目的，而这些人群中，他们的旅游其实是和商务结合进行的。***

---

***《胡润百富》：据您了解，亚联的客户在财富使用方面持有怎样的观点？***

**杜彦鹏：**那些购买了公务机的客户，无论他们使用的频率是多是少，关键在于他们积累的财富足够享受公务机这个产品了。当然，我们在实际的运作中，每位客户都有其严格的控制流程。每年年初就会把整年的花销给算出来，他们有心理预期，也能承受得了。比如，每年花 2,000 万享受我们的专属化公务机服务，对客户而言，只要物有所值，是完全可以接受的。我们的客户经历过人生起落，对于消费不会特别敏感，愿意用个人的财富享受便捷和舒适。

***《胡润百富》：是否有客户要求除了自己的正常飞行外，在不使用公务机时，请亚联帮他经营？***

**杜彦鹏：**要回答这个问题，我需要把亚联的客户分为三类。第一类人群，他们使用公务机的频率非常高，并没有什么时间可以留给第三方用。第二类人群，他们虽然不经常使用公务机，但自己的飞机也不愿让第三方使用。这从私密性和个性化角度解释便不难理解其缘由。第三类人群，客户愿意在自己飞机不使用时，给其他客户使用，以便减轻一些财务压力。这三类人群基本是各占三分之一。

**杜彦鹏**

亚联公务机有限公司
副总经理

# 机主访谈实录

公务机机主、包机使用者对公务机的使用体验及对公务机行业的看法。

**机主 A**

拥有机型：庞巴迪 5000 & 湾流 G650

***《胡润百富》：您使用公务机的主要用途有哪些？***

**机主 A：**以商务出行需求为主，有时个人度假也会使用。

***《胡润百富》：您的公务机每年平均飞行多少小时？***

**机主 A：**基本上每年使用 600 小时以上。

***《胡润百富》：请问您的公务机一般会乘坐多少人？***

**机主 A：**国际航线不超过 6 人，因为考虑到平躺着睡觉的需要，必须有较多的空间保证舒适性。国内航线的话基本就在 12~13 人左右。

***《胡润百富》：您当初怎么会想到购买私人公务机的呢？***

**机主 A：**方便，不用去航站楼安检，不用办理很复杂的登机手续，我觉得公务机最大的优点还是在于其便捷程度高。而且我特别注重工作效率，可能随时随地都会需要开会或讨论一些东西，这些在公务机上就能很轻松地完成，节约了很多时间。另外，私人公务机也是公司品牌形象和信誉的一种标志，对于提升企业形象，促成合作起到了很大的融合和推动作用。

***《胡润百富》：您当时在购买公务机时是如何选择的？考虑了哪些因素？***

**机主 A：**首先是品牌和机型，当时考虑的是比较知名的庞巴迪和湾流，买的时候，庞巴迪 5000 是个新出来的机型，湾流那时候并没有新的机型推出，只有 G5，这款机型就比较老了。我们将这两款机型进行了对比，综合舒适性和经济性这些指标，发现庞巴迪 5000 还是更胜一筹的，尤其是舒适性方面，它的机舱比较宽敞，座舱的舱压在高空飞行时也相对比较舒适。

***《胡润百富》：是什么原因促使您购买了第二架公务机？***

**机主 A：**随着公务机的知识越来越完善以及使用上的越来越频繁和熟练，第一架公务机就会呈现出很多问题，比如航程不够，有些地方太远了不能直飞，又比如在舒适性上的问题，高空飞行时的舱压调整和配套设施不适宜，长途旅行会很累，还有就像买车一样，出来更新款时总会想着再换一架更高级别、更好配置的。

***《胡润百富》：您如何看待产权共享？是否会考虑呢？***

**机主 A：**我觉得产权共享可能在“面子”上会有些过不去，“合买”总感觉有点掉身价。但是对于飞行需求量不大的客户我个人还是建议共享这种方式更适合些，因为相对来说更经济实惠一点，唯一需要注意的是在使用时间上要调配好，像春节，圣诞节这种假日，大家的需求量都很大，就应该事先考虑好如何分配使用，否则容易出现矛盾。

***我觉得产权共享可能在“面子”上会有些过不去，“合买”总感觉有点掉身价。但是对于飞行需求量不大的客户我个人还是建议共享这种方式更适合。***

**机主 B**

拥有机型：庞巴迪 5000

***《胡润百富》：您的公务机一般飞哪些地方？频率如何？***

**机主 B：** 深圳飞上海，北京、广州、香港和一些旅游度假的景点，频率基本上每个月 4 次的样子。

***《胡润百富》：您公务机的注册地在哪里？***

**机主 B：** 开曼群岛。

***《胡润百富》：您购买公务机的初衷是什么？***

**机主 B：** 有钱自然就要买公务机了嘛，然后乘坐公务机会很舒服，它私密性高。基本能按自己想要的出行时间走。能去没有民航航班的机场。过安检速度较快。行李能带很多。

***《胡润百富》：您是否会考虑购买第二架飞机？***

**机主 B：** 以后会置换吧，像买车一样，刚刚开始买丰田用用，用熟了之后肯定会买更好的，像宝马、奔驰这些。对于将来置换的飞机来说，它的飞行距离要更长，可以飞去国外，像美国、欧洲这些地方。同时也要更舒适高端。

***《胡润百富》：您怎么会最终决定购买这个品牌的公务机？***

**机主 B：** 身边的朋友都买了这个品牌的公务机，他们都有使用过，而且感觉还不错，我们就互相影响，都买了这个牌子。总的来说，它的安全性不错，然后机舱更宽敞，是能坐 15 个人的大飞机。

***《胡润百富》：您购买公务机时的支付方式是什么？***

**机主 B：** 通过境外私人银行进行融资，因为国外的融资成本低，利息上 2~3 厘就能做到了，税费也比较少。而在中国融资，成本就显得太高了，国内购买本身需要缴纳的税费就比国外多，利息也高，不太划算。

***《胡润百富》：您对于中国公务机市场配套服务的评价如何？***

**机主 B：** 维修保养方面我不是特别满意，我选的这家管理公司的服务很不好，刚买的新机说我的电脑是旧的，马上需要更换，太不靠谱了。另外在公务机的使用过程中，全国机场的使用费太贵，没有专门的公务机机场，需要和民航机一起排队，所以经常会有流量控制，只能在不理想的时间起飞降落，有些地方甚至没有停机位，比如我去过的北京、三亚，都不能停飞机。

***《胡润百富》：您对于融资租赁有什么样的看法？***

**机主 B：** 不太了解，但是如果他能够提供一个很好的融资安排（比如利息合理），我觉得我还是会考虑的。

图片 庞巴迪 提供

**包机使用者 C**

青睐的公务机品牌：湾流、达索

***《胡润百富》：您为什么选择包机，而不是购买自己的公务机呢？***

**包机使用者 C：**第一是省钱，我们有详细计算过，每年飞行 400 个小时，包机的租用成本在 3,000 万左右，而如果自己购买飞机的话，它的维修保养成本和油费，停机费这些加起来也是每年 2,000~3,000 万左右，但是包机能够省去购买飞机的费用以及转售之后的折旧成本。这样算下来，自己购买飞机的总费用基本要比包机的成本贵 50%。第二是省事，我不用雇佣管理公司做维修保养，也不用管购买以及之后转售过程中的一系列手续，方便省心很多。第三是有更多的机型选择，可以根据自己的偏好和每次出行的需求选择不同的飞机，想坐 737 就坐 737，想坐湾流 550 就坐湾流 550，更灵活，而且可以有不同的体验。

***《胡润百富》：包机最常用的航线是哪些？***

**包机使用者 C：**根据我的生意分布，国内像上海、海南、哈尔滨、重庆这些省会级城市；国际的话就是欧洲的德国、法国、意大利、瑞士这些以及北美的美国、加拿大。

***《胡润百富》：您通常会选择哪些包机公司？是怎么选的？***

**包机使用者 C：**我一般就用两个，一个是海航的金鹿，还有一个是我朋友开的公司。海航资源比较多，可以选择的飞机机型多，但因为它是大型国有企业，所以服务不太好，想得不太周到，有点像“大锅饭”，没法根据我的需求做一些定制化的东西。而我朋友的公司资源选择比较少，但是服务很细心体贴。

***《胡润百富》：相比于民航机，您认为包机有哪些便利？***

**包机使用者 C：**我感觉包机可以提高一倍的效率，因为起飞降落时间可以由我们自己定，我通常会选择晚上飞行，睡一觉，白天到达目的地，就能直接去办事儿了。而在进出飞机场的过程中它也会节约很多时间。第二，如果有专有的飞机的话，别人对你的信任，对品牌信誉的认可度会有所提升。第三，可以直接在飞机上开会，在这种私密和密闭的环境中讨论一些重要的商业方案也会更放心。第四，对于那些还没有通航的或者航班比较少的地方，他的价值和便利就更高了。

***《胡润百富》：您比较青睐的公务机品牌有哪些？***

**包机使用者 C：**湾流和达索。达索三个发动机感觉更安全，湾流流线型的设计不仅时尚美观，而且会让机舱内的空间显得十分宽敞，倍感舒适，它的安全系数相对来说也是比较高的。

***《胡润百富》：您是如何看待中国公务机市场的？***

**包机使用者 C：**虽然目前空中管制和对公务机的开放程度仍有所限制，而且现阶段的政治环境也比较敏感，大家都趋向于更收敛和低调。但我觉得中国公务机的未来还是有很大的市场的。因为公务机交易对于国家经济的贡献巨大，同时也能够提高很多公司的效率，所以随着国家的进一步开放，未来两三年公务机市场肯定会回暖，呈上升趋势。

***我感觉包机可以提高一倍的效率，因为起飞降落时间可以由我们自己定，我通常会选择晚上飞行，睡一觉，白天到达目的地，就能直接去办事儿了。***

# 关于民生金融租赁股份有限公司

民生金融租赁股份有限公司成立于2008年4月，是经中国银行业监督管理委员会批准设立的首批5家拥有银行背景的金融租赁企业之一，为中国民生银行控股子公司，目前注册资本为50.95亿元人民币。

民生金融租赁是国内仅有的几家资产规模突破1,000亿元的金融租赁公司之一，资产规模与创利水平稳居行业第一梯队，资产收益率、净资产收益率等运营效率指标名列前茅。截至2015年末，公司拥有飞机近300架，其中公务机154架，是亚洲最大的公务机租赁公司。租赁物主要覆盖公务机、直升机等通用类飞机、飞机发动机、模拟机、航材、机场及其他航空设备等。

民生金融租赁是中国公务机联盟的发起人和现任会长。2012年民生金融租赁联合了七大公务机主流制造商和境内外知名公务机运营商，发起了中国公务机联盟，并发布了《2012中国公务机上海宣言》，力求共同打造中国公务机市场的完整服务体系。联盟有利地促进了联盟成员和中国公务航空参与者的业务合作发展，推动了中国公务机行业健康有序地发展，成为亚洲区域内规模最大的行业组织。

***民生金融租赁是国内仅有的几家资产规模突破1,000亿元的金融租赁公司之一，资产规模与创利水平稳居行业第一梯队。***

民生金融租赁一直是公务航空业创新的引领者，屡获业内创新大奖，先后获得东疆航空金融论坛，境外政策性银行担保支持中国飞机租赁项目融资创新奖；东疆航空金融论坛，中国租赁公司批量采购公务机最大订单创新奖；2011年至2015年连续五年荣获胡润百富“至尚优品”（Best of the Best）最青睐的公务机金融服务提供商。

# 关于胡润百富：引领由富及贵的格调

总部位于上海的胡润百富，是一个拥有中国高净值人群垂直类大数据，充分利用移动互联网优势为高端品牌提供调研与顾问咨询服务的新型全媒体集团。旗下拥有媒体、公关与活动、调研与顾问咨询、金融投资四大板块；媒体平台拥有胡润百富、胡润国际名校、胡润马道、擎四大品牌。

胡润百富多样化新媒体平台

更多信息，请浏览胡润百富网站 www.hurun.net，关注胡润百富新浪微博 @ 胡润百富，胡润百富官方微信 HurunReport

## 权威榜单

1999 年，胡润在中国打造第一张《胡润百富榜》，已连续 17 年发布，2015 年上榜人数 1,877 人，财富门槛 20 亿。2012 年，创制《胡润全球富豪榜》，已连续 5 年发布，2016 年上榜人数 2,188 人，财富门槛 10 亿美金。除《胡润百富榜》和《胡润全球富豪榜》外，还首创了数个权威性榜单，比如：《胡润慈善榜》、《胡润艺术榜》、《胡润品牌榜》、《胡润少壮派富豪榜》、《胡润女富豪榜》等。

## 市场调研

胡润百富还长期追踪记录高端人群的变化。携手泰康人寿发布《中国高净值人群医养白皮书》，携手民生银行发布《中国超高净值人群需求调研报告》，携手兴业银行发布《中国高净值人群心灵投资白皮书》、《另类投资白皮书》、《消费需求白皮书》，携手汇加移民发布《中国投资移民白皮书》，在亚洲国际豪华旅游博览会发布《中国奢华旅游白皮书》，与星河湾发布《第一居所趋势白皮书》，与中信银行发布《海外教育特别报告》。此外还有《至尚优品——中国千万富豪品牌倾向报告》、《中国豪华车品牌特性研究白皮书》、《中国高净值人群养生白皮书》等等。

## 高端活动

胡润百富每年定向举办上百场高端活动，圈子创造价值，精准强势影响有影响力的圈层。除北京、上海、深圳、三亚等国内城市之外，还带领中国企业家先后走访英国、美国、新加坡、澳大利亚、印度等国家，为领袖级企业家在国际舞台赢得话语权，共同成就中国原创企业家走向世界的梦想。

## 财经脱口秀

2015 年 10 月，胡润百富与约珥传媒倾力打造的年度创新财经脱口秀节目——《马上胡》正式上线第一财经电视、爱奇艺和宁夏卫视，于每周六晚 17:45 首播。开播以来，平均每期获得 40 多万的点击量。

## 胡润国际

2012 年，胡润百富走向印度。如今，胡润百富在当地已知名于《胡润印度富豪榜》、《胡润印度慈善榜》以及一系列为印度最受尊敬的企业家打造的高端活动。

## 金融投资

2015 年下半年，胡润百富与 80 后领军企业家王麒诚夫妇成立胡润创富基金，支持年轻创业者实现创富梦想。

# 擎 WINGS+ WATER

## 奢华 = 空间 + 时间 + 自由

**luxury = $f$ ( space · time · freedom )**

“擎”作为胡润百富旗下，针对两亿资产级别企业家群体的超高端品牌，起步于 2011 年。事实上，在中国顶级富豪们的圈子内，私人飞机和豪华游艇已经成为标准配置。拥有这些超级玩具，除了可以提升生意效率及生活品质，更能拥有可供交流对话的平台。“擎”旨在帮助这些顶级富豪再造一个高端圈层，引导富豪们将这些巨型出行设施打造成财富再生的新工具，并在此基础上引领全新的生活方式。

除了飞机游艇之外，所有富豪关注的话题均为“擎”所关注。从奢华旅游、海外地产、极致尊品到资产管理，“擎”不仅热议当下，更放眼未来，如同带动高端生活的引擎。

胡润百富
HURUN REPORT

民生金融租赁
MINSHENG FINANCIAL LEASING

胡润百富
HURUN REPORT