早期波音在航空业务开发上有一个显著特点:不但开发研制军民用飞机，而且开发民用飞机的延伸产业，如邮政、空运、空客和培训等延伸产业的业务。1929年年底有诺斯罗普等9个公司加盟波音公司。波音企图进行全产业经营方式，然而好景不长。1934年政府要求波音公司的业务分离，波音公司退出航空运输和邮件业务，诺思罗普等公司也被独立了出去

二战结束后，波音的订单也将随之减少，波音总裁威廉·艾伦独到的战略眼光看到了喷气式客机的市场发展前景，喷气式客机的高速度决定了它一旦研发成功必将淘汰当时市场上所有的客机机型，于是他决定孤注一掷进行波音707的研发。最终，根据707原型机制造的喷气式空中加油机和喷气式客机双双取得了大丰收。当时，波音707喷气式客机还被《财富》杂志评为“航空史上最大的胜利”。波音公司也从民机市场上的零纪录一跃成为全球民机市场的霸主。

波音的军民融合战略大放异彩并给予现代的我们雨多启示，其中的四个主要思想和方法论如下：

1. 大体量的公司只有在大体量的市场中才能生存，需求驱动公司发展；波音公司并非个人，其 “公司”的身份要求他跟随时代需求变化，譬如游牧民族“逐水草而居”，而不是精专于某一个领域不动，如此则很容易随着时代一起落幕。
2. 军、民机技术有 60%～70%的通用性，且在设施、人员等方面可以实现高度共享。军民融合可以降低研发风险。波音公司在在研制民用飞机的时候就想到如何转为军用，在研制军用飞机的时候就想到如何转嫁成民用。
3. 在更短的项目研发阶段，则应该抓主要矛盾，解决关键机型的研发。波音707的生产过程中，公司自掏腰包，投入 1600 万美元，相当其战后利润的三分之二，并且在没有航空公司订单的情况下建设生产线。正是因为有这样的眼光，波音公司才终于变成“天下无敌”

4. 在航空工业军民结合发展上各国（政府）都有个认识过程，而且是受社会需要和可能制约的。只有合适的制度环境才能促进企业的发展。同时，波音公司在军民融合过程中不断进行内部机制改革，使得公司制度适应环境和时代，促进公司正向发展