

新世纪高等教育自学考试民航专业系列教材

民航企业管理 概论



唐任伍 编著

MINHANG QIYE
GUANLI GAILUN

中国民航出版社

新世纪高等教育自学考试民航专业系列教材

民航企业管理概论

唐任伍 编著

中国民航出版社

图书在版编目 (CIP)数据

民航企业管理概论/唐任伍编著. —北京: 中国民航出版社,
2008. 2

ISBN 978-7-80110-832-6

I. 民…

II. 唐…

III. 民用航空 - 运输企业 - 企业管理 - 中国

IV. F562. 6

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2008) 第 019694 号

责任编辑: 朱义强

民航企业管理概论

唐任伍 编著

出版	中国民航出版社
地址	北京市朝阳区光熙门北里甲 31 号楼 (100028)
排版	中国民航出版社照排室
印刷	北京华正印刷有限公司
发行	中国民航出版社 (010) 64297307、64290477
开本	787 × 1092 1/16
印张	13.5
字数	292 千字
印数	3000 册
版本	2008 年 3 月第 1 版 2008 年 3 月第 1 次印刷

书号	ISBN 978-7-80110-832-6
定价	30.00 元

(如有印装错误, 本社负责调换)

教材编委会

主 任：唐任伍

副主任：马松伟 钱启增 吴圣谷

委 员：（按姓氏笔画排序）

王华春 田保华 安 佳 朱敬才 李玉梅
李 梅 何 真 晏 辉 黄传武 彭继红

出版前言

改革开放以来，中国民航业的发展十分迅猛，民航年均运输总周转量、旅客运输量、航空货邮量高位增长，成为拉动国民经济增长的朝阳产业，发展速度高于世界民航平均增幅两倍以上，成为仅次于美国的民航业大国。随着中国经济的发展，中国每百万平方公里拥有机场数量将大幅度增加，航班密度、旅客客运量等各项指标都将快速增长，中国将成为亚太地区乃至全球范围内最重要的航空市场。中国民航业的高速发展，必将带动中国民航的产业结构进行相应的调整以及对高素质人才的需求。

民航业是一个高科技、高风险、高投入的行业，由于其安全、技术的硬性要求，以及国际化和跨地域经营的特点，其用人标准相对于其他行业更加严格。具体表现在：一是专业技能要求高。航空运输业是一个资本密集型产业，从业人员必须具备能够操作各类专业设施的技能。二是安全性能要求高。中国民航需要很高的安全要求，规范化、标准化是它的灵魂，因此需要很高的管理水平。三是服务标准要求高。中国民航从业人员需要具有很强的服务意识、服务技巧和专业水准。由于国际化和跨地域经营是航空运输业固有的特点，因此，掌握和理解不同国家和地区的文化、习俗等知识，提高外语水平，是对从业人员尤其是服务人员的基本要求。民航业的上述特点，迫切要求从业人员具有较高的素质和专业水平。

目前，我国专门为民航业培养人才的正规大学偏少，每年培养出来的具有大学学历的人才远远不能满足民航业的发展需要，而有关“民航服务与管理”专业的正规教育和培训尚处于起步阶段，大多数的教育和培训仍沿用传统教育模式，不能适应民航业快速发展的需求。

高等教育自学考试“民航服务与管理”专业的设立，正是按照为中国民航业大力培养合格人才这一指导思想，在教育部考试中心和北京市自考办的领导下，在委托开考单位中国交通运输协会与主考院校北京师范大学的积极推动下问世的，根本

目的就是借助社会力量培养人才，以满足民航业不断发展的需要。

为了保证广大学员有针对性地参加培训和学习，受中国交通运输协会委托，北京师范大学、中国交通运输协会北京航空运输培训中心联合中国民航出版社共同推出了“新世纪高等教育自学考试民航专业系列教材”。这套教材的编撰工作集中了有关方面的专家，结合中国民航业的实际发展情况，既保证了本学科的专业性和知识含量，又兼顾了自学考试的特点，通俗易懂，便于自学。

由于时间仓促，这套教材还有许多不成熟的地方，我们希望通过一段时间的使用，发现问题，不断修订，不断完善。书中存在的缺点和错误，希望读者不吝赐教，我们表示衷心感谢。

教材编委会

2007年5月16日

前 言

随着中国经济的高速增长和综合国力的增强，中国人的生活水平日益提高，安全、方便、快捷的出行方式成为人们日益增长的一种选择。根据预测，中国每年增加2200万中产阶层消费者，乘飞机出行成为他们生活方式的一部分。世界旅游组织预计，到2020年，中国将成为世界第一大旅游目的地国和第四大客源输出国，出境旅游人数将达1亿人次。

国民经济的发展，人民生活质量的提高以及对民航这种高端服务需求的增加，大大促进了中国民航运输业的发展，中国已经成为世界上仅次于美国的第二大航空运输系统，2006年全行业航空运输总周转量超过300亿吨公里，比上年度增长16%，根据发展规划，到2010年，中国航空运输总周转量将达500亿吨公里，客流量将达2.7亿人次，货运量将超过570万吨。未来20年，中国航空货运将保持较高增长速度，其中内地货运的年均增幅将达到10.9%，国际货运年均增幅将达到8.9%，中国航空货运将增长6倍，中国内地的客机需求量将仅次于美国，位居全球第二位，共需要约2650架客机，总价值达2890亿美元。

随着航空总量的扩大和航空需求的增长，中国民航业逐年加速飞机引进以保障其需求：2004年净增90架，2005年净增109架，2006年净增135架。到2010年，中国航空市场预计还需要500架飞机；到2020年，还需要2000多架。飞机制造商美国波音公司总裁更是预计，中国在20年内，需要3000架飞机。2007年1月14日，欧洲空中客车公司发布了最新中国民航市场预测报告，也作出了同样的预测，从2006年到2025年，中国内地将需要3000多架客机和货机，其中包括单通道飞机2050架，小型双通道飞机约600架以及200余架中型双通道飞机和180架超大型飞机。

中国民航业的高速发展，民航业体制改革的深入，必然要求提高中国民航企业的管理水平。与世界先进的民航企业比较起来，中国民航企业的管理水平还比较低，企业的质量管理、人力资源管理、财力资源管理、物力资源管理、信息资源管理、产品和服务的开发能力，以及企业的战略管理等各方面还存在不足，导致企业的效益不高，2006年出现全行业亏损，服务质量也有待提高。这些问题的存在，与中国民航企业缺乏大批高素质、懂管理、会管理的人才密切相关。因此，研究中国民航企业管理的理论和实践，培养大批的适应市场需要的高素质民航人才，就显得尤为迫切。为适应民航业高速发展的需要，真正使中国由民航大国转变成民航强国，加快民航业人才

的培养,就成为中国民航企业发展的重要环节。

民航企业作为一种特殊的高端服务性企业,不但具备企业的一般特点,而且也有着自身鲜明的特点,是一个技术含量高、安全程度高、服务要求高、管理规范的特殊行业。由于安全、技术及对各类设施独特的操作技能的硬性要求,以及国际化和跨地域经营的特点,其对人才的需求也较其他行业具有更加严格的要求。因此,要提高中国民航企业在世界上的竞争力,使中国的民航业快速、稳定、持续发展,培养数量众多的高素质、适应市场需求的民航服务与管理人才,是中国民航企业未来相当长一段时间内的重要任务。

《民航企业管理概论》是新设立的“民航服务与管理”专业的专业基础课教材,学生通过学习,能了解市场经济的基本特征、资源配置方式及市场机制,了解民航企业管理的基本内容,明确民航企业服务和管理职能、特点、目标、任务、内容和方法,懂得民航企业管理中的计划、决策、战略和人力资源配置等,从而在保障民航服务质量和安全的前提下,实现民航企业良好的经济和社会效益,了解民航企业服务与管理所必备的基础知识,了解民航企业的性质、功能、基本特点及其作为市场主体的行为,了解管理在民航企业中的作用和地位,认识民航企业的发展离不开先进的管理,先进、精细的管理是民航企业提高服务质量,提高经济和社会效益的关键,掌握民航企业的计划、决策、战略、控制,掌握民航企业的质量管理、财务管理、人力资源管理、物力资源管理、信息资源管理、战略管理等基本知识等。

教材内容简练、文字通俗、资料丰富,紧密结合民航企业的实际,适合民航专业的学生阅读和自学。由于国内尚没有一本专门为民航专业学生编写的管理教材,所以在编写过程中参考了大量国内有关的书籍和著述,在此表示衷心的感谢。我的学生崔炜为本教材的编写搜集了大量的资料,在此也表示致谢。由于编写这种专业性很强的教材经验不足,再加上时间仓促,教材中还有许多不成熟的地方,希望通过一段时间的使用,从中发现问题,不断修订、不断完善。书中存在的缺点和错误,希望读者不吝指出,我们表示衷心感谢。

编 者

2007年9月于洞天斋

目 录

第一章 市场经济基础和市场主体	(1)
第一节 市场经济是一种资源配置方式	(1)
第二节 市场经济的特点和功能	(4)
第三节 市场经济规律和市场机制	(9)
第四节 市场经济运行中的主体	(14)
第二章 民航企业与民航企业组织	(31)
第一节 民航企业的功能与类型	(31)
第二节 民航企业组织	(38)
第三节 民航企业管理	(45)
第三章 民航企业的计划与决策	(53)
第一节 民航企业的计划	(53)
第二节 民航企业决策	(58)
第三节 我国民航企业管理发展的演变	(67)
第四章 民航企业质量管理	(73)
第一节 民航企业质量管理内涵及其发展阶段	(73)
第二节 民航企业质量管理体系	(82)
第五章 民航企业人力资源管理	(90)
第一节 民航企业人力资源管理的内容和特征	(90)
第二节 民航企业人力资源配置	(98)
第三节 民航企业人员培训与绩效考核	(100)
第四节 民航企业人员激励	(104)
第六章 民航企业财力资源管理	(113)
第一节 民航企业财力资源管理的内涵和基本内容	(113)

第二节	民航企业成本和利润管理	(114)
第七章	民航企业物力资源管理	(122)
第一节	民航企业物力资源管理概述	(122)
第二节	民航企业的物流管理	(123)
第三节	民航企业设备管理	(127)
第八章	民航企业信息与技术资源管理	(131)
第一节	民航企业信息资源管理的内容和管理信息系统	(131)
第二节	民航企业技术资源开发和管理	(144)
第三节	民航企业新产品、新服务开发	(147)
第九章	民航企业战略管理	(152)
第一节	民航企业战略管理内容	(152)
第二节	民航企业战略环境分析	(156)
第三节	民航企业总体战略	(162)
第四节	民航企业竞争战略	(172)
附录 1	《民航企业管理概论》考试大纲	(181)
附录 2	题型举例	(203)

第一章 市场经济基础和市场主体

第一节 市场经济是一种资源配置方式

一、资源及其配置方式

人类自诞生以来，就一直为经济问题所困扰，生存和发展始终是人类所要面对和解决的两个基本问题。当人类进入 21 世纪之后，科学技术日新月异，但人类生存和发展的两大问题仍然没有得到很好的解决，饥饿、失业、通货膨胀、贫富分化、环境恶化、战争等，仍然是各国面临的普遍难题。

1. 人的欲望和资源的稀缺性

相对于其他动物来说，人是有需求、有欲望的。饿了想吃，冷了想穿，渴了想喝，吃饱了想吃好，穿暖了想穿漂亮，这些欲望可能产生于生理需求，也可能产生于心理需求。人不但有欲望，而且人的欲望是无限的，即人们的欲望永远也没有完全得到满足的时候。一种欲望满足了，又会产生新的欲望，永无止境，所谓“欲壑难填”，就是指人类欲望的无限性。有人把人的欲望视为万恶之源，但从另一种角度讲，正是人类欲望的无限性，推动了人类为了满足自身的欲望而去不断地追求和探索，从而也推动了人类的进步和发展。

人有欲望，因此就需要用各种各样的物质产品和劳务来满足。而物质产品和劳务需要用各种资源来进行生产，但是谁都知道，一个社会、一个国家，即使再大，资源再怎么丰富，也总是有一个相对有限的量，绝不会无穷尽，资源是稀缺的、有限的，譬如说，生产粮食的土地是有限的，生产建筑房子用的钢材所需要的铁矿石是有限的，开汽车用的石油是有限的——相对于人类社会的无限需求来说，或者说相对于人的欲望的无限性来说，资源总是不足的、有限的。这种欲望无限而资源有限的特点，就是经济学所说的稀缺性。因此，稀缺性不是指资源绝对数量的多少，而是指相对于人的无限的欲望而言，再多的资源也是稀缺的，稀缺性是指资源的相对有限性。

稀缺性是人类面临的永恒问题，稀缺性的存在是绝对的，它存在于人类历史的各个时期和一切社会，无论是古代还是现代，无论是贫穷的非洲还是富裕发达的欧美，都存在资源的稀缺性。因此，资源有限性与人们需要无限性的矛盾是人类社会最基本的矛盾。

资料：中国资源的短缺

资源是一个宽泛的概念，人们从不同的角度，对其作出了不同的解释。联合国环

境规划署 (UNEP) 关于资源的定义是: 一定时间地点条件下, 能够产生经济价值以提高人类当前和将来福利的自然环境因素和其他要素。从广义上理解, 资源概念泛指一切资源, 即一切可以开发为人类社会生产和生活所需的各种物质的、社会的、经济的要素, 包括各种物质资源 (各种自然资源及其转化物料)、人力资源 (劳动力、智力等人才资源)、经济资源、信息资源和科技文化资源等。这些资源都是人类社会经济生活发展所必不可少的基本生产要素和生活要素。从狭义上理解, 资源概念仅指物质资源, 即一切能够直接可开发为人类社会所需要的用其作为生产资料和生活资料来源的、各种天然的和经过人工加工改造的自然物质要素, 以及人们在自然资源使用过程中对产生的剩余物和弃置物通过加工重新使其恢复使用价值的物质资料。物质资源是人类社会赖以生存和发展的基础, 是人类生产和生活的源泉, 调节着人同自然界物质和能量的交换循环, 维系着自然生态系统的平衡。因而物质资源在相当程度上决定着人口的分布转移、社会生产力的布局调整 and 产业结构的组合变化, 制约着经济与社会的进步。随着我国经济的迅速增长, 各类自然资源面临着巨量消耗需求和生态环境保护压力的双重约束。

中国地大物博, 资源总量巨大, 陆地面积居世界第 3 位, 已探明的矿产资源总值居世界第 3 位, 耕地面积居世界第 4 位, 河流年径流量居世界第 6 位, 森林面积居世界第 6 位。从总量看, 中国许多自然资源位居世界前列, 是名副其实的资源大国, 已发现并探明储量的矿产种类就有 160 多种, 是世界少数几个矿种比较齐全的国家之一。但中国有 13 亿人口, 再大的资源总量用 13 亿人平均, 就显得微不足道。世界上的发达国家消耗着地球上 75% 的能源和资源, 而中国的自然资源, 包括土地、水、森林、矿产、能源、草原、海洋、内陆水产、野生动物等, 人均占有量都在世界平均值以下, 中国人均土地占有量不足世界平均水平的 $\frac{1}{3}$, 水资源为世界平均的 $\frac{1}{4}$, 森林资源为世界平均的 $\frac{1}{10}$, 耕地资源为世界平均的 $\frac{1}{5}$, 人均不到 1.4 亩, 为美国的 $\frac{1}{10}$, 45 种主要矿产资源为世界人均的 $\frac{1}{2}$, 中国是世界上 13 个最缺水的国家之一, 美国的人均用水量是中国人的 100 倍。中国以占世界 9% 的耕地、6% 的水资源、4% 的森林、1.8% 的石油、0.7% 的天然气、不足 9% 的铁矿石、不足 5% 的铜矿和不足 2% 的铝土矿, 养活着占世界 22% 的人口。大多数矿产资源人均占有量不到世界平均水平的一半, 煤、油、天然气等支柱资源人均只及世界人均水平的 55%、11% 和 4%, 且后备储量不足。据预测, 2010 年中国 45 种主要矿产品中, 关系国计民生的大宗矿产将难以保证需求。国际上把对环境与自然资源的核算作为衡量一个国家的富裕程度的内容之一, 2006 年联合国与世界银行公布了世界各国人均财富的报告, 澳大利亚和加拿大的人均财富被列为世界的第 1 和第 2 位, 分别为 90 万和 84 万美元, 而中国的人均财富只有 6000 多美元, 列世界的第 163 位, 与其他发展中国家相比较, 墨西哥为 8 万美元, 高出中国 12 倍, 巴西为 5 万美元, 高出中国 7.5 倍。

2. 资源的种类及其特点

生产各种物品和劳务的资源各种各样, 它不仅包括诸如机器、厂房、设备、土地、森林、矿石、水等这样的有形产品, 同时也包括诸如知识、技术、信息、能力、文化、

价值观等这样的无形产品。一般来说，资源就是指满足人们需要的各种物品，它包括以土地为代表的自然资源，以资本为代表的人造资源，以劳动力为代表的人力资源，以企业家为代表的风险资源。

以土地为代表的自然资源不仅指能够生长庄稼、种植树木、修造房子的土地，而且包括土地上生长的森林、地底下的矿藏、石油、天然气等金属和非金属，甚至还包括海水、海中的鱼类、海底下的石油、天然气和矿藏等。

以资本为代表的人造资源包括厂房、机器设备、原料、材料、燃料等有形的东西，还包括商标、品牌、信誉、企业文化等无形的东西。除此以外，投入了生产过程的货币也包含在资本的范畴之中。如航空公司的飞机、运输用的车辆、公司的商标及其他各种设备等，均属于该公司的资本资源。

以劳动力为代表的人力资源包括具有一定教育、知识、文化水平的劳动者数量，更重要的表现为创造、发明能力。如航空企业员工素质的高低，就成为企业在激烈竞争中最重要资源。

以企业家为代表的风险资源主要指管理水平、管理能力和管理组织，它需要有一定数量的具有风险意识和创新水平的企业家做基础。如果管理水平高，一个企业、一个单位的效益就好，反之，效益就差，甚至会导致企业破产倒闭，因此这种资源具有很强的风险性。

3. 资源的配置方式

资源是有限的，稀缺的，如何实现有限、稀缺资源的合理配置和使用，就是说如何将有限的资源投入到最需要、效益最高的生产中，获得最大的收益，解决好生产什么、生产多少、如何生产这样的问题，是企业实现利润最大化的核心问题。

资源的配置方式在不同的时候、不同的背景下有不同的方式。在自然经济条件下，资源是采取自然配置的方式，小农生产者和小手工业生产者以家庭为单位，为满足自身的需要自己决定生产什么、生产多少、如何生产。而在现代经济社会中的复杂经济条件下，资源的配置方式主要有计划和市场两种方式。

计划方式又可以称为计划经济，是由计划经济体制支撑的，指整个资源的配置和使用依靠政府的一系列计划来实现。生产什么、生产多少、如何生产主要是由政府通过高度集中的、自上而下的、严格的指令性计划来决定的。产品稀缺程度的显示信号是计划平衡决算的差额或缺口。如民航签约购买多少架飞机、每天飞行多少航班、飞哪条航线、机票价格多高、企业用多少员工、每个员工的工资多少、奖金多高等，都是由中央政府直接决定的，民航企业自身没有决定权。计划配置是计划经济体制中占主体地位的资源配置方式。

市场方式又可以称为市场经济，是由市场经济体制支撑的，指整个资源的配置和使用主要依靠市场机制来实现。市场机制作为价格、竞争、供求、利率、工资等诸多市场要素形成的有机制约体系，主要包括价格机制、竞争机制、供求机制、利率机制和工资机制等。构成市场机制的这些机制，在其相互作用过程中具有以下特征：关联性、制约性、客观性、内在性、动态性。市场机制主要有两个功能：一是作为指示器向企业反映

市场供求状况；二是作为利益制约力量调节企业的生产和经营活动。市场的资源配置方式与计划的资源配置方式的根本区别在于：生产什么、生产多少、如何生产的问题主要通过一种价格机制来决定，企业根据市场价格的变化来决定生产什么、生产多少、如何生产，消费者和生产者拥有充分的自由选择权。如民航签约购买多少架飞机、票价多高、经理的工资多少、员工的奖金如何发放等，企业自己说了算。

计划和市场两种资源配置方式各有优劣，它们的差别主要表现在 3 个方面。第一，决策机制不同。市场经济条件下，选择的决策由参与经济的千千万万的个人和企业分散地自主独立做出；而计划经济条件下，选择的决策由中央计划机构集中做出。第二，协调机制不同。市场方式由价格来协调千百万人的决策，使这些决策一致；计划方式则是个金字塔式的等级体系，用自上而下的命令来贯彻决策，保证决策的协调。第三，激励机制不同。市场经济的激励以个人物质利益为中心，强调“小河有水大河满”；计划经济的激励则以集体主义的精神为中心，强调“大河无水小河干”。

但是，从经济效率、经济增长的理论层面和长期的资源配置方式的实践证明，市场经济在资源配置效率上比计划经济的资源配置方式更优越，经济上成功的国家大多采取了市场经济的资源配置方式。正是因为这一原因，20 世纪 80 年代以后，原来采取计划经济进行资源配置的国家，大都转向采用市场经济的资源配置方式。

第二节 市场经济的特点和功能

一、市场经济的含义

从一般意义上说，市场经济是指一种资源配置方式，或者说市场经济是一种以市场为导向，通过价值规律来配置资源的经济形式。

1. 市场经济的共同特征

市场经济体制在不同的社会制度下，既有其共性，又有其特殊性。它们的共同特征主要是：

(1) 一切经济活动都直接或间接地处于市场关系之中，市场机制是推动生产要素流动和促进资源优化配置的基本运行机制；

(2) 企业是市场主体，是面向市场，根据市场需要安排其生产经营、自主经营、自负盈亏的商品生产者和经营者；

(3) 政府部门不直接干预企业生产和经营的具体事务，而是通过财政、税收、价格、金融等政策调节和引导企业的经营活动；

(4) 生产经营活动都按照一套法规体系来进行，整个经济运行有一个比较健全的法制基础。

2. 社会主义市场经济的独有特征

社会主义市场经济体制是同社会主义基本制度结合在一起的，因此它除了上述共同特征外，还具有自己独特的物质特征。从经济方面看，主要有：

(1) 在所有制结构上，以公有制为主体、多种所有制经济共同发展；

(2) 在分配制度上，按劳分配和按生产要素分配相结合，效率和公平并重，既合理拉开差距，又防止两极分化，逐步实现共同富裕；

(3) 在宏观调控上，眼前利益与长远利益，个人利益与整体利益结合，能更好地发挥计划和市场两种调节手段的长处，实现市场调节同国家宏观调控的有效结合。

在市场经济条件下，社会的生产、分配、交换、消费等活动，都必须通过市场来进行，市场在整个社会资源的配置使用过程中起基础性作用。例如，一个生产航空器的企业，它在生产过程中所需要的资本、劳动力、生产资料、原料、材料、信息、技术等生产要素，都要通过市场取得；生产出来的航空器等产品，也要通过市场进行销售；企业员工所需要的各种消费品，也从市场上购买获得。市场经济作为以交换和取得价值和利润为目的的经济形式，是通过价格、供求、竞争的变化和相互作用，调节着资源的投放方向和比例，支配着人们的经济活动。在一定意义上，市场经济和商品经济具有相同的内涵。

二、市场经济的特征

市场经济是实现资源优化配置的一种有效经济形式，其基本特征有平等性、竞争性、法制性和开放性。

1. 平等性

市场经济的平等性，是指在市场上，经济活动参与者之间的关系是平等的。市场经济的等价交换原则，决定了经济活动参与者之间是平等的关系——市场中的买者和卖者没有社会地位的差别，都是商品或货币的所有者。在市场交换中，大家都必须遵循等价交换的原则，任何人都不得利用强制手段，占有他人的劳动成果。没有这种平等性，市场经济就不能正常运行。

市场经济是天生的平等派，它不以情取人。这种平等性是由价值规律的作用决定的，受等价交换原则制约，归根到底是由价值规律这只“看不见的手”在起作用。市场经济平等性表现为各经济主体在经济活动中的地位平等、机会均等和利益交易的公平，一方面，交换双方地位平等、身份平等；另一方面，交换双方都必须遵循等价交换原则。否认了市场经济的平等性，市场经济就不可能正常运行。

2. 竞争性

市场经济的竞争性，是指在市场经济中，经济活动参加者之间存在的广泛的竞争。竞争是商品经济的必然产物，是市场经济的内在属性和客观要求，是市场经济有效运行的必要条件，竞争规律是市场经济的一般规律。通过优胜劣汰的市场竞争，质量差的产品，实力弱的企业，落后的行业被市场淘汰，而质量好的产品、实力强的企业、新的行业不断涌现，社会资源在流动中得到优化配置，社会经济得以不断优化和发展。市场经济是一种竞争经济，民航企业之间存在着激烈的竞争。

案例：波音和空中客车公司的竞争

波音公司和空客公司是世界民航市场上两大企业，波音公司 1916 年成立，是世界上第一家开发及生产飞机的公司，在全球航空业市场上拥有颇高的占有率，其总部设于伊利诺的芝加哥。空中客车公司 1970 年成立，主要制造民用运输机，由欧盟的法国、德国、英国和西班牙 4 国的宇航公司共同组建。自空中客车公司成立以来，就逐步发展成为波音公司的主要竞争对手，波音公司在民用运输机的市场份额不断被空中客车公司蚕食，它们几乎在所有级别的客机市场上都有类似的产品，因此双方几乎在全球范围内展开面对面的订单争夺战。两强争霸竞争几乎年年上演：B747-8 Vs A380、B787 Vs A350、B777 Vs A350XWB，这样的例子不胜枚举。如果说通过市场细分，载客 467 人的 B747-8 和载客 555 人的 A380 二者可以瞄准不同市场，那么波音与空客在窄体客机市场上的竞争可谓针锋相对，因为 B737 系列飞机与 A320 系列飞机在航程、载客量等主要技术参数上相差无几，也就是说，营销能力是两家公司能否在窄体客机市场上取得成功的决定性因素。

双方在激烈竞争的同时，还不断的指控对方搞“不正当”竞争。波音指控 4 个国家的政府为空中客车公司提供了大量的补贴，以及为购买空中客车公司飞机的航空公司提供低息贷款，违反了世界贸易组织的有关规则；而空中客车公司反过来指责波音及其承包商也获得巨额政府补贴，从而引发了美国与欧盟政府之间贸易争端。双方高层管理人员也在利用各种场合大打口水仗。

3. 法制性

市场经济的法制性，是指在市场经济中，社会经济运行要有健全的法制基础，各种经济活动依据市场经济的法规进行。法制性同样是市场经济的内在属性和客观要求。一方面，市场经济是一种竞争经济，而竞争必须按照一定的规则，在市场经济条件下，这些规则就表现为种种规范和标准，以及在此基础上形成的法律法规；另一方面，在市场经济形成和发展过程中，如果缺乏一定的规则 and 标准，就没有公平公正的竞争环境，市场就无从优胜劣汰，每个参与市场竞争的主体的利益就不会得到有效的保护，经济秩序就会遭到破坏。因此，市场经济要健康地运行，就必须建立各种行业规则 and 标准、国家规则 and 标准，以及在此基础上形成的体现国家意志的法律法规。从某种意义上说，市场经济的法律法规越完善越健全，就标志着市场经济越发达。市场经济是一种高度法制化的经济。

中国民航要健康、迅速发展，就必须积极参加国际民航组织的法律活动，建立公平竞争的民航市场秩序，加强民航业法制建设，完善民航企业、机场和事业单位的各项法律工作制度，要严格执行国家法律和民航法规规章，建立完善企业、机场内部各项管理制度，确保安全生产、安全飞行，不断提高企业、机场经济效益。

4. 开放性

市场经济的开放性，是指市场不是相互封闭的，全国乃至全世界都是一个统一的大

市场,各种生产要素能够自由地、毫无障碍地流动,不会受到区域的限制。在现代市场经济条件下,经济活动超越了地区、民族、国家的界限,任何生产者和经营者面对的都是世界市场,竞争也是全球性的竞争。以民航企业的经营活动为例,民航企业生产需要的管理知识和技能需要从外界乃至外国学习,所需要的经营信息要从外界获取,所需要的诸如飞机、零件等各种生产资料 and 消费资料要由外界提供,同时民航企业的市场又是面向全球的,并以自己的生产经营活动,为外界不断提供各种商品和劳务。正是在开放的市场经济体系中,生产要素自由流动,生产者和经营者才能不断地与外界进行商品和劳务的等价交换,才能充分发挥各自的优势,广泛利用社会资源,实现资源的优化配置。因此,开放性同样是市场经济的内在属性和必然要求,市场经济是一种开放性经济。

中国与美国就修改 2004 年中美民用航空运输协议定书、扩大两国航空运输市场准入达成了新的协议,中国空运企业可不受限制地进入美国航空运输市场。中美天空将全面打开,2011 年两国航空货运市场将过渡到全面开放,2007 年至 2012 年美国至中国东部地区的客运运力将在 2004 年协议的基础上逐年增加各方共 70 班/周,中国中部地区(安徽、湖南、湖北、江西、河南、山西)至美国的直达航空运输市场完全开放。

“开放天空”的新协议为中国航空运输企业带来了机遇,同时也给中国民航企业带来了挑战。由于在航空运输行业这样一个现代服务业中,美国航空公司的竞争实力明显强于中国航空企业,因此,“开放天空”将迫使国内民航企业提高管理水平,增强竞争实力。中国内地航空公司积极行动,纷纷应对挑战,中国国航、东方航空、南方航空三大航空公司加入了航空联盟,有效避免无序竞争带来的恶性循环,未来竞争也将由空运企业个体间的竞争转变为航空联盟间的竞争。

三、市场经济的功能和作用

市场经济作为一种高效的资源配置方式和经济运作形式,具有优化资源配置、调节社会供求、评价经济效果、促进优胜劣汰、增进社会进步和发展的功能和作用。

1. 优化资源配置

市场经济是合理配置资源的有效形式。市场竞争规律要求每个市场经营者和经营单位都要以最小的成本取得最大的收益,或者说是以最少的劳动消耗取得最大的劳动成果。因此,它强制每个企业尽可能地合理利用资源,减少浪费,从而提高整个社会的资源配置效率。

民航企业是竞争性行业,企业是市场表演的主角。票价对资源优化配置起着引导作用,价格的作用是引导资源配置、改进资源配置、优化资源配置,创造更多的社会福利。它的重要性是资源配置问题,不是谁吃亏谁得利。比如飞机满员时涨价,有空座位时降价,这样就改进了资源配置。航空公司可以通过折扣的办法来提高座位利用率,从而增加收入、降低成本。在支出基本一样的情况下,争取多卖票提高上座率是航空公司提高竞争力的基本方针。如果能够利用价格杠杆积极疏导旅客,充分利用每一个空间的位置,各航线的经营状况会大为改善。因此,国内民航企业之间引入适度的价格竞争,