

通用航空产业发展丛书



Enjoy Our Sky

The Aviation Culture and General Aviation

大家的天空

——航空文化与通用航空

王旭东 韩建昌 著

宋庆国 审

航空工业出版社

通用航空产业发展丛书

大家的天空

——航空文化与通用航空

王旭东 韩建昌 著

宋庆国 审

航空工业出版社

北京

内 容 提 要

本书系统阐述了航空文化的基本概念,以及航空文化的物质基础、精神特质和主要呈现形式;在系统阐述航空文化理论的基础上,进一步分析航空文化与通用航空之间的关系,揭示航空文化之于通用航空产业发展的重要作用;提出中国通用航空文化建设的设想与建议,并针对中国通用航空的发展实际、借鉴航空发达国家的经验,探讨航空文化活动与航空文化产品的相关操作性问题。

本书结构合理,体系完整,语言流畅,案例生动,图片丰富,可读性较强,是目前我国航空文化领域难得的一部系统专著。本书对于通用航空从业者、航空文化从业者以及广大航空爱好者,都具有较高的参考价值。

图书在版编目(CIP)数据

大家的天空:航空文化与通用航空/王旭东,韩建昌著. --北京:航空工业出版社,2014.10

ISBN 978-7-5165-0598-4

I. ①大… II. ①王…②韩… III. ①航空—文化—研究—中国②民用航空—经济发展—研究—中国 IV. ①F562

中国版本图书馆CIP数据核字(2014)第238964号

大家的天空——航空文化与通用航空

Dajia de Tiankong——Hangkong Wenhua yu Tongyong Hangkong

航空工业出版社出版发行

(北京市朝阳区北苑2号院 100012)

发行部电话:010-84936597 010-84936343

北京地质印刷厂印刷

全国各地新华书店经售

2014年10月第1版

2014年10月第1次印刷

开本:710×1000 1/16

印张:26.5

字数:434千字

印数:1—3000

定价:68.00元

《通用航空产业发展丛书》

编 委 会

主 任：徐占斌

副 主 任：曲景文

委 员：宋庆国 杨尤昌 沙长安 刘 鑫

张继超 冷毅勋 韩建昌 李守旭

龙明灵 刘 宁 王 霞 王旭东

宗苏宁 赵月华

总 主 编：曲景文

副总主编：宋庆国 刘 鑫

编委会办公室

主 任：韩建昌

副 主 任：刘 宁

成 员：王少雄 戴海滨 廖文峰 韩莎莎

丛 书 序

110年前，随着美国莱特兄弟制造出第一架有动力飞机并试飞成功，人类进入了航空文明的阶段。飞行是人类社会蓬勃发展的一个新起点，是生产力发展的必然结果，也是物质文明与精神文明协同发展的必然结果。在欧美发达国家，自从飞机发明以来，通用航空蓬勃发展，自由飞行得以实现。美国不光是车轮上的国家，也是机翼上的国家，通用航空是美国成为航空强国的重要基础。新中国成立以来，我国的通用航空产业发展主要集中在农林作业、地质勘探、应急救援等生产和公共领域，规模不大；在欧美发达国家，私人驾驶飞机飞行已经普及成为生活和休闲的时尚，但这一通用航空的主要领域在我国还没有得到普及。

航空工业是打造国家战略优势的核心产业，其发达程度决定着一个国家的战略能力和国际竞争力。当今世界强国，无一不是航空工业强国。建设航空强国，是航空工业履行国家战略性产业使命、更加有效地支撑国家战略安全的必然要求。而通用航空事业，是航空事业的基础，发展通用航空，培育国民航空意识，打造航空事业的群众性基础，是建设航空强国和实现中华民族伟大复兴的需要。

改革开放以来，随着生产力的高速发展，人们的物质文化和精神生活不断丰富，对发展通用航空的需求日益高涨，通用航空是国民经济和社会发展的重要组成部分，有着非常大的发展潜力。随着国务院和中央军委联合下发《关于深化我国低空空域管理改革的意见》及《国家中长期科技发展规划纲要（2006—2020）》，我国低空空域管理改革的大幕拉开，低空多用途通用航空器已经列入国家战略性新兴产业，成为社会各界普遍关注的热点。近几年来，一系列的规划和政策相继出台，低空空域管理改革进入实质性的阶段，我国通用航空产业的发展迎来了历史性重大机遇。

我国通用航空事业的发展，既面临着机遇，又有不少的困难和挑战。比如低空空域管理改革尚未深化，基础设施的配套和服务还不健全，没有形成完善的政策法规体系，航空文化的氛围不够浓厚，等等。只有加快推进改革，调动多种因素，采取多种方式，运用多种手段，形成社会合力，系统推进通用航空的发展，才能促进我国航空事业的蓬勃发展，在实现经济结构转型升级的同时，满足人们的物质文化和精神文化需求，丰富人们的生活，促进人的现代化和人的自由全面发展。本套《通用航空产业发展丛书》所探索的，就是研究我国通用航空产业发展的政策环境，传播通用航空知识，探索发展规律，分析产业形态，培育航空文化，促进我国通用航空事业的跨越式发展。

正如习近平总书记所说，“生活在我们伟大祖国和伟大时代的中国人民，共同享有人生出彩的机会，共同享有梦想成真的机会，共同享有同祖国和时代一起成长与进步的机会”。普及飞行是中华民族的夙愿，“飞行梦”不仅是“中国梦”的一部分，也应该是全面建成小康社会和中华民族伟大复兴的重要标志。发展通用航空能够实现普及飞行的梦想，让我们一起迎接这个新时代的到来！

顾诵芬

2014年10月

丛书前言

随着2010年11月14日国务院、中央军委印发《关于深化我国低空空域管理改革的意见》，国人看到了通用航空产业发展的希望，大力发展通用航空产业的热情高涨。但应该看到，业内专家学者、政府、企业和投资商对通用航空的发展认识还不够系统和全面，对其产业发展基础、发展环境、政策条件、交通布局等还没有上升到理论层面进行研究或论证，盲目发展往往会造成很大的资源浪费，从而大大制约国内通用航空产业的良性发展。我们应该打造平台，共享资料，共享经验，共同呼吁，及时提出问题、解决问题，在促进知识共享、经验交流的同时，将适合我国国情的技术、方法和航空文化进行宣传推广。

经过长时间酝酿和准备，中航通用飞机有限责任公司和中航出版传媒有限责任公司合作，组织国内行业专家学者编写了本套《通用航空产业发展丛书》。

目前，国内通用航空的图书品种有限，知识覆盖面有限，不能充分满足读者认识、了解、研究通用航空产业的需要。在新形势下，为了满足业界读者不断增加的阅读需求，我们在丛书编写规划中主要基于两方面的考虑：

(1) 系统、全面地介绍国内外通用航空产业发展现状及趋势、经营理念、技术和服务等，为我国通用航空产业的发展提供理论支持；(2) 普及通用航空知识及飞行文化，让人们了解通用航空与国民经济和人民生活关系，了解低空飞行的特点及乐趣，激发社会各界关注通用航空、参与通用航空、使用通用航空的热情，营造社会氛围。

本套丛书计划出版十多种图书，内容主要包括：通用航空产业政策研究、通用航空法、低空空域管理改革、通用机场建设与运营、通用航空经营模式研究（包括公务航空、FBO、航空俱乐部等）、中国通用航空年鉴、飞行员培

训、通用飞机指南、航空文化等。根据需要，以此为基础可进一步延伸出其他类书。本丛书既立足于通用航空产业发展的宏观层面，又兼顾通用航空产业发展的中观和微观层面，通过构建相对完整的通用航空产业理论体系，使业内人士、航空爱好者以及广大民众对通用航空产业有一个全面的认识，以期推动我国通用航空产业健康发展。第一批出版6本书，包括《中国通用航空产业发展现实与思考》《美国通用航空法——法规解析与应用》《大家的天空——航空文化与通用航空》《世界通用飞机》《通用航空的基石——FBO》和《中国公务航空市场研究》。后续可根据市场反映和行业发展实际，继续出版计划的其他图书，甚至可进一步策划相关领域图书。

在丛书的编写过程中，我们与国内很多专家学者和业内资深人士进行了交流和讨论，广泛采纳和吸取了他们的观点和建议，他们不但为本丛书提供了翔实的资料和数据，而且对书稿质量严格把关，在此一并表示感谢。

由于我国通用航空发展很快，市场环境和政策环境变化很大，而我国与国外国情不同，许多问题还在不断实践和探讨中，难以形成定论；由于写作水平有限，时间仓促，书中存在错误和不当之处在所难免，敬请各位读者不吝指正。同时希望业内同仁积极参与到我们的理论探讨中，为推动中国通用航空产业的发展贡献力量。

曲景文

2014年10月

前 言

人类对于梦想的追求，源于内心强大的动力。文化的发展，文明的创造，都是人类精神世界的延伸。马克思关于人的自由全面发展的理论，是人类发展的指南，人的自由全面发展也是衡量社会发展的最高标准，以自由飞行作为特征的通用航空既是人的自由发展的生动体现，也是促进自由发展的重要手段。我国的通用航空事业不够发达，航空文化的缺失是一个重要原因。大力加强航空文化建设，是促进我国通用航空事业发展的前提和保障。

2013年年初，在策划《通用航空产业发展丛书》时，我们就提出一定要有一本面向大众读者、理论性与通俗性相结合的探讨航空文化的书籍，对航空文化与通用航空进行一个较为系统的诠释。尽管对于文化的研究已经汗牛充栋，然而此前学术界对航空文化的理论研究却不多。我国通用航空产业发展受到思想文化的制约，有关通用航空的专业书籍有限，对航空文化的论述也仅局限在认识到其对发展通用航空的重要性上，大多数文献仅将航空活动、航空故事、知识传播以及人才培养等称之为航空文化，缺乏理论深度以及系统性和完整性。经过多方查找，也没有找到一本关于航空文化的理论与实践相结合的专著，相关的专题论文也不多，已有的论述零零散散，远没有成为一个体系。

彼时本书的作者之一韩建昌正在攻读西北工业大学党建与思想政治专业博士研究生，由于与自身工作紧密相关，便将其博士论文的选题确定为《我国通用航空文化建设研究》，并进行了一些理论准备；又利用2013年在中航工业党校学习期间，系统查找了马克思主义的文化观、马克思关于人的自由全面发展的理论以及认识论与实践论等，于2013年7月完成了论文开题。到2013年年底，基本完成了有关通用航空文化建设的理论体系构建。但是要成为一本专著，特别是在完整性、通俗性和可读性上，差距还很巨大。2013年

12月18日，经丛书编委刘宁介绍，本书的两位作者王旭东和韩建昌在北京首次见面。出于对航空文化和通用航空的共同热爱，俩人相谈甚欢。我们两人经历不同，各有所长。共同的认识和责任，让我们取长补短，相得益彰，因而决定联手写作《大家的天空——航空文化与通用航空》一书，希望以此对航空文化建设和通用航空发展有所裨益。

王旭东在韩建昌理论研究的基础上，对本书的结构和航空文化故事进行了重新构建和写作，并进行了丰富和完善。如，在文化产业是文化与经济的融合发展形态的基础上，引入了“二元价值容介态”的航空文化产业的论述。写作的过程充满了艰辛，王旭东的老父亲生病住院，在照顾老父亲尽孝的同时夜以继日地写作；韩建昌则牺牲了大量的业余时间，进行深入研究思考。但最终收获了快乐，经过我们的共同努力，到今年8月，完成了本书的初稿，交航空工业出版社。在写作过程中，两位作者查阅了大量的资料，引用了国内一些专家学者的有关文献，也得到了航空界同仁们的指点，在此一并致谢。同时由于时间仓促和水平有限，本书难免有差错和不当之处，欢迎大家批评指正。

作者

2014年10月

目 录

第一章 文化略观	1
火了!“航母 style”	2
“文化”是什么?	5
马克思主义文化观	7
文化者,人化也	9
文化的进化与文化先进性	11
文化软实力 文化生产力	13
从“航母 style”谈文化的构成	16
第二章 航空文化综述	23
寻找航空文化的源代码	24
航空文化的基本概念	26
航空文化的层次结构	29
航空文化的主要特征	33
航空文化的社会作用	36
第三章 航空文化的历史演进	45
飞行的神话与传说	46
田园牧歌中的飞翔	49
在思想启蒙与工业革命中“羽化”	54
开创航空新纪元	59
飞机走向战场	63
多彩的二十年	66
血与火的洗礼	70
进入喷气时代	74

冷战“多棱镜”	79
高技术时代的航空	83
第四章 航空文化的物质基础	93
形形色色的航空器	94
发动机——飞机的“心脏”	103
机载系统与武器	107
机场 跑道 空中交通管理	112
航空科学技术	116
航空器的研制	117
第五章 航空文化的精神特质	127
自由精神	128
科学精神	131
人本精神	134
创新精神	138
牺牲精神	140
法治精神	144
第六章 航空文化的呈现形式	151
飞行表演	152
航空体育运动	156
航空文学艺术	163
航空展会与航空博物馆	171
航空节事活动	175
航空休闲	178
航空新闻传播	182
飞行俱乐部与航空联谊活动	184
第七章 通用通用，大家都用	193
本山的飞机	194
什么是通用航空？	197
通用航空能做什么？	199

通用航空的历史、现状和未来	209
中国的通用航空	213
通用航空, 需要全方位认识	218
通用航空是一个航空文化丛	220
第八章 航空文化与通用航空的渊源	225
“小筋斗人”传奇	226
航空文化源于通用航空活动	230
神交在“自由”的风中	231
从哲学的角度谈渊源	233
从社会学的角度谈渊源	235
从历史的角度谈渊源	236
从流行的角度谈渊源	238
第九章 航空文化与通用航空产业发展	243
近观通用航空产业	245
一本书和一种理论	248
通用航空产业是“生活对象化”的产物	251
通用航空产业在不断“容介”中发展	252
信息态是通用航空产业发展的基础	255
市场促进“容介”	258
蓝天是财富之母, 文化是财富之父	260
第十章 通用航空文化建设	265
通用航空文化建设的目标任务	266
通用航空文化建设的基本原则	268
通用航空文化建设的现实意义	270
吸收、借鉴国外经验	273
政府的主导作用	275
大众的基础作用	276
通用航空企业的能动作用	278
航空社团的特殊作用	280

新闻媒体的催化作用	282
硬件与软件建设要双管齐下	283
开展通用航空活动, 开发航空文化产品	286
第十一章 航空文化活动的创意与策划	291
航空文化活动的特点与类型	292
创意——航空文化活动的灵魂	294
创新性思维方式	295
促进创意的组织方法	297
航空文化活动的创意流程	300
顺说创意产业	303
策划点要	305
主题策划	307
内容策划	310
形式策划	312
大型活动策划的注意事项	315
第十二章 航空文化产品的营销与管理	321
航空文化产品	322
航空文化的消费群体	326
航空文化市场	328
航空文化产品营销的一般特点	330
系统营销	332
“切入点”营销	334
辩证营销	335
航空文化产品的管理	337
产品管理需要注意的几个问题	339
第十三章 航空文化案例集萃	345
案例一: 全美试验飞机协会	346
案例二: 飞来者大会面面观	349
案例三: “雏鹰计划”及其他	353

案例四：家里制造（Homebuild）	356
案例五：《飞机总动员》	358
案例六：“陆地上的美利坚之鹰”	362
案例七：爱飞客通用航空综合体	366
案例八：“生命之翼”展览	371
第十四章 中航工业通飞的航空文化建设实践	375
开展通用航空活动，普及通用航空知识	376
发挥媒体的“放大”效应，增强国民航空意识	382
发展航空文化创意产业，延伸通用航空产业链	393
开发航空文化产品，拓宽文化传播途径	397
参考文献	403

第一章 文化略观

- “航母 style” 一夕爆红，看似偶然，却显示出航空文化的独特魅力。
- “文化” 是一个十分宽泛的概念，是一个概括性极强的词汇。
- 文化，是人类在社会历史发展过程中所创造的物质财富与精神财富的总和。
- 马克思将文化的本质定义为创造性的对象化活动。
- 马克思认为，广义的文化是人类的劳动实践活动及其所创造的一切成果，狭义的文化则是指思想上层建筑的范畴。
- 文化的目的和功用集中在一个“化”字上，人类的文明进化史，就是以文化来“人化”与“化人”的历史。
- “文化上的每一个进步，都是迈向自由的一步。”
- 考察某种文化是不是具有先进性，可以在三个维度里进行评判，即科学性维度、人民性维度、时代性维度。
- 文化软实力是以文化资源为基础的一种软实力。
- 文化生产力就是生产文化产品、提供文化服务的能力。
- 符号、价值观、规范、物质文化，是构成文化的四大要素。



文化是人类历史发展的符号和印记，是人类活动的总结和记录方式，其丰富的内涵几乎无所不包。文化不仅是一定历史的反映，更是未来发展的先导。文化底蕴体现着一个国家、一个行业以及每个个体的生命力。

中国是农耕文明起源较早的国家，中国的农耕文化是世界文化史上的一朵奇葩。然而，进入工业文明社会后，中国的商工文化却曾长时间落伍于时代，从航空文化上便可一叶知秋。在改革开放新时期，经济高速发展、科技大幅跨越、社会和谐稳定，为社会主义文化大发展大繁荣奠定了重要基础及提供了必要条件。

由于种种原因，文化发展与经济发展、科技发展不可能完全同步，我国在航空领域“文化滞后”的现象比较突出。繁荣社会主义文化、建设社会主义先进文化、实现航空强国的战略目标，都需要我们进一步加强航空文化建设。

火了！“航母 style”

中央电视台《新闻联播》的制作人大概不会想到，2012年11月25日，国产歼15舰载机在“辽宁”舰上成功起降的消息播出之后，两位舰载机起飞指挥助理“允许起飞”的手势，会引起观众如此强烈的兴趣。短短一夜之间，帅气一指的“航母 style”就成为了炙手可热的“神姿势”。



两位舰载机起飞指挥助理“允许起飞”的手势