

中国卫星遥感行业市场发展分析及发展趋势与投资前景研究报告(2026-2031版)

报告简介

卫星遥感产业的市场潜力巨大，应用价值广泛，商业遥感产业处于蓄势待发的状态。当前，遥感产业的发展主要来自于政府性需求，包括土地利用、城市化及荒漠化监测;农作物、森林等可再生资源的监测和评估、灾害监测和环境监测;在道路设计、城市规划、土地管理和工程评估等多方面发挥着越来越重要的作用;在考古、野生动物保护、牧场管理等各个领域也得到了不同程度的应用。随着遥感技术的不断发展，其应用潜力得到了进一步挖掘，在精细农业、环境评价、数字城市等新领域，卫星遥感技术也将发挥重要作用。随着我国经济总量的不断增加，城市规模不断扩大，政府性遥感数据的需求从直辖市和省会城市向各区县延伸，各区县的规划建设管理、旅游服务管理、城市公共安全服务和交通管理等对遥感数据的需求，使得各区县作为遥感数据普通用户的特点也日益显现。政府性商业遥感数据的应用领域和深度在不断地扩大和加强。

中国遥感卫星发射数量逐年增加，民用、商用遥感卫星数量占比超过60%。按照使用用途的角度，遥感卫星可以分为军用遥感卫星、民用遥感卫星和商用遥感卫星三种类型，军用遥感卫星主要服务于重点目标侦察、测绘等军事目的，民用遥感卫星包括政府机构、高等院校、科研机构及个人爱好者发射的用于气象观测、科学研究等用途的遥感卫星，商业遥感卫星是由企业投资并以实现盈利为目的。经过十几年的发展建设，我国遥感卫星技术与遥感信息获取能力已经位于世界先进水平，但是卫星遥感商业化进程仍比较缓慢。近年来，国家制定了一系列的政策“鼓励民间资本研制、发射和运营商业遥感卫星”，我国卫星遥感产业进入到市场化为导向的“产业化”发展阶段，得到快速发展。

应用服务是卫星产业链中商业价值最高的环节，随着产业发展与技术进步共同的推动，国内卫星遥感行业有望加速发展。截止到2020年9月，全球共有824颗遥感卫星在轨运行，其中美国遥感卫星数为462颗，中国为182颗，位居第二。中国遥感卫星发射数量逐年增加，民用、商用遥感卫星数量占比超过60%。得益于国家政策的支持和地理信息行业规模的增长，遥感市场需求不断增大，2012-

2020年，中国遥感卫星行业市场规模持续上升，由40.83亿元上升至81.8亿元人民币，复合增长率为约9%。

本研究咨询报告由北京中道泰和信息咨询有限公司领衔撰写，在大量周密的市场调研基础上，主要依据了国家统计局、国家商务部、国家发改委、国家经济信息中心、国务院发展研究中心、工信部、51行业报告网、全国及海外多种相关报纸杂志的基础信息等公布和提供的大量资料和数据，客观、多角度地对中国卫星遥感市场进行了分析研究。报告在总结中国卫星遥感发展历程的基础上，结合新时期的各方面因素，对中国卫星遥感的发展趋势给予了细致和审慎的预测论证。报告资料详实，图表丰富，既有深入的分析，又有直观的比较，为卫星遥感企业在激烈的市场竞争中洞察先机，能准确及时的针对自身环境调整经营策略。

报告目录

第一章 中国卫星遥感行业发展概述

第一节 卫星遥感行业发展情况

第二节 最近3-5年中国卫星遥感行业经济指标分析

一、赢利性

二、成长速度

三、附加值的提升空间

四、进入壁垒/退出机制

五、风险性

六、行业周期

七、竞争激烈程度指标

八、当前行业发展所属周期阶段的判断

第三节 关联产业发展分析

第二章 中国卫星遥感行业的国际比较分析

第一节 中国卫星遥感行业竞争力指标分析

第二节 中国卫星遥感行业经济指标国际比较分析

第三节 全球卫星遥感行业市场需求分析

一、市场规模现状

二、需求结构分析

三、市场前景展望

第四节 全球卫星遥感行业市场供给分析

一、市场价格走势

二、重点企业分布

第三章 2021-2026年中国卫星遥感行业整体运行指标分析

第一节 中国卫星遥感行业总体规模分析

一、企业数量结构分析

二、行业规模分析

第二节 中国卫星遥感行业产销分析

一、行业情况总体分析

二、行业销售收入总体分析

第三节 中国卫星遥感行业财务指标总体分析

一、行业盈利能力分析

二、行业偿债能力分析

三、行业营运能力分析

四、行业发展能力分析

第四章 卫星遥感产业链的分析

第一节 行业集中度

第二节 主要环节的增值空间

第三节 行业进入壁垒和驱动因素

第四节 上下游行业影响及趋势分析

第五章 区域市场情况深度研究

第一节 长三角区域市场情况分析

第二节 珠三角区域市场情况分析

第三节 环渤海区域市场情况分析

第四节 卫星遥感行业主要市场大区发展状况及竞争力研究

一、华北大区市场分析

二、华中大区市场分析

三、华南大区市场分析

四、华东大区市场分析

五、东北大区市场分析

六、西南大区市场分析

七、西北大区市场分析

第五节 主要省市集中度及竞争力模式分析

第六章 2026-2031年需求预测分析

第一节 卫星遥感行业领域2026-2031年需求量预测

第二节 2026-2031年卫星遥感行业领域需求功能预测

第三节 2026-2031年卫星遥感行业领域需求市场格局预测

第七章 卫星遥感市场竞争格局分析

第一节 行业竞争结构分析

一、现有企业间竞争

二、潜在进入者分析

三、替代品威胁分析

四、供应商议价能力

五、客户议价能力

第二节 行业集中度分析

一、市场集中度分析

二、企业集中度分析

三、区域集中度分析

第三节 行业国际竞争力比较

一、需求条件

二、支援与相关产业

三、企业战略、结构与竞争状态

四、政府的作用

第四节 卫星遥感行业主要企业竞争力分析

一、重点企业资产总计对比分析

二、重点企业从业人员对比分析

三、重点企业全年营业收入对比分析

四、重点企业利润总额对比分析

五、重点企业综合竞争力对比分析

第五节 卫星遥感行业竞争格局分析

- 一、卫星遥感行业竞争分析
- 二、国内外卫星遥感竞争分析
- 三、中国卫星遥感市场竞争分析
- 四、中国卫星遥感市场集中度分析

第八章 主要企业的排名与产业结构分析

第一节 行业企业排名分析

第二节 产业结构分析

- 一、市场细分充分程度的分析
- 二、各细分市场领先企业排名
- 三、各细分市场占总市场的结构比例
- 四、领先企业的结构分析(所有制结构)

第三节 产业价值链的结构分析及产业链条的整体竞争优势分析

- 一、产业价值链的构成
- 二、产业链条的竞争优势与劣势分析

第四节 产业结构发展预测

- 一、产业结构调整的方向政府产业指导政策分析(投资政策、外资政策、限制性政策)
- 二、产业结构调整中消费者需求的引导因素
- 三、中国卫星遥感行业参与国际竞争的战略市场定位

第九章 前十大领先企业分析

第一节 北京北斗星通导航技术股份有限公司

- 一、主营业务及经营状况

二、历年销售规模、利润指标

三、主要市场定位

四、主要优势与主要劣势

五、市场拓展战略与手段分析

第二节 中科星图股份有限公司

一、主营业务及经营状况

二、历年销售规模、利润指标

三、主要市场定位

四、主要优势与主要劣势

五、市场拓展战略与手段分析

第三节 北京超图软件股份有限公司

一、主营业务及经营状况

二、历年销售规模、利润指标

三、主要市场定位

四、主要优势与主要劣势

五、市场拓展战略与手段分析

第四节 珠海欧比特宇航科技股份有限公司

一、主营业务及经营状况

二、历年销售规模、利润指标

三、主要市场定位

四、主要优势与主要劣势

五、市场拓展战略与手段分析

第五节 长光卫星技术有限公司

- 一、主营业务及经营状况
- 二、历年销售规模、利润指标
- 三、主要市场定位
- 四、主要优势与主要劣势
- 五、市场拓展战略与手段分析

第六节 北京航天世景信息技术有限公司

- 一、主营业务及经营状况
- 二、历年销售规模、利润指标
- 三、主要市场定位
- 四、主要优势与主要劣势
- 五、市场拓展战略与手段分析

第七节 航天宏图信息技术股份有限公司

- 一、主营业务及经营状况
- 二、历年销售规模、利润指标
- 三、主要市场定位
- 四、主要优势与主要劣势
- 五、市场拓展战略与手段分析

第八节 北京揽宇方圆公司

- 一、主营业务及经营状况
- 二、历年销售规模、利润指标
- 三、主要市场定位

四、主要优势与主要劣势

五、市场拓展战略与手段分析

第九节 中科遥感科技集团有限公司

一、主营业务及经营状况

二、历年销售规模、利润指标

三、主要市场定位

四、主要优势与主要劣势

五、市场拓展战略与手段分析

第十节 北京数字空间科技有限公司

一、主营业务及经营状况

二、历年销售规模、利润指标

三、主要市场定位

四、主要优势与主要劣势

五、市场拓展战略与手段分析

第十章 应用领域及行业供需分析

第一节 需求分析

一、卫星遥感行业需求市场

二、卫星遥感行业客户结构

三、卫星遥感行业需求的地区差异

第二节 供给分析

第三节 供求平衡分析及未来发展趋势

一、卫星遥感行业的需求预测

二、卫星遥感行业的供应预测

三、供求平衡分析

四、供求平衡预测

第四节 市场价格走势分析

第十一章 影响企业经营的关键趋势

第一节 市场整合成长趋势

第二节 需求变化趋势及新的商业机遇预测

第三节 企业区域市场拓展的趋势

第四节 科研开发趋势及替代技术进展

第五节 影响企业销售与服务方式的关键趋势

第六节 中国卫星遥感行业swot分析

第十二章 2026-2031年卫星遥感行业投资价值评估分析

第一节 产业发展的有利因素与不利因素分析

第二节 产业发展的空白点分析

第三节 投资回报率比较高的投资方向

第四节 新进入者应注意的障碍因素

第五节 营销分析与营销模式推荐

一、渠道构成

二、销售贡献比率

三、覆盖率

四、销售渠道效果

五、价值流程结构

图表目录

图表：行业生命周期示意图

图表：2021-2026年不同国家及地区遥感卫星发射数占全球的比重对比情况

图表：2021-2026年全球卫星遥感市场规模情况

图表：国土、气象、海洋、环境、农业领域是我国卫星遥感数据应用规模最大的五个领域

图表：高分辨率卫星价格单片产品(单位：元/平方公里)

图表：高分辨率卫星价格立体产品(单位：元/平方公里)

图表：2021-2026年中国各单位遥控卫星拥有量情况

图表：2021-2026年我国卫星遥感企业数量规模(单位：家)

图表：2021-2026年我国卫星遥感行业市场规模(单位：亿元)

图表：2021-2026年行业盈利能力指标

图表：2021-2026年行业偿债能力指标

图表：2021-2026年行业营运能力指标

图表：2021-2026年行业经济指标分析

图表：2021-2026年华北地区市场规模

图表：2021-2026年华中地区市场规模

图表：2021-2026年华南地区市场规模

图表：2021-2026年华东地区市场规模

图表：2021-2026年东北地区市场规模

图表：2021-2026年西南地区市场规模

图表：2021-2026年西北地区市场规模

图表：2026-2031年中国卫星遥感发射数量预测情况

图表：遥感卫星行业下游需求分类情况

图表：全球遥感卫星各用途存量卫星占比情况

图表：2021-2026年中国遥感卫星区域占比情况

图表：2021-2026年中国卫星遥感重点企业资产规模情况

图表：2021-2026年中国卫星遥感重点企业从业人员情况

图表：2021-2026年中国卫星遥感重点企业营业收入情况

图表：2021-2026年中国卫星遥感重点企业净利润总额情况

图表：2021-2026年中国卫星遥感重点企业竞争力情况

图表：传统遥感公司和新兴及初创商业遥感公司对比

图表：全球发射卫星数量比例

图表：2021-2026年中国遥感卫星所有制情况

图表：卫星遥感产业链情况

图表：遥感卫星产业结构调整的方向政府产业指导政策

图表：2021-2026年北斗星通主要产品产销规模(单位：万元)

图表：超图软件敏捷开发模式图

图表：超图软件持续集成质量控制体系

图表：2021-2026年全球存量遥感卫星按用户类型分类情况

图表：全球卫星遥感发射数情况

图表：2026-2031年中国卫星遥感需求规模预测情况

图表：2021-2026年中国卫星遥感供求比情况

图表：2026-2031年中国卫星遥感供求比预测

把握投资 决策经营！

咨询订购 请拨打 400-886-7071 (免长途费) Email : kf@51baogao.cn

报告编号：217596

本文地址：<https://www.51baogao.cn/baogao/20210709/217596.shtml>

在线订购：[点击这里](#)