

中国遥感卫星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

遥感卫星，是用作外层空间遥感平台的人造卫星。用卫星作为平台的遥感技术称为卫星遥感。通常，遥感卫星可在轨道上运行数年。卫星轨道可根据需要来确定。遥感卫星能在规定的时间内覆盖整个地球或指定的任何区域，当沿地球同步轨道运行时，它能连续地对地球表面某指定地域进行遥感。所有的遥感卫星都需要有遥感卫星地面站，从遥感集市平台获得的卫星数据可监测到农业、林业、海洋、国土、环保、气象等情况，遥感卫星从应用领域分类主要有气象卫星、陆地卫星和海洋卫星三种类型。

地理信息行业规模的增长创造遥感市场需求，是中国遥感卫星行业商业化发展的不竭动力。中国地理信息行业自2018年转型发展以来，其产业输出已向高质量方向发展。伴随行业规模壮大，产业结构不断优化，新服务、新业态、新产品不断出现。

在国家层面，政府对高精度、高质量、高安全性的空间地理信息服务需求加大。此外，在共享经济和数字经济发展迅速的大环境下，基于定位、导航、地图等服务的外卖、共享单车以及网约车等产业对地理信息行业的依赖巨大，高精度定位、高质量地图、导航等服务需求上涨。而遥感卫星是提供高分辨率图像、遥感大数据共享的关键一环，同时是提升位置、导航、地图服务的重要手段。因此，地理信息行业创造的市场需求为中国遥感卫星行业发展提供持续动力。

政府短期内仍旧是卫星遥感数据的最大购买者。遥感卫星可有效服务于资源和环境方面的工作，有效监测和预防自然灾害，因而在中国可持续发展战略中，中国政府始终重视遥感卫星行业的发展，有利于充分发挥其作用。与此同时，发展遥感卫星对于中国这样地域辽阔、资源丰富和灾害频繁的国家具有重要意义。遥感卫星可在气象、灾害监测、资源和测绘等应用方面创造较高的社会效益，其受益者为国家和全体公众，因此数据本身具有社会性和公益性、大部分遥感数据无法在短期内实现商业化发展，但未来行业的商业化发展是未来的必然趋势。遥感卫星是人造卫星的一种，可在规定的时间内覆盖整个地球或指定的任何区域，当沿地球同步轨道运行时，可连续对地球表面某指定地域进行遥感。

本报告由中道泰和的资深专家和研究人员通过长期周密的市场调研，参考国家统计局、国家商务部、国家发改委、国务院发展研究中心、行业协会、51行业报告网、全国及海外专业研究机构提供的大量权威资料，并对多位业内资深专家进行深入访谈的基础上，通过与国际同步的市场研究工具、理论和模型撰写而成。全面而准确地为您从行业的整体高度来架构分析体系。让您全面、准确地把握整个遥感卫星行业的市场走向和发展趋势。

报告目录

第一章 遥感卫星行业综述分析

第一节 遥感卫星概念

第二节 遥感卫星行业发展历程

第三节 遥感卫星分类情况

一、商用遥感卫星

二、民用遥感卫星

第四节 遥感卫星产业链分析

一、产业链模型介绍

二、遥感卫星产业链模型分析

第五节 行业发展成熟度分析

一、行业发展周期分析

二、行业中外市场成熟度对比

三、行业及其主要子行业成熟度分析

第二章 遥感卫星业发展环境分析

第一节 遥感卫星业全球经济环境分析

一、全球经济总体情况

二、经济全球化现状

第二节 2021-2026年遥感卫星业国内宏观经济环境分析

一、中国gdp分析

二、居民消费水平分析

三、恩格尔系数

四、工业发展形势分析

五、存贷款利率变化

六、财政收支状况

第三节 遥感卫星业国内政策环境分析

一、产业相关政策及动向分析

二、相关法律法规解读

三、行业相关标准解析

四、行业监管部门及监管体制分析

第四节 遥感卫星业国内社会环境分析

一、人口结构

二、就业率情况

三、人均收入水平

第五节 遥感卫星业国内技术环境分析

一、国内遥感卫星技术发展现状

二、国内遥感卫星技术发展趋势

三、国内外行业技术差距对比分析

第三章 2021-2026年中国遥感卫星市场供需调查分析

第一节 2021-2026年中国遥感卫星市场供需分析

一、产品市场供给

二、产品市场需求

三、产品价格分析

四、主要渠道分析

第二节 2021-2026年中国遥感卫星市场特征分析

一、2021-2026年中国遥感卫星产品特征分析

二、2021-2026年中国遥感卫星价格特征分析

三、2021-2026年中国遥感卫星渠道特征

四、2021-2026年中国遥感卫星购买特征

第四章 中国遥感卫星行业区域市场调研

第一节 华北地区遥感卫星行业调研

一、行业发展现状分析

二、市场规模情况分析

三、市场需求情况分析

四、2026-2031年行业趋势预测分析

五、2026-2031年行业投资前景预测

第二节 东北地区遥感卫星行业调研

一、行业发展现状分析

二、市场规模情况分析

三、市场需求情况分析

四、2026-2031年行业趋势预测分析

五、2026-2031年行业投资前景预测

第三节 华东地区遥感卫星行业调研

一、行业发展现状分析

二、市场规模情况分析

三、市场需求情况分析

四、2026-2031年行业趋势预测分析

五、2026-2031年行业投资前景预测

第四节 华南地区遥感卫星行业调研

一、行业发展现状分析

二、市场规模情况分析

三、市场需求情况分析

四、2026-2031年行业趋势预测分析

五、2026-2031年行业投资前景预测

第五节 华中地区遥感卫星行业调研

一、行业发展现状分析

二、市场规模情况分析

三、市场需求情况分析

四、2026-2031年行业趋势预测分析

五、2026-2031年行业投资前景预测

第六节 西南地区遥感卫星行业调研

一、行业发展现状分析

二、市场规模情况分析

三、市场需求情况分析

四、2026-2031年行业趋势预测分析

五、2026-2031年行业投资前景预测

第七节 西北地区遥感卫星行业调研

一、行业发展现状分析

二、市场规模情况分析

三、市场需求情况分析

四、2026-2031年行业趋势预测分析

五、2026-2031年行业投资前景预测

第五章 遥感卫星行业市场竞争策略分析

第一节 行业竞争状况分析

第二节 行业竞争结构分析

一、现有企业(品牌)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

第三节 行业集中度分析

第四节 遥感卫星行业市场竞争策略分析

一、遥感卫星行业市场增长潜力分析

二、遥感卫星行业产品竞争策略分析

第五节 遥感卫星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

第六章 2021-2026年中国遥感卫星品牌消费者偏好深度调查

第一节 中国遥感卫星产品目标客户群体调查

一、不同收入水平消费者偏好调查

二、不同年龄的消费者偏好调查

三、不同地区的消费者偏好调查

第二节 中国遥感卫星产品的品牌市场运营状况分析

一、消费者对遥感卫星品牌认知度宏观调查

二、消费者对遥感卫星产品的品牌偏好调查

三、消费者对遥感卫星品牌的首要认知渠道

四、消费者经常购买的风格

五、遥感卫星品牌忠诚度调查

第三节 不同客户购买消费行为分析

第七章 遥感卫星行业产品价格分析

第一节 价格特征分析

第二节 主要品牌企业产品价位

第三节 价格与成本的关系

第四节 行业价格策略分析

第五节 国内外经济形势对遥感卫星行业产品价格的影响

第八章 遥感卫星行业用户分析

第一节 遥感卫星行业用户认知程度

第二节 遥感卫星行业用户关注因素

一、服务

二、质量

三、价格

第三节 用户的其它特性

第九章 遥感卫星行业技术工艺发展分析

第一节 当前遥感卫星行业技术应用情况分析

第二节 2021-2026年国内遥感卫星行业主要研发成果分析

第三节 国内遥感卫星行业相关专利分析

第四节 国内遥感卫星行业技术成熟度分析

第五节 国内外遥感卫星行业技术工艺比较

第十章 遥感卫星国内重点生产厂家分析

第一节 中国东方红卫星股份有限公司

一、企业发展概况简述

二、企业产品分析

三、企业优势劣势分析

四、企业经营状况分析

第二节 北京北斗星通导航技术股份有限公司

一、企业发展概况简述

二、企业产品分析

三、企业优势劣势分析

四、企业经营状况分析

第三节 北京国遥新天地信息技术有限公司

一、企业发展概况简述

二、企业产品分析

三、企业优势劣势分析

四、企业经营状况分析

第四节 北京四维图新科技股份有限公司

一、企业发展概况简述

二、企业产品分析

三、企业优势劣势分析

四、企业经营状况分析

第五节 中煤航测遥感集团有限公司

一、企业发展概况简述

二、企业产品分析

三、企业优势劣势分析

四、企业经营状况分析

第六节 天津中科遥感信息技术有限公司

一、企业发展概况简述

二、企业产品分析

三、企业优势劣势分析

四、企业经营状况分析

第七节 西安煤航信息产业有限公司

一、企业发展概况简述

二、企业产品分析

三、企业优势劣势分析

四、企业经营状况分析

第八节 广州海格通信集团股份有限公司

一、企业发展概况简述

二、企业产品分析

三、企业优势劣势分析

四、企业经营状况分析

第九节 北京航天科工世纪卫星科技有限公司

一、企业发展概况简述

二、企业产品分析

三、企业优势劣势分析

四、企业经营状况分析

第十节 南京中网卫星通信股份有限公司

一、企业发展概况简述

二、企业产品分析

三、企业优势劣势分析

四、企业经营状况分析

第十一章 遥感卫星行业市场调研

第一节 市场规模分析

一、2021-2026年遥感卫星行业市场规模及增速

二、遥感卫星行业市场饱和度

三、国内外经济形势对遥感卫星行业市场规模的影响

四、2026-2031年遥感卫星行业市场规模及增速预测

第二节 市场结构分析

第三节 市场特点分析

1.遥感卫星行业所处生命周期

2.技术变革与行业革新对遥感卫星行业的影响

3.差异化分析

第十二章 2026-2031年中国遥感卫星行业发展趋势分析

第一节 2026-2031年中国遥感卫星市场趋势分析

一、我国遥感卫星市场趋势总结

二、2026-2031年我国遥感卫星发展趋势分析

第二节 2026-2031年遥感卫星发展趋势分析

一、2026-2031年遥感卫星技术趋势分析

二、2026-2031年遥感卫星价格趋势分析

第三节 2026-2031年中国遥感卫星行业供需预测

一、2026-2031年中国遥感卫星供给预测

二、2026-2031年中国遥感卫星需求预测

三、2026-2031年中国遥感卫星价格预测

第四节 2026-2031年遥感卫星行业规划建议

一、2026-2031年遥感卫星行业整体规划

二、2026-2031年遥感卫星行业发展预测

三、2026-2031年遥感卫星行业规划建议

第十三章 遥感卫星企业管理策略建议

第一节 市场策略分析

一、遥感卫星产品策略分析

二、遥感卫星渠道策略分析

第二节 销售策略分析

一、产品定位策略分析

二、企业宣传策略分析

第三节 提高遥感卫星企业竞争力的策略

一、提高中国遥感卫星企业核心竞争力的对策

二、遥感卫星企业提升竞争力的主要方向

三、影响遥感卫星企业核心竞争力的因素及提升途径

四、提高遥感卫星企业竞争力的策略

第四节 对我国遥感卫星品牌的战略思考

一、遥感卫星实施品牌战略的意义

二、遥感卫星企业品牌的现状分析

三、我国遥感卫星企业的品牌战略

四、遥感卫星品牌战略管理的策略

第五节 专家建议

图表目录

图表：遥感卫星产业链

图表：遥感卫星相关法律法规

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：spot-2/4卫星数据产品价格目表(中国)

图表：spot-2/4卫星数据产品价格目表(法国)

图表：武汉国家航天产业基地卫星智能生产线

图表：全球遥感卫星各用途存量卫星占比情况

图表：中国遥感卫星行业的服务功能

图表：我国遥感卫星专利构成

图表：2021-2026年中国东方红卫星股份有限公司经营状况

图表：2021-2026年四维图新经营情况

图表：2021-2026年广州海格通信集团股份有限公司成长能力情况

图表：2021-2026年广州海格通信集团股份有限公司盈利能力情况

图表：2021-2026年广州海格通信集团股份有限公司运营能力情况

图表：南京中网卫星通信股份有限公司合作伙伴

图表：南京中网卫星通信股份有限公司学院合作伙伴

图表：2021-2026年全球遥感卫星市场规模情况

图表：中国各类遥感卫星在轨数量(单位：%)

图表：中国遥感卫星发射数量(单位：颗)

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：224263

本文地址：<https://www.51baogao.cn/baogao/20210903/224263.shtml>

在线订购：[点击这里](#)