

2026-2031年太空经济产业现状及未来发展趋势分析报告

报告简介

太空经济是以太空资源开发、卫星应用、太空旅游、在轨制造为核心，通过火箭、卫星、空间站等空间基础设施实现商业化价值创造的新兴经济形态。作为数字经济向太空领域的延伸与拓展，太空经济不仅是全球科技竞争的制高点，更是支撑国家数字主权、能源安全与产业链现代化的战略必争领域。在“十五五”时期构建天地一体信息网络、服务低空经济与智慧城市建设的宏观背景下，太空经济已超越传统航天工程的范畴，演进为融合先进制造、人工智能、量子通信与数据要素的现代化产业体系，其发展质量直接关系到国家在全球科技治理中的话语权与区域协调发展的战略成效。

当前，中国太空经济正处于技术成熟度跨越与商业化爆发的前夜。技术层面，可重复使用火箭技术实现关键突破，卫星柔性制造与AI智能运维从概念走向工程化应用，核动力卫星、太空计算星座等前沿方向进入国家重大科技专项，技术迭代速度显著加快。市场层面，产业呈现“国家队主导、民营资本活跃”的双轮驱动格局，商业航天企业参与度持续提升，在卫星互联网、遥感数据服务、太空旅游等细分领域涌现出一批具有国际竞争力的创新主体。应用领域，除传统的通信导航遥感外，太空旅游预订量呈现爆发式增长，在轨制造与太空资源开发从科学探索走向产业试点，为行业开辟第二增长曲线。然而，产业仍面临高端制造装备依赖进口、数据资产价值实现机制不健全、跨部门协同监管体系不完善、区域间技术标准互认不足等结构性挑战，制约整体效能释放。

未来，太空经济将沿技术融合、商业模式重构与区域协同三条主线加速演进。技术维度，人工智能将从地面应用走向天基智能，AI驱动的智能星座自主运维、在轨实时数据处理与深空探测智能决策将成为标配；可重复使用技术持续迭代，发射成本有望进一步下探，为大规模星座部署扫除经济障碍；太空计算星座通过“天感天算”实现秒级响应，服务低空经济、应急救援等实时性要求高的场景。商业维度，订阅制服务将重塑价值分配逻辑，头部企业从硬件销售转向“数据即服务”模式，通过开放API与能力中台降低用户门槛；太空资源开发从法律框架走向工程实践，月球水冰开采、小行星采矿等技术验证将启动；太空旅游

从业态探索走向规模化运营，亚轨道飞行、空间站体验、深空旅行等产品矩阵日益丰富。区域协同维度，京津冀将强化火箭研发与总装测试能力，长三角聚焦卫星制造与智慧应用，粤港澳大湾区打造商业航天投融资与国际化枢纽，成渝地区建设北斗应用与低空经济示范区，通过跨区域数据互通、标准互认与创新平台共建，构建“天基资源一盘棋”的协同发展格局。

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、国家海关总署、全国商业信息中心、中国经济景气监测中心、51行业报告网、全国及海外相关报刊杂志的基础信息以及太空经济行业研究单位等公布和提供的大量资料。报告对我国太空经济行业的供需状况、发展现状、子行业发展变化等进行了分析，重点分析了国内外太空经济行业的发展现状、如何面对行业的发展挑战、行业的发展建议、行业竞争力，以及行业的投资分析和趋势预测等等。报告还综合了太空经济行业的整体发展动态，对行业在产品方面提供了参考建议和具体解决办法。报告对于太空经济产品生产企业、经销商、行业管理部门以及拟进入该行业的投资者具有重要的参考价值，对于研究我国太空经济行业发展规律、提高企业的运营效率、促进企业的发展壮大有学术和实践的双重意义。

本报告也可以用于专精特新“小巨人”申请申报。

报告目录

第一章 太空经济产业市场概述

第一节 行业定义

第二节 行业属性

第三节 行业成功要素

第四节 产业链分析

第二章 中国太空经济产业链发展状况分析

第一节 上游行业发展状况

第二节 下游行业发展状况

第三节 相关行业发展状况

第三章 中国太空经济产业发展分析

第一节 中国太空经济产业发展现状

第二节 中国太空经济产业经济运行现状

第三节 中国太空经济产业存在的问题及发展障碍分析

第四章 中国太空经济市场现状及发展趋势

第一节 中国太空经济市场供给状况

第二节 中国太空经济市场需求状况

第三节 中国太空经济市场发展潜力及发展趋势

第五章 中国太空经济产业基本竞争战略

第一节 成本领先战略

一、竞争战略的类型

二、竞争战略的适用条件及组织要求

三、竞争战略的收益及风险

第二节 差异化竞争战略

第三节 集中化竞争战略

第六章 中国太空经济产业市场竞争策略分析

第一节 太空经济产业市场五种竞争动力模式结构

一、行业内现有企业的竞争

二、新进入者的威胁

三、替代品的威胁

四、供应商的讨价还价能力

五、购买者的讨价还价能力

第二节 太空经济产业市场核心竞争力的塑造要素

一、反应速度

二、一贯性

三、弹性

四、敏锐性

五、创造性

第七章 中国太空经济产业市场营销策略竞争分析

第一节 市场产品策略

第二节 市场渠道策略

第三节 市场价格策略

第四节 广告媒体策略

第五节 客户服务策略

第八章 2025年中国太空经济产业竞争格局分析

第一节 2025年中国太空经济产业竞争现状分析

一、技术竞争分析

二、成本竞争分析

三、价格竞争分析

第二节 2025年中国太空经济产业集中度分析

一、太空经济企业分布分析

二、太空经济市场集中度分析

第九章 领先企业在中国太空经济产业市场竞争策略研究

第一节 中国东方红卫星股份有限公司

一、公司概况

二、公司经营情况分析

三、公司竞争优势分析

四、公司未来发展策略分析

第二节 航天时代电子技术股份有限公司

一、公司概况

二、公司经营情况分析

三、公司竞争优势分析

四、公司未来发展策略分析

第三节 中国卫通集团股份有限公司

一、公司概况

二、公司经营情况分析

三、公司竞争优势分析

四、公司未来发展策略分析

第四节 航天宏图信息技术股份有限公司

一、公司概况

二、公司经营情况分析

三、公司竞争优势分析

四、公司未来发展策略分析

第五节 长光卫星技术股份有限公司

一、公司概况

二、公司经营情况分析

三、公司竞争优势分析

四、公司未来发展策略分析

第六节 银河航天(北京)网络技术有限公司

一、公司概况

二、公司经营情况分析

三、公司竞争优势分析

四、公司未来发展策略分析

第七节 北京航天雷特机电工程有限公司

一、公司概况

二、公司经营情况分析

三、公司竞争优势分析

四、公司未来发展策略分析

第八节 北斗星通导航技术股份有限公司

一、公司概况

二、公司经营情况分析

三、公司竞争优势分析

四、公司未来发展策略分析

第九节 中科星图股份有限公司

一、公司概况

二、公司经营情况分析

三、公司竞争优势分析

四、公司未来发展策略分析

第十节 航天科工火箭技术有限公司

一、公司概况

二、公司经营情况分析

三、公司竞争优势分析

四、公司未来发展策略分析

第十章 中国太空经济产业市场发展预测

第一节 中国太空经济产业发展环境预测

一、经济环境预测

二、社会环境预测

三、政策环境预测

四、技术环境预测

第二节 中国太空经济产业发展预测

一、产业竞争要素预测

二、产业结构预测

三、产业转移趋势

四、产业一体化预测

五、产业运营模式预测

第三节 中国太空经济市场发展预测

一、2026-2031年中国太空经济市场需求预测

二、2026-2031年中国太空经济市场结构预测

三、2026-2031年中国太空经济市场集中度预测

四、2026-2031年中国太空经济市场供给预测

五、2026-2031年中国太空经济市场价格预测

第十一章 中国太空经济产业市场投资机会与风险

第一节 中国太空经济产业市场投资优势分析

第二节 中国太空经济产业市场投资劣势分析

第三节 中国太空经济产业市场投资机会分析

第四节 中国太空经济产业市场投资风险分析

第十二章 中国太空经济产业市场竞争策略建议

第一节 中国太空经济产业竞争战略建议

一、竞争战略选择建议

二、产业升级策略建议

三、产业转移策略建议

四、价值链定位建议

第二节 中国太空经济产业竞争策略建议

一、核心竞争力塑造建议

二、并购重组策略建议

三、经营模式策略建议

四、产业资源整合建议

五、产业联盟策略建议

第十三章 2026-2031年中国太空经济行业企业经营战略建议

第一节 2026-2031年太空经济行业企业的标杆管理

一、国内企业的经验借鉴

二、国外企业的经验借鉴

第二节 2026-2031年太空经济行业企业的资本运作模式

一、太空经济行业企业国内资本市场的运作建议

1、太空经济行业企业的兼并及收购建议

2、太空经济行业企业的融资方式选择建议

二、太空经济行业企业海外资本市场的运作建议

第三节 2026-2031年太空经济行业企业营销模式建议

一、太空经济行业企业的国内营销模式建议

1、太空经济行业企业的渠道建设

2、太空经济行业企业的品牌建设

二、太空经济行业企业海外营销模式建议

1、太空经济行业企业的海外细分市场选择

2、太空经济行业企业的海外经销商选择

第十四章 中道泰和投资的建议及观点

第一节 太空经济行业发展战略研究

一、战略综合规划

二、技术开发战略

三、业务组合战略

四、区域战略规划

五、产业战略规划

六、营销品牌战略

七、竞争战略规划

第二节 行业应对策略

- 一、把握国家投资的契机
- 二、竞争性战略联盟的实施
- 三、企业自身应对策略

第三节 市场的重点客户战略实施

- 一、实施重点客户战略的必要性
- 二、合理确立重点客户
- 三、对重点客户的营销策略
- 四、强化重点客户的管理
- 五、实施重点客户战略要重点解决的问题

图表目录

- 图表：2023-2025年中国太空经济资产规模分析
- 图表：2024-2025年中国太空经济行业供给情况
- 图表：2024-2025年中国太空经济行业市场规模
- 图表：2025年中国太空经济行业负债规模分析
- 图表：2024-2025年中国太空经济行业市场产品价格走势
- 图表：2026-2031年中国太空经济行业市场产品价格趋势预测
- 图表：2024-2025年中国太空经济行业利润规模及增长速度
- 图表：2024-2025年中国太空经济行业销售收入
- 图表：2024-2025年中国太空经济行业销售利润率
- 图表：2023-2025年中国太空经济行业总资产利润率
- 图表：2024-2025年中国太空经济行业净资产利润率

图表：2023-2025年中国太空经济行业总资产增长率

图表：2024-2025年中国太空经济行业净资产增长率

图表：2024-2025年中国太空经济行业资产负债率

图表：2024-2025年中国太空经济行业速动比率

图表：2024-2025年中国太空经济行业流动比率

图表：2023-2025年中国太空经济行业总资产周转率

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：4064938

本文地址：<https://www.51baogao.cn/baogao/20260328/4064938.shtml>

在线订购：[点击这里](#)