

2018-2024年中国遥感卫星行业市场运行态势及投资战略咨询研究报告

报告大纲

一、报告简介

华经情报网发布的《2018-2024年中国遥感卫星行业市场运行态势及投资战略咨询研究报告》涵盖行业最新数据，市场热点，政策规划，竞争情报，市场前景预测，投资策略等内容。更辅以大量直观的图表帮助本行业企业准确把握行业发展态势、市场商机动向、正确制定企业竞争战略和投资策略。本报告依据国家统计局、海关总署和国家信息中心等渠道发布的权威数据，以及我中心对本行业的实地调研，结合了行业所处的环境，从理论到实践、从宏观到微观等多个角度进行市场调研分析。

官网地址：<https://www.huaon.com/detail/365469.html>

报告价格：电子版: 9000元 纸介版：9000元 电子和纸介版: 9200元

订购电话: 400-700-0142 010-80392465

电子邮箱: kf@huaon.com

联系人: 刘老师

特别说明：本PDF目录为计算机程序生成，格式美观性可能有欠缺；实际报告排版规则、美观。

二、报告目录及图表目录

随着经济全球化和航天技术的迅猛发展，卫星遥感技术在人类社会生产、生活各领域的应用规模不断扩大，全球商业遥感卫星进入技术全面更新和产业化发展时期。国外商业遥感卫星产业从20世纪80年代开始发展并逐渐成熟，以美国为代表的西方航天大国通过积极的政策导向和资金扶持，加快了新一代高性能遥感卫星的研制和商业化运行，形成了政府监管、企业运营、“官助民办”的商业模式，商业遥感卫星以服务政府用户为主，与政府建立了长期合作关系，目前已形成了美国的Landsat系列、WorldView系列、GeoEye系列等卫星星座为代表的商业遥感卫星服务体系。

2016年全球卫星产业规模为2605亿美元，其中卫星制造业规模为139亿美元；发射服务业规模为55亿美元；地面设备制造业规模为1134亿美元；卫星通信服务业规模为1277亿美元。2017年全球卫星产业规模为2686亿美元，其中卫星制造业规模为155亿美元；发射服务业规模为46亿美元；地面设备制造业规模为1198亿美元；卫星通信服务业规模为1287亿美元。本研究报告数据主要采用国家统计局数据，海关总署，问卷调查数据，商务部采集数据等数据库。其中宏观经济数据主要来自国家统计局，部分行业统计数据主要来自国家统计局及市场调研数据，企业数据主要来自于国统计局规模企业统计数据库及证券交易所等，价格数据主要来自于各类市场监测数据库。

报告目录：

第一章 遥感卫星行业综述分析

第一节 遥感卫星定义

第二节 遥感卫星行业发展历程

第三节 遥感卫星分类情况

1、商用遥感卫星

2、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 2018年遥感卫星业发展环境分析

第一节 2018年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 2013-2018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 2018年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 2018年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 2018年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 2013-2018年中国遥感卫星市场供需调查分析

第一节 2013-2018年中国遥感卫星市场供需分析

我国也紧抓机遇，制定了《国家民用空间基础设施中长期发展规划（2015-2025年）》，并指出：我国将在未来的一段时期内，构建形成卫星遥感、卫星通信、卫星导航定位三大系统；同时，国家将支持民间资本投资卫星研制和系统建设，增强发展活力。

据统计2016年我国遥感卫星发射总数为14颗，其中12颗卫星为国内企业生产，2颗为阿根廷satellogic公司制造。2017年我国遥感卫星发射总数为19颗，其中18颗卫星为国内企业生产。

- 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 2013-2018年中国遥感卫星市场特征分析

- 一、2013-2018年中国遥感卫星产品特征分析
- 二、2013-2018年中国遥感卫星价格特征分析

三、2013-2018年中国遥感卫星渠道特征

四、2013-2018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分析

第一节 华北地区遥感卫星行业分析

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、2018-2024年行业发展前景预测

五、2018-2024年行业投资风险预测

第二节 东北地区遥感卫星行业分析

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、2018-2024年行业发展前景预测

五、2018-2024年行业投资风险预测

第三节 华东地区遥感卫星行业分析

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、2018-2024年行业发展前景预测

五、2018-2024年行业投资风险预测

第四节 华南地区遥感卫星行业分析

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、2018-2024年行业发展前景预测

五、2018-2024年行业投资风险预测

第五节 华中地区遥感卫星行业分析

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、2018-2024年行业发展前景预测

五、2018-2024年行业投资风险预测

第六节 西南地区遥感卫星行业分析

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、2018-2024年行业发展前景预测

五、2018-2024年行业投资风险预测

第七节 西北地区遥感卫星行业分析

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、2018-2024年行业发展前景预测

五、2018-2024年行业投资风险预测

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

1.现有企业（品牌）间竞争

2.潜在进入者分析

3.替代品威胁分析

4.产品/服务质量

5.价格

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

1.遥感卫星行业市场增长潜力分析

2.遥感卫星行业产品竞争策略分析

3.遥感卫星行业竞争格局展望

第五节 遥感卫星行业国际竞争力比较

1.生产要素

2.需求条件

3.支援与相关产业

4.企业战略、结构与竞争状态

5.政府的作用

第六章 2013-2018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调查

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

1.功能

2.质量

3.价格

4.外观

5.服务

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 2013-2018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 国内主要企业技术工艺应用及研发情况

第六节 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 遥感卫星行业市场分析

第一节 市场规模分析

1.2013 -2018年遥感卫星行业市场规模及增速

2.遥感卫星行业市场饱和度

3.国内外经济形势对遥感卫星行业市场规模的影响

4.2018 -2025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 2018-2024年中国遥感卫星行业发展趋势分析

第一节 2018-2024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、2018-2024年我国遥感卫星发展趋势分析

第二节 2018-2024年遥感卫星发展趋势分析

一、2018-2024年遥感卫星技术趋势分析

二、2018-2024年遥感卫星价格趋势分析

第三节 2018-2024年中国遥感卫星行业供需预测

一、2018-2024年中国遥感卫星供给预测

二、2018-2024年中国遥感卫星需求预测

三、2018-2024年中国遥感卫星价格预测

第四节 2018-2024年遥感卫星行业规划建议

一、2018-2024年遥感卫星行业整体规划

二、2018-2024年遥感卫星行业发展预测

三、2018-2024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（AK LY）

第一节 市场策略分析

一、遥感卫星价格策略分析

二、遥感卫星渠道策略分析

第二节 销售策略分析

一、媒介选择策略分析

二、产品定位策略分析

三、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 遥感卫星产业链分析

图表 遥感卫星上游供应分布

图表 遥感卫星下游需求领域

图表 遥感卫星行业生命周期

图表 2013-2018年遥感卫星行业市场规模分析

图表 2018-2024年遥感卫星行业市场规模预测

图表 2013-2018年中国遥感卫星行业供给规模分析

图表 2018-2024年中国遥感卫星行业供给规模预测

图表 2013-2018年中国遥感卫星行业需求规模分析

图表 2018-2024年中国遥感卫星行业需求规模预测

图表 2013-2018年中国遥感卫星行业企业数量情况

图表 2013-2018年中国遥感卫星行业企业竞争结构

更多图表见正文.....

详细请访问：<https://www.huaon.com/detail/365469.html>