

# 2017-2022年中国卫星行业市场分析预测及投资前景评估报告

报告大纲

## 一、报告简介

华经情报网发布的《2017-2022年中国卫星行业市场分析预测及投资前景评估报告》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/302386.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

卫星产业包括卫星制造业、发射服务业、地面设备制造业和卫星运营服务业，其中，地面设备制造业和卫星运营服务业两个环节属于卫星应用产业的范畴。在卫星产业的4个环节中，卫星发射服务、卫星制造和地面设备制造都是源于军用，逐步进入民用，是服务于军、民两个市场的军民结合型行业。卫星运营是卫星产业军转民过程中应运而生的，并伴随着民用市场需求的不断增加而迅速发展壮大。总体来看，卫星应用产业是以民用市场为主要发展方向。

与卫星制造和发射服务相比，卫星应用产业处于产业链的最前端，尤其是卫星运营服务直接面向最终消费者。未来随着技术的进步和消费者需求的提升，卫星应用产业面临的市场空间将十分巨大。卫星应用技术是卫星产业实现和扩大其使用价值的基础，与卫星制造技术拥有同样重要的战略地位。卫星应用的产业化发展是航天产业化发展最重要的组成部分，而且其产生的经济效益已大大超过卫星制造产业本身。应用卫星是种类最多、发射数量也最多的人造地球卫星，按是否专门用于军事目的分为军用卫星、民用卫星和军民两用卫星；按应用领域划分为通信卫星、气象卫星、侦察卫星、导航卫星、测地卫星、地球资源卫星和多用途卫星等。

中国已经有80余颗通信、遥感、导航卫星在轨稳定运行，这些卫星广泛的应用于我国经济建设的各个领域，为我国地面基础设施的运营提供了有效的支撑。预计，到2020年，我国在轨航天器数量将超过200颗，占全球在轨航天器总数20%左右；年均发射数量达到30次左右，占全球发射数量30%左右。到2020年，我国卫星导航产业创新发展格局基本形成，产业应用规模和国际化水平大幅提升，产业规模超过4000亿元，北斗卫星导航系统及其兼容产品在国民经济重要行业和关键领域得到广泛应用，在大众消费市场逐步推广普及，对国内卫星导航应用市场的贡献率达到60%，重要应用领域达到80%以上，在全球市场具有较强的国际竞争力。

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：

第一部分 卫星行业发展现状

第一章 卫星行业发展概述

第一节 卫星的概念

一、卫星的定义

## 二、卫星的特点

### 第二节 卫星行业发展成熟度

#### 一、卫星行业发展周期分析

#### 二、卫星行业中外市场成熟度对比

### 第三节 卫星行业产业链分析

#### 一、卫星行业上游原料供应市场分析

#### 二、卫星行业下游产品需求市场状况

## 第二章 2015年中国卫星行业运行环境分析

### 第一节 2015年中国宏观经济环境分析

### 第二节 2015年中国卫星行业发展政策环境分析

#### 一、国内宏观政策发展建议

#### 二、卫星行业政策分析

#### 三、相关行业政策影响分析

### 第三节 2015年中国卫星行业发展社会环境分析

## 第三章 2015年中国卫星行业市场发展分析

### 第一节 卫星行业市场发展现状

#### 一、市场发展概况

#### 二、发展热点回顾

#### 三、市场存在问题及策略分析

### 第二节 卫星行业技术发展

#### 一、技术特征现状分析

#### 二、新技术研发及应用动态

#### 三、技术发展趋势

### 第三节 中国卫星行业消费市场分析

#### 一、消费特征分析

#### 二、消费需求趋势

#### 三、品牌市场消费结构

### 第四节 卫星行业产销数据统计分析

#### 一、整体市场规模

#### 二、区域市场数据统计情况

### 第五节 2017-2022年卫星行业市场发展趋势

## 第二部分 卫星行业深度分析

## 第四章 2013-2015年中国卫星行业主要指标监测分析

### 第一节 2013-2015年中国卫星产业工业总产值分析

#### 一、2013-2015年中国卫星产业工业总产值分析

#### 二、不同规模企业工业总产值分析

#### 三、不同所有制企业工业总产值比较

### 第二节 2013-2015年中国卫星产业主营业务收入分析

#### 一、2013-2015年中国卫星产业主营业务收入分析

#### 二、不同规模企业主营业务收入分析

#### 三、不同所有制企业主营业务收入比较

### 第三节 2013-2015年中国卫星产业产品成本费用分析

#### 一、2013-2015年中国卫星产业销售成本分析

#### 二、不同规模企业销售成本比较分析

#### 三、不同所有制企业销售成本比较分析

### 第四节 2013-2015年中国卫星产业利润总额分析

#### 一、2013-2015年中国卫星产业利润总额分析

#### 二、不同规模企业利润总额比较分析

#### 三、不同所有制企业利润总额比较分析

### 第五节 2013-2015年中国卫星产业资产负债分析

#### 一、2013-2015年中国卫星产业资产负债分析

#### 二、不同规模企业资产负债比较分析

#### 三、不同所有制企业资产负债比较分析

### 第六节 2013-2015年中国卫星行业财务指标分析

#### 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

## 第五章 中国卫星行业区域市场分析

### 第一节 华北地区卫星行业分析

#### 一、2015年行业发展现状分析

#### 二、2015年市场规模情况分析

#### 三、2017-2022年市场需求情况分析

#### 四、2017-2022年行业发展前景预测

### 第二节 东北地区卫星行业分析

#### 一、2015年行业发展现状分析

二、2015年市场规模情况分析

三、2017-2022年市场需求情况分析

四、2017-2022年行业发展前景预测

第三节 华东地区卫星行业分析

一、2015年行业发展现状分析

二、2015年市场规模情况分析

三、2017-2022年市场需求情况分析

四、2017-2022年行业发展前景预测

第四节 华南地区卫星行业分析

一、2015年行业发展现状分析

二、2015年市场规模情况分析

三、2017-2022年市场需求情况分析

四、2017-2022年行业发展前景预测

第五节 华中地区卫星行业分析

一、2015年行业发展现状分析

二、2015年市场规模情况分析

三、2017-2022年市场需求情况分析

四、2017-2022年行业发展前景预测

第六节 西南地区卫星行业分析

一、2015年行业发展现状分析

二、2015年市场规模情况分析

三、2017-2022年市场需求情况分析

四、2017-2022年行业发展前景预测

第七节 西北地区卫星行业分析

一、2015年行业发展现状分析

二、2015年市场规模情况分析

三、2017-2022年市场需求情况分析

四、2017-2022年行业发展前景预测

第三部分 卫星行业竞争格局

第六章 卫星行业竞争格局分析

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、生产要素

#### 二、需求条件

#### 三、支援与相关产业

#### 五、政府的作用

### 第四节 2015年卫星行业竞争格局分析

#### 一、2015年国内外卫星竞争分析

#### 二、2015年我国卫星市场竞争分析

## 第七章 卫星企业竞争策略分析

### 第一节 卫星市场竞争策略分析

#### 一、2015年卫星市场增长潜力分析

#### 二、2015年卫星主要潜力品种分析

#### 三、现有卫星产品竞争策略分析

#### 四、潜力卫星品种竞争策略选择

#### 五、典型企业产品竞争策略分析

### 第二节 卫星企业竞争策略分析

### 第三节 卫星行业产品定位及市场推广策略分析

#### 一、卫星行业产品市场定位

#### 二、卫星行业产品促销策略

## 第八章 卫星企业竞争分析

### 第一节 中国东方红卫星股份有限公司

#### 一、企业基本情况

#### 二、企业经营情况

#### 三、企业财务分析

#### 四、企业发展战略

### 第二节 北京北斗星通导航技术股份有限公司

#### 一、企业基本情况

二、企业经营情况

三、企业财务分析

四、企业发展战略

### 第三节 中航工业机电系统股份有限公司

一、企业基本情况

二、企业经营情况

三、企业财务分析

### 第四节 陕西航天动力高科技股份有限公司

一、企业基本情况

二、企业经营情况

三、企业财务分析

四、企业发展战略

### 第五节 四川成飞集成科技股份有限公司

一、企业基本情况

二、企业经营情况

三、企业财务分析

四、企业发展战略

### 第六节 长征火箭技术股份有限公司

一、企业基本情况

二、企业经营情况

三、企业财务分析

四、企业发展战略

### 第七节 成都国腾电子技术股份有限公司

一、企业基本情况

二、企业经营情况

三、企业财务分析

### 第八节 北京华力创通科技股份有限公司

一、企业基本情况

二、企业经营情况

三、企业财务分析

四、企业发展战略

### 第九节 航天晨光股份有限公司

一、企业基本情况

二、企业经营情况

三、企业财务分析



## 第十节 北京合众思壮科技股份有限公司

- 一、企业基本情况
- 二、企业经营情况
- 三、企业财务分析
- 四、企业发展战略

## 第九章 未来卫星行业发展预测分析

### 第一节 未来卫星行业需求与消费预测

- 一、2017-2022年卫星产品消费预测
- 二、2017-2022年卫星市场规模预测
- 三、2017-2022年卫星行业总产值预测
- 四、2017-2022年卫星行业销售收入预测
- 五、2017-2022年卫星行业总资产预测

### 第二节 2017-2022年中国卫星行业供需预测

- 一、2017-2022年中国卫星供给预测
- 二、2017-2022年中国卫星产量预测
- 三、2017-2022年中国卫星需求预测
- 四、2017-2022年中国卫星供需平衡预测

## 第十章 卫星行业投资机会与风险分析

### 第一节 卫星行业投资机会分析

- 一、卫星投资项目分析
- 二、2015年卫星投资机会
- 三、2015年卫星投资新方向
- 四、2017-2022年卫星行业投资的建议

### 第二节 影响卫星行业发展的主要因素

- 一、2017-2022年影响卫星行业运行的有利因素分析
- 二、2017-2022年影响卫星行业运行的稳定因素分析
- 三、2017-2022年影响卫星行业运行的不利因素分析
- 四、2017-2022年我国卫星行业发展面临的挑战分析
- 五、2017-2022年我国卫星行业发展面临的机遇分析

### 第三节 卫星行业投资风险及控制策略分析

- 一、2017-2022年卫星行业市场风险及控制策略
- 二、2017-2022年卫星行业政策风险及控制策略
- 三、2017-2022年卫星行业经营风险及控制策略

#### 四、2017-2022年卫星行业技术风险及控制策略

#### 五、2017-2022年卫星行业其他风险及控制策略

### 第十一章 卫星应急通信行业应用领域分析

#### 第一节 卫星应急通信公共安全领域需求

- 一、中国公共安全财政投入情况
- 二、中国公共安全市场发展状况
- 三、公共安全卫星应急通信需求分析
- 四、公共安全卫星应急通信装备类型
- 五、公共安全卫星应急通信保障通道
- 六、公共安全卫星应急通信建设情况
- 七、公共安全科技十二五规划

#### 第二节 卫星应急通信自然灾害领域需求

- 一、中国自然灾害状况分析
- 二、自然灾害卫星应急通信需求
- 三、自然灾害卫星应急通信保障手段
- 四、灾害卫星应急通信空间布局
- 五、自然灾害通信保障应急预案

#### 第三节 卫星应急通信大型集会领域需求

- 一、大型集会活动发展状况
- 二、大型集会卫星应急通信需求
- 三、大型集会卫星应急通信案例

#### 第四节 卫星应急通信交通领域需求

- 一、交通运输业发展状况
- 二、交通卫星应急通信市场现状
- 三、交通卫星应急通信市场需求

### 第十二章 卫星行业投资战略研究

#### 第一节 卫星行业发展战略研究

- 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 对我国卫星品牌的战略思考

- 一、企业品牌的重要性
- 二、卫星实施品牌战略的意义
- 三、卫星企业品牌的现状分析
- 四、我国卫星企业的品牌战略
- 五、卫星品牌战略管理的策略

### 第三节 卫星行业经营策略分析

- 一、卫星市场细分策略
- 二、卫星市场创新策略
- 三、品牌定位
- 四、品类管理

## 图表目录

图表：产品生命周期

图表：2012-2015年国内生产总值及增长速度

图表：2015年居民消费价格比2014年涨跌幅度

图表：2012-2015年社会消费品零售总额

图表：2015年按收入来源分全国居民人均可支配收入占比

图表：2015年各种运输方式完成货物运输量及其增长速度

图表：2015年各种运输方式完成旅客运输量及其增长速度

图表：2013-2015年全国规模以上工业增加值及其增长速度

图表：2015年主要工业产品产量及其增长速度

图表：2012-2015年社会固定资产投资

图表：2015年分行业固定资产投资（不含农户）及其增长速度

图表：2015年固定资产投资新增主要生产与运营能力

图表：2012-2015年全国一般公共预算收入

图表：2012-2015年国家外汇储备

图表：2015年年末全部金融机构本外币存贷款余额及其增长速度

图表：2012-2015年中国对外贸易进出口总额

图表：2015年货物进出口总额及其增长速度

图表：2015年主要商品出口数量、金额及其增长速度

图表：2011-2015年国内生产总值及其增长速度

图表：2012-2015年国内生产总值增长速度

图表：2011-2015年全社会固定资产投资及其增长速度

图表：2015年我国居民消费价格上涨情况

图表：2012-2015年我国城镇居民人均可支配收入实际增长速度

详细请访问：<https://www.huaon.com/detail/302386.html>