

2021年中国无人机市场分析报告- 市场现状调查与发展战略规划

报告大纲

观研报告网

www.chinabaogao.com

一、报告简介

观研报告网发布的《2021年中国无人机市场分析报告-市场现状调查与发展战略规划》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：<http://baogao.chinabaogao.com/jixie/542607542607.html>

报告价格：电子版: 8200元 纸介版：8200元 电子和纸介版: 8500

订购电话: 400-007-6266 010-86223221

电子邮箱: sale@chinabaogao.com

联系人: 客服

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

顾客对无人机产品消费需求调研集中于购买无人机的目的和功能层面。从消费者购买无人机的目的来看，可以得到民用无人机公司无论是个人消费者还是企业消费者购买目的都呈现多样化，但同样体现了不同的侧重点。个人消费者更多的选择在旅行拍摄和户外活动中选择无人机，极少数个人消费者作为个体户或其他原因，也将无人机作工作使用。企业消费者大多是用无人机进行勘察、测绘、巡查等工作，部分用做单位集体出游、聚餐时的风景拍摄，一些企业消费者将无人机作为拍摄写真等，使得无人机用途广泛，还有一些单位将无人机作为职工福利或年终奖品，使得企业消费者购买用途并不唯一。

不同消费者购买目的交叉表

个人消费表

企业消费表

合计

企业使用（勘察、测绘、救灾、巡查）

6

137

143

旅行拍摄

359

7

366

户外活动

304

15

319

生活/风景视频

127

5

132

其他

11

3

14

合计

807

167

974 资料来源：公开资料整理

消费者对于无人机的功能需求方面，调查结果：

不同消费者的最主要功能需求

个人消费者

企业消费者

合计

便捷性

693

51

744

可操作性

51

59

110

承载能力

5

31

36

续航能力

55

25

80

其他

3

1

4

合计

807

167

974 资料来源：公开资料整理

个人消费者对于便携性需求极其需要，比例高达87.28%，对于其他功能主要集中于续航和可操作性方面。企业消费者把便携性和可操作性放在几乎同等重要的地位，而不是将操作性放在绝对优势地位，可能的解释是企业级消费者有专人负责，并且无人机室外操作较多，大多在室外进行飞行，要求无人机可携带，方便勘察、巡查等工作。根据工作属性的不同，企业级消费者对承载能力和续航能力也较为重视。

无人机不同于其他产品，能通过优惠的形式给予消费者再次购买的动机，对于无人机的销售大多为一锤子买卖，短期内很难让消费者再次购买。并且由于无人机价格较为昂贵，直接销售并不利于一些高端无人机的推广。通过对部分消费者访谈发现，消费者经常会询问能否通过租赁的形式获得无人机进行体验或短期使用，故文章对于无人机消费的价格需求调查不仅仅反映直接销售，也反映租赁价格。

针对消费者对于无人机的预算，不同地区的消费者出现了不同的选择：

不同地区消费者无人机预算

100以内

1001-5000

5000-1万

1万以上

合计

特大型城市（北上广深）

29

86

29

18

162

省会城市

313

189

27

49

578

其他地级市

160

36

26

12

234

合计

502

311

82

79

974 资料来源：公开资料整理

不同地区消费者对于价格的需求是不同的，其中省会城市和其他地级市大多偏向1000以内的无人机，希望无人机的价格在1000以内。同时，省会城市又展现出其消费升级的一面，省会城市受访者中，32.70%的消费者愿意接受1001到5000元的无人机产品，高于其他地级市的15.38%。特大型城市愿意接受1001到5000元无人机的比例和省会城市比例基本一致，为32.8%，而接受5000元以上的受访者比例达到29.01%，高于省会城市和其他地级市。

在产品策略方面，产品是民用无人机公司赖以营销的基础，产品越能迎合市场，功能、硬件越能贴近消费者，则越能有效的进行营销。民用无人机公司以实用性、原创性相互结合，重视产品研发和创新，在产品层面的营销中注重以下几点：一是产品迎合市场，针对不同市场的特点，开发出不同的产品，如对于旅行自拍人群，推出景象模式和人像模式，可通过摇杆等控制设备进行选择，满足市场需求，这便于消费者了解民用无人机公司民用无人机产品，也便于消费者操作，提高消费者兴趣。二是产品软件升级。民用无人机公司需要积极进行售前技术支持和售后技术升级工作，为了满足市场不断变化的需求，内部系统软件需要进行不定期升级，不断提高硬件和软件匹配度，保证相关技术优势，不断拉大与竞争者距离。三是产品硬件升级。民用无人机公司需要积极开发新的产品以替换旧的产品，保持产品与同类竞品处于同一起平线。同时，随着市场一些硬件成本不断下降，民用无人机公司为了降低成本，需要不断引进新的硬件设备，以新的硬件为基础建造新的无人机产品，拉大与竞争者距离。

在价格策略方面，民用无人机公司对于产品的定价基本移植了其他非市场化产品的定价策略，即针对价格很少有商量的余地，同时价格采用高定价模式。

为了保证经销商不存在串货的现象，民用无人机公司需要通过产品与价格分层制，在维持同一产品价格同一的基础上，等级越高的经销商才能经销更高级的无人机，以增加高级

经销商的综合竞争力。

在营销渠道方面，由于无人机市场是一个半封闭市场，对于渠道的经营，民用无人机公司需要采用三级代理机制，通过产品控制渠道，实现产品营销。一方面，民用无人机公司需要通过自身渠道进行无人机的销售，主要是通过内部营销人员向市场推广，或者通过直营店的形式进行市场营销。另一方面，民用无人机公司由于市场营销经验不足，故需要通过建立代理机制进行无人机产品销售，代理机制主要根据产品进行分层。

民用无人机公司代理机制

资料来源：观研天下数据中心整理

民用无人机公司需要通过代理机制进行无人机的销售，形成完善的营销机制。一类产品总代理、二类产品总代理和三类产品总代理主要对不同的无人机产品进行销售，同时给予不同的区域代理商不同的权限，以销售不同的无人机产品，进而实现无人机产品销售。此外，民用无人机公司也需要注重营销渠道定期维护。民用无人机公司需要要求销售员对经销商和代理商进行定期拜访，对客户进行维护，保证了原有经销商和代理商的稳定性，同时有利于增加新的客户。

在促销层面，对于企业级消费者，民用无人机公司需要对产品的促销策略吸收原有非市场化产品如军工产品营销中的经验，并通过市场化操作，即通过与经销商或代理商合作的形式召开展示会或研讨会，提供功能更完善、质量更可靠的产品。对于个人消费者，民用无人机公司需要通过广告宣传对产品进行销售，并在代理商和经销商中设立展台、销售宣传册等进行产品销售。同时民用无人机公司需要在消防、农业机械、旅行等行业杂志上刊登广告，以促进相关消费者了解民用无人机公司产品。同时，民用无人机公司也需要积极邀请专业人士进行无人机宣传，尤其是邀请摄影、电影制片人等对无人机的拍摄功能等进行详尽解读。并通过在知名科技网站等对知名撰稿人进行约稿，也需要邀请普通消费者拍摄体验视频，并将他们的真实感受予以记录并进行反馈，从而促进产品的营销。民用无人机公司也需要积极通过公关活动进行无人机产品促销，通过向希望小学、灾区等进行捐助，提高学生课外活动，航拍救灾视频等进行公关促销，提升民用无人机公司形象，也间接的对无人机产品进行宣传。（CJ）

观研报告网发布的《2021年中国无人机市场分析报告-市场现状调查与发展战略规划》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。

行业报告是业内企业、相关投资公司及政府部门准确把握行业发展趋势，洞悉行业竞争格局，规避经营和投资风险，制定正确竞争和投资战略决策的重要决策依据之一。本报告是全面了解行业以及对本行业进行投资不可或缺的重要工具。观研天下是国内知名的行业信息咨询机构，拥有资深的专家团队，多年来已经为上万家企业单位、咨询机构、金融机构、行业协会、个人投资者等提供了专业的行业分析报告，客户涵盖了华为、中国石油、中国电信、中国建筑、惠普、迪士尼等国内外行业领先企业，并得到了客户的广泛认可。

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家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。本研究报告采用的行业分析方法包括波特五力模型分析法、SWOT分析法、PEST分析法，对行业进行全面的内外部环境分析，同时通过资深分析师对目前国家经济形势的走势以及市场发展趋势和当前行业热点分析，预测行业未来的发展方向、新兴热点、市场空间、技术趋势以及未来发展战略等。

【目录大纲】

第一章 2017-2021年中国无人机行业发展概述

第一节 无人机行业发展情况概述

一、无人机行业相关定义

二、无人机行业基本情况介绍

三、无人机行业发展特点分析

四、无人机行业经营模式

1、生产模式

2、采购模式

3、销售模式

五、无人机行业需求主体分析

第二节 中国无人机行业上下游产业链分析

一、产业链模型原理介绍

二、无人机行业产业链条分析

三、产业链运行机制

(1) 沟通协调机制

(2) 风险分配机制

(3) 竞争协调机制

四、中国无人机行业产业链环节分析

1、上游产业

2、下游产业

第三节 中国无人机行业生命周期分析

一、无人机行业生命周期理论概述

二、无人机行业所属的生命周期分析

第四节 无人机行业经济指标分析

一、无人机行业的赢利性分析

二、无人机行业的经济周期分析

三、无人机行业附加值的提升空间分析

第五节 中国无人机行业进入壁垒分析

一、无人机行业资金壁垒分析

二、无人机行业技术壁垒分析

三、无人机行业人才壁垒分析

四、无人机行业品牌壁垒分析

五、无人机行业其他壁垒分析

第二章 2017-2021年全球无人机行业市场发展现状分析

第一节 全球无人机行业发展历程回顾

第二节 全球无人机行业市场区域分布情况

第三节 亚洲无人机行业地区市场分析

一、亚洲无人机行业市场现状分析

二、亚洲无人机行业市场规模与市场需求分析

三、亚洲无人机行业市场前景分析

第四节 北美无人机行业地区市场分析

一、北美无人机行业市场现状分析

二、北美无人机行业市场规模与市场需求分析

三、北美无人机行业市场前景分析

第五节 欧洲无人机行业地区市场分析

一、欧洲无人机行业市场现状分析

二、欧洲无人机行业市场规模与市场需求分析

三、欧洲无人机行业市场前景分析

第六节 2021-2026年世界无人机行业分布走势预测

第七节 2021-2026年全球无人机行业市场规模预测

第三章 中国无人机产业发展环境分析

第一节 我国宏观经济环境分析

- 一、中国GDP增长情况分析
- 二、工业经济发展形势分析
- 三、社会固定资产投资分析
- 四、全社会消费品无人机总额
- 五、城乡居民收入增长分析
- 六、居民消费价格变化分析
- 七、对外贸易发展形势分析

第二节 中国无人机行业政策环境分析

- 一、行业监管体制现状
- 二、行业主要政策法规

第三节 中国无人机产业社会环境发展分析

- 一、人口环境分析
- 二、教育环境分析
- 三、文化环境分析
- 四、生态环境分析
- 五、消费观念分析

第四章 中国无人机行业运行情况

第一节 中国无人机行业发展状况情况介绍

- 一、行业发展历程回顾
- 二、行业创新情况分析
 - 1、行业技术发展现状
 - 2、行业技术专利情况
 - 3、技术发展趋势分析
- 三、行业发展特点分析

第二节 中国无人机行业市场规模分析

第三节 中国无人机行业供应情况分析

第四节 中国无人机行业需求情况分析

第五节 我国无人机行业进出口形势分析

- 1、进口形势分析
- 2、出口形势分析

3、进出口价格对比分析

第六节、我国无人机行业细分市场分析

1、细分市场一

2、细分市场二

3、其它细分市场

第七节 中国无人机行业供需平衡分析

第八节 中国无人机行业发展趋势分析

第五章 中国无人机所属行业运行数据监测

第一节 中国无人机所属行业总体规模分析

一、企业数量结构分析

二、行业资产规模分析

第二节 中国无人机所属行业产销与费用分析

一、流动资产

二、销售收入分析

三、负债分析

四、利润规模分析

五、产值分析

第三节 中国无人机所属行业财务指标分析

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

第六章 2017-2021年中国无人机市场格局分析

第一节 中国无人机行业竞争现状分析

一、中国无人机行业竞争情况分析

二、中国无人机行业主要品牌分析

第二节 中国无人机行业集中度分析

一、中国无人机行业市场集中度影响因素分析

二、中国无人机行业市场集中度分析

第三节 中国无人机行业存在的问题

第四节 中国无人机行业解决问题的策略分析

第五节 中国无人机行业钻石模型分析

一、生产要素

- 二、需求条件
- 三、支援与相关产业
- 四、企业战略、结构与竞争状态
- 五、政府的作用

第七章 2017-2021年中国无人机行业需求特点与动态分析

第一节 中国无人机行业消费市场动态情况

第二节 中国无人机行业消费市场特点分析

- 一、需求偏好
- 二、价格偏好
- 三、品牌偏好
- 四、其他偏好

第三节 无人机行业成本结构分析

第四节 无人机行业价格影响因素分析

- 一、供需因素
- 二、成本因素
- 三、渠道因素
- 四、其他因素

第五节 中国无人机行业价格现状分析

第六节 中国无人机行业平均价格走势预测

- 一、中国无人机行业价格影响因素
- 二、中国无人机行业平均价格走势预测
- 三、中国无人机行业平均价格增速预测

第八章 2017-2021年中国无人机行业区域市场现状分析

第一节 中国无人机行业区域市场规模分布

第二节 中国华东地区无人机市场分析

- 一、华东地区概述
- 二、华东地区经济环境分析
- 三、华东地区无人机市场规模分析
- 四、华东地区无人机市场规模预测

第三节 华中地区市场分析

- 一、华中地区概述
- 二、华中地区经济环境分析
- 三、华中地区无人机市场规模分析

四、华中地区无人机市场规模预测

第四节 华南地区市场分析

- 一、华南地区概述
- 二、华南地区经济环境分析
- 三、华南地区无人机市场规模分析
- 四、华南地区无人机市场规模预测

第九章 2017-2021年中国无人机行业竞争情况

第一节 中国无人机行业竞争结构分析（波特五力模型）

- 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 中国无人机行业SCP分析

- 一、理论介绍
- 二、SCP范式
- 三、SCP分析框架

第三节 中国无人机行业竞争环境分析（PEST）

- 一、政策环境
- 二、经济环境
- 三、社会环境
- 四、技术环境

第十章 无人机行业企业分析（随数据更新有调整）

第一节 企业

- 一、企业概况
- 二、主营产品
- 三、运营情况
 - 1、主要经济指标情况
 - 2、企业盈利能力分析
 - 3、企业偿债能力分析
 - 4、企业运营能力分析
 - 5、企业成长能力分析
- 四、公司优劣势分析

第二节 企业

- 一、企业概况
- 二、主营产品
- 三、运营情况
- 四、公司优劣势分析

第三节 企业

- 一、企业概况
- 二、主营产品
- 三、运营情况
- 四、公司优劣势分析

第四节 企业

- 一、企业概况
- 二、主营产品
- 三、运营情况
- 四、公司优劣势分析

第五节 企业

- 一、企业概况
- 二、主营产品
- 三、运营情况
- 四、公司优劣势分析

第十一章 2021-2026年中国无人机行业发展前景分析与预测

第一节 中国无人机行业未来发展前景分析

- 一、无人机行业国内投资环境分析
- 二、中国无人机行业市场机会分析
- 三、中国无人机行业投资增速预测

第二节 中国无人机行业未来发展趋势预测

第三节 中国无人机行业市场发展预测

- 一、中国无人机行业市场规模预测
- 二、中国无人机行业市场规模增速预测
- 三、中国无人机行业产值规模预测
- 四、中国无人机行业产值增速预测
- 五、中国无人机行业供需情况预测

第四节 中国无人机行业盈利走势预测

- 一、中国无人机行业毛利润同比增速预测

二、中国无人机行业利润总额同比增速预测

第十二章 2021-2026年中国无人机行业投资风险与营销分析

第一节 无人机行业投资风险分析

- 一、无人机行业政策风险分析
- 二、无人机行业技术风险分析
- 三、无人机行业竞争风险分析
- 四、无人机行业其他风险分析

第二节 无人机行业应对策略

- 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

第十三章 2021-2026年中国无人机行业发展战略及规划建议

第一节 中国无人机行业品牌战略分析

- 一、无人机企业品牌的重要性
- 二、无人机企业实施品牌战略的意义
- 三、无人机企业品牌的现状分析
- 四、无人机企业的品牌战略
- 五、无人机品牌战略管理的策略

第二节 中国无人机行业市场重点客户战略实施

- 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

第三节 中国无人机行业战略综合规划分析

- 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

第十四章 2021-2026年中国无人机行业发展策略及投资建议

第一节 中国无人机行业产品策略分析

一、服务产品开发策略

二、市场细分策略

三、目标市场的选择

第二节 中国无人机行业营销渠道策略

一、无人机行业渠道选择策略

二、无人机行业营销策略

第三节 中国无人机行业价格策略

第四节 观研天下行业分析师投资建议

一、中国无人机行业重点投资区域分析

二、中国无人机行业重点投资产品分析

图表详见报告正文

更多好文每日分享，欢迎关注公众号

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/jixie/542607542607.html>