

中国卫星互联网行业现状深度分析与发展前景研究报告（2022-2029年）

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《中国卫星互联网行业现状深度分析与发展前景研究报告（2022-2029年）》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://www.chinabaogao.com/baogao/202212/619819.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

一、我国卫星互联网发展基础良好

卫星互联网是指多次发射数百颗乃至上千颗小型卫星，组成卫星星座，以这些卫星作为“空中基站”，从而达到与地面移动通信类似的效果，实现太空互联网，本质就是传统航天和通信领域的技术拓展融合。2021年全球在轨卫星数量4852颗，其中，中国在轨卫星数量为499个，占有在轨卫星比重的10.28%，为世界第二大在轨有效卫星的拥有国，我国卫星互联网发展基础良好。

数据来源：观研天下数据中心整理

数据来源：观研天下数据中心整理

二、国家政策法规驱动下卫星互联网将逐渐实现规模化应用

从整体规模看，我国卫星互联网尚处于初级发展阶段。卫星互联网具有不可替代的覆盖优势，作为国家新型基础设施建设的重要组成部分，未来在国家政策法规的驱动下其规模化应用逐渐加速，产业有望实现快速发展。据数据，2021年我国卫星互联网行业市场规模达292.48亿元，预计2025年将升至446.92亿元，2021-2025年复合增长率为11.2%。

我国卫星互联网行业相关政策	时间	政策	部门	主要内容	2014年
《关于创新重点领域投融资机制鼓励社会投资的指导意见》					国务院
鼓励民间资本研制、发射和运营商业遥感卫星，提供市场化、专业化服务					2015年
《国家民用空间基础设施长期发展规划(2015- 2025)》		国家发改委、	财政部、	国防科工局	
提出“利用空间资源，主要为广大用户提供遥感、通信广播、导航定位以及其他产品与服务的天地一体化工程设施”	2016年	《十三五国家信息化规划》			国务院
提出“通过移动蜂窝、光纤、低轨卫星等多种方式，完善边远地区及贫困地区的网络覆盖”					
2017年 《关于推动国防科技工业军民融合深度发展的意见》			国务院办公厅	提出“推进军民结合、寓军于民的武器装备科研生产体系建设，推进军民资源互通共享、相互支撑和有效转化”	
2018年 《关于降低部分无线电频率占用费标准等有关问题的通知》			发改委、	财政部	
调整网络化运营的高通量卫星系统频率占用费收费方式，降低开展空间科学研究的卫星系统频率占用费标准。	2019年	《卫星网络国际申报简易程序规定》			工信部
在卫星网络国际申报工作中建立简易程序，即境内卫星操作单位按照)先申报后协调的原则，通过工信部向国际电联报送卫星网络资料,并开展国内协调等相应工作。					2019年
《关于规范对地静止轨道卫星固定业务Ka频段设置使用动中通地球站相关事宜的通知》					
工信部 利用卫星建立传输通道主要依赖于传统卫星转发器资源，用户承载量和传输速率十分有限，而Ka频段高通量卫星尤其适用于航空、船舶等通信服务领域，该政策顺应了Ka频					

段高通量卫星的发展趋势以及国内用户对动中通地球站的迫切需求，也有利于引导相关产业合理有序发展 2020年《经济运行例行发布会》国资委、发改委 发布会指出新基建中的“信息基础设施”主要是指基于新一代信息技术演化生成的基础设施，比如，以5G、卫星互联网为代表的通信网络基础设施等。其中卫星互联网首次被纳入“新型基础设施”

2020年《关于2019年国民经济和社会发展计划执行情况与2020年国民经济和社会发展计划草案的报告》 发改委 支持商业航天发展，延伸航天产业链条，扩展通信、导航、遥感等卫星应用。 2020年《关于政协十三届全国委员会第三次会议第3776号(经济发展283号)提案答复的函》工信部 近年来，工信部高度重视卫星互联网发展，积极开展卫星互联网与5G网络融合应用研究，推进卫星互联网应用。 2021年《关于组建中国卫星网络集团有限公司的公告》国资委 中国卫星网络集团有限公司(星网集团)挂牌成立，由国务院国有资产监督管理委员会代表国务院履行出资人职责，星网集团成立将有力地推动卫星互联网空间段原材料双边市场建设地面段通信网络间融合运营、用户端“通导遥”数据共享，助卫星互联网全面快速发展

资料来源：观研天下整理

数据来源：观研天下数据中心整理

三、低轨宽带卫星互联网将加速发展

卫星根据轨道类型分为LEO（低地球轨道）、MEO（中地球轨道）、GEO（地球静止轨道）、SSO（太阳同步轨道）、IGSO（倾斜地球同步轨道）五种。

目前卫星互联网多指利用地球低轨道卫星实现的低轨宽带卫星互联网，相比中高轨卫星，它具有全域无缝覆盖、传输时延小、链路损耗低、发射灵活的特点，发展前景广阔。

低轨道和频段资源有限，已经成为各国卫星企业争相抢占的重点资源。从国家维度来看，美国相关技术和法律法规体系成熟，近地轨道卫星数量占据了全球的87.7%，我国近地轨道卫星数量占全球的比重仅为3.3%，随着商业层面及国防战略层面的竞争趋向白热化，我国多个近地轨道卫星星座计划也相继启动，低轨通信卫星将加速发展。

卫星轨道分类	卫星轨道类型	轨道高度(千米)	卫星用途
LEO(低地球轨道)	300~2000	对地观测、测地、通信等	
MEO(中地球轨道)	2000~35786	导航.	
GEO(地球静止轨道)	35786	通信、导航、气象观测等	
SSo(太阳同步轨道)	<6000	观测	
IGSO(倾斜地球同步轨道)	35786	导航.	

资料来源：观研天下整理

数据来源：观研天下数据中心整理

国内主要卫星互联网卫星星座计划	属性	星座名称	运营方	卫星数量
国有企业	鸿雁星座	东方红卫星移动通信有限公司	324	
天基互联星座	上海蔚星数据科技有限公司	186		
虹云工程				

中国航天科工集团有限公司 156 天地一体化信息网络 中国电科38所 100 行云工程
航天行云科技有限公司 80 “瓢虫系列”卫星 西安中科天塔科技股份有限公司 72 星网工程
中国卫星网络集团 12992 民营企业 银河Galaxy 银河航天(北京)科技有限公司 1000 天启
北京国电高科科技有限公司华 36 浙江时空道宇科技有限公司
72 (预计到2025年底) 168 (预计到2030年底)

资料来源：观研天下整理 (zlj)

观研报告网发布的《中国卫星互联网行业现状深度分析与发展前景研究报告 (2022-2029年)》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，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 2018-2022年中国卫星互联网行业发展概述

第一节 卫星互联网行业发展情况概述

一、卫星互联网行业相关定义

二、卫星互联网特点分析

三、卫星互联网行业基本情况介绍

四、卫星互联网行业经营模式

1、生产模式

2、采购模式

3、销售/服务模式

五、卫星互联网行业需求主体分析

第二节 中国卫星互联网行业生命周期分析

一、卫星互联网行业生命周期理论概述

二、卫星互联网行业所属的生命周期分析

第三节 卫星互联网行业经济指标分析

一、卫星互联网行业的赢利性分析

二、卫星互联网行业的经济周期分析

三、卫星互联网行业附加值的提升空间分析

第二章 2018-2022年全球卫星互联网行业市场发展现状分析

第一节 全球卫星互联网行业发展历程回顾

第二节 全球卫星互联网行业市场规模与区域分布情况

第三节 亚洲卫星互联网行业地区市场分析

一、亚洲卫星互联网行业市场现状分析

二、亚洲卫星互联网行业市场规模与市场需求分析

三、亚洲卫星互联网行业市场前景分析

第四节 北美卫星互联网行业地区市场分析

一、北美卫星互联网行业市场现状分析

二、北美卫星互联网行业市场规模与市场需求分析

三、北美卫星互联网行业市场前景分析

第五节 欧洲卫星互联网行业地区市场分析

一、欧洲卫星互联网行业市场现状分析

二、欧洲卫星互联网行业市场规模与市场需求分析

三、欧洲卫星互联网行业市场前景分析

第六节 2022-2029年世界卫星互联网行业分布走势预测

第七节 2022-2029年全球卫星互联网行业市场规模预测

第三章 中国卫星互联网行业产业发展环境分析

第一节 我国宏观经济环境分析

第二节 我国宏观经济环境对卫星互联网行业的影响分析

第三节 中国卫星互联网行业政策环境分析

一、行业监管体制现状

二、行业主要政策法规

三、主要行业标准

第四节 政策环境对卫星互联网行业的影响分析

第五节 中国卫星互联网行业产业社会环境分析

第四章 中国卫星互联网行业运行情况

第一节 中国卫星互联网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

三、行业发展特点分析

第二节 中国卫星互联网行业市场规模分析

一、影响中国卫星互联网行业市场规模的因素

二、中国卫星互联网行业市场规模

三、中国卫星互联网行业市场规模解析

第三节 中国卫星互联网行业供应情况分析

一、中国卫星互联网行业供应规模

二、中国卫星互联网行业供应特点

第四节 中国卫星互联网行业需求情况分析

一、中国卫星互联网行业需求规模

二、中国卫星互联网行业需求特点

第五节 中国卫星互联网行业供需平衡分析

第五章 中国卫星互联网行业产业链和细分市场分析

第一节 中国卫星互联网行业产业链综述

一、产业链模型原理介绍

二、产业链运行机制

三、卫星互联网行业产业链图解

第二节 中国卫星互联网行业产业链环节分析

一、上游产业发展现状

二、上游产业对卫星互联网行业的影响分析

三、下游产业发展现状

四、下游产业对卫星互联网行业的影响分析

第三节 我国卫星互联网行业细分市场分析

- 一、细分市场一
- 二、细分市场二

第六章 2018-2022年中国卫星互联网行业市场竞争分析

第一节 中国卫星互联网行业竞争现状分析

- 一、中国卫星互联网行业竞争格局分析
- 二、中国卫星互联网行业主要品牌分析

第二节 中国卫星互联网行业集中度分析

- 一、中国卫星互联网行业市场集中度影响因素分析
- 二、中国卫星互联网行业市场集中度分析

第三节 中国卫星互联网行业竞争特征分析

- 一、企业区域分布特征
- 二、企业规模分布特征
- 三、企业所有制分布特征

第七章 2018-2022年中国卫星互联网行业模型分析

第一节 中国卫星互联网行业竞争结构分析（波特五力模型）

- 一、波特五力模型原理
- 二、供应商议价能力
- 三、购买者议价能力
- 四、新进入者威胁
- 五、替代品威胁
- 六、同业竞争程度
- 七、波特五力模型分析结论

第二节 中国卫星互联网行业SWOT分析

- 一、SOWT模型概述
- 二、行业优势分析
- 三、行业劣势
- 四、行业机会
- 五、行业威胁
- 六、中国卫星互联网行业SWOT分析结论

第三节 中国卫星互联网行业竞争环境分析（PEST）

- 一、PEST模型概述
- 二、政策因素
- 三、经济因素

四、社会因素

五、技术因素

六、PEST模型分析结论

第八章 2018-2022年中国卫星互联网行业需求特点与动态分析

第一节 中国卫星互联网行业市场动态情况

第二节 中国卫星互联网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 卫星互联网行业成本结构分析

第四节 卫星互联网行业价格影响因素分析

一、供需因素

二、成本因素

三、其他因素

第五节 中国卫星互联网行业价格现状分析

第六节 中国卫星互联网行业平均价格走势预测

一、中国卫星互联网行业平均价格趋势分析

二、中国卫星互联网行业平均价格变动的影响因素

第九章 中国卫星互联网行业所属行业运行数据监测

第一节 中国卫星互联网行业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 中国卫星互联网行业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 中国卫星互联网行业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

第十章 2018-2022年中国卫星互联网行业区域市场现状分析

第一节 中国卫星互联网行业区域市场规模分析

一、影响卫星互联网行业区域市场分布的因素

二、中国卫星互联网行业区域市场分布

第二节 中国华东地区卫星互联网行业市场分析

一、华东地区概述

二、华东地区经济环境分析

三、华东地区卫星互联网行业市场分析

(1) 华东地区卫星互联网行业市场规模

(2) 华南地区卫星互联网行业市场现状

(3) 华东地区卫星互联网行业市场规模预测

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、华中地区卫星互联网行业市场分析

(1) 华中地区卫星互联网行业市场规模

(2) 华中地区卫星互联网行业市场现状

(3) 华中地区卫星互联网行业市场规模预测

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、华南地区卫星互联网行业市场分析

(1) 华南地区卫星互联网行业市场规模

(2) 华南地区卫星互联网行业市场现状

(3) 华南地区卫星互联网行业市场规模预测

第五节 华北地区卫星互联网行业市场分析

一、华北地区概述

二、华北地区经济环境分析

三、华北地区卫星互联网行业市场分析

(1) 华北地区卫星互联网行业市场规模

(2) 华北地区卫星互联网行业市场现状

(3) 华北地区卫星互联网行业市场规模预测

第六节 东北地区市场分析

一、东北地区概述

二、东北地区经济环境分析

三、东北地区卫星互联网行业市场分析

(1) 东北地区卫星互联网行业市场规模

(2) 东北地区卫星互联网行业市场现状

(3) 东北地区卫星互联网行业市场规模预测

第七节 西南地区市场分析

一、西南地区概述

二、西南地区经济环境分析

三、西南地区卫星互联网行业市场分析

(1) 西南地区卫星互联网行业市场规模

(2) 西南地区卫星互联网行业市场现状

(3) 西南地区卫星互联网行业市场规模预测

第八节 西北地区市场分析

一、西北地区概述

二、西北地区经济环境分析

三、西北地区卫星互联网行业市场分析

(1) 西北地区卫星互联网行业市场规模

(2) 西北地区卫星互联网行业市场现状

(3) 西北地区卫星互联网行业市场规模预测

第九节 2022-2029年中国卫星互联网行业市场规模区域分布预测

第十一章 卫星互联网行业企业分析（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、公司优势分析
-

第十二章 2022-2029年中国卫星互联网行业发展前景分析与预测

第一节 中国卫星互联网行业未来发展前景分析

- 一、卫星互联网行业国内投资环境分析
- 二、中国卫星互联网行业市场机会分析
- 三、中国卫星互联网行业投资增速预测

第二节 中国卫星互联网行业未来发展趋势预测

第三节 中国卫星互联网行业规模发展预测

- 一、中国卫星互联网行业市场规模预测
- 二、中国卫星互联网行业市场规模增速预测
- 三、中国卫星互联网行业产值规模预测
- 四、中国卫星互联网行业产值增速预测
- 五、中国卫星互联网行业供需情况预测

第四节 中国卫星互联网行业盈利走势预测

第十三章 2022-2029年中国卫星互联网行业进入壁垒与投资风险分析

第一节 中国卫星互联网行业进入壁垒分析

- 一、卫星互联网行业资金壁垒分析
- 二、卫星互联网行业技术壁垒分析
- 三、卫星互联网行业人才壁垒分析
- 四、卫星互联网行业品牌壁垒分析
- 五、卫星互联网行业其他壁垒分析

第二节 卫星互联网行业风险分析

- 一、卫星互联网行业宏观环境风险
- 二、卫星互联网行业技术风险
- 三、卫星互联网行业竞争风险
- 四、卫星互联网行业其他风险

第三节 中国卫星互联网行业存在的问题

第四节 中国卫星互联网行业解决问题的策略分析

第十四章 2022-2029年中国卫星互联网行业研究结论及投资建议

第一节 观研天下中国卫星互联网行业研究综述

- 一、行业投资价值
- 二、行业风险评估

第二节 中国卫星互联网行业进入策略分析

- 一、目标客户群体
- 二、细分市场选择
- 三、区域市场的选择

第三节 卫星互联网行业营销策略分析

- 一、卫星互联网行业产品策略
- 二、卫星互联网行业定价策略
- 三、卫星互联网行业渠道策略
- 四、卫星互联网行业促销策略

第四节 观研天下分析师投资建议

图表详见报告正文

详细请访问：<http://www.chinabaogao.com/baogao/202212/619819.html>