

2018-2023年中国无人机产业市场现状规划调查与 投资商机分析预测报告

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《2018-2023年中国无人机产业市场现状规划调查与投资商机分析预测报告》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：<http://baogao.chinabaogao.com/zhuanongshebei/297624297624.html>

报告价格：电子版: 7200元 纸介版：7200元 电子和纸介版: 7500

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

1 无人机定义

无人机(Unmanned Aerial Vehicle, 简称UAV)通常是指由机载动力驱动,由人为远程操作或自主程序控制飞行,可执行多种任务并能回收重复使用的无人驾驶飞行器。通常无人机系统是一个集成有飞行器平台、飞行控制与导航、信息传输与处理、任务载荷,以及地面运输与保障等系统的高度综合系统。

无人机与传统载人飞机最明显的不同是驾驶员不在机上,飞行器设计不受人的生理控制。同时,其发射/回收方式、造价、体积大小、操控方式等多个方面与载人飞机存在较大的差异。

表：无人机相对于传统飞机的优势 2 无人机发展历史

无人机的诞生

1903年,美国莱特兄弟制造出了第一架依靠自身动力进行飞行的载人飞机“飞行者”一号。

不久之后在1917年,美国皮特·库珀和埃尔默·A·斯佩里发明了自动陀螺稳定器,装配于飞机上使得飞机自动保持平衡向前飞行,于是第一架无人机应运而生。而该无人机还不能很好的自主飞行和回收,实质上更像是一枚“自动飞行的炸弹”,因此被称作“空中鱼雷”。

虽然“空中鱼雷”的使用场景十分有限,但它的出现为无人机的发展奠定了基础。

图：“空中鱼雷”无人机
发展初期

不可回收使得无人机更像导弹而不像飞机,且使用成本极高。

因此,从可回收的角度出发,真正意义上的第一架无人机是英国德·哈维兰公司于1934年研制的“蜂后”无人机。

“蜂后”无人机是一款无线电遥控全尺寸靶机,最高飞行高度达17000英尺,最大速度为

100英里/小时，发射后能自主回收并重复利用，在1934-1943年间共生产了420架，在英国海军和陆军服役。

在二战期间，希特勒也希望拥有无人飞行炸弹，因此德国工程师弗莱舍“福鲁则浩”在1944年设计研制出了复仇者一号无人机，该机速度达到每小时470英里，具有一定突防能力，为攻击英伦列岛而设计。

复仇者一号的载弹量多达2000磅，并能按照预先程序飞行150英里。二战期间，英国有超过900人死于该无人机之下。

图：峰后无人机 图：复仇者无人机 由于当时无人机动力较小（动力装置为活塞发动机，因此仅适应中低空中小型无人机），机载侦察设备精准度不足，通讯设备无法完成远距离通信，导致其无法完成更多的战争任务。因此无人机虽然在二战期间被用于实战中，但用途主要是靶机和自杀式无人机，战争结束后多被改装用于训练射击。

战争角色的转变

虽然美国在无人机领域的研发投入最大，但让世界对无人机在战争中地位看法发生改变的是以色列。

1976年，以色列将大量无人机用于对埃及的战争中，诱使埃及地面防空部队开火，为之后轰炸机对埃及地面部队轰炸提供了掩护。在黎巴嫩战争时期，侦察兵无人机系统曾经在以色列陆军和以色列空军的服役中担任重要战斗角色。

随后美国借鉴以色列的经验，在海湾战争中先后动用了“先锋”、“指针”无人机系统，在侦察、监视、目标管理和炮火支援等方面都发挥了重要作用。

随着电子信息技术和动力装置的进步，无人机在战场上的功能呈现出多样化的趋势，从最初的自杀式投放炸弹，逐渐拓展为侦察、情报收集、跟踪、通讯甚至自主攻击。

表：以色列无人机战场上的使用

在80和90年代的战争中无人机卓有成效地执行了多种军事任务，包括照相侦察、撒传单、信号情报搜集、防空火力诱饵、防空阵地位置标识、目标指示和目标毁伤评估的实时报告。至此，无人机已先后经历了无人靶机、预编程控制无人侦察机、指令遥控无人侦察机和复合控制的多用途无人机的发展过程。

快速发展时期

在20世纪90年代，由于无人机在战争中的出色表现，军用无人机发展迎来了最迅猛的时期，并且呈现出察打一体化和高空长航时的趋势。全世界共有30多个国家装备了无人机系统，并在陆、海、空三军中组建了无人机队。

捕食者和全球鹰这两款非常具有代表性的无人机也出现在这一阶段。

1994年，美国通用原子公司研制出捕食者无人机。与只能进行侦察的无人机相比，捕食者具有察打一体的功能，这使其在此后的多次战争中都扮演了重要角色。

据中国报告网，2003年3月，“捕食者”携带两枚AGM-114K“地狱火”激光制导反坦克导弹，执行摧毁伊拉克的ZSU-23-4自行高射炮的任务；在2006年的伊拉克军事行动中，“捕食者”无人机发现三名武装分子企图用迫击炮袭击美军后，发射了一枚空对地导弹，成功击毙了三名武装分子。

由于受制于动力系统，早期的无人机只能进行低空侦察。

随着1993年美国启动了蒂尔无人机发展计划，无人机步入了高空长航时代，美国的全球鹰以及以色列的苍鹭无人机是这方面的代表。其中全球鹰航程为26000km，续航时间42h，可从美国本土起飞到达全球任何地点进行侦察，并在21世纪初的阿富汗和伊拉克战争中为美军提供了大量的目标图像情报，发挥了重要的侦察作用。

中国报告网发布的报告书内容严谨、数据翔实，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动向、市场前景、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。它是业内企业、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。

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 2016-2017年中国无人机行业发展概述

第一节 2016-2017年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、2016-2017年无人机行业国内发展特点分析

第二节 2016-2017年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、2016-2017年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 2016-2017年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、2017年无人机行业所属的生命周期分析

第四节 2016-2017年无人机行业经济指标分析

- 二、2016-2017年无人机行业的赢利性分析
- 四、2016-2017年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 2016-2017年中国无人机行业进入壁垒分析

- 一、无人机行业技术壁垒分析
- 二、无人机行业规模壁垒分析
- 三、无人机行业品牌壁垒分析
- 四、无人机行业其他壁垒分析

第二章 2016-2017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 2016-2017年全球无人机行业市场区域分布情况

第三节 2016-2017年亚洲无人机行业地区市场分析

- 一、2016-2017年亚洲无人机行业市场现状分析
- 二、2016-2017年亚洲无人机行业市场规模与市场需求分析
- 三、2018-2023年亚洲无人机行业市场前景分析
- 四、2018-2023年亚洲无人机发展趋势分析

第四节 2016-2017年北美无人机行业地区市场分析

- 一、2016-2017年北美无人机行业市场现状分析
- 二、2016-2017年北美无人机行业市场规模与市场需求分析
- 三、2018-2023年北美无人机行业市场前景分析
- 四、2018-2023年北美无人机行业发展趋势分析

第五节 2016-2017年欧盟无人机行业地区市场分析

- 一、2016-2017年欧盟无人机行业市场现状分析
- 二、2016-2017年欧盟无人机行业市场规模与市场需求分析
- 三、2018-2023年欧盟无人机行业市场前景分析
- 四、2018-2023年欧盟无人机行业发展趋势分析

第六节 2018-2023年世界无人机行业分布走势预测

第七节 2018-2023年全球无人机行业市场规模预测

- 一、2018-2023年亚洲无人机行业市场规模预测
- 二、2018-2023年北美无人机行业市场规模预测
- 三、2018-2023年欧盟无人机行业市场规模预测

第三章 2016-2017年中国无人机产业发展环境分析

第一节 2016-2017年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、全社会消费品零售总额
- 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 2016-2017年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

第四节 2016-2017年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 2015-2017年中国无人机产业运行情况

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、行业技术现状分析

三、行业发展特点分析

第二节 2015-2017年中国无人机行业市场规模分析

第三节 2015-2017年中国无人机行业供应情况分析

一、行业生产企业分析

二、2015-2017年中国无人机行业产能情况分析

三、2015-2017年中国无人机行业产能区域分布情况

第四节 2015-2017年中国无人机行业需求情况分析

一、2015-2017年中国无人机行业行业需求量分析

二、2015-2017年中国无人机行业行业需求区域分布

第五节 2018-2023年中国无人机行业发展趋势分析

第五章 2016-2017年中国无人机市场格局分析

第一节 2016-2017年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 2016-2017年中国无人机行业集中度分析

一、中国行业市场集中度分析

二、中国行业企业集中度分析

第三节 2016-2017年中国无人机行业存在的问题

第四节 2016-2017年中国无人机行业解决问题的策略分析

第五节 2016-2017年中国无人机行业竞争力分析

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

第六章 2016-2017年中国无人机市场价格走势分析

第一节 2016-2017年无人机行业价格影响因素分析

一、成本因素

二、供需因素

三、渠道因素

四、其他因素

第二节 2016-2017年中国无人机行业价格现状分析

一、2016-2017年无人机行业平均价格走势回顾分析

二、2018年无人机行业平均价格走势预测

第三节 2018-2023年中国无人机行业平均价格走势预测

一、价格预测依据

二、2018-2023年中国无人机行业平均价格走势预测

三、2018-2023年中国无人机行业平均价格增速预测

第七章 2015-2017年中国无人机行业区域市场现状分析

第一节 2015-2017年中国无人机行业区域市场规模分布

第二节 2015-2017年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、2015-2017年华东地区无人机市场规模分析

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、2015-2017年华中地区无人机市场规模分析

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、2015-2017年华南地区无人机市场规模分析

第五节 华北地区市场分析

一、华北地区概述

二、华北地区经济环境分析

三、2015-2017年华北地区无人机市场规模分析

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、2015-2017年东北地区无人机市场规模分析

第七节 西部地区市场分析

一、西部地区概述

二、西部地区经济环境分析

三、2015-2017年西部地区无人机市场规模分析

第八章 2016-2017年中国无人机行业竞争情况

第一节 2016-2017年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 2016-2017年中国无人机行业SWOT分析

一、行业优势分析

二、行业劣势分析

三、行业机会分析

四、行业威胁分析

第三节 2016-2017年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

第九章 中国无人机所属行业数据监测

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、产成品分析

二、销售收入分析

三、负债分析

四、利润规模分析

五、产值分析

六、销售成本分析

七、销售费用分析

八、管理费用分析

九、财务费用分析

十、其他运营数据分析

第三节 中国*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 我国无人机行业重点生产企业分析（随数据更新有调整）

第一节 企业一

- 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 企业二

- 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

第三节 企业三

- 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

第四节 企业四

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

第五节 企业五

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

第六节 企业六

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

第七节 企业七

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

第八节 企业八

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

第九节 企业九

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

第十节 企业十

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

第十一章2018-2023年中国无人机行业发展前景分析与预测

第一节2018-2023年中国无人机行业未来发展前景分析

- 一、2018-2023年行业国内投资环境分析
- 二、2018-2023年中国无人机行业市场机会分析
- 三、2018-2023年中国无人机行业投资增速预测

第二节2018-2023年中国无人机行业未来发展趋势预测

第三节2018-2023年中国无人机行业市场发展预测

- 一、2018-2023年中国无人机行业市场规模预测
- 二、2018-2023年中国无人机行业市场规模增速预测
- 三、2018-2023年中国无人机行业产值规模预测
- 四、2018-2023年中国无人机行业产值增速预测

第四节2018-2023年中国无人机行业盈利走势预测

- 一、2018-2023年中国无人机行业毛利润同比增速预测
- 二、2018-2023年中国无人机行业利润总额同比增速预测

第十二章 2018-2023年中国无人机行业投资风险与营销分析

第一节 2018-2023年无人机行业投资风险分析

- 一、2018-2023年无人机行业政策风险分析
- 二、2018-2023年无人机行业技术风险分析
- 三、2018-2023年无人机行业竞争风险分析
- 四、2018-2023年无人机行业其他风险分析

第二节 2018-2023年无人机行业企业经营发展分析及建议

- 一、2018-2023年无人机行业经营模式
- 二、2018-2023年无人机行业生产模式
- 三、2018-2023年无人机行业销售模式

第三节 2018-2023年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 2018-2023年中国无人机行业发展策略及投资建议

第一节 2018-2023年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2018-2023年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 2018-2023年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 2018-2023年中国无人机行业发展策略及投资建议
 - 第一节2018-2023年中国无人机行业产品策略分析
 - 一、产品开发策略
 - 二、市场细分策略
 - 三、目标市场的选择
 - 第二节2018-2023年中国无人机行业营销渠道策略
 - 一、 2018-2023年无人机行业营销模式
 - 二、2018-2023年无人机行业营销策略
 - 第三节2018-2023年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、2018-2023年中国无人机行业投资区域分析
 - 二、2018-2023年中国无人机行业投资产品分析

更多图表详见正文（GSLWK）

特别说明：中国报告网所发行报告书中的信息和数据部分会随时间变化补充更新，报告发行年份对报告质量不会有任何影响，并有助于降低企事业单位投资风险。

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/zhuanyongshebei/297624297624.html>