

2018年中国卫星通信市场分析报告- 行业深度调研与发展前景研究

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年中国卫星通信市场分析报告-行业深度调研与发展前景研究》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/tongxinshebei/329635329635.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

目前，中国卫星通信能够提供的宽带服务，都基于中星 16 号。这是我国首颗高通量通信卫星，通过多个用户波束，提供 Ka 频段高通量卫星通信服务，通信容量可达到 20Gbps 以上。相比传统 C、Ku 频段卫星，Ka 频段高通量卫星具有大容量、抗干扰、价格低、业务模式灵活等特点。中星 16 号能够实现偏远地区的移动通信基站接入及其他行业应用，能够为用户提供更高带宽、更低价格、更快速率的卫星互联网接入服务，在企业专网、远程教育、医疗、互联网接入、广电新闻采集、机载船舶通信和应急通信等领域有着广泛的应用前景。

卫星宽带接入商业模式主要是以“互联网+”形式展开。譬如中国卫通与广电系企业合作打造了星直播平台，参与到网络直播产业中。星直播平台最大的特色是，拥有专属卫星信道，独享宽带定制直播，而且卫星信号无死角、传输稳定性高、不受地理环境限制的优势能够支持山区、航海等极限环境。此外宽带卫星通信还能连接信息孤岛，如远洋轮船在欧洲海域通过中国卫通的卫星通信网络连接了国内总部，实现了从窄带到基于 IP 的宽带综合接入，船员们能够随时上网与家人交流。此外，卫星与互联网结合可以实现机载通信、远程教育、电信普遍服务随着民航局放宽了对于飞机上使用便携式电子设备的规定，机载互联网发展开始进入实质阶段。高通量卫星是机载互联网不可或缺的信息网络保障手段。

目前，中国卫通已经基于中星 16 号卫星提供机上互联模拟体验，人们使用手机可以连接机上 WiFi，上网速度流畅，还可以通过机上互联网构建起客舱服务系统。此外全国还有大约 4.8 万所中小学没有接入网络，大多是在光纤接不到、铁塔无法建设的地区。卫星互联网更快速、更低成本地实现“宽带网络校校通”，让边远地区的学校接入互联网，帮助偏远地区的中小学生跨越“数字鸿沟”。

随着不断建成的卫星地面运营网络，宽带卫星通信将在各行业全面推广应用，为客户提供质优价廉的产品。按中国卫通的规划：计划在 2019 年发射中星 18 号，与中星 16 号一起实现国土覆盖；在 2023 年前发射国土东部节点和国土西部节点宽带卫星，实现国土、海洋的覆盖增强和“一带一路”的基本覆盖能力，在轨高通量卫星系统容量不小于 300Gbps；后续根据市场需求和轨位情况，再增加 4 颗高轨宽带卫星，并结合低轨宽带星座实现卫星宽带网络全球布局。可以预见的随着高通量卫星发射，卫星通信市场将越来越壮大，随着而来将是一批终端卫星设备公司、通信应用与运营公司兴起，当前已经布局卫星通信的公司也将迎来发展的黄金期。

特别值得一提的是机载 WiFi 产业将会迎来爆发。目前国内外航空公司采用的机上互联网技术主要有两类：地空互联和卫星连接。前者主要是指架设地面基站向天空发射信号，构建机上局域网；后者则是使用卫星与地面网络进行数据传输。目前，卫星通信网络主要有几种类型：L 波段、Ku 波段，及 Ka 波段。大部分航空公司选用的都是 Ku 波段，主要原因是技术相对成熟。据民航大数据研究院统计，国内东方航空、南方航空、海南航空、厦门航空

已经就 Ku 技术标准改造了部分飞机，而基于 Ka 波段的改造尚未开始。Ku 波段主要是基于两个固定区间的无线电信号传输，而 Ka 波段能够在移动的运载工具上使用，通过 4 颗卫星，能够实现全球信号覆盖。

中国的飞机 Wi-Fi 市场尚处于起步阶段。据统计，国内共 9 家航司拥有空中 Wi-Fi 业务，但是航班覆盖率均在 5% 以下。面对一片蓝海市场，卫星通讯领域的巨头纷纷布局，除了 Inmarsat 之外，专注 Ku 波段的 ViaSat 和 Gogo 也在研发基于卫星的新一代通讯产品。国内东方航空、厦门航空部分实现改造的机型就是与中国电信展开的合作；中国联通也宣布成立合资公司“联通航美”，专门为机载通信业务提供技术支持。随着飞机上使用电子设备的规定“松绑”，这个蓝海市场将是运营商和 wifi 设备商争夺的战场。

图表：中国北斗卫星导航系统示意图

北斗计划分 3 阶段执行，自 2000 年 10 月以来已发射 30 余颗卫星，其中有地球同步卫星、倾斜地球同步轨道卫星和中轨道地球卫星。第一阶段将 4 颗卫星送入轨道，后被于 2012 年正式投入使用的北斗 2 号取代。北斗 2 号的 12 颗组网卫星可覆盖中国及亚太地区。最新发射的卫星是北斗 3 号卫星，预计 2018 年将再发射多达 18 颗北斗 3 号组网卫星，北斗 3 号届时将可覆盖所有参与中国“一带一路”倡议的国家。到 2020 年完成北斗 3 号卫星组网，组网包括 27 颗中轨道地球卫星、5 颗地球同步卫星和 3 颗倾斜地球同步轨道卫星，并实现世界全覆盖。这些卫星具有发送导航信号的相控阵天线以及激光通信系统回射器。此外，北斗 3 号组网卫星已将载频调至“伽利略”民用卫星网原先划配的载频。与全球定位系统一样，北斗卫星网提供两种导航位置精度。民用服务的导航位置精度为 5 至 10 米。除拥有与全球定位系统相同的功能外，北斗系统还提供无线电定位卫星服务，地面卫星信号接收站可通过该服务确定接收北斗卫星信号的移动目标的位置。而北斗系统的另一个特点是可提供短信服务，由此可为北斗导航系统用户搭建一套基础通信系统。

特别值得关注的是北斗卫星导航系统与 GPS 全球卫星导航系统在国际电联框架下实现射频兼容，两系统民用信号 B1C 和 L1C 实现互操作。用户同时使用北斗和 GPS 民用信号，无需显著增加成本就可以享受到更好的服务。北斗和 GPS 兼容在卫星导航系统的设计、建设方面，可以进一步提升导航定位精度，更好地服务全世界的用户。

随着北斗三号的全球组网建设加速，更多用户使用北斗系统，将进一步拉动北斗应用推广与产业化进程。今年以来，全球首颗支持新一代北斗三号信号体制的多系统多频高精度 SoC 芯片正式发布。该芯片用于北斗三号卫星系统建设，在无需地基增强的情况下，便可实现亚米级的定位精度，实现芯片级安全加密。该芯片可被广泛应用于车辆管理、汽车导航、可穿戴设备、航海导航、GIS 数据采集、精准农业、智慧物流、无人驾驶、工程勘察等领域。而现有的北斗导航型芯片模块销量已突破 3000 万片，高精度板卡和天线销量已占据国内市场 30% 和 90% 的市场份额，并输出到 70 余个国家和地区，其中“一带一路”沿线国家和地区 30 余个，应用于智能手机和其他消费类产品的国产芯片或 IP 核数量接近 2200 万。

北斗系统也正在和互联网、大数据、云计算等技术融合发展，实现“北斗地基增强网+

高精度位置服务网+宽带移动互联网”互联互通、“北斗系统+高精度遥感数字地图+导航网格码+云计算平台”融合发展，以及“北斗导航+无线局域网+移动通信+卫星通信”等一体化芯片研发。通过北斗高精度，特别是在卫星信号观测环境较差、短时间完全遮挡的情况下，手机终端通过高精度定位解决方案中的增强定位服务，可解决手机用户在高架下、隧道、车库等情况下无法定位的问题。在共享单车应用方面，北斗高精度定位可以实现共享单车1米精度的定位，大大减少定位误差，方便用户找车。此外，北斗高精度还能提供电子围栏，利用厘米级精度定位进行测量划定，支持后台对高精度定位的共享单车是否停放到规定区域做出判断，方便引导规范停车，减少城市管理成本。预计2020年前后全面建成具备覆盖全球的服务能力，届时北斗产业规模将达到2400亿元。这将给北斗产业链上的各家上市公司带来广阔的市场。

观研天下发布的《2018年中国卫星通信市场分析报告-行业深度调研与发展前景研究》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。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、中国卫星通信、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、卫星通信T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。

【报告大纲】

第一章 2015-2017年中国卫星通信行业发展概述

第一节 卫星通信行业发展情况概述

- 一、卫星通信行业相关定义
- 二、卫星通信行业基本情况介绍
- 三、卫星通信行业发展特点分析

第二节 中国卫星通信行业上下游产业链分析

一、产业链模型原理介绍

二、卫星通信行业产业链条分析

三、中国卫星通信行业产业链环节分析

1、上游产业

2、下游产业

第三节 中国卫星通信行业生命周期分析

一、卫星通信行业生命周期理论概述

二、卫星通信行业所属的生命周期分析

第四节 卫星通信行业经济指标分析

一、卫星通信行业的赢利性分析

二、卫星通信行业的经济周期分析

三、卫星通信行业附加值的提升空间分析

第五节 中国卫星通信行业进入壁垒分析

一、卫星通信行业资金壁垒分析

二、卫星通信行业技术壁垒分析

三、卫星通信行业人才壁垒分析

四、卫星通信行业品牌壁垒分析

五、卫星通信行业其他壁垒分析

第二章 2015-2017年全球卫星通信行业市场发展现状分析

第一节 全球卫星通信行业发展历程回顾

第二节 全球卫星通信行业市场区域分布情况

第三节 亚洲卫星通信行业地区市场分析

一、亚洲卫星通信行业市场现状分析

二、亚洲卫星通信行业市场规模与市场需求分析

三、亚洲卫星通信行业市场前景分析

第四节 北美卫星通信行业地区市场分析

一、北美卫星通信行业市场现状分析

二、北美卫星通信行业市场规模与市场需求分析

三、北美卫星通信行业市场前景分析

第五节 欧盟卫星通信行业地区市场分析

一、欧盟卫星通信行业市场现状分析

二、欧盟卫星通信行业市场规模与市场需求分析

三、欧盟卫星通信行业市场前景分析

第六节 2018-2024年世界卫星通信行业分布走势预测

第七节 2018-2024年全球卫星通信行业市场规模预测

第三章 2015-2017年中国卫星通信产业发展环境分析

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 中国卫星通信行业政策环境分析

一、行业监管体制现状

二、行业主要政策法规

第三节 中国卫星通信产业社会环境发展分析

一、人口环境分析

二、卫星通信环境分析

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年中国卫星通信行业运行情况

第一节 中国卫星通信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 中国卫星通信行业市场规模分析

第三节 中国卫星通信行业供应情况分析

第四节 中国卫星通信行业需求情况分析

第五节 中国卫星通信行业供需平衡分析

第六节 中国卫星通信行业发展趋势分析

第五章 中国卫星通信所属行业运行数据监测

第一节 中国卫星通信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 中国卫星通信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 中国卫星通信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 2015-2017年中国卫星通信市场格局分析

第一节 中国卫星通信行业竞争现状分析

一、中国卫星通信行业竞争情况分析

二、中国卫星通信行业主要品牌分析

第二节 中国卫星通信行业集中度分析

一、中国卫星通信行业市场集中度分析

二、中国卫星通信行业企业集中度分析

第三节 中国卫星通信行业存在的问题

第四节 中国卫星通信行业解决问题的策略分析

第五节 中国卫星通信行业竞争力分析

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

第七章 2015-2017年中国卫星通信行业需求特点与价格走势分析

第一节 中国卫星通信行业消费特点

第二节 中国卫星通信行业消费偏好分析

一、需求偏好

二、价格偏好

三、品牌偏好

四、其他偏好

第二节 卫星通信行业成本分析

第三节 卫星通信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

第四节 中国卫星通信行业价格现状分析

第五节 中国卫星通信行业平均价格走势预测

一、中国卫星通信行业价格影响因素

二、中国卫星通信行业平均价格走势预测

三、中国卫星通信行业平均价格增速预测

第八章 2015-2017年中国卫星通信行业区域市场现状分析

第一节 中国卫星通信行业区域市场规模分布

第二节 中国华东地区卫星通信市场分析

一、华东地区概述

二、华东地区经济环境分析

三、华东地区卫星通信市场规模分析

四、华东地区卫星通信市场规模预测

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、华中地区卫星通信市场规模分析

四、华中地区卫星通信市场规模预测

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、华南地区卫星通信市场规模分析

第九章 2015-2017年中国卫星通信行业竞争情况

第一节 中国卫星通信行业竞争结构分析（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 中国卫星通信行业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 中国卫星通信行业竞争环境分析（卫星通信T）

- 一、政策环境
- 二、经济环境
- 三、社会环境
- 四、技术环境

第十章 卫星通信行业企业分析（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
 - 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

- 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

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

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 2018-2024年中国卫星通信行业发展前景分析与预测

第一节 中国卫星通信行业未来发展前景分析

一、卫星通信行业国内投资环境分析

二、中国卫星通信行业市场机会分析

三、中国卫星通信行业投资增速预测

第二节 中国卫星通信行业未来发展趋势预测

第三节 中国卫星通信行业市场发展预测

一、中国卫星通信行业市场规模预测

二、中国卫星通信行业市场规模增速预测

三、中国卫星通信行业产值规模预测

四、中国卫星通信行业产值增速预测

五、中国卫星通信行业供需情况预测

第四节中国卫星通信行业盈利走势预测

一、中国卫星通信行业毛利润同比增速预测

二、中国卫星通信行业利润总额同比增速预测

第十二章 2018-2024年中国卫星通信行业投资风险与营销分析

第一节 卫星通信行业投资风险分析

一、卫星通信行业政策风险分析

二、卫星通信行业技术风险分析

三、卫星通信行业竞争风险

四、卫星通信行业其他风险分析

第二节 卫星通信行业企业经营发展分析及建议

一、卫星通信行业经营模式

二、卫星通信行业销售模式

三、卫星通信行业创新方向

第三节 卫星通信行业应对策略

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 2018-2024年中国卫星通信行业发展策略及投资建议

第一节 中国卫星通信行业品牌战略分析

一、卫星通信企业品牌的重要性

二、卫星通信企业实施品牌战略的意义

三、卫星通信企业品牌的现状分析

四、卫星通信企业的品牌战略

五、卫星通信品牌战略管理的策略

第二节 中国卫星通信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 中国卫星通信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 2018-2024年中国卫星通信行业发展策略及投资建议

第一节中国卫星通信行业产品策略分析

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 中国卫星通信行业定价策略分析

第二节中国卫星通信行业营销渠道策略

一、卫星通信行业渠道选择策略

二、卫星通信行业营销策略

第三节中国卫星通信行业价格策略

第四节 观研天下行业分析师投资建议

一、中国卫星通信行业重点投资区域分析

二、中国卫星通信行业重点投资产品分析

图表详见正文（GYZQ）

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/tongxinshebei/329635329635.html>