



2025年 商业卫星行业词条报告

头豹分类/制造业/铁路、船舶、航空航天和其他运输设备制造业/航空、航天器及设备制造/航天器及运载火箭制造

星海逐鹿——商业卫星赛道在资本与技术双轮驱动下的爆发前夜 头豹 词条报告系列



梁霄同·头豹分析师

2026-01-16 未经平台授权，禁止转载

行业分类： 制造业/航天器及运载火箭制造

摘要 商业卫星是民营企业设计运营、用于商业的无人航天器，由小型或微型卫星组成，发射方式因轨道不同而异。其行业特征包括宏观战略意义强、军民协同效应强、资本壁垒高。2020-2024年，行业市场规模由180.70亿增至592.92亿，预计2025-2030年将增至7,344.88亿。这得益于卫星制造与发射成本下降、民间资本进入提升行业活力。未来，政策技术引导下下游领域兴起、技术突破带动发射与制造成本下降，将持续推动市场规模扩张。

行业定义

商业卫星是指用于商业用途的无人航天器，通常由民营企业设计与运营，以获取商业利益。不同于以往由政府或科研机构主导的大型人造卫星平台，商业卫星网络通常由小型或微型卫星组成，以覆盖更广阔的区域。商业卫星由火箭发射入轨，近地轨道卫星一般直接入轨，当最后一级火箭发动机关机时，卫星就可进入预定轨道。而中、高轨道卫星通常滑行入轨，其发射轨道由火箭发动机工作时的主动段、发动机关机后靠惯性飞行的滑行段和发动机再次工作时的加速段组成。

行业分类

根据轨道高度，商业卫星行业可以分为如下类别：

商业卫星行业分类

基于轨道高度，商业卫星行业可以分为低轨道卫星（LEO）、中轨道卫星（MEO）与地球同步轨道卫星（GEO）。

低轨道卫星（LEO）

低轨道卫星（LEO）轨道高度集中在200-2,000km，信号质量优，具备更小时延，多颗低轨卫星以一定排列方式协作可实现区域连续无缝覆盖。在近地轨道发射火箭的难度最低，燃料要求最少，并且近地轨道在技术支持、资源节约和通信体系建设上均有较大优势。绝大多数对地观测卫星、测地卫星、空间站以及新的通信卫星系统都采用近地轨道。

中轨道卫星（MEO）

中轨道卫星（MEO）轨道高度集中在2,000-20,000km内。该类型卫星作为陆地移动通信系统的补充和扩展，实现全球个人移动通信。中轨道单星传输时延、覆盖范围、链路损耗以及功率大于LEO但小于GEO，发射成本适中、传输延迟较低、覆盖区域更广。GPS、北斗、伽利略等导航系统卫星均分布于中地球轨道。

地球同步轨道卫星（GEO）

地球同步轨道卫星（GEO）轨道高度集中在35,786km以上（赤道以上）。该类型卫星覆盖范围广，卫星载荷容量大，可搭载高功率转发器，支持大容量、广覆盖的通信服务，主要应用于电话、数据传输、广播电视等领域。另外，高轨道卫星系统构建简单，3颗同步地球卫星就可覆盖除两极外绝大多数区域。

行业特征

商业卫星的行业特征包括宏观战略性意义较强、军民协同发展效应强、资本壁垒较高。

宏观战略性意义较强

卫星通信可有效弥补地面通信的覆盖短板，在应急救援通信保障、国防安全建设等领域发挥着不可替代的关键作用，其发展具备至关重要的战略价值。当前，卫星制造与发射技术日趋成熟，为卫星的规模化组网发射奠定了坚实基础。与此同时，卫星频率与轨道资源具有显著的稀缺性，以中、美为代表的航天大国近年来正加快卫星组网布局，相关竞争已延伸至地缘战略博弈层面。典型例证便是美国商务部将多家中国商业航天企业纳入实体清单，限制其获取抗辐射芯片、星间激光通信等核心技术。

军民协同发展效应强

近年来，商业卫星行业在持续拓宽民用应用场景的同时，正深刻重塑各国军事能力的建设范式。以美国“星链”（Starlink）为例，其凭借由2.4万颗低轨卫星构成的全球组网，不仅可提供民用宽带通信服务，更在俄乌冲突中为美军搭建起抗干扰通信保障体系。中国方面，无论是国家级重大工程还是商业航天项目，均正在呈现出国企与民营企业协同研发的发展格局；与此同时，从整星到相控阵天线、电推进器等核心部件，相关供应链已逐步向民营企业开放采购渠道。

资本壁垒较高

商业卫星行业的资本壁垒，是一道贯穿产业全生命周期的资金天堑。企业入局不仅需在研发与生产环节投入数十亿元的巨额成本，还往往要承受连续数年的经营亏损；进入运营阶段后，高昂的能源消耗与精密设备维护成本，又会持续侵蚀利润空间。尤为关键的是，该行业的投资回报周期长达5-10年，如此漫长的资金沉淀期，足以将绝大多数抗风险能力薄弱的市场参与者挡在门外。

发展历程

2008年，随着美国SpaceX公司承接NASA“商业轨道运输项目”，商业航天概念正式在全球范围内形成。2015年，国务院首次提出将鼓励中国商业航天发展，国内商业卫星行业正式进入启动期。与此同时，美国人造卫星商业化进程加速，且逐步占据了全球主导地位。2022年后，中国在商业卫星领域中屡次突破技术瓶颈，整体水平已跻身世界先进行列，且正在逐步挑战美国在行业中的全球霸主地位，此举同时引发了美国的担忧，开始对中国商业卫星公司进行打压。

萌芽期 · 2008-01-01~2014-01-01

2008年，美国国家航空航天局启动“商业轨道运输服务”项目，旨在为国际空间站发展商业补给服务。经过招标，该局最终选择了两家创新能力强的私企，运送货物到国际空间站，其中一家公司为SpaceX。2010年，美国政府颁布《美国国家航天政策》，提出将致力于鼓励和推动商业航天发展计划。

在此阶段，以SpaceX公司为代表的美国商业航天企业，逐步成为航天运载器研发制造领域的主力军，而美国国家航空航天局（NASA）则顺势转型，更多地以需求方与采购方的角色参与其中。

启动期 · 2015-01-01~2021-01-01

2014年底，国务院发布《关于创新重点领域投融资机制鼓励社会投资的指导意见》，提出将“鼓励民营企业、民营资本参与国家空间技术基础建设”。2015年，中国第一颗自主研发的商用高分辨率遥感卫星“吉林一号”卫星系统在酒泉卫星发射中心发射成功。2017年，美国SpaceX公司估值达到210亿美元，并占据了45%的全球市场份额。

在此阶段，中国密集出台一系列商业航天扶持政策与专项规划，政策红利持续释放。商业卫星及配套设备的研制、应用技术的开发等核心产业板块规模稳步扩容，行业对社会资本的开放力度亦在持续加大。

高速发展期 · 2022-01-01~至今

2022年，中国在太原卫星发射中心使用快舟一号甲运载火箭，以“一箭双星”方式，成功将试验十四号和试验十五号卫星发射升空。2023年，美国政府假借“在俄乌冲突中对俄罗斯提供援助”为由，对中国商业卫星企业进行刻意打压，中美博弈开始扩大至商业卫星领域。截至2025年上半年，中国完成了35次卫星发射任务，持续向美国SpaceX Starlink在全球的霸主地位发起冲击。在此阶段，全球商业卫星市场的竞争格局趋于多元，中国、美国、日本及欧洲等主要国家和地区均已深度入局，推动市场规模实现持续扩容。其中，中美两国凭借领先的技术储备与产业布局，成为行业发展的核心引领者，卫星发射数量长期稳居全球前两位。

产业链分析

商业卫星产业链的发展现状

商业卫星行业产业链上游为零部件与软件供应环节，主要作用为直接决定商业卫星的性能、寿命与成本。产业链中游为整星与地面设备制造环节，主要作用为将上游的核心零部件与软件集成为具备完整任务功能的航天器。产业链下游为卫星发射与应用服务环节，主要作用为将太空资产转化为可消费的产品与服务，直接面向最终用户创造收入。

商业卫星行业产业链主要有以下核心研究观点：

核心零部件与服务类支出是商业卫星产业链主要成本

1. 上游环节中，综电单机与姿轨控单机成本占比最大。

根据长光卫星招股书披露的信息显示，商业卫星平台成本结构中，综电单机占比48%，为单项最高成本部件；射频单机成本占比9.4%，主要包括测控应答机与天线，用于收发无限电磁波信号；姿轨控单机成本占比23.3%，涵盖磁力矩器、推进组件、星敏感器、陀螺仪、反作用飞轮等多种构件；综电单机、姿轨控单机等核心部件承担着卫星的数据处理、指令分发、能源管理、姿态轨道综合计算，以及感知卫星自身姿态轨道并驱动执行机构的关键功能，技术门槛极高，研发和制造成本投入巨大，致使其成本长期处于高位，且这类部件市场集中度高，企业议价能力较弱。

2. 服务类支出驱使下游环节成本居高不下。

商业卫星运营成本结构中，火箭发射费用占比达49.3%，为单项最高成本服务，涵盖发射场、火箭以及卫星运载服务；整星制造成本占比28.9%，主要集中于各类零部件；服务费占比达18.3%，包括发射保险、卫星测控、数据传输、频率占用、数据接收、咨询费等多项技术服务；如业务耗品、水电力费等多项其他费用占比3.5%。整体成本构成中，服务类支出合计接近七成。当前，尽管中国商业火箭企业借助可回收技术等方式试图降低发射成本，但运载能力不足依旧是中国航天领域的长期痛点，因此发射成本仍有较大的优化空间。

卫星互联网应用正在成为下游新兴增量市场

1. 卫星互联网具有低时延、低成本和广覆盖的特点。

相较于传统光缆传输，卫星通信的速度更贴近光速理论值，比现主流光缆方案相差约1/3光速，可实现几十毫秒级的低延迟，这对时延敏感行业至关重要。据TABB评估，金融交易中时延每慢5ms会损失1%利润，慢10ms损失达10%，每1ms时延对应400万美元损失。成本方面，相比地面5G基站和海底光缆等设施，卫星研发制造成本更低且可控，软件定义技术还能延长卫星寿命，整体建设成本更具优势。另外，相较于5G，卫星互联网既能为偏远落后地区用户提供服务，也能在极端条件下满足航空、航海等特殊场景的通信需求，助力实现全球宽带无缝覆盖。

2. 卫星互联网已成为中美重要博弈领域。

目前，美国SpaceX Starlink（星链）低轨通信卫星星座，在低轨卫星互联网领域处于领先地位。该星座规划部署卫星数量约4.2万颗，占近地轨道卫星总容量的70%左右；截至目前，其入轨卫星数量已突破9,000颗。在技术层面，“星链”卫星通信采用Ku、Ka及V等黄金频段，具备传输速率高、抗干扰能力强的显著优势。在实战场景中，“星链”曾于俄乌冲突期间为乌军指挥系统、无人机作战及战场通信提供关键支撑，充分彰显出低

轨卫星星座在军事安全领域的核心价值。为应对“星链”带来的潜在军事威胁，中国近年相继推出GW星座与千帆星座计划并启动组网进程，预计到2030年前，将完成超27,000颗卫星的星座部署任务。

产业链上游环节分析

生产制造端

核心零部件与软件供应

上游厂商

中国科学院 中国航天科技集团有限公司 中国电子科技集团有限公司 广州海格通信集团股份有限公司 北京天银星际科技有限责任公司
浙江铖昌科技股份有限公司 成都国光电气股份有限公司 陕西华秦科技实业股份有限公司 紫光国芯微电子股份有限公司
长光卫星技术股份有限公司 华为技术有限公司 银河航天（北京）网络技术有限公司

上游分析

人造卫星涵盖较多零部件，综电单机与姿轨控单机成本占比最高

1. 卫星通用平台成本较高、结构复杂。

在商业卫星整星成本构成中，卫星通用平台成本占比高达65%，有效载荷成本仅占35%。该通用平台涵盖综电单机、姿轨控单机、射频单机、元器件、光学与热控部件、结构组部件等多类零部件，其中综电单机为卫星的动力系统，且是成本占比最高的核心部件；姿轨控单机涵盖磁力矩器、推进组件、星敏感器、陀螺仪、反作用飞轮等构件；射频单机主要包含测控应答机与天线，承担无线电波信号的收发功能；结构组部件涉及卫星结构、驱动机构、火工品及标准件等；光学与热控部件含薄膜加热片、环氧树脂胶、肖特微晶玻璃坯料等耗材；元器件以电容、电阻及集成芯片等基础电子元件为主。

2. 综电单机与姿轨控单机成本占比超七成。

在商业卫星平台的成本构成中，综电单机以48%的占比位居单项成本之首，姿轨控单机占比达23.3%，二者合计占比高达71.3%，是商业卫星毋庸置疑的核心零部件。综电单机与姿轨控单机承担着卫星数据处理、指令分发、能源管理、姿态轨道综合解算，以及感知卫星自身姿态轨道并驱动执行机构运转等关键任务，不仅技术壁垒极高，还需投入巨额研发与制造成本，这使得其成本长期居高不下；加之这类核心部件的市场集中度较高，下游企业的议价空间相对有限。

游核心零部件供应环节受原材料价格波动影响较大

1. 相控阵T/R芯片成本受多晶硅价格影响较大。

相控阵T/R芯片是卫星相控阵雷达的核心元器件，其核心原材料为用于晶圆制造的多晶硅。以铖昌科技招股书披露的数据为参考，在公司整体采购成本中，晶圆采购成本占比高达88.7%，这意味着多晶硅价格波动对相控阵T/R芯片乃至相控阵雷达的成本具有显著影响。数据显示，2022-2025年期间，中国多晶硅市场价格整体呈快速下行趋势。具体而言，2023年中国多晶硅参考价为每吨7.8万元，到2024年价格同比下跌59%，降至每吨3.2万元。与之相呼应，铖昌科技财报数据显示，2024年公司相控阵T/R芯片业务成本同比下降36.3%，毛利率同步提升3.1个百分点。

2. 太阳能电池阵成本受高纯镓价格影响较大。

在卫星电源系统中，太阳能电池阵是基于光电效应实现电能转化的核心组件。近年来，砷化镓电池片凭借高光电转换效率、优异抗辐射性能及宽温域适应能力等突出优势，已逐步成为卫星太阳能电池阵的主流选材方案。砷化镓（GaAs）是镓和砷两种元素所合成的化合物，

因此镓是制做GaAs的核心原材料之一。截至2025年11月，**国内高纯镓市场价格整体呈现小幅下行走势，当前报价较历史高点已回落16.8%**。基于这一价格变动趋势，预计2025年下半年卫星太阳能电池阵的生产成本将同步下行。

产业链中游环节分析

品牌端

整星与地面设备制造

中游厂商

中国东方红卫星股份有限公司

中国航天科工集团有限公司

长光卫星技术股份有限公司

台州星空智联科技有限公司

银河航天（北京）网络技术有限公司

上海格思航天科技有限公司

北京微纳星空科技股份有限公司

北京九天微星科技发展有限公司

中国卫通集团股份有限公司

北京华力创通科技股份有限公司

华为技术有限公司

华讯方舟科技有限公司

中游分析

中、美两国正在主导全球商业卫星中游环节

1. 在卫星制造数量上，中美正在保持领先地位。

当前，中美两国是全球商业卫星制造领域的核心领跑者，卫星产出规模位居世界前列。2019年，随着SpaceX公司旗下猎鹰9号可回收运载火箭技术趋于成熟，叠加“星链”（Starlink）计划正式落地，美国商业卫星制造产业自2020年起驶入发展快车道，与中国的规模差距随之持续扩大。从具体数据来看，2018年美国商业卫星制造数量为66颗，同期中国为26颗；**到2024年，美国商业卫星制造数量已攀升至2237颗，期间年复合增长率高达79.9%；而中国同期商业卫星制造数量增长至201颗，年复合增长率为40.6%。**

2. 美国主导通信卫星领域，中国侧重遥感卫星领域。

从在轨卫星的全球分布格局来看，依托“星链”（Starlink）计划的高效落地与推进，美国在近地轨道通信卫星领域的数量优势已在全球范围内形成显著壁垒。中国则走出了一条差异化发展路径，在大中型遥感卫星与导航卫星两大领域的保有量均位居世界第一。从国内在轨卫星的结构分布分析，**遥感卫星占比高达56%，导航卫星占比为8.1%，反观通信卫星的占比仅为6.4%**，存在明显的结构短板。不过，随着中国星网的组网进程加速，其规划在2035年前完成约1.3万颗卫星的全面部署，据此研判，“十五五”规划期间，国内通信卫星在轨卫星总量中的占比有望实现快速攀升。

商业卫星制造端正在向小型化、低成本方向发展

1. 低轨小型化卫星研制成为行业主流。

在航天事业发展初期，鉴于中高轨道卫星的覆盖范围更广，行业普遍采用发射少量高性能大卫星的模式，依托中高轨道实现较大范围的通信、导航与遥感功能。不过，中高轨道大卫星存在成本高昂、研制周期漫长的短板，难以匹配行业快速发展的需求。以遥感卫星领域为例，单颗卫星即便能够满足基础分辨率要求，也存在覆盖面积有限、遥感数据采集量偏少、任务响应效率不足等问题。由此，大规模星座组网建设，已成为衡量现阶段商业遥感卫星市场参与者核心竞争力的关键指标。为了加快星座组网进程，依托有限资源抢占商业航天赛道先机，市场参与者需具备卓越的卫星研制与运维管理能力，而高性能、低成本的微小卫星研制，也正逐渐成为行业发展的主流趋势。

2. 商业卫星制造成本正在持续下降中。

目前，伴随核心技术的持续迭代升级与产业链规模化效应的逐步释放，中国商业卫星的制造成本正呈现显著下行态势，为行业规模化组网与商业化应用奠定了坚实基础。以长光卫星为例，其第四代卫星的研制成本较第二代降幅高达92%，与此同时，单星重量被成功缩减

至20公斤级。这一“低成本+轻量化”的双重突破，不仅大幅降低了卫星生产阶段的资金投入，更有效减少了发射环节的运力需求与成本支出，形成“研制-发射”全链条的成本优化闭环。轻量化设计还能提升一箭多星的发射效率，缩短星座组网周期，助力中国商业卫星在低轨星座建设浪潮中实现快速、大规模部署，进一步强化在全球商业航天市场的竞争优势。

产业链下游环节分析

渠道端及终端客户

卫星发射与应用服务

渠道端

中国航天科技集团有限公司

蓝箭航天空间科技股份有限公司

北京中科宇航技术有限公司

星际荣耀航天科技集团股份有限公司

北京星河动力航天科技股份有限公司

中国卫星网络集团有限公司

上海垣信卫星科技有限公司

中国电信集团有限公司

中科星图股份有限公司

航天宏图信息技术股份有限公司

华为技术有限公司

比亚迪股份有限公司

下游分析

中国正持续深耕火箭发射领域，降本已成为该环节的核心突破目标

1. 中国运载火箭已进入高密度发射阶段。

从整体发展态势来看，中国运载火箭发射次数已呈现出逐年稳步递增的良好趋势。2024年，中国火箭发射活动延续增长势头，全年发射次数由2018年的39次增长至68次，标志着中国航天正式迈入高密度发射常态化阶段。值得关注的是，在高密度发射的背景下，中国航天始终保持着极高的发射成功率。**2024年全年实施的68次发射任务中，成功完成66次，仅出现2次失利，整体成功率达到约97.1%**，稳居高位。其中，民营火箭企业的发展表现亮眼，全年共执行12次发射任务，实现10次成功、2次失利，在市场化发射领域展现出较强的技术实力与发展潜力。

2. 卫星发射成本有望随着火箭技术突破而走低。

近年来，中国运载火箭技术研发进程全面提速，核心性能指标与技术突破实现跨越式发展。据中国航天披露，我国新一代重型运载火箭长征九号的研制工作正稳步推进，预计于2030年实现首飞。这款火箭创新性地采用两级完全可重复使用设计，近地轨道运载能力可达50-140吨，其回收性能与运力水平已比肩美国Space X公司的“星舰”运载火箭。该型号火箭的成功研制，将填补我国在重型运载火箭领域的技术空白，为载人登月、深空探测等重大航天工程的实施奠定关键基础。随着中国运载火箭技术的不断突破与民营火箭企业数量不断增加，中国商业火箭与商业发射行业竞争将进一步加剧。近年来，中国卫星发射成本呈逐年递减趋势，**由2020年的每公斤约人民币115,000元下降至2024年的每公斤75,000元，复合年增长率为-10.1%**。

卫星互联网成为商业卫星行业发展的驱动引擎

1. 全球低轨卫星投放量与卫星互联网收入开始逐步增长。

根据Union of Concerned Scientists数据显示，自2019年美国SpaceX公司启动Starlink（星链）卫星互联网星座大规模部署以来，全球低轨商业卫星投放量实现快速增长。2023年，全球低轨商业卫星发射量达2,877颗，为2019年的25.2倍。截至2024年5月，全球在轨卫星总数为9,770颗，其中低轨卫星数量占据了91.5%。随着全球低轨通信卫星进入大规模部署阶段，卫星互联网收入持续攀升。2020年至2024年间，全球卫星互联网收入从28亿美元增长至62亿美元，年复合增长率达30.1%，已成为全球卫星服务领域收入增长的核心驱动力。当前，中国卫星互联网建设显著提速，预计到2030年，国内卫星互联网服务端市场规模有望突破227亿元人民币。

2. 美国凭借星链计划等项目以先发优势领跑，中欧正以体系化布局加速追赶。

美国方面，Starlink（星链）通过近地轨道卫星群为全球提供高速互联网接入服务。其计划2020年服务于美国北部与加拿大，2021年将服务范围拓展至接近全球；截至2025年11月，该工程在轨卫星已达10,203颗，SpaceX还计划依托星舰（SpaceX Starship）发射卫星，构建一个包含42,000颗卫星的星座系统。欧洲方面则推出了OneWeb近地轨道卫星星座项目，一期计划由648颗卫星组成，可为客户提供高速且低延迟的网络接入服务，并采用多层安全防护，可轻松与现有系统和基础设施互操作。中国方面，GW星座与千帆星座分别规划了12,992与15,000颗卫星组成的卫星互联网星座，组网完成后可覆盖至全球范围。

行业规模

商业卫星行业规模的概况

2020年—2024年，商业卫星行业市场规模由180.70亿人民币元增长至592.92亿人民币元，期间年复合增长率34.59%。预计2025年—2030年，商业卫星行业市场规模由828.60亿人民币元增长至7,344.88亿人民币元，期间年复合增长率54.71%。

商业卫星行业市场规模历史变化的原因如下：

卫星制造与发射成本下降，带动产能与需求扩张

1. 中国卫星发射费用呈逐年下降趋势。

近年来，中国卫星平均发射成本呈持续下行态势，这主要得益于火箭技术的迭代升级（如运载能力提升），以及民营火箭企业数量增长所引发的行业竞争加剧。数据显示，中国卫星平均发射成本已从2020年的每公斤11.5万元降至每公斤7.5万元，期间年复合降幅达10.1%。2020-2024年发射费用的下降，直接驱动了同期中国商业卫星生产与发射规模的快速攀升。据UCS数据，2022年中国商业卫星发射量达52颗，同比增长62.5%；2023年发射量进一步增至120颗，同比增幅高达130.8%。

2. 中国卫星制造成本大幅下探。

近年来，中国商业卫星的研制成本同样呈现大幅下降态势，为行业产能扩张提供了有力支撑。以长光卫星为例，该公司在卫星研发与制造环节引入“代际迭代”理念，在确保卫星性能指标满足用户需求的前提下，持续提升每一代产品的一体化集成水平，同步实现卫星重量与成本的显著降低。数据显示，长光卫星第二代商业卫星单颗成本高达5000万元，到第三代时已大幅降至800万元，降幅达84%；而其第四代商业卫星的单颗研制成本进一步降至400万元，较第三代同比再降50%。因此，中国卫星发射量在经历2023年的爆发式增长后，2024年依然可以继续上涨67.5%。

民间资本获准进入，行业活力提升

1. 政策限制放松，民间资本迅速进入行业。

在2014年之前，因航天领域涉及尖端科技与国防军工属性，国内市场参与主体均为国资企业或科研机构。2014年，国务院出台政策明确准许并鼓励社会资本进入航天领域；到2025年，国家航天局专门设立商业航天司，为中国商业航天行业发展提供政策支持与规范化引导。在2014至2025年这十余年间，中国商业航天企业数量实现快速增长。据国家航天局披露的信息，当前国内商业航天企业数量已突破600家，同时还建成了多个国家级商业航天产业基地。2025年6月，证监会提出将支持商业航天等更多前沿科技领域企业适用科创板第五套上市标准，加大对新兴产业和未来产业的支持力度。

2. 政策资源倾斜，资本市场火热。

2025年10月发布的“十五五”规划建议明确提出，要加快建设航天强国，并推动航空航天等战略性新兴产业集群化发展。另外，商业航天概念在资本市场中始终占据热门赛道。数据显示，2016年-2025年11月28日的近十年间，中国商业航天领域累计发生投融资事件超280起，涉及金额突破500亿元。其中，2024年全年共发生投融资事件34起，融资金额超140亿元；截至2025年11月30日，年内商业航天领域的投融资事件已达60起，合计金额超过95亿元。与此同时，2025年Wind商业航天指数累计涨幅超过30%，大幅跑赢市场。

商业卫星行业市场规模未来变化的原因主要包括：

政策与技术引导下，下游领域将逐步兴起

1. 卫星互联网行业已经发展成为国家战略，商业卫星需求将激增。

当前，卫星互联网已被正式纳入国家“新基建”版图，《中国制造2025》、《“十四五”规划》等多项国家级战略规划均对其重要性予以强调，其战略地位与5G、人工智能、工业互联网等核心领域并列，这也意味着该行业将持续获得国家层面的政策扶持、资源倾斜与资金保障。此外，中国卫星网络集团（中国星网）的组建，标志着中国版低轨卫星互联网星座建设迈入实质性推进阶段，未来数千乃至上万颗卫星的发射需求，将直接驱动行业市场规模的扩容。根据公开规划，中国星网GW星座计划在2035年前完成12,992颗卫星的部署任务，对应年均卫星供给需求超1,800颗；与此同时，千帆星座拟于2030年前完成15,000颗卫星的组网，年均卫星供给需求高达3,000颗。

2. 星座覆盖范围扩张将推动卫星服务收入增长。

当前，中国低轨卫星星座的组网建设仍处于初期阶段，卫星互联网等下游应用领域的营收规模因此处于相对低位。以规划部署12,992颗卫星的GW星座为例，截至2025年11月，其已发射卫星数量仅超72颗，整体完成度约为0.6%。根据中国星网的规划安排，该星座将于2030年前完成10%的卫星发射目标，2030年之后的年均发射量将提升至1,800颗。未来，随着卫星发射规模的持续扩大，星座覆盖范围将逐步延伸至海洋、森林、沙漠等地面通信薄弱区域，最终实现全球全域覆盖，届时卫星互联网应用有望吸引更多境内外用户，进而驱动中国卫星互联网领域的营收规模实现持续增长。

技术突破带动市场规模持续扩张

1. 大运力火箭技术突破带动发射成本持续下探。

当前，中国运载火箭（以长征8号甲为代表）在运力层面与美国SpaceX旗下的猎鹰9号、星舰等型号仍存在明显差距，且火箭回收技术尚未实现全面突破，偏高的发射成本在一定程度上掣肘了国内商业卫星发射的规模化推进。不过，近年来国内相关企业持续加码研发投入，未来有望攻克这一系列技术壁垒，推动发射成本大幅下降至合理区间，进而加速商业卫星发射进程。据公开资料显示，性能对标SpaceX星舰且具备回收能力的长征9号重型运载火箭，计划于2030年完成首飞；待该型号火箭成功首飞后，中国卫星发射费用有望降至每公斤50,000元，进一步加大商业卫星发射规模，从而带动商业卫星行业市场规模扩张。

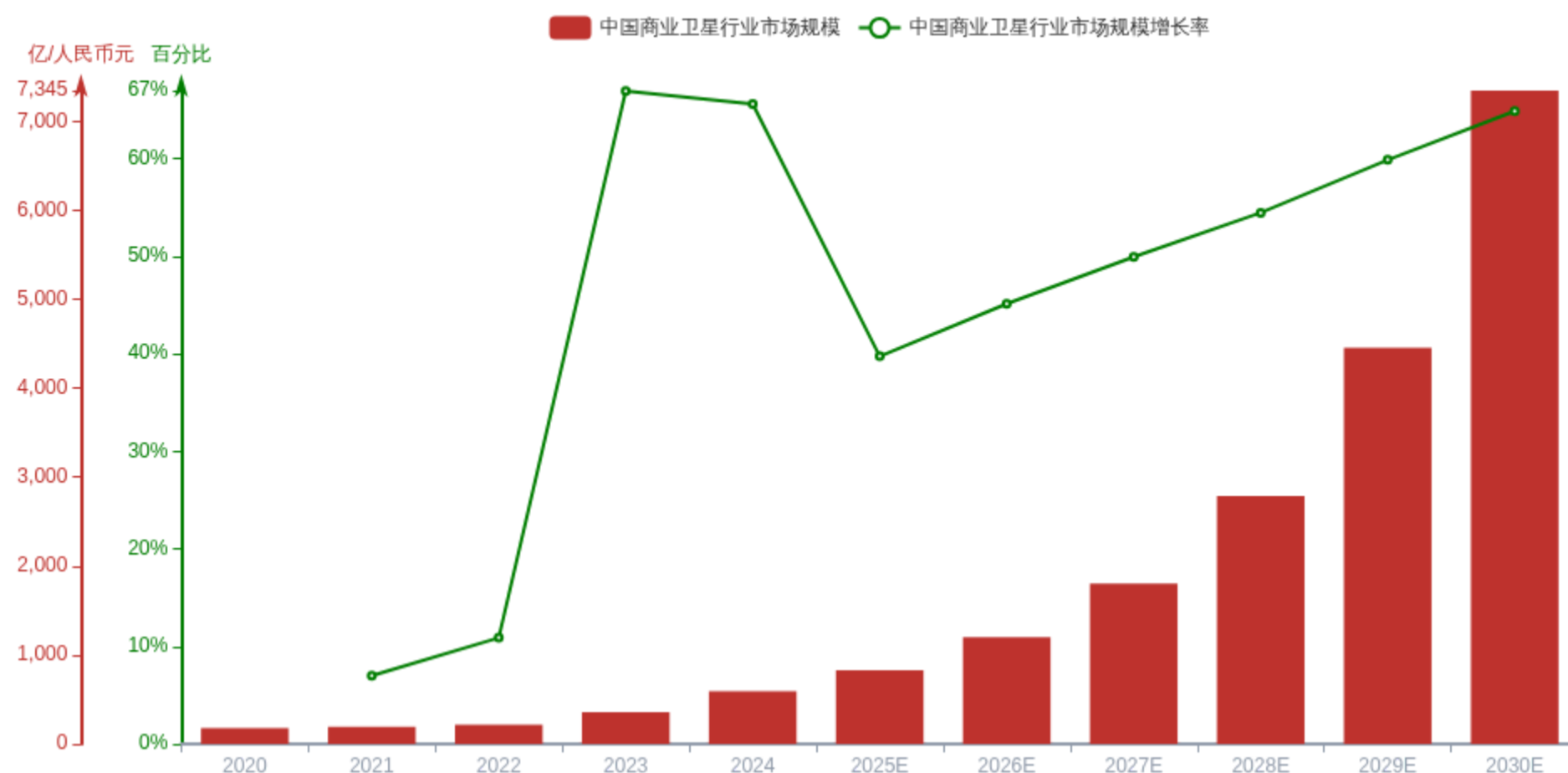
2. 一体化水平将带动整星制造成本下降。

以长光卫星为代表的商业卫星中游制造企业，近年来聚焦星载一体化整星设计制造技术的迭代升级，创新性地将“代际迭代”理念深度融入卫星研发与生产全流程。在严格保障卫星分辨率、载荷性能、在轨稳定性等核心指标满足用户需求的前提下，企业通过优化系统集成架构、采用轻量化材料、简化冗余部件设计等方式，正在持续提升每一代卫星的一体化集成水平，不仅实现单星重量的显著降低，更推动制造成本大幅压缩，形成“高性能、轻量化、低成本”的产品竞争优势，未来有望持续压缩整星制造成本，从而加大卫星制造规模。

规模预测

商业卫星行业规模

中国商业卫星行业市场规模



政策梳理

	政策名称	颁布主体	生效日期	影响
	《关于创新重点领域投融资机制鼓励社会投资的指导意见》	中华人民共和国国务院	2014-11-26	9
政策内容	鼓励民间资本参与国家民用空间基础设施建设。完善民用遥感卫星数据政策，加强政府采购服务，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。引导民间资本参与卫星导航地面应用系统建设。			
政策解读	首次在国家层面明确发出了鼓励社会资本参与航天领域的信号，为中国商业卫星行业发展夯实了基础，为PE、VC等社会资本提供了稳定的政策预期。			
政策性质	鼓励性政策			

	政策名称	颁布主体	生效日期	影响
	《关于促进商业运载火箭规范有序发展的通知》	国家国防科技工业局、中央军委装备发展部	2019-05-30	4
政策内容	明确商业运载火箭科研生产活动范畴，要求企业需获得武器装备科研和生产两阶段许可，且建立保密制度。在发射环节，企业需申请发射许可并通过专项审查，还得说明轨道频率协调、空间碎片减缓等情况。			
政策解读	运载火箭是商业卫星入轨的关键保障。该政策为商业卫星公司提供了除“国家队”长征火箭之外，一个合法、稳定、可预期的发射服务选择，对商业卫星产业意义重大。			
政策性质	规范类政策			

	政策名称	颁布主体	生效日期	影响
	《中华人民共和国国民经济和社会发展第十四个五年规划和2035年远景目标纲要》	第十三届全国人大第四次会议	2021-03-13	8
政策内容	打造全球覆盖、高效运行的通信、导航、遥感空间基础设施体系，建设商业航天发射场。			
政策解读	将商业卫星与商业航天列为需前瞻谋划的未来产业，为后续所有部门政策提供了最顶层的依据，确立了商业航天在国策中的位置。			
政策性质	指导性政策			

	政策名称	颁布主体	生效日期	影响
	《关于推动未来产业创新发展的实施意见》	中华人民共和国工信部等七部门	2024-01-31	6
政策内容	深入推进5G、算力基础设施、工业互联网、物联网、车联网、千兆光网等建设，前瞻布局6G、卫星互联网、手机直连卫星等关键技术研究，构建高速泛在、集成互联、智能绿色、安全高效的新型数字基础设施。			
政策解读	明确提出发展“新一代大容量通信卫星”，并探索“卫星互联网在手机直连、物联网、车联网等大众消费领域的应用”，拓宽了商业卫星行业下游领域。			
政策性质	指导性政策			

	政策名称	颁布主体	生效日期	影响
	《关于优化业务准入促进卫星通信产业发展的指导意见》	中华人民共和国工信部	2025-08-25	7
政策内容	加快卫星互联网系统建设和应用服务，推动卫星互联网实现高质量发展，针对低轨卫星通信应用适时开展商用试验，带动产业链上下游协同创新，实现全球范围内宽带网络覆盖，为各类用户提供高速卫星互联网服务，持续拓展多样化应用场景。			
政策解读	为卫星互联网产业提供了清晰的政策准入、技术路径和市场方向，以及为产业链提供了清晰的、可预期的商业化时间表，标志着中国卫星互联网产业结束了前期摸索阶段。			
政策性质	指导性政策			

竞争格局

商业卫星竞争格局概况

商业卫星行业呈现以下梯队情况: 第一梯队公司有中国东方红卫星股份有限公司、中国航天科技集团有限公司、长光卫星技术股份有限公司、中国航天科工集团有限公司等; 第二梯队公司有北京微纳星空科技股份有限公司、银河航天(北京)网络技术有限公司、北京九天微星科技发展有限公司等; 第三梯队公司有上海格思航天科技有限公司、台州星空智联科技有限公司等。

商业卫星行业竞争格局形成的历史原因如下:

欧美起步较早，中国正在后发追赶

1. 美国凭借火箭回收技术，率先布局商业卫星产业。

依托SpaceX公司“猎鹰9号”等可重复使用运载火箭，美国充分发挥其技术成熟度高、发射成本低的核心优势，迅速撬动商业卫星产能与发射规模的双重跃升。2018年，SpaceX公司正式启动Starlink卫星互联网项目，拉开大规模低轨卫星组网的序幕。**截至2025年11月，该项目在轨卫星数量已突破10,203颗，对照其4.2万颗的最终部署规划，当前进度达24.3%；从发射节奏来看，项目推进至今年均需完成1,458颗卫星的制造与发射任务。**在美国率先布局商业卫星产业之后，欧洲随即紧跟步伐，于2019年正式推出OneWeb低轨卫星项目。该项目整体规划部署648颗卫星，截至目前，其在轨卫星数量已突破600颗，组网进度已接近完成。

2. 中国正在推动技术与产能双重跃升。

当前，运载能力不足、火箭回收技术尚未攻克所导致的发射成本居高不下，一直是制约中国商业航天发展的核心痛点。对此，国内相关科研机构与企业近年来持续深耕该领域，已在关键技术层面显现突破曙光。2025年12月，国内火箭回收验证迎来密集攻坚期：12月3日，蓝箭航天朱雀三号遥一运载火箭一级回收验证任务失利；12月23日，长征十二号甲遥一运载火箭一级回收验证同样未能达成预定目标。尽管两次试验均未成功，但任务过程中获取的关键工程数据，为后续火箭发射优化及子级可靠回收技术的成熟筑牢了重要基础。与此同时，在卫星组网层面，中国于2023年正式启动GW星座项目，截至目前已完成超72颗卫星的生产与发射，此举有效填补了中国在卫星互联网领域的发展空白。

国资企业具有资源优势，民营企业入局较晚

1. 国资企业肩负战略任务，占据行业主导地位。

从业务体量、资金储备及科创能力综合考量，中国东方红卫星股份有限公司与长光卫星公司在国内商业卫星行业处于绝对龙头地位。其中，长光卫星在全球商业小卫星市场的占有率达1%，跻身全球第六位。股权结构方面，中国东方红卫星股份有限公司由中国航天科技集团公司第五研究院控股，持股比例接近51.5%，属于国有控股上市公司；长光卫星的控股股东则为吉林省财政厅与长春光机所。作为央企控股企业，公司在融资渠道拓展、政府项目承接及政策红利获取等方面具备先天优势。而商业卫星行业具有资本密集型属性，大额资本开支需求贯穿全产业链，强大的央企背景为企业提供了坚实的信用支撑，这也使得以中国东方红卫星股份有限公司为代表的国资背景商业卫星企业稳居行业第一梯队。

2. 民营企业处于起步阶段，聚焦于细分领域。

2014年国务院《关于创新重点领域投融资机制鼓励社会投资的指导意见》出台后，民间资本才获准进入航天领域，因此民营企业在技术积淀方面相较于国资企业存在一定差距。不过，近年来民营企业聚焦微小卫星模块研发、行业解决方案打造、卫星服务运营等细分赛道深耕布局，凭借管理架构扁平、决策机制灵活等独特优势，成功开拓出一批新兴市场空间。例如，微纳星空专注于微小卫星的平台化与模块化研制，产品线覆盖公斤级至百公斤级全谱系，兼具交付周期短、性价比突出的竞争优势；九天微星则主攻“卫星+物联网”应用场景的星座运营服务，能够将卫星通信能力与垂直行业解决方案进行深度融合。

商业卫星行业竞争格局未来变化的趋势如下：

行业将更为集中，大国博弈更为激烈

1. 近地轨道空间资源有限，需要快速抢占。

近地轨道的优质轨位资源存在明确容量上限，仅可承载约6万-8万颗卫星。依据国际电信联盟的相关规则，低轨资源遵循“先登先占”原则，且对卫星发射的时间节点与部署数量设有明确要求，以此保障轨位使用权的有效性。在此背景下，美国SpaceX、欧洲OneWeb、中国星网等行业龙头企业已纷纷启动大规模低轨星座的申报计划，通过加速卫星发射、抢占在轨资源的方式，巩固自身在行业内的长期竞争优势。从当前规划来看，美国Starlink星座的部署规模已达4.2万颗，中国GW星座与千帆星座的规划总量合计近2.7万颗，二者叠加已占据近地轨道可用容量的绝大部分，剩余轨位资源仅能容纳约1.1万颗卫星，这意味着其他国家未来或将面临近地轨道空间资源匮乏的严峻挑战。而中美两国凭借先发布局优势，将围绕低轨资源展开持续的激烈角逐。

2. 行业高度依赖上下游配套，建设周期漫长。

在产业链上游，高性能相控阵T/R芯片、太阳能电池阵等核心部件的供给高度依赖少数特定厂商，行业头部企业普遍与上游核心供应商建立长期战略合作关系，部分企业还通过垂直整合的方式实现核心部件自给。下游方面，卫星互联网星座建设、火箭发射等高端应用场景，对产品的性能水准与经济性价比均提出了严苛要求。此外，SpaceX星链、GW星座等广覆盖型星座的组网往往需要上万颗卫星的规模支撑，在发射成本难以在短期内大幅下降的行业背景下，完成整个星座的组网建设通常需要5至10年的周期。在此背景下，技术积淀较浅、议价能力薄弱且无力支撑大规模持续投资的中尾部卫星制造企业，未来将面临被市场淘汰的风险。

行业门槛将提高，民营企业存在感将大幅增强

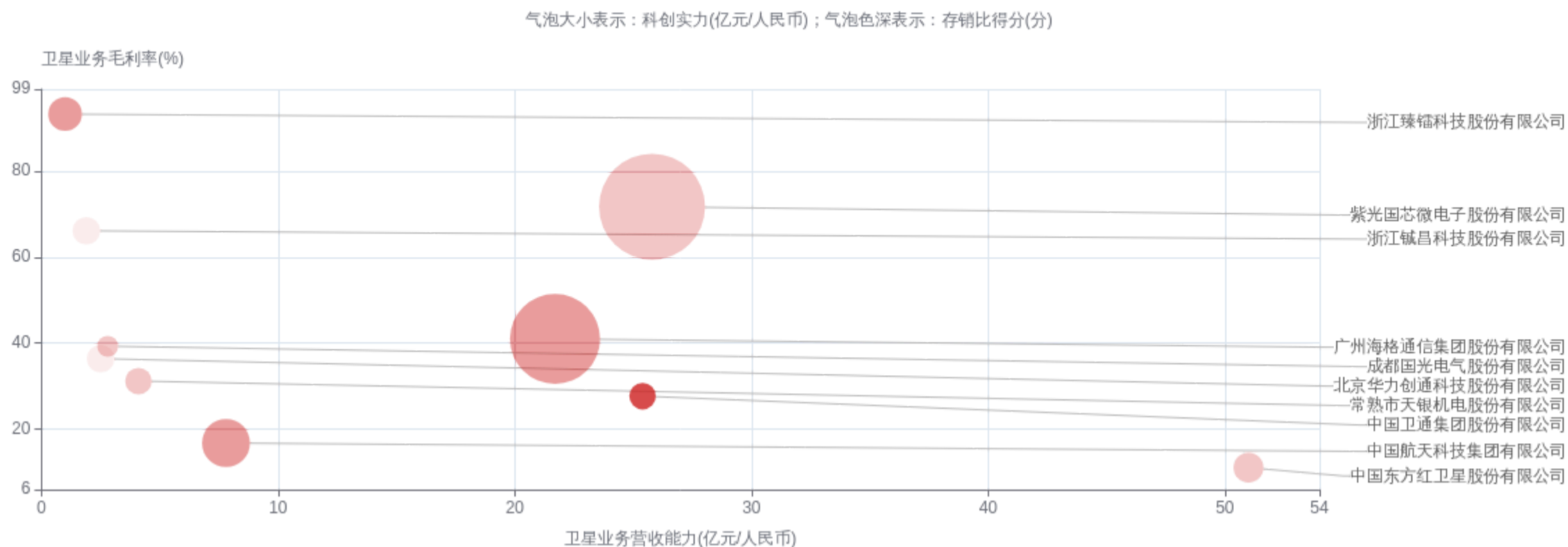
1. 资金与人才护城河将限制潜在玩家进场。

商业卫星行业是典型的资本密集型产业，入门需在研发与生产环节中投入数十亿元，极有可能需连续承受多年企业无法盈利的经营状况，并且运营阶段持续被高昂能源成本和精密设备维护费用侵蚀利润。例如，根据航天科技2024年财报显示，航天科技固定资产高达15.8亿元。另外，商业卫星行业同时是典型的技术密集型产业，从卫星总体设计、核心零部件研发到在轨数据处理，每一个技术突破和迭代都直接源于高端科研人才的

智慧与创新，因此缺乏高素质科研团队的企业将难以进入该行业。以中国卫星为例，根据其2024年财报显示，**公司中研发人员合计1,217人，占比38.5%，博士、硕士学历人员合计831人，在研发人员中占比68.3%。**

2. 国家队主导生态、民营队细分突破。

未来，中国商业卫星行业将持续深化“国家队主导生态构建、民营队聚焦细分突破”的竞争格局。以中国卫星、长光卫星为代表的国家队企业，将牵头推进低轨星座组网建设与行业标准制定工作；而微纳星空、银河航天、九天微星等民营主体，则会聚焦遥感、通信等垂直赛道，打造针对性的行业解决方案，凭借技术迭代升级与成本精细化管控构筑差异化竞争优势。以九天微星为例，该公司已推出“卫星+智慧应急”、“卫星+智慧交通”、“卫星+智慧农业”等多款行业管理系统，相关产品已在河北、四川等地落地应用。



上市公司速览

公司	总市值	营收规模	同比增长(%)	毛利率(%)
中国东方红卫星股份有限公司 (600118)	-	36.7亿元 >	-30.5	15.1
航天科技控股集团股份有限公司 (000901)	-	16.5亿元 >	7.7	17.9
中国卫通集团股份有限公司 (601698)	-	18.6亿元 >	-2.9	34.8
广州海格通信集团股份有限公司 (002465)	-	40.4亿元 >	8.8	33.8
北京华力创通科技股份有限公司 (300045)	-	4.2亿元 >	40.1	35.3
紫光国芯微电子股份有限公司 (002049)	-	56.4亿元 >	14.3	63.8
成都国光电气股份有限公司 (688776)	-	2.5亿元 >	-44.2	22.6
浙江铖昌科技股份有限公司 (001270)	-	3.1亿元 >	204.8	69.7
常熟市天银机电股份有限公司 (300342)	-	5.8亿元 >	-22.8	23.1
浙江臻镭科技股份有限公司 (688270)	-	1.7亿元 >	14.3	89.7

企业分析

1 中国东方红卫星股份有限公司【600118】

· 公司信息

企业状态	存续	注册资本	118248.9135万人民币
企业总部	北京市	行业	计算机、通信和其他电子设备制造业
法人	李大明	统一社会信用代码	911100001000274544
企业类型	其他股份有限公司(上市)	成立时间	872092800000
品牌名称	中国东方红卫星股份有限公司	经营范围	卫星及相关产品的研发、设计、制造、销售；航天技术应用及相关产品的研发、设计、制造、销售及综合信息服务；项目投资；计算机系统集成、软件产品开发；通讯产品、电子产品的研发与销售；进出口业务；与上述业务相关的技术交流；信息咨询；汽车的销售。（市场主体依法自主选择经营项目，开展经营活动；依法须经批准的项目，经相关部门批准后依批准的内容开展经营活动；不得从事国家和本市产业政策禁止和限制类项目的经营活动。）

■ 财务数据分析											
财务指标	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024	2025(Q1)	2025
销售现金流/营业收入	0.99	1.05	0.98	0.94	0.93	1.19	0.94	0.78	1.02	0.66	1.02
扣非净利润同比增长(%)	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/
资产负债率(%)	47.03	35.1116	36.3996	36.8642	33.1964	39.4123	40.7597	39.3499	38.9393	39.9928	41.42
营业总收入同比增长(%)	16.3146	16.5366	2.6808	-14.7666	8.419	0.7353	15.2584	-16.5143	-25.0636	33.5828	27.9
归属净利润同比增长(%)	3.694	3.0016	1.9628	-19.6383	5.338	-34.0262	21.887	-44.7715	-82.2808	-12.9981	-458.8
摊薄净资产收益率(%)	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/
实际税率(%)	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/
应收账款周转天数(天)	153.3873	124.5244	116.9363	143.6724	109.6491	103.965	90.297	109.3445	137.9041	407.8955	282.1
预收款/营业收入	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/
流动比率	1.777	2.2318	2.1794	2.1714	2.3739	1.9991	1.9572	2.019	1.9935	1.9498	1.8
每股经营现金流(元)	0.5333	-0.3141	0.7338	-0.5123	-0.0608	1.7462	0.2411	-0.903	-0.2679	-0.1913	-0.0
毛利率(%)	13.5123	12.9508	13.6283	14.4851	13.8011	12.8668	10.6256	11.8893	11.7738	16.0212	12.7
流动负债/总负债(%)	91.4652	94.1412	95.5052	95.5995	95.4409	93.7957	93.7456	92.4431	93.1026	93.4235	93.7
速动比率	1.4404	1.6525	1.5993	1.5001	1.5883	1.4671	1.5754	1.6362	1.5263	1.4489	1.3
摊薄总资产收益率(%)	4.4983	4.7875	4.6501	3.4734	3.6731	2.5949	2.6751	1.2437	-0.2287	-0.2115	-0.1
营业总收入滚动环比增长(%)	186.8473	156.6357	130.3641	65.0805	61.9964	/	/	/	/	/	/
扣非净利润滚动环比增长(%)	140.8922	99.8386	38.0104	-15.034	16.9132	/	/	/	/	/	/
加权净资产收益率(%)	8.42	8.16	7.82	6.06	6.1	3.9	4.65	2.5	/	/	/
基本每股收益(元)	0.34	0.35	0.35	0.28	0.3	0.2	0.24	0.13	0.02	-0.02	-0.0
净利率(%)	7.2695	6.6773	6.1859	5.9282	6.0859	4.5381	4.3566	2.4631	-0.5931	-6.3832	-1.6
总资产周转率(次)	0.6188	0.717	0.7517	0.5859	0.6035	0.5718	0.614	0.5049	0.3856	0.0331	0.0
归属净利润滚动环比增长(%)	131.8116	93.8754	67.6783	-6.3023	28.2989	/	/	/	/	/	/
每股净资产(元)	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/
每股公积金(元)	1.364	1.3869	1.3871	1.4518	1.4652	1.4646	1.453	1.4633	1.4849	1.485	1.4
扣非净利润(元)	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/
存货周转天数(天)	50.8539	55.7837	66.009	105.9478	120.8865	207.6484	166.8211	240.6739	402.5945	1345.2915	865.1
营业总收入(元)	6337264554.55	7385233096.12	7583017858.94	6463262389.74	7007404413.07	7058929861.7	8242329875.73	6881163265.72	5156492934.44	441747594.34	132095
每股未分配利润(元)	1.6653	1.8904	2.1208	2.2541	2.375	2.463	2.6634	2.7111	2.6872	2.6668	2.6
稀释每股收益(元)	0.34	0.35	0.35	0.28	0.3	0.2	0.24	0.13	0.02	-0.02	-0.0
归属净利润(元)	397664261.81	409600533.83	417640056.09	335622785.14	353538313.06	233242655.45	285778850.02	157535184.46	27913994.95	-24109516.43	-30491
扣非每股收益(元)	0.31	0.29	0.3	0.26	0.28	0.17	0.16	0.12	/	/	/
毛利润(元)	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/
经营现金流/营业收入	0.5333	-0.3141	0.7338	-0.5123	-0.0608	1.7462	0.2411	-0.903	-0.2679	-0.1913	-0.0

公司竞争优势

竞争优势

中国卫星在宇航制造方面，开发了覆盖完整序列的小卫星/微小卫星公用平台型谱，产品涉及光学遥感、电磁与微波遥感、通信、科学与技术试验等领域，具备复杂星座系统设计、全链路仿真、自主任务规划、星上智能处理、AIT一体化管控、组批生产等核心技术能力，可为航天器提供星上导航接收机、空间太阳能电池片、星上电子通信设备等产品，产品质量稳定、性能可靠；在卫星应用方面，公司面向低空经济、商业航天领域积极开展研究，不断增强产业链供应链韧性和竞争力，业务产品主要包括卫星通导遥终端产品制造、大型地面应用系统集成、无人机系统集成、卫星综合运营服务、信息系统及综合应用平台建设等领域，能够为行业用户、区域用户和国际市场提供卫星测控及遥感数据运营服务和增值服务、卫星广播电视传播服务、空地一体综合信息系统及信息化解决方案。

中国卫星2024年度财务报告

2 长光卫星技术股份有限公司

公司信息

企业状态	存续	注册资本	197059.02万人民币
企业总部	长春市	行业	科技推广和应用服务业
法人	张雷	统一社会信用代码	91220101310012867G
企业类型	其他股份有限公司（非上市）	成立时间	1417363200000
品牌名称	长光卫星技术股份有限公司	经营范围	卫星与无人机系统及其部组件的研发及制造、载荷系统研发及制造、卫星检测系统及设备研发；卫星地面系统开发、建设，卫星跟踪、控制、监视、显示设备制造、设计；卫星与无人机应用系统及相关设备开发、设计、销售；光学仪器研发、制造及检测；卫星相关工程的开发与承揽；卫星与无人机遥感信息产品的研发、生产、销售及相关服务；政务软件开发；计算机信息系统集成服务；卫星设备的销售和维修服务；卫星、无人机、遥感信息相关的技术咨询与技术服务；无人机监控、植保及货运服务；道路货物运输；航天系统集成；进出口业务；大型货物道路运输；增值电信业务（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）。

融资信息



种子轮
未披露
2017-05-27

A轮
未披露
2019-09-20

天使轮
2.5亿人民币
2018-10-01

B轮
未披露
2020-05-13

Pre-IPO
24.64亿人民币
2020-11-30

公司竞争优势

竞争优势

长光卫星技术股份有限公司是中国商业航天领域先行企业。2015年10月，由公司自主研发的“吉林一号”组星成功发射，开创了中国商业卫星应用的先河，同时也创造了由一个研发团队一箭成功发射四星的历史；长光卫星构建了“卫星制造-星座运营-数据服务-生态赋能”的全产业链垂直整合布局。以前沿光学技术和脉动生产线自主研发并规模部署高分、视频等全谱系卫星，通过“吉林一号”星座实现全球遥感数据实时获取。依托自有地面站网和处理平台，面向政府、企业及全球客户提供国土监测、应急指挥等精准解决方案，同时通过数据开放平台培育下游应用生态，形成从空间信息获取到行业价值转化的完整商业闭环。

长光卫星招股书

3 中国卫星网络集团有限公司

公司信息

企业状态	存续	注册资本	1000000万人民币
企业总部	保定市	行业	电信、广播电视和卫星传输服务
法人	苟坪	统一社会信用代码	91133100MA0G9YKT8B
企业类型	有限责任公司(国有独资)	成立时间	1619020800000
品牌名称	中国卫星网络集团有限公司	经营范围	卫星互联网的论证设计、研究试验、工程设计、工程建设、工程服务、运行控制、运营管理；卫星互联网系统软硬件和系统衍生产品的标准制定、检测鉴定、产品认证、网络与信息安全、系统防护及相关技术服务；卫星互联网发射和测控服务；基础电信业务；第一类增值电信业务，第二类增值电信业务；软件开发；系统集成及运营；信息服务、数字内容服务；卫星通信、广播、导航、遥感业务及综合服务；云计算、大数据、物联网技术应用服务；卫星互联网及融合应用领域内的技术开发、技术咨询、技术交流、技术转让、技术服务、技术推广；卫星互联网领域的国际合作及跨境服务；国际工程设计、工程承包；货物及技术进出口（国家禁止或涉及行政审批的货物和技术进出口除外）。（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）

公司竞争优势

竞争优势

中国星网正积极布局6G网络的空天地一体化融合，未来将与地面5G-Advanced和6G网络深度融合，形成无缝覆盖的立体网络。未来，中国星网将推出手机直连卫星通信模式，进一步拓展卫星互联网的应用场景；中国星网通过整合国内先期布局的卫星互联网资源，构建起“卫星制造—火箭发射—终端设备—运营服务”的全产业链一体化布局。依托产业链垂直整合能力，公司卫星自研自产率处于行业领先水平，同时深度绑定中国卫星、航天电子、铖昌科技等国内航天领域龙头企业作为核心供应商，实现了卫星互联网产业链关键环节的自主可控，为GW星座规模化组网与商业化运营筑牢了坚实的供应链根基。

北京ESG研究院、东方财富

附录

法律声明

权利归属：头豹上关于页面内容的补充说明、描述，以及其中包含的头豹标识、版面设计、排版方式、文本、图片、图形等，相关知识产权归头豹所有，均受著作权法、商标法及其它法律保护。

尊重原创：头豹上发布的内容（包括但不限于页面中呈现的数据、文字、图表、图像等），著作权均归发布者所有。头豹有权但无义务对用户发布的内容进行审核，有权根据相关证据结合法律法规对侵权信息进行处理。头豹不对发布者发布内容的知识产权权属进行保证，并且尊重权利人的知识产权及其他合法权益。如果权利人认为头豹平台上发布者发布的内容侵犯自身的知识产权及其他合法权益，可依法向头豹（联系邮箱：support@leadleo.com）发出书面说明，并提供具有证明效力的证据材料。头豹在书面审核相关材料后，有权根据《中华人民共和国侵权责任法》等法律法规删除相关内容，并依法保留相关数据。

内容使用：未经发布方及头豹事先书面许可，任何人不得以任何方式直接或间接地复制、再造、传播、出版、引用、改编、汇编上述内容，或用于任何商业目的。任何第三方如需转载、引用或基于任何商业目的使用本页面上的任何内容（包括但不限于数据、文字、图表、图像等），可根据页面相关的指引进行授权操作；或联系头豹取得相应授权，联系邮箱：support@leadleo.com。

合作维权：头豹已获得发布方的授权，如果任何第三方侵犯了发布方相关的权利，发布方或将授权头豹或其指定的代理人代表头豹自身或发布方对该第三方提出警告、投诉、提起诉讼、进行上诉，或谈判和解，或在认为必要的情况下参与共同维权。

完整性：以上声明和本页内容以及本平台所有内容（包括但不限于文字、图片、图表、视频、数据）构成不可分割的部分，在未仔细阅读并认可本声明所有条款的前提下，请勿对本页面以及头豹所有内容做任何形式的浏览、点击、引用或下载。

成为头豹会员—享专属权益

- 成为头豹会员，尊享头豹海量数据库内容及定制化研究咨询服务
- 头豹已累积上万本行业报告、词条报告，拥有20万+注册用户，沉淀100万+原创数据元素
- 头豹优势：行业覆盖全、数据量庞大、研究内容应用场景广泛，并有专业分析师团队为您提供定制化服务，助力企业展业

报告次卡

任意10本报告
阅读权益（一年有效）

¥598 /年

企业标准版



适用于研究频次高的用户或企业
无限量阅读全站报告
升级报告下载量
专享企业服务
定制词条报告

¥50,000 /年

企业专业版/旗舰版



满足定制研究需求的企业用户
定制深度研究报告
按需下载报告
分析师一对一沟通
专享所有核心功能

¥150,000+ /年

购买与咨询

咨询邮箱：

nancy.wang@frostchina.com

客服电话：

400-072-5588



头豹
LeadLeo

www.leadleo.com
400-072-5588