

中国卫星深度研究报告

航天五院核心上市平台，小卫星领域居国内领先地位

www.chyxx.com

目 录

一、中国卫星为航天五院核心上市平台，宇航制造与卫星应用双轮驱动	1
1、企业简介：航天五院控股的央企上市平台，国内小卫星制造龙头.....	1
2、企业产品布局：宇航制造与卫星应用两大板块协同发展.....	3
3、营业收入及毛利率：营收 2024 年触底后回升，2026 年上半年扭亏为盈	4
4、期间费用情况：销售费用持续压降，研发投入保持高位.....	7
5、客户情况：客户高度集中，前五大客户销售占比持续高于 70%.....	8
二、卫星制造行业进入低轨星座规模化部署期，市场空间加速打开	10
1、卫星制造行业正从“定制化、小批量”向“模块化、批量化”制造模式深刻转型.....	10
2、商业航天高频发射倒逼产业链协同提效、正向循环初步成型.....	10
3、顶层规划、质量监管与标准体系三管齐下，中国卫星制造行业迈向体系化高质量发展新阶段.....	11
4、卫星制造竞争格局呈“国家队主导、民企崛起”态势.....	13
三、卫星制造行业迈向批产化、星地融合与产业化兑现期	14
1、低轨巨型星座规模化部署成为核心引擎.....	14
2、制造模式由单颗定制向批产化、模块化、标准化转型.....	14
3、星地融合与手机直连卫星打开大众应用空间.....	14
4、商业航天产业化提速，政策与资本协同加持.....	14

一、中国卫星为航天五院核心上市平台，宇航制造与卫星应用双轮驱动

1、企业简介：航天五院控股的央企上市平台，国内小卫星制造龙头

中国东方红卫星股份有限公司（简称“中国卫星”，股票代码 600118）成立于 1997 年 8 月 21 日，注册资本约 11.82 亿元。公司于 1997 年 9 月 8 日在上海证券交易所上市，上市之初证券简称为“中国泛旅”；2002 年起公司通过股权转让逐步注入卫星资产，控股股东变更为中国航天科技集团有限公司第五研究院（中国空间技术研究院，简称“航天五院”），实际控制人为国务院国资委。公司所属行业为航天产业，主营小卫星、微小卫星研制与卫星应用业务。

作为航天五院唯一的卫星研制类上市平台，公司依托“小卫星及其应用国家工程研究中心”与“空间信息体系与融合应用全国重点实验室”两个国家级平台，在宇航制造与卫星应用领域具备天地一体化设计、研制、集成与运营能力，研制与生产基地分布于北京、天津、深圳、西安等地，是国内小卫星制造领域的优势企业。

公司发展历程可划分为“上市奠基—资产注入—体系成型—转型升级”四个阶段。1997 年以“中国泛旅”名义登陆上交所；2002 年中国旅游商贸服务总公司将其持有的 51%股权转让给北京航天卫星应用总公司，公司更名为“中国天地卫星股份有限公司”并切入卫星业务；2003—2006 年，航天五院通过股权转让及划转成为公司控股股东，公司正式成为五院卫星产业资本运作平台；此后通过收购航天东方红、航天恒星科技等优质资产，构建起“宇航制造+卫星应用”双主业格局，并随商业航天兴起持续推进科研生产模式转型。

中国卫星发展历程

时间	重要事件
1997 年	公司前身“中国泛旅实业发展股份有限公司”A 股上市，股票代码 600118。
2001 年	核心子公司航天东方红卫星有限公司成立，专业从事小卫星研制。
2002 年	航天入主中国泛旅，主业变更小卫星制造及卫星应用，名称先后变更

	为“中国天地卫星股份有限公司”和“中国卫星”。
2004 年	小卫星及其应用国家工程研究中心建成投用。
2006 年	5 月，收购航天东方红卫星有限公司 100%股权。公司完成股权分置改革。10 月，公司名称变更为中国东方红卫星股份有限公司。
2007 年	子公司航天东方红抓总研制的遥感卫星二号发射成功，用于科学试验、国土资源普查等领域。
2008 年	1 月，收购航天恒星科技股份有限公司。2 月，投资成立航天东方红卫星信息技术有限公司。6 月，在西安设立航天恒星空间技术应用有限公司。
2010 年	在天津投资成立天津恒电空间电源有限公司。
2018 年	抓总研制嫦娥四号中继星“鹊桥”，这是世界首颗运行于地月拉格朗日 L2 点的通信卫星；同年高分六号卫星发射成功。
2023 年	完成 29 颗小/微小卫星发射任务，累计发射超 200 颗。
2026 年	发布新一代超低轨卫星平台，完成在轨验证。

资料来源：智研咨询整理

截至 2026 年 6 月 30 日，公司控股股东为中国空间技术研究院（航天五院），持有 606,147,969 股，持股比例 51.26%，为国有法人。公司实际控制人为国务院国资委，通过中国航天科技集团有限公司持有航天五院 100%权益。前十大股东中其余多为指数型证券投资基金及境外法人（UBS AG），股权结构稳定、集中度较高。

截至 2026 年 6 月 30 日公司前十名股东持股情况

序号	股东名称	持股数量 (股)	持股比例 (%)
1	中国空间技术研究院	606,147,969	51.26
2	中信建投证券—永赢国证商用卫星通信产业 ETF	16,355,371	1.38
3	中国建设银行—富国中证军工龙头 ETF	7,347,355	0.62
4	中国农业银行—平安中证卫星产业指数型证券投资基金	5,560,062	0.47
5	中信建投证券—富国中证卫星产业 ETF	4,935,578	0.42
6	UBS AG	4,647,383	0.39
7	中国银河证券—招商中证卫星产业 ETF	4,466,014	0.38
8	招商银行—永赢高端装备智选混合型发起式证券投资	4,197,504	0.35

	资基金		
9	中国农业银行—华夏国证航天航空行业 ETF	3,995,197	0.34
10	张贵洪	3,407,900	0.29

资料来源：公司 2026 年半年度报告、智研咨询整理

2、企业产品布局：宇航制造与卫星应用两大板块协同发展

公司业务围绕“宇航制造”和“卫星应用”两大板块展开。宇航制造方面，公司开发了覆盖 1 千克至 1000 千克完整序列的小卫星 / 微小卫星公用平台型谱（CAST 系列），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，并可提供星上导航接收机、空间太阳电池片、星上电子通信设备等宇航部组件；卫星应用方面，公司从事卫星通导遥终端产品制造、大型地面应用系统集成、无人机系统集成及卫星综合运营服务、信息系统与综合应用平台等业务。下属核心企业包括航天东方红（宇航制造）、航天恒星科技（卫星应用）、深圳东方红、天津恒电、航宇卫星科技、西安天绘、航天智慧等。

中国卫星主要业务板块与产品布局

业务板块	主要产品/业务	应用领域
宇航制造—系统研制	小卫星/微小卫星整星 (CAST 平台系列)	光学遥感、通信、科学与技术试验、电磁与微波遥感
宇航制造—部组件	星上导航接收机、空间太阳 电池片、星上电子通信设备	载人航天、空间站、星座组网配 套
卫星应用—终端制造	高通量通信终端、北斗导航 终端、通导遥终端	民航、能源、海洋、应急、行业 用户
卫星应用—系统集成	大型地面应用系统、气象/ 遥感地面站	气象、海洋、国土、防灾减灾、 一带一路合作
卫星应用—运营服务	卫星综合运营、信息系统与 综合应用平台、无人机系统	广播电视安播、国家公园监测、 智慧水务/医疗、低空经济

资料来源：公司年报、智研咨询整理

公司采用“以销定产、按合同研制交付”的经营模式。采购端，卫星研制所需材料、电子元器件及部分部组件以外协外包为主，核心系统、关键部组件由公司自主研制；生产端，宇航制造业务以型号/合同为单位组织科研生产，受航天产品高可靠性要求约束，实行严格的质量与计划管控，并持续推进组批生产、AIT

一体化管控等模式转型；销售端，公司订单主要来源于国家政府部门、特定用户及行业用户，客户集中度较高，部分业务涉及关联交易。卫星应用业务中，系统集成与运营服务按项目招投标或合同方式获取，终端产品面向行业客户批量供货。

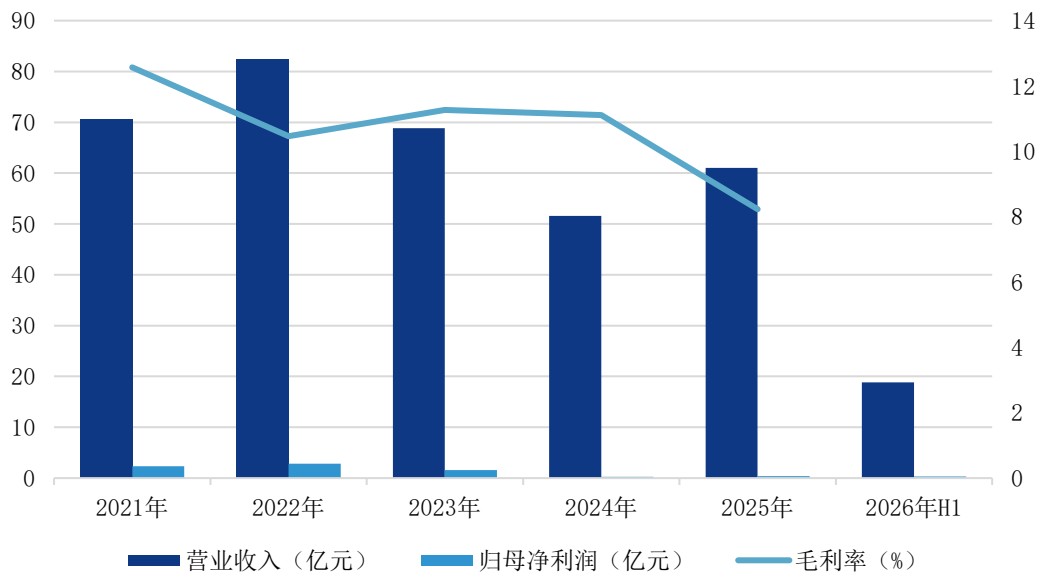
3、营业收入及毛利率：营收 2024 年触底后回升，2026 年上半年扭亏为盈

2021—2025 年，公司营业收入分别为 70.59 亿元、82.42 亿元、68.81 亿元、51.56 亿元和 61.03 亿元，呈现“高位回落—筑底—修复”走势：2022 年受“十四五”转阶段订单集中释放推动同比增长 15.26%，2023 年、2024 年受用户采购计划调整、部分合同延迟结算等影响连续下滑，2024 年同比下降 25.06%至 51.56 亿元，2025 年回升 18.35%至 61.03 亿元。2026 年上半年实现营业收入 18.85 亿元，同比增长 42.72%。

盈利端波动更大：归母净利润由 2021 年的 2.33 亿元降至 2024 年的 2791.40 万元（同比下降 82.28%），2025 年小幅恢复至 3556.57 万元；扣非归母净利润 2024 年仅为 478.59 万元。2026 年上半年公司归母净利润 3456.58 万元，较上年同期亏损 3049.15 万元实现扭亏为盈，主要因卫星研制业务半年度达到验收条件的合同履约节点较上年同期增加。

毛利率方面，公司整体毛利率（按“宇航制造及卫星应用”分行业计算）在 8.23%—12.57%区间波动，2025 年为 8.23%，处于近年低位，主要受宇航制造类业务定价政策及产品结构影响。

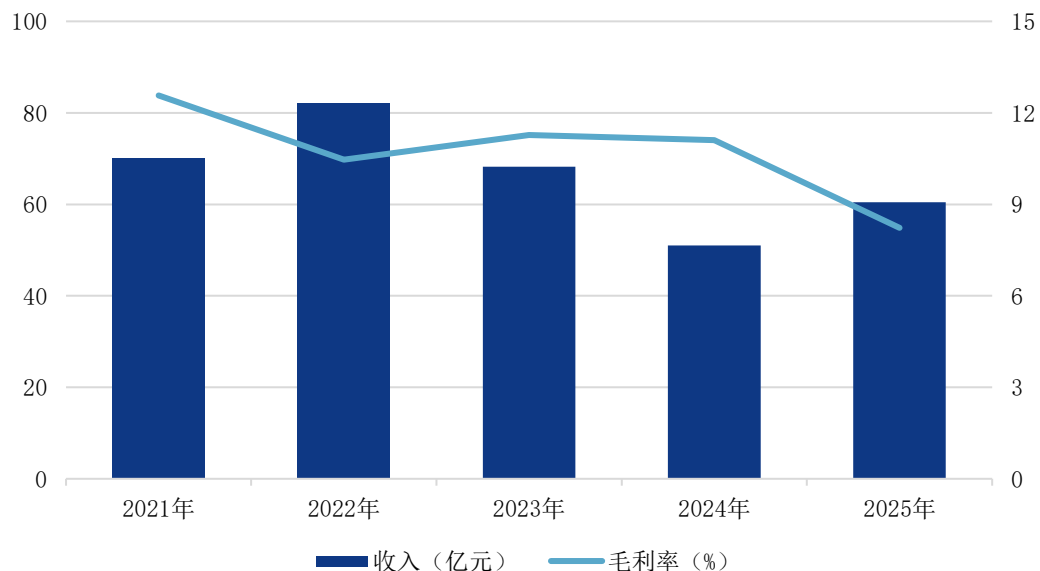
2021-2026 年 H1 中国卫星经营业绩



资料来源：公司公告、智研咨询整理

公司年度报告将主营业务合并披露为“宇航制造及卫星应用”单一行业线，该业务营收由2021年的70.11亿元降至2024年的50.99亿元，2025年恢复至60.47亿元；毛利率由2021年的12.57%波动至2025年的8.23%。

2021—2025 年中国卫星宇航制造及卫星应用营业收入及毛利率情况

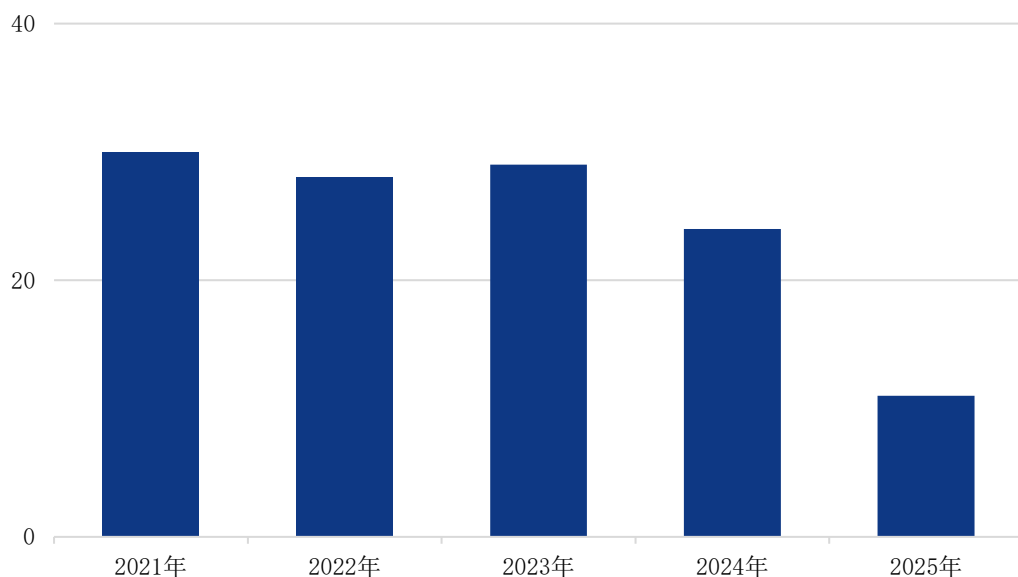


资料来源：公司公告、智研咨询整理

公司每年成功发射的小/微小卫星数量可反映交付节奏：2021年发射30颗、2022年28颗、2023年29颗、2024年24颗、2025年11颗（张衡一号02星、

希望五号二期等)；在研型号常年保持数十颗规模，百余颗在轨卫星稳定运行。

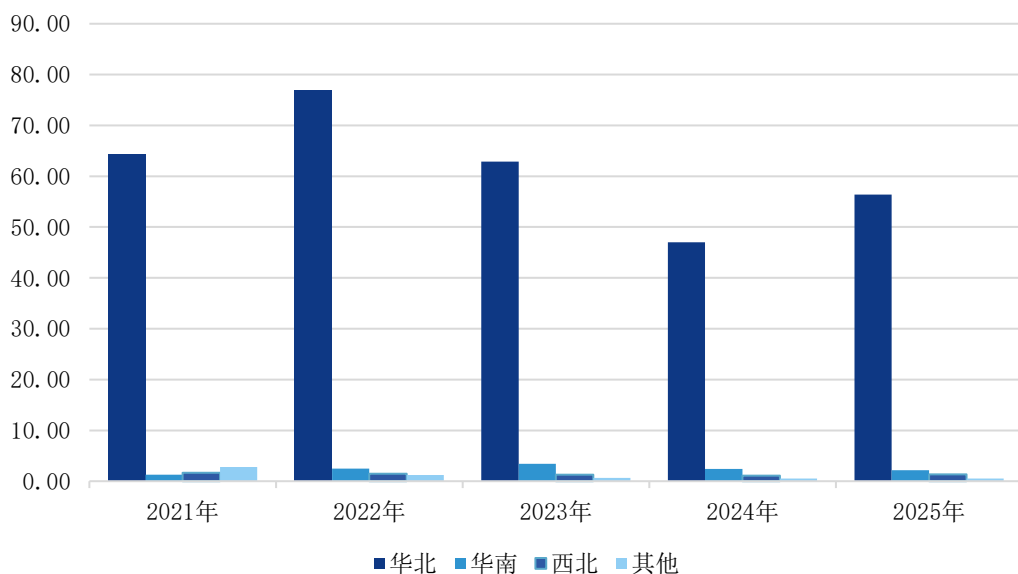
2021—2025 年中国卫星年度成功发射小/微小卫星数量（颗）



资料来源：公司公告、智研咨询整理

公司主营业务收入按地区披露为华北、西北、华南及其他，均属境内区域。华北地区（总部及主要用户所在地）历年贡献绝大部分收入，2021—2025 年华北收入在 46.98 亿元至 76.95 亿元间波动；西北、华南及其他地区占比相对较小。境外业务主要通过地面系统出口、“一带一路”航天合作项目等体现。

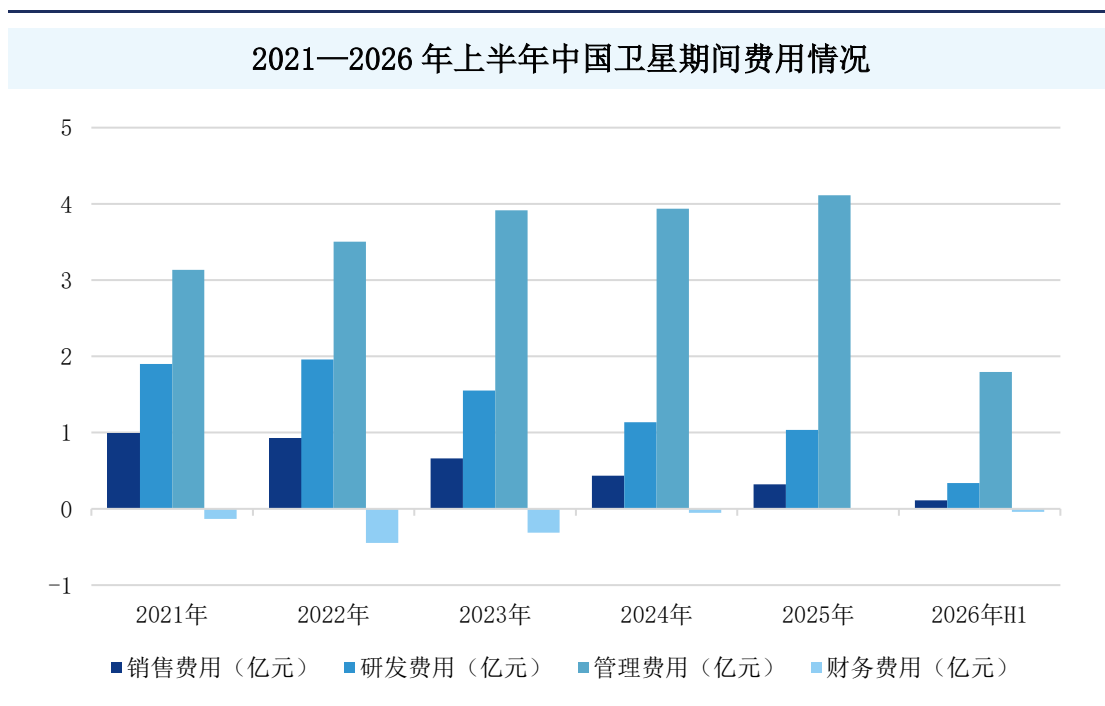
2021—2025 年中国卫星主营业务收入地区分布情况



资料来源：公司公告、智研咨询整理

4、期间费用情况：销售费用持续压降，研发投入保持高位

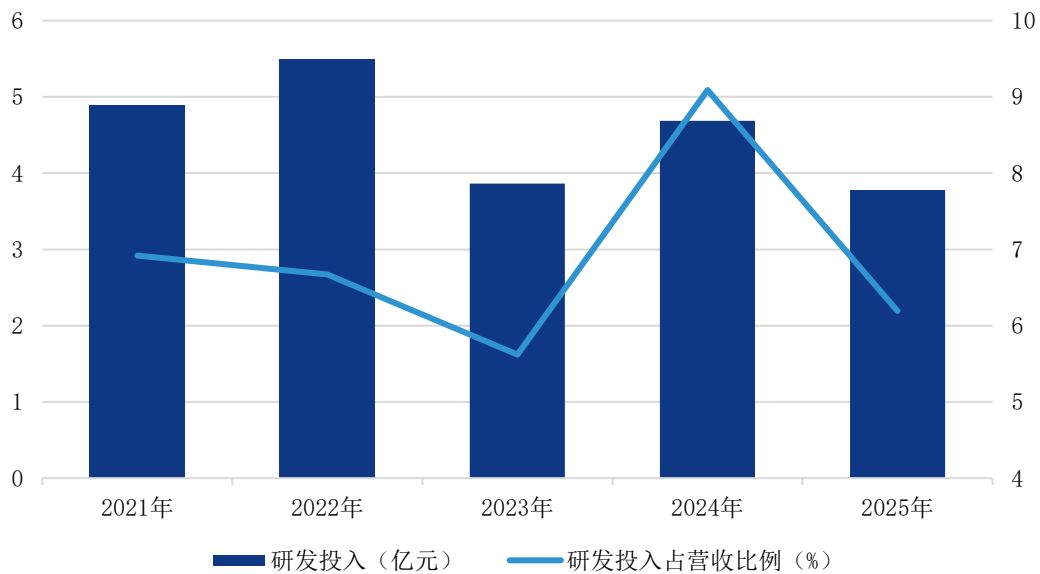
公司期间费用结构以管理费用为主。2021—2025 年管理费用由 3.14 亿元稳步增至 4.11 亿元；销售费用受市场推广与组织机构优化影响持续压降，由 2021 年的 9887.72 万元降至 2025 年的 3208.64 万元；研发费用（费用化）由 2021 年的 1.90 亿元降至 2025 年的 1.04 亿元。财务费用多数年份为净收益（利息收入大于支出），2025 年转为小额净支出。



资料来源：公司公告、智研咨询整理

公司研发投入合计由 2021 年的 4.88 亿元增至 2022 年的 5.50 亿元，2023 年降至 3.86 亿元，2024 年回升至 4.69 亿元，2025 年为 3.78 亿元；其中资本化比重较高（2024 年达 75.73%），反映较多研发支出计入开发支出。主要研发方向围绕卫星通导遥一体化、星座系统、星上智能处理与整星批产技术展开，各期披露的重点项目包括北斗时空基准服务与工业互联网安全平台（2021）、民航北斗机载设备研制及推广（2022）、信关站高性能基带处理设备与多频点高精度北斗导航芯片（2023）、某通信综合应用系统与安应用研究（2024—2025）等。

2021—2025 年中国卫星研发投入

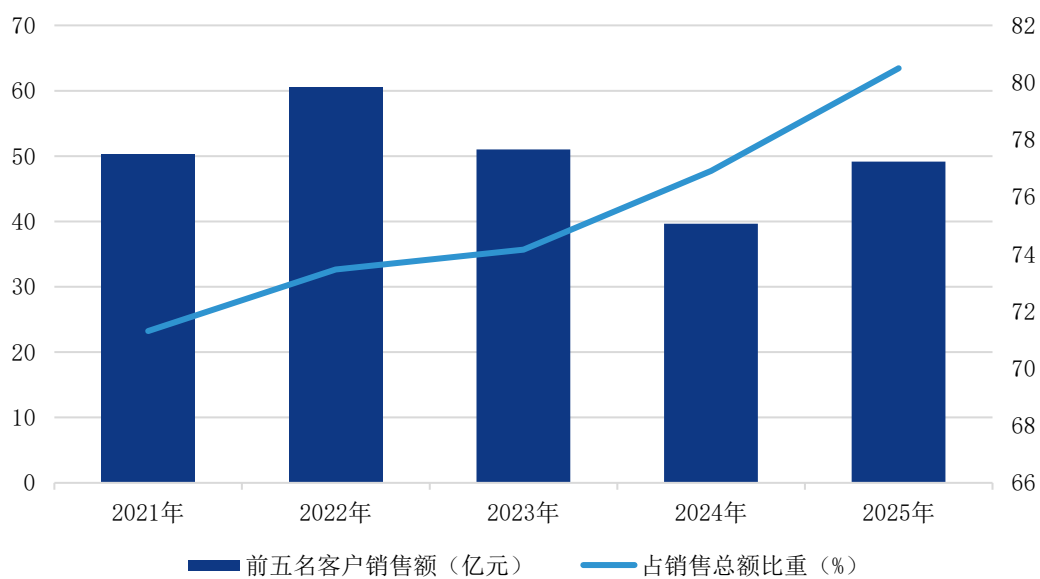


资料来源：公司公告、智研咨询整理

5、客户情况：客户高度集中，前五大客户销售占比持续高于 70%

受航天产业特点影响，公司客户集中度较高，订单主要来源于国家政府部门、特定用户及行业用户。2021—2025 年前五名客户销售额占年度销售总额比例分别为 71.31%、73.46%、74.16%、76.91%和 80.50%，呈逐年上升态势；其中关联方销售额占比在 12.47%—46.91%间波动，2024 年关联方占比最高（46.91%）。客户高度集中使公司经营业绩受主要用户采购计划与定价政策影响较大。

2021—2025 年公司客户集中度情况



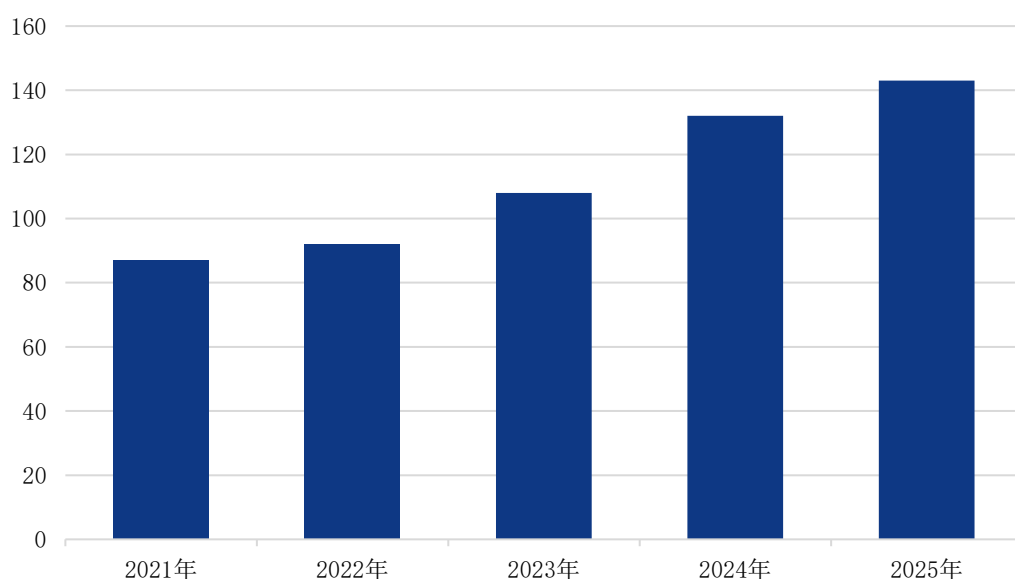
资料来源：公司公告、智研咨询整理

二、卫星制造行业进入低轨星座规模化部署期，市场空间加速打开

1、卫星制造行业正从“定制化、小批量”向“模块化、批量化”制造模式深刻转型

当前，中国卫星制造行业正处于低轨星座批量部署、商业航天快速崛起与国产化替代加速三期叠加的关键阶段，行业正从“定制化、小批量”向“模块化、批量化”制造模式深刻转型。2025 年，中国卫星制造行业总收入达 143 亿元，同比增长 8.33%。从收入结构看，143 亿元中，国家队（航天科技、航天科工等）仍占据主要份额，承担国家重大工程与核心星座建设任务。

2021—2025 年中国卫星制造行业总收入规模



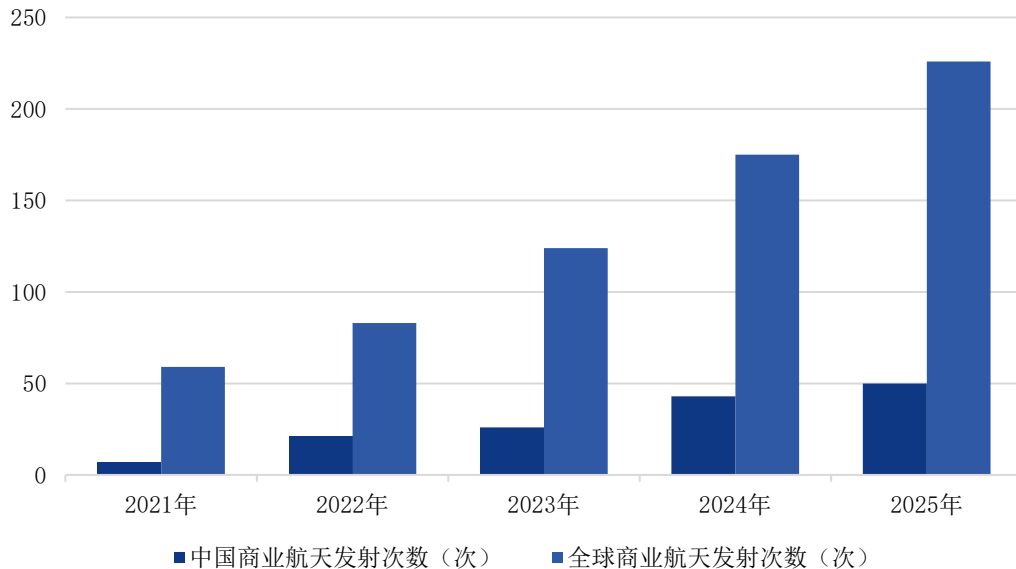
资料来源：弗若斯特沙利文、智研咨询整理

2、商业航天高频发射倒逼产业链协同提效、正向循环初步成型

2025 年，中国商业航天发射次数达 50 次，全球商业航天发射次数为 226 次。这意味着中国占全球商业航天发射总量的约 22.1%，稳居全球第二，但与美国仍存在明显差距。这一数据折射出中国商业航天在快速追赶的同时，仍面临运力供给、成本控制与商业模式等多重挑战。商业发射订单交付的稳定性大幅提升，中小卫星客户的发射需求不再受限于国家队发射资源的排期约束。同时，高频次发

射也反向倒逼产业链上下游协同提效，火箭总装周期不断压缩，核心部件量产能力持续升级，让“发射成本下降-卫星需求释放-更多发射订单”的正向产业循环初步成型。

2021—2025 年全球及中国商业航天发射次数情况



资料来源：智研咨询整理

3、顶层规划、质量监管与标准体系三管齐下，中国卫星制造行业迈向体系化高质量发展新阶段

中国卫星制造行业迎来了一系列重要政策部署，政策导向清晰指向顶层规划引领、质量安全监管与标准化体系建设，标志着行业正从分散探索向体系化、规范化、高质量发展阶段迈进。首先，中长期顶层规划为行业锚定方向。2024 年 10 月，中国科学院、国家航天局、中国载人航天工程办公室联合发布《国家空间科学中长期发展规划（2024—2050 年）》，提出梯次布局和论证实施国家空间科学任务，统筹和强化任务驱动的基础研究，打造空间科学高水平人才队伍，带动空间技术创新突破。这一跨越二十余年的顶层设计，为卫星制造提供了长期稳定的需求预期与技术攻关方向。其次，商业航天质量监管与安全发展并重。2025 年 7 月，国家航天局发布《关于加强商业航天项目质量监督管理工作的通知》，将商业航天项目的研制、生产、试验、发射、运行、服务、回收、退役处置等全寿命周期活动纳入质量监督管理。2023 年 11 月发布的《国家航天局推进商业航天高

质量安全发展行动计划（2023—2027 年）》则提出到 2027 年产业生态高效协同、科研生产安全有序、产业规模显著壮大的目标。两项政策一脉相承，既鼓励创新活力，又守住安全底线。最后，标准体系建设成为产业化关键支撑。2026 年 4 月，国家航天局、国家市场监管总局联合发布《商业航天标准体系（1.0 版）》，围绕“箭星场用治”总体布局，构建覆盖行业治理、研发制造、发射和测运控、空间应用服务、基础共性、设施设备等 6 个领域的标准体系。尤其聚焦可重复使用运载火箭、卫星批量生产，制定新型商业火箭平台、开放式架构和通用接口、大功率能源系统等标准，支持低成本、大批量研制交付。

中国卫星制造行业相关政策汇总

时间	部门	政策	内容
2024 年 10 月	中国科学院、国家航天局、中国载人航天工程办公室	《国家空间科学中长期发展规划（2024—2050 年）》	梯次布局和论证实施国家空间科学任务，统筹和强化任务驱动的基础研究，打造空间科学高水平人才队伍，不断取得具有重大国际影响力的标志性原创成果，实现空间科学高质量发展，带动空间技术创新突破，促进空间应用升级换代，跻身国际前列，成为空间科学强国。
2025 年 7 月	国家航天局	《关于加强商业航天项目质量监督管理工作的通知》	本通知适用于商业航天项目的研制、生产、试验、发射、运行、服务、回收、退役处置等全寿命周期活动的质量监督管理。
2025 年 11 月	国家航天局	《国家航天局推进商业航天高质量发展安全发展行动计划（2025—2027 年）》	到 2027 年，商业航天产业生态高效协同，科研生产安全有序，产业规模显著壮大，创新创造活力显著增强，资源能力实现统筹建设和高效利用，行业治理能力显著提升，基本实现商业航天高质量发展。
2026 年 4 月	国家航天局、国家市场监管总局	《商业航天标准体系（1.0 版）》	围绕商业航天“箭星场用治”总体布局、全产业链创新、发展模式变革和产业生态打造，遵循“全链条、全领域、模块化、可重构”思路，系统构建覆盖行业治理、研发制造、发射和测运控、空间应用服务、基础共性、设施设备等 6 个领域的标准体系。聚焦可重复使用运载火箭、卫星批量生产，制定新型商业航天器平台、开放式架构和通用接

			口、大功率能源系统、关键载荷，卫星智能柔性脉动产线、组批测试等工业化制造方面标准，支持低成本、大批量研制交付。
--	--	--	---

资料来源：智研咨询整理

4、卫星制造竞争格局呈“国家队主导、民企崛起”态势

国内卫星制造呈现“国家队主导、民营企业快速崛起”的竞争格局。国家队中，中国航天科技集团占据国内卫星制造约 70%份额，是中国卫星的直接竞争与协同主体；航天科工集团主打战术/战役级卫星与低轨通信星座；中国电科侧重载荷与特种卫星系统。民营企业方面，长光卫星在商业遥感领域领域建成全球最大的亚米级商业遥感“吉林一号”星座（在轨 117 颗）；银河航天聚焦低轨宽带通信卫星，具备年产 100—150 颗中型卫星能力；微纳星空、格思航天（千帆核心制造商）、中国商星（2024 年新成立，规划年产能 1000 颗）等加速扩产。全球市场由 SpaceX、洛克希德·马丁、空客防务与航天、诺斯罗普·格鲁曼、波音等巨头主导。

全球卫星制造主要布局企业情况

企业	所属阵营	核心业务/地位
中国航天科技集团	国家队	整星与部组件龙头
航天科工集团	国家队	低轨通信星座、战术卫星
中国电科	国家队	载荷与特种卫星系统
中国卫星	五院上市平台	小卫星市占率居前，遥感与整星研制优势
长光卫星	民营	吉林一号 117 颗在轨
银河航天	民营	低轨宽带通信卫星，年产 100—150 颗中型卫星
微纳星空/格思航天	民营	整星交付、千帆星座核心制造商
SpaceX	全球	星链运营商+自研卫星，制造与发射垂直一体化
洛克希德·马丁/波音	全球	美国国防与通信卫星制造龙头
空客防务与航天	全球	欧洲锚定制造商，OneWeb 等星座供应商

资料来源：智研咨询整理

三、卫星制造行业迈向批产化、星地融合与产业化兑现期

1、低轨巨型星座规模化部署成为核心引擎

低轨卫星互联网星座的批量部署是驱动行业增长的核心引擎。GW 国网星座、千帆星座、鸿鹄一3 等国内万颗级规划持续推进，2025 年 GW、千帆在轨均突破百颗，2026 年有望迎来更大批量发射；我国 2026 年初向 ITU 提交约 20.3 万颗卫星申报，打开中长期空间资源储备。星座建设对整星、载荷、太阳电池、相控阵等形成持续且可观的需求，是中国卫星部组件与特定整星业务的重要拉动力。

2、制造模式由单颗定制向批产化、模块化、标准化转型

为匹配星座低成本、快部署需求，卫星制造正从“单颗定制”向“批产化、模块化、标准化”范式转变。国内柔性化智能产线已投产，带动制造成本降低。中国卫星依托 CAST 平台型谱与组批生产、AIT 一体化管控能力，有望在规模化交付中巩固成本与质量优势。

3、星地融合与手机直连卫星打开大众应用空间

卫星互联网纳入“新基建”，“北斗+”与“卫星互联网+”双轮驱动，推动卫星应用从专业领域迈向大众普及。星地融合加速推进，低轨星座与地面 5G—A/6G 协同部署；手机直连卫星、汽车直连卫星等终端创新使消费级用户规模快速增长。中国卫星在北斗终端、高通量通信终端、地面系统集成等领域具备积累，可受益于应用端放量。

4、商业航天产业化提速，政策与资本协同加持

商业航天进入产业化兑现关键期：国家航天局商业航天司设立、科创板第五套标准放开未盈利企业上市、国有资本引导基金设立，叠加可重复使用火箭技术商业化突破（2025 年朱雀三号、长征十二号甲入轨），发射成本下行将降低星座建设门槛。政策、技术、资本、市场四端协同，有望推动行业从项目制向服务化转型，为中国卫星等体系化企业带来订单与估值重塑机遇，但亦需关注新进入者

加剧竞争与部分订单落地节奏的不确定性。

智研咨询专注产业咨询十八年，是中国产业咨询领域专业服务机构，拥有国家统计局颁发的“涉外调查许可证”，是中国市场信息调查业协会会员单位。主要服务包含精品行研报告、市场地位证明、专项定制、贸易商情、竞争对手分析、可研报告、商业计划书、IPO 咨询、月度专题、专精特新申报、企业供应链、产业规划等。提供周报/月报/季报/年报等定期报告和定制数据，内容涵盖政策监测、企业动态、行业数据、企业排行、产品价格变化、投融资概览、市场机遇及风险分析等。

 智研咨询
INTELLIGENCE RESEARCH GROUP

智研咨询业务范围

精品行研报告

- 能源电力
- 机械机电
- 信息产业
- 冶金矿产
- 电子仪表
- 通信产业
- 石油化工
- 更多……

定制报告

- 产业链深度研究
- 行业竞争格局研究
- 商业模式研究报告
- 市场专项研究报告
- 市场前景趋势研究
- 标杆企业战略精研
- 区域市场发展研究
- 其他定制研究报告

外贸商情报告

- 全球贸易数据
- 中国贸易情况
- 核心采购商挖掘
- 区域贸易拆解
- 贸易格局解析
- 风险潜力研判

可行性报告

- 政府立项可研报告
- 并购公司可研报告
- 机构设置可研报告
- 企业投资可研报告
- 银行贷款可研报告
- 上市募投可研报告
- 项目市场可研报告
- 战略新兴产业项目投资可行性报告

商业计划书

- 项目计划书
- 商业策划书
- 招商计划书
- 创业计划书
- 并购计划书
- 合作计划书
- 商业计划书
- 私募计划书

专精特新申报服务

- 行业地位证明
- 品牌实力证明
- 销售实力证明
- 技术领先证明
- 销量排名证明
- 市场占有率证明
- 市场份额证明
- 经济效益评估

市场&品牌认证服务

- 满意度认证
- 市场地位认证
- 品牌地位认证
- 开创者认证/证明
- 销量冠军认证
- 用户数量认证

企业供应链数据服务

- 企业上游供应商
- 企业经营数据
- 企业业务市占率
- 企业发展方向及战略
- 企业下游需求客户
- 企业行业分布
- 企业技术发展情况

专题报告

- 出海研究专题报告
- 产业链专题报告
- 客户名单专题报告
- 产业政策研究报告
- 技术研究专题报告
- 商用车专题报告
- 项目成本专题报告
- 问卷调查专题报告

www.chyxx.com

市场份额认证 • 首创者认证 • 领先者认证 • 技术领先认证 • 销量认证

智研咨询提供市场地位证明服务,包括首创者认证、市场份额认证、领先者认证、销量认证、技术领先认证、品牌影响力认证等,为全行业企业提供专业、合规、可追溯的第三方市场地位证明,成为企业强化品牌公信力、参与招投标、整合产业资源的有效佐证材料。

