

2024-2030年中国无人系统 市场深度分析与行业竞争对手分析报告

报告目录及图表目录

北京迪索共研咨询有限公司

www.cction.com

一、报告报价

《2024-2030年中国无人系统市场深度分析与行业竞争对手分析报告》信息及时，资料详实，指导性强，具有独家，独到，独特的优势。旨在帮助客户掌握区域经济趋势，获得优质客户信息，准确、全面、迅速了解目前行业发展动向，从而提升工作效率和效果，是把握企业战略发展定位不可或缺的重要决策依据。

官方网站浏览地址：<http://www.cction.com/report/202409/469187.html>

报告价格：纸介版8000元 电子版8000元 纸介+电子8500元

北京迪索共研咨询有限公司

订购电话: 400-700-9228(免长话费) 010-69365838

海外报告销售: 010-69365838

Email: kefu@gonyn.com

联系人：李经理

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、说明、目录、图表目录

无人系统一般指无人机系统，无人机及与其配套的通信站、起飞（发射）回收装置以及无人机的运输、储存和检测装置等的统称。

事实上，无人机要完成任务，除需要飞机及其携带的任务设备外，还需要有地面控制设备、数据通信设备、维护设备，以及指挥控制和必要的操作、维护人员等，较大型的无人机还需要专门的发射/回收装置。所以说，完整意义上的无人机应称为无人机系统(unmanned Aerial system, UAS)。

随着无人机性能的不断发展和完善，能够执行复杂任务的无人机系统包括以下各个分系统：

- (1)无人飞行器分系统 机体、动力装置、飞行控制与管理设备等；
- (2)任务设备分系统 战场侦察校射设备、电子对抗设备、通信中继设备、攻击任务设备、电子技术侦察设备、核生化探测设备、战场测量设备、靶标设备等；
- (3)测控与信息传输分系统 无线电遥控/遥测设备、信息传输设备、中继转发设备等；
- (4)指挥控制分系统 飞行操纵与管理设备、综合显示设备、地图与飞行航迹显示设备、任务规划设备、记录与回放设备、情报处理与通信设备、其他情报和通信信息接口等；
- (5)发射与回收分系统 与发射(起飞)和回收(着陆)有关的设备或装置，如发射车、发射箱、助推器、起落架、回收伞、拦阻网等；
- (6)保障与维修分系统 基层级保障维修设备，基地级保障维修设备等。

数据来源：公开资料整理

中企顾问网发布的《2024-2030年中国无人系统市场深度分析与行业竞争对手分析报告》共十四章。首先介绍了无人系统行业市场发展环境、无人系统整体运行态势等，接着分析了无人系统行业市场运行的现状，然后介绍了无人系统市场竞争格局。随后，报告对无人系统做了重点企业经营状况分析，最后分析了无人系统行业发展趋势与投资预测。您若想对无人系统产业有个系统的了解或者想投资无人系统行业，本报告是您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 无人系统行业发展综述

1.1 无人系统行业定义及分类

1.1.1 行业定义

1.1.2 行业主要产品分类

无人机的飞速发展，形成了种类繁多、形态各异、丰富多彩的现代无人机家族，而且新概念还在不断涌现，创新的广度和深度也在不断加大，所以对于无人机的分类尚无统一、明确的标准。传统的分类方法中有按重量、大小分类的，也有按照航程、航时分类的，或是按照用途、飞行方式、飞行速度等分类的。本书将已有的各种分类方法整理、归纳如下，并尝试分析每种分类方法的局限。

主要分类

按照用途分类 按照无人机所能担负的任务或功用分类，是一种最容易理解分类。根据无人机所能承担的任务，可将无人机分为靶机、无人侦察机、通信中继无人机、诱饵(假目标)无人机、火炮校射无人机、反辐射无人机、电子干扰无人机、特种无人机、对地攻击无人机、无人作战飞机等。这种分类方法突出的是无人机的任务特性。对于很多实际的无人机装备来说，往往存在着利用相同的无人机平台搭载不同的任务载荷而成为另一种类无人机的课题。

按照飞行平台的大小重量分类 按照飞行平台的大小重量可以将无人机分为大型、中型、小型和微型无人机。其中，起飞重量500kg以上的称为大型无人机，200 ~ 500kg之间的称为中型无人机，小于200kg的称为小型无人机。这种分类的最大局限在于难以适应无人机装备的最新发展。随着现代无人机技术的快速发展，一些大型无人机的起飞重量已达数吨以上，而一些仍被视作中小型战术无人机的起飞重量也突破了500kg的限制。另外，对于微型无人机，美国国防高级研究计划局(DARPA)的定义是翼展在15cm以下的无人机。微型无人机的诞生引发了一系列关于微型无人机飞行机理、自主控制、制导导航、任务载荷、作战使用等方面的新问题。

按飞行方式分类 按照无人机的飞行方式或飞行原理可将无人机分为固定翼无人机、旋翼无人机、扑翼无人机、动力飞艇、临近空间无人机、空天无人机等。其中的新概念是“扑翼无人机”，它是像昆虫和鸟一样通过拍打、扑动机翼来产生升力以进行飞行的一种飞行器，更适合于微小型飞行器。这种分类的局限主要在于仅突出了平台的飞行原理，而不能反映使用方面的特性要求。另外，微型的固定翼无人机与稍大一些的无人机的飞行机理也有较大差别。临近空间无人机是指在临近空间飞行和完成任务的无人机，由于临近空间空气稀薄，无人机在其中巡航飞行必须采用新的飞行机理。空天无人机则是可在航空空间与航天空间跨越飞行的无人机，其飞行机理体现了航空航天技术的融合创新。

数据来源：公开资料整理

1.1.3 行业主要商业模式

1.2 无人系统行业特征分析

1.2.1 产业链分析

1.2.2 无人系统行业在国民经济中的地位

1.2.3 无人系统行业生命周期分析

(1) 行业生命周期理论基础

(2) 无人系统行业生命周期

1.3 最近3-5年中国无人系统行业经济指标分析

1.3.1 赢利性

1.3.2 成长速度

1.3.3 附加值的提升空间

1.3.4 进入壁垒 / 退出机制

1.3.5 风险性

1.3.6 行业周期

1.3.7 竞争激烈程度指标

1.3.8 行业及其主要子行业成熟度分析

第二章 无人系统行业运行环境分析

2.1 无人系统行业政治法律环境分析

2.1.1 行业管理体制分析

2.1.2 行业主要法律法规

2.1.3 行业相关发展规划

2.2 无人系统行业经济环境分析

2.2.1 国际宏观经济形势分析

2.2.2 国内宏观经济形势分析

2.2.3 产业宏观经济环境分析

2.3 无人系统行业社会环境分析

2.3.1 无人系统产业社会环境

2.3.2 社会环境对行业的影响

2.3.3 无人系统产业发展对社会发展的影响

2.4 无人系统行业技术环境分析

2.4.1 无人系统技术分析

2.4.2 无人系统技术发展水平

2.4.3 行业主要技术发展趋势

第三章 我国无人系统行业运行分析

3.1 我国无人系统行业发展状况分析

3.1.1 我国无人系统行业发展阶段

3.1.2 我国无人系统行业发展总体概况

3.1.3 我国无人系统行业发展特点分析

3.2 2019-2023年无人系统行业发展现状

3.2.1 2019-2023年我国无人系统行业市场规模

3.2.2 2019-2023年我国无人系统行业发展分析

3.2.3 2019-2023年中国无人系统企业发展分析

3.3 区域市场分析

3.3.1 区域市场分布总体情况

3.3.2 2019-2023年重点省市市场分析

3.4 无人系统细分产品/服务市场分析

3.4.1 细分产品/服务特色

3.4.2 2019-2023年细分产品/服务市场规模及增速

3.4.3 重点细分产品/服务市场前景预测

3.5 无人系统产品/服务价格分析

3.5.1 2019-2023年无人系统价格走势

3.5.2 影响无人系统价格的关键因素分析

(1) 成本

(2) 供需情况

(3) 关联产品

(4) 其他

3.5.3 2024-2030年无人系统产品/服务价格变化趋势

3.5.4 主要无人系统企业价位及价格策略

第四章 我国无人系统所属行业整体运行指标分析

4.1 2019-2023年中国无人系统所属行业总体规模分析

4.1.1 企业数量结构分析

4.1.2 人员规模状况分析

- 4.1.3 行业资产规模分析
- 4.1.4 行业市场规模分析
- 4.2 2019-2023年中国无人系统所属行业产销情况分析
 - 4.2.1 我国无人系统所属行业工业总产值
 - 4.2.2 我国无人系统所属行业工业销售产值
 - 4.2.3 我国无人系统所属行业产销率
- 4.3 2019-2023年中国无人系统所属行业财务指标总体分析
 - 4.3.1 行业盈利能力分析
 - 4.3.2 行业偿债能力分析
 - 4.3.3 行业营运能力分析
 - 4.3.4 行业发展能力分析

第五章 我国无人系统行业供需形势分析

- 5.1 无人系统行业供给分析
 - 5.1.1 2019-2023年无人系统行业供给分析
 - 5.1.2 2024-2030年无人系统行业供给变化趋势
 - 5.1.3 无人系统行业区域供给分析
- 5.2 2019-2023年我国无人系统行业需求情况
 - 5.2.1 无人系统行业需求市场
 - 5.2.2 无人系统行业客户结构
 - 5.2.3 无人系统行业需求的地区差异
- 5.3 无人系统市场应用及需求预测
 - 5.3.1 无人系统应用市场总体需求分析
 - (1) 无人系统应用市场需求特征
 - (2) 无人系统应用市场需求总规模
 - 5.3.2 2024-2030年无人系统行业领域需求量预测
 - (1) 2024-2030年无人系统行业领域需求产品/服务功能预测
 - (2) 2024-2030年无人系统行业领域需求产品/服务市场格局预测
 - 5.3.3 重点行业无人系统产品/服务需求分析预测

第六章 无人系统行业产业结构分析

- 6.1 无人系统产业结构分析

- 6.1.1 市场细分充分程度分析
- 6.1.2 各细分市场领先企业排名
- 6.1.3 各细分市场占总市场的结构比例
- 6.1.4 领先企业的结构分析（所有制结构）
- 6.2 产业价值链的结构分析及产业链条的整体竞争优势分析
- 6.2.1 产业价值链的构成
- 6.2.2 产业链条的竞争优势与劣势分析
- 6.3 产业结构发展预测
- 6.3.1 产业结构调整指导政策分析
- 6.3.2 产业结构调整中消费者需求的引导因素
- 6.3.3 中国无人系统行业参与国际竞争的战略市场定位
- 6.3.4 产业结构调整方向分析

第七章 我国无人系统行业产业链分析

- 7.1 无人系统行业产业链分析
- 7.1.1 产业链结构分析
- 7.1.2 主要环节的增值空间
- 7.1.3 与上下游行业之间的关联性
- 7.2 无人系统上游行业分析
- 7.2.1 无人系统产品成本构成
- 7.2.2 2019-2023年上游行业发展现状
- 7.2.3 2024-2030年上游行业发展趋势
- 7.2.4 上游供给对无人系统行业的影响
- 7.3 无人系统下游行业分析
- 7.3.1 无人系统下游行业分布
- 7.3.2 2019-2023年下游行业发展现状
- 7.3.3 2024-2030年下游行业发展趋势
- 7.3.4 下游需求对无人系统行业的影响

第八章 我国无人系统行业渠道分析及策略

- 8.1 无人系统行业渠道分析
- 8.1.1 渠道形式及对比

8.1.2 各类渠道对无人系统行业的影响

8.1.3 主要无人系统企业渠道策略研究

8.1.4 各区域主要代理商情况

8.2 无人系统行业用户分析

8.2.1 用户认知程度分析

8.2.2 用户需求特点分析

8.2.3 用户购买途径分析

8.3 无人系统行业营销策略分析

8.3.1 中国无人系统营销概况

8.3.2 无人系统营销策略探讨

8.3.3 无人系统营销发展趋势

第九章 我国无人系统行业竞争形势及策略

9.1 行业总体市场竞争状况分析

9.1.1 无人系统行业竞争结构分析

(1) 现有企业间竞争

(2) 潜在进入者分析

(3) 替代品威胁分析

(4) 供应商议价能力

(5) 客户议价能力

(6) 竞争结构特点总结

9.1.2 无人系统行业企业间竞争格局分析

9.1.3 无人系统行业集中度分析

9.1.4 无人系统行业SWOT分析

9.2 中国无人系统行业竞争格局综述

9.2.1 无人系统行业竞争概况

(1) 中国无人系统行业竞争格局

(2) 无人系统行业未来竞争格局和特点

(3) 无人系统市场进入及竞争对手分析

9.2.2 中国无人系统行业竞争力分析

(1) 我国无人系统行业竞争力剖析

(2) 我国无人系统企业市场竞争的优势

(3) 国内无人系统企业竞争能力提升途径

9.2.3 无人系统市场竞争策略分析

第十章 无人系统行业领先企业经营形势分析

10.1 中航金城无人系统有限公司

10.1.1 企业概况

10.1.2 企业优势分析

10.1.3 产品/服务特色

10.1.4 公司经营状况

10.1.5 公司发展规划

10.2 陕西无人系统工程研究院有限公司

10.2.1 企业概况

10.2.2 企业优势分析

10.2.3 产品/服务特色

10.2.4 公司经营状况

10.2.5 公司发展规划

10.3 重庆无人系统技术研究院有限责任公司

10.3.1 企业概况

10.3.2 企业优势分析

10.3.3 产品/服务特色

10.3.4 公司经营状况

10.3.5 公司发展规划

10.4 南京拓恒无人系统研究院有限公司

10.4.1 企业概况

10.4.2 企业优势分析

10.4.3 产品/服务特色

10.4.4 公司经营状况

10.4.5 公司发展规划

10.5 陕西斯迈无人系统研究院有限公司

10.5.1 企业概况

10.5.2 企业优势分析

10.5.3 产品/服务特色

10.5.4 公司经营状况

10.5.5 公司发展规划

10.6 广东湾区无人系统科技有限公司

10.6.1 企业概况

10.6.2 企业优势分析

10.6.3 产品/服务特色

10.6.4 公司经营状况

10.6.5 公司发展规划

第十一章 2024-2030年无人系统行业投资前景

11.1 2024-2030年无人系统市场前景

11.1.1 2024-2030年无人系统市场发展潜力

11.1.2 2024-2030年无人系统市场前景展望

11.1.3 2024-2030年无人系统细分行业发展前景分析

11.2 2024-2030年无人系统市场发展趋势预测

11.2.1 2024-2030年无人系统行业发展趋势

11.2.2 2024-2030年无人系统市场规模预测

11.2.3 2024-2030年无人系统行业应用趋势预测

11.2.4 2024-2030年细分市场发展趋势预测

11.3 2024-2030年中国无人系统行业供需预测

11.3.1 2024-2030年中国无人系统行业供给预测

11.3.2 2024-2030年中国无人系统行业需求预测

11.3.3 2024-2030年中国无人系统供需平衡预测

11.4 影响企业生产与经营的关键趋势

11.4.1 市场整合成长趋势

11.4.2 需求变化趋势及新的商业机遇预测

11.4.3 企业区域市场拓展的趋势

11.4.4 科研开发趋势及替代技术进展

11.4.5 影响企业销售与服务方式的关键趋势

第十二章 2024-2030年无人系统行业投资机会与风险

12.1 无人系统行业投融资情况

- 12.1.1 行业资金渠道分析
- 12.1.2 固定资产投资分析
- 12.1.3 兼并重组情况分析
- 12.2 2024-2030年无人系统行业投资机会
 - 12.2.1 产业链投资机会
 - 12.2.2 细分市场投资机会
 - 12.2.3 重点区域投资机会
- 12.3 2024-2030年无人系统行业投资风险及防范
 - 12.3.1 政策风险及防范
 - 12.3.2 技术风险及防范
 - 12.3.3 供求风险及防范
 - 12.3.4 宏观经济波动风险及防范
 - 12.3.5 关联产业风险及防范
 - 12.3.6 产品结构风险及防范
 - 12.3.7 其他风险及防范

第十三章 无人系统行业投资战略研究

- 13.1 无人系统行业发展战略研究
 - 13.1.1 战略综合规划
 - 13.1.2 技术开发战略
 - 13.1.3 业务组合战略
 - 13.1.4 区域战略规划
 - 13.1.5 产业战略规划
 - 13.1.6 营销品牌战略
 - 13.1.7 竞争战略规划
- 13.2 对我国无人系统品牌的战略思考
 - 13.2.1 无人系统品牌的重要性
 - 13.2.2 无人系统实施品牌战略的意义
 - 13.2.3 无人系统企业品牌的现状分析
 - 13.2.4 我国无人系统企业的品牌战略
 - 13.2.5 无人系统品牌战略管理的策略
- 13.3 无人系统经营策略分析

13.3.1 无人系统市场细分策略

13.3.2 无人系统市场创新策略

13.3.3 品牌定位与品类规划

13.3.4 无人系统新产品差异化战略

13.4 无人系统行业投资战略研究

13.4.1 2022年无人系统行业投资战略

13.4.2 2024-2030年无人系统行业投资战略

13.4.3 2024-2030年细分行业投资战略

第十四章 研究结论及投资建议

14.1 无人系统行业研究结论

14.2 无人系统行业投资价值评估

14.3 无人系统行业投资建议

14.3.1 行业发展策略建议

14.3.2 行业投资方向建议

14.3.3 行业投资方式建议

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202409/469187.html>