

中国空间信息行业现状深度研究与发展前景分析 报告（2025-2032年）

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《中国空间信息行业现状深度研究与发展前景分析报告（2025-2032年）》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://www.chinabaogao.com/baogao/202504/748163.html>

报告价格：电子版: 8200元 纸介版：8200元 电子和纸介版: 8500

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

空间信息（Spatial Information）是反映地理实体空间分布特征的信息。地理学通过空间信息的获取、感知、加工、分析和综合，揭示区域空间分布、变化的规律。空间信息借助于空间信息载体（图像和地图）进行传递。图形是表示空间信息的主要形式。地理实体可被描述为点、线、面等基本图形元素。空间信息只有和属性信息、时间信息结合起来才能完整地描述地理实体。

一、行业发展规模

1、市场规模

空间信息产业作为国家战略性新兴产业，具有产业链长、技术覆盖面广的特点。它涵盖了卫星制造、卫星发射、卫星应用、地面设备制造等多个环节，涉及的技术领域包括地理信息系统（GIS）、遥感技术、卫星导航与定位、空间数据处理与分析等。这种全面的技术覆盖为空间信息产业的发展提供了坚实的基础。

近年中国政府高度重视空间信息行业的发展，出台了一系列相关政策和规划，如《国家卫星导航产业中长期发展规划》、《数字中国建设整体布局规划》等，为行业的发展提供了有力保障和推动。随着云计算、大数据、物联网、人工智能等新技术的不断发展和应用，空间信息行业迎来了技术融合与创新的新阶段。这些新技术的引入和应用，提升了空间信息获取、处理、分析和应用的效率和质量，推动了行业的快速发展。2024年我国空间信息行业市场规模达到了8519亿元。

数据来源：观研天下数据中心整理

尽管我国空间信息行业发展已有多年历史，但是在北斗产业成熟之前，我国空间信息行业并不能完全自主发展，如今北斗产业带领空间信息行业实现自主发展，行业多个应用进入实质性拓展阶段，随着北斗产业的高速发展也进入到高速成长期阶段，多个下游需求领域都在驱动着行业高速成长。

资料来源：观研天下数据中心整理

2、供应规模

中国空间信息行业的供应规模在不断扩大，政策支持、企业投资与融资以及未来发展趋势都表明该行业具有广阔的发展前景。近年来，多家商业航天企业获得了大额融资，如垣信卫星在2023年2月完成了67亿元A轮融资，刷新了商业航天历史上单轮融资纪录。这些资金将用于推动企业的技术创新和产能扩张，进一步推动空间信息行业的发展。2023年以来，随着我国数字经济快速发展，空间信息产业技术的应用场景也不断丰富，已经融入了电力、交通运输、自然资源等基础设施，带动了商业航天、低空经济、自动驾驶等融合型新业态发展。截至2023年底，我国空间信息产业从业单位数量超过22.3万家，从业人数超过400万人，20

24年从业单位约25.6万家。

数据来源：观研天下数据中心整理

3、需求规模

空间信息行业的应用领域非常广泛，包括城市规划、智慧交通、自然资源管理、环境保护、灾害监测、农业、国防安全等多个领域。随着数字化转型的加速和各行业对空间信息服务需求的增加，空间信息行业的应用需求呈现出多样化的趋势。例如，在城市规划领域，空间信息技术可以用于城市规划、城市设计、城市管理等方面；在农业领域，空间信息技术可以用于精准农业、农业资源监测等方面。这些多样化的应用需求推动了空间信息行业的快速发展。

随着智能手机、车载导航等终端设备的普及和智能化水平的提高，卫星导航与位置服务的需求不断增长。虽然当前卫星遥感市场规模相对较小，但随着数字政府建设、实景三维、灾害监测等政府端对卫星遥感需求的快速上升，以及环境监测、城乡规划、资源勘探、精准农业等领域商业化应用和增值服务的不断深化，卫星遥感行业将迎来快速增长期。

二、行业细分市场

1、卫星导航定位

随着国家加速推动卫星导航系统的国产化替代，高精度定位技术进一步探索落地应用，国内卫星导航定位市场需求得到进一步挖掘与释放，推动了卫星导航定位行业市场规模的稳定增长。2024年空间信息行业卫星导航定位领域市场规模约为2564.22亿元，具体如下：

资料来源：观研天下数据中心整理

2、地理信息系统

地理信息系统(GIS)，因为主要是对地理学科的信息数据收集和分析整理研究，所以在有时又被人们称之为“地学信息系统”。近年来，GIS、遥感、测绘数据生产等地理信息软件之间加速融合，并不断融入人工智能、云原生、大数据、数字孪生等先进技术，为各行业提供越来越强大的空间智能，创造不一样的数字化价值。2024年空间信息行业地理信息系统领域市场规模约为2250.72亿元。

资料来源：观研天下数据中心整理

三、行业竞争情况

国内空间信息行业竞争格局较为分散，市场参与者众多。国内外知名企业如ESRI、Bentley等在高端空间信息软件和解决方案领域占据领先地位，而国内企业如天润科技、华测导航等则在技术研发和市场拓展方面表现突出，中小企业也呈现出较强的活力和创新能力，专注于细分领域和垂直行业的地理信息服务。

空间信息行业的竞争特点主要体现在产品和服务差异化上。企业通过技术创新提升产品性能

，如引入云计算、大数据等技术，以满足用户对实时、高效空间信息平台服务的需求。同时，企业还通过拓展服务领域，如提供空间信息产品定制化解决方案、数据服务等，增强市场竞争力。此外，企业间的合作与并购也成为市场竞争的重要手段。

空间信息行业主要品牌 名称 品牌 品牌简介 天润科技 天润科技成立于1999年，总部位于陕西西安，在全国二十余省市设有分支机构，服务网络覆盖全国。2022年6月在北京证券交易所发行上市。公司深耕空间信息产业二十余载，致力于遥感、测绘与地理信息的数据服务，整合、挖掘时空大数据，构建全产业链数据服务及系统开发和集成，为基于时空大数据的各行业智慧信息化发展提供强劲助力。公司信息服务平台可以通过整合区域内基础地理空间框架要素数据、地名地址数据、兴趣点数据、三维模型数据、全景数据等基础空间数据，提供空间数据运维、更新、在线服务等一系列支撑工具，为区域基础空间数据发布和运营提供基础平台。公司城市三维模型是城市地物地貌的三维空间特征、专题特征和外观特征的数字化表达，目前已成为一种重要的城市测绘地理信息成果。目前平台已经整合了30多座国内地市级的轻量化城市模型数据，实现了对城市级地理信息数据集成表达，构建了一个三维的空间地理信息数据框架，能够支撑多类城市智能化系统的应用。 华测导航 上海华测导航技术股份有限公司专注于高精度导航定位技术的研发、制造及产业化推广，是中国高精度时空信息产业的企业引领者。公司秉承“用精准时空信息构建智能世界”的愿景，围绕“一个核心、两个平台、三大应用”实施布局，专注高精度导航定位核心技术，持续打造高精度定位芯片技术平台和全球星地一体增强网络服务平台，应用方向包括导航定位授时、地理空间信息、封闭和半封闭场景的自动驾驶。公司的产品及解决方案已广泛应用于建筑与基建、地理空间信息、资源与公共事业、机器人与无人驾驶等板块，深入自然资源、建筑施工、交通、水利、电力、农业、教育、环保等行业，并进入智慧城市、自动驾驶、人工智能等新兴领域。未来，公司将不断加大研发投入，持续提升竞争优势，践行以客户为中心的价值观，向社会提供更多优质产品和解决方案。 光谷信息 武汉光谷信息技术股份有限公司成立于2007年，注册资本8120万元，现有员工500+，是长江产业集团旗下控股数字科技公司。公司于2012年挂牌“新三板”，2016年以来连续9年被评为“中国地理信息产业百强企业”。依托自主可控的通导遥时空智能服务平台、产业大数据平台，公司深入服务自然资源、能源电力、智能交通、水利水务、应急指挥、乡村振兴等领域的数字化建设，推动多源数据“智算”、经营管理“智治”、产业服务“智能”，为建设数字中国贡献力量。公司拥有CMMI5、ITSS2级、测绘甲级等完备的资质体系，在北京、广东、湖北、浙江、山东等省市设有分子机构，基本建成以湖北为中心、覆盖全国主要一二线城市的客户服务网络。当前，公司正全力推进“网、算、数、用、端、链”为一体的时空信息智能服务体系建设，加快布局“通导遥一体、天空地一体、软硬件一体”融合应用，朝着“数字经济统领、时空信息特色、产业数据赋能”的发展方向，努力打造全国领先的时空信息智能服务商。 世纪空间 公司成立于2001年，是面向中国及全球客户的空间遥感大数据服务商，是中国商业航天卫星遥感的开拓者。公司自主研发的遥感卫星智能观测与获取技术，能高效获取对地高质量影像数据，形成标准化遥感影像大数据产品；公司

开发自主算法、模型和软件系统，通过遥感影像规模化自动处理、智能解译分析和产品柔性生产等，形成空间信息综合应用服务能力。公司将通过新一代卫星技术与人工智能、云计算、高速移动互联技术的深度融合，统筹全球主要的对地观测数据，研发构建空间信息大数据应用平台，为国家治理体系和治理能力现代化、资源环境监测管理、国家安全等国家重大需求和国民经济建设提供空间信息综合应用服务。空间信息公司拥有低空航空摄影无人机、机载激光雷达摄影系统、移动测量车、数字电子全站仪、电子水准仪、GNSS仪器、全数字遥感测量系统、SmartEarth遥感像素工厂系统、内外一体化调绘专家平板电脑（自主研发）等多种集地理信息大数据采集、处理、成果输出专业生产设备逾2000台（套）。公司主营业务涵盖地理信息上（数据采集）、中（数据处理）、下游（软件研发与技术应用服务）全产业链。自2011年以来，已累计投入愈1亿元研发经费，完成了以总投资额1.89亿元政府支持立项的《基于“云内核”的西部空间地理信息网络体系建设》为代表的多个地理信息大数据工程项目。公司具有双软、计算机系统集成二级和信息系统安全集成服务、测绘甲级(6项)、土地规划甲级等资质。通过了质量、环境、职业健康安全、信息安全、信息技术服务、知识产权管理体系、软件CMMI-5级、高新技术企业、中国诚信企业信用、售后服务（五星级）等认证。公司从业资质合法，执业人员资格合格，市场准入行为规范、守法，社会信誉优良。

资料来源：企业官网，观研天下数据中心整理（WWTQ）

注：上述信息仅供参考，图表均为样式展示，具体数据、坐标轴与数据标签详见报告正文。个别图表由于行业特性可能会有出入，具体内容请联系客服确认，以报告正文为准。更多图表和内容详见报告正文。

观研报告网发布的《中国空间信息行业现状深度研究与发展前景分析报告（2025-2032年）》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，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。行业报告是业内企业、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、中国建筑、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。

目录大纲：

【第一部分 行业定义与监管】

第一章 2020-2024年中国空间信息行业发展概述

第一节 空间信息行业发展情况概述

一、空间信息行业相关定义

二、空间信息特点分析

三、空间信息行业基本情况介绍

四、空间信息行业经营模式

1、生产模式

2、采购模式

3、销售/服务模式

五、空间信息行业需求主体分析

第二节 中国空间信息行业生命周期分析

一、空间信息行业生命周期理论概述

二、空间信息行业所属的生命周期分析

第三节 空间信息行业经济指标分析

一、空间信息行业的赢利性分析

二、空间信息行业的经济周期分析

三、空间信息行业附加值的提升空间分析

第二章 中国空间信息行业监管分析

第一节 中国空间信息行业监管制度分析

一、行业主要监管体制

二、行业准入制度

第二节 中国空间信息行业政策法规

一、行业主要政策法规

二、主要行业标准分析

第三节 国内监管与政策对空间信息行业的影响分析

【第二部分 行业环境与全球市场】

第三章 2020-2024年中国空间信息行业发展环境分析

第一节 中国宏观环境与对空间信息行业的影响分析

一、中国宏观经济环境

- 一、中国宏观经济环境对空间信息行业的影响分析
- 第二节 中国社会环境与对空间信息行业的影响分析
- 第三节 中国对外贸易环境与对空间信息行业的影响分析
- 第四节 中国空间信息行业投资环境分析
- 第五节 中国空间信息行业技术环境分析
- 第六节 中国空间信息行业进入壁垒分析
 - 一、空间信息行业资金壁垒分析
 - 二、空间信息行业技术壁垒分析
 - 三、空间信息行业人才壁垒分析
 - 四、空间信息行业品牌壁垒分析
 - 五、空间信息行业其他壁垒分析
- 第七节 中国空间信息行业风险分析
 - 一、空间信息行业宏观环境风险
 - 二、空间信息行业技术风险
 - 三、空间信息行业竞争风险
 - 四、空间信息行业其他风险

第四章 2020-2024年全球空间信息行业发展现状分析

- 第一节 全球空间信息行业发展历程回顾
- 第二节 全球空间信息行业市场规模与区域分布情况
- 第三节 亚洲空间信息行业地区市场分析
 - 一、亚洲空间信息行业市场现状分析
 - 二、亚洲空间信息行业市场规模与市场需求分析
 - 三、亚洲空间信息行业市场前景分析
- 第四节 北美空间信息行业地区市场分析
 - 一、北美空间信息行业市场现状分析
 - 二、北美空间信息行业市场规模与市场需求分析
 - 三、北美空间信息行业市场前景分析
- 第五节 欧洲空间信息行业地区市场分析
 - 一、欧洲空间信息行业市场现状分析
 - 二、欧洲空间信息行业市场规模与市场需求分析
 - 三、欧洲空间信息行业市场前景分析
- 第六节 2025-2032年全球空间信息行业分布走势预测
- 第七节 2025-2032年全球空间信息行业市场规模预测

【第三部分 国内现状与企业案例】

第五章 中国空间信息行业运行情况

第一节 中国空间信息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 中国空间信息行业市场规模分析

一、影响中国空间信息行业市场规模的因素

二、中国空间信息行业市场规模

三、中国空间信息行业市场规模解析

第三节 中国空间信息行业供应情况分析

一、中国空间信息行业供应规模

二、中国空间信息行业供应特点

第四节 中国空间信息行业需求情况分析

一、中国空间信息行业需求规模

二、中国空间信息行业需求特点

第五节 中国空间信息行业供需平衡分析

第六节 中国空间信息行业存在的问题与解决策略分析

第六章 中国空间信息行业产业链及细分市场分析

第一节 中国空间信息行业产业链综述

一、产业链模型原理介绍

二、产业链运行机制

三、空间信息行业产业链图解

第二节 中国空间信息行业产业链环节分析

一、上游产业发展现状

二、上游产业对空间信息行业的影响分析

三、下游产业发展现状

四、下游产业对空间信息行业的影响分析

第三节 中国空间信息行业细分市场分析

一、细分市场一

二、细分市场二

第七章 2020-2024年中国空间信息行业市场竞争分析

第一节 中国空间信息行业竞争现状分析

一、中国空间信息行业竞争格局分析

二、中国空间信息行业主要品牌分析

第二节 中国空间信息行业集中度分析

一、中国空间信息行业市场集中度影响因素分析

二、中国空间信息行业市场集中度分析

第三节 中国空间信息行业竞争特征分析

一、企业区域分布特征

二、企业规模分布特征

三、企业所有制分布特征

第八章 2020-2024年中国空间信息行业模型分析

第一节 中国空间信息行业竞争结构分析（波特五力模型）

一、波特五力模型原理

二、供应商议价能力

三、购买者议价能力

四、新进入者威胁

五、替代品威胁

六、同业竞争程度

七、波特五力模型分析结论

第二节 中国空间信息行业SWOT分析

一、SWOT模型概述

二、行业优势分析

三、行业劣势

四、行业机会

五、行业威胁

六、中国空间信息行业SWOT分析结论

第三节 中国空间信息行业竞争环境分析（PEST）

一、PEST模型概述

二、政策因素

三、经济因素

四、社会因素

五、技术因素

六、PEST模型分析结论

第九章 2020-2024年中国空间信息行业需求特点与动态分析

第一节 中国空间信息行业市场动态情况

第二节 中国空间信息行业消费市场特点分析

一、需求偏好

二、价格偏好

三、品牌偏好

四、其他偏好

第三节 空间信息行业成本结构分析

第四节 空间信息行业价格影响因素分析

一、供需因素

二、成本因素

三、其他因素

第五节 中国空间信息行业价格现状分析

第六节 2025-2032年中国空间信息行业价格影响因素与走势预测

第十章 中国空间信息行业所属行业运行数据监测

第一节 中国空间信息行业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 中国空间信息行业所属行业产销与费用分析

一、流动资产

二、销售收入分析

三、负债分析

四、利润规模分析

五、产值分析

第三节 中国空间信息行业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

第十一章 2020-2024年中国空间信息行业区域市场现状分析

第一节 中国空间信息行业区域市场规模分析

一、影响空间信息行业区域市场分布的因素

二、中国空间信息行业区域市场分布

第二节 中国华东地区空间信息行业市场分析

一、华东地区概述

二、华东地区经济环境分析

三、华东地区空间信息行业市场分析

(1) 华东地区空间信息行业市场规模

(2) 华东地区空间信息行业市场现状

(3) 华东地区空间信息行业市场规模预测

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、华中地区空间信息行业市场分析

(1) 华中地区空间信息行业市场规模

(2) 华中地区空间信息行业市场现状

(3) 华中地区空间信息行业市场规模预测

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、华南地区空间信息行业市场分析

(1) 华南地区空间信息行业市场规模

(2) 华南地区空间信息行业市场现状

(3) 华南地区空间信息行业市场规模预测

第五节 华北地区空间信息行业市场分析

一、华北地区概述

二、华北地区经济环境分析

三、华北地区空间信息行业市场分析

(1) 华北地区空间信息行业市场规模

(2) 华北地区空间信息行业市场现状

(3) 华北地区空间信息行业市场规模预测

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、东北地区空间信息行业市场分析

(1) 东北地区空间信息行业市场规模

(2) 东北地区空间信息行业市场现状

(3) 东北地区空间信息行业市场规模预测

第七节 西南地区市场分析

- 一、西南地区概述
- 二、西南地区经济环境分析
- 三、西南地区空间信息行业市场分析
 - (1) 西南地区空间信息行业市场规模
 - (2) 西南地区空间信息行业市场现状
 - (3) 西南地区空间信息行业市场规模预测

第八节 西北地区市场分析

- 一、西北地区概述
- 二、西北地区经济环境分析
- 三、西北地区空间信息行业市场分析
 - (1) 西北地区空间信息行业市场规模
 - (2) 西北地区空间信息行业市场现状
 - (3) 西北地区空间信息行业市场规模预测

第九节 2025-2032年中国空间信息行业市场规模区域分布预测

第十二章 空间信息行业企业分析（随数据更新可能有调整）

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、公司优势分析

【第四部分 展望、结论与建议】

第十三章 2025-2032年中国空间信息行业发展前景分析与预测

第一节 中国空间信息行业未来发展前景分析

一、中国空间信息行业市场机会分析

二、中国空间信息行业投资增速预测

第二节 中国空间信息行业未来发展趋势预测

第三节 中国空间信息行业规模发展预测

一、中国空间信息行业市场规模预测

二、中国空间信息行业市场规模增速预测

三、中国空间信息行业产值规模预测

四、中国空间信息行业产值增速预测

五、中国空间信息行业供需情况预测

第四节 中国空间信息行业盈利走势预测

第十四章 中国空间信息行业研究结论及投资建议

第一节 观研天下中国空间信息行业研究综述

一、行业投资价值

二、行业风险评估

第二节 中国空间信息行业进入策略分析

一、目标客户群体

二、细分市场选择

三、区域市场的选择

第三节 空间信息行业品牌营销策略分析

一、空间信息行业产品策略

二、空间信息行业定价策略

三、空间信息行业渠道策略

四、空间信息行业推广策略

第四节 观研天下分析师投资建议

详细请访问：<http://www.chinabaogao.com/baogao/202504/748163.html>