

# 2016-2022年中国无人机市场 分析预测及战略咨询报告

## 报告目录及图表目录

智研数据研究中心 编制

[www.abaogao.com](http://www.abaogao.com)

## 一、报告报价

《2016-2022年中国无人机市场分析预测及战略咨询报告》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.abaogao.com/b/jiaotong/C97161WTS8.html>

报告价格：印刷版：RMB 7000 电子版：RMB 7200 印刷版+电子版：RMB 7500

智研数据研究中心

订购电话：400-600-8596(免长话费) 010-80993963

海外报告销售：010-80993963

传真：010-60343813

Email：sales@abaogao.com

联系人：刘老师 谭老师 陈老师

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

### 前言

如今，无人机航拍这一名词已经渐次敲响越来越多人家的门，走入到我们的身边，成为一个继单反、运动相机之后另一个摄影的新天地。但你知道还有人拿他来送快递吗?亚马逊日前通过雅虎对外公布了未来无人机快递系统的更多细节，亚马逊全球公共政策副总裁保罗·米斯纳(Paul Misener)表示，未来用户在线下单的30分钟内无人机将完成送货。

米斯纳(Paul Misener)表示，亚马逊对Prime Air无人机有一定的目标。“Prime Air是未来的快递服务，能在用户在线下单的30分钟内完成送货。我们给自己设定的目标是：飞行距离超过10英里(约合16公里)，自重约为55磅(约合25千克)，而包裹重量最多为5磅(约合2.3千克)。数据显示，亚马逊平台上销售的大部分商品重量不到5磅。”

无人机快递面临着两个问题，一个是亚马逊要如何防止他人破坏无人机?对于这个问题，米斯纳对此并不担心：“如果他们想破坏，那么卡车也能破坏。我们希望提供快递服务。我们认为，未来这些Prime Air无人机将会向送货卡车一样平常。人们对此的好奇心将不复存在。”

另一个明显问题在于，如果亚马逊及其竞争对手取得成功，城市上空将会遍布飞行的无人机。米斯纳表示，亚马逊已向美国联邦航空管理局和全球其他监管部门提议，划分一定高度的空域用于无人机。

国内市场，目前消费级无人机的发展速度只能用日新月异来形容。它正以爆炸式的速度前进。企业数量如雨后春笋般涌现，目前国内已经有无人机制造企业400家以上，而在2010年之前，大疆创新还在苦苦挣扎。京东、淘宝等旗下的众筹销售平台上，无人机在2015年频频登顶。在大洋彼岸的美国也是如此。

2015年全球投向无人机领域的资本达到2.1亿美元，同比增长2倍以上。2015年前11个月中国深圳向全球出口的无人机产值达到27.2亿，同比增长8.2倍。2015年大疆创新的销售收入预计在10亿美元左右，继续高速增长。

这些种种都在表明了现阶段消费级无人机市场正在以惊人的速度狂飙猛进，一路高歌。甚至都已经有了泡沫化倾向。无论无人机快递能否变成事实，这都说明人类在无人机领域希望能探寻到各种的可能，未来无人机市场前景必将是无限光明。

本无人机行业研究报告是智研数据研究中心公司的研究成果，通过文字、图表向您详尽描述您所处的行业形势，为您提供详尽的内容。智研数据研究中心在其多年的行业研究经验基础上建立起了完善的产业研究体系，一整套的产业研究方法一直在业内处于领先地位。本中国无人机行业研究报告是2015-2016年度，目前国内最全面、研究最为深入、数据资源最为强

大的研究报告产品，为您的投资带来极大的参考价值。

本研究咨询报告由智研数据研究中心公司领衔撰写，在大量周密的市场调研基础上，主要依据了国家统计局、国家商务部、国家发改委、国家经济信息中心、国务院发展研究中心、国家海关总署、知识产权局、智研数据研究中心提供的最新行业运行数据为基础，验证于与我们建立联系的全国科研机构、行业协会组织的权威统计资料。

报告揭示了中国无人机行业市场潜在需求与市场机会，报告对中国无人机行业做了重点企业经营状况分析，并分析了中国无人机行业发展前景预测。为战略投资者选择恰当的投资时机和公司领导层做战略规划提供准确的市场情报信息及科学的决策依据，同时对银行信贷部门也具有极大的参考价值。

报告目录：

第一部分 无人机市场发展现状

第一章 全球无人机行业发展分析

第一节 全球无人机行业发展轨迹综述

一、全球无人机行业发展历程

二、全球无人机行业发展面临的问题

三、全球无人机行业技术发展现状及趋势

第二节 全球无人机行业市场情况

第三节 部分国家地区无人机行业发展状况

一、2010-2015年美国无人机行业发展分析

二、2010-2015年欧洲无人机行业发展分析

三、2010-2015年日本无人机行业发展分析

四、2010-2015年韩国无人机行业发展分析

第二章 2015年中国无人机产业运行环境解析

第一节 2015年中国宏观经济环境分析

一、国民经济运行情况GDP(季度更新)

二、消费价格指数CPI、PPI（按月度更新）

三、全国居民收入情况（季度更新）

四、恩格尔系数（年度更新）

五、工业发展形势（季度更新）

六、固定资产投资情况（季度更新）

七、财政收支状况（年度更新）

八、社会消费品零售总额

九、对外贸易&进出口

### 第三章2010-2015年中国无人机行业发展形势

#### 第一节 无人机行业发展概况

一、无人机行业发展特点分析

二、无人机行业投资现状分析

三、无人机行业总产值分析

四、无人机行业技术发展分析

#### 第二节2010-2015年无人机行业市场情况分析

一、无人机行业市场发展分析

二、无人机市场存在的问题

三、无人机市场规模分析

#### 第三节 2010-2015年无人机产销状况分析

一、无人机产量分析

二、无人机产能分析

三、无人机市场需求状况分析

#### 第四节 产品发展趋势预测

一、产品发展新动态

二、技术新动态

三、产品发展趋势预测

### 第四章 中国无人机行业区域市场分析

#### 第一节 2015年华北地区无人机行业分析

一、2010-2015年行业发展现状分析

二、2010-2015年市场规模情况分析

三、2016-2022年市场需求情况分析

#### 第二节 2015年东北地区无人机行业分析

一、2010-2015年行业发展现状分析

二、2010-2015年市场规模情况分析

三、2016-2022年市场需求情况分析

### 第三节 2015年华东地区无人机行业分析

一、2010-2015年行业发展现状分析

二、2010-2015年市场规模情况分析

三、2016-2022年市场需求情况分析

### 第四节 2015年华南地区无人机行业分析

一、2010-2015年行业发展现状分析

二、2010-2015年市场规模情况分析

三、2016-2022年市场需求情况分析

### 第五节 2015年华中地区无人机行业分析

一、2010-2015年行业发展现状分析

二、2010-2015年市场规模情况分析

三、2016-2022年市场需求情况分析

### 第六节 2015年西南地区无人机行业分析

一、2010-2015年行业发展现状分析

二、2010-2015年市场规模情况分析

三、2016-2022年市场需求情况分析

### 第七节 2015年西北地区无人机行业分析

一、2010-2015年行业发展现状分析

二、2010-2015年市场规模情况分析

三、2016-2022年市场需求情况分析

## 第五章 中国无人机品牌发展需求环境分析

### 第一节 国内消费者行为分析

一、整体的消费行为特征

二、消费信心与消费模式

三、消费者的品牌认知度

四、消费者的品牌忠诚度

五、消费特征对企业的启示

### 第二节 中国无人机消费群体分析

一、无人机消费者消费动机

二、无人机消费者群体特征

三、无人机消费者议价能力

## 第二节 消费者无人机品牌忠诚度

### 一、无人机品牌忠诚度

### 二、无人机品牌转移趋势

## 第二部分 公司对无人机市场竞争格局分析

### 第六章 无人机行业竞争格局分析

#### 第一节 无人机行业集中度分析

##### 一、无人机市场集中度分析

##### 二、无人机企业集中度分析

##### 三、无人机区域集中度分析

#### 第二节 无人机行业主要企业竞争力分析

##### 一、重点企业资产总计对比分析

##### 二、重点企业从业人员对比分析

##### 三、重点企业全年营业收入对比分析

##### 四、重点企业利润总额对比分析

##### 五、重点企业综合竞争力对比分析

#### 第三节 无人机行业竞争格局分析

##### 一、2015年无人机行业竞争分析

##### 二、2015年中外无人机产品竞争分析

##### 三、2010-2015年我国无人机市场竞争分析

##### 四、2016-2022年国内主要无人机企业动向

## 第三部分 赢利水平与企业分析

### 第七章 中国无人机行业整体运行指标分析

#### 第一节 2010-2015年中国无人机所属行业规模分析

##### 一、企业数量分析

##### 二、资产规模分析

##### 三、销售规模分析

##### 四、利润规模分析

#### 第二节 2010-2015年中国无人机所属行业产值分析

#### 第三节 2010-2015年中国无人机所属行业成本费用分析

##### 一、成本费用结构变动趋势

二、销售成本分析

三、销售费用分析

四、管理费用分析

五、财务费用分析

第四节2010-2015年中国无人机所属行业运营效益分析

第八章 无人机重点企业发展分析

第一节 公司A

一、企业概况

二、产品结构分析

三、产品价格分析

四、盈利能力以及利润率分析

五、生产布局与产能扩张

六、市场营销区域分析

七、主要客户分析

九、成长性分析

十、公司战略规划分析

第二节 公司B

第三节 公司C

第四节 公司D

第九章 公司对无人机产品竞争力优势分析

第一节 整体产品竞争力评价

第二节 整体产品竞争力评价结果分析

第三节 竞争优势评价及构建建议

第四节 业内专家观点与结论

第十章 公司对无人机行业投资策略分析

第一节 行业发展特征

一、行业的周期性

二、行业的区域性

三、行业的上下游



#### 四、行业经营模式

#### 第二节 行业投资形势分析

##### 一、行业发展格局

##### 二、行业进入壁垒

##### 三、行业SWOT分析

##### 四、行业五力模型分析

#### 第三节 2015年无人机行业投资效益分析

#### 第四节 2015年无人机行业投资策略研究

### 第十一章2016-2022年无人机行业投资风险预警

#### 第一节 影响无人机行业发展的主要因素

##### 一、2015年影响无人机行业运行的有利因素

##### 二、2015年影响无人机行业运行的稳定因素

##### 三、2015年影响无人机行业运行的不利因素

##### 四、2015年我国无人机行业发展面临的挑战

##### 五、2015年我国无人机行业发展面临的机遇

#### 第二节 无人机行业投资风险预警

##### 一、2016-2022年无人机行业市场风险

##### 二、2016-2022年无人机行业政策风险

##### 三、2016-2022年无人机行业经营风险

##### 四、2016-2022年无人机行业技术风险

##### 五、2016-2022年无人机行业竞争风险

##### 六、2016-2022年无人机行业其他风险

### 第五部分 公司及业内专家发展趋势与规划建议

### 第十二章2016-2022年无人机行业发展趋势分析

#### 第一节 2016-2022年中国无人机市场趋势分析

#### 第二节 2016-2022年无人机产品发展趋势分析

##### 一、2016-2022年无人机产品技术趋势分析

##### 二、2016-2022年无人机产品价格趋势分析

#### 第三节 2016-2022年中国无人机行业供需预测

##### 一、2016-2022年中国无人机供给预测

## 二、2016-2022年中国无人机需求预测

### 第四节 2016-2022年无人机行业盈利能力分析

## 第十三章 无人机企业管理策略建议

### 第一节 市场策略分析

#### 一、无人机价格策略分析

#### 二、无人机渠道策略分析

### 第二节 销售策略分析

#### 一、媒介选择策略分析

#### 二、产品定位策略分析

#### 三、企业宣传策略分析

### 第三节 提高无人机企业竞争力的策略

#### 一、提高中国无人机企业核心竞争力的对策

#### 二、无人机企业提升竞争力的主要方向

#### 三、影响无人机企业核心竞争力的因素及提升途径

#### 四、提高无人机企业竞争力的策略

### 第四节 对我国无人机品牌的战略思考(ZY PXS)

#### 一、无人机实施品牌战略的意义

#### 二、无人机企业品牌的现状分析

#### 三、我国无人机企业的品牌战略

#### 四、无人机品牌战略管理的策略

详细请访问：<http://www.abaogao.com/b/jiaotong/C97161WTS8.html>