

2024 全球无人机市场洞察报告

大数跨境出品

大数跨境 (www.10100.com)

汇集行业最全的跨境活动，跨境领域唯一的原创跨境百科，发布&收集最有深度的跨境各垂直细分领域的行业研究报告(可免费下载)，抓取&收集行业最有广度的公众号文章和资讯。

免责声明：

本内容非原报告内容；

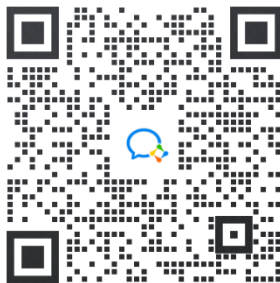
报告来源互联网公开数据；如侵权
请联系客服微信，第一时间清理；

报告仅限社群个人学习，如需它用
请联系版权方；

如有其他疑问请联系微信。



行业报告资源群



微信扫码 长期有效

1. 进群福利：进群即领万份行业研究、管理方案及其他学习资源，直接打包下载
2. 每日分享：6+份行研精选、3个行业主题
3. 报告查找：群里直接咨询，免费协助查找
4. 严禁广告：仅限行业报告交流，禁止一切无关信息



微信扫码 行研无忧

知识星球 行业与管理资源

专业知识社群：每月分享8000+份行业研究报告、商业计划、市场研究、企业运营及咨询管理方案等，涵盖科技、金融、教育、互联网、房地产、生物制药、医疗健康等；已成为投资、产业研究、企业运营、价值传播等工作助手。

前言

PERFACE

在这个由数据驱动的时代，无人机（UAVs）已逐渐从专业领域扩展到消费市场，成为全球范围内广泛应用的高科技产品。近年来，无人机技术的不断进步，如传感器的精度提升、续航能力的增强、以及人工智能的应用，使得无人机的功能性和普及率显著提升。与此同时，全球无人机市场也在快速增长，各区域市场表现出不同的发展特点和潜力。

本报告将深入探讨无人机市场的现状及未来趋势，揭示推动行业发展的核心因素，并识别潜在的挑战和机遇。通过综合市场数据、消费者行为、行业动态和政策环境，为企业及投资者提供有价值的参考。如果您还想获取更多跨境行业资讯，欢迎扫描右下角二维码关注大数跨境公众号，我们会定期分享最新行业信息。

大数一下，马上跨境

想要了解更多研报详情和商务合作，欢迎添加微信咨询



www.10100.com



合作微信



大数跨境公众号



目录

CONTENTS

区域分析

REGIONAL ANALYSIS

行业分析

INDUSTRY ANALYSIS

市场概况

MARKET OVERVIEW

消费者洞察

CONSUMER INSIGHTS

品牌案例

BRAND CASE



Part 01

市场概况

MARKET OVERVIEW



无人机定义

无人机是指以空气动力为升力来源、无人员搭载的空中飞行器，简称UAV。最初为军事应用而开发，后来扩展到商业、物流、娱乐和农业等领域。

根据用途，无人机可以分为民用无人机和军用无人机。

其中民用无人机可分为**商用无人机**和**消费级无人机**。消费级无人机通常用于娱乐、航拍等日常用途，商用无人机则广泛应用于农业、物流、测绘等行业。而军用无人机主要用于侦察、监视和作战任务。

无人机的飞行控制依赖于多种技术的协同，包括全球定位系统（GPS）、惯性测量单元（IMU）、无线通信和图像处理等。随着传感器、人工智能和电池技术的发展，无人机的自主飞行能力和智能化水平不断提高，使其能够执行更加复杂和精确的任务。





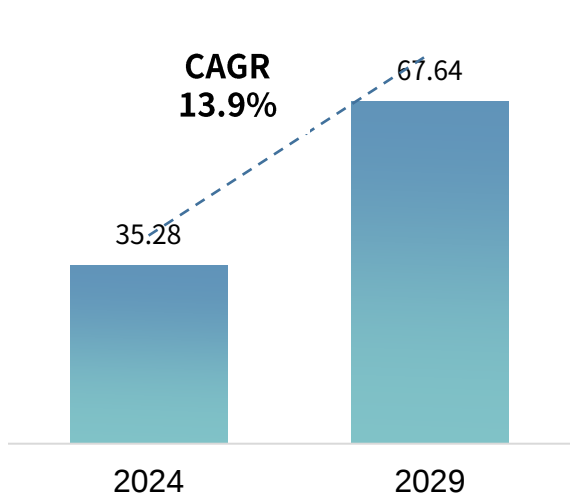
全球市场规模

全球无人机市场规模将大幅增长

- **市场规模：**2024年无人机市场规模估计为352.8亿美元，预计到2029年将达到676.4亿美元，预测期内的复合年增长率为13.90%。就市场销量及收入而言，2024年，全球无人机市场销量将达819万台，收入将达43亿美元，预计到2029年，全球无人机市场销量将达到950万台。在2022年至2032年期间，全球无人机市场规模预计将大幅增长。
- **市场应用：**无人机正在被用于各种领域，如在偏远地区提供互联网、航拍和视频录制、调查和记录野生动物以及公共服务任务。在有效载荷和电子设备方面的技术进步预计将促进无人机市场的快速增长。同时，对无人机技术的投资增加也有望促进市场的长期增长。

2024-2029年
全球无人机市场规模

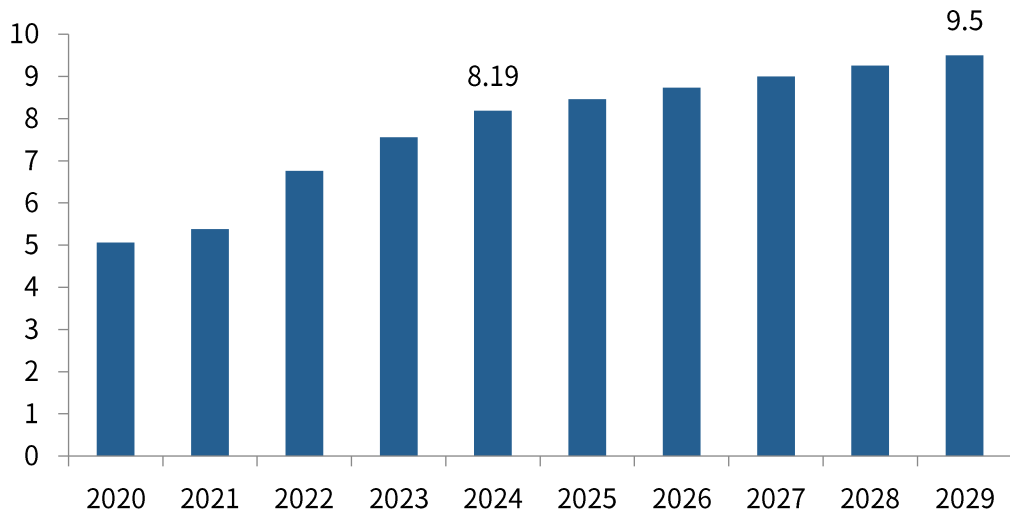
■ 单位：十亿/美元



数据来源：mordorintelligence

2020-2029年全球无人机市场销量

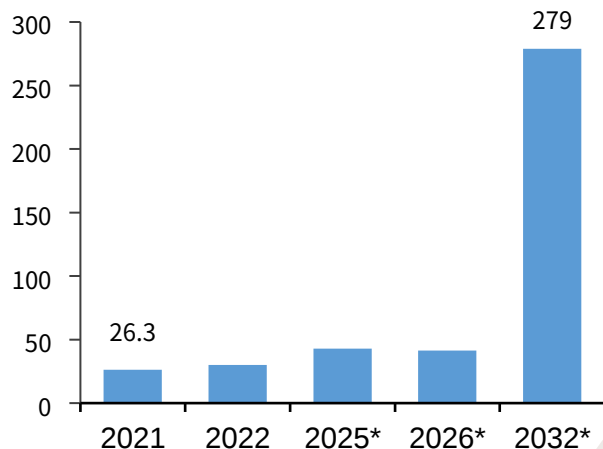
单位/百万台



数据来源：statista

2021-2032年
全球无人机市场收入

■ 单位：十亿/美元





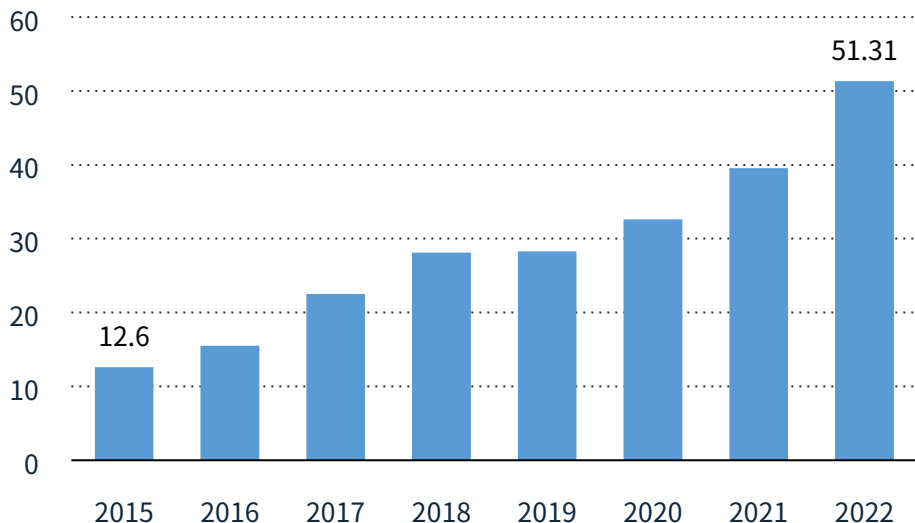
国内市场规模

全球无人机行业的重要引擎与制造中心

中国无人机市场近年来发展迅猛，到2029年无人机市场销量预计达到370万台，预测期内（2024年-2029年）该细分市场的年增长率为4.10%。2022年，中国消费级无人机市场规模超过510亿元人民币。近年来，商用无人机在民用无人机市场中扮演着越来越重要的角色。

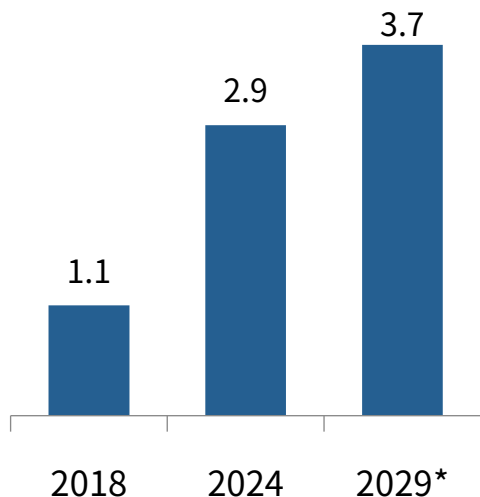
中国是全球最大的无人机制造国，同时还在消费级和商用无人机市场占据重要地位。2024年中国无人机运营企业数量超过23000家，随着技术的不断革新和市场需求的日益增长，预计中国无人机行业在未来几年将继续保持迅猛的增长势头

2015-2022年中国消费级无人机市场规模
单位：十亿/元

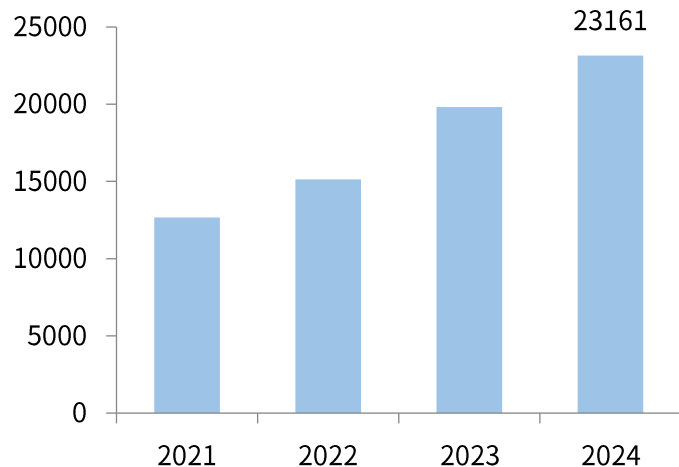


数据来源: statista

2018-2029年中国无人机市场销量
单位/百万台



2021-2024年
中国无人机运营企业数量趋势预测



数据来源: 中商情报网

www.10100.com



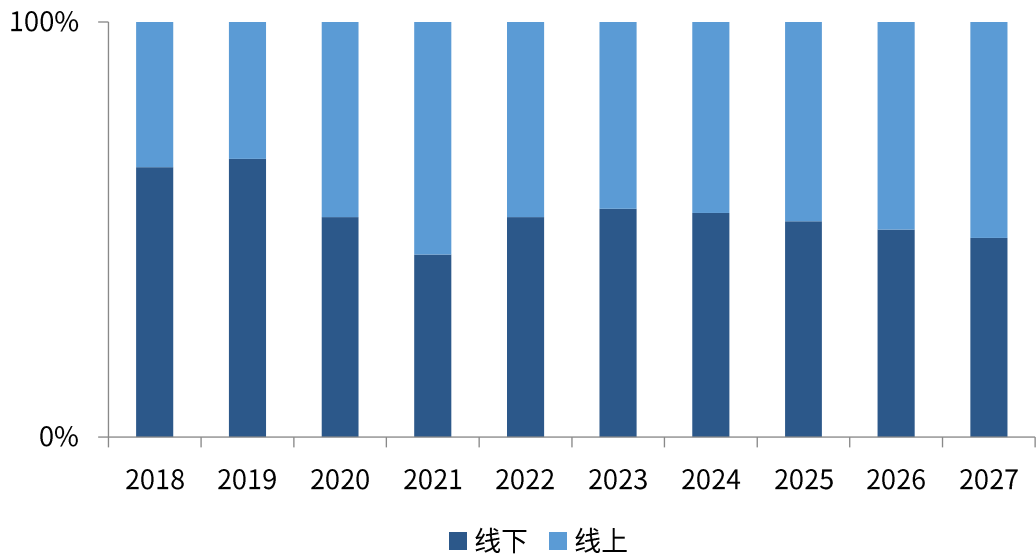


分销渠道

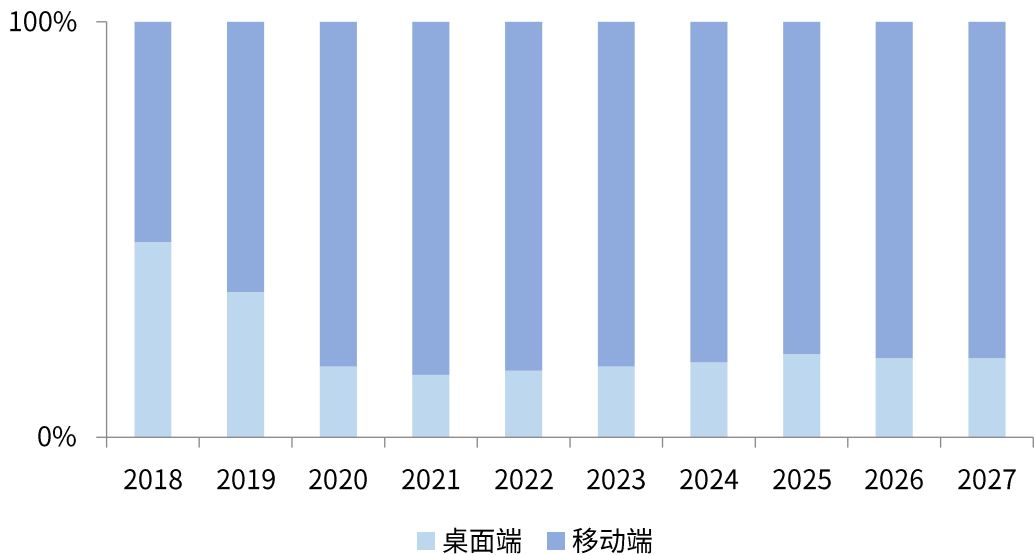
线下实体店为主要销售渠道，线上销售规模逐步扩大

- 全球无人机市场分销渠道依旧以线下零售为主要方式，但近年来，随着无人机技术的发展和消费者对无人机需求的增加，**电商渠道已成为无人机销售的重要渠道**，2024年线上销售方式占据46%的市场份额，预计未来几年将持续增长，并超越线下零售的市场份额。
- 电商平台提供便捷的购买和售后服务，以及用户评价和比较功能，吸引了大量消费者选择线上购买。同时，全球化的电商平台使消费者可以方便地购买国际品牌的无人机产品，这极大地扩展了市场规模，特别是在发展中国家和新兴市场。
- 就线上销售方式而言，**移动端占比远高于桌面端占比，2024年移动收入份额达到82%。**

2018-2027年全球无人机市场分销渠道占比（按消费场景）



2018-2027年全球无人机市场分销渠道占比（按使用设备）





竞争态势

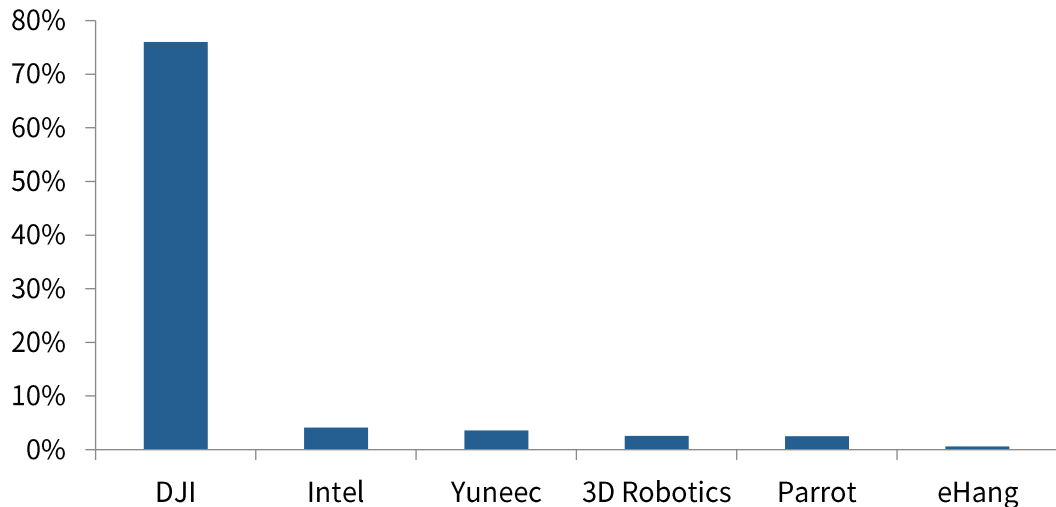
全球无人机市场的竞争态势愈演愈烈，大疆创新引领无人机市场

近年来，许多小公司和初创公司进入了无人机市场，各公司竞相争夺市场份额，使得全球无人机平均价格逐渐降低，推动了市场格局不断变化。

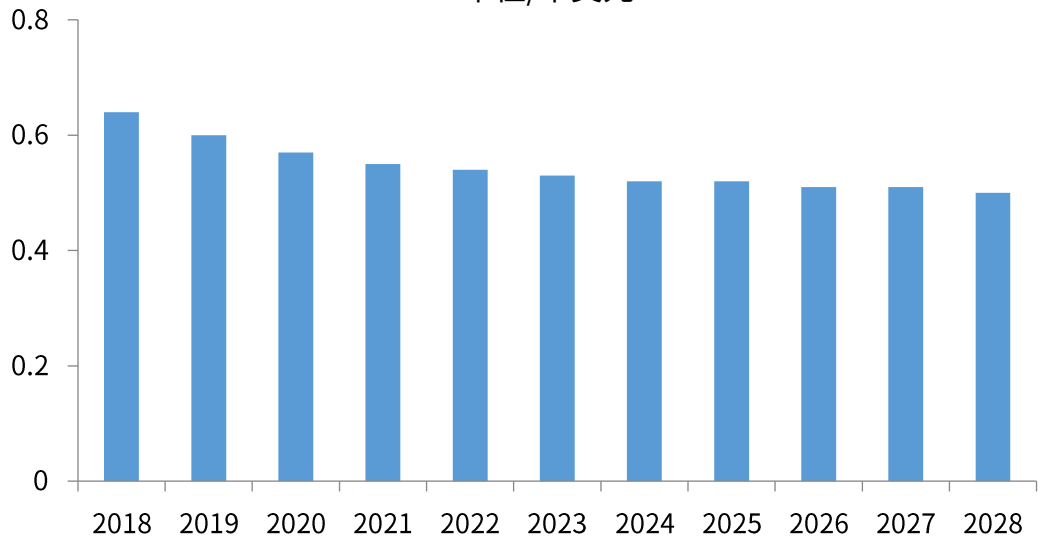
大疆创新是全球无人机市场的领军者，占据了消费级无人机市场超过**70%**的份额。凭借其技术创新和品牌影响力，大疆在航拍无人机领域几乎没有对手，同时也在商用无人机市场积极拓展。大疆的成功主要依赖于其强大的研发能力、完善的产品线和全球分销网络。



全球消费类和商用无人机制造商市场份额
(按销量计算)



2018年至2028年全球无人机平均价格
单位/千美元





产品细分

无人机产品分类可以从多个维度进行细分

- **按用途细分**，无人机可分为消费级、专业航拍、商用、工业级、军用、竞速以及教育与训练等类别，分别满足从娱乐到专业应用的不同需求，**消费级无人机**通常用于娱乐和个人创意，专业航拍无人机服务于影视制作和高端摄影，而**商用和工业级无人机**则应用于农业、建筑、能源、应急救援等领域。军用无人机专注于战场支援和情报收集。
- **按重量与大小细分**，无人机可以分为**微型、轻型、中型和重型**无人机。微型无人机体积小，适合室内飞行和玩具用途；轻型和中型无人机主要用于消费级和专业航拍；重型无人机则具备较大的负载能力，广泛应用于工业和军事任务。
- **按飞行能力细分**，无人机可以分为固定翼无人机、单旋翼无人机等，每种分类方式都反映了无人机在不同应用场景中的特殊要求和技术特点。



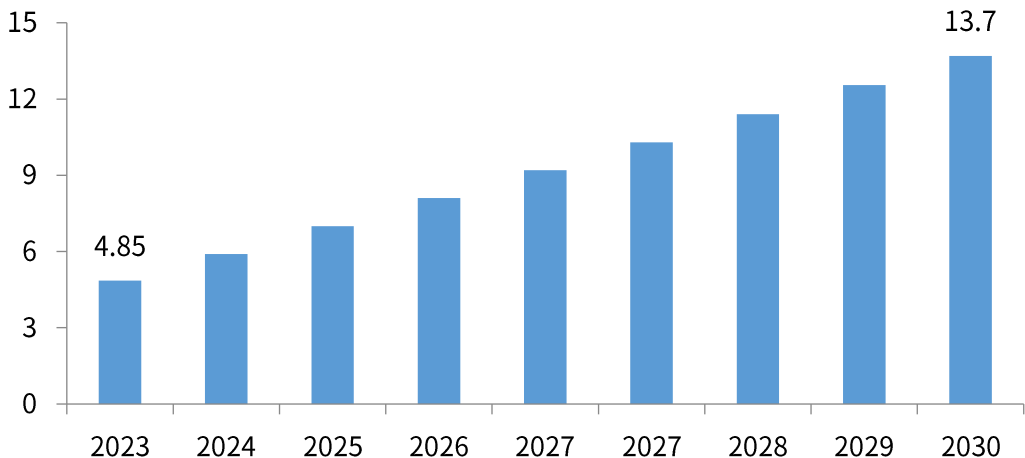


产品细分—消费级无人机

消费级无人机市场规模



2023-2030年全球消费级无人机市场规模预测
单位:十亿/美元



数据来源: verified market research

消费级无人机用途



摄影和录像

这是消费级无人机最常见的使用方式，用户利用无人机进行空中拍摄，获取独特的视角和影像。

娱乐和休闲

许多爱好者购买无人机用于飞行乐趣，或在公园、海滩等地方进行娱乐飞行。

探索和冒险

户外运动爱好者使用无人机探索难以到达的地方，如山区、森林、峡谷等。

社交和分享

无人机拍摄的内容常被用户分享到社交媒体上，成为展示和分享个人生活方式的一部分





产品细分—商用无人机

市场规模

2023年

109.8

单位：亿美元

2030年预测

548.1

单位：亿美元

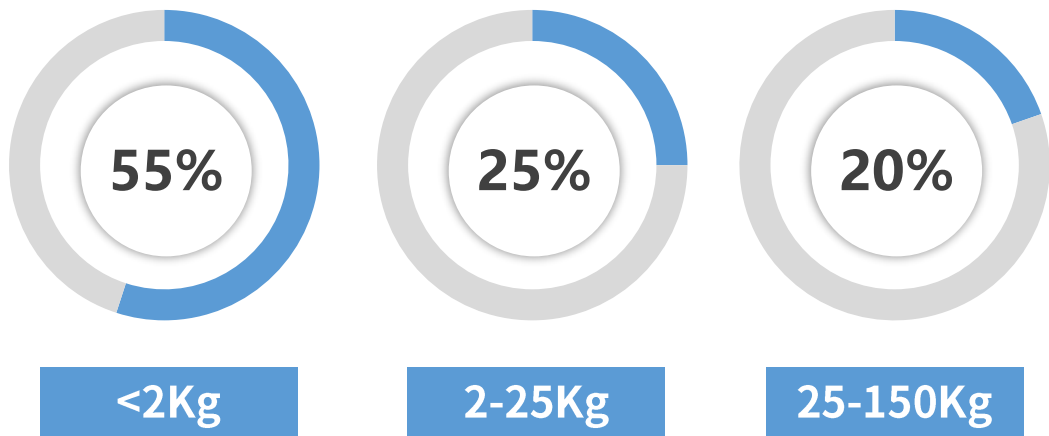
复合增长率

25.82

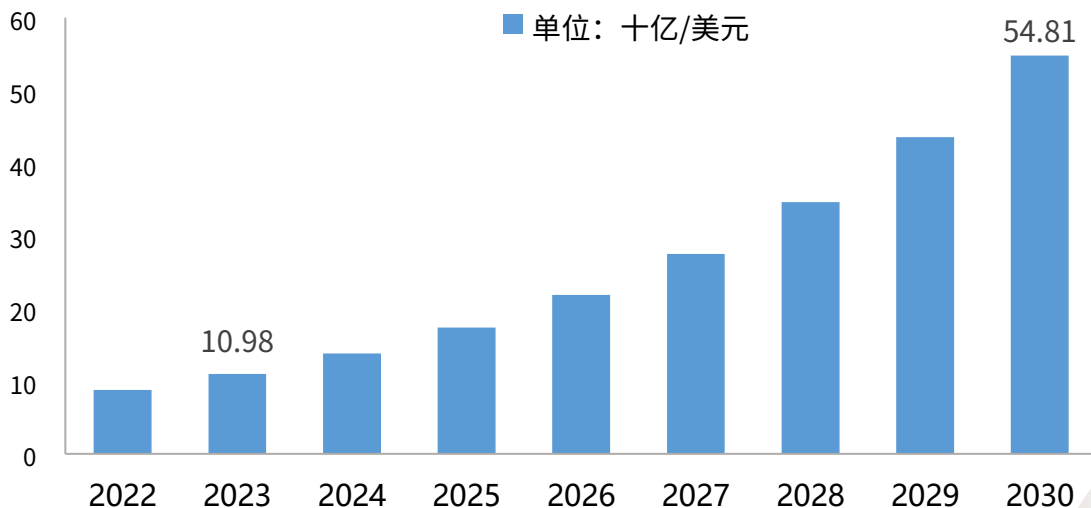
单位：百分比

- 商业无人机被定义为用于商业目的的四轴、八轴或六轴飞行器，而不是用于个人和娱乐用途。商用无人机可以执行各种任务，包括拍摄和紧急响应，以及提供持续准确的项目警报，提高安全性，因此这些设备在房地产和建筑行业中也非常受欢迎。
- 目前美国为商用无人机最大的消费市场，2024年，美国商用无人机市场规模将达到63.9亿美元。

各类商用无人机市场占比（按重量细分）



2022-2030年全球商用无人机市场规模



数据来源：fortune business insights





产品细分—军用无人机

市场规模

2023年

141.4

单位：亿美元

2032年预测

356

单位：亿美元

复合增长率

14.1

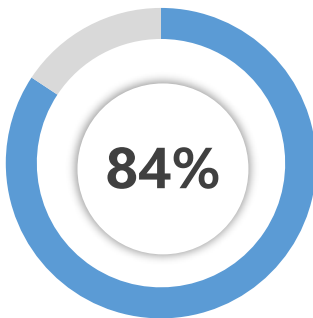
单位：百分比

军用无人机市场是指用于军事目的的无人驾驶飞行器(UAV)的全球市场。这些无人机用于各种用途，例如监视、侦察、作战行动、目标捕获和情报收集。

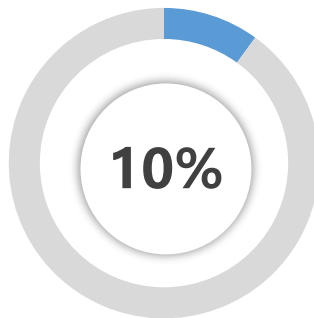
预计北美将主导全球军用无人机市场，而亚太地区2023年至2032年间的复合年增长率最高，为 15.40%。



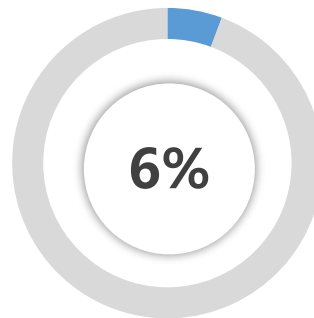
各类商用无人机市场占比（按重量细分）



遥控无人机



半自动无人机



自动无人机



Part 02

区域分析

REGIONAL ANALYSIS

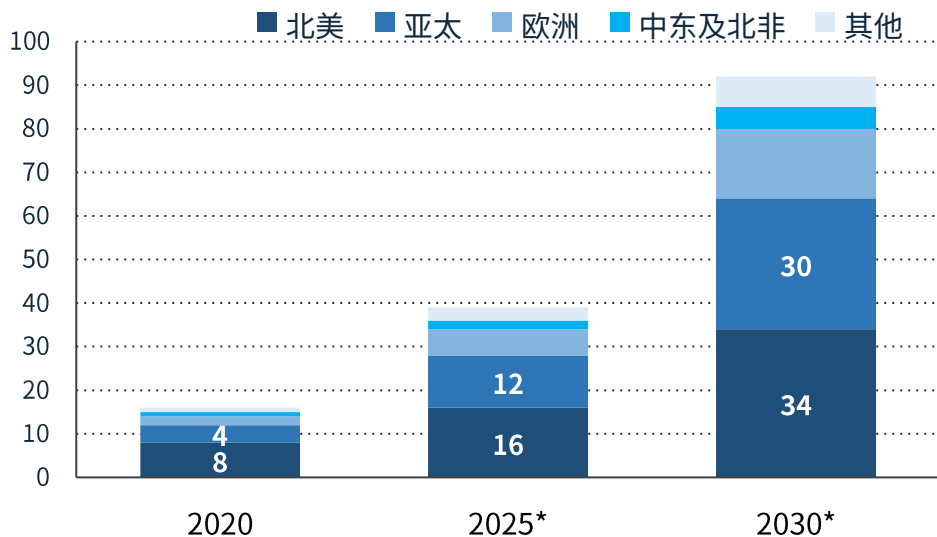


市场区域概况

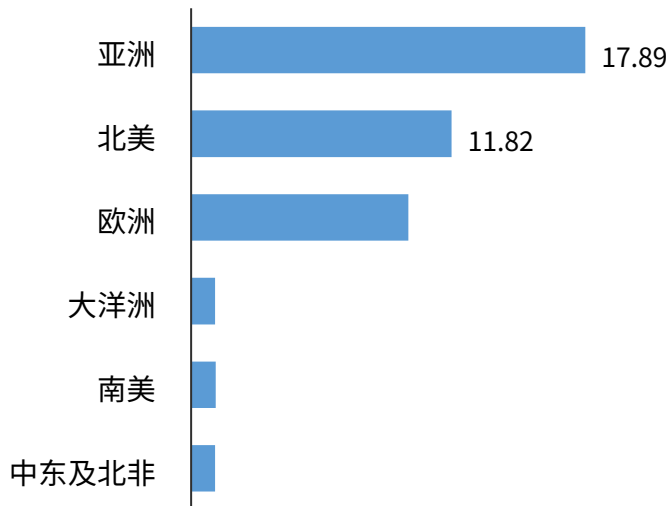
全球各地区无人机市场受经济发展及技术水平限制呈现明显的区域差异

北美市场拥有38%的无人机市场份额，尤其是美国，是全球无人机技术和市场发展的先锋。亚太地区是规模增速最快的区域，尤其是在商用无人机领域占据领先份额，中国和日本拥有世界领先的无人机制造商，它们在推动市场发展方面发挥着重要作用。欧洲市场也在快速崛起，特别是在商用无人机领域。欧洲各国在物流、农业、基础设施监测等方面广泛应用无人机。拉丁美洲市场虽起步较晚，但显示出巨大的潜力。中东和非洲市场则主要集中在军事、安全和基础设施监测领域，因其地理复杂性和基础设施薄弱，无人机在物流和农业中的应用具有重要意义。

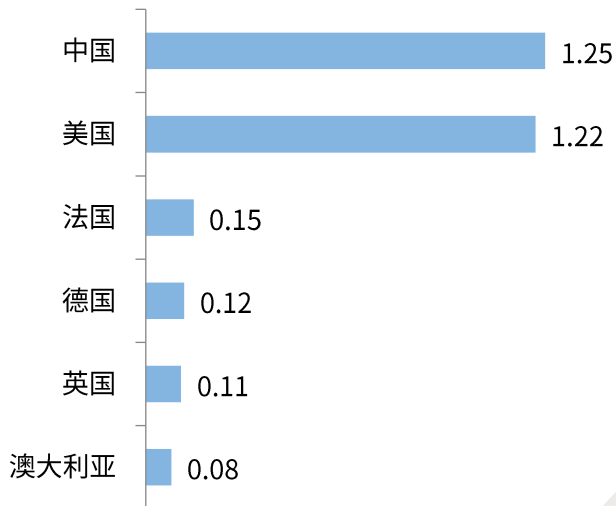
2020-2030全球各地区无人机市场规模
单位：十亿/美元



2025年全球各地区商用无人机市场规模预测
单位：十亿/美元



2022年全球主要国家无人机市场收入
单位：十亿/美元



数据来源：statista





区域洞察——北美

北美无人机市场增长预测与技术驱动因素

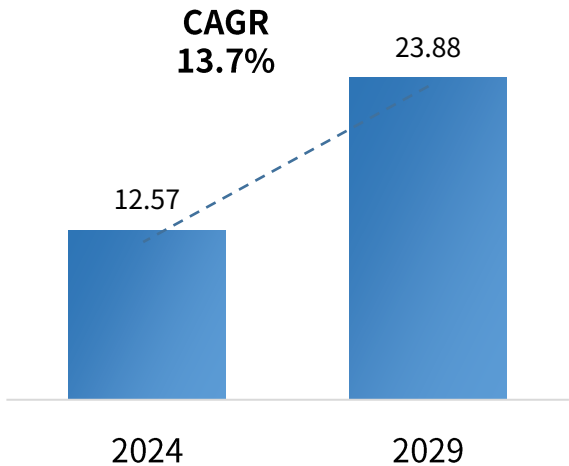
北美无人机市场预计从2024年的125.7亿美元增长到2029年的**238.8亿美元**，期间复合年增长率约为13.70%。美国作为该市场的重要组成部分，商用无人机市场预计将在2033年达到141.1亿美元，2024-2033年间的CAGR为9.2%。同时，美国消费级无人机市场在2023年的规模为14.8亿美元。

目前，消费级无人机主要应用于航拍、摄像以及休闲活动，市场需求的增长得益于人工智能和机器学习技术的集成，这不仅提升了无人机的性能，也扩展了其应用范围。



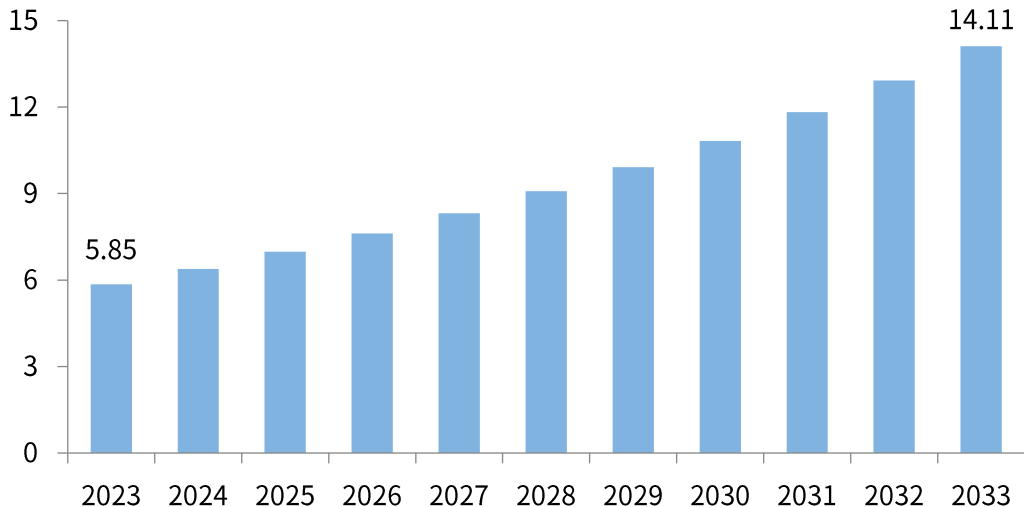
2024-2029年
北美无人机市场规模

■ 单位：十亿/美元



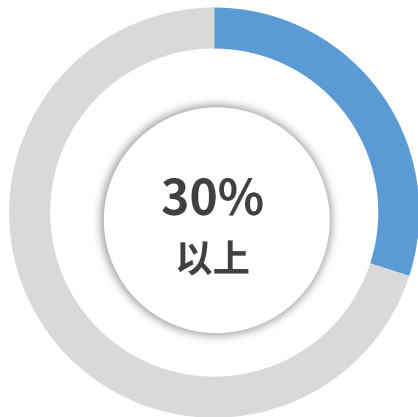
数据来源：mordorintelligence

2023-2033年美国商用无人机市场规模预测
单位/十亿美元



数据来源：novaone advisor、fortune business insights

2023年美国
消费级无人机市场份额





区域洞察——北美

美国无人机市场在北美市场占据主导地位，近年来迅速扩张，预计这一趋势将继续上升

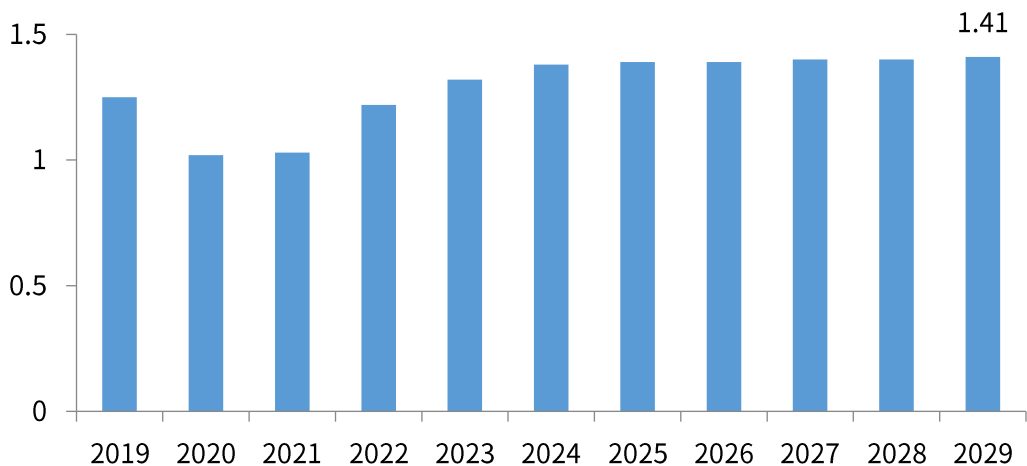
2023年美国消费市场中无人机品类的收入为13.2亿美元，预计到2029年将达到14.1亿美元。

在无人机注册数量方面，2023年美国用于个人娱乐的无人机数量已达到约51.68万架，这一数字不包括那些业余爱好者使用的、无需注册的无人机。

此外，商用无人机的注册量约为34.8万架，预计到2026年，商用无人机数量可能会增加到85.8万架。根据美国联邦航空管理局的规定，所有重量在0.55磅（超过250克）及以上的无人机都必须进行官方注册。

2018-2029年美国无人机市场收入预测

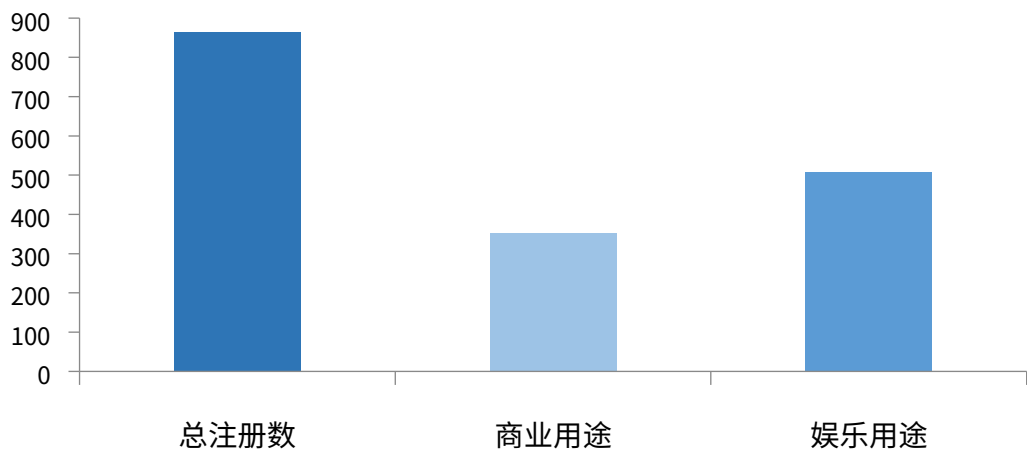
单位：十亿/美元



数据来源: statista

美国无人机系统注册数（截至2024年1月）

单位：千



数据来源: mordorintelligence





区域洞察——欧洲

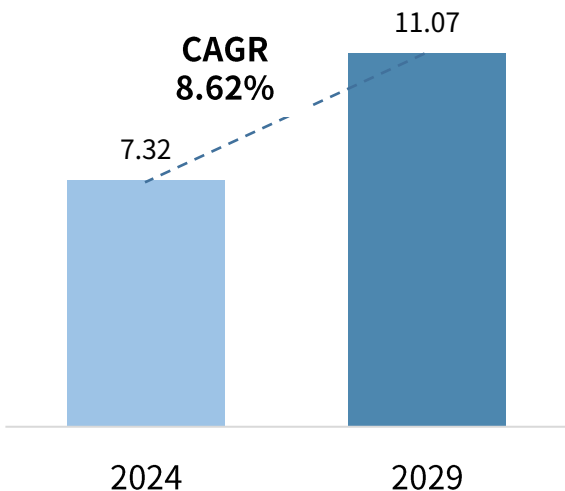
欧洲无人机市场：配送服务引领强劲增长

市场规模：2024年欧洲商用无人机市场规模估计为73.2亿美元，预计到2029年将达到110.7亿美元左右，预测期内复合年增长率为8.62%。其中，旋翼机部分在2023年占据较大市场份额，占据了市场主导地位。同时小型无人机在预测期内将出现较大增长，2024 年欧洲小型无人机市场规模估计为20亿美元，预计到2029年将达到30.4亿美元，预测期内（2024-2029 年）的复合年增长率为 8.75%。

驱动因素：无人机递送服务的需求近年来强劲，推动了欧洲无人机市场的整体增长。零售商品配送市场构成了欧洲无人机包裹递送系统市场中最大的细分市场，到2030年，该细分市场预计将达到22亿美元以上。

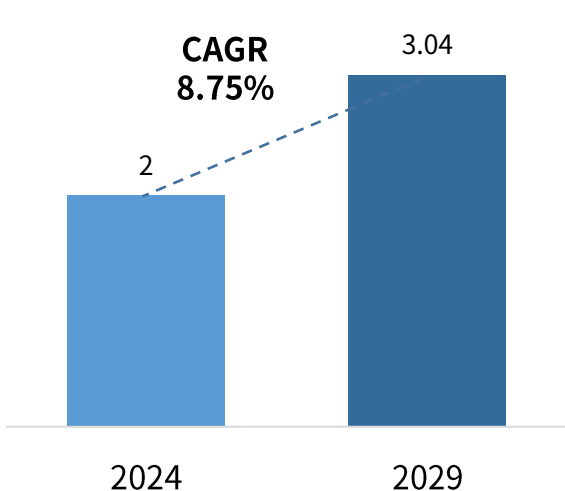
2024-2029年
欧洲商用无人机市场规模

单位：十亿/美元



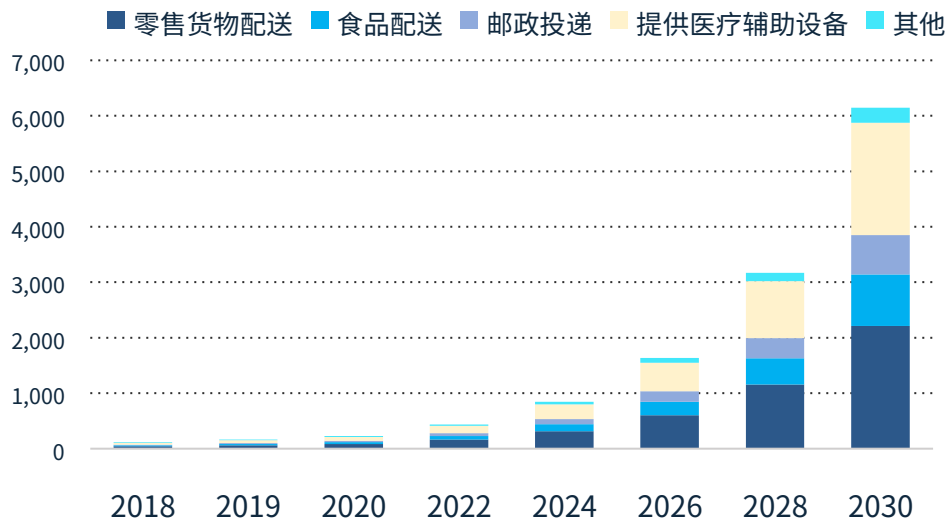
2024-2029年
欧洲小型无人机市场规模

单位：十亿/美元



数据来源：mordorintelligence

2018-2030年欧洲各用途无人机包裹递送系统市场规模
单位：百万/美元



数据来源：statista





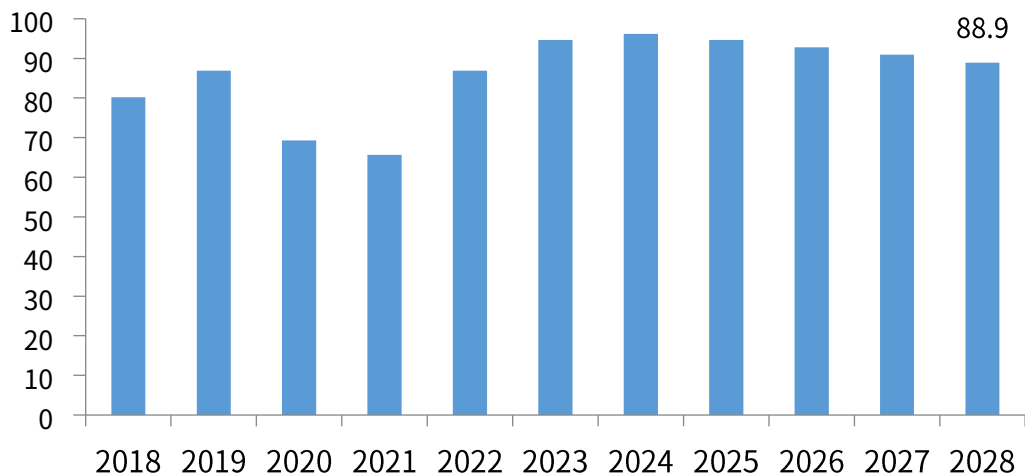
区域洞察——欧洲

市场分布：英国和德国占据了重要地位。英国在建筑和应急服务领域无人机的应用尤其突出，并且有政府支持的无人机计划。德国则在农业和商业应用中广泛使用无人机，并因其较高的私人无人机拥有率而成为增长迅速的市场。2023年英国无人机市场收入为9466万英镑，德国为12310万欧元。

趋势预测：预计芬兰市场在2024-2030年期间复合年增长率最高。芬兰在林业、农业和海洋工业等领域的专业知识推动了商用无人机在专业应用领域的应用。芬兰公司利用无人机进行森林监测、作物监测和海上监测，从而实现更高效、更可持续的管理实践。无人机的行业专业知识和实际应用促进了芬兰和欧洲市场的增长。

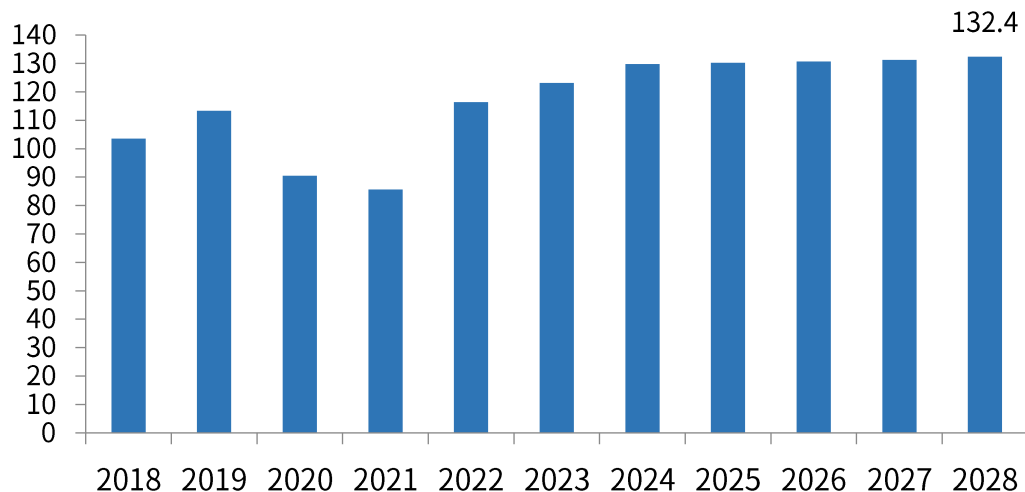
2018-2028年英国无人机市场收入预测

单位:百万/英镑



2018-2028年德国无人机市场收入预测

单位:百万/欧元





区域洞察——亚洲

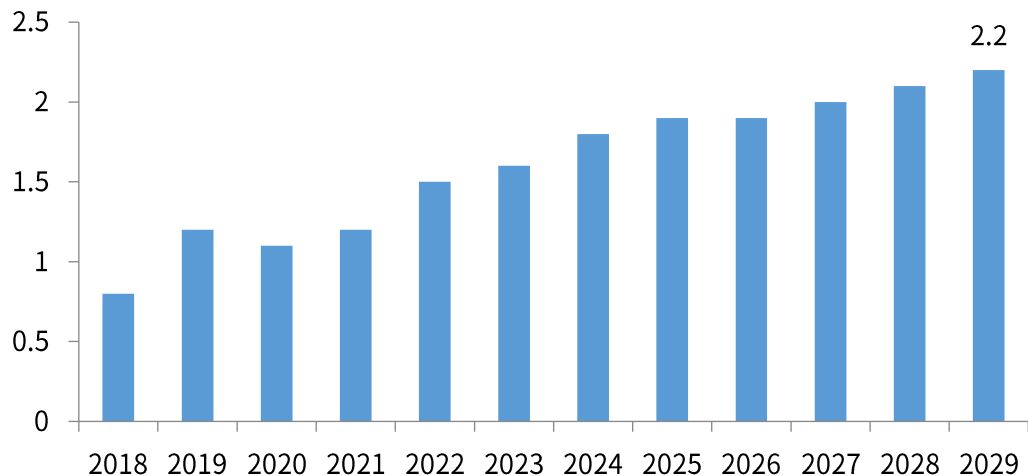
▮ 亚太地区将在预测期内实现最高增长

市场规模：截至2023年，亚太地区的无人机市场规模已经达到约100亿美元。预计到2028年，这一市场将以超过20%的年复合增长率（CAGR）增长，达到250亿美元以上。其中亚洲地区2023年市场收入为16亿美元，预计收入年增长率 (CAGR 2024-2029) 为8.96%，到 2029 年市场规模预计达到 8.6 亿美元。这一增长主要得益于无人机技术的进步、应用领域的拓展以及政策支持的加强。

驱动因素：随着无人机在农业监测、基础设施检查、物流配送以及搜索救援等领域的应用日益广泛，市场需求将持续增长。此外，消费者对高科技产品接受度在不断提高，无人机在个人娱乐和专业摄影等领域的需求也将不断增加，进一步推动市场的扩张。

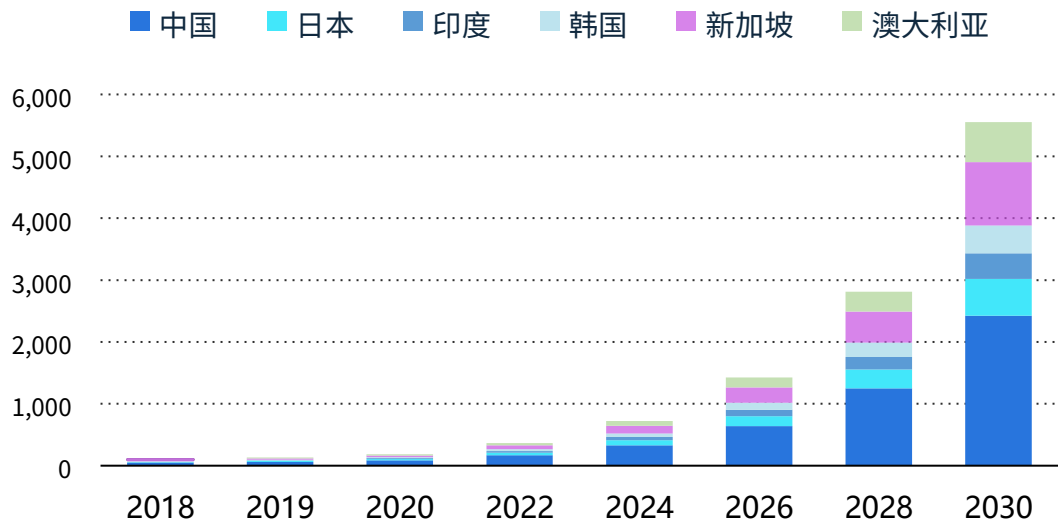
2018-2029年亚洲无人机市场收入预测

单位：十亿/美元



2018-2030年亚太地区各国无人机包裹递送系统市场规模

单位：百万/美元



数据来源：statista





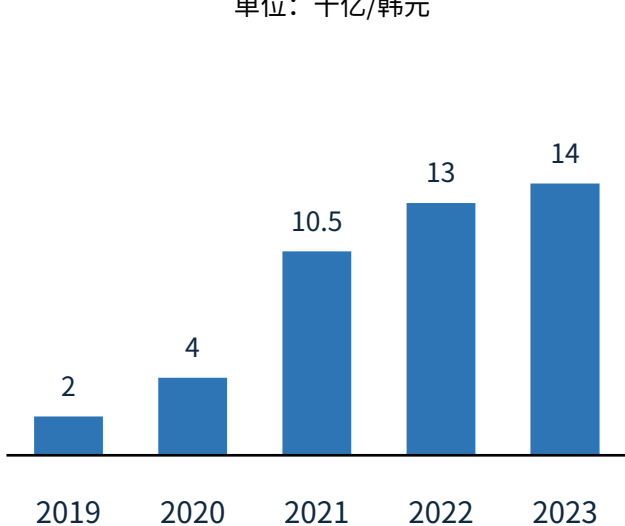
区域洞察——亚洲

亚太地区主要无人机市场

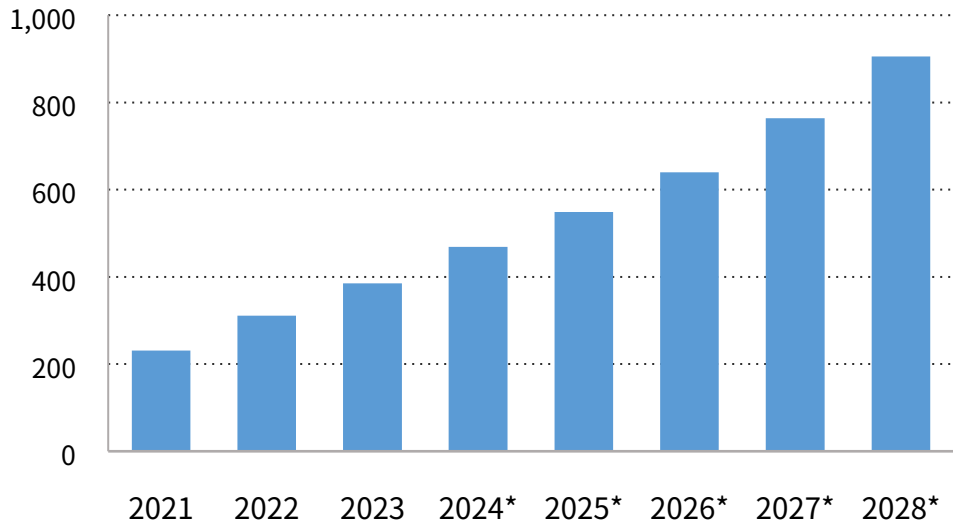
亚太市场分为五个主要国家：中国、日本、印度、澳大利亚和韩国。中国和印度是该地区最大的市场。此外，澳大利亚、日本和韩国等国家也在无人机技术的研发和应用上投入了大量资源，推动了市场的整体发展。截至2023财年，日本国内无人机市场规模估计约为3854亿日元；到2030年，印度的无人机市场规模预计将达到2.5万亿印度卢比。

目前，各国政府对无人机法规的完善和对创新技术的鼓励，无人机产业的发展前景将更加广阔。在韩国，2023年当地政府计划拨款140亿韩元用于补贴韩国选定的城市，这些城市被选为无人机配送和无人机服务试验演示的地点。

2019-2023年
韩国政府向选定城市提供的无人机采购补贴
单位：十亿/韩元

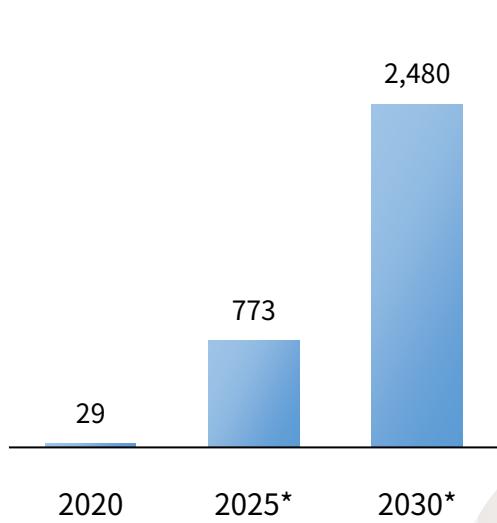


2021-2028财年日本国内无人机市场规模预测
单位：十亿/日元



数据来源：statista

印度无人机市场规模预测
单位：十亿/印度卢比



Part 03

消费者洞察

CONSUMER INSIGHTS



消费者人口特征

消费者性别

男性

女性

男性消费者占据了绝大多数，女性消费者的比例正在逐渐增加

这一性别差异与男性对新兴科技产品的高度兴趣有关。但随着无人机操作变得更加简便、应用场景更加丰富以及社交媒体对无人机内容的需求增加，女性消费者尤其是在艺术创作、摄影和旅游等领域的兴趣也在逐步提高。

教育与收入水平

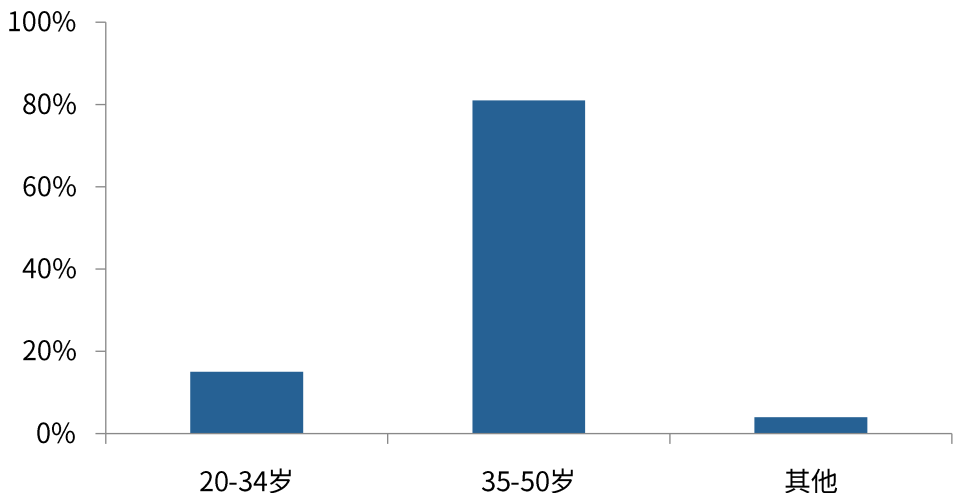
- 无人机市场的消费者通常受过良好教育，收入较高。**拥有高中以上学历的人占主导**，尤其是大学本科及以上学历者。这些高学历消费者更易理解无人机技术，因此更愿意投资此类高科技产品。
- 在收入方面，**无人机消费者的平均收入水平相对较高**。因为高端无人机的价格较高，而具有较高收入的消费者更容易接受这一价格区间。

年龄特征

年轻人群，特别是20-34岁的群体，他们将无人机视为一种娱乐工具，用于航拍、旅行记录等个人活动。占15%。

另一方面，**35-49岁的成年人也是消费级无人机的主要消费群体**，占比高达81%。这部分消费者更多地将无人机视为一种专业工具，特别是在摄影、测绘、农业和安全监控等领域。这些消费者通常拥有较高的收入水平，并且对无人机的应用有更明确的需求。

无人机市场消费者年龄分布



数据来源：百度指数





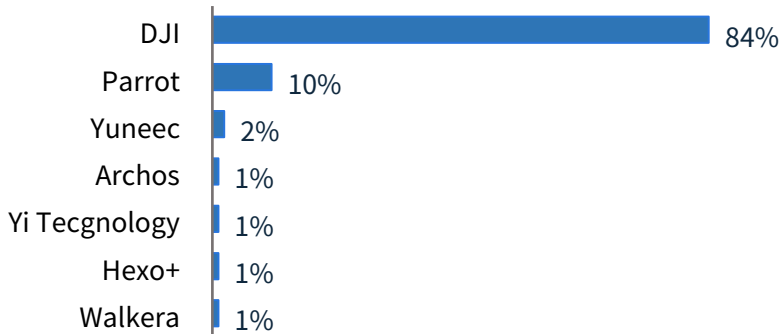
消费者偏好

无人机的应用领域：目前，个人购买无人机的主要驱动因素是媒体制作和摄影需求。此外，一些企业也出于工程建设的目的而选择采购无人机。

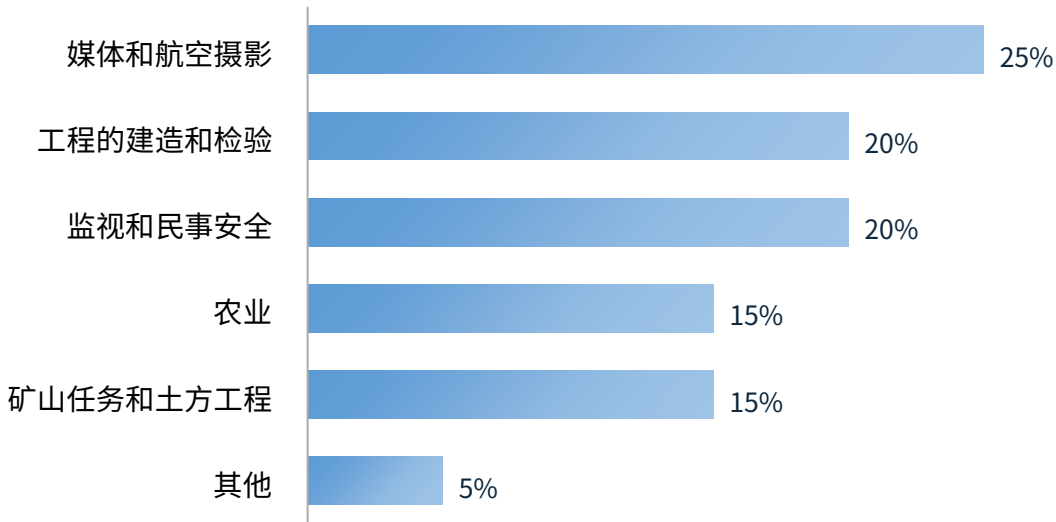
无人机品牌的选择偏好：在无人机市场，知名品牌如大疆和鹦鹉等往往更受消费者青睐。这主要是因为无人机作为一种技术密集型产品，其性能、可靠性以及售后服务的质量是消费者选择时的重要考量因素。

无人机的普及与市场需求：随着无人机在个人用户中的普及度日益提高，公众对无人机的兴趣也随之增长。越来越多的人开始关注这一领域，并考虑将其作为潜在的购买对象。

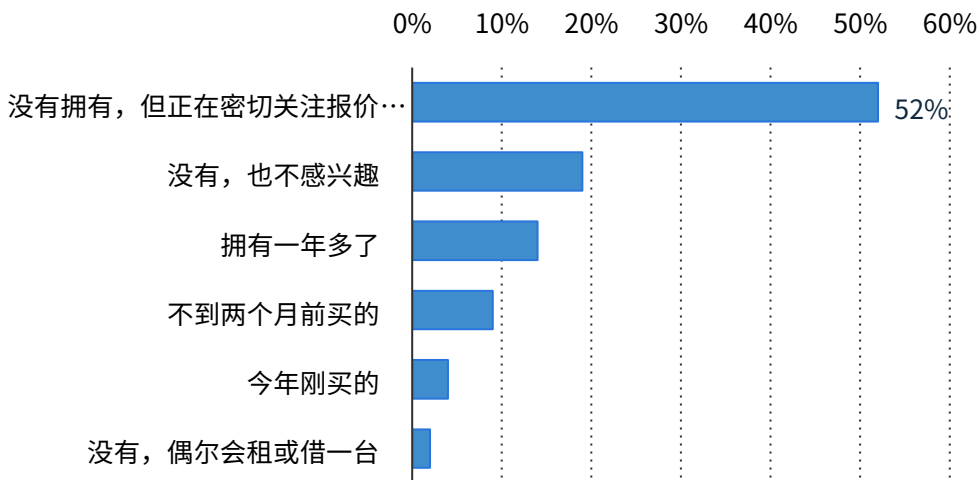
欧洲消费者对无人机品牌的喜好选择



法国民用无人机用途分类



消费者拥有无人机的情况





消费者偏好

购买动机

娱乐与消遣：许多消费者将无人机视为一种高科技玩具，主要用于个人娱乐和消遣活动。对于这些消费者来说，无人机的飞行体验本身就是一种乐趣。

摄影与视频创作：无人机在摄影和视频创作领域的应用极为广泛，尤其是在航拍方面。消费者购买无人机用于摄影创作的比例较高，无人机提供了传统摄影设备无法实现的独特视角。

专业用途：专业用户通常购买高端或定制化无人机，用于特定领域如农业、测绘、建筑、安防等。

产品偏好

品牌：知名品牌如大疆（DJI）在消费者中具有极高的认可度。品牌效应不仅体现在产品质量和售后服务上，还影响着消费者的信任和购买决策。

价格：高端用户更倾向于购买价格较高、性能强大的无人机，而普通消费者则更倾向于性价比高的中低端产品。

功能与性能：消费者通常会关注无人机的飞行时间、摄像头质量、操控便捷性、避障功能、自动跟随功能等。

外观设计：简洁、现代的设计风格通常更受消费者青睐。

使用习惯

使用频率：对于将无人机作为娱乐工具的消费者来说，他们可能仅在周末或假期使用无人机。而专业用户则会更频繁地使用无人机。

使用场景：无人机的使用场景多样化，户外爱好者常在登山、徒步旅行时使用无人机进行航拍，而城市居民更倾向于在公园、广场等开阔区域使用。

维护与保养：由于无人机技术的复杂性，消费者通常会在购买后学习基本的维护技巧。对于一些高端或专业无人机，消费者可能需要依赖品牌提供的售后服务来进行定期维护。



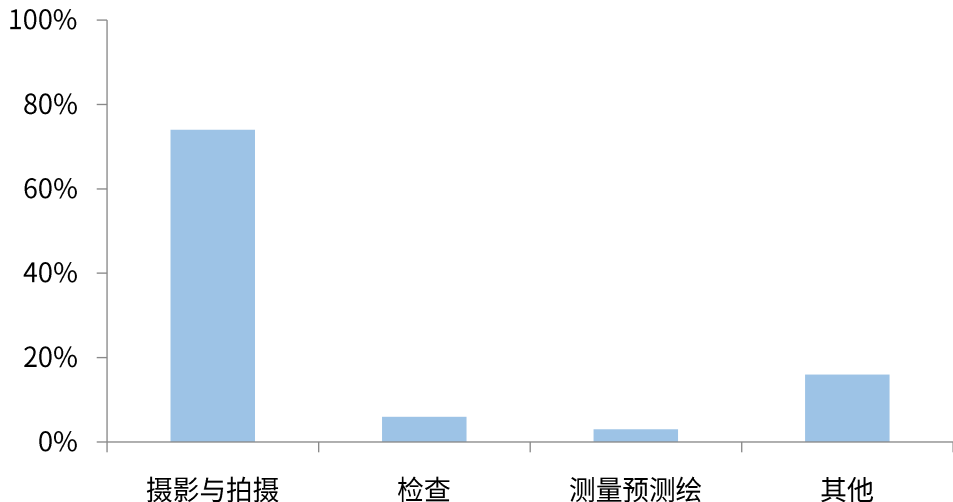


各消费领域无人机应用场景

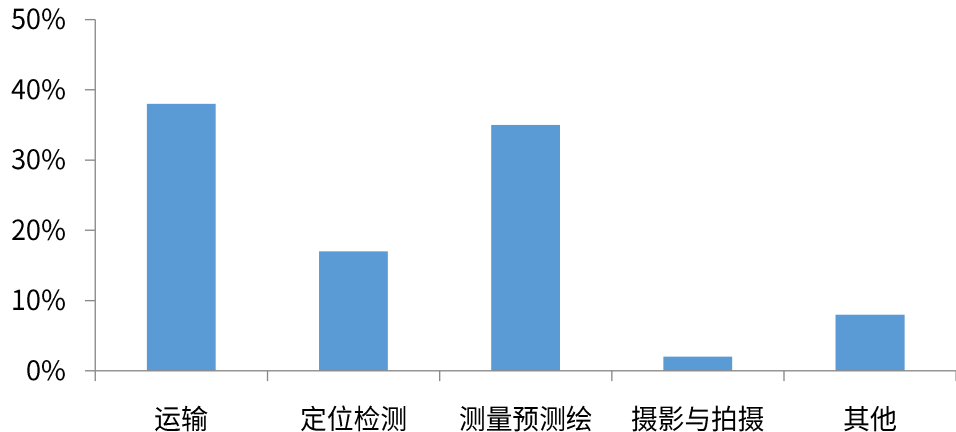
无人机的应用场景多样，涵盖了多个行业和日常生活

无人机应用场景包括监测与数据收集、空中测绘与三维建模、物流与配送、安防与公共安全、影视制作、设备巡检与维护、以及精准农业作业等。各行业无人机使用情况与应用场景不同，在全球信息行业使用的无人机中，74%用于摄影和拍摄，与其他行业相比，摄影与拍摄在该行业中占比最高。医疗和社会救助行业使用的无人机中，近40%用于配送，在所有使用无人机的行业中，医疗和社会救助是部署无人机配送份额最大的行业。在能源行业中，约83%的无人机用于巡检，约14%的无人机用于测绘和测量任务。

全球信息产业无人机使用情况（按应用）

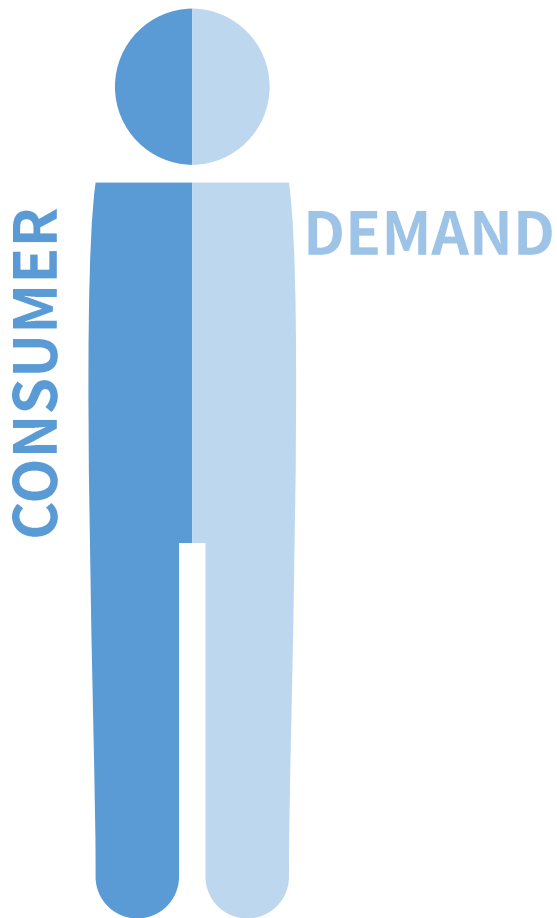


全球医疗保健和社会援助行业无人机使用情况（按应用）





消费者需求



无人机市场的快速发展，源于消费者需求的多样化。随着技术的进步和应用场景的扩展，消费者对无人机的需求也在不断变化。

安全性需求

避障功能：消费者希望无人机具备强大的避障能力，特别是在复杂的飞行环境中，能够自动识别并避开障碍物，从而减少事故发生的可能性。

稳定性：无人机的飞行稳定性直接关系到其安全性。消费者希望无人机在不同天气条件下都能保持稳定飞行，尤其是在风速较大或环境复杂的情况下

易用性需求

操作简便：消费者希望无人机的操作界面简洁易懂，即使是没有技术背景的用户也能快速上手。这包括直观的操控手柄、清晰的飞行指令以及智能的自动飞行模式。

便携性：随着无人机应用场景的拓展，消费者对无人机的便携性要求也越来越高。折叠式设计、轻量化机身等都成为了消费者选购无人机时的重要考虑因素。





Part 04

行业分析

INDUSTRY ANALYSIS

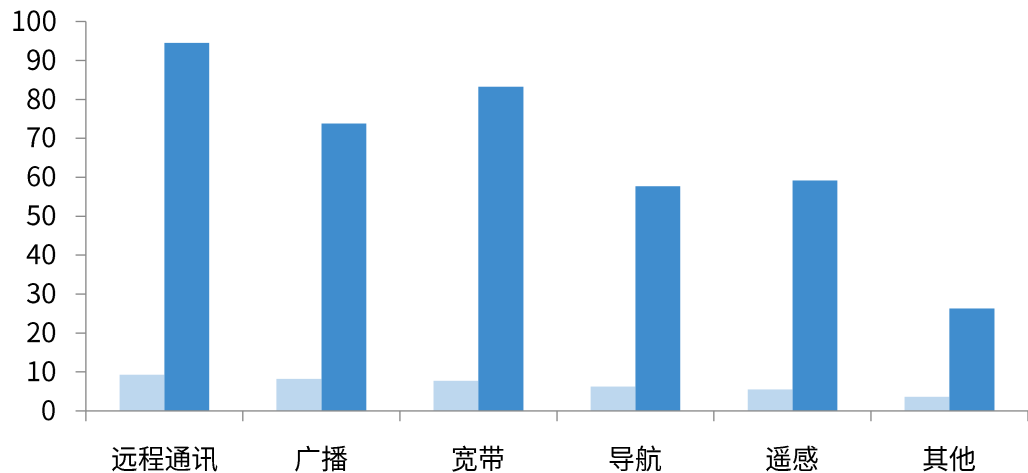


天空通信市场的发展极大推动了无人机市场的发展

2032年，全球无人机市场目标收入为210亿美元，市场规模将持续扩大，天空通信市场的发展是关键因素。2031年远程通讯市场规模预计达到945.4亿美元。远程通讯、导航、遥感等技术的普及，使无人机能够在更广泛的区域内实现远程操控和实时数据传输，尤其适用于物流配送、环境监测和灾害救援等领域。天空通信技术独立于地面基础设施，确保了无人机在偏远或灾区等复杂环境中的可靠性。此外，天空通信还催生了新的商业模式，如无人机即服务（DaaS）和空中物流，进一步推动了无人机在全球范围内的应用和市场扩张。

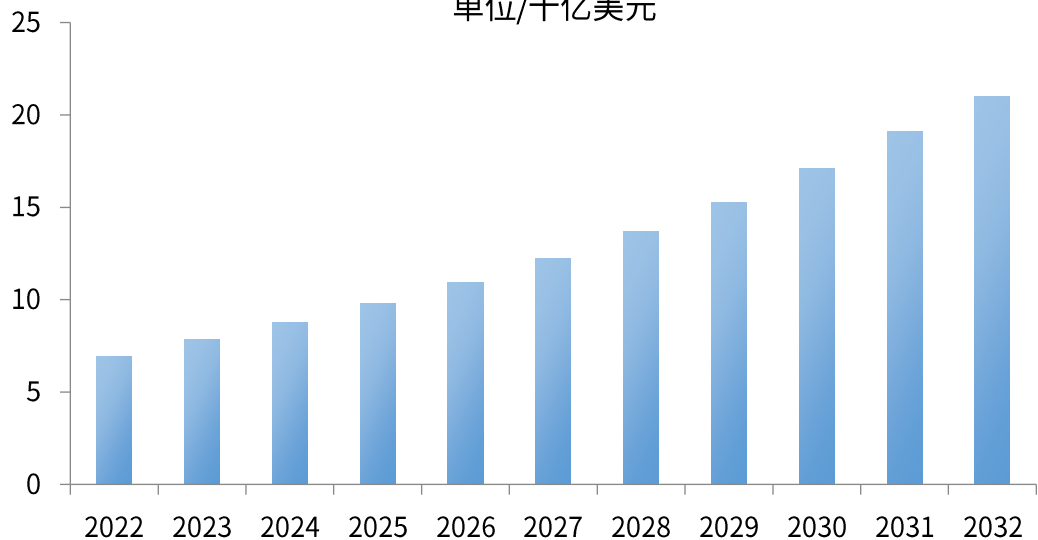
2021-2031 年全球天空通信市场收入（按应用划分）

单位/十亿美元



2022-2032 年全球无人机市场目标收入

单位/十亿美元





市场驱动因素

技术进步与创新

无人机技术的迅速发展是市场增长的核心驱动力。传感器技术、人工智能（AI）、机器学习、大数据分析以及电池技术的进步，使无人机的飞行控制、数据处理和续航能力不断提升。

应用场景拓展

无人机已广泛应用于农业、建筑、物流、媒体、军事等多个行业。农业无人机用于精准农业，能够高效地进行农作物监测和喷洒作业；物流无人机则为“最后一公里”配送提供了新的解决方案；在媒体和娱乐行业，无人机为摄影和摄像带来了创新的视角。

驱动因素

政府支持与政策推动

各国政府越来越多地制定和完善无人机相关的法律法规，为商业无人机的合法化运营提供了支持。这些政策不仅规范了市场，也为企业提供了清晰的运营框架，促进了无人机市场的健康发展。

消费者需求的增加

消费级无人机市场的兴起，得益于航拍、娱乐和智能家居等消费需求的增加。特别是在社交媒体和视频平台的推动下，越来越多的消费者希望通过无人机捕捉和分享独特的空中视角，这也带动了无人机市场的扩展。



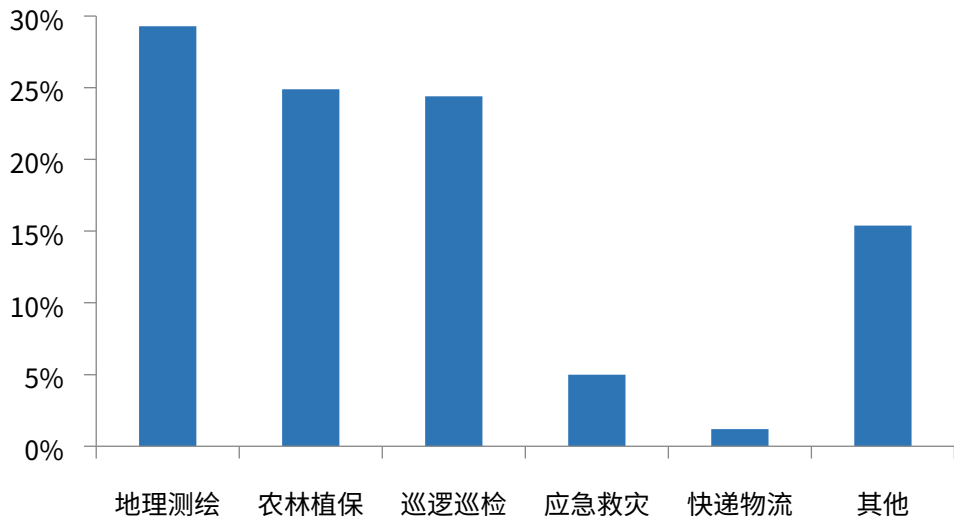


出海优势

全球需求旺盛

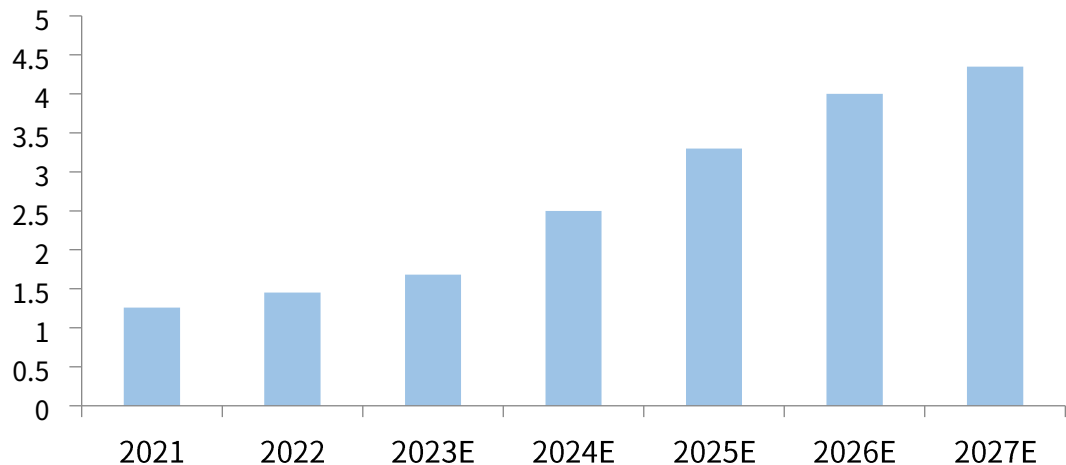
作为低空经济的主导产业，全球无人机产业近年来呈现出高速发展的态势。随着无人机技术的成熟和应用场景的多样化，全球市场对无人机的需求持续增长。中国无人机企业积极开发适应全球市场的多元化应用场景，从消费级无人机到专业级商用无人机，涵盖了航拍、农业监测、物流配送、基础设施检查、安防监控等多个领域。这种多样化的应用场景使得中国无人机产品能够满足不同国家和地区的特殊需求，进一步增强了其全球市场的适应性和竞争力。

中国无人机市场各应用领域占比



2021-2027年全球无人机配送市场规模

单位:十亿/美元





出海优势

成本优势利好行业发展

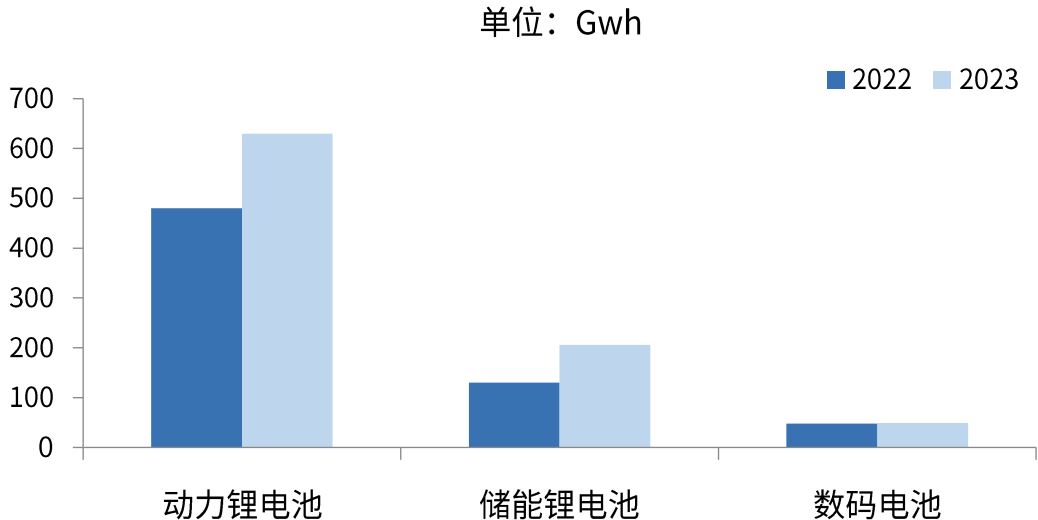
生产成本：中国拥有庞大的制造业基础和完整的供应链，无人机企业能够以较低的价格采购到性能优异的电子元器件，特别是在深圳等电子产业集聚区，无人机的生产可以依托成熟的零部件供应链、先进的制造技术以及充足的人力资源，从而降低生产成本。此外，目前消费级无人机基本全部装配锂电池，而中国的锂电池在性能和价格方面均走在国际前列，成本优势利好行业发展。

规模经济效益：中国无人机企业已经在全球市场上占据了相当大的市场份额，这使得企业能够通过大规模生产来摊薄固定成本，从而进一步降低产品的单位成本。规模经济效应不仅提升了企业的利润率，还使得它们能够在价格竞争中占据有利位置。

无人机市场产业链

电池	点机	结构件	电调	飞行控制	云台/图传
ATI	朗宇	天石达	亚拓	大疆	大疆
格瑞普	信息大	无锡威盛	好盈	零度智控	蜻蜓
德赛电池	亚拓	淄博朗达	花牌	高通	GoPro
倍特力	蝎子	腾碳纤	凤凰	英特尔	Parrot
光宇电池	浩马特	安阳高安	中特为	KDS	BOSCAM

2022-2023中国锂电池细分领域出货量





出海困境

国际市场准入门槛高

不同国家和地区对无人机的监管政策和标准各异，有些国家对无人机的进口、使用和操作制定了严格的规定。这些规定包括对无人机的认证要求、飞行许可的获取、隐私保护、数据安全等方面的限制。中国无人机企业在进入这些市场时，需要投入大量时间和资源来满足当地的合规要求，这增加了进入新市场的难度和成本。

品牌认知与市场竞争

尽管中国无人机企业在技术和价格上具有竞争力，但在全球范围内的品牌认知度和美誉度与知名品牌企业相比仍存在差距。国际市场上的消费者可能更信赖本地或欧美品牌，这给中国企业的市场推广和品牌建设带来了挑战。此外，随着越来越多的国际企业进入无人机市场，竞争日益激烈，如何在众多竞争者中脱颖而出是中国企业面临的关键问题。

国际贸易摩擦

中国与某些国家之间的贸易摩擦和地缘政治紧张局势，也可能对无人机企业的出海构成威胁。例如，某些国家可能会出于政治原因对中国无人机产品采取贸易壁垒、关税限制，甚至是直接的禁令。这种不确定性增加了企业在这些市场的经营风险。





发展趋势

为支撑低空经济的快速发展，相关基础设施建设，如低空飞行管理系统、充电/换电网络、维护保养基地等将得到加强，同时飞行服务标准和安全保障体系也将逐步建立健全

01

微型化

随着技术的进步，微型无人机的发展正在加速。更小型的传感器、电池、处理器等核心组件，使无人机整体体积缩小，重量减轻。微型无人机在军事、侦察、监视和消费市场中的应用潜力巨大，特别是在需要隐蔽性和灵活性的场景中。

02

高速长续航化

为实现更长的续航时间和更高的飞行速度，无人机在能源系统和材料上不断创新。例如，高能量密度电池和轻量化复合材料的应用，使无人机能够在长时间内保持高速飞行。此外，太阳能电池和氢燃料电池等新能源技术也正在推动无人机实现超长续航和远程任务执行。

03

智能化

无人机的智能化主要体现在AI算法的应用上，如自动避障、自动导航、智能跟踪目标等功能。这些技术提升了无人机的自主操作能力，使其可以在复杂环境中完成任务，减少对人工操作的依赖。



Part 05

品牌案例

BRAND CASE



案例一：大疆创新



品牌介绍

大疆创新（DJI）是全球领先的无人机制造商，成立于2006年，总部位于中国深圳。作为无人机行业的先锋，大疆创新凭借其卓越的技术研发能力、丰富的产品线以及强大的市场覆盖力，在全球市场中占据了主导地位。

技术创新

大疆以其卓越的研发能力闻名，持续推出在全球范围内领先的无人机产品和技术解决方案。公司产品线包括消费级无人机、专业影视设备、农业无人机、工业检测无人机等，涵盖多个垂直领域。





案例价值



行业标准的引领者

大疆以其持续的产品创新，确立了无人机行业的标准。公司的成功不仅体现在其产品在市场上的卓越表现，更在于其对整个行业发展方向的深远影响。大疆的产品设计理念、功能特性和用户体验已成为业界的典范，吸引了众多竞争对手的模仿。大疆的品牌价值不仅反映在其市场占有率上，更在于其推动行业向前发展的能力。

全球化战略的成功典范

大疆的全球化品牌战略极具成功性，其产品已经遍布全球100多个国家和地区。通过建立广泛的销售网络和强大的售后服务体系，大疆不仅增强了品牌的国际影响力，还提升了品牌在不同市场中的适应性和竞争力。这种全球化扩展为大疆积累了丰富的跨文化品牌运营经验，成为其他中国品牌“走出去”的典范。





独立站分析



www.dji.com

月访问量

12.54

单位：百万

单次页面访问数

7.31

单位：页

跳出率

38.19

单位：百分比

平均访问时长

03:04

单位：分钟



市场占比



美国

19.78%



英国

16.87%



德国

5.89%



加拿大

4.03%

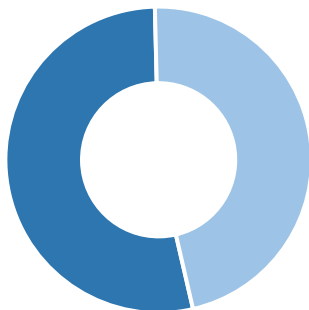


日本

3.65%

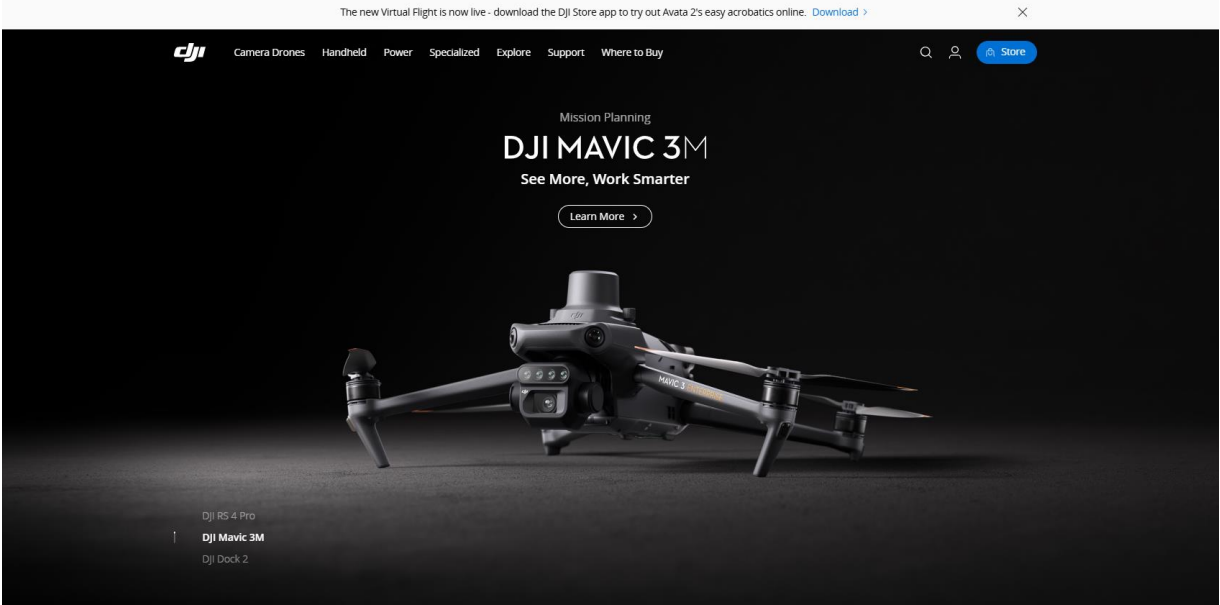


设备分布



移动端 53.22%

桌面 46.78%

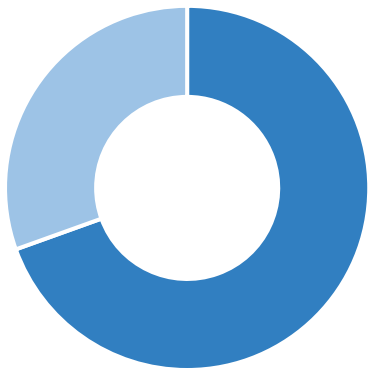




独立站分析



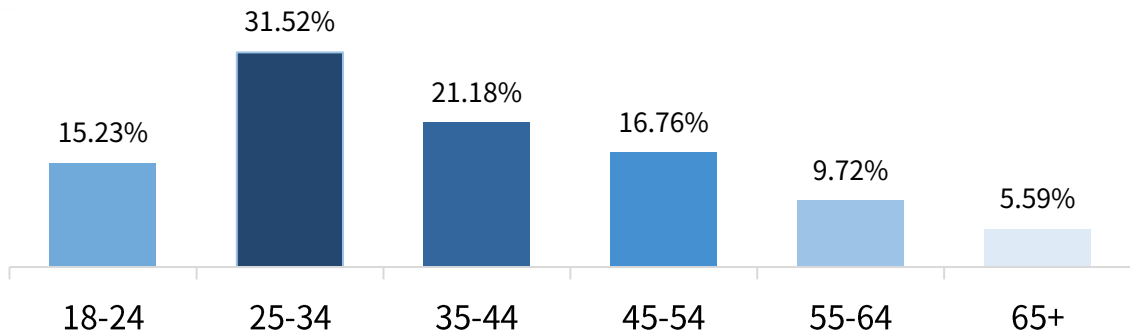
访客性别分布



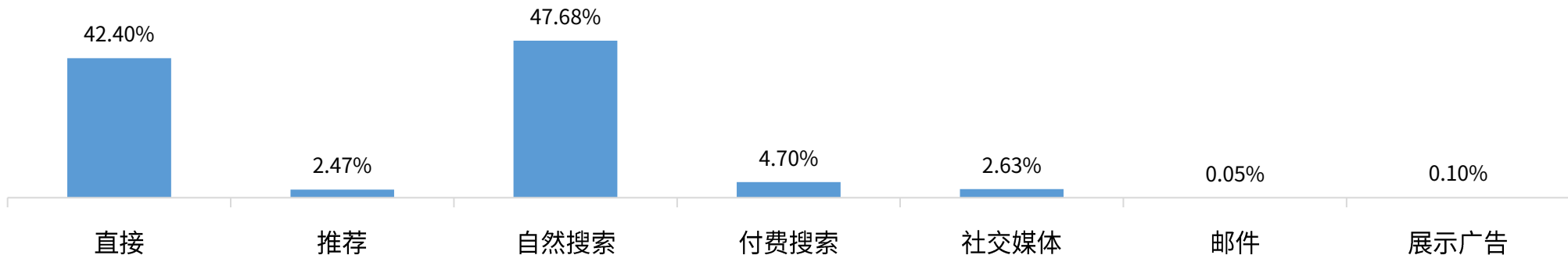
■ 男性 69.52%
■ 女性 30.48%



访客年龄分布



流量来源渠道





全球化布局

大疆的全球化布局依赖于对目标市场的细分和针对性的推广策略。大疆将全球市场分为三个层级：以美国为代表的北美市场（一级市场）、以英国、德国、法国为代表的欧洲市场（二级市场）和以日本、香港、韩国为代表的亚洲市场及澳洲市场（三级市场），针对不同层级的市场特点制定相应的营销策略。在对各市场了解定位后，大疆又针对不同产品和产品用户群体再次分析与定位，如推出企业优惠、教育优惠、会员计划等针对不同用户群体的产品优惠。

社区营销

大疆创新（DJI）的社区营销策略是其品牌成功的重要推动力，通过构建和维护充满活力的用户社区增强了用户粘性，同时，还形成了强大的品牌传播网络。大疆创建了“大疆社区”（DJI Forum）和各类社交媒体群组，为用户提供了分享使用心得、技术讨论和展示作品的平台。年度SkyPixel航拍大赛更是吸引了数万作品参赛。用户在这些平台上可以互相交流飞行经验、展示拍摄作品，并获取专业建议。这种社区互动大大增强了用户对品牌的认同感和忠诚度。





营销解析

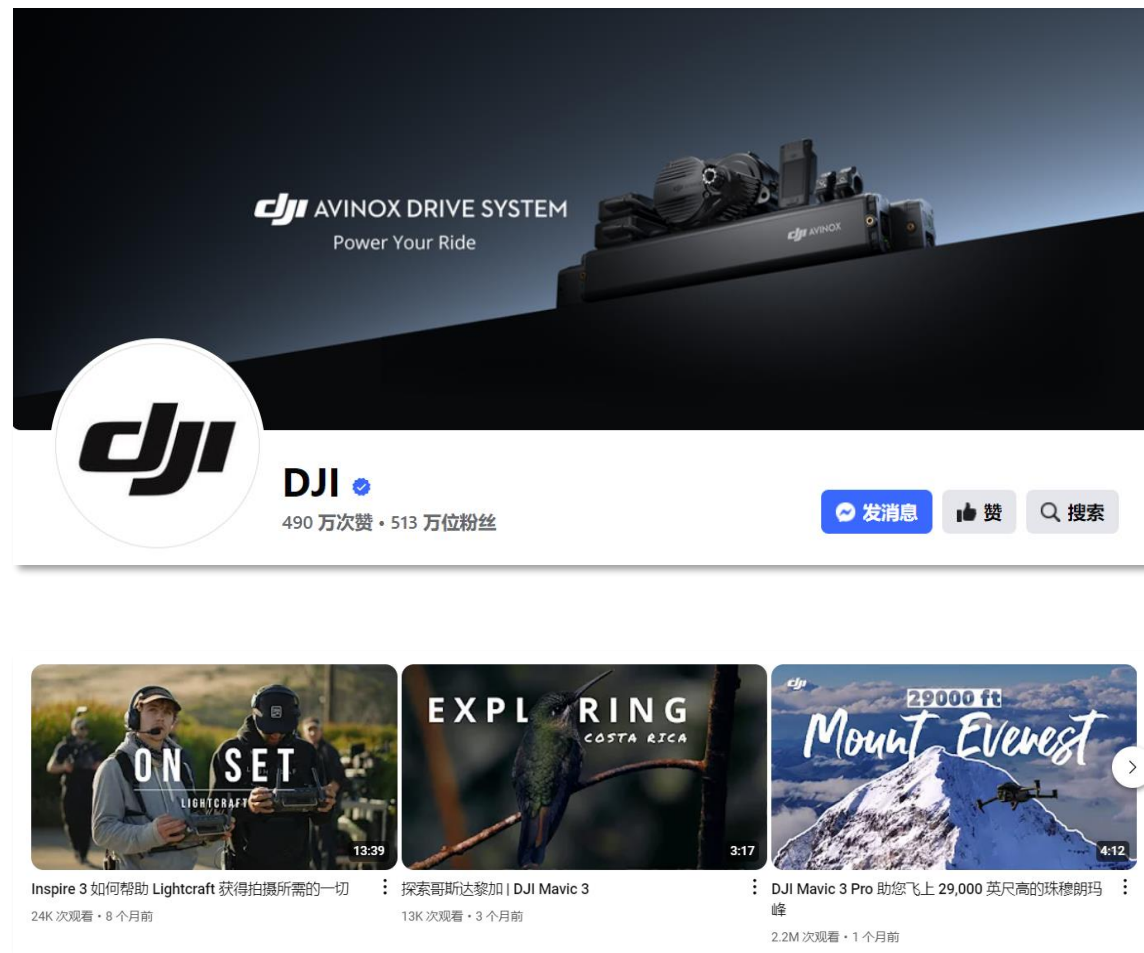
社交媒体与内容营销

通过YouTube、Instagram等平台发布大量高质量的用户生成内容（UGC），这些内容不仅展示了产品的实际应用场景，还激发了潜在用户的兴趣，形成了口碑传播。

提高品牌知名度:抓住视频营销红利,采用视频广告形式,吸引受众,讲述品牌故事;还利用Canvas全屏广告打造直切主题且加载快速的视觉体验,有效传播品牌故事。

增加网站访客:使用Facebook Collection Ad实现网站引流,引导需求转化为销量;线上之外,大疆利用线上活动引导参与线下活动,为线下门店引流,实现线上线下联动。

实现转化和ROI极大化:通过Facebook拆分测试快速了解市场,在进行多方面测试后,快速找到最优转化广告,还根据不同地区特性投放了多重素材。





案例二：鹦鹉

Parrot®

品牌介绍

鹦鹉（Parrot）是一家总部位于法国的科技公司，成立于1994年，以其创新的消费类电子产品而闻名。公司最初专注于开发无线技术，后来逐渐将业务扩展至无人机领域。鹦鹉是全球最早进入消费级无人机市场的品牌之一，以其易于使用和高科技集成的产品迅速获得了市场认可。

产品特点

鹦鹉无人机的设计注重用户体验，产品通常具有轻便、易操作、功能丰富的特点。其产品线包括广受欢迎的Bebop系列、Anafi系列等，这些无人机以便携性、高清摄像头和长续航时间著称。Anafi系列无人机，凭借其4K HDR摄像能力和高效的折叠设计，成为户外摄影爱好者和专业用户的热门选择。





品牌概述



品牌影响力

该品牌凭借其在欧洲市场的优势地位和独特的产品定位，在全球无人机市场中占有一席之地。公司持续推出创新产品，并通过合作和拓展新兴市场，努力增强品牌的全球影响力。

技术创新

该品牌注重技术创新，尤其在图像稳定、飞行控制和自动驾驶技术方面表现突出。其无人机通常配备先进的飞行模式，如自动跟踪、环绕拍摄和路径规划等，方便用户实现复杂的航拍任务。

多元化应用领域

该品牌积极探索农业、测绘和安防等专业应用领域。这种多元化战略不仅拓宽了公司的市场覆盖面，还增强了品牌的抗风险能力。





品牌概述

网站情况

月访问量

16.134

单位：万

单次页面访问数

2.56

单位：页

跳出率

45.19

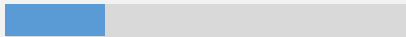
单位：百分比

消费者

该品牌独立站流量主要来源北美与欧洲地区，其中美国占据14.61%的流量份额，为该品牌最大的消费市场。就消费者人口特征而言，该品牌消费者大多为男性，占比为74.75%。25-34岁年龄段为主要消费群体。



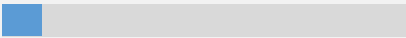
美国 14.61%



法国 12.51%



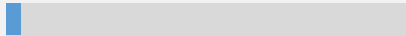
英国 5.72%



奥地利 5.62%



西班牙 5.52%





差异化产品定位

与市场上的其他品牌相比，鸚鵡产品巧妙地定位在消费级和专业级市场之间，专注于为摄影爱好者、户外探险者和入门级无人机用户提供高性价比的产品。该品牌无人机的设计注重便携性、易操作性和多功能性，特别是Anafi系列，以其4K HDR摄像功能和轻量级的折叠设计脱颖而出。通过这些特点，鸚鵡吸引了那些对专业无人机有需求但预算有限的用户群体。

鸚鵡的差异化定位不仅体现在产品功能上，还通过价格策略得以体现，鸚鵡的无人机在价格上更具竞争力，同时保留了许多专业级功能。

内容营销

鸚鵡积极利用社交媒体平台，如Instagram、YouTube和Facebook，通过分享产品演示视频、用户生成内容（UGC）和教程，吸引目标用户的注意力。这种内容营销策略不仅增强了品牌的社交媒体影响力，还通过用户的真实反馈和创作内容，增加了品牌的可信度和吸引力。

该品牌致力于构建与消费者之间的情感连接。让用户在社交平台上分享他们使用该品牌无人机拍摄的照片和视频，品牌对这些内容进行精选并加以推广，进而形成良性的互动循环。





结语

全球无人机市场正迅速发展，技术进步拓宽了其在娱乐、农业、物流、安防和基础设施巡检等多个行业的应用，商业价值不断增长。无人机正朝着微型化、智能化和长续航化方向发展，5G、人工智能、物联网和新能源技术的融合为其提供了实时数据传输、远程控制和持续作业的新动力。

尽管存在法规监管、隐私安全和技术壁垒等挑战，无人机的广泛应用前景依然乐观。随着政府完善监管政策和行业标准的建立，无人机规模化应用的障碍将逐步消减。预计未来无人机将在更多场景中实现创新，提升行业效率，并推动产业变革。

后续我们还将陆续推出更多的市场及行业报告，为各位跨境从业者提供更加深入全面的观察和分析。如果您还想获取更多跨境行业资讯，欢迎扫描下方二维码关注大数跨境公众号，我们会定期分享最新行业信息。

大数一下，马上跨境

想要了解更多研报详情和商务合作，欢迎添加微信咨询

 www.10100.com



合作微信



大数跨境公众号

“让全球消费者爱上中国品牌”的美好愿景
值得我们每个跨境人为之努力。

免责声明：

本内容非原报告内容；

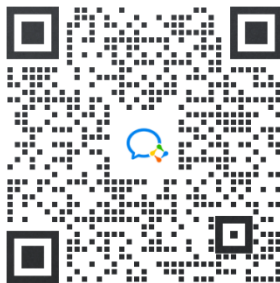
报告来源互联网公开数据；如侵权
请联系客服微信，第一时间清理；

报告仅限社群个人学习，如需它用
请联系版权方；

如有其他疑问请联系微信。



行业报告资源群



微信扫码 长期有效

1. 进群福利：进群即领万份行业研究、管理方案及其他学习资源，直接打包下载
2. 每日分享：6+份行研精选、3个行业主题
3. 报告查找：群里直接咨询，免费协助查找
4. 严禁广告：仅限行业报告交流，禁止一切无关信息



微信扫码 行研无忧

知识星球 行业与管理资源

专业知识社群：每月分享8000+份行业研究报告、商业计划、市场研究、企业运营及咨询管理方案等，涵盖科技、金融、教育、互联网、房地产、生物制药、医疗健康等；已成为投资、产业研究、企业运营、价值传播等工作助手。



关于我们

- 大数跨境来源于世界最大数古戈尔数（GOOGOL），我们旨在成为跨境媒体界的古戈尔数，并探索更大的品牌能级。大数跨境集合了跨境行业优质企业资源，为行业从业者提供真实有效的一线资讯，赋能跨境生态优质发展，为中国出海事业实力护航。
- 全链路的跨境资源整合。运营管理、汇率支付、仓储物流等优质信息都可以在这里找到，大数跨境积极为商家解决出海难题、发掘更多行业机会。
- 高质量的跨境资讯平台。从海外消费趋势解读到行业内容深度洞察，从跨境知识百科到圈内趣闻八卦，大数跨境致力于提供一个全方位、多角度的跨境电商信息集合地。
- 数字化的跨境生态领域。大数跨境始终秉持着“让信息无差共享”的理念，在这里凝聚起出海力量，以期为跨境企业注入出海新动力，为中国电商事业在海外的蓬勃发展贡献新力量。
- 大数一下马上跨境，关注www.10100.com。



合作微信