



Quel avenir pour les lanceurs spatiaux commerciaux en Chine ?

Lucie SÉNÉCHAL-PERROUAULT

► Points clés

- À partir du milieu des années 2010, la libéralisation du secteur des lanceurs fait émerger en Chine une diversité d'entreprises. Ce mouvement procède pour partie d'une volonté d'émuler le *New Space* américain, et d'un enthousiasme pour les entreprises de la *tech*.
- Le maillon provincial est d'une importance cruciale dans cette émergence : les gouvernements locaux sont les interlocuteurs privilégiés des entreprises privées. Main-d'œuvre et financements font l'objet d'une compétition farouche entre participants.
- Le cadre réglementaire central du spatial commercial est initialement flou et exploratoire, la place des lanceurs ambiguë. Ils font l'objet d'une réglementation *ad hoc* à la fin des années 2010, puis, à partir de 2023, d'un soutien politique et d'un encadrement de plus en plus affirmé.
- Aujourd'hui, ces entreprises comptent sur les mégaconstellations pour assurer leur activité. Même si cette demande est réelle, les entreprises de lanceurs ne devraient pas toutes survivre.

Introduction

Le 19 août 2026, un lanceur Zhuque-3 de la société chinoise LandSpace effectue son premier atterrissage à la suite d'un vol orbital¹. Cette première récupération d'étage de lanceur, préalable à des opérations de réutilisation, démontre la maturité des entreprises spatiales privées qui ont émergé en Chine depuis plus d'une décennie.

La libéralisation du secteur des lancements spatiaux s'inscrit dans le cadre du « spatial commercial » (商业航天 *shangye hangtian*), terme qui se popularise en République populaire de Chine (RPC) au milieu de la décennie 2010. Ce « spatial commercial » chinois recouvre toutes les filières amont et aval : lanceurs, satellites, services. D'après les chiffres officiels, on y compterait aujourd'hui quelque 600 entreprises². En 2025, le secteur aurait affiché une croissance de 20 % et levé 2,28 milliards d'euros de fonds³. Le segment des lanceurs n'en forme qu'une fraction : une vingtaine d'acteurs, dont huit seulement ont atteint l'orbite. C'est un ensemble restreint, très consommateur de capital et très visible.

Si la vision selon laquelle il s'agit d'un projet exclusivement orchestré par l'État central est répandue parmi les observateurs internationaux, l'émergence de lanceurs commerciaux en RPC est en fait un phénomène multifactoriel⁴. Il est porté par l'internationalisation du phénomène du *New Space* venu des États-Unis et galvanisé par les premiers essais réussis du lanceur Falcon 9 de l'entreprise privée SpaceX, qui ont encouragé les initiatives privées dans ce secteur en Chine. Les provinces chinoises ont accompagné cette dynamique, initialement guidée par des orientations floues et exploratoires, puis progressivement encadrée par l'État central, soucieux d'en assurer la cohérence. La pérennité de cette industrie émergente dépend désormais de la demande de lancements pour les projets de mégaconstellations, qui demeure incertaine.

Comment la Chine cherche-t-elle à transformer une expérimentation entrepreneuriale et décentralisée du lancement spatial commercial en une industrie à la fois compétitive, viable et alignée sur ses priorités stratégiques ?

1. C. Cameron, « China Successfully Lands its Zhuque-3 rocket, Rivaling Blue Origin and SpaceX », *Scientific American*, 19 août 2026, disponible sur : www.scientificamerican.com.

2. « L'agence spatiale chinoise crée un nouveau département chargé de superviser le secteur spatial commercial », *Xinhuanet*, 29 novembre 2025, disponible sur : english.news.cn.

3. « Rapport : La taille de l'industrie commerciale spatiale chinoise atteindra 2 500 à 2 800 milliards de yuans (RMB) en 2025 » [报告：2025 年中国商业航天产业规模达到 2.5-2.8 万亿元], *Guandian*, 26 décembre 2025, disponible sur : www.guandian.cn.

4. Voir par exemple : K. Walsh, I. Christensen et B. Ronci, « Lost Without Translation: Identifying Gaps in U.S. Perceptions of the Chinese Commercial Space Sector », Secure World Foundation et Caelus Foundation, février 2021.

Émuler le *New Space* : les nouveaux acteurs chinois du lancement spatial

Le choc SpaceX

Avant la mise en service du Falcon 9 de l'entreprise américaine SpaceX, les lanceurs chinois Longue Marche constituaient l'offre la moins chère au monde, bien qu'ils fussent privés de la majeure partie du marché international en raison des contrôles d'exportation américains.

Inspirée par le *New Space* américain, la première génération de fondateurs d'entreprises privées quitte les entreprises d'État (*state-owned enterprises*, SOE), rêvant d'incarner l'« Elon Musk chinois⁵ ». Ils sont également intéressés par la perspective de gains économiques rapides, nourris par les *success stories* dans d'autres domaines de haute technologie en Chine (e-commerce, smartphones...). Les acteurs du spatial commercial sont aussi fortement motivés par la possibilité de travailler sur des technologies innovantes, alors que les SOE sont réputées davantage averses au risque.

Les entreprises privées bénéficient en 2014 de signaux d'ouverture du gouvernement central, condition *sine qua non* à leur création. Les dispositions réglementaires sont néanmoins timides et particulièrement ambiguës sur les lanceurs. Il convient donc d'insister sur l'importance de la dimension « *bottom-up* » du phénomène à ses débuts, promue par des entrepreneurs ambitieux⁶.

Trois types de nouveaux acteurs

Les SOE constituent le modèle « traditionnel » de l'industrie spatiale chinoise. Ses deux piliers sont la CASC (China Aerospace Science and Technology Corporation) et la CASIC (China Aerospace Science and Industry Corporation).

À leurs côtés apparaissent au cours des années 2010 trois nouveaux types d'entreprises se positionnant sur le segment des lanceurs : des *start-up* privées, des *spin-off* d'entreprises d'État, nominalement distincts de leurs maisons-mères, et une entreprise mixte cofinancée par les laboratoires de la Chinese Academy of Sciences (CAS), principale institution de recherche du pays⁷.

5. I. Liu *et al.*, « Evaluation of China's Commercial Space Sector », Institute for Defense Analyses Science & Technology Policy Institute, 2019, p. 22.

6. Cette dimension a été soulignée lors des entretiens de terrain menés par l'auteurice auprès de professionnels du secteur en Chine en 2023-2024.

7. *Ibid.* ; L. Sénéchal-Perrouault, « A Chinese New Space? Commercial Launch Enterprises within National Economic Reform », *Entreprises et histoire*, vol. 102, n° 1, 2021 ; H. Yuexia *et al.*, « A PIE Analysis of China's Commercial Space Development », *Humanities and Social Sciences Communications*, vol. 10, n° 1, 2023. La typologie peut aussi comprendre les grands groupes privés diversifiant leurs activités vers le spatial, catégorie d'entreprise qui, jusqu'à présent, n'est pas représentée pour les lanceurs.

Les nouveaux acteurs chinois du lancement spatial

Spin-off d'entreprises d'État	Expace (filiale de la CASIC) ; China Long March Rocket (CLMR, filiale de la CASC) ; China Aerospace Commercial Launcher (filiale de la CASC)
Entreprise mixte cofinancée par des laboratoires de la CAS	CAS Space
Start-up privées ayant atteint l'orbite	LandSpace, iSpace, Galactic Energy, Space Pioneer, OrienSpace

Source : L. Sénéchal-Perrouault, « Commercial Space in China: Policies, Market and Discourses in the Launch Sector – A Puzzle Rather Than a Masterplan », thèse de doctorat, EHESS, 2025.

Une première vague de *start-up* privées se forme à partir de 2015, avec notamment LandSpace (2015), OneSpace (2015), iSpace (2016) et Galactic Energy (2018). Les *spin-off* de SOE sont établis à partir de 2016 : ExPace (2016), China Long March Rocket (CLMR, 2016), China Aerospace Commercial Launcher (2024). L'entreprise mixte CAS Space est fondée en 2018, suivie d'une nouvelle génération de *start-up* privées dont Space Pioneer (2019) et OrienSpace (2020).

Dans le domaine des lanceurs, les entreprises privées et CAS Space développent leurs propres systèmes, avec ou sans achats « sur étagère » de composants auprès des SOE et d'autres entreprises privées. De leur côté, les *spin-off* de la CASC et de la CASIC se destinent plutôt à commercialiser des modèles développés par leurs entreprises mères respectives. Ces trois types d'entreprises présentent des différences fondamentales en matière de financement.

Lors de leur création, les *spin-off* d'entreprises d'État ExPace et CLMR sont de loin les mieux dotés. Détenus à l'origine en majorité par leurs entreprises mères, CASC et CASIC⁸, ils ont bénéficié d'un accès privilégié aux fonds guidés⁹ de niveau national, tels que le National Military-Civil Fusion Industry Investment Fund, soutien dont n'ont pas bénéficié à leurs débuts les *start-up* privées.

Structure mixte et modèle unique dans le paysage des nouvelles entreprises de lanceurs, CAS Space connaît à sa création un financement partagé entre une majorité d'instituts de la CAS et une petite part de capital-risque. Elle prévoit désormais une introduction en Bourse.

8. L. Sénéchal-Perrouault, « Commercial Space in China: Policies, Market and Discourses in the Launch Sector – A Puzzle Rather Than a Masterplan », thèse de doctorat, EHESS, 2025. En 2023, ExPace, *spin-off* de la CASIC qui commercialise les lanceurs solides Kuaizhou, avait un capital enregistré de 860 millions de RMB (env. 112 millions d'euros), soit plus de 6,5 fois supérieur à la moyenne de celui des *start-up* privées à la même époque.

9. Les fonds guidés sont des fonds d'investissement créés par l'État (central ou local), dans lesquels il conserve une part minoritaire pour attirer et « guider » les capitaux privés vers des secteurs jugés prioritaires.

Les *start-up* privées, quant à elles, reposent majoritairement sur l'apport de leurs fondateurs et des cadres dirigeants, avant de se diversifier vers le capital-risque et une participation minoritaire de fonds provinciaux. Elles sont toutefois de mieux en mieux dotées : en 2025, les fonds levés par les seules entreprises privées de lanceurs auraient atteint un milliard d'euros¹⁰. Cinq d'entre elles (iSpace, LandSpace, Space Pioneer, Galactic Energy et OrienSpace) ont annoncé un projet d'introduction en Bourse en 2025-2026, à la faveur d'assouplissements réglementaires des places de Shanghai et de Hong Kong. La R&D des lanceurs étant très consommatrice de capital, leur entrée en bourse ouvre la perspective de nouvelles ressources, notamment pour financer le développement de lanceurs réutilisables.

Cette course aux financements, en parallèle de la course à la technologie, prend néanmoins des allures de bulle spéculative selon des professionnels du secteur¹¹. L'émulation du modèle américain nourrit ici une mode et la médiatisation de l'entrée en bourse de SpaceX l'accentue. Ainsi, iSpace, qui a pourtant connu quatre échecs sur ses huit lancements, a levé plus de 700 millions d'euros¹² entre septembre 2025 et février 2026, avant d'annoncer une nouvelle levée visant 890 millions d'euros mi-avril¹³. Les investisseurs institutionnels et de capital-risque en Chine sont friands d'entreprises de nouvelles technologies, particulièrement dans un domaine aujourd'hui clairement encouragé par l'État central. Un cadre d'une SOE estime¹⁴ que ces investisseurs seraient en quête de nouveaux débouchés pour leurs capitaux dans le sillage de l'éclatement de la bulle immobilière en 2020-2021.

Des relations complexes entre acteurs traditionnels et nouveaux venus

La montée en puissance des start-up face aux spin-off d'entreprises d'État

En juillet 2026, les lanceurs commercialisés par les SOE conservent une avance technique sur ceux des *start-up*. Le lanceur LM10B, développé par la CASC et qui a effectué la première récupération réussie du premier étage en Chine le 10 juillet 2026, fait désormais partie du catalogue de China Long March Rocket.

Les *start-up* ne se laissent pas distancer pour autant. La *start-up* LandSpace et l'entreprise mixte CAS Space offrent ainsi des exemples marquants. Le 25 décembre 2025,

10. B. Curcio, « Chinese Space Financing Goes Mainstream », *The China Space Monitor*, 2 octobre 2025, disponible sur : chinaspacemonitor.substack.com.

11. Entretien de l'autrice avec différents professionnels du secteur (3) à Pékin en janvier-février 2026.

12. Li Qiaoyu, « L'investissement financier dans le spatial commercial reste dynamique » [商业航天领域投融资持续活跃], *Securities Times*, 30 septembre 2025, disponible sur : stcn.com.

13. A. Jones, « China's iSpace Raises First Batch of Series E Funding for Reusable Rocketry », *SpaceNews*, 11 août 2026, disponible sur : spacenews.com.

14. Entretien de l'autrice avec un cadre d'une SOE spatiale, à Pékin, en mars 2026.

LandSpace a testé sa fusée réutilisable en acier inoxydable Zhuque-3 : le deuxième étage a atteint l'orbite, tandis que l'atterrissage du premier étage a échoué. Un demi-succès qui a cependant permis de valider des technologies clés, avant de réussir à récupérer l'étage en août 2026. LandSpace avait déjà réalisé en 2023 le premier vol mondial d'une fusée à méthane (moteurs Tianque), tandis que son moteur Lanyan à cycle FFSC (*full-flow staged combustion*), comparable au moteur Raptor de SpaceX, a été testé avec succès en mars 2026. LandSpace a vu sa demande d'introduction en Bourse sur le STAR Market de Shanghai acceptée fin décembre 2025, pour un montant de 953 millions d'euros.

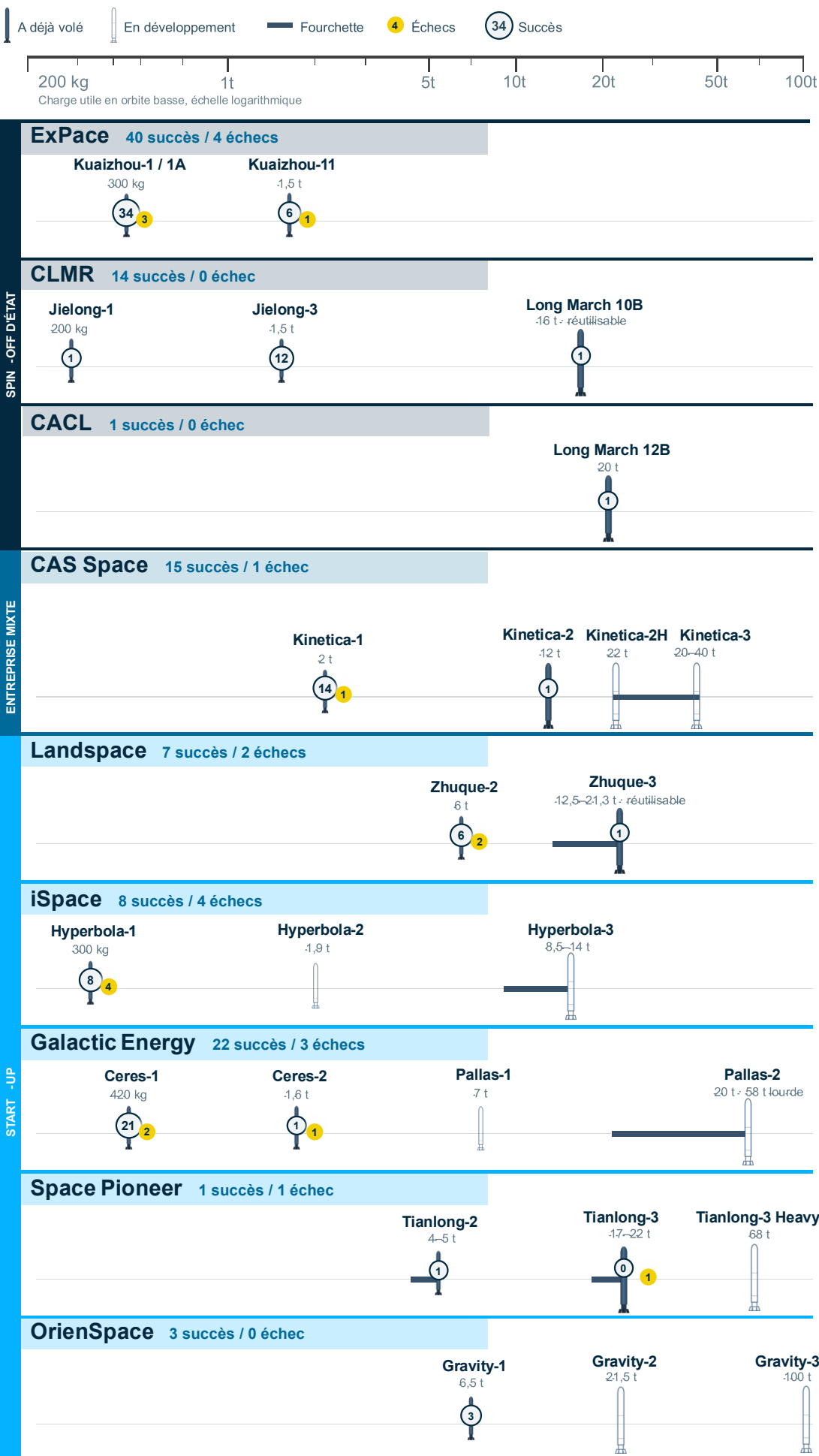
CAS Space cumule quant à elle un taux de succès de 100 % sur son lanceur solide Kinetica-1, qui détient le record chinois de satellites placés en orbite en une seule mission, avec 26 charges utiles. CAS Space est par ailleurs impliqué dans le programme chinois de vol habité et a d'ores et déjà signé des contrats avec des clients étrangers¹⁵. Fin mars 2026, le vol inaugural de son lanceur liquide Kinetica-2 a emporté la capsule cargo Qingzhou, dont l'objectif à terme sera de ravitailler la station spatiale Tiangong. L'entreprise a déposé une demande d'introduction en Bourse sur le STAR Market en mars 2026 pour 556 millions d'euros¹⁶.

Parmi les autres acteurs en pointe figurent Galactic Energy, en tête pour le nombre de lancements (23 vols entre 2020 et 2026), et OrienSpace, qui a construit le lanceur à propulsion solide doté de la plus importante capacité d'emport au monde : 6,5 tonnes en orbite basse.

15. « Rêver de l'univers, connecter la Chine et l'Afrique. CAS Space contribue à la construction du corridor spatial des nouvelles routes de la soie » [逐梦寰宇，联通中非。中科宇航助力“一带一路”太空通道建设], CAS Space, 27 mai 2026, disponible sur : www.cas-space.com.

16. Z. Shuxian, « La Bourse de Shanghai accepte la demande d'IPO de CAS Space sur le STAR Market – le leader des fusées commerciales accélère sa capitalisation » [上交所受理中科宇航科创板 IPO 申请 商业火箭龙头加速资本化进程], *Securities Times*, 31 mars 2026, disponible sur : www.stcn.com.

LANCEURS COMMERCIAUX CHINOIS



SOE et nouveaux entrants : rivalités de principe, coopération de fait

Traditionnellement, les SOE considèrent avec suspicion, voire dédain, l'émergence des acteurs privés, ce qui ne va pas sans masquer une fébrilité grandissante à l'égard de cette nouvelle concurrence.

Les *spin-off* de SOE ExPace (CASIC) et China Long March Rocket (CASC) bénéficient au départ d'avantages considérables : ressources humaines hautement qualifiées, technologies matures, financements assurés, accès facilité aux carnets de commandes institutionnels. L'entreprise mixte CAS Space bénéficie également de transferts de technologie et d'un soutien institutionnel incomparables à ceux des *start-up* privées. Pourtant, le rythme de progression des *start-up* inquiète aujourd'hui les acteurs établis : lors d'une conférence en avril 2026, un employé de la CASC confiait l'anxiété croissante du groupe face à la vitesse de développement des entreprises privées et mixtes¹⁷.

Il devient dès lors légitime de se demander quel modèle d'entreprise l'emportera sur le marché des lanceurs commerciaux. Certaines entreprises privées et mixtes rattrapent leur retard sur les modèles réutilisables innovants, mais les premiers essais sont trop récents et trop peu nombreux pour permettre un bilan à ce stade. La compétitivité dépend par ailleurs de facteurs politiques : cadre réglementaire, accès à la commande publique, accès aux pas de tir, entrent politique, etc. Ces facteurs, historiquement à l'avantage des SOE, sont aujourd'hui en pleine mutation.

La main-d'œuvre constitue un autre point de friction dans cette rivalité. Les *start-up* privées, souvent fondées par d'anciens cadres des SOE, en « excavent » (挖掘) les talents : le débauchage de Zhang Xiaoping de l'Institut de recherche sur la propulsion aérospatiale de Xi'an par LandSpace en 2018, pour un salaire huit fois supérieur, a ainsi fait scandale¹⁸. La CASC et la CASIC emploient en effet chacune autour de 150 000 employés. Pour des scientifiques tels que Zhang Xiaoping, les grilles de salaire sont celles du fonctionnariat, comparativement basses par rapport au secteur privé de la *tech*. Pour les jeunes diplômés, à rémunération comparable, la carrière peut être plus rapide et plus axée sur la performance dans les *start-up*, en contrepartie d'horaires allongés et d'une moindre sécurité de l'emploi¹⁹.

Ces rapports de force et rivalités apparaissent néanmoins de principe. Ils révèlent des différences d'identité et des intérêts conflictuels entre les différents types d'entreprises, mais n'empêchent pas de multiples coopérations commerciales. Les nouveaux venus achètent aux groupes d'État des pièces et sous-systèmes, à commencer

17. China Space Conference à Chengdu, 24 avril 2026.

18. J. Deville et G. Thibault, « La guerre des talents aura-t-elle lieu ? Panorama des enjeux humains dans l'essor du spatial chinois », *Monde chinois*, n° 64, octobre 2020.

19. Entretien de l'autrice avec un chercheur d'un centre de recherche rattaché à la CAS, à Pékin, en avril 2024.

par les moteurs : CAS Space et Space Pioneer ont ainsi acquis leurs YF-102 auprès de la CASC, qui a même ouvert, en avril 2025, une plateforme en ligne de vente de composants aux entreprises commerciales²⁰. De récentes évolutions réglementaires poussent d'ailleurs vers davantage de coordination entre les SOE et les entreprises privées.

Plutôt qu'une grande stratégie, un encadrement décentralisé et progressif

Les provinces : catalyseur de la concurrence... et des surcapacités

L'État central fixe les grandes orientations industrielles, au sein desquelles le spatial commercial est progressivement devenu une priorité, mais il n'interagissait à l'origine pas directement avec ces entreprises. Les provinces chinoises, qui disposent de leurs propres canaux de financement, cherchent à attirer les *start-up* les plus prometteuses afin de développer leur industrie de haute technologie et redorer leur blason auprès du pouvoir central. Les gouvernements provinciaux attirent ainsi les nouvelles entreprises du spatial *via* des zones de développement et d'innovation²¹. Ils prennent des parts minoritaires dans leur capital et leur apportent un soutien notable à travers du foncier ou des exemptions fiscales.

Les entreprises de lanceurs commerciaux se tournent vers les provinces proposant les politiques les plus avantageuses, notamment en termes d'infrastructure et de politique fiscale, telles que le Shandong, le Guangdong (Canton) et le Zhejiang. En retour, ces dernières cherchent à identifier les entreprises prometteuses ou accomplies, celles-ci étant devenues des atouts stratégiques dans la compétition territoriale. Attirer une pépite du spatial commercial, c'est à la fois nourrir l'écosystème industriel local de haute technologie et envoyer un signal positif au pouvoir central. En effet, les cadres provinciaux sont soumis à un système d'évaluation de performance pour lequel comptent la mise en œuvre de politiques encouragées par Pékin et l'implantation d'entreprises de haute technologie sur leur territoire.

L'économie politique de la concurrence interprovinciale crée une incitation puissante à l'action rapide, mais pas à la coordination. Comme le résumait un cadre d'une entreprise de satellites : « Maintenant, il y a un spatial commercial par province. Celles qui n'en font pas ont l'impression de rater le coche.²² »

20. « Le premier "supermarché" pour tout le pays et toute la chaîne d'approvisionnement industrielle des satellites commerciaux mis en ligne depuis Hangzhou » [全国首个商业卫星全产业链“超市”在杭上线], *Xinhuanet*, 19 avril 2025.

21. P. Cho, « Chinese Commercial Rocket Networks Connect Urban Aerospace Agglomerations », *Astropolitics*, n° 23, 2025.

22. Entretien de l'autrice avec un cadre d'une entreprise de satellites mixtes, à Pékin, en mai 2023.

Explorer, corriger, encadrer : un rôle progressif de l'État central

On peut identifier trois temps dans l'évolution du cadre réglementaire. Dès 2014, le gouvernement a adopté une approche exploratoire faiblement encadrante, en encourageant la diversification des capitaux et des modèles d'entreprise dans le spatial à travers des textes programmatiques de large portée. Pékin privilégie ensuite, à partir de 2019, une approche ciblée en mettant l'accent sur les domaines spatiaux jugés les plus critiques, notamment les lanceurs et les petits satellites. Enfin, à partir de 2023, les entreprises spatiales privées et mixtes commencent à bénéficier d'un soutien politique visible et d'un encadrement réglementaire plus affirmé.

La réglementation sur les lancements commerciaux est tardive au regard du développement des entreprises²³. Ce n'est qu'en 2019 que l'industrie des lanceurs fait l'objet d'un règlement d'application direct, alors que plus de dix entreprises étaient déjà établies (les premières ayant été fondées en 2015) et après que LandSpace et OneSpace ont réalisé leurs premiers essais. Les juristes chinois décrivent un cadre inadapté²⁴ : une multitude de textes programmatiques de faible force contraignante et une loi spatiale en discussion depuis le début des années 2010, sans résultat concret. Un cadre d'une entreprise privée de lanceurs résumait en 2023 : « L'État a encouragé le spatial commercial sans dire quoi ni comment ; nous ne savions pas ce qui était autorisé.²⁵ » Ce flou a toutefois permis une grande flexibilité d'interprétation, propice au foisonnement d'initiatives privées et mixtes.

Une série de textes signale désormais un encadrement renforcé. En mars 2024, puis l'année suivante, le spatial commercial est mentionné dans le *Rapport d'activité du gouvernement central* parmi les « nouvelles forces productives de haute qualité », aux côtés de l'Intelligence artificielle (IA), des biotechnologies et des semi-conducteurs²⁶. Ce label marque un changement de statut, l'intégrant à une stratégie prioritaire. En 2025, l'agence spatiale chinoise (CNSA) publie deux textes : un *Avis* renforçant les obligations de sécurité (évaluation indépendante avant les lancements, « retour à zéro » obligatoire après un échec, responsabilité pénale possible en cas de manquement) et un *Plan d'action* pour un développement « sûr et de haute qualité », assorti de la création d'un bureau dédié au sein de l'agence.

23. L. Sénéchal-Perrouault, « Chinese Commercial Space Launchers: Historical Perspective; Policy Framework », *Space Policy*, n° 66, 2023.

24. F. Guodong, « Discussing the Construction of China Commercial Space Legal System » [论中国商业航天的法律体系构建], *China Aerospace*, n° 9, 2017 ; G. Guozhu, « An Analysis of the Domestic Legal Situation Based upon the Legislation of China's Space Law » [我国航天立法所依托的国内法律环境分析], *Journal of Northwestern Polytechnical University (Social Sciences)*, n° 4, 2019.

25. Entretien de l'autrice avec des employés d'une *start-up* de lanceurs privés, à Pékin, le 8 mai 2023.

26. Rédigé sous la supervision du Premier ministre qui le présente à l'Assemblée nationale populaire lors des deux sessions, ce rapport est un document de très haut niveau. Il synthétise à partir des rapports des gouvernements provinciaux les principales tâches de l'année écoulée ainsi que les priorités pour la suivante.

Ces initiatives traduisent une nouvelle étape : le spatial commercial étant désormais défini comme un secteur prioritaire stratégique, il s'agit entre autres d'orienter de nouvelles subventions tout en accordant un plus large accès aux programmes et infrastructures étatiques. Le spatial commercial chinois est ainsi passé d'une expérimentation en marge des programmes nationaux à une composante de la stratégie spatiale du pays.

La pérennité de ces entreprises se joue désormais sur un point : existe-t-il une demande suffisante pour les faire vivre ? Le marché des lancements reste limité et institutionnellement segmenté. Les satellites issus de commandes locales peuvent voler sur des lanceurs privés, tandis que les charges nationales sont jusqu'ici demeurées réservées aux SOE. La demande organique étant donc limitée, les mégaconstellations font figure de planche de salut.

La Chine a annoncé en avril 2021 le développement de la constellation Guowang, avec un objectif de 13 000 satellites en orbite basse, soit 1 000 de plus que la cible initiale de Starlink. Un second projet de mégaconstellation a émergé en parallèle, Qianfan, financé par la CAS et la municipalité de Shanghai, avec un objectif de 15 000 satellites. Les lancements des deux entreprises se talonnent, Qianfan ayant une légère avance avec 238 satellites en orbite début juillet 2026, contre 175 pour Guowang. Le marché chinois de l'orbite basse pourrait atteindre jusqu'à 50 000 satellites au cours de la décennie 2030, d'après les estimations récentes du Mercator Institute for China Studies²⁷.

Même si cette demande se matérialise, elle ne suffira sans doute pas à faire vivre les huit sociétés ayant atteint l'orbite et leurs dizaines d'émules. À l'image d'autres secteurs de haute technologie en Chine (photovoltaïque, automobile, IA, robotique), une consolidation paraît inévitable, d'où pourraient émerger quelques champions nationaux.

Pour les entreprises de lanceurs commerciaux, les défis sont multiples. D'abord, maîtriser la technologie du réutilisable, sans laquelle les coûts de lancement resteront prohibitifs. Ensuite, construire un modèle économique viable, alors que la quasi-totalité des acteurs sont encore déficitaires et dépendent de financements extérieurs. Enfin, trouver leur place dans un écosystème ultra-compétitif. Les entreprises privées devront démontrer leur fiabilité sur un marché où les commandes sont largement pilotées par l'État et les opérateurs historiques. Pour les *spin-off* de SOE, l'enjeu est tout aussi aigu : héritiers d'un système pensé pour la planification, ils devront prouver leur viabilité commerciale, ou se contenter d'un rôle de vitrine commerciale. CAS Space, qui adopte une stratégie offensive sur les marchés internationaux, semble en bonne position pour incarner une troisième voie.

27. A. Junusova, R. Arcesati et A. Hmaid, « Orbital Geopolitics: China's Dual-Use Space Internet », Mercator Institute for China Studies, 2026 ; J. Congram, « China's Megaconstellation Mega Article », *China in Space*, mis à jour le 12 mars 2026, disponible sur : www.china-in-space.com.

Conclusion

Le développement des lanceurs commerciaux chinois résulte donc moins d'un grand plan étatique initial que d'une dynamique entrepreneuriale progressivement reprise en main par Pékin. L'ouverture aux acteurs privés ainsi que la concurrence entre entreprises et provinces ont permis d'accélérer l'innovation, mais ont aussi produit une offre aujourd'hui trop fragmentée au regard de la demande.

La prochaine étape pourrait être celle d'une consolidation. En renforçant son soutien et son encadrement, l'État central cherche désormais à sélectionner les entreprises capables de devenir des champions du spatial commercial. La Chine semble ainsi s'orienter vers un modèle poussant à une concurrence suffisamment forte pour stimuler l'innovation, mais suffisamment encadrée pour aligner les entreprises survivantes sur les priorités stratégiques de l'État.

Lucie Sénéchal-Perrouault, docteure du Centre Alexandre Koyré (CNRS-EHESS), est chercheuse spécialisée dans les politiques spatiales chinoises.

Comment citer cette publication :

Lucie Sénéchal-Perrouault, « Quel avenir pour les lanceurs spatiaux commerciaux en Chine ? », *Briefings de l'Ifri*, Ifri, 30 septembre 2026.

ISBN : 979-10-373-1277-8

Les opinions exprimées dans ce texte n'engagent que la responsabilité de l'autrice.

© Tous droits réservés, Ifri, 2026

Couverture : Stand de la région du Sichuan au China Space Conference 2026 à Chengdu, de gauche à droite, maquettes des modèles développés par Spark Aerospace ; Galactic Energy (Pallas-1 ; Ceres-2 ; Ceres-1) et iSpace (variantes Hyperbola-3 et Hyperbola-1) © Lucie Sénéchal-Perrouault



27 rue de la Procession
75740 Paris cedex 15 – France

Ifri.org

