



1961年4月，国际通信卫星组织通过美国马丁公司的运载火箭，将商业卫星送入轨道，商业航天发射市场的序幕就此拉开。19年之后的1980年3月，世界第一家商业航天发射服务公司欧洲阿里安空间公司成立，它的幕后支持者是欧洲航天局。美国指了个方向，欧洲开了头，商业航天发射的赛道上慢慢就热闹起来，20世纪80年代后期，中国、俄罗斯、乌克兰等国带着自己的运载火箭相继加入。

商业航天发射市场的规模非常小，但新型运载火箭的研制却需要海量烧钱。在经历了阿波罗计划后钱袋子逐渐缩紧的美国政府意识到，如果只靠自己的力量，很难在太空领域保持领先。于是，他们想出了一个办法，就是让私营公司也参与太空活动，帮助政府发射卫星、运送物资等。这样一来，既可以节省政府的开支，又可以提高效率和创新

新能力。

为了实现这个目标，美国政府出台了一项法律，叫做《空间商业发射法案》。这项法律规定，私营公司可以申请发射火箭，并且政府会给予他们一定的资金和技术支持。这是世界上第一个鼓励商业航天发展的法律，也是美国商业航天的起点。

2011年，美国退役了所有的航天飞机，结束了30年的载人航天时代。此后，美国宇航员只能依靠俄罗斯的联盟号飞船进入国际空间站。为了摆脱对俄罗斯的依赖，美国政府加大了对商业航天的支持力度，并启动了一系列计划，如商业轨道运输服务计划（COTS）、商业补给服务计划（CRS）和商业乘员开发计划（CCDev）。这些计划的目的是让私营公司开发能够运送货物和人员到国际空间站的飞船和火箭，并且由政府购买他们提供的服务。

私人资本于是蜂拥而入，其中，

上图：Space X给商业航天发射市场带来了极大的冲击，开始引领国际商业航天发射市场的潮流。

真正给美国及国际商业航天发射服务市场带来冲击的是马斯克的Space X公司，而其能迅速打破传统航天巨头垄断的秘诀，就是低价。自从获得第一个订单后，Space X公司每千克载荷的发射价格最高不超过7500美元，是所有在役运载火箭中最低的，其中“猎鹰”重型最低仅有“飞马座”XL的1/26。

Space X每次发射的最高报价为6000万美元，波音和洛克希德·马丁公司组建的美国联合发射联盟每次发射的价格为4.35亿美元，两者相差至少6倍。连以价格厚道的欧洲阿里安空间公司和俄罗斯国际发射服务公司，在Space X面前也毫无战斗力，两家公司的报价在1亿美元到2亿美元之间，是Space X的1.67到3.3倍。

Space X拿到第一笔订单后仅仅1年，新签订的商业卫星发射订单量，就从零变成占据国际商业航天发射