1. 为什么从Motorola、Microsoft、Google、FaceBook、SpaceX等先驱公司都曾提出并实践过卫星接入网络呢？
2. 卫星互联网是一个非常重大的商机，可以服务很多其它传输媒介覆盖不到的地区和情景。就拿spaceX和亚马逊的竞争来举例，他们都将自己的服务对象设置在了美国那些上网困难的地区，比如山区，郊野村落，飞机上，海洋中等等。在这些地方，使用其他传输媒体十分困难，而卫星通信的广阔的覆盖区域可以解决这一难点。事实上，在很多地方都有这样的上网需求，这也给先驱公司们带来了商机。对于发展中国家来说，互联网接入的比例可能不足50%，这也是一大商机。
3. 互联网卫星是一种新型技术，具有独特优势。它代表了未来网络发展的技术，率先掌握并将其实践就相当于领先于他人。卫星互联网相比于其他传输媒体具有自己独到的特点和优势，比如：广覆盖、低成本、可以广播、可以同时传播、可以远距离传播。这也是为什么先驱公司们会致力于其发展的原因之一。
4. 卫星互联网是有限资源，具有重要战略意义。低轨道卫星通信技术的发展带来了对近地空间资源的争夺，因为更多的卫星势必使得空间更加的拥挤，正如中国财新网引述一位学者的话说“中国在卫星互联网方面的起步太慢了，其它国家早就行动起来了。所以我们不能再等待，毕竟轨道和频谱的资源都是有限的”。率先发展卫星互联网不仅可以使自己的公司获得更多的商业价值，谋取更多的利润，更重要的是在战略意义上也可以发挥出巨大的作用，因为卫星互联网牵扯到互联网的未来和对网络的控制，从国家战略角度出发，如果网络的传输受制于人，不仅仅会造成生产力落后，更有可能连国家的信息安全、国民的日常通信都会受制于他人。总而言之，正因为卫星互联网的广阔前景和其有限的空间资源使得各大先驱公司纷纷投入实践。
5. 这种网络的成本及可能收益都是什么呢？

成本：

1.制造成本。卫星及火箭的制造都需要不菲的成本。以StarLink为例，即使卫星制造可以扩大量产规模以及实现猎鹰9火箭常规化重复使用，整个卫星制造和发射成本仍将超过500亿美元。

2.发射成本。以StarLink为例，按照每次发射60颗卫星，最终部署超过4万颗卫星的计划，SpaceX公司至少需要发射700次以上。

3. 运维成本。由于卫星主要部署在低轨道，因此稀薄的空气将会对卫星飞行产生阻力和能量消耗。 同时，卫星的寿命一般在5～7年左右，也就是说每隔7年左右就需要对卫星进行一轮更新，整体运维成本和更新费用预计每年超过百亿美元。

4.科学观测成本。卫星体积小寿命短且数量庞大，对光学、射电天文台会造成潜在观测干扰。

5.安全成本。大量卫星部署在近地轨道，会对航天飞船的飞行造成非常大的困扰，甚至很有可能会危及到宇航员的生命安全。

6.环境成本。虽然卫星在大气层中会烧毁绝大部分部件，但所产生的化学物质可能会破坏地球臭氧层。 例如卫星的主要成分是铝，在燃烧后会产生氧化铝，如果大气中含有大量氧化铝将会造成散射，最终改变地球的反照率。

收益：

1. 对于公司：经济收益。对部署卫星互联网的公司来说，将获得经济上的收益。为森林、海洋、天空、郊区、江河、山区等其它传输媒体难以覆盖的情景下，卫星互联网可以有着很好的表现，而且这些需求情景并不在少数。因此，发展卫星互联网具有非常大的商业价值。
2. 对于国家：战略收益。按照卫星轨道资源先到先得的国际原则，先发国家发射的低轨道卫星将会抢占更多轨道资源，对其他国家卫星互联网发展带来挑战。 例如地球近地轨道可容纳约6万颗卫星，而星链计划部署超过4.2万颗，占比超过70%。 同时，卫星在轨道运行难以受到有效监控和管理，对国家安全密切相关。
3. 对于普通人：上网收益。当我们在森林、海洋、天空、郊区、江河、山区等其它传输媒体难以覆盖的情景下需要使用网络时，可以接入卫星互联网。当我们在坐飞机时，也可以接入卫星互联网。卫星互联网为我们的使用网络带来了更多的便捷。
4. 对于产业：带来产业变革。海洋、石油、电力、农林等产业可能会出现大量新的在线业务模式，野外探险、偏远直播等领域可能将获得进一步发展。
5. 对于信息：传播范围更广。卫星互联网广阔的覆盖面使得通讯传播更快更便捷，此外卫星互联网还有广播的功能，可以实现大范围广播，更加利于信息传播。