

2014-2019年中国卫星导航 与位置服务市场深度研究与市场竞争态势报告

报告目录及图表目录

智研数据研究中心 编制

www.abaogao.com

一、报告报价

《2014-2019年中国卫星导航与位置服务市场深度研究与市场竞争态势报告》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/dianzi/W91894FRDT.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

第1章：卫星导航与位置服务产业链结构分析 11

1.1 卫星导航与位置服务产业链结构 11

1.1.1 卫星导航与位置服务产业链结构 11

1.1.2 卫星导航与位置服务产业链各环节概况 11

1.2 全球卫星导航系统（GNSS）建设进展 13

1.2.1 主要的全球卫星导航系统 13

1.2.2 全球主要卫星导航系统建设进展 14

（1）美国GPS卫星导航定位系统 14

（2）俄罗斯格洛纳斯系统（GLONASS） 15

（3）中国北斗卫星导航系统（COMPASS） 16

1.3 卫星导航系统市场应用类型分析 18

1.3.1 卫星导航系统的应用路径 18

1.3.2 卫星导航定位的应用类型 19

第2章：全球卫星导航与位置服务产业发展分析 21

2.1 全球卫星导航与位置服务产业市场分析 21

2.1.1 全球卫星导航与位置服务产业市场分析 21

（1）导航与位置服务产业市场规模及预测 21

（2）全球导航设备出货量及其预测 22

2.1.2 全球卫星导航与位置服务产业的市场格局 22

（1）全球卫星导航与位置服务产业区域格局 22

（2）卫星导航与位置服务企业竞争格局 23

2.2 主要国家卫星导航与位置服务产业发展分析 25

2.2.1 美国卫星导航与位置服务产业发展分析 25

（1）美国：产业发展政策 25

（2）美国：产业国际地位 25

（3）美国：产业布局分析 25

（4）美国：领先企业分析 26

1) Trimble公司

1、公司行业地位分析 26

- 2、公司产品/服务分析 27
- 3、公司财务业绩分析 28
- 2) Garmin公司 29
- 1、公司行业地位分析 29
- 2、公司财务业绩分析 30
- 3) Broadcom公司 31
- 1、公司行业地位分析 31
- 2、公司财务业绩分析 31
- 2.2.2 欧洲卫星导航与位置服务产业发展分析 32
 - (1) 欧洲：导航产业国际地位 32
 - (2) 欧洲：导航产业布局分析 32
 - (3) 欧洲：导航设备市场规模 33
 - (4) 欧洲：产业领先企业分析 34
- 1) TOMTOM公司 34
- 1、公司行业地位分析 34
- 2、公司财务业绩分析 35
- 2) Tele Atlas公司 36
- 1、公司行业地位分析 36
- 2、公司产品/服务分析 37
- 3) Thales公司 37
- 1、公司行业地位分析 37
- 2、公司产品/服务分析 37
- 3、公司财务业绩分析 38
- 2.2.3 俄罗斯卫星导航与位置服务产业发展分析 38
 - (1) 俄罗斯：导航产业国际地位 38
 - (2) 俄罗斯：导航产业布局分析 39
 - (3) 俄罗斯：导航设备市场规模 39
- 2.2.4 日本卫星导航与位置服务产业发展分析 40
 - (1) 日本：产业国际地位 40
 - (2) 日本：产业布局分析 40
 - (3) 日本：领先企业分析 41
- 1) Zinrin公司 41

2) Topcon公司 41

1、公司行业地位分析 41

2、公司财务业绩分析 42

第3章：全球卫星导航与位置服务产业细分市场分析 44

3.1 全球卫星导航产品的细分市场结构 44

3.1.1 基础类产品的细分市场结构 44

3.1.2 导航装置的细分市场结构 44

3.2 全球位置服务市场规模与预测 45

3.2.1 移动位置服务（LBS）的界定 45

（1）移动位置服务的界定 45

（2）位置服务在互联网上的应用 46

3.2.2 GNSS功能手机出货量与预测 47

3.2.3 GNSS功能手机市场规模与预测 48

3.3 全球公路卫星导航市场与预测 49

3.3.1 GNSS产品出货量与预测 49

（1）出货量的区域结构 49

（2）出货量的产品结构 51

3.3.2 GNSS产品的市场规模与预测 51

3.4 全球航空领域卫星导航市场与预测 52

3.4.1 GNSS产品出货量与预测 52

（1）GNSS产品出货量现状 52

（2）GNSS产品出货量预测 53

3.4.2 GNSS产品市场规模与预测 54

3.5 全球农业领域卫星导航市场与预测 55

3.5.1 导航技术在农业领域的应用 55

3.5.2 全球农业领域导航产品市场分析 55

（1）GNSS产品出货量与预测 55

（2）GNSS产品市场规模与预测 57

3.6 全球海洋领域卫星导航市场与预测 58

3.6.1 GNSS产品出货量与预测 58

3.6.2 GNSS产品市场规模与预测 59

第4章：中国卫星导航与位置服务产业发展状况分析 61

4.1 中国卫星导航与位置服务产业发展环境分析 61

4.1.1 中国卫星导航与位置服务产业政策环境分析 61

(1) 卫星导航与位置服务产业管理体制 61

(2) 卫星导航与位置服务产业发展政策 61

(3) 卫星导航与位置服务产业发展规划 63

4.1.2 中国卫星导航与位置服务产业需求环境分析 64

(1) 汽车行业市场分析 64

(2) 飞机行业市场分析 66

(3) 船舶行业市场分析 66

(4) 智能手机行业市场分析 67

(5) 卫星导航与位置服务产业需求环境小结 68

4.2 中国卫星导航与位置服务产业发展现状分析 68

4.2.1 导航与位置服务产业企业数量规模 68

4.2.2 导航与位置服务产业发展规模分析 68

4.2.3 我国北斗导航产业发展分析 69

(1) 北斗导航产业市场规模分析 70

(2) 北斗导航产业的区域布局分析 71

(3) 北斗导航产品的市场结构分析 73

(4) 北斗导航产品的优劣势分析 74

(5) 主要企业北斗导航业务分析 76

4.3 2014年中国GPS市场调研分析 77

4.3.1 2014年GPS市场形势综述 77

4.3.2 2014年GPS品牌结构分析 78

(1) 年度品牌结构分析 78

(2) 季度品牌结构分析 79

4.3.3 2014年GPS产品结构分析 80

(1) 产品价格结构分析 80

(2) 产品类型结构分析 82

(3) 产品屏幕尺寸结构 83

(4) 产品高清屏幕结构 83

4.3.4 2014年GPS主流厂商分析 84

(1) 品牌结构对比分析 84

(2) 产品结构对比分析 84

第5章：中国卫星导航与位置服务产业市场分析 86

5.1 中国卫星导航与位置服务产业的市场结构 86

5.2 中国移动位置服务(LBS)市场分析 86

5.2.1 中国移动位置服务市场发展概况 86

5.2.2 中国移动位置服务用户分析 87

(1) 移动位置服务用户规模分析 87

(2) 移动位置服务用户习性调研 88

1) 用户对手机地图终端的偏好 88

2) 用户使用手机LBS的意图 89

3) 手机用户使用位置服务的频率 89

4) 手机LBS产品的用户粘性 90

5.2.3 移动定位技术的比较分析 90

5.2.4 中国GPS手机出货量分析 92

5.2.5 中国手机导航产品市场规模 92

5.3 中国公路领域卫星导航市场分析 93

5.3.1 中国公路卫星导航建设成果 93

5.3.2 中国公路卫星导航市场规模 93

5.4 中空领域卫星导航市场分析 94

5.4.1 卫星导航在航空领域的应用 94

5.4.2 中空卫星导航市场分析 95

5.5 中国国防安全领域卫星导航市场分析 96

5.5.1 导航技术在国防安全领域的应用 96

5.5.2 国防领域卫星导航建设成果分析 96

5.5.3 国防安全领域卫星导航市场分析 96

5.6 中国海洋渔业领域卫星导航市场分析 97

5.6.1 海事渔业领域卫星导航建设成果分析 97

5.6.2 海事渔业领域卫星导航产品需求分析 98

第6章：中国卫星导航与位置服务产业产品市场分析 99

6.1 导航与位置服务基础类产品市场分析 99

6.1.1 导航芯片产品市场分析 99

(1) 国内导航芯片行业生命周期分析 99

(2) 国内导航芯片研发制造企业分析 100

(3) 国内导航芯片市场需求分析 100

1) 导航芯片市场需求现状 100

2) 导航芯片需求结构分析 100

6.1.2 GIS软件市场分析 101

(1) GIS软件相关概述 101

1) GIS的定义 101

2) GIS应用领域 101

3) GIS软件分类 102

(2) GIS软件市场供求分析 103

1) GIS软件市场规模分析 103

2) GIS软件市场供给情况 104

3) GIS软件不同领域需求规模 104

4) GIS软件市场需求空间 106

(3) 国内GIS软件市场竞争格局 107

1) GIS软件市场集中程度 107

2) GIS软件市场竞争格局 107

6.1.3 中国导航电子地图市场分析 108

(1) 导航电子地图的产业链地位 108

(2) 导航电子地图市场规模分析 109

(3) 导航电子地图企业分析 110

(4) 导航电子地图市场格局分析 111

1) 车载导航电子地图的市场格局 111

2) GPS手机导航电子地图市场格局 112

3) 互联网导航电子地图的市场格局 114

6.2 导航与位置服务产业终端产品市场分析 114

6.2.1 中国导航终端产品市场概况 114

6.2.2 中国车载导航产品市场分析 115

- (1) 前装车载导航系统出货量 115
- (2) 后装车载导航系统出货量 116
- (3) 车载导航系统的质量分析 117
- 6.2.3 中国车载监控产品市场分析 117
 - (1) 车载监控终端市场概况 117
 - (2) 公交影音监控系统市场 117
 - (3) 车载影音监控系统市场 118
- 6.2.4 中国GIS数据采集产品市场分析 118
 - (1) GIS数据采集产品市场规模 118
 - (2) GIS数据采集产品市场格局 119
- 6.2.5 中国高精度GNSS测量产品市场分析 120
 - (1) 高精度GNSS测量企业数量规模 120
 - (2) 高精度GNS测量产品市场规模 120
 - (3) 高精度GNSS测量产品市场格局 121
- 6.3 导航与位置服务产业细分产品市场的比较分析 121
 - 6.3.1 高精度GNSS市场特点分析 121
 - 6.3.2 消费类GNSS的市场特点分析 122
 - 6.3.3 高精度与消费类GNSS市场的比较 123
 - (1) 进入门槛的比较分析 123
 - (2) 竞争程度的比较分析 124
 - (3) 盈利水平的比较分析 124

第7章：中国卫星导航企业竞争标杆分析 125

- 7.1 导航产品厂商竞争标杆分析 125
 - 7.1.1 导航产品厂商的业务类型 125
 - 7.1.2 导航产品厂商技术实力比较分析 126
 - (1) 导航产品厂商专利技术分析 126
 - 1) 厂商专利数量格局分析 126
 - 2) 厂商专利申请活跃度分析 127
 - (2) 导航产品厂商研发投入分析 128
 - 7.1.3 导航产品厂商经营业绩比较分析 129
 - 7.1.4 导航产品厂商盈利能力比较分析 130

- 7.1.5 导航产品厂商发展能力比较分析 131
- 7.1.6 主要导航产品厂商竞争优劣势分析 132
 - (1) 导航电子地图厂商竞争优劣势分析 132
 - 1) 北京四维图新科技股份有限公司优劣势分析 132
 - 2) 高德软件有限公司优劣势分析 133
 - 3) 深圳市凯立德科技股份有限公司优劣势分析 134
 - 4) 北京灵图软件技术有限公司优劣势分析 135
 - 5) 广东瑞图万方科技股份有限公司优劣势分析 135
 - (2) GIS软件厂商竞争优势分析 137
 - 1) 北京超图软件股份有限公司优劣势分析 137
 - 2) 武汉中地数码集团有限公司优劣势分析 138
 - (3) 芯片厂商——北京北斗星通导航技术股份有限公司竞争优劣势分析 138
 - (4) 终端产品厂商竞争优劣势分析 139
 - 1) 北京合众思壮科技股份有限公司优劣势分析 139
 - 2) 广州海格通信集团股份有限公司优劣势分析 141
 - 3) 成都国腾电子技术股份有限公司优劣势分析 142
 - 4) 江苏新科电子集团有限公司优劣势分析 143
 - 5) 杭州中导科技有限公司优劣势分析 143
 - 6) 广州中海达卫星导航技术股份有限公司优劣势分析 144
 - 7) 航天恒星空间技术应用有限公司优劣势分析 145
 - 8) 广州南方测绘仪器有限公司优劣势分析 146
 - 9) 北京中兴恒和卫星应用科技股份有限公司优劣势分析 146
 - 10) 武汉依迅信息技术有限公司优劣势分析 147
 - 11) 北京星地恒通信息科技有限公司优劣势分析 147
- 7.2 导航与位置服务产业专业运营商竞争优劣势分析 148
 - 7.2.1 导航与位置服务产业运营商总体情况 148
 - 7.2.2 主要专营运营商竞争优劣势分析 149
 - (1) 北京神州天鸿科技有限公司优劣势分析 149
 - (2) 中电科卫星导航运营服务有限公司优劣势分析 149
 - (3) 北京国智恒电力管理科技集团有限公司优劣势分析 150
 - (4) 上海北斗卫星导航平台有限公司优劣势分析 151
 - (5) 杭州星软集团有限公司优劣势分析 151

- (6) 成都网阔信息技术有限公司优劣势分析 153
- (7) 广东长宝信息科技有限公司优劣势分析 154
- (8) 北京中交兴路信息科技有限公司优劣势分析 155
- (9) 深圳市赛格导航科技股份有限公司优劣势分析 155
- (10) 重庆市索美智能交通通讯服务有限公司优劣势分析 156
- (11) 深圳市宇易通科技有限公司优劣势分析 158

第8章：中国卫星导航与位置服务产业发展趋势与前景 159

8.1 中国卫星导航与位置服务产业发展趋势分析 159

8.1.1 以运营商为主导，产业链逐步完善 159

8.1.2 导航应用由单星座转变为多星座兼容机制 159

8.1.3 产业化向专业化方向发展 160

8.1.4 智能交通仍是民用应用重要市场 160

8.1.5 单一化的系统向综合服务系统方向发展 160

8.2 中国卫星导航与位置服务产业市场趋势预测 161

8.2.1 卫星导航与位置服务产业市场前景 161

8.2.2 卫星导航与位置服务产品市场预测 162

(1) 导航芯片产品市场预测 162

(2) 导航电子地图市场预测 163

(3) 车载导航系统市场预测 163

1) 前装车载导航系统市场预测 163

2) 后装车载导航系统市场预测 164

(4) 高精度GNSS测量产品市场预测 165

8.3 中国卫星导航与位置服务产业下游需求前景预测 166

8.3.1 位置服务市场前景预测 166

8.3.2 专业应用市场前景预测 166

(1) 国防安全领域的应用前景预测 167

(2) 交通运输领域的应用前景预测 168

(3) 气象领域的应用前景预测 168

(4) 海洋渔业领域的应用前景预测 169

1) 本报告重点分析的20家导航产品厂商列表 171

【图表目录】

- 图表1：导航与位置服务产业链结构 11
- 图表2：我国导航与位置服务各产业链条发展概况 11
- 图表3：我国导航与位置服务产品/服务提供商 12
- 图表4：全球四大卫星导航网络系统比较 13
- 图表5：美国GPS卫星导航定位系统建设进展 14
- 图表6：俄罗斯格洛纳斯系统建设进展 15
- 图表7：2006-2014年俄罗斯格洛纳斯系统精度显著提高 16
- 图表8：中国北斗卫星导航系统的四大功能 17
- 图表9：中国“北斗一代”和“北斗二代”的比较 17
- 图表10：中国北斗卫星导航系统“三步走”发展战略 17
- 图表11：导航系统的应用路径 18
- 图表12：近年来北美军用GPS市场规模（单位：亿美元，%） 18
- 图表13：中国GNSS产品细分市场结构图 19
- 图表14：高精度GNSS市场应用领域介绍 19
- 图表15：2010-2020年全球卫星导航与位置服务产业市场规模及预测（单位：10亿欧元，%）
21
- 图表16：2010-2020年全球卫星导航设备出货量及预测（单位：百万台，%） 22
- 图表17：全球导航产业的区域市场格局 23
- 图表18：卫星导航产业主要产品/服务市场竞争格局 23
- 图表19：美国发展GPS的主要产业政策 25
- 图表20：美国卫星导航与位置服务产业布局 26
- 图表21：Trimble公司的成长历程 26
- 图表22：Trimble公司的产品及技术分析 27
- 图表23：2014年Trimble公司分类产品收入结构（单位：%） 27
- 图表24：2000-2014年Trimble公司收入及其增长情况（单位：亿美元，%） 28
- 图表25：2000-2014年Trimble公司净利润及其增长情况（单位：亿美元，%） 28
- 图表26：2014年Trimble公司收入的地区分布（单位：%） 29
- 图表27：2000-2014年Garmin公司营业收入年均增长23%（单位：亿美元，%） 30
- 图表28：2000-2014年Garmin公司净利润年均增长21%（单位：亿美元，%） 30
- 图表29：2007-2014年Broadcom公司收入年均增长18.2%（单位：亿美元，%） 31
- 图表30：2007-2014年Broadcom公司净利润年均增长50%（单位：亿美元，%） 31

- 图表31：欧洲卫星导航与位置服务产业布局 32
- 图表32：2010-2020年欧洲地区卫星导航设备出货量及市场渗透率（单位：百万台，%） 33
- 图表33：1991-2014年TOMTOM公司大事记 34
- 图表34：2010-2014年TOMTOM公司经营业绩表现（单位：千欧元，%） 35
- 图表35：2009-2014年TOMTOM公司收入的业务结构（单位：百万欧元，%） 35
- 图表36：2014年TOMTOM公司收入的区域结构（单位：百万欧元，%） 36
- 图表37：Thales公司的产品与服务 37
- 图表38：2010-2014年Thales公司新签合同额的业务结构（单位：百万欧元，%） 38
- 图表39：俄罗斯卫星导航与位置服务产业布局 39
- 图表40：2008-2014年俄罗斯导航设备市场规模及预测（单位：亿美元，%） 39
- 图表41：日本卫星导航与位置服务产业布局 40
- 图表42：2011-2014年各季度Topcon公司收入情况（单位：10亿日元，%） 42
- 图表43：2011-2014年各季度Topcon公司导航定位业务收入情况（单位：10亿日元，%） 42
- 图表44：2014年上半年Topcon公司收入的地区分布（单位：%） 43
- 图表45：2010-2020年全球卫星导航与位置服务产业基础类产品的细分市场比重（单位：%）
44
- 图表46：2010-2020年卫星导航装置的细分市场比重（单位：%） 44
- 图表47：手机位置服务的价值链 45
- 图表48：互联网位置服务的六大应用分类 46
- 图表49：近年来全球GNSS功能的手机出货量与市场渗透率（分地区）（单位：百万台，%）
47
- 图表50：2014-2020年全球GNSS功能的手机出货量与市场渗透率预测（单位：百万台，%） 48
- 图表51：2010-2020年全球导航产业位置服务市场收入与预测（单位：10亿欧元） 48
- 图表52：2010-2020年全球导航产业位置服务市场收入与预测（分地区）（单位：10亿欧元）
49
- 图表53：近年来GNSS产品在公路领域的出货量（分地区）（单位：百万台） 50
- 图表54：2014-2020年全球公路领域的GNSS装置的出货量预测（分地区）（单位：百万台）
50
- 图表55：2010-2020年全球公路领域的GNSS产品的出货量预测（分产品）（单位：百万台）
51
- 图表56：2010-2020年全球公路领域的GNSS产品的市场规模与价格预测（分产品）（单位：10
亿欧元，欧元/台） 51

- 图表57：近年来GNSS装置在航空领域的出货量（分市场）（单位：千台） 52
- 图表58：近年来GNSS装置在航空领域的出货量（分地区）（单位：千台） 53
- 图表59：2014-2020年GNSS装置在航空领域的出货量预测（单位：千台） 53
- 图表60：2010-2020年全球航空GNSS装置的市场规模与预测（分市场）（单位：10亿欧元）
54
- 图表61：农业导航技术的级别 55
- 图表62：2010-2020年GNSS设备在农业领域的出货量与预测（分地区）（单位：千台） 56
- 图表63：2010-2020GNSS设备在农业领域的出货量与（按技术高低）（单位：千台） 56
- 图表64：2010-2020年全球农业GNSS装置的市场规模与预测（单位：10亿欧元） 57
- 图表65：2010-2020年全球农业GNSS装置的市场规模与预测（分产品类型）（单位：欧元/台）
57
- 图表66：2006-2014年GNSS设备在海洋领域的出货量（分用途）（单位：%） 58
- 图表67：近年来GNSS装置在海洋领域的出货量（分市场）（单位：台） 59
- 图表68：2010-2020年全球海洋GNSS产品的市场规模与预测（分用途）（单位：10亿欧元）
59
- 图表69：中国的卫星导航系统技术开发及设备制造行业的管理部门 61
- 图表70：中国卫星导航与位置服务产业主要政策汇总 61
- 图表71：卫星导航与位置服务产业相关的规划 63
- 图表72：我国卫星导航与位置服务产业发展“十二五”目标 64
- 图表73：2001-2014年我国汽车销量走势（单位：量，%） 65
- 图表74：2014Q1-Q4我国轿车市场各国销量比重变化（单位：%） 65
- 图表75：2001-2014年我国民用飞机新增数量（单位：架，%） 66
- 图表76：2000-2014年中国民用钢制船舶产量趋势（单位：万吨，%） 66
- 图表77：2006-2014年中国智能手机产量及增长率（单位：万部，%） 67
- 图表78：卫星导航与位置服务产业需求环境分析 68
- 图表79：2001-2014年中国卫星导航与位置服务产业市场规模与增长趋势（单位：亿元，%）
69
- 图表80：近年来我国卫星导航产品的市场结构（单位：亿元） 69
- 图表81：推动我国北斗导航系统应用的重大事件 70
- 图表82：我国北斗导航产业重点城市分布情况 71
- 图表83：主要地区对北斗导航产业的扶持措施 71
- 图表84：我国卫星产业基地建设情况 72

图表85：北斗一代的市场应用分布 73

图表86：我国北斗导航产品的劣势分析 74

图表87：北斗与GPS相比的优势表现 75

图表88：我国主要上市公司北斗导航业务发展情况 76

图表89：2014年中国GPS市场品牌关注比例分布（单位：%） 78

图表90：2010-2014年中国GPS市场品牌关注比例对比（单位：%） 78

详细请访问：<http://www.abaogao.com/b/dianzi/W91894FRDT.html>