

2013-2017年中国卫星导航市场运营态势及发展趋势研究报告

报告大纲

一、报告简介

华经情报网发布的《2013-2017年中国卫星导航市场运营态势及发展趋势研究报告》涵盖行业最新数据，市场热点，政策规划，竞争情报，市场前景预测，投资策略等内容。更辅以大量直观的图表帮助本行业企业准确把握行业发展态势、市场商机动向、正确制定企业竞争战略和投资策略。本报告依据国家统计局、海关总署和国家信息中心等渠道发布的权威数据，以及我中心对本行业的实地调研，结合了行业所处的环境，从理论到实践、从宏观到微观等多个角度进行市场调研分析。

官网地址：<https://www.huaon.com/detail/133947.html>

报告价格：电子版: 9000元 纸介版：9000元 电子和纸介版: 9200元

订购电话: 400-700-0142 010-80392465

电子邮箱: kf@huaon.com

联系人: 刘老师

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、报告目录及图表目录

卫星导航与位置服务产业更成为继移动通信和互联网之后的全球第三个发展得最快的电子信息产业的经济新增长点。据中国卫星导航定位协会咨询中心数据统计，我国卫星导航与位置服务产业2011年的产值接近700亿元，与2000年相比，产值增幅为二十多倍，占全球的7.4%，随着北斗的认知度和影响力的逐步显现，随着移动通信用户的快速扩张，随着个人应用和车辆应用的激增，以及政府公共事务管理和城市管理以及军事、应急救援等特殊应用市场的爆发式增长，未来卫星导航与位置服务产业的增长潜力将呈现出爆发性、跨越式、规模化、可持续增长态势。

我国的卫星导航与位置服务产业以北斗系统为核心推动力。未来的五年间，我国的北斗二代将形成企业服务能力，形成并实现全球导航卫星系统的兼容互操作可交换功能，也是卫星导航与无线通信进入一体化融合发展的崭新时期，产业将从幼稚走向成熟、从弱小走向强大、从封闭走向开放，依托移动通信、互联网、汽车业这样的大产业，迎来移动位置服务和车辆信息系统市场爆发性增长期。相关的四大产业，即高端制造业、现代服务业、先进软件业和综合数据业出现同步发展的良好势头。

艾凯集团报告网发布的《2013-2017年中国卫星导航市场运营态势及发展趋势研究报告》共十二章。首先介绍了卫星导航行业的概念以及全球市场发展概况，接着分析了中国卫星导航行业发展环境，然后对中国卫星导航行业市场运行态势进行了重点分析，最后分析了中国卫星导航行业面临的机遇及发展前景。您若想对中国卫星导航行业有个系统的了解或者想投资该行业，本报告将是您不可或缺的重要工具。

本研究报告数据主要采用国家统计局数据，海关总署，问卷调查数据，商务部采集数据等数据库。其中宏观经济数据主要来自国家统计局，部分行业统计数据主要来自国家统计局及市场调研数据，企业数据主要来自于国统计局规模企业统计数据库及证券交易所等，价格数据主要来自于各类市场监测数据库。

报告目录

第一章 卫星导航产业相关概述

第一节 卫星导航简述

一、卫星导航意义

二、卫星导航系统阐述

第二节 卫星导航的分类与功能

一、导航产品的分类

二、卫星导航终端的主要功能

三、卫星导航系统技术的应用及其拓展

四、卫星定位与导航技术

第三节 导航产业链及产业发展特点

一、导航产业链分析

二、卫星导航产业的发展特点

第四节 软件GPS原理与应用

一、全球卫星定位系统概况与介绍

二、GPS的传统架构

三、软件GPS原理

四、软件GPS应用

第五节 卫星导航定位技术的进展和应用前景

一、系统更新、升级及新系统发展方面

二、新技术、新方法的今后应注意的问题

第二章 2011-2012年全球卫星导航产业运行透析

第一节 2011-2012年全球卫星导航运行简况

一、世界卫星导航的发展历史

二、全球卫星导航热点聚焦

三、美欧俄卫星导航系统发展情况

第二节 2011-2012年全球GPS发展与应用探析

一、GPS连续运行站网和综合服务系统的发展

二、GPS应用于电离层监测

三、GPS应用于对流层监测

四、GPS作为卫星测高仪的应用

五、GPS全球卫星定位技术在摄影测量中的用途

第三节 2011-2012年全球卫星导航应用研究新进展

一、2010-2012年卫星导航系统新发展

二、卫星导航GPS手机SIM卡新研究

三、国外农民专用GPS新研究

第四节 美国卫星导航业发展分析

一、美国GPS系统介绍

二、GPS ONE与传统GPS的比较

三、美国GPS运行系统管理分析

四、美国GPS定位智能运输系统分析

五、美国新一代GPS卫星研制情况

第五节 俄罗斯导航卫星业发展分析

一、俄罗斯Glonass系统介绍

二、2011-2012年俄罗斯卫星导航发展新情况

三、俄罗斯卫星导航应用新情况

四、到2015年俄卫星导航市场预测

第六节 欧洲卫星导航业发展分析

- 一、欧洲伽利略系统
- 二、“伽利略”角逐卫星导航欧俄向美发起挑战
- 三、欧洲EGNOS系统发展新情况
- 四、欧洲伽利略计划部署方案探讨

第七节 日本与印度卫星导航业发展分析

- 一、日本卫星导航系统发展计划
- 二、印度日本对独立的卫星导航系统研究探讨
- 三、印度的GAGAN卫星导航研制新情况

第三章 2011-2012年中国卫星导航产业整体运行分析

第一节 2011-2012年中国卫星导航业运行综述

- 一、全国首个双星导航服务系统在哈建成
- 二、广西卫星导航定位技术进入新阶段
- 三、卫星导航产业发展的重要意义
- 四、中国卫星导航呈现多元化格局分析
- 五、卫星导航产业对上海经济发展的影响

第二节 2011-2012年中国“北斗”卫星导航系统的发展情况

- 一、中国北斗导航系统应用进入关键阶段
- 二、北斗卫星导航应用五年成就与启示
- 三、北斗卫星导航定位系统入网用户情况
- 四、北斗一号卫星导航系统与GPS的优势比较
- 五、中国北斗二号卫星导航系统布网情况
- 六、中国北斗定位导航系统精度分析

第三节 2011-2012年中国北斗卫星导航系统的效益与应用分析

- 一、北斗卫星导航定位系统产生的社会效益
- 二、第二代北斗卫星导航系统简介及应用展望
- 三、北斗卫星导航系统在TD-SCDMA系统中的应用
- 四、北斗系统在军事上应用的发展

第四章 2011-2012年中国GPS市场运行新格局分析

第一节 2011-2012年中国GPS市场运行探析

- 一、中国民用GPS产业亮点分析
- 二、中国GPS市场热点分析
- 三、中国GPS导航手机市场分析
- 四、中国GPS厂商网络直销的优势

第二节 2011-2012年中国GPS市场发展困境及政策动向

- 一、GPS产业发展的弊端
- 二、中国GPS市场发展面临的问题
- 三、制约中国监控GPS发展因素分析
- 四、中国GPS导航界政策动向分析

第三节 2012年中国GPS导航仪市场调查研究

- 一、调查结论
- 二、品牌关注格局
- 三、产品关注格局分析
- 四、价格关注调查
- 五、细分市场格局

第五章 2011-2012年电子地图市场运行态势分析

第一节 2011-2012年全球电子地图市场发展分析

- 一、全球导航地图市场发展状况
- 二、世界GPS地图市场变化
- 三、全球使用导航电子地图发展预测

第二节 2011-2012年中国电子地图市场发展分析

- 一、中国导航电子地图产业发展状况
- 二、从电子地图产品需求分析
- 三、政策对导航电子地图发展的影响
- 四、中国GPS导航仪在地图测绘方面存在的问题

第三节 未来中国导航电子地图发展机遇与前景

- 一、经济危机下中国导航电子地图发展机遇
- 二、中国车载导航电子地图发展空间分析
- 三、中国手机导航电子地图发展潜力
- 四、中国互联网电子地图发展前景

第四节 2011-2012年中国主要导航图厂商与发战动态分析

- 一、四维图新
- 二、瑞图万方
- 三、高德
- 四、灵图
- 五、凯立德

第五节 2011-2012年国内地理信息提供商分析

- 一、北京超图
- 二、武汉中地信息工程有限公司

三、ESRI

四、北京市测绘设计研究院

五、武大吉奥信息工程技术有限公司

第六章 2011-2012年汽车导航市场运行动态分析

第一节 2011-2012年全球汽车导航市场概况

一、全球车载GPS市场概况

二、全球汽车无线通信平台技术应用现状

三、全球汽车导航设备市场增速惊人

四、2012年全球汽车导航市场预计

第二节 2011-2012年国内汽车导航市场发展动态

一、国内汽车导航市场概况

二、便携式导航设备主导汽车导航系统

三、PND拓宽汽车导航仪市场

四、个人导航设备席卷汽车导航系统市场

五、GPS便携式应用快速增长

六、GPS成汽车电子主要推动力

七、国内车载GPS市场将迅猛增长

八、广东货运载重车须装GPS

九、RCG公司推冷运专业车辆GPS定位管理系统

第三节 2011-2012年中国汽车导航市场发展情况分析

一、GPS上下游合作模式改变

二、盈科与凯立德北京牵手

三、GPS淘金热拉开序幕

四、电子地图成车载GPS“瓶颈”

五、GPS汽车导航进入宽屏时代

第四节 2011-2012年国内汽车导航市场企业发展概述 106

一、千家厂商混战车载定位

二、汽车导航同质化现象明显

第五节 解析汽车导航产业、市场、技术热点

一、市场价格变动趋势

二、GPS导航地图软件更新升级

三、GPS的发展方向

第七章 2011-2012年智能交通与动态导航运行新态势分析

第一节 智能交通与动态导航

一、智能交通系统

二、RFID智能交通监控系统

三、智能交通ITS、管理系统

四、城市出租车智能管理系统

五、RFID快速通行不停车智能管理系统

第二节2011-2012年中国智能交通市场发展情况分析

一、交通部积极推动智能交通发展

二、智能交通带来无限商机

三、ITS市场分析

四、ITS技术分析

五、政策分析

第三节 车载路径导航系统与动态路径导航

一、车载路径导航系统定义

二、动态路径导航系统的构成

三、车载导航业发展预测

四、关于各类路径诱导系统的例子

第四节 车载动态导航系统关键技术

一、关键硬件

二、MINIGUI在车载导航终端中的应用

三、嵌入式车载导航电子地图

第五节2011-2012年动态诱导系统的发展情况 165

一、我国动态诱导系统发展情况

二、交通诱导系统的基本构成与国外发展动态

第六节 城市智能交通管理信息服务系统发展展望

一、城市智能交通管理信息服务系统概述

二、城市智能交通管理信息服务系统逻辑结构

三、城市智能交通管理系统关键技术

四、城市智能发展展望

五、中国智能交通系统发展战略研究

第八章 2011-2012年卫星导航的竞争格局透析

第一节 2011-2012年卫星导航的国际竞争分析

一、全球四大卫星定位系统格局分析

二、国外三大卫星导航系统政策与竞争分析

三、欧、俄卫星导航竞争动态

第二节 2011-2012年中国卫星导航竞争分析

一、中俄之间卫星导航系统竞争分析

二、中国推新卫星导航系统竞争力预测

三、海外卫星导航市场

第三节 2011-2012年 GPS市场竞争分析

一、中国GPS市场竞争分析

二、GPS和PND的竞争情况

三、GPS手机和Nokia手机的竞争分析

四、GPS芯片市场竞争分析

第四节 2011-2012年车载导航与电子地图竞争分析

一、汽车导航市场竞争白热化

二、汽车导航无序竞争搅乱市场

三、电子地图竞争激烈分析

四、国内导航地图市场的竞争法则

第九章 2011-2012年中国卫星导航产业重点企业运行分析

第一节 重点品牌GPS厂家

一、北京城际高科

二、江苏新科电子

三、宇达电通

四、北京纽曼

五、北京华旗资讯

六、盈科创展

七、深圳航盛

八、深圳麦士威

第二节 卫星导航运营商服务商

一、北京合众思壮

二、北京北斗星通

三、中寰卫星导航

四、北京中软

五、深圳赛格导航

第三节 中国兼做GPS业务的重点企业分析

一、航天晨光股份有限公司（600501）

二、中国电信集团公司

三、中国移动通信集团公司

四、中国联合通信有限公司（600050）

五、长虹集团（600839）

第十章 2013-2017年中国卫星导航市场投资战略研究

第一节 2011-2012年中国卫星导航业投资概况

一、产业投资特性

二、产业投资环境分析

第二节 2013-2017年中国卫星导航投资商机点评

一、中国卫星导航企业面临巨大的市场机遇

二、投资机会侧重于上游产业链中的芯片和终端设备提供商

三、下游应用服务的投资机会

四、看好卫星导航/定位、同步授时两大增值服务

五、卫星导航设备及相关运营服务（PND、VIS）

第三节 2013-2017年中国卫星导航投资风险预警

一、宏观调控政策风险

二、市场风险

三、进退入风险

四、技术风险

第十一章 2013-2017年中国卫星导航业市场前景和趋势

第一节 2013-2017年全球卫星导航业市场发展趋势分析

一、全球卫星导航系统的发展趋势

二、2011-2012年GPS手机出货量分析

三、2012年全球GPS便携终端发展预测

四、2013年全球GPS设备和系统市场发展预测

第二节 2013-2017年中国北斗卫星导航定位系统发展预测

一、2011-2012年中国北斗卫星导航定位系统发展预测

二、2015年中国卫星导航发展预测

三、2020年中国北斗卫星导航系统发展预测

第三节 2013-2017年中国卫星导航产业发展前景与趋势

一、未来GPS市场发展趋势

二、未来中国卫星导航专业市场发展前景

三、到2012年中国GPS市场发展前景

第四节 2013-2017年中国GPS市场发展形势预测分析

一、中国卫星导航投资路线分析

二、CMMB发展对GPS的拉动作用

三、3G将为GPS市场带来的机遇

四、GPS发展的TMC动力

五、GPS发展的挑战

第五节 2013-2017年中国GPS市场发展趋势分析

- 一、GPS市场品牌发展趋势
- 二、GPS方案技术发展趋势
- 三、GPS销售渠道发展趋势
- 四、GPS硬件发展趋势
- 五、GPS市场的细分与融合趋势

通过《2013-2017年中国卫星导航市场运营态势及发展趋势研究报告》，生产企业及投资机构将充分了解产品市场、原材料供应、销售方式、市场供需、有效客户、潜在客户等详实信息，为研究竞争对手的市场定位，产品特征、产品定价、营销模式、销售网络和企业发展提供了科学决策依据。

详细请访问：<https://www.huaon.com/detail/133947.html>