

2024-2030年中国卫星导航 与位置服务行业分析与投资前景报告

报告目录及图表目录

北京迪索共研咨询有限公司

www.cction.com

一、报告报价

《2024-2030年中国卫星导航与位置服务行业分析与投资前景报告》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.cction.com/report/202312/428259.html>

报告价格：纸介版8000元 电子版8000元 纸介+电子8500元

北京迪索共研咨询有限公司

订购电话: 400-700-9228(免长话费) 010-69365838

海外报告销售: 010-69365838

Email: kefu@gonyn.com

联系人：李经理

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

中企顾问网发布的《2024-2030年中国卫星导航与位置服务行业分析与投资前景报告》报告中的资料和数据来源于对行业公开信息的分析、对业内资深人士和相关企业高管的深度访谈，以及共研分析师综合以上内容作出的专业性判断和评价。分析内容中运用共研自主建立的产业分析模型，并结合市场分析、行业分析和厂商分析，能够反映当前市场现状，趋势和规律，是企业布局市场服务行业的重要决策参考依据。 报告目录： 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卫星导航系统（GNSS）建设进展13 1.2.1主要的卫星导航系统13 1.2.2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：卫星导航与位置服务产业发展分析21 2.1卫星导航与位置服务产业市场分析21 2.1.1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）导航设备出货量及其预测22 2.1.2卫星导航与位置服务产业的市场格局22 （1）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26 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）TeleAtlas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：卫星导航与位置服务产业细分市场分析44 3.1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 3.2.2GNSS功能手机出货量与预测47 3.2.3GNSS

功能手机市场规模与预测48 3.3公路卫星导航市场与预测49 3.3.1GNSS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 3.3.2GNSS产品的市场规模与预测51 3.4
航空领域卫星导航市场与预测52 3.4.1GNSS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 3.4.2GNSS产品市场规模与预测54 3.5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海洋领域卫星导航市场与预测58
3.6.1GNSS产品出货量与预测58 3.6.2GNSS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中
国GPS市场调研分析77 4.3.1GPS市场形势综述77 4.3.2GPS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 4.3.3GPS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 4.3.4GPS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中国航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中国航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 6.1.2GIS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

, %) 22 图表17：导航产业的区域市场格局23 图表18：卫星产航产业主要产品/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：Trimble公司分类产品收入结构（单位：%）27 图表24：Trimble公司收入及其增长情况（单位：亿美元，%）28 图表25：Trimble公司净利润及其增长情况（单位：亿美元，%）28 图表26：Trimble公司收入的地区分布（单位：%）29 图表27：Garmin公司营业收入年均增长23%（单位：亿美元，%）30 图表28：Garmin公司净利润年均增长21%（单位：亿美元，%）30 图表29：Broadcom公司收入年均增长18.2%（单位：亿美元，%）31 图表30：Broadcom公司净利润年均增长50%（单位：亿美元，%）31 更多图表见正文……

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202312/428259.html>