

2020-2026年中国卫星导航 与位置服务行业发展态势与市场前景预测报告

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

《2020-2026年中国卫星导航与位置服务行业发展态势与市场前景预测报告》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/202006/169522.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《2020-2026年中国卫星导航与位置服务行业发展态势与市场前景预测报告》共二十章。首先介绍了中国卫星导航与位置服务行业市场发展环境、卫星导航与位置服务整体运行态势等，接着分析了中国卫星导航与位置服务行业市场运行的现状，然后介绍了卫星导航与位置服务市场竞争格局。随后，报告对卫星导航与位置服务做了重点企业经营状况分析，最后分析了中国卫星导航与位置服务行业发展趋势与投资预测。您若想对卫星导航与位置服务产业有个系统的了解或者想投资中国卫星导航与位置服务行业，本报告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。 报告目录第一部分行业运行现状第一章卫星导航与位置服务行业发展综述第一节卫星导航与位置服务行业定义及分类一、行业定义二、行业主要产品分类三、行业特性及在国民经济中的地位第二节卫星导航与位置服务行业统计标准一、统计部门和统计口径二、行业主要统计方法介绍三、行业涵盖数据种类介绍第三节卫星导航与位置服务产业链结构一、卫星导航与位置服务产业链结构二、卫星导航与位置服务产业链各环节概况第四节全球主要的卫星导航系统（GNSS）比较第五节卫星导航系统市场应用类型分析一、卫星导航系统的应用路径二、卫星导航定位的应用类型 第二章卫星导航与位置服务行业市场环境及影响分析（PEST）第一节卫星导航与位置服务行业政治法律环境（P）一、行业管理体制分析二、行业主要法律法规三、卫星导航与位置服务行业标准四、行业相关发展规划1、卫星导航与位置服务行业国家发展规划2、卫星导航与位置服务行业地方发展规划五、政策环境对行业的影响第二节行业经济环境分析（E）一、宏观经济形势分析1、国际宏观经济形势分析2、国内宏观经济形势分析二、宏观经济环境对行业的影响分析1、经济复苏对行业的影响2、货币政策对行业的影响3、区域规划对行业的影响第三节行业社会环境分析（S）一、卫星导航与位置服务产业社会环境1、人口环境分析2、教育环境分析3、文化环境分析4、中国城镇化率二、社会环境对行业的影响三、卫星导航与位置服务产业发展对社会发展的影响第四节行业技术环境分析（T）一、卫星导航与位置服务技术分析1、技术水平总体发展情况2、我国卫星导航与位置服务行业新技术研究二、卫星导航与位置服务技术发展水平1、我国卫星导航与位置服务行业技术水平所处阶段2、与国外卫星导航与位置服务行业的技术差距三、2014-2019年卫星导航与位置服务技术发展分析四、行业主要技术发展趋势五、技术环境对行业的影响 第三章全球卫星导航与位置服务产业发展分析第一节全球卫星导航与位置服务产业市场分析一、全球卫星导航与位置服务产业市场分析1、导航与位置服

务产业市场规模及预测2、全球导航设备出货量及其预测二、全球卫星导航与位置服务产业的市场格局1、全球卫星导航与位置服务产业区域格局2、卫星导航与位置服务企业竞争格局

第二节国外卫星导航与位置服务产业领先企业分析一、美国卫星导航与位置服务产业领先企业分析1、企业发展概况2、Trimble公司3、Garmin公司4、Broadcom公司二、欧洲卫星导航与位置服务产业领先企业分析1、企业发展概况2、TOMTOM公司3、TeleAtlas公司4、Thales公司三、日本卫星导航与位置服务产业领先企业分析 第四章中国卫星导航与位置服务产业发展状况分析第一节中国卫星导航与位置服务产业发展现状分析2013-2016年国内卫星导航与位置服务市场出货量 指标 2013 2014 2015 2016 国内导航定位终端产品总销量（亿） 3.48 3.88 4.66 5.3 具有卫星导航定位的智能手机（亿） 3.3 3.7 4.4 5.1 汽车导航后装市场终端销量（万） 760 910 1000 800 汽车导航前装市场终端销量（万） 185 247 371 550 各类监控终端销量（万） 600 650 800 600 高精度定位接收机和板卡销量（万） 8 15 14 14 北斗终端社会持有量（万）-量级 100 1000 10000 30000 一、导航与位置服务产业企业数量规模二、导航与位置服务产业发展规模分析三、我国北斗导航产业发展分析1、北斗导航产业发展现状分析2、北斗导航产业市场规模分析3、北斗导航产业的区域布局分析4、北斗导航产品的市场结构分析5、北斗导航产品的优劣势分析6、主要企业北斗导航业务分析第二节中国GPS市场调研分析一、GPS市场形势综述二、GPS导航设备品牌结构分析1、GPS导航设备品牌结构分析2、GPS导航设备细分市场品牌结构分析三、GPS导航设备产品结构分析四、GPS主流厂商分析1、品牌对比分析2、产品对比分析 第五章我国卫星导航与位置服务行业整体运行指标分析第一节2014-2019年中国卫星导航与位置服务总体分析一、人员规模状况分析二、行业资产规模分析第二节2014-2019年中国卫星导航与位置服务财务分析一、行业盈利能力分析1、我国卫星导航与位置服务行业销售利润率2、我国卫星导航与位置服务行业成本费用利润率3、我国卫星导航与位置服务行业亏损面二、行业偿债能力分析三、行业营运能力分析1、我国卫星导航与位置服务行业应收帐款周转率2、我国卫星导航与位置服务行业总资产周转率3、我国卫星导航与位置服务行业流动资产周转率四、行业发展能力分析1、我国卫星导航与位置服务行业总资产增长率2、我国卫星导航与位置服务行业利润总额增长率3、我国卫星导航与位置服务行业主营业务收入增长率4、我国卫星导航与位置服务行业资本保值增值率 第二部分行业深度分析第六章中国卫星导航与位置服务产业市场分析第一节中国卫星导航与位置服务产业的市场结构第二节中国移动位置服务（LBS）市场分析一、中国移动位置服务市场发展概况二、中国移动位置服务用户分析三、移动定位技术的比较分析四、中国GPS手机出货量分析五、中国手机导航产品市场规模第三节中国公路领域卫星导航市场分析一、中国公路卫星导航建设成果二、中国公路卫星导航市场规模第四节中国航空领域卫星导航市场分析一、卫星导航在航空领域的应用二、中国航空卫星导航市场分析第五节中国国防安全领域

卫星导航市场分析一、导航技术在国防安全领域的应用二、国防领域卫星导航建设成果分析
三、国防安全领域卫星导航市场分析第六节中国海洋渔业领域卫星导航市场分析一、海事渔业领域卫星导航建设成果分析二、海事渔业领域卫星导航产品需求分析 第七章中国卫星导航与位置服务产业产品市场分析第一节导航与位置服务基础类产品市场分析一、导航芯片产品市场分析1、国内导航芯片行业生命周期分析2、国内导航芯片研发制造企业分析3、国内导航芯片市场需求分析二、GIS软件市场分析1、GIS软件相关概述2、GIS软件市场供求分析3、国内GIS软件市场竞争格局三、中国导航电子地图市场分析1、导航电子地图的产业链地位2、导航电子地图市场规模分析3、导航电子地图市场格局分析第二节导航与位置服务产业终端产品市场分析一、中国导航终端产品市场概况二、中国车载导航产品市场分析1、前装车载导航系统出货量2、后装车载导航系统出货量3、车载导航系统的质量分析三、中国车载监控产品市场分析1、车载监控终端市场概况2、公交影音监控系统市场3、车载影音监控系统市场四、中国GIS数据采集产品市场分析1、GIS数据采集产品市场规模2、GIS数据采集产品市场格局五、中国高精度GNSS测量产品市场分析1、高精度GNSS测量企业数量规模2、高精度GNSS测量产品市场规模3、高精度GNSS测量产品市场格局第三节导航与位置服务产业细分产品市场的比较分析一、高精度GNSS市场特点分析二、消费类GNSS的市场特点分析三、高精度与消费类GNSS市场的比较 第八章卫星导航与位置服务行业产业结构分析第一节卫星导航与位置服务产业结构分析一、市场细分充分程度分析二、各细分市场领先企业排名三、各细分市场占总市场的结构比例四、领先企业的结构分析（所有制结构）第二节产业价值链的结构及整体竞争优势分析一、产业价值链的构成二、产业链条的竞争优势与劣势分析第三节产业结构发展预测一、产业结构调整指导政策分析二、产业结构调整中消费者需求的引导因素三、中国卫星导航与位置服务行业参与国际竞争分析四、产业结构调整方向分析 第九章全球卫星导航与位置服务产业细分市场分析第一节全球卫星导航产品的细分市场结构一、基础类产品的细分市场结构二、导航装置的细分市场结构第二节全球位置服务市场规模与预测一、移动位置服务（LBS）的界定1、移动位置服务的界定2、位置服务在互联网上的应用二、GNSS功能手机出货量与预测三、GNSS功能手机市场规模与预测第三节全球公路卫星导航市场与预测一、GNSS产品出货量与预测二、GNSS产品的市场规模与预测第四节全球航空领域卫星导航市场与预测一、GNSS产品出货量与预测二、GNSS产品市场规模与预测第五节全球农业领域卫星导航市场与预测一、导航技术在农业领域的应用二、全球农业领域导航产品市场分析1、GNSS产品出货量与预测2、GNSS产品市场规模与预测第六节全球海洋领域卫星导航市场与预测一、GNSS产品出货量与预测二、GNSS产品市场规模与预测 第十章我国卫星导航与位置服务行业营销趋势及策略分析第一节卫星导航与位置服务行业销售渠道分析一、营销分析与营销模式推荐二、卫星导航与位置服务营销环境分析与评价1、国际环境下的卫星导航与位置

服务2、企事业需求下的卫星导航与位置服务3、我国卫星导航与位置服务市场整体环境三、销售渠道存在的主要问题四、营销渠道发展趋势与策略第二节卫星导航与位置服务行业营销策略分析一、中国卫星导航与位置服务营销概况二、卫星导航与位置服务营销策略探讨1、中国卫星导航与位置服务产品营销策略浅析2、卫星导航与位置服务新产品的市场推广策略3、卫星导航与位置服务细分产品营销策略分析第三节卫星导航与位置服务营销的发展趋势一、未来卫星导航与位置服务市场营销的出路二、中国卫星导航与位置服务营销的趋势预测第四节卫星导航与位置服务市场营销模式及挑战 第十一章卫星导航与位置服务产业集群发展及区域市场分析第一节中国卫星导航与位置服务产业集群发展特色一、长江三角洲卫星导航与位置服务产业发展特色分析二、珠江三角洲卫星导航与位置服务产业发展特色分析三、京津冀地区卫星导航与位置服务产业发展特色分析四、华中鄂豫湘地区卫星导航与位置服务产业发展特色分析五、西部川陕渝地区卫星导航与位置服务产业发展特色分析第二节卫星导航与位置服务重点区域市场分析预测一、行业总体区域结构特征及变化1、区域结构总体特征2、行业区域集中度分析3、行业企业数的区域分布分析二、卫星导航与位置服务重点区域市场分析1、江苏卫星导航与位置服务市场分析2、北京卫星导航与位置服务市场分析3、上海卫星导航与位置服务市场分析4、成都卫星导航与位置服务市场分析5、广东卫星导航与位置服务市场分析 第三部分竞争格局分析第十二章中国卫星导航企业竞争标杆分析第一节导航产品厂商竞争标杆分析一、导航产品厂商的业务类型二、导航产品厂商技术实力比较分析1、导航产品厂商专利技术分析2、导航产品厂商研发投入分析三、导航产品厂商经营业绩比较分析四、导航产品厂商盈利能力比较分析五、导航产品厂商发展能力比较分析六、主要导航产品厂商竞争优劣势分析1、导航电子地图厂商竞争优劣势分析2、GIS软件厂商竞争优势分析3、芯片厂商竞争优劣势分析4、终端产品厂商竞争优劣势分析第二节导航与位置服务产业专业运营商竞争优劣势一、导航与位置服务产业运营商总体情况二、主要专营运营商竞争优劣势分析 第十三章2020-2026年卫星导航与位置服务行业领先企业经营形势分析第一节安徽四创电子股份有限公司一、企业发展概述分析二、企业业务盈利模式三、企业经营情况分析四、企业资源优势分析五、企业营销增长分析六、企业行业竞争力分析七、企业品牌影响力分析八、企业发展战略分析九、企业最新动态分析第二节北斗天汇（北京）科技有限公司一、企业发展概述分析二、企业盈利能力分析三、企业运营能力分析四、企业偿债能力分析五、企业发展能力分析六、企业资源优势分析七、企业新业务动向分析八、企业发展战略分析第三节北京北斗星通导航技术股份有限公司一、企业发展概述分析二、企业业务盈利模式三、企业营销模式分析四、企业经济指标分析五、企业品牌影响力分析六、企业行业竞争力分析七、企业主要业务方向分析八、企业最新动态分析第四节广州海格通信集团股份有限公司一、企业发展概述分析二、企业经济指标分析三、企业发展目标分析四、企业营销渠道分析五、企业扩张规

划分析六、企业行业影响力分析七、企业最新服务分析第五节中国东方红卫星股份有限公司一、企业发展概述分析二、企业经济指标分析三、企业资源优势分析四、企业服务涉及领域分析五、企业营销渠道分析六、企业品牌影响力分析七、企业投资效益分析八、企业发展方向分析第六节北京超图软件股份有限公司一、企业发展概述分析二、企业投资效益分析三、企业市场影响力分析四、企业服务市场定位分析五、企业品牌效益分析六、企业资源优势分析七、企业主要业务分析第七节易图通科技（北京）有限公司一、企业发展概述分析二、企业盈利能力分析三、企业运营能力分析四、企业偿债能力分析五、企业发展能力分析六、企业资源优势分析七、企业新业务动向分析八、企业发展战略分析第八节北京东方联星科技有限公司一、企业发展概述分析二、企业经济指标分析三、企业发展目标分析四、企业营销渠道分析五、企业扩张规划分析六、企业行业影响力分析七、企业最新服务分析第九节西安煤航遥感信息有限公司一、企业发展概述分析二、企业投资效益分析三、企业市场影响力分析四、企业服务市场定位分析五、企业品牌效益分析六、企业资源优势分析七、企业主要业务分析第十节西安航天华迅科技有限公司一、企业发展概述分析二、企业经济指标分析三、企业资源优势分析四、企业服务涉及领域分析五、企业营销渠道分析六、企业品牌影响力分析七、企业投资效益分析八、企业发展方向分析第十一节国智恒北斗科技集团股份有限公司一、企业发展概述分析二、企业业务盈利模式三、企业营销模式分析四、企业经济指标分析五、企业品牌影响力分析六、企业行业竞争力分析七、企业主要业务方向分析八、企业最新动态分析第十二节北京合众思壮科技股份有限公司一、企业发展概述分析二、企业业务盈利模式三、企业经营情况分析四、企业资源优势分析五、企业营销增长分析六、企业行业竞争力分析七、企业品牌影响力分析八、企业发展战略分析九、企业最新动态分析第十三节星际空间（天津）科技发展有限公司一、企业发展概述分析二、企业投资效益分析三、企业市场影响力分析四、企业服务市场定位分析五、企业品牌效益分析六、企业资源优势分析七、企业主要业务分析第十四节四川天地星通卫星导航科技有限公司一、企业发展概述分析二、企业盈利能力分析三、企业运营能力分析四、企业偿债能力分析五、企业发展能力分析六、企业资源优势分析七、企业新业务动向分析八、企业发展战略分析第十五节北京华力创通科技股份有限公司一、企业发展概述分析二、企业经济指标分析三、企业资源优势分析四、企业服务涉及领域分析五、企业营销渠道分析六、企业品牌影响力分析七、企业投资效益分析八、企业发展方向分析第十六节北京时代民芯科技有限公司一、企业发展概述分析二、企业业务盈利模式三、企业营销模式分析四、企业经济指标分析五、企业品牌影响力分析六、企业行业竞争力分析七、企业主要业务方向分析八、企业最新动态分析第十七节深圳市伊爱高新技术开发有限公司一、企业发展概述分析二、企业经济指标分析三、企业发展目标分析四、企业营销渠道分析五、企业扩张规划分析六、企业行业影响力分析七、企业最新服务分析第十

八节深圳市众鸿科技股份有限公司一、企业发展概述分析二、企业投资效益分析三、企业市场影响力分析四、企业服务市场定位分析五、企业品牌效益分析六、企业资源优势分析七、企业主要业务分析第十九节深圳市赛格导航科技股份有限公司一、企业发展概述分析二、企业业务盈利模式三、企业营销模式分析四、企业经济指标分析五、企业品牌影响力分析六、企业行业竞争力分析七、企业主要业务方向分析八、企业最新动态分析第二十节北京数字政通科技股份有限公司一、企业发展概述分析二、企业经济指标分析三、企业资源优势分析四、企业服务涉及领域分析五、企业营销渠道分析六、企业品牌影响力分析七、企业投资效益分析八、企业发展方向分析第二十一节北京四维图新科技股份有限公司一、企业发展概述分析二、企业业务盈利模式三、企业经营情况分析四、企业资源优势分析五、企业营销增长分析六、企业行业竞争力分析七、企业品牌影响力分析八、企业发展战略分析九、企业最新动态分析第二十二节上海司南卫星导航技术股份有限公司一、企业发展概述分析二、企业经济指标分析三、企业发展目标分析四、企业营销渠道分析五、企业扩张规划分析六、企业行业影响力分析七、企业最新服务分析第二十三节上海华测导航技术股份有限公司一、企业发展概述分析二、企业盈利能力分析三、企业运营能力分析四、企业偿债能力分析五、企业发展能力分析六、企业资源优势分析七、企业新业务动向分析八、企业发展战略分析第二十四节上海埃威航空电子有限公司一、企业发展概述分析二、企业业务盈利模式三、企业经营情况分析四、企业营销增长分析五、企业行业竞争力分析六、企业发展战略分析第二十五节厦门雅迅网络股份有限公司一、企业发展概述分析二、企业业务盈利模式三、企业经营情况分析四、企业营销增长分析五、企业行业竞争力分析六、企业发展战略分析第二十六节立得空间信息技术股份有限公司一、企业发展概况二、企业产品与业务三、企业技术实力分析四、企业销售与服务网络五、企业核心竞争力分析六、企业最新发展动向第二十七节广州中海达卫星导航技术股份有限公司一、企业发展概况二、企业产品与业务分析三、企业技术实力分析四、企业销售与服务网络五、企业主要经济指标分析六、企业核心竞争力分析七、企业最新发展动向第二十八节高德软件有限公司一、企业发展概述分析二、企业业务盈利模式三、企业经营情况分析四、企业行业竞争力分析五、企业发展战略分析第二十九节泰斗微电子科技有限公司一、企业发展概述分析二、企业业务盈利模式三、企业经营情况分析四、企业行业竞争力分析五、企业发展战略分析第三十节重庆西南集成电路设计有限责任公司一、企业发展概述分析二、企业业务盈利模式三、企业营销模式分析四、企业经济指标分析五、企业品牌影响力分析六、企业行业竞争力分析七、企业主要业务方向分析八、企业最新动态分析第十四章国家卫星导航产业中长期发展规划第一节现状和形势一、国际上卫星导航发展迅猛，对经济社会发展产生影响二、全球竞相建设卫星导航系统，产业融合发展加速演进三、系统建设取得突破性进展，行业发展取得长足进步四、市场广阔，系统建设滞后第二节指导思想

、基本原则和发展目标一、指导思想二、基本原则1、统筹规划，协调发展2、市场主导，政策推动3、夯实基础，强化创新4、开放兼容，合作共进三、发展目标第三节重点发展方向和主要任务一、完善导航基础设施二、突破核心关键技术三、推行应用时频保障四、促进行业创新应用五、扩大大众应用规模六、推进海外市场开拓第四节重大工程一、基础工程——增强卫星导航性能二、创新工程——提升核心技术能力三、安全工程——推进重要领域应用四、大众工程——推动产业规模发展五、国际化工程——开拓全球应用市场第五节保障措施一、加强统筹协调，形成发展合力二、发布国家政策，推广应用服务三、完善政策法规，优化发展环境四、加强标准建设，提升发展水平五、加大公共投入，鼓励产业创新第六节北斗卫星导航产业链及投资方向分析一、北斗卫星导航产业链价值分布二、北斗卫星导航产业链投资价值分析 第四部分发展前景展望第十五章中国卫星导航与位置服务产业投资前景分析第一节中国卫星导航与位置服务产业发展趋势分析一、以运营商为主导，产业链逐步完善二、导航应用由单星座转变为多星座兼容机制三、产业化向专业化方向发展四、智能交通仍是民用应用重要市场五、单一化的系统向综合服务系统方向发展第二节中国卫星导航与位置服务产业市场趋势预测一、卫星导航与位置服务产业政策与规划二、卫星导航与位置服务产业规模预测三、卫星导航与位置服务产品市场预测1、导航芯片产品市场预测2、导航电子地图市场预测3、车载导航系统市场预测4、高精度GNSS测量产品市场预测第三节中国卫星导航与位置服务产业细分市场预测一、位置服务市场前景预测二、专业应用市场前景预测1、国防安全领域的应用前景预测2、交通运输领域的应用前景预测3、气象领域的应用前景预测4、海洋渔业领域的应用前景预测 第十六章2020-2026年卫星导航与位置服务行业投资价值评估分析第一节卫星导航与位置服务行业投资特性分析一、卫星导航与位置服务行业进入壁垒分析二、卫星导航与位置服务行业盈利因素分析三、卫星导航与位置服务行业盈利模式分析第二节2020-2026年卫星导航与位置服务业影响因素一、有利因素二、不利因素第三节2020-2026年卫星导航与位置服务投资价值评估一、行业投资效益分析1、行业活力系数比较及分析2、行业投资收益率比较及分析3、行业投资效益评估二、产业发展的空白点分析三、投资回报率比较高的投资方向四、新进入者应注意的障碍因素 第十七章2020-2026年卫星导航与位置服务行业投资机会与风险防范第一节卫星导航与位置服务行业投融资情况一、行业资金渠道分析二、固定资产投资分析三、兼并重组情况分析四、卫星导航与位置服务行业投资现状分析1、卫星导航与位置服务产业投资经历的阶段2、2014-2019年卫星导航与位置服务行业投资状况回顾3、2014-2019年卫星导航与位置服务行业风险投资状况4、2019年卫星导航与位置服务行业的投资态势第二节2020-2026年卫星导航与位置服务行业投资机会一、产业链投资机会二、细分市场投资机会三、重点区域投资机会四、卫星导航与位置服务行业投资机遇第三节2020-2026年卫星导航与位置服务业风险防范一、政策风险及防范二、技术风险及防范

三、供求风险及防范四、宏观经济波动风险及防范五、关联产业风险及防范六、产品结构风险及防范七、其他风险及防范

第四节中国卫星导航与位置服务行业投资建议一、卫星导航与位置服务行业未来发展方向二、卫星导航与位置服务行业主要投资建议三、中国卫星导航与位置服务企业融资分析1、中国卫星导航与位置服务企业IPO融资分析2、中国卫星导航与位置服务企业再融资分析

第十八章2020-2026年卫星导航与位置服务行业面临的困境及对策第一节2019年卫星导航与位置服务行业面临的困境第二节卫星导航与位置服务企业面临的困境及对策一、重点卫星导航与位置服务企业面临的困境及对策1、重点卫星导航与位置服务企业面临的困境2、重点卫星导航与位置服务企业对策探讨二、中小卫星导航与位置服务企业发展困境及策略分析1、中小卫星导航与位置服务企业面临的困境2、中小卫星导航与位置服务企业对策探讨三、国内卫星导航与位置服务企业的出路分析

第三节卫星导航与位置服务行业存在的问题及对策一、中国卫星导航与位置服务行业存在的问题二、卫星导航与位置服务行业发展的建议对策1、把握国家投资的契机2、竞争性战略联盟的实施3、企业自身应对策略三、市场的重点客户战略实施1、实施重点客户战略的必要性2、合理确立重点客户3、重点客户战略管理4、重点客户管理功能

第四节卫星导航与位置服务市场发展的挑战与对策

第五部分发展战略研究

第十九章卫星导航与位置服务行业发展战略研究第一节卫星导航与位置服务行业发展战略研究一、战略综合规划二、技术开发战略三、业务组合战略四、区域战略规划五、产业战略规划六、营销品牌战略七、竞争战略规划

第二节对我国卫星导航与位置服务品牌的战略思考一、卫星导航与位置服务品牌的重要性二、卫星导航与位置服务实施品牌战略的意义三、卫星导航与位置服务企业品牌的现状分析四、我国卫星导航与位置服务企业的品牌战略五、卫星导航与位置服务品牌战略管理的策略

第三节卫星导航与位置服务经营策略分析一、卫星导航与位置服务市场细分策略二、卫星导航与位置服务市场创新策略三、品牌定位与品类规划四、卫星导航与位置服务新产品差异化战略

第四节卫星导航与位置服务行业投资战略研究一、2019年卫星导航与位置服务行业投资战略二、2020-2026年卫星导航与位置服务行业投资战略三、2020-2026年细分行业投资战略

第二十章研究结论及投资建议第一节卫星导航与位置服务行业研究结论及建议第二节卫星导航与位置服务子行业研究结论及建议第三节卫星导航与位置服务行业投资建议一、行业发展策略建议二、行业投资方向建议三、行业投资方式建议

图表目录

图表：卫星导航与位置服务产业在智能信息产业中的地位

图表：卫星导航与位置服务产业链结构

图表：卫星导航与位置服务产业上中下游结构图

图表：指标体系

图表：卫星导航与位置服务行业相关标准

图表：电气性能试验参数

图表：振动条件

图表：冲击试验条件

图表：静电放电等级测试表

图表：导航定位基础设施建设

图表：核心技术创新与通用产品产业化

图表：重点产品应用

图表：重点行业及领域应用

图表：大众应用

图表：国际化发展

图表：卫星导航相关政策文件

图表：导航与位置服务指标体系

图表：2019年年末人口数及其

构成图表：2013-2019年城乡新增就业人数图表：2013-2019年全员劳动生产率图表：2013-2019年普通本专科、中等职业教育及普通高中招生人数图表：2013-2019年研究与实验发展（R&D）经费支出及其增长速度图表：2013-2019年中国城镇化趋势图表：2014-2019年全球导航与位置服务产业市场规模图表：2020-2026年全球导航与位置服务产业市场规模预测图表：2014-2019年全球导航设备出货量图表：2020-2026年全球导航设备出货量预测图表：日本卫星导航与应用产业链构成图表：全球卫星导航专利申请量区域分布图表：全球卫星导航领域排名前30的重要专利申请人图表：全球卫星导航专利申请量按产业链分布图表：按专利申请人的技术分支分布图表：2014-2019年我国导航与位置服务产业企业数量图表：2014-2019年我国导航与位置服务产业产值规模图表：北斗卫星导航系统三步走计划图表：2014-2019年我国北斗导航产业市场规模

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202006/169522.html>