

2021-2027年中国车载导航 系统产业发展现状与投资战略报告

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

《2021-2027年中国车载导航系统产业发展现状与投资战略报告》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/202101/202011.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

车载导航系统主要由主机、显示屏、操作键盘（遥控器）和天线组成。它实现了野外踏勘、出游旅行的数字化智能导航。它具有准确的地图、地理信息，清晰的行进路线。

全球全天候适时性的应用，永无盲区，免费的卫星资源更使用户随心所欲，畅心使用。多种的数据信息，位置坐标，航行路程、航行时间、方位、偏航方位角、偏航距离、预设报警。无论您在茫茫的阔野草原、野花飘香、溪水叮咚的青山幽谷，还是繁华喧嚣的都市，他都能使您在工作、畅游之际随时准确到达目的地。GPS汽车应用系统的未来似乎是无可限量，技术进步带来的梦想也是没有止境的。

商用车在2010年年销量达到429.3万辆，为历史最高，之后其年销量在345-420万辆之间波动，显然已经进入成熟期，预计以后应该也不会有持续性的增长。

-轿车在2013年年销量上升到1200万辆的级别，之后基本是在1200万辆上下小幅震荡，几乎没有增长，其消费人群持续被SUV分流，预计未来轿车的体量仍然会维持平稳。

SUV的增长是最近5年汽车总量增长的主要贡献力量。18年SUV年销量小幅负增长，我认为并不能说SUV的增长彻底结束了，SUV增速的下滑应该是一个渐变的过程，不会说从双位数增长直接变成0增长，主要有以下两点原因：

①目前中国SUV渗透率为41.9%，而北美SUV渗透率在50%以上，中国消费者偏好大空间车型的消费特点短期内不会发生改变，那么中国的SUV的渗透率还会进一步提升。

②SUV可以替代部分MPV和交叉型乘用车。上汽通用五菱等车企推出了廉价的SUV来替代交叉型乘用车，SUV既可以载人也可以载货，档次又明显高于交叉型乘用车，这迎合了低端收入人群消费升级的趋势。从数据上也可以看到，交叉型乘用车从12年至今一直是负增长，从峰值249.2万辆萎缩至50万辆左右。另一方面，7座SUV可以替代部分MPV，主机厂推出大量的7座SUV对MPV车型形成一定冲击。基于以上原因，SUV中长期来看还是有增长空间的，其增速还是会高于轿车。汽车销量走势汽车销量同比增速 中企顾问网发布的《2021-2027年中国车载导航系统产业发展现状与投资战略报告》共十四章。首先介绍了中国车载导航系统行业市场发展环境、车载导航系统整体运行态势等，接着分析了中国车载导航系统行业市场运行的现状，然后介绍了车载导航系统市场竞争格局。随后，报告对车载导航系统做了重点企业经营状况分析，最后分析了中国车载导航系统行业发展趋势与投资预测。您若想对车载导航系统产业有个系统的了解或者想投资中国车载导航系统行业，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：

第一章 车载导航系统行业发展综述

1.1 车载导航系统行业概述

1.1.1 行业定义

1.1.2 行业主要商业模式

1.2 车载导航系统行业特征分析

1.2.1 产业链分析

1.2.2 车载导航系统行业在产业链中的地位

1.2.3 车载导航系统行业生命周期分析

(1) 行业生命周期理论基础

(2) 车载导航系统行业生命周期

1.3 最近3-5年中国车载导航系统行业经济指标分析

1.3.1 赢利性

1.3.2 成长速度

1.3.3 附加值的提升空间

1.3.4 进入壁垒／退出机制

1.3.5 风险性

1.3.6 行业周期

1.3.7 竞争激烈程度指标

1.3.8 行业及其主要子行业成熟度分析

第二章 车载导航系统行业运行环境（PEST）分析

2.1 车载导航系统行业政治法律环境分析

2.1.1 行业管理体制分析

2.1.2 行业主要法律法规

2.1.3 行业相关发展规划

2.2 车载导航系统行业经济环境分析

2.2.1 国际宏观经济形势分析

2.2.2 国内宏观经济形势分析

2.2.3 产业宏观经济环境分析

2.3 车载导航系统行业社会环境分析

2.3.1 车载导航系统产业社会环境

2.3.2 社会环境对行业的影响

2.3.3 车载导航系统产业发展对社会发展的影响

2.4 车载导航系统行业技术环境分析

2.4.1 车载导航系统技术分析

2.4.2 车载导航系统技术发展水平

2.4.3 行业主要技术发展趋势

第三章 我国车载导航系统所属行业运行分析

3.1 我国车载导航系统行业发展状况分析

3.1.1 我国车载导航系统行业发展阶段

3.1.2 我国车载导航系统行业发展总体概况

3.1.3 我国车载导航系统行业发展特点分析

3.2 2019年车载导航系统行业发展现状

3.2.1 2014-2019年我国车载导航系统行业市场规模

3.2.2 2019年我国车载导航系统行业发展分析

相比于国外智能化和动态化的交通系统，中国智能交通服务手段和内容单一、运行效率和管理水平不高、地区分割和行业分割普遍，整体发展水平还比较落后。而近年来随着国民经济的快速增长和人民生活水平的提高，中国的汽车保有量迅速增加，交通出行量大幅上升，使得巨大的行车需要与有限的交通基础设施之间的冲突进一步加剧，必将催生出庞大的智能交通产品市场。

以车载导行系统为例，目前，中国前装车载导航系统的达到了17.6%，远低于日本60%、韩国40%、欧美25%的水平。保守估计，若中国达到30%的安装率，车载导航系统的潜在市场规模就可达1500亿元。全球各国汽车车载导航系统安装率走势

3.2.3 2019年中国车载导航系统企业发展分析

3.3 区域市场分析

3.3.1 区域市场分布总体情况

3.3.2 2019年重点省市市场分析

3.4 车载导航系统产品/服务价格分析

3.4.1 2014-2019年车载导航系统价格走势

3.4.2 影响车载导航系统价格的关键因素分析

- (1) 成本
- (2) 供需情况
- (3) 关联产品
- (4) 其他

3.4.3 2021-2027年车载导航系统产品/服务价格变化趋势

3.4.4 主要车载导航系统企业价位及价格策略

第四章 我国车载导航系统所属行业整体运行指标分析

4.1 2014-2019年中国车载导航系统行业总体规模分析

4.1.1 企业数量结构分析

4.1.2 人员规模状况分析

4.1.3 行业资产规模分析

4.1.4 行业市场规模分析

4.2 2014-2019年中国车载导航系统行业运营情况分析

4.2.1 我国车载导航系统行业营收分析

4.2.2 我国车载导航系统行业成本分析

4.2.3 我国车载导航系统行业利润分析

4.3 2014-2019年中国车载导航系统行业财务指标总体分析

4.3.1 行业盈利能力分析

4.3.2 行业偿债能力分析

4.3.3 行业营运能力分析

4.3.4 行业发展能力分析

第五章 我国车载导航系统所属行业供需形势分析

5.1 车载导航系统行业供给分析

5.1.1 2014-2019年车载导航系统行业供给分析

5.1.2 2021-2027年车载导航系统行业供给变化趋势

5.1.3 车载导航系统行业区域供给分析

5.2 2014-2019年我国车载导航系统行业需求情况

5.2.1 车载导航系统行业需求市场

5.2.2 车载导航系统行业客户结构

5.2.3 车载导航系统行业需求的地区差异

5.3 车载导航系统市场应用及需求预测

5.3.1 车载导航系统应用市场总体需求分析

- (1) 车载导航系统应用市场需求特征
- (2) 车载导航系统应用市场需求总规模

5.3.2 2021-2027年车载导航系统行业领域需求量预测

- (1) 2021-2027年车载导航系统行业领域需求产品/服务功能预测
- (2) 2021-2027年车载导航系统行业领域需求产品/服务市场格局预测

5.3.3 重点行业车载导航系统产品/服务需求分析预测

第六章 车载导航系统行业产业结构分析

6.1 车载导航系统产业结构分析

6.1.1 市场充分程度分析

6.1.2 领先企业的结构分析（所有制结构）

6.2 产业价值链的结构分析及产业链条的整体竞争优势分析

6.2.1 产业价值链的构成

6.2.2 产业链条的竞争优势与劣势分析

6.3 产业结构发展预测

6.3.1 产业结构调整指导政策分析

6.3.2 产业结构调整中消费者需求的引导因素

6.3.3 中国车载导航系统行业参与国际竞争的战略市场定位

6.3.4 车载导航系统产业结构调整方向分析

第七章 我国车载导航系统行业产业链分析

7.1 车载导航系统行业产业链分析

7.1.1 产业链结构分析

7.1.2 主要环节的增值空间

7.1.3 与上下游行业之间的关联性

7.2 车载导航系统上游行业分析

7.2.1 车载导航系统产品成本构成

7.2.2 2019年上游行业发展现状

7.2.3 2021-2027年上游行业发展趋势

7.2.4 上游供给对车载导航系统行业的影响

7.3 车载导航系统下游行业分析

7.3.1 车载导航系统下游行业分布

7.3.2 2019年下游行业发展现状

7.3.3 2021-2027年下游行业发展趋势

7.3.4 下游需求对车载导航系统行业的影响

第八章 我国车载导航系统行业渠道分析及策略

8.1 车载导航系统行业渠道分析

8.1.1 渠道形式及对比

8.1.2 各类渠道对车载导航系统行业的影响

8.1.3 主要车载导航系统企业渠道策略研究

8.1.4 各区域主要代理商情况

8.2 车载导航系统行业用户分析

8.2.1 用户认知程度分析

8.2.2 用户需求特点分析

8.2.3 用户购买途径分析

8.3 车载导航系统行业营销策略分析

8.3.1 中国车载导航系统营销概况

8.3.2 车载导航系统营销策略探讨

8.3.3 车载导航系统营销发展趋势

第九章 我国车载导航系统行业竞争形势及策略

9.1 行业总体市场竞争状况分析

9.1.1 车载导航系统行业竞争结构分析

(1) 现有企业间竞争

(2) 潜在进入者分析

(3) 替代品威胁分析

(4) 供应商议价能力

(5) 客户议价能力

(6) 竞争结构特点总结

9.1.2 车载导航系统行业企业间竞争格局分析

9.1.3 车载导航系统行业集中度分析

9.1.4 车载导航系统行业SWOT分析

9.2 中国车载导航系统行业竞争格局综述

9.2.1 车载导航系统行业竞争概况

- (1) 中国车载导航系统行业竞争格局
- (2) 车载导航系统行业未来竞争格局和特点
- (3) 车载导航系统市场进入及竞争对手分析

9.2.2 中国车载导航系统行业竞争力分析

- (1) 我国车载导航系统行业竞争力剖析
- (2) 我国车载导航系统企业市场竞争的优势
- (3) 国内车载导航系统企业竞争能力提升途径

9.2.3 车载导航系统市场竞争策略分析

第十章 车载导航系统行业领先企业经营形势分析

10.1 北京四维图新科技股份有限公司

10.1.1 企业发展基本情况

10.1.2 企业主要产品分析

10.1.3 企业竞争优势分析

10.1.4 企业经营状况分析

10.2 高德软件有限公司

10.2.1 企业发展基本情况

10.2.2 企业主要产品分析

10.2.3 企业竞争优势分析

10.2.4 企业经营状况分析

10.3 深圳市凯立德科技股份有限公司

10.3.1 企业发展基本情况

10.3.2 企业主要产品分析

10.3.3 企业竞争优势分析

10.3.4 企业经营状况分析

10.4 易图通科技有限公司

10.4.1 企业发展基本情况

10.4.2 企业主要产品分析

10.4.3 企业竞争优势分析

10.4.4 企业经营状况分析

10.5 北京灵图软件技术有限公司

10.5.1 企业发展基本情况

10.5.2 企业主要产品分析

10.5.3 企业竞争优势分析

10.5.4 企业经营状况分析

10.6 广东瑞图万方科技股份有限公司

10.6.1 企业发展基本情况

10.6.2 企业主要产品分析

10.6.3 企业竞争优势分析

10.6.4 企业经营状况分析

10.7 北京城际高科信息技术有限公司

10.7.1 企业发展基本情况

10.7.2 企业主要产品分析

10.7.3 企业竞争优势分析

10.7.4 企业经营状况分析

10.8 东风电子科技股份有限公司

10.8.1 企业发展基本情况

10.8.2 企业主要产品分析

10.8.3 企业竞争优势分析

10.8.4 企业经营状况分析

10.9 北京合众思壮科技股份有限公司

10.9.1 企业发展基本情况

10.9.2 企业主要产品分析

10.9.3 企业竞争优势分析

10.9.4 企业经营状况分析

10.10 北京佳明航电科技有限公司

10.10.1 企业发展基本情况

10.10.2 企业主要产品分析

10.10.3 企业竞争优势分析

10.10.4 企业经营状况分析

第十一章 2021-2027年车载导航系统行业投资前景

11.1 2021-2027年车载导航系统市场发展前景

11.1.1 2021-2027年车载导航系统市场发展潜力

11.1.2 2021-2027年车载导航系统市场发展前景展望

11.2 2021-2027年车载导航系统市场发展趋势预测

11.2.1 2021-2027年车载导航系统行业发展趋势

11.2.2 2021-2027年车载导航系统市场规模预测

11.2.3 2021-2027年车载导航系统行业应用趋势预测

11.3 2021-2027年中国车载导航系统行业供需预测

11.3.1 2021-2027年中国车载导航系统行业供给预测

11.3.2 2021-2027年中国车载导航系统行业需求预测

11.3.3 2021-2027年中国车载导航系统供需平衡预测

11.4 影响企业生产与经营的关键趋势

11.4.1 市场整合成长趋势

11.4.2 需求变化趋势及新的商业机遇预测

11.4.3 企业区域市场拓展的趋势

11.4.4 科研开发趋势及替代技术进展

11.4.5 影响企业销售与服务方式的关键趋势

第十二章 2021-2027年车载导航系统行业投资机会与风险

12.1 车载导航系统行业投融资情况

12.1.1 行业资金渠道分析

12.1.2 固定资产投资分析

12.1.3 兼并重组情况分析

12.2 2021-2027年车载导航系统行业投资机会

12.2.1 产业链投资机会

12.2.2 重点区域投资机会

12.3 2021-2027年车载导航系统行业投资风险及防范

12.3.1 政策风险及防范

12.3.2 技术风险及防范

12.3.3 供求风险及防范

12.3.4 宏观经济波动风险及防范

12.3.5 关联产业风险及防范

12.3.6 产品结构风险及防范

12.3.7 其他风险及防范

第十三章 车载导航系统行业投资战略研究

13.1 车载导航系统行业发展战略研究

13.1.1 战略综合规划

13.1.2 技术开发战略

13.1.3 业务组合战略

13.1.4 区域战略规划

13.1.5 产业战略规划

13.1.6 营销品牌战略

13.1.7 竞争战略规划

13.2 对我国车载导航系统品牌的战略思考

13.2.1 车载导航系统品牌的重要性

13.2.2 车载导航系统实施品牌战略的意义

13.2.3 车载导航系统企业品牌的现状分析

13.2.4 我国车载导航系统企业的品牌战略

13.2.5 车载导航系统品牌战略管理的策略

13.3 车载导航系统经营策略分析

13.3.1 车载导航系统市场创新策略

13.3.2 品牌定位与品类规划

13.3.3 车载导航系统新产品差异化战略

第十四章 研究结论及投资建议（）

14.1 车载导航系统行业研究结论

14.2 车载导航系统行业投资价值评估

14.3 车载导航系统行业投资建议

14.3.1 行业发展策略建议

14.3.2 行业投资方向建议（）

14.3.3 行业投资方式建议

图表目录：

图表1：车载导航系统行业生命周期

图表2：车载导航系统行业产业链结构

图表3：2014-2019年全球车载导航系统行业市场规模

图表4：2014-2019年中国车载导航系统行业市场规模

图表5：2014-2019年车载导航系统行业重要数据指标比较

图表6：2014-2019年中国车载导航系统市场占全球份额比较

图表7：2014-2019年车载导航系统行业工业总产值

图表8：2014-2019年车载导航系统行业销售收入

图表9：2014-2019年车载导航系统行业利润总额

图表10：2014-2019年车载导航系统行业资产总计

图表11：2014-2019年车载导航系统行业负债总计

图表12：2014-2019年车载导航系统行业竞争力分析

图表13：2014-2019年车载导航系统市场价格走势

图表14：2014-2019年车载导航系统行业主营业务收入

图表15：2014-2019年车载导航系统行业主营业务成本

图表16：2014-2019年车载导航系统行业销售费用分析

图表17：2014-2019年车载导航系统行业管理费用分析

图表18：2014-2019年车载导航系统行业财务费用分析

图表19：2014-2019年车载导航系统行业销售毛利率分析

图表20：2014-2019年车载导航系统行业销售利润率分析

图表21：2014-2019年车载导航系统行业成本费用利润率分析

图表22：2014-2019年车载导航系统行业总资产利润率分析

图表23：2014-2019年车载导航系统行业集中度分析

更多图表见正文.....

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202101/202011.html>