2024-2030年中国卫星导航与位置服务产业发展现状与战略咨询报告

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产业发展现状与战略咨询报告》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/202401/433946.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产业发展现状与战略咨询报告》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： 第一章 卫星导航与位置服务行业发展综述 1 1.1 卫星导航与位置服务行业定义及分类 1 1.1.1 行业定义 1 1.1.2 行业主要产品分类 1 1.1.3 行业特性及在国民经济中的地位 2 1.2 卫星导航与位置服务行业统计标准 3 1.2.1 统计部门和统计口径 3 1.2.2 行业主要统计方法介绍 3 1.2.3 行业涵盖数据种类介绍 4 1.3 卫星导航与位置服务产业链结构 6 1.2.1 卫星导航与位置服务产业链结构 6 1.2.2 卫星导航与位置服务产业链各环节概况 7 1.4 卫星导航系统市场应用类型分析 8 1.4.1 卫星导航系统的应用路径 8 1.4.2 卫星导航定位的应用类型 10 第二章 卫星导航与位置服务行业市场环境及影响分析（PEST） 12 2.1 卫星导航与位置服务行业政治法律环境（P） 12 2.1.1 行业管理体制分析 12 2.1.2 行业主要法律法规 12 2.1.3 卫星导航与位置服务行业标准 14 2.1.4 行业相关发展规划 14 （1）卫星导航与位置服务行业国家发展规划 14 （2）卫星导航与位置服务行业地方发展规划 15 2.1.5 政策环境对行业的影响 15 2.2 行业经济环境分析（E） 15 2.2.1 宏观经济形势分析 15 （1）国际宏观经济形势分析 15 （2）国内宏观经济形势分析 21 （3）产业宏观经济环境分析 24 2.2.2 宏观经济环境对行业的影响分析 25 （1）经济复苏对行业的影响 25 （2）货币政策对行业的影响 25 （3）区域规划对行业的影响 26 2.3 行业社会环境分析（S） 27 2.3.1 卫星导航与位置服务产业社会环境 27 （1）人口环境分析 27 （2）教育环境分析 28 （3）文化环境分析 29 （4）中国城镇化率 30 2.3.2 社会环境对行业的影响 31 2.3.3 卫星导航与位置服务产业发展对社会发展的影响 31 2.4 行业技术环境分析（T） 32 2.4.1 卫星导航与位置服务技术分析 32 （1）技术水平总体发展情况 32 （2）我国卫星导航与位置服务行业新技术研究 32 2.4.2 卫星导航与位置服务技术发展水平 33 （1）我国卫星导航与位置服务行业技术水平所处阶段 33 （2）与国外卫星导航与位置服务行业的技术差距 34 2.4.3 卫星导航与位置服务技术发展分析 35 2.4.4 行业主要技术发展趋势 36 2.4.5 技术环境对行业的影响 36 第三章 卫星导航与位置服务产业发展分析 38 3.1 卫星导航与位置服务产业市场分析 38 3.1.1 卫星导航与位置服务产业市场分析 38 （1）导航与位置服务产业市场规模及预测 38 （2）导航设备出货量及其预测 39 3.1.2 卫星导航与位置服务产业的市场格局 40 （1）卫星导航与位置服务产业区域格局 40 （2）卫星导航与位置服务企业竞争格局 41 3.2 主要国家卫星导航与位置服务产业发展分析 44 3.2.1 美国卫星导航与位置服务产业发展分析 44 （1）美国产业发展政策 44 （2）美国产业国际地位 46 3.2.2 美国领先企业分析 47 （1）Trimble公司 47 （2）Garmin公司 48 （3

）Broadcom公司 51 3.2.3 欧洲卫星导航与位置服务产业发展分析 51 （1）欧洲导航产业国际地位 51 （2）欧洲导航设备市场规模 53 3.2.4 欧洲：产业领先企业分析 53 （1）TOMTOM公司 53 （2）Tele Atlas公司 55 3.2.5 俄罗斯卫星导航与位置服务产业发展分析 57 （1）俄罗斯导航产业国际地位 57 （2）俄罗斯导航产业现状分析 58 （3）俄罗斯导航设备市场规模 58 第四章 中国卫星导航与位置服务产业发展状况分析 59 4.1 中国卫星导航与位置服务产业发展现状分析 59 4.1.1 导航与位置服务产业企业数量规模 59 4.1.2 导航与位置服务产业发展规模分析 59 4.1.3 我国北斗导航产业发展分析 60 （1）北斗导航产业发展现状分析 60 （2）北斗导航产业市场规模分析 60 （3）北斗导航产业的区域布局分析 61 （4）北斗导航产品的市场结构分析 62 （5）北斗导航产品的优劣势分析 63 （6）主要企业北斗导航业务分析 64 4.2 中国GPS市场调研分析 65 4.2.1 GPS市场形势综述 65 4.2.2 GPS导航设备品牌结构分析 66 （1）GPS导航设备品牌结构分析 66 （2）GPS导航设备细分市场品牌结构分析 67 （3）PND便携机市场 68 （4）行车记录仪市场 69 （5）雷达预警仪市场 70 4.2.3 GPS导航设备产品结构分析 70 （1）产品价格结构分析 70 （2）产品类型结构分析 71 （3）产品屏幕尺寸结构 71 （4）产品高清屏幕结构 71 4.2.4 GPS主流厂商分析 71 （1）品牌结构对比分析 71 （2）产品结构对比分析 72 第五章 我国卫星导航与位置服务行业整体运行指标分析 73 5.1 中国卫星导航与位置服务总体分析 73 5.1.1 企业数量结构分析 73 5.1.2 人员规模状况分析 73 5.1.3 行业资产规模分析 73 5.1.4 行业市场规模分析 73 5.2 中国卫星导航与位置服务财务分析 74 5.2.1 行业盈利能力分析 74 5.2.2 行业偿债能力分析 75 5.2.3 行业营运能力分析 76 5.2.4 行业发展能力分析 77 第六章 中国卫星导航与位置服务产业市场分析 78 6.1 中国卫星导航与位置服务产业的市场结构 78 6.2 中国移动位置服务（LBS）市场分析 78 6.2.1 中国移动位置服务市场发展概况 78 6.2.2 中国移动位置服务用户分析 79 （1）移动位置服务用户规模分析 79 （2）移动位置服务用户习性调研 82 6.2.3 移动定位技术的比较分析 85 6.2.4 中国GPS手机出货量分析 88 6.2.5 中国手机导航产品市场规模 88 6.3 中国公路领域卫星导航市场分析 89 6.3.1 中国公路卫星导航建设成果 89 6.3.2 中国公路卫星导航市场规模 91 6.4 中国航空领域卫星导航市场分析 91 6.4.1 卫星导航在航空领域的应用 91 6.4.2 中国航空卫星导航市场分析 93 6.5 中国国防安全领域卫星导航市场分析 96 6.5.1 导航技术在国防安全领域的应用 96 6.5.2 国防领域卫星导航建设成果分析 97 6.5.3 国防安全领域卫星导航市场分析 98 6.6 中国海洋渔业领域卫星导航市场分析 100 6.6.1 海事渔业领域卫星导航建设成果分析 100 6.6.2 海事渔业领域卫星导航产品需求分析 102 第七章 中国卫星导航与位置服务产业产品市场分析 104 7.1 导航与位置服务基础类产品市场分析 104 7.1.1 导航芯片产品市场分析 104 （1）国内导航芯片行业生命周期分析 104 （2）国内导航芯片研发制造企业分析 105 （3）国内导航芯片市场需求分析 105 7.1.2 GIS软件市场分析 106 （1）GIS软件相关概述 106 （2）GIS软件市场供求分析 110 （3）国内GIS软件市场竞争格局 113

7.1.3 中国导航电子地图市场分析 115 （1）导航电子地图的产业链地位 115 （2）导航电子地图市场规模分析 115 （3）导航电子地图企业分析 116 （4）导航电子地图市场格局分析 117 7.2 导航与位置服务产业终端产品市场分析 118 7.2.1 中国导航终端产品市场概况 118 7.2.2 中国车载导航产品市场分析 121 （1）前装车载导航系统出货量 121 （2）后装车载导航系统出货量 122 7.2.3 中国车载监控产品市场分析 122 （1）车载监控终端市场概况 122 （2）公交影音监控系统市场 125 （3）车载影音监控系统市场 125 7.2.4 中国GIS数据采集产品市场分析 125 （1）GIS数据采集产品市场规模 125 （2）GIS数据采集产品市场格局 126 7.2.5 中国高精度GNSS测量产品市场分析 128 （1）高精度GNSS测量企业数量规模 128 （2）高精度GNSS测量产品市场规模 128 （3）高精度GNSS测量产品市场格局 129 7.3 导航与位置服务产业细分产品市场的比较分析 129 7.3.1 高精度GNSS市场特点分析 129 7.3.2 消费类GNSS的市场特点分析 131 7.3.3 高精度与消费类GNSS市场的比较 132 （1）进入门槛的比较分析 132 （2）竞争程度的比较分析 132 （3）盈利水平的比较分析 133 第八章 卫星导航与位置服务行业产业结构分析 134 8.1 卫星导航与位置服务产业结构分析 134 8.1.1 市场细分充分程度分析 134 8.1.2 各细分市场领先企业排名 134 8.1.3 各细分市场占总市场的结构比例 136 8.1.4 领先企业的结构分析（所有制结构） 137 8.2 产业价值链条的结构及整体竞争优势分析 137 8.2.1 产业价值链条的构成 137 8.2.2 产业链条的竞争优势与劣势分析 138 8.3 产业结构发展预测 138 8.3.1 产业结构调整指导政策分析 138 8.3.2 产业结构调整中消费者需求的引导因素 139 8.3.3 中国卫星导航与位置服务行业参与国际竞争分析 139 8.3.4 产业结构调整方向分析 140 第九章 卫星导航与位置服务产业细分市场分析 141 9.1 卫星导航产品的细分市场结构 141 9.1.1 基础类产品的细分市场结构 141 9.1.2 导航装置的细分市场结构 142 9.2 位置服务市场规模与预测 143 9.2.1 移动位置服务（LBS）的界定 143 （1）移动位置服务的界定 143 （2）位置服务在互联网上的应用 143 9.2.2 GNSS功能手机出货量与预测 144 9.2.3 GNSS功能手机市场规模与预测 145 9.3 公路卫星导航市场与预测 146 9.3.1 GNSS产品出货量与预测 146 （1）出货量的区域结构 146 （2）出货量的产品结构 147 9.3.2 GNSS产品的市场规模与预测 148 9.4 农业领域卫星导航市场与预测 149 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 151 10.1 卫星导航与位置服务行业销售渠道分析 151 10.1.1 营销分析与营销模式推荐 151 （1）渠道构成 151 （2）销售贡献比率 151 （3）覆盖率 152 （4）销售渠道效果 154 （5）渠道建设方向 154 10.1.2 卫星导航与位置服务营销环境分析与评价 155 （1）国际环境下的卫星导航与位置服务 155 （2）企事业需求下的卫星导航与位置服务 156 （3）我国卫星导航与位置服务市场整体环境 156 10.1.3 销售渠道存在的主要问题 156 10.1.4 营销渠道发展趋势与策略 157 10.2 卫星导航与位置服务行业营销策略分析 159 10.2.1 中国卫星导航与位置服务营销概况 159 10.2.2 卫星导航与位置服务营销策略探讨 160 （1）中国卫星导航与位置服务产品营销策略浅析 160 （2）卫星导航与位置服务新产

品的市场推广策略 161 10.3 卫星导航与位置服务营销的发展趋势 164 10.3.1 未来卫星导航与位置服务市场营销的出路 164 10.3.2 中国卫星导航与位置服务营销的趋势预测 165 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 167 11.1 中国卫星导航与位置服务产业集群发展特色 167 11.1.1 长江三角洲卫星导航与位置服务产业发展特色分析 167 11.1.2 珠江三角洲卫星导航与位置服务产业发展特色分析 168 11.1.3 环渤海地区卫星导航与位置服务产业发展特色分析 170 11.1.4 闽南地区卫星导航与位置服务产业发展特色分析 171 11.2 卫星导航与位置服务重点区域市场分析预测 174 11.2.1 行业总体区域结构特征及变化 174 （1）区域结构总体特征 174 （2）行业区域集中度分析 175 11.2.2 卫星导航与位置服务重点区域市场分析 175 第十二章 中国卫星导航企业竞争标杆分析 178 12.1 导航产品厂商竞争标杆分析 178 12.1.1 导航产品厂商的业务类型 178 12.1.2 导航产品厂商技术实力比较分析 180 （1）导航产品厂商专利技术分析 180 （2）厂商专利申请活跃度分析 180 12.1.3 导航产品厂商经营业绩比较分析 181 12.1.4 导航产品厂商盈利能力比较分析 181 12.1.5 导航产品厂商发展能力比较分析 182 12.1.6 主要导航产品厂商竞争优劣势分析 182 （1）导航电子地图厂商竞争优劣势分析 182 （2）GIS软件厂商竞争优势分析 184 （3）芯片厂商竞争优劣势分析 185 （4）终端产品厂商竞争优劣势分析 186 12.2 导航与位置服务产业专业运营商竞争优劣势 187 12.2.1 导航与位置服务产业运营商总体情况 187 12.2.2 主要专营运营商竞争优劣势分析 189 第十三章 卫星导航与位置服务行业领先企业经营形势分析 13.1 安徽四创电子股份有限公司 13.1.1 企业发展概述分析 13.1.2 企业业务盈利模式 13.1.3 企业经营情况分析 13.1.4 企业资源优势分析 13.1.5 企业营销增长分析 13.1.6 企业行业竞争力分析 13.1.7 企业品牌影响力分析 13.1.8企业发展战略分析 13.1.9 企业最新动态分析 13.2 北斗天汇（北京）科技有限公司 13.2.1 企业发展概述分析 13.2.2 企业盈利能力分析 13.2.3 企业运营能力分析 13.2.4 企业偿债能力分析 13.2.5 企业发展能力分析 13.2.6 企业资源优势分析 13.2.7 企业新业务动向分析 13.2.8 企业发展战略分析 13.3 北京北斗星通导航技术股份有限公司 13.3.1 企业发展概述分析 13.3.2 企业业务盈利模式 13.3.3 企业营销模式分析 13.3.4 企业经济指标分析 13.3.5 企业品牌影响力分析 13.3.6 企业行业竞争力分析 13.3.7 企业主要业务方向分析 13.3.8 企业最新动态分析 13.4 中寰卫星导航通信有限公司 13.4.1 企业发展概述分析 13.4.2 企业经济指标分析 13.4.3 企业发展目标分析 13.4.4 企业营销渠道分析 13.4.5 企业扩张规划分析 13.4.6 企业行业影响力分析 13.4.7 企业最新服务分析 13.5 中国东方红卫星股份有限公司 13.5.1 企业发展概述分析 13.5.2 企业经济指标分析 13.5.3 企业资源优势分析 13.5.4 企业服务涉及领域分析 13.5.5 企业营销渠道分析 13.5.6 企业品牌影响力分析 13.5.7 企业投资效益分析 13.5.8 企业发展方向分析 13.6 北京超图软件股份有限公司 13.6.1 企业发展概述分析 13.6.2 企业投资效益分析 13.6.3 企业市场影响力分析 13.6.4 企业服务市场定位分析 13.6.5 企业品牌效益分析 13.6.6 企业资源优势分析 13.6.7 企业主要业务分析 13.7 易图通科技（北京

）有限公司 13.7.1 企业发展概述分析 13.7.2 企业盈利能力分析 13.7.3 企业运营能力分析 13.7.4 企业偿债能力分析 13.7.5 企业发展能力分析 13.7.6 企业资源优势分析 13.7.7 企业新业务动向分析 13.7.8 企业发展战略分析 13.8 北京东方联星科技有限公司 13.8.1 企业发展概述分析 13.8.2 企业经济指标分析 13.8.3 企业发展目标分析 13.8.4 企业营销渠道分析 13.8.5 企业扩张规划分析 13.8.6 企业行业影响力分析 13.8.7 企业最新服务分析 13.9 西安煤航卫星数据应用有限公司 13.9.1 企业发展概述分析 13.9.2 企业投资效益分析 13.9.3 企业市场影响力分析 13.9.4 企业服务市场定位分析 13.9.5 企业品牌效益分析 13.9.6 企业资源优势分析 13.9.7 企业主要业务分析 13.10 西安华迅微电子有限公司 13.10.1 企业发展概述分析 13.10.2 企业经济指标分析 13.10.3 企业资源优势分析 13.10.4 企业服务涉及领域分析 13.10.5 企业营销渠道分析 13.10.6 企业品牌影响力分析 13.10.7 企业投资效益分析 13.10.8 企业发展方向分析 13.11 北京国智恒电力管理科技集团有限公司 13.11.1 企业发展概述分析 13.11.2 企业业务盈利模式 13.11.3 企业营销模式分析 13.11.4 企业经济指标分析 13.11.5 企业品牌影响力分析 13.11.6 企业行业竞争力分析 13.11.7 企业主要业务方向分析 13.11.8 企业最新动态分析 13.12 北京合众思壮科技股份有限公司 13.12.1 企业发展概述分析 13.12.2 企业业务盈利模式 13.12.3 企业经营情况分析 13.12.4 企业资源优势分析 13.12.5 企业营销增长分析 13.12.6 企业行业竞争力分析 13.12.7 企业品牌影响力分析 13.12.8 企业发展战略分析 13.12.9 企业最新动态分析 13.13 天津市星际空间地理信息工程有限公司 13.13.1 企业发展概述分析 13.13.2 企业投资效益分析 13.13.3 企业市场影响力分析 13.13.4 企业服务市场定位分析 13.13.5 企业品牌效益分析 13.13.6 企业资源优势分析 13.13.7 企业主要业务分析 13.14 天地图有限公司 13.14.1 企业发展概述分析 13.14.2 企业盈利能力分析 13.14.3 企业运营能力分析 13.14.4 企业偿债能力分析 13.14.5 企业发展能力分析 13.14.6 企业资源优势分析 13.14.7 企业新业务动向分析 13.14.8 企业发展战略分析 13.15 北京华力创通科技股份有限公司 13.15.1 企业发展概述分析 13.15.2 企业经济指标分析 13.15.3 企业资源优势分析 13.15.4 企业服务涉及领域分析 13.15.5 企业营销渠道分析 13.15.6 企业品牌影响力分析 13.15.7 企业投资效益分析 13.15.8 企业发展方向分析 13.16 北京时代民芯科技有限公司 13.16.1 企业发展概述分析 13.16.2 企业业务盈利模式 13.16.3 企业营销模式分析 13.16.4 企业经济指标分析 13.16.5 企业品牌影响力分析 13.16.6 企业行业竞争力分析 13.16.7 企业主要业务方向分析 13.16.8 企业最新动态分析 13.17 深圳市伊爱高新技术开发有限公司 13.17.1 企业发展概述分析 13.17.2 企业经济指标分析 13.17.3 企业发展目标分析 13.17.4 企业营销渠道分析 13.17.5 企业扩张规划分析 13.17.6 企业行业影响力分析 13.17.7 企业最新服务分析 13.18 深圳市众鸿科技股份有限公司 13.18.1 企业发展概述分析 13.18.2 企业投资效益分析 13.18.3 企业市场影响力分析 13.18.4 企业服务市场定位分析 13.18.5 企业品牌效益分析 13.18.6 企业资源优势分析 13.18.7 企业主要业务分析 13.19 深圳市赛格导航科技股份有限公司 13.19.1 企业发展概述分析 13.19.2 企

业业务盈利模式 13.19.3 企业营销模式分析 13.19.4 企业经济指标分析 13.19.5 企业品牌影响力分析 13.19.6 企业行业竞争力分析 13.19.7 企业主要业务方向分析 13.19.8 企业最新动态分析 13.20 北京数字政通科技股份有限公司 13.20.1 企业发展概述分析 13.20.2 企业经济指标分析 13.20.3 企业资源优势分析 13.20.4 企业服务涉及领域分析 13.20.5 企业营销渠道分析 13.20.6 企业品牌影响力分析 13.20.7 企业投资效益分析 13.20.8 企业发展方向分析 13.21 北京四维图新科技股份有限公司 13.21.1 企业发展概述分析 13.21.2 企业业务盈利模式 13.21.3 企业经营情况分析 13.21.4 企业资源优势分析 13.21.5 企业营销增长分析 13.21.6 企业行业竞争力分析 13.21.7 企业品牌影响力分析 13.21.8 企业发展战略分析 13.21.9 企业最新动态分析 13.22 上海司南卫星导航技术有限公司 13.22.1 企业发展概述分析 13.22.2 企业经济指标分析 13.22.3 企业发展目标分析 13.22.4 企业营销渠道分析 13.22.5 企业扩张规划分析 13.22.6 企业行业影响力分析 13.22.7 企业最新服务分析 13.23 上海华测导航技术有限公司 13.23.1 企业发展概述分析 13.23.2 企业盈利能力分析 13.23.3 企业运营能力分析 13.23.4 企业偿债能力分析 13.23.5 企业发展能力分析 13.23.6 企业资源优势分析 13.23.7 企业新业务动向分析 13.23.8 企业发展战略分析 13.24 上海埃威航空电子有限公司 13.24.1 企业发展概述分析 13.24.2 企业投资效益分析 13.24.3 企业市场影响力分析 13.24.4 企业服务市场定位分析 13.24.5 企业品牌效益分析 13.24.6 企业资源优势分析 13.24.7 企业主要业务分析 13.25 厦门雅迅网络股份有限公司 13.25.1 企业发展概述分析 13.25.2 企业经济指标分析 13.25.3 企业发展目标分析 13.25.4 企业营销渠道分析 13.25.5 企业扩张规划分析 13.25.6 企业行业影响力分析 13.25.7 企业最新服务分析 13.26 立得空间信息技术股份有限公司 13.26.1 企业发展概述分析 13.26.2 企业业务盈利模式 13.26.3 企业营销模式分析 13.26.4 企业经济指标分析 13.26.5 企业品牌影响力分析 13.26.6 企业行业竞争力分析 13.26.7 企业主要业务方向分析 13.26.8 企业最新动态分析 13.27 广州中海达卫星导航技术股份有限公司 13.27.1 企业发展概述分析 13.27.2 企业经济指标分析 13.27.3 企业资源优势分析 13.27.4 企业服务涉及领域分析 13.27.5 企业营销渠道分析 13.27.6 企业品牌影响力分析 13.27.7 企业投资效益分析 13.27.8 企业发展方向分析 13.27.9 企业最新服务动态 13.28 高德软件有限公司 13.28.1 企业发展概述分析 13.28.2 企业业务盈利模式 13.28.3 企业经营情况分析 13.28.4 企业资源优势分析 13.28.5 企业营销增长分析 13.28.6 企业行业竞争力分析 13.28.7 企业品牌影响力分析 13.28.8 企业发展战略分析 13.28.9 企业最新动态分析 13.29 泰斗微电子科技有限公司 13.29.1 企业发展概述分析 13.29.2 企业投资效益分析 13.29.3 企业市场影响力分析 13.29.4 企业服务市场定位分析 13.29.5 企业品牌效益分析 13.29.6 企业资源优势分析 13.29.7 企业主要业务分析 13.30 重庆西南集成电路设计有限责任公司 13.30.1 企业发展概述分析 13.30.2 企业业务盈利模式 13.30.3 企业营销模式分析 13.30.4 企业经济指标分析 13.30.5 企业品牌影响力分析 13.30.6 企业行业竞争力分析 13.30.7 企业主要业务方向分析 13.30.8 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 190 14.1 现状和形势 190 14.1.1 国际上卫星导航发展迅猛，对经济社会发展产生影响 190 14.1.2 竞相建设卫星导航系统，产业融合发展加速演进 190 14.1.3 系统建设取得突破性进展，行业发展取得长足进步 190 14.1.4 市场广阔，系统建设滞后 190 14.2 指导思想、基本原则和发展目标 191 14.2.1 指导思想 191 14.2.2 基本原则 191 （1）统筹规划，协调发展 191 （2）市场主导，政策推动 191 （3）夯实基础，强化创新 192 （4）开放兼容，合作共进 192 14.2.3 发展目标 192 14.3 重点发展方向和主要任务 193 14.3.1 完善导航基础设施 193 14.3.2 突破核心关键技术 193 14.3.3 推行应用时频保障 193 14.3.4 促进行业创新应用 193 14.3.5 扩大大众应用规模 194 14.3.6 推进海外市场开拓 194 14.4 重大工程 194 14.4.1 基础工程—增强卫星导航性能 194 14.4.2 创新工程—提升核心技术能力 195 14.4.3 安全工程—推进重要领域应用 195 14.4.4 大众工程—推动产业规模发展 195 14.4.5 国际化工程—开拓应用市场 195 14.5 保障措施 196 14.5.1 加强统筹协调，形成发展合力 196 14.5.2 发布国家政策，推广应用服务 196 14.5.3 完善政策法规，优化发展环境 196 14.5.4 加强标准建设，提升发展水平 196 14.5.5 加大公共投入，鼓励产业创新 197 第十五章 中国卫星导航与位置服务产业投资前景分析 198 15.1 中国卫星导航与位置服务产业发展趋势分析 198 15.1.1 以运营商为主导，产业链逐步完善 198 15.1.2 导航应用由单星座转变为多星座兼容机制 200 15.1.3 产业化向专业化方向发展 200 15.1.4 智能交通仍是民用应用重要市场 201 15.1.5 单一化的系统向综合服务系统方向发展 202 15.2 中国卫星导航与位置服务产业市场趋势预测 203 15.2.1 卫星导航与位置服务产业政策与规划 203 15.2.2 卫星导航与位置服务产业规模预测 204 15.2.3 卫星导航与位置服务产品市场预测 205 （1）导航芯片产品市场预测 205 （2）导航电子地图市场预测 207 （3）车载导航系统市场预测 213 （4）高精度GNSS测量产品市场预测 217 15.3 中国卫星导航与位置服务产业细分市场预测 218 15.3.1 位置服务市场前景预测 218 15.3.2 专业应用市场前景预测 219 （1）国防安全领域的应用前景预测 219 （2）交通运输领域的应用前景预测 220 （3）气象领域的应用前景预测 222 （4）海洋渔业领域的应用前景预测 224 15.4 北斗卫星导航产业链及投资方向分析 225 15.4.1 北斗卫星导航产业链价值分布 225 15.4.2 北斗卫星导航产业链投资价值分析 226 第十六章 卫星导航与位置服务行业投资价值评估分析 227 16.1 卫星导航与位置服务行业投资特性分析 227 16.1.1 卫星导航与位置服务行业进入壁垒分析 227 16.1.2 卫星导航与位置服务行业盈利因素分析 227 16.1.3 卫星导航与位置服务行业盈利模式分析 228 16.2 卫星导航与位置服务业影响因素 230 16.2.1 有利因素 230 16.2.2 不利因素 232 16.3 卫星导航与位置服务投资价值评估 232 16.3.1 行业投资效益分析 232 （1）行业活力系数比较及分析 232 （2）行业投资收益率比较及分析 233 （3）行业投资效益评估 233 16.3.2 产业发展的空白点分析 234 16.3.3 投资回报率比较高的投资方向 235 16.3.4 新进入者应注意的障碍因素 236 第十七章 卫星导航与位置服务行业投资机会与风险防范 237 17.1 卫星导航与位置服务行业投融资情况 237

17.1.1 行业资金渠道分析 237 17.1.2 固定资产投资分析 237 17.1.3 兼并重组情况分析 237 17.1.4 卫星导航与位置服务行业投资现状分析 238 （1）卫星导航与位置服务产业投资经历的阶段 238 （2）卫星导航与位置服务行业投资状况回顾 239 （3）卫星导航与位置服务行业风险投资状况 239 （4）卫星导航与位置服务行业的投资态势 240 17.2 卫星导航与位置服务行业投资机会 240 17.2.1 产业链投资机会 240 17.2.2 细分市场投资机会 240 17.2.3 重点区域投资机会 241 17.2.4 卫星导航与位置服务行业投资机遇 241 17.3 卫星导航与位置服务业风险防范 242 17.3.1 政策风险及防范 242 17.3.2 技术风险及防范 243 17.3.3 供求风险及防范 245 17.3.4 宏观经济波动风险及防范 245 17.3.5 关联产业风险及防范 246 17.3.6产品结构风险及防范 246 17.3.7 其他风险及防范 247 17.4 国卫星导航与位置服务行业投资建议 247 17.4.1 卫星导航与位置服务行业未来发展方向 247 17.4.2 卫星导航与位置服务行业主要投资建议 250 第十八章 卫星导航与位置服务行业面临的困境及对策 251 18.1 卫星导航与位置服务行业面临的困境 251 18.2 卫星导航与位置服务企业面临的困境及对策 251 18.2.1 重点卫星导航与位置服务企业面临的困境及对策 251 （1）重点卫星导航与位置服务企业面临的困境 251 （2）重点卫星导航与位置服务企业对策探讨 251 18.2.2 中小卫星导航与位置服务企业发展困境及策略分析 252 （1）中小卫星导航与位置服务企业面临的困境 252 （2）中小卫星导航与位置服务企业对策探讨 252 18.2.3 国内卫星导航与位置服务企业的出路分析 253 18.3 卫星导航与位置服务行业存在的问题及对策 253 18.3.1 中国卫星导航与位置服务行业存在的问题 253 18.3.2 卫星导航与位置服务行业发展的建议对策 254 （1）把握国家投资的契机 254 （2）竞争性战略联盟的实施 254 （3） 企业自身应对策略 256 18.3.3 市场的重点客户战略实施 257 （1）实施重点客户战略的必要性 257 （2）合理确立重点客户 259 （3）重点客户战略管理 260 （4）重点客户管理功能 261 18.4 卫星导航与位置服务市场发展的挑战与对策 263 第十九章 卫星导航与位置服务行业发展战略研究 264 19.1 卫星导航与位置服务行业发展战略研究 264 19.1.1 战略综合规划 264 19.1.2 技术开发战略 264 19.1.3 业务组合战略 266 19.1.4 区域战略规划 267 19.1.5 产业战略规划 268 19.1.6 营销品牌战略 268 19.1.7 竞争战略规划 269 19.2 对我国卫星导航与位置服务品牌的战略思考 270 19.2.1 卫星导航与位置服务品牌的重要性 270 19.2.2 卫星导航与位置服务实施品牌战略的意义 271 19.2.3 卫星导航与位置服务企业品牌的现状分析 272 19.2.4 我国卫星导航与位置服务企业的品牌战略 272 19.2.5 卫星导航与位置服务品牌战略管理的策略 273 19.3 卫星导航与位置服务经营策略分析 273 19.3.1 卫星导航与位置服务市场细分策略 273 19.3.2 卫星导航与位置服务市场创新策略 275 19.3.3 品牌定位与品类规划 276 19.3.4 卫星导航与位置服务新产品差异化战略 278 19.4 卫星导航与位置服务行业投资战略研究 280 19.4.1 卫星导航与位置服务行业投资战略 280 19.4.2 卫星导航与位置服务行业投资战略 281 19.4.3 细分行业投资战略 282 第二十章 研究结论及投资建议 283 20.1 卫星导航与位置服务行业研究结论及建议 283 20.2 卫星导航与位

置服务子行业研究结论及建议 283 20.3 卫星导航与位置服务行业投资建议 285 20.3.1 行业发展策略建议 285 20.3.2 行业投资方向建议 286 20.3.3 行业投资方式建议 287
略••••完整报告请咨询客服

详细请访问：http://www.cction.com/report/202401/433946.html