

# 2016-2022年中国卫星导航 市场前景研究与市场全景评估报告

## 报告目录及图表目录

智研数据研究中心 编制

[www.abaogao.com](http://www.abaogao.com)

## 一、报告报价

《2016-2022年中国卫星导航市场前景研究与市场全景评估报告》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.abaogao.com/b/tongxun/338477WXXJ.html>

报告价格：印刷版：RMB 9800 电子版：RMB 9800 印刷版+电子版：RMB 10000

智研数据研究中心

订购电话：400-600-8596(免长话费) 010-80993963

海外报告销售：010-80993963

传真：010-60343813

Email：sales@abaogao.com

联系人：刘老师 谭老师 陈老师

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、说明、目录、图表目录

卫星导航系统是一种具有全能性、全天候、连续性和实时性的国家重要空间基础设施，可提供高精度的导航、定位和授时信息，其应用涵盖交通运输、海洋渔业、水文监测、气象预报、测绘地理信息、森林防火、通信时统、电力调度、救灾减灾、应急搜救等领域，涉及国民经济和社会发展的各个方面，已成为社会运转体系不可或缺的一部分。卫星导航产业链一般分为卫星制造、卫星发射、配套地面设备建设、卫星导航应用以及下游市场四个环节。狭义的北斗导航产业链则一般只包括基础类产品、终端产品、信息系统应用和运营服务四大部分。

“1+3”格局已定，四大主流系统建设热潮持续。目前全球卫星导航系统已形成“1+3”的产业格局，美国GPS系统首屈一指，中国北斗、俄罗斯GLONASS、欧洲GALILEO则迎头赶上。美国GPS系统由24颗美国卫星组成，是世界首个也是目前唯一全面运行的卫星导航系统，长期垄断全球军民用卫星导航市场，目前仍占据全球逾90%市场份额。俄罗斯的GLONASS系统因苏联解体和国内经济低迷一度停止建设，但随着近年来俄经济状况好转，2011年底已全面恢复运行，目前在轨卫星28颗。欧洲GALILEO系统则于2015年成功完成3次、6颗Galileo-FOC卫星发射，在轨卫星数达12颗。

国外卫星导航系统数据对比

| 名称      | 国家/地区 | 在轨卫星数 | 规划卫星数 | 系统现状与未来规划   |
|---------|-------|-------|-------|---|
| GPS     | 美国    | 27    | 27    | 2016年2月发射第二代卫星最后一颗GPS-2F卫星，着手发展第三代GPS系统。  |
| GLONASS | 俄罗斯   | 28    | 30    | 2011年底GLONASS系统全面恢复以来，除2014年因系统故障造成2次服务短时中断外，俄罗斯基本保证了GLONASS系统的稳定运行与服务。俄罗斯计划最终生产GLONASS - K2，用于替代现役的GLONASS - M卫星，并将GLONASS系统空间段扩展为30颗卫星组成的星座。                  |
| Galileo | 欧洲    | 12    | 30    | Galileo系统尚处于系统部署阶段不提供定位、导航与授时服务。2015年，欧洲航天局（ESA）发布了3个Galileo系统用户文件，标志着Galileo系统信号与服务定义工作持续推进。由于2014年发射失利及采购进度缓慢影响，系统投入全面运行的时间从2014年计划中的2018年，推迟为2015年计划中的2020年。 |

智研数据研究中心发布的《2016-2022年中国卫星导航市场前景研究与市场全景评估报告》共十二章。首先介绍了卫星导航产业相关概念及发展环境，接着分析了中国卫星导航行业规模及消费需求，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：

第一部分 行业发展现状 13

第一章 中国卫星导航行业发展概述 13

第一节 卫星导航行业发展情况 13

第二节 最近3~5年中国卫星导航行业经济指标分析 13

一、赢利性 13

二、成长速度 14

三、附加值的提升空间 15

四、进入壁垒 / 退出机制 16

五、风险性 17

六、行业周期 17

七、竞争激烈程度指标 18

八、当前行业发展所属周期阶段的判断 19

第三节 关联产业发展分析 19

第二章 中国卫星导航行业的国际比较分析 22

第一节 中国卫星导航行业竞争力指标分析 22

第二节 中国卫星导航行业经济指标国际比较分析 22

第三节 全球卫星导航行业市场需求分析 23

一、市场规模现状 23

二、需求结构分析 23

三、重点需求客户 24

四、市场前景展望 24

第四节 全球卫星导航行业市场供给分析 24

一、生产规模现状 24

二、产能规模分布 25

三、市场价格走势 25

四、重点厂商分布 26

## 第二部分 市场需求分析 31

### 第三章 应用领域及行业供需分析 31

#### 第一节 需求分析 31

##### 一、卫星导航行业需求市场 31

##### 二、卫星导航行业客户结构 31

##### 三、卫星导航行业需求的地区差异 32

#### 第二节 供给分析 33

#### 第三节 供求平衡分析及未来发展趋势 33

##### 一、卫星导航行业的需求预测 33

##### 二、卫星导航行业的供应预测 34

##### 三、供求平衡分析 35

##### 四、供求平衡预测 35

#### 第四节 市场价格走势分析 36

## 第四章 卫星导航产业链的分析 37

### 第一节 行业集中度 37

### 第二节 主要环节的增值空间 37

### 第三节 行业进入壁垒和驱动因素 37

### 第四节 上下游行业影响及趋势分析 38

## 第五章 区域市场情况深度研究 43

### 第一节 长三角区域市场情况分析 43

### 第二节 珠三角区域市场情况分析 44

### 第三节 环渤海区域市场情况分析 44

### 第四节 卫星导航行业主要市场大区发展状况及竞争力研究 45

#### 一、华北大区市场分析 45

#### 二、华中大区市场分析 46

#### 三、华南大区市场分析 46

#### 四、华东大区市场分析 47

#### 五、东北大区市场分析 47

#### 六、西南大区市场分析 48

## 七、西北大区市场分析 48

### 第五节 主要省市集中度及竞争力模式分析 49

## 第六章 2016-2022年需求预测分析 50

### 第一节 卫星导航行业领域2016-2022年需求量预测 50

### 第二节 2016-2022年卫星导航行业领域需求产品（服务）功能预测 51

### 第三节 2016-2022年卫星导航行业领域需求产品（服务）市场格局预测 51

## 第三部分 产业竞争格局分析 54

## 第七章 卫星导航市场竞争格局分析 54

### 第一节 行业竞争结构分析 54

#### 一、现有企业间竞争 54

#### 二、潜在进入者分析 55

#### 三、替代品威胁分析 57

#### 四、供应商议价能力 57

#### 五、客户议价能力 58

### 第二节 行业集中度分析 58

#### 一、市场集中度分析 58

#### 二、企业集中度分析 59

#### 三、区域集中度分析 59

### 第三节 行业国际竞争力比较 61

#### 一、生产要素 61

#### 二、需求条件 61

#### 三、支援与相关产业 61

#### 四、企业战略、结构与竞争状态 62

#### 五、政府的作用 62

### 第四节 卫星导航行业主要企业竞争力分析 63

#### 一、重点企业资产总计对比分析 63

#### 二、重点企业从业人员对比分析 63

#### 三、重点企业全年营业收入对比分析 64

#### 四、重点企业利润总额对比分析 64

#### 五、重点企业综合竞争力对比分析 65

## 第五节 卫星导航行业竞争格局分析 65

- 一、2015年卫星导航行业竞争分析 65
- 二、2015年国内外卫星导航竞争分析 65
- 三、2015年中国卫星导航市场竞争分析 66
- 四、2015年中国卫星导航市场集中度分析 67

## 第八章 主要生产企业的排名与产业结构分析 69

### 第一节 行业企业排名分析 69

### 第二节 产业结构分析 69

- 一、市场细分充分程度的分析 69
- 二、各细分市场领先企业排名 70
- 三、各细分市场占总市场的结构比例 70
- 四、领先企业的结构分析（所有制结构） 75

### 第三节 产业价值链的结构分析及产业链条的整体竞争优势分析 75

- 一、产业价值链的构成 75
- 二、产业链条的竞争优势与劣势分析 76

### 第四节 产业结构发展预测 78

- 一、产业结构调整的方向政府产业指导政策分析（投资政策、外资政策、限制性政策） 78
- 二、产业结构调整中消费者需求的引导因素 79
- 三、中国卫星导航行业参与国际竞争的战略市场定位 80

## 第九章 前十大领先企业分析 81

### 第一节 中海达 81

- 一、主营业务及经营状况 81
- 二、历年生产规模、销售规模、利润指标 83
- 三、主要市场定位 88
- 四、主要优势与主要劣势 89
- 五、市场拓展战略与手段分析 90

### 第二节 华力创通 93

- 一、主营业务及经营状况 93
- 二、历年生产规模、销售规模、利润指标 95
- 三、主要市场定位 101

- 四、主要优势与主要劣势 101
- 五、市场拓展战略与手段分析 102
- 第三节 国腾电子 107
  - 一、主营业务及经营状况 107
  - 二、历年生产规模、销售规模、利润指标 110
  - 三、主要市场定位 116
  - 四、主要优势与主要劣势 116
  - 五、市场拓展战略与手段分析 120
- 第四节 合众思壮 128
  - 一、主营业务及经营状况 128
  - 二、历年生产规模、销售规模、利润指标 131
  - 三、主要市场定位 137
  - 四、主要优势与主要劣势 138
  - 五、市场拓展战略与手段分析 139
- 第五节 北斗星通 143
  - 一、主营业务及经营状况 143
  - 二、历年生产规模、销售规模、利润指标 147
  - 三、主要市场定位 153
  - 四、主要优势与主要劣势 154
  - 五、市场拓展战略与手段分析 154
- 第六节 海格通信 157
  - 一、主营业务及经营状况 157
  - 二、历年生产规模、销售规模、利润指标 159
  - 三、主要市场定位 166
  - 四、主要优势与主要劣势 166
  - 五、市场拓展战略与手段分析 167
- 第七节 同洲电子 170
  - 一、主营业务及经营状况 170
  - 二、历年生产规模、销售规模、利润指标 172
  - 三、主要市场定位 179
  - 四、主要优势与主要劣势 180
  - 五、市场拓展战略与手段分析 180



## 第八节 中国卫星 185

- 一、主营业务及经营状况 185
- 二、历年生产规模、销售规模、利润指标 188
- 三、主要市场定位 194
- 四、主要优势与主要劣势 195
- 五、市场拓展战略与手段分析 195

## 第九节 盛路通信 196

- 一、主营业务及经营状况 196
- 二、历年生产规模、销售规模、利润指标 198
- 三、主要市场定位 204
- 四、主要优势与主要劣势 204
- 五、市场拓展战略与手段分析 205

## 第十节 同方股份 208

- 一、主营业务及经营状况 208
- 二、历年生产规模、销售规模、利润指标 209
- 三、主要市场定位 219
- 四、主要优势与主要劣势 219
- 五、市场拓展战略与手段分析 220

## 第四部分 产业发展关键趋势与投资方向推荐 224

### 第十章 2015年中国卫星导航行业整体运行指标分析 224

#### 第一节 中国卫星导航行业总体规模分析 224

- 一、企业数量结构分析 224
- 二、行业生产规模分析 224

#### 第二节 中国卫星导航行业产销分析 225

- 一、行业产成品情况总体分析 225
- 二、行业产品销售收入总体分析 225

#### 第三节 中国卫星导航行业财务指标总体分析 226

- 一、行业盈利能力分析 226
- 二、行业偿债能力分析 227
- 三、行业营运能力分析 228
- 四、行业发展能力分析 228

## 第十一章 影响企业生产与经营的关键趋势 230

### 第一节 市场整合成长趋势 230

### 第二节 需求变化趋势及新的商业机遇预测 230

### 第三节 企业区域市场拓展的趋势 232

### 第四节 科研开发趋势及替代技术进展 232

### 第五节 影响企业销售与服务方式的关键趋势 233

### 第六节 中国卫星导航行业SWOT分析 233

## 第十二章 2016-2022年卫星导航行业投资方向预测分析 235 (ZY CW)

### 第一节 产业发展的有利因素与不利因素分析 235

### 第二节 产业发展的空白点分析 236

### 第三节 投资回报率比较高的投资方向 236

### 第四节 新进入者应注意的障碍因素 236

### 第五节 营销分析与营销模式推荐 239

#### 一、渠道构成 239

#### 二、销售贡献比率 239

#### 三、覆盖率 239

#### 四、销售渠道效果 240

#### 五、价值流程结构 240

## 图表目录：

图表 1 生命周期各发展阶段的影响 18

图表 2 2009-2015年中国卫星导航行业竞争力指数 22

图表 3 2009-2015年中国卫星导航成本费用利润率与国际比较 22

图表 4 2009-2015年全球卫星导航行业市场规模分析 23

图表 5 2015年全球卫星导航行业需求结构分析 23

图表 6 2009-2015年全球卫星导航行业生产规模分析 24

图表 7 2009-2015年全球卫星导航行业产能规模分析 25

图表 8 GPS(左)和北斗二代(右)发射卫星数目 26

图表 9 Trimble 近十年的营业收入、净利润和毛利率变化情况 (左轴:千万美元) 27

图表 10 Trimble 产品结构变化趋势 27

图表 11 2013年国内外上市公司销售收入比较 (亿元人民币) 28

图表 12 最近几年Trimble 收购的公司列表 28

图表 13 Trimble (上)和Garmin(下)近十年股价变化情况 29

图表 14 2009-2015年我国卫星导航行业需求规模 31

图表 15 2015年我国卫星导航行业客户结构分析 32

图表 16 2015年我国卫星导航行业不同地区需求分析 32

图表 17 2009-2015年我国卫星导航行业供给规模分析 33

图表 18 2016-2022年我国卫星导航行业需求规模预测分析 34

图表 19 2016-2022年我国卫星导航行业供给规模预测分析 34

图表 20 2009-2015年我国卫星导航行业供需规模分析 35

图表 21 2016-2022年我国卫星导航行业供需规模预测分析 35

图表 22 地方“十二五”规划细则及相关公司 37

图表 23 Javad 公告称其固件升级后可接收北斗B1 信号 38

图表 24 基带芯片多种实现方案 39

图表 25 接收机板卡(左)和SoC 芯片(右)示例 40

图表 26 部分北斗二代基带ASIC/SoC 芯片 40

图表 27 2009-2015年我国卫星导航行业华北地区市场规模分析 45

图表 28 2009-2015年我国卫星导航行业华中地区市场规模分析 46

图表 29 2009-2015年我国卫星导航行业华南地区市场规模分析 46

图表 30 2009-2015年我国卫星导航行业华东地区市场规模分析 47

图表 31 2009-2015年我国卫星导航行业东北地区市场规模分析 47

图表 32 2009-2015年我国卫星导航行业西南地区市场规模分析 48

图表 33 2009-2015年我国卫星导航行业西北地区市场规模分析 48

图表 34 2015年我国卫星导航行业重点省市分析 49

图表 35 2016-2022年我国卫星导航行业需求规模预测图 50

图表 36 2016-2022年我国卫星导航行业需求规模预测结果 50

图表 37 2009-2015年我国GNSS (全球卫星导航系统) 应用市场规模分析 51

图表 38 卫星导航行业环境“波特五力”分析模型 54

图表 39 我国卫星导航行业市场集中度分析 58

图表 40 我国卫星导航行业企业集中度分析 59

图表 41 2015年1-我国卫星导航重点企业总资产周转次数分析 63

图表 42 我国卫星导航重点企业从业人数份额 63

图表 43 2015年我国卫星导航重点企业销售毛利率分析 64

图表 44 2015年我国卫星导航重点企业销售净利率分析 64

图表 45 国产芯片/接收机和进口产品优缺点比较 66

图表 46 我国卫星导航行业企业市场分析 69

图表 47 我国卫星导航定位行业企业市场分析 70

图表 48 北斗系统各个细分行业市场规模预测 (亿元) 70

图表 49 全国不同类型汽车存量及北斗系统应用潜力比较 71

图表 50 电力自动化设备、系统的时间同步要求 72

图表 51 2004-2015年中国卫星导航定位专业应用测绘/勘探部分产值(亿元) 73

图表 52 2006-2015年全国港口集装箱吞吐量 74

图表 53 中国变形监控系统工程适用范围 74

图表 54 2015年1-我国卫星导航行业领先企业不同所有制结构分析 75

图表 55 拆解接收机看卫星导航产业链 77

图表 56 卫星导航行业“十二五”规划细则及相关公司行业 77

图表 57 2015年中海达主营业务分产品类别情况说明 81

图表 58 2009-2015年中海达资产负债表 83

图表 59 2009-2015年中海达利润表 84

图表 60 2009-2015年中海达财务指标 85

图表 61 2015年华力创通主营业务收入分产品情况 94

图表 62 2015年华力创通主营业务收入分地区情况 95

图表 63 2010-2015年华力创通资产负债表 95

图表 64 2010-2015年华力创通利润表 97

图表 65 2010-2015年华力创通财务指标 98

图表 66 2015年国腾电子主营业务分产品情况 108

图表 67 2015年国腾电子主营业务分地区情况 109

图表 68 2009-2015年国腾电子资产负债表 110

图表 69 2009-2015年国腾电子利润表 111

图表 70 2010-2015年国腾电子财务指标 113

图表 71 2015年合众思壮主营业务按产品分类收入、成本情况 130

图表 72 2010-2015年合众思壮资产负债表 131

图表 73 2010-2015年合众思壮利润表 133

图表 74 2010-2015年合众思壮财务指标 134

图表 75 2015年北斗星通主营业务按行业、产品分布情况 146

图表 76 2010-2015年北斗星通资产负债表 147

图表 77 2010-2015年北斗星通利润表 149

图表 78 2010-2015年北斗星通财务指标 150

图表 79 2015年海格通信主营业务分行业、产品情况表 159

图表 80 2009-2015年海格通信资产负债表 159

图表 81 2009-2015年海格通信利润表 162

图表 82 2009-2015年海格通信财务指标 163

图表 83 2015年同洲电子主营业务分行业、分产品情况表 172

图表 84 2010-2015年同洲电子资产负债表 172

图表 85 2010-2015年同洲电子利润表 175

图表 86 2010-2015年同洲电子财务指标 176

图表 87 2015年中国卫星主营业务分行业和分产品情况表 187

图表 88 2010-2015年中国卫星资产负债表 188

图表 89 2010-2015年中国卫星利润表 190

图表 90 2010-2015年中国卫星财务指标 191

图表 91 2015年盛路通信主营业务分行业情况 197

图表 92 2009-2015年盛路通信资产负债表 198

图表 93 2009-2015年盛路通信利润表 200

图表 94 2009-2015年盛路通信财务指标 201

图表 95 2009-2015年同方股份主营业务分行业情况 209

图表 96 2010-2015年同方股份资产负债表 209

图表 97 2010-2015年同方股份利润表 214

图表 98 2010-2015年同方股份财务指标 216

图表 99 2009-2015年我国卫星导航行业企业数量分析 224

图表 100 2009-2015年我国卫星导航行业总产值分析 224

图表 101 2009-2015年我国卫星导航行业产成品分析 225

图表 102 2009-2015年我国卫星导航行业销售收入分析 226

图表 103 2008-2015年中国卫星导航行业盈利能力预测分析 226

图表 104 2008-2015年中国卫星导航行业偿债能力预测分析 227

图表 105 2008-2015年中国卫星导航行业营运能力预测分析 228

图表 106 2008-2015年中国卫星导航行业发展能力预测分析 228

图表 107 2016-2022年影响卫星导航行业运行的有利因素 235

图表 108 2016-2022年影响卫星导航行业运行的不利因素 235

图表 109 2015年我国卫星导航行业销售贡献率分析 239

图表 110 2015年我国卫星导航行业价值流程图 240

详细请访问：<http://www.abaogao.com/b/tongxun/338477WXXJ.html>