

2017-2022年中国卫星导航 行业设计趋势分析及市场竞争策略研究报告

报告目录及图表目录

智研数据研究中心 编制

www.abaogao.com

一、报告报价

《2017-2022年中国卫星导航行业设计趋势分析及市场竞争策略研究报告》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/B88477Z1BD.html>

报告价格：印刷版：RMB 7000 电子版：RMB 7200 印刷版+电子版：RMB 7500

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（Satellite navigation）是指采用导航卫星对地面、海洋、空中和空间用户进行导航定位的技术。常见的GPS导航，北斗星导航等均为卫星导航。

2014年全球在用GNSS设备数量为36亿部。预测到2019年，其数量将达到70亿部，相当于地球上几乎人手一部GNSS设备。智能手机继续占据GNSS设备的主导地位（2014年30.8亿部），是位置服务应用最广泛的平台，其次是道路应用（2.6亿部）。2015年全球GNSS设备数量已超过40亿部，其中亚太、北美、欧盟是最大的三个市场区域。

全球各区域在使用的GNSS设备数量（亿台）

智研数据研究中心发布的《2017-2022年中国卫星导航行业设计趋势分析及市场竞争策略研究报告》共十二章。首先介绍了卫星导航相关概念及发展环境，接着分析了中国卫星导航规模及消费需求，然后对中国卫星导航市场运行态势进行了重点分析，最后分析了中国卫星导航面临的机遇及发展前景。您若想对中国卫星导航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

随着全球卫星导航系统的逐步步入应用阶段，导航设备需求也将大幅提升，作为卫星导航市场最重要的一部分，卫星导航设备占据市场需求近一半，主要包括定位设备、车载、机载导航设备等，2013年全球卫星导航系统设备在用数量达到36亿部，预测到2023年全球卫星导航终端持有量将超过90亿部。

2013-2023年全球卫星导航设备在用数量预测

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 2017-2022年需求预测分析 50

第一节 卫星导航行业领域2017-2022年需求量预测 50

第二节 2017-2022年卫星导航行业领域需求产品（服务）功能预测 51

第三节 2017-2022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、2016年卫星导航行业竞争分析 65

二、2016年国内外卫星导航竞争分析 65

三、2016年中国卫星导航市场竞争分析 66

四、2016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 2016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 2017-2022年卫星导航行业投资方向预测分析 235 (ZY WZY)

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

部分图表目录：

图表 1 生命周期各发展阶段的影响 18

图表 2 2012-2016年中国卫星导航行业竞争力指数 22

图表 3 2012-2016年中国卫星导航成本费用利润率与国际比较 22

图表 4 2012-2016年全球卫星导航行业市场规模分析 23

图表 5 2016年全球卫星导航行业需求结构分析 23

图表 6 2012-2016年全球卫星导航行业生产规模分析 24

图表 7 2012-2016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 2012-2016年我国卫星导航行业需求规模 31

图表 15 2016年我国卫星导航行业客户结构分析 32

图表 16 2016年我国卫星导航行业不同地区需求分析 32

图表 17 2012-2016年我国卫星导航行业供给规模分析 33

图表 18 2017-2022年我国卫星导航行业需求规模预测分析 34

图表 19 2017-2022年我国卫星导航行业供给规模预测分析 34

图表 20 2012-2016年我国卫星导航行业供需规模分析 35

图表 21 2017-2022年我国卫星导航行业供需规模预测分析 35

图表 22 地方“十三五”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

更多图表见正文.....

详细请访问：<http://www.abaogao.com/b/tongxun/B88477Z1BD.html>