



艾凯咨询  
ICAN Consulting

# 2010-2014年中国车载GPS导航仪产品市场动态及发展前景预测分析报告

## 一、调研说明

《2010-2014年中国车载GPS导航仪产品市场动态及发展前景预测分析报告》是艾凯咨询集团经过数月的周密调研，结合国家统计局，行业协会，工商，税务海关等相关数据，由行业内知名专家撰写而成。报告意于成为从事本行业人士经营及投资提供参考的重要依据。

报告主要可分为四大部分，首先，报告对本行业的特征及国内外市场环境进行描述；其次，是本行业的上下游产业链，市场供需状况及竞争格局从宏观到细致的详尽剖析，接着报告中列出数家该行业的重点企业，分析相关经营数据；最后，对该行业未来的发展前景，投资风险给出指导建议。相信该份报告对您把握市场脉搏，知悉竞争对手，进行战略投资具有重要帮助。

官方网址：<https://www.icandata.com/view/153449.html>

报告价格：纸介版9000元 电子版9000元 纸介版+电子版9200元

订购电话：400-700-0142 010-80392465

电子邮箱：[sales@icandata.com](mailto:sales@icandata.com)

联系人：刘老师

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、摘要、目录、图表

### 【报告前言】

导航仪就是能够帮助用户准确定位当前位置，并且根据既定的目的地计算行程，通过地图显示和语音提示两种方式引导用户行至目的地的汽车驾驶辅助设备。随着汽车的普及和道路的建设，城际间的经济往来更加频繁，活动的区域也越来越大；为了提高生活质量，大量的休闲活动、探险活动的举行使我们并不局限在自己认识的一小块区域中，不认识道路，找不到目的地的情况也屡有发生，就此，车载GPS导航仪将会以合适的价位走入车主的世界，成为车上的基本装备。

纵观全球汽车导航产品的发展历史，已经走过了第一代自助式导航和第二代多媒体导航两个阶段，目前正在经历第三阶段的发展。

1、第一代导航——自助导航。第一代自助导航产品由全球定位系统（GPS）和液晶显示器（LCD-DISPLAY）两部分构成。内置的GPS天线会接收到来自环绕地球的24颗GPS卫星中的至少3颗所传递的数据信息，由此测定汽车当前所处的位置。导航系统本身装有储存电子地图信息的CD-ROM，通过GPS卫星信号确定的位置坐标与此相匹配，便可确定汽车在电子地图中的准确位置。在此基础上，将会实现行车导航、路线推荐等多种功能。驾驶者只须通过观看显示器上的画面、收听语音提示，操纵显示器上的按键即可实现上述功能，从而轻松自如地驾车。由于地图存储于本地，所以在路径的计算方面速度较快，但因此不易于更新、升级，第一代导航产品的价格从6000-15000元不等。

2、第二代导航——多媒体导航。第二代导航产品是多媒体导航，多媒体导航系统是在第一代的基础上增加了电话间播放的功能，一般具有GPS卫星导航定位、路线规划以及VCD/DVD、电视等功能。多媒体导航的基本原理和第一代基本相同，可以算作是第一代的升级产品。多媒体导航除保留了第一代的电子地图和电子语音提示功能外，另外增加了前方转向提示信息，即对于一些重要、复杂的交通路口，能提前在屏幕上显示路口的放大地图，并用醒目的提示指引正确的行驶方向。由于第二代只是在第一代的基础平台上添加了影音播放功能，从技术上并没有实现突破性、跳跃式的发展。第二代导航系统的价格在8000-30000元不等。第三代导航系统的导航功能实现可以说是革命性的，一是地图可以在信息服务中心和车上两地存储，目的地的寻找无需由驾驶员在地图上寻找，可由服务中心代劳，因此，在导航起步时也不必停车；二是可有效利用实时交通信息实现“疏堵式”导航，自动避开堵车路段；三是服务中心地图更新，即实现全网更新，即使是存储在车上的地图也可以随时通过无线下载实现更新。同时由于第三代导航是基于平台式运作，还可以增加安全控制、远程检测、WEB链接、求助救援等服务内容。这样，不仅可以大大提高汽车的综合性能，提高行车质

量，减轻驾驶者的负担，而且还可以使驾驶者始终保持与外界的紧密联系。

3、应该说，第三代导航系统更符合中国私家车对导航、安全、信息等多样化的需求，其市场前景开始被国内不少商家所看好，厦门车行天下导航科技有限公司已经突破多项关键技术成功开发出了"哈车宝"第三代卫星导航系统，该系统已能实现动态导航、远程报警、被盗追踪、车载电话、求助便利、无线上网、影音播放、车况查询、行车顾问、信息资讯等功能。可以预见，汽车导航网络化作为汽车的一个新卖点，将成为21世纪汽车发展今不可阻挡的潮流和趋势。或许，第三代导航最终将成为汽车产品最基本、最普遍的特征之一。

交通运输部2009年11月18日宣布，中国将在2010年7月底前统一和规范国家高速公路网命名和编号。这意味着，全国近5万公里的国家高速公路都将更换新的路牌。新的命名形式将会是拼音加数字，GPS导航地图软件更新升级在即。

与发达国家相比，中国导航技术的发展速度较慢，也走过一些弯路。从前几年引进的GPS技术，主要应用于车辆及其移动目标的防盗、报警与监控等方面，而不是GPS技术原本在定位与导航上的重大作用，成为中国在这一技术领域特有的"技术异化"现象。反映出导航的上游技术的研发能力较差，基础技术的支持力度不够，无法进行产品的成熟衔接。这既有综合国力的原因，当然也有政策引导的因素。所以发展汽车导航技术，政策上的支持和宏观调控非常重要。同时，当前中国正处于经济转轨期，城市扩容、道路扩充、环境变化、特别是高速公路建设，可说是日新月异。这些实时动态信息要及时采集，要求电子地图的软件数据必须及时的不断修改和更新，以构筑一个全国公用、实时、高精度、大容量的信息平台。否则导航装置的生产企业辛勤研发的产品将是过时不适用的。要完成新的信息平台建设，绝不是任何一家科技企业在技术和财力上可以承担的，非政府的统一组织、策划莫属。唯有政府、科研、企业"三管齐下"，总体的智能交通才能尽快实现。

## 【报告目录】

### 第一章 车载GPS导航仪产业基本基本情况 13

#### 第一节 车载GPS导航仪概念阐述 13

##### 一、车载GPS导航仪的概述 13

##### 二、车载GPS导航仪的功能结构 13

##### 三、车载GPS导航仪的技术原理 14

##### 四、车载GPS导航仪的产品分类 16

##### 五、GPS导航设备的定位原理 17

#### 第二节 车载GPS导航仪的行业发展历程 20

##### 一、车载GPS导航仪发展历史 20

二、车载GPS导航仪的技术应用现状 21

三、车载GPS导航仪的技术发展趋势 23

第二章 2009-2010年中国车载导航GPS行业发展环境分析 25

第一节 2009-2010年中国车载导航GPS产业政策环境分析 25

一、《GPS城市测量管理暂行规定》 25

二、《国家计委关于组织实施卫星导航应用产业化专项的公告》 26

三、《中华人民共和国测绘法》 28

第二节 2009-2010年中国宏观经济环境分析 38

一、中国GDP分析 38

二、CPI指数分析 41

三、恩格尔系数 42

第三节 2009-2010年中国车载导航GPS产业社会环境分析 44

一、中国公路发展 45

二、中国汽车工业发展 46

第三章 2009-2010年中国车载GPS导航仪行业发展态势分析 52

第一节 2009-2010年世界车载GPS导航仪市场分析 52

第二节 车载GPS导航仪行业生命周期分析 52

一、生命周期所处阶段 52

二、行业周期性与宏观经济周期性相关性分析 53

第三节 2009-2010年中国车载GPS导航仪市场发展综述 53

一、中国车载GPS导航仪市场发展阶段 53

二、2008-2009年度中国车载GPS导航仪市场发展大事记 54

三、车载GPS导航仪价格分析 56

第四节 2009-2010年中国车载GPS导航仪发展存在问题分析 56

第四章 2009-2010年中国车载GPS导航仪产业市场运行态势分析 58

第一节 2004-2008年中国车载GPS导航仪市场规模及分布 58

一、市场规模 58

二、市场结构 58

三、地域分布 59

四、车载GPS导航仪市场发展趋势	59
第二节 2009-2010年中国车载GPS导航仪行业运行特点总结	61
一、市场空间广阔	61
二、市场竞争鱼龙混杂	61
三、大品牌占据主导地位	62
四、技术含量低	63
五、国内GPS行业十大国内新闻	63
第五章 2009-2010年中国车载GPS导航仪的市场供给态势分析	65
第一节 中国GPS导航仪的生产规模态势	65
一、GPS导航仪产量变动	65
二、GPS导航仪产量预测	65
第二节 2009-2010年中国车载GPS导航仪的细分市场分析	66
一、前装市场	66
二、后装市场	67
第三节 2009-2010年中国车载GPS导航仪动态分析	68
一、市场价格变动趋势	68
二、2010年GPS导航地图软件更新升级在即	68
三、GPS的发展方向	69
第六章 2009-2010年中国车载GPS导航仪的市场需求态势分析	70
第一节 影响中国车载GPS导航仪需求的因素	70
一、消费习惯使市场需求不强	70
二、缺乏行业标准	70
三、产品价格过高	70
四、国内处于建设时期使地图更换频繁	70
第二节 中国车载GPS导航仪的需求规模情况	71
一、车载GPS导航仪需求量走势	71
二、车载GPS导航仪市场需求预测	71
第三节 目标市场分析	72
一、北京	72
二、上海	73

三、广州 74

四、深圳 75

第七章2002-2009年中国导航仪器及装置进出口数据统计情况 76

第一节 2002-2009年中国导航仪器及装置出口统计 76

第二节 2002-2009年中国导航仪器及装置进口统计 76

第三节 2002-2009年中国导航仪器及装置进出口价格对比 77

第四节 2009年中国导航仪器及装置进出口主要来源地及出口目的地(数量统计) 77

第五节 2009年中国导航仪器及装置进出口主要来源地及出口目的地(金额统计) 78

第八章 2009-2010年车载GPS导航仪市场竞争态势分析 80

第一节 2009-2010年车载GPS导航仪市场竞争特征及趋势 80

一、GPS行业"马太效应"日趋明显 80

二、国内GPS导航业未来几年将全面洗牌 80

三、家电企业集体扩军GPS 80

四、投资厂商纷纷涌入车载GPS市场 81

五、国内品牌主导GPS导航市场 81

六、外国巨头进入引发竞争危机 82

第二节 2009-2010年中国车载GPS导航仪品牌竞争情况 84

一、主要品牌市场份额分析 84

二、品牌的渠道竞争分析 85

三、品牌竞争变化趋势 88

第三节2009-2010年中国车载GPS导航仪行业竞争分析 89

一、芯片竞争加剧 89

二、地图软件竞争 89

三、细分与融合成趋势 90

第九章2009-2010年中国车载GPS导航仪行业重点企业解读 92

第一节 台湾国际航电股份有限公司 92

一、公司基本概况 92

二、市场主要产品及市场定位 92

三、2009-2010公司整体运营及财务分析 93

四、企业核心竞争力分析	94
第二节 诺基亚公司	94
一、公司基本情况	94
二、市场主要产品及市场定位	95
三、2009-2010公司整体运营及财务分析	95
四、企业核心竞争力分析	96
第三节 苏州宇达电通有限公司	96
一、公司基本情况	96
二、市场主要产品及市场定位	97
三、2009-2010公司整体运营及财务分析	98
四、企业核心竞争力分析	98
第四节 常州市新科数字技术有限公司	99
一、公司基本情况	99
二、市场主要产品研发优势	99
三、2009-2010公司整体运营及财务分析	99
四、企业核心竞争力分析	101
第五节 北京华旗资讯数码科技有限公司	102
一、公司基本情况	102
二、市场主要产品及市场定位	102
三、2009-2010公司整体运营及财务分析	103
四、公司基本情况	105
五、企业战略目标	106
第六节 长虹控股长虹佳华信息产品有限责任公司	106
一、公司基本情况	106
二、市场主要产品及市场定位	107
三、2009-2010公司整体运营及财务分析	107
四、企业发展战略	108
第七节 长天科技股份有限公司	108
一、公司基本情况	108
二、市场主要产品及市场定位	108
三、企业发展目标	110
第八节 北京纽曼理想数码科技有限公司	111



一、公司基本概况	111
二、市场主要产品及市场定位	111
三、2009-2010公司整体运营及财务分析	112
四、企业战略目标	114
第九节 深圳市盈科创展科技有限公司	115
一、公司基本概况	115
二、市场主要产品及市场定位	115
三、2009-2010公司整体运营及财务分析	116
四、企业核心竞争力分析	116
第十章 2009-2010年中国车载GPS导航仪产品市场产业链分析	118
第一节 产业链结构分析	118
一、产业链情况	118
二、盈利性环节	119
第二节 车载GPS导航仪芯片市场	120
一、中国车载GPS导航仪芯片市场概况	120
二、重点厂商	120
三、技术发展进程	121
第三节 电子地图市场	122
一、中国电子地图市场概况	122
二、中国电子地图市场发展特点与趋势	123
三、重点厂商	124
第四节 竞争行业分析	126
一、移动位置服务	126
二、互联网领域应用	128
三、智能交通系统	129
四、号码百事通	131
第十一章 2010-2014年中国车载GPS导航仪行业成长动因与投资建议	134
第一节 2010-2014年中国车载GPS导航仪行业成长利好因素	134
二、道路网络日趋复杂	134
三、自驾旅游时代来临	134

#### 四、物流业需求 135

#### 第二节2010-2014年中国车载GPS导航仪行业成长制约因素 136

##### 一、价格因素 136

##### 二、中国电子地图不完善 136

#### 第三节 专家建议 139

##### 一、加快技术创新 139

##### 二、加强行业自律 139

##### 三、强化市场势力 140

##### 四、引进外资和国际性的技术、人才 140

### 【图表目录】

图表 1 卫星的角度"看"地球 20

图表 2 GPS卫星 21

图表 3 2009年中国主要宏观经济数据增长表 40

图表 4 2000-2009年中国GDP及其增长率统计表 41

图表 5 2003-2009年中国GDP增长率季度统计表 41

图表 6 2003-2009年中国GDP增长率季度走势图 42

图表 7 2008-2009年各月中国价格指数统计表 43

图表 8 2008-2009年中国价格指数月度走势图 44

图表 9 1978-2008中国城乡居民恩格尔系数对比表 45

图表 10 1978-2008中国城乡居民恩格尔系数走势图 46

图表 11 2000-2009年中国汽车产量增长趋势图 49

图表 12 2000-2009年我国汽车销量及其同比增长 49

图表 13 2009年中国前十家汽车生产企业销量情况 50

图表 14 2005-2009年中国狭义乘用车销量月度走势图 51

图表 15 2009年中国汽车出口月度走势图 51

图表 16 2003-2009年我国汽车保有量增长情况 52

图表 17 2002-2009年中国GPS导航仪产量情况 67

图表 18 2010-2013年中国GPS导航仪产量预测 67

图表 19 2010年中国高速改名，GPS升级在即 70

图表 20 GPS新的应用情况 71

- 图表 21 2002-2009年中国导航仪器及装置出口统计表 78
- 图表 22 2002-2009年中国导航仪器及装置进口统计表 78
- 图表 23 2002-2009年中国导航仪器及装置进出口价格统计表 79
- 图表 24 2009年中国导航仪器及装置进出口主要来源地及出口目的地(数量统计) 79
- 图表 25 2009年中国导航仪器及装置进出口主要来源地及出口目的地(金额统计) 80
- 图表 26 GPS单一渠道运行模式 89
- 图表 27 2009年中国车载导航市场图商份额 91
- 图表 28 GARMIN 任我游系列智能车载GPS对比 95
- 图表 29 2000-2008年台湾国际航电股份有限公司营业额及利润情况 95
- 图表 30 2008-2009年常州市新科数字技术有限公司收入状况表 101
- 图表 31 2008-2009年常州市新科数字技术有限公司盈利指标表 102
- 图表 32 2008-2009年常州市新科数字技术有限公司盈利比率 102
- 图表 33 2008-2009年常州市新科数字技术有限公司资产指标表 102
- 图表 34 2008-2009年常州市新科数字技术有限公司负债指标表 103
- 图表 35 2008-2009年常州市新科数字技术有限公司成本费用构成表 103
- 图表 36 2008-2009年北京华旗资讯数码科技有限公司收入状况表 105
- 图表 37 2008-2009年北京华旗资讯数码科技有限公司盈利指标表 105
- 图表 38 2008-2009年北京华旗资讯数码科技有限公司盈利比率 106
- 图表 39 2008-2009年北京华旗资讯数码科技有限公司资产指标表 106
- 图表 40 2008-2009年北京华旗资讯数码科技有限公司负债指标表 106
- 图表 41 2008-2009年北京华旗资讯数码科技有限公司成本费用构成表 107
- 图表 42 2008-2009年北京纽曼理想数码科技有限公司收入状况表 114
- 图表 43 2008-2009年北京纽曼理想数码科技有限公司盈利指标表 115
- 图表 44 2008-2009年北京纽曼理想数码科技有限公司盈利比率 115
- 图表 45 2008-2009年北京纽曼理想数码科技有限公司资产指标表 115
- 图表 46 2008-2009年北京纽曼理想数码科技有限公司负债指标表 116
- 图表 47 2008-2009年北京纽曼理想数码科技有限公司成本费用构成表 116
- 图表 48 号码百事通"搜索"主要流程 133
- 图表 49 媒体、搜索和电子商务关系解析 135

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/153449.html>

### 三、研究方法

- 1、系统分析方法
- 2、比较分析方法
- 3、具体与抽象方法
- 4、分析与综合方法
- 5、归纳与演绎方法
- 6、定性分析与定量分析方法
- 7、预测研究方法

### 四、数据来源

对行业内相关的专家、厂商、渠道商、业务（销售）人员及客户进行访谈，获取最新的一手市场资料；

艾凯咨询集团长期监测采集的数据资料；

行业协会、国家统计局、海关总署、国家发改委、工商总局等政府部门和官方机构的数据与资料；

行业公开信息；

行业企业及上、下游企业的季报、年报和其它公开信息；

各类中英文期刊数据库、图书馆、科研院所、高等院校的文献资料；

行业资深专家公开发表的观点；

对行业的重要数据指标进行连续性对比，反映行业发展趋势；

中华人民共和国国家统计局 <http://www.stats.gov.cn>

中华人民共和国国家工商行政管理总局 <http://www.saic.gov.cn>

中华人民共和国海关总署 <http://www.customs.gov.cn>

中华人民共和国商务部 <http://www.mofcom.gov.cn>

中国证券监督管理委员会 <http://www.csrc.gov.cn>

中华人民共和国商务部 <http://www.mofcom.gov.cn>

世界贸易组织 <https://www.wto.org>

联合国统计司 <http://unstats.un.org>

联合国商品贸易统计数据库 <http://comtrade.un.org>

## 五、关于艾凯咨询网

艾凯咨询网（[www.icandata.com](http://www.icandata.com)）隶属艾凯咨询集团（北京华经艾凯企业咨询有限公司），艾凯咨询集团专注提供大中华区产业经济情报，为企业商业决策赋能，是领先的市场研究报告和竞争情报提供商

艾凯咨询集团为企业专业投资咨询报告、深度研究报告、市场调查、统计数据等。艾凯咨询网每天更新大量行业分析报告、图表资料、竞争情报、投资情报等，为用户及时了解迅速变化中的世界和中国市场提供便利，为企业商业决策赋能。

### 研究力量

高素质的专业的研究分析团队，密切关注市场最新动向。在多个行业，拥有数名经验丰富的专业分析师。对于特定及专属领域，我们有国内外众多合作研究机构，同时我们聘请数名行业资深专家顾问，帮助客户分清市场现状和趋势，找准市场定位和切入机会，提出合适中肯的建议，帮助客户实现价值，与客户一同成长。

### 我们的优势

权威机构 艾凯咨询集团二十年深厚行业背景;  
数量领先 囊括主流研究报告和权威合作伙伴;  
服务齐全 促销、推荐指数、积分、网上支付等;  
良好声誉 广泛知名度、满意度，众多新老客户。