



艾凯咨询
ICAN Consulting

中国电子地图（数字地图）产业 动态与投资战略研究报告(20 11-2015年)

一、调研说明

《中国电子地图（数字地图）产业动态与投资战略研究报告(2011-2015年)》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/179934.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

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

长期以来，阻碍电子地图产业发展的一个困局就是产业面的相对狭窄，虽然随着汽车产业的快速崛起，导航产业的兴起带动了电子地图产业的爆发式增长，但由于汽车领域远远不是地图的理想之所在，因此电子地图产业的技术在改善、在发展、在尝试，纵观电子地图产业近期发展之路，3D实景导航、行人位置服务等都成为了行业发展的闪亮身影。

2010年的中国电子地图产业可以用“不温不火”来形容，当行业发展涉及到国家安全时，市场发展会“严格”许多，但就整体趋势而言，中国电子地图产业前景依旧气势高涨。

面对快速发展并日益变化的市场，《中国电子地图（数字地图）产业动态与投资战略研究报告(2011-2015年)》将从以下几方面帮助业界券商、投资机构、电子地图生产企业等企业和机构更精确地了解中国电子地图市场的发展现状，更深入地把握中国电子地图市场发展趋势。

通过更加深入、翔实的市场研究数据，抓住最新变化，从下游及消费者对市场进行剖析，总结全球及中国电子地图市场的现状与特点，分析当前存在的问题，使客户全面了解中国电子地图市场的发展状况。

第一章 电子地图产业概况

第一节 电子地图基础概述

一、电子地图特点与功能

二、电子地图的图种及各应用领域

1、导航图

2、多媒体地图

3、网络地图

第二节 电子地图与纸质地图比较

第三节 电子地图站点

第四节 电子地图产业链分析

第五节 电子地图应用领域分析

一、在地图量算和分析中的应用

二、在规划管理中的应用

三、城市公共设施管理

四、在其他领域中的应用

第二章 2010-2011年全球电子地图产业运行态势分析

第一节 2010-2011年全球电子地图行业运行综述

- 一、电子地图运行环境分析
- 二、全球电子地图新技术进展
- 三、全球电子地图市场动态分析
- 四、全球地图网站月访问人数达规模

第二节 2010-2011年国外区域市场电子地图运行分析

- 一、欧美地区
- 二、日本

第三节 2010-2011年全球电子地图市场竞争格局

第四节 2011-2015年全球电子地图市场规模预测

第三章 2010-2011年中国电子地图产业运行环境解析

第一节 2010-2011年中国宏观经济环境分析

- 一、中国GDP分析
- 二、中国工业发展形势
- 三、消费价格指数分析
- 四、城乡居民收入分析
- 五、社会消费品零售总额
- 六、全社会固定资产投资分析
- 七、进出口总额及增长率分析

第二节 2010-2011年中国电子地图市场政策环境分析

- 一、电子地图产业标准
- 二、政府对导航电子地图政策管制
- 三、相关行业政策

第三节 2010-2011年中国电子地图市场技术环境分析

第四节 2010-2011年中国电子地图市场社会环境分析

- 一、中国交通事业蓬勃发展
- 二、旅游业
- 三、汽车

第四章 2010-2011年中国电子地图制造业整体运行状况分析

第一节 从四个数字看我国导航电子地图产业发展

- 一、879.15万辆——车载导航电子地图发展快
- 二、6.08亿 ——手机导航电子地图空间大
- 三、2家——行业特点决定以垄断为主
- 四、11年——打造优秀导航电子地图商

第二节 2010-2011年中国导航电子地图行业运行综述

- 一、汽车加快电子地图市场启动
- 二、便携式导航仪促进行业改革
- 三、手机导航助力电子地图高飞
- 四、新兴技术差别优势成制胜秘笈

第三节 2010-2011年中国电子地图正在"入侵"生活各领域

- 一、涉及众多前沿技术
- 二、电子地图厂商技术链受考验
- 三、技术让电子地图应用走向普及

第四节 2010-2011年国内电子地图产业面临的问题

- 一、中国导航电子地图盗版情况
- 二、电子地图发展迅猛暗藏隐忧
- 三、技术问题
- 四、电子地图服务百亿市场亟待资源重新整合

第五章 2010-2011年中国电子地图市场运行新形势透析

第一节 2010-2011年中国电子地图市场运行特点分析

第二节 2010-2011年中国电子地图市场动态分析

- 一、沈阳制出全国首张村级电子地图
- 二、正版汽车电子导航地图主动迎击盗版
- 三、三维地图开启3G增值业务金矿

第三节 2010-2011年中国电子地图的市场分析

- 一、导航电子地图市场分析
- 二、普通电子地图市场分析

第六章 2010-2011年中国电子地图竞争新格局探析

第一节 2010-2011年中国电子地图市场竞争现状分析

一、电子地图产业竞争激烈

二、信息服务将成为导航电子地图竞争焦点

第二节 2010-2011年中国电子地图行业集中度分析

一、市场集中度分析

二、区域集中度分析

第三节 2011-2015年中国电子地图行业竞争趋势分析

第七章 2010-2011年中国电子地图重点生产厂商竞争对比分析

第一节 北京四维图新导航信息技术有限公司

一、企业概况

二、公司最新产品分析

三、未来发展战略分析

第二节 高德软件有限公司

一、企业概况

二、公司最新产品分析

三、未来发展战略分析

第三节 北京灵图软件技术有限公司

一、企业概况

二、公司最新产品分析

三、未来发展战略分析

第四节 深圳市凯立德计算机系统技术有限公司

一、企业概况

二、公司最新产品分析

三、未来发展战略分析

第五节 北京瑞图万方科技有限公司

一、企业概况

二、公司最新产品分析

三、未来发展战略分析

第六节 西安煤航地图制印公司

一、企业概况

二、企业销售收入及盈利水平分析

三、企业资产及负债情况分析

四、企业成本费用情况

第八章 2011-2015年中国电子地图行业前景展望与趋势预测

第一节 2011-2015年中国电子地图市场前景分析

- 一、中国导航电子地图未来发展将进入快车道
- 二、“全门址导航”或成未来电子地图制高点
- 三、电子地图的网络化前景

第二节 2011-2015年中国电子地图借扩大内需迎来发展良机

- 一、车载导航电子地图上升空间巨大
- 二、手机导航电子地图潜力诱人
- 三、互联网电子地图前景广阔

第三节 2011-2015年中国电子地图产业发展趋势探析

- 一、电子地图产业市场发展走向
- 二、电子地图技术发展趋势
- 三、在线电子地图趋势探讨

第四节 2011-2015年中国电子地图预测分析

- 一、中国电子地图市场供需预测分析
- 二、电子地图市场盈利预测分析

第九章 2011-2015年中国电子地图行业投资机会与风险预警

第一节 2010-2011年中国电子地图行业投资概况

- 一、电子地图行业投资特性
- 二、电子地图行业投资政策解析

第二节 2011-2015年中国电子地图行业投资机会

- 一、电子地图行业区域投资机会
- 二、电子地图需求增长投资机会

第三节 2011-2015年中国电子地图行业投资风险展望

- 一、宏观调控风险
- 二、竞争风险
- 三、技术创新风险
- 四、经营管理风险

第四节 专家投资建议

第十章 2011-2015年电子地图行业盈利模式与投资策略分析

第一节 国外电子地图行业投资现状及经营模式分析

第二节 我国电子地图行业商业模式探讨

第三节 我国电子地图行业投资国际化发展战略分析

第四节 最优投资路径设计

第十一章 2011-2015年中国电子地图项目融资问题分析与对策

第一节 2011-2015年中国电子地图项目的融资演变

第二节 2011-2015年中国电子地图项目特点、融资特点及影响因素分析

一、电子地图及其项目的主要特点

二、电子地图项目的融资特点

三、电子地图项目的融资相关影响因素

第三节 2011-2015年中国电子地图项目的融资对策

图表目录

图表：2005-2010年中国GDP总量及增长趋势图

图表：2010年前三季度中国三产业增加值结构图

图表：2009-2010年中国CPI、PPI月度走势图

图表：2005-2010年我国城镇居民可支配收入增长趋势图

图表：2005-2010年我国农村居民人均纯收入增长趋势图

图表：1978-2009中国城乡居民恩格尔系数对比表

图表：1978-2009中国城乡居民恩格尔系数走势图

图表：2005-2009年中国工业增加值增长趋势图

图表：2009-2010年我国工业增加值分季度增速

图表：2005-2010年我国全社会固定资产投资额走势图

图表：2005-2010年我国城乡固定资产投资额对比图

图表：2005-2010年我国财政收入支出走势图

图表：2009年1月-2010年7月人民币兑美元汇率中间价

图表：2010年10月人民币汇率中间价对照表

图表：2009-2010年中国货币供应量统计表 单位：亿元

图表：2009-2010年中国货币供应量月度增速走势图

图表：2001-2009年中国外汇储备走势图

图表：2005-2009年中国外汇储备及增速变化图

图表：2010年10月20日人民币利率调整表

图表：我国历年存款准备金率调整情况统计表

图表：2005-2010年中国社会消费品零售总额增长趋势图

图表：2005-2010年我国货物进出口总额走势图

图表：2005-2010年中国货物进口总额和出口总额走势图

图表：2005-2009年中国就业人数走势图

图表：2005-2009年中国城镇就业人数走势图

图表：1978-2009年我国人口出生率、死亡率及自然增长率走势图

图表：1978-2009年我国总人口数量增长趋势图

图表：2009年人口数量及其构成

图表：2005-2009年我国普通高等教育、中等职业教育及普通高中招生人数走势图

图表：2001-2009年我国广播和电视节目综合人口覆盖率走势图

图表：1978-2009年中国城镇化率走势图

图表：2005-2009年我国研究与试验发展（R&D）经费支出走势图

图表：电子地图的总体结构

图表：电子地图逻辑结构

图表：地图数据库管理软件的功能

图表：中国导航电子地图产业链

图表：全球主要导航地图企业与中国本土导航地图企业合作情况

通过《中国电子地图（数字地图）产业动态与投资战略研究报告(2011-2015年)》，生产企业及投资机构将充分了解产品市场、原材料供应、销售方式、市场供需、有效客户、潜在客户等详实信息，为研究竞争对手的市场定位，产品特征、产品定价、营销模式、销售网络和企业的发展提供了科学决策依据。

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/179934.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）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提供专业投资咨询报告、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。