



艾凯咨询  
ICAN Consulting

# 2012-2016年车载多媒体导航（ GPS）系统产业融资项目报告 书

## 一、调研说明

《2012-2016年车载多媒体导航（GPS）系统产业融资项目报告书》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/205225.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

### &rarr;内容简介

车载多媒体导航系统，是在嵌入安装在汽车环境使用的多媒体系统、导航系统。车载多媒体导航首先可以优化交通效率。普及GPS导航后，带来的是更智能、更科学、更高效的交通管理体系，在很大程度上缓解了城市的交通压力。其次，随着我国经济的迅猛发展，城市道路改动比较频繁，如果采用个人导航终端，则可以随时更新，保证电子地图永远是最新的、准确的，能够及时把握道路变化情况并帮助司机设计出最佳、最快、最经济的行驶路线，提高行车效率。使出行者可以提前选择适当的出行方式和出行时间，从而起到缓解拥堵、改善环境的作用，车载多媒体导航系统项目具有必要性。

近年来，随着汽车技术的不断进步，车载导航系统作为高附加值的电子产品在汽车里所占的比重越来越大。从汽车导航个细分市场销售量的发展趋势可以看到，经过2010年的大幅度增长后，前装导航和后装导航销售量呈现逐年稳步增长的趋势，而PND销售量则呈现逐年下降的趋势。2011年中国汽车导航销售量约1212.5万套，环比增长31.37%，预计未来两三年内，一些新兴产业对前、后装导航市场的促进作用明显，因此，综合看来，汽车导航的整体销售市场仍然是上升态势。若以车载GPS/DVD的40%占有率来算，其销量可达485万套。可见车载多媒体导航（GPS）系统市场销量空间非常之大。预计到2015年，中国大陆市场的车辆导航将会达到1700万台的规模，而车载GPS/DVD将达到700万台的市场规模。

综合多方面的因素考虑，车载多媒体导航（GPS）系统项目的投资价值值得肯定。首先，车载多媒体导航系统是车载导航发展到一定阶段的必然产物，同时当前正处在一个发展的潮流阶段。其次，在中国经济快速稳定发展的前提下，使得中国的汽车行业保持着欣欣向荣的景象，为车载多媒体导航系统的发展提供基本的保证，中国汽车产销的快速增长和巨大规模对车载多媒体导航系统产生广阔的需求，行业的发展前景良好。第三，车载多媒体导航系统目前发展的关键因素是技术的更新保障和品牌竞争需求。按照行业当前的发展形态，该项目的技术水平处在行业的主流地位，为产品的生产提供了技术保证，同时项目的小规模产销为以后扩大规模和打造品牌打下良好的基础。最后，车载多媒体导航系统未来的发展趋势主要是技术的更替趋势和产品的功能多样化趋势，这些都依赖于技术的发展。该项目的发展理念是紧跟技术潮流，以技术为中心促进发展。因此项目的发展投资具有可行性。

本研究咨询报告在大量周密的市场调研基础上，主要依据了国家统计局、工业和信息化部、全国商业信息中心、国家测绘地理信息局、中国汽车工业协会、全国及海外多种相关报刊杂志的基础信息等公布和提供的大量资料，通过分析车载多媒体导航（GPS）系统产业的市场现状阐述行业的投资前景，介绍车载多媒体导航（GPS）系统项目的基本情况，结合项目

投资的可行性和项目单位的优势，梳理产品的生产流程和研究项目建设的条件和方案，最后对项目的可行性进行评估，对项目的融资提供有力的支持。本报告是车载多媒体导航（GPS）系统行业生产、经营、科研企业及相关研究单位极具参考价值的专业报告。

&rarr;报告目录 目录

CONTENTS

## 第一章 总论 1

### 第一节 项目概要 1

#### 一、项目名称 1

#### 二、项目承办单位 1

#### 三、项目拟建地区、地点 1

#### 四、初步估计的项目回收期 1

### 第二节 项目提出背景 2

### 第三节 项目承建单位 3

#### 一、单位名称 3

#### 二、所有制形式 3

#### 三、发展历程 3

#### 四、主营业务 4

#### 五、管理制度 4

#### 六、人员结构 4

#### 七、财务情况 4

#### 八、相关证件 8

### 第四节 编制依据 12

### 第五节 编制原则 13

### 第六节 研究范围 14

### 第七节 综合评价 14

## 第二章 项目可行性及必要性分析 15

### 第一节 项目可行性分析 15

#### 一、项目公司技术实力支持 15

#### 二、项目公司技术优势分析 16

#### 三、项目公司技术来源介绍 17

## 第二节 项目必要性分析 17

- 一、中国交通运输行业发展的迫切需要 17
- 二、市场决定车载多媒体导航系统的诞生 18
- 三、有利于促进企业自身的发展 19

## 第三章 项目市场分析 20

### 第一节 全球车载多媒体导航（GPS）系统市场分析 20

- 一、车载多媒体导航（GPS）系统的含义 20
- 二、车载多媒体导航（GPS）系统应用领域 20
- 三、全球车载多媒体导航（GPS）系统行业发展概述 21
- 四、全球车载多媒体导航（GPS）系统市场发展分析 21
- 五、全球车载多媒体导航（GPS）系统应用趋势分析 24

### 第二节 中国车载多媒体导航（GPS）系统市场分析 25

- 一、车载多媒体导航（GPS）系统市场现状分析 25
- 二、车载多媒体导航（GPS）系统市场销量分析 27
- 三、车载多媒体导航（GPS）系统市场需求分析 29
- 四、车载多媒体导航（GPS）系统市场问题分析 30
- 五、车载多媒体导航（GPS）系统发展策略分析 32

### 第三节 车载多媒体导航（GPS）系统细分市场分析 33

- 一、车载多媒体导航（GPS）系统前装市场分析 33
- 二、车载多媒体导航（GPS）系统后装市场分析 35
- 三、车载多媒体导航（GPS）系统前后装市场比较分析 37

### 第四节 中国车载多媒体导航（GPS）系统竞争分析 44

- 一、车载多媒体导航（GPS）系统市场竞争现状 44
- 二、车载多媒体导航（GPS）系统品牌竞争分析 45
- 三、车载多媒体导航（GPS）系统竞争格局分析 46
- 四、车载多媒体导航（GPS）系统市场竞争趋势 47
- 五、车载多媒体导航（GPS）系统市场竞争力分析 49
- 六、车载多媒体导航（GPS）系统市场竞争关键因素分析 50

### 第五节 中国车载多媒体导航（GPS）系统投资分析 51

- 一、车载多媒体导航（GPS）系统投资前景分析 51
- 二、车载多媒体导航（GPS）系统投资方向分析 52

三、车载多媒体导航（GPS）系统企业投资策略	53
第六节 中国车载多媒体导航（GPS）系统前景分析	54
一、车载多媒体导航（GPS）系统市场潜力分析	54
二、车载多媒体导航（GPS）系统市场前景分析	56
三、车载多媒体导航（GPS）系统发展方向分析	58
四、车载多媒体导航（GPS）系统行业发展趋势	61

#### 第四章 项目建设条件 63

##### 第一节 地理位置 63

##### 第二节 地理位置优势 65

##### 第三节 区域经济状况 69

##### 第四节 川渝汽车生产状况 70

##### 第五节 区域投资环境 72

##### 第六节 项目选址情况 75

#### 第五章 总体建设方案 76

##### 第一节 总平面布置 76

###### 一、总平面布置思想 76

###### 二、总平面布置依据 76

###### 三、总平面布置方案 77

##### 第二节 项目建设方案 77

###### 一、项目原材料及来源 77

###### 二、产品生产规模 77

###### 三、产品生产工艺流程 78

#### 第六章 主要产品及设备 80

##### 第一节 主要产品 80

##### 第二节 产品研发内容及应用 80

##### 第三节 产品目标市场 80

##### 第四节 主要设备选择 80

#### 第七章 环保和节能 83

第一节 节能设计依据 83

第二节 主要节能措施 83

第三节 环保依据及设计原则 84

一、环境保护设计依据 84

二、设计原则 85

第四节 主要污染源防治措施 86

第八章 劳动安全卫生 87

第一节 劳动保护与工业卫生法规 87

第二节 消防 88

第三节 安全保护 88

第四节 劳动安全 89

第九章 企业组织与劳动定员 90

第一节 企业组织机构 90

第二节 董事、监事及高级管理人员情况 90

第三节 生产体制和劳动定员 90

第四节 人力资源管理 92

第十章 项目实施情况 93

第一节 项目建设时间 93

第二节 项目的执行期 93

第三节 项目进度情况 93

第十一章 结论与建议 94

第一节 政策可行性 94

第二节 市场可行性 94

第三节 技术可行性 95

第四节 管理可行性 96

第五节 社会效益 96

第六节 风险分析 96

第七节 结论 98

## 第八节 建议 99

### 图表目录

- 图表：2010年重庆芯淞电子科技有限公司资产负债表 5
  - 图表：2011年重庆芯淞电子科技有限公司资产负债表 6
  - 图表：2011年重庆芯淞电子科技有限公司损益表 7
  - 图表：重庆芯淞电子科技有限公司税务登记证 8
  - 图表：重庆芯淞电子科技有限公司企业法人营业执照 9
  - 图表：重庆芯淞电子科技有限公司税务登记证 10
  - 图表：重庆芯淞电子科技有限公司组织机构代码证 11
  - 图表：重庆芯淞电子科技有限公司土地房屋证 12
  - 图表：2008-2013年中国汽车导航细分市场销售量 28
  - 图表：2008-2013年中国汽车导航销售量 28
  - 图表：未来几年车载音响发展比例图 46
  - 图表：2010年1-12月汽车产量重庆市合计 71
  - 图表：2011年1-12月汽车产量重庆市合计 71
  - 图表：2010年1-12月汽车产量四川省合计 71
  - 图表：2011年1-12月汽车产量四川省合计 71
  - 图表：车载多媒体导航（GPS）系统项目产品生产工艺流程 78
  - 图表：车载多媒体导航（GPS）系统项目初始生产流程 79
  - 图表：汽车GPS导航及多媒体影音系统主要设备清单 80
  - 图表：重庆芯淞电子科技有限公司组织结构图 90
- 略.....

通过《2012-2016年车载多媒体导航（GPS）系统产业融资项目报告书》，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、销售网络和企业发展提供了科学决策依据。

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/205225.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提供投资咨询报告、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。