



艾凯咨询  
ICAN Consulting

# 2013-2018年中国北斗二代导航 市场深度分析与投资前景预测报 告

## 一、调研说明

《2013-2018年中国北斗二代导航市场深度分析与投资前景预测报告》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/243456.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

第一章 北斗二代导航产业发展概况	13
第一节 北斗导航系统的概念	13
一、北斗卫星导航系统	13
二、北斗一代导航系统	14
三、北斗二代导航系统	15
第二节 北斗导航系统应用及目标	17
一、北斗导航系统提供服务	17
二、北斗导航系统实际应用	18
三、北斗卫星导航系统评价	20
四、北斗卫星导航建设计划及目标	22
第三节 北斗二代导航仪行业政策环境	23
一、北斗导航重要产业政策分析	23
二、北斗导航地方性产业政策	24
三、《导航与位置服务科技发展"十二五"专项规划》	25
第二章 中国北斗二代导航市场发展分析	28
第一节 中国北斗二代导航仪市场规模	28
一、中国卫星导航产业规模分析	28
二、中国北斗一代导航市场规模	29
三、中国北斗二代导航市场规模预测	30
第二节 中国北斗二代导航仪市场需求状况	31
一、北斗导航仪市场供给分析	31
二、中国北斗导航市场需求分析	32
第三节 中国大众导航仪市场分析	32
一、车辆导航仪市场	32
(一) 全球车辆导航市场规模	32
(二) 中国车载GPS出货量分析	33
(三) 中国汽车导航仪市场规模	34

## 二、手机导航市场分析 34

- (一) 全球导航手机出货量分析 34
- (二) 手机导航成为都市白领新宠 35
- (三) 中国GPS手机市场现状 36
- (四) 导航手机市场前景分析 36

## 三、PND导航市场分析 37

- (一) PND导航系统工介绍 37
- (二) PND导航产业发展现状 39
- (三) PND导航市场出货量分析 42

## 第四节 中国北斗导航产业重点区域 43

### 一、珠三角区域 43

### 二、长三角区域 44

### 三、环渤海区域 45

## 第五节 北斗导航重点城市发展分析 45

### 一、北京 45

### 二、上海 47

### 三、天津 48

### 四、广东 49

### 五、山东 50

### 六、成都 51

### 七、重庆 51

### 八、南京 52

## 第三章 北斗二代导航仪行业产业链分析 54

### 第一节 北斗导航产业链概述 54

### 第二节 北斗二代导航仪上游产业发展状况分析 57

#### 一、北斗关键元器件市场状况 57

#### 二、国内主要北斗芯片厂商 57

#### 三、北斗导航的OEM板卡 59

#### 四、导航电子地图市场分析 59

#### 五、北斗终端设备市场分析 60

### 第三节 北斗导航下游应用情况分析 62

#### 一、北斗卫星导航国防军工领域应用分析 62

- (一) 国防军工发展概况 62
- (二) 卫星导航军用领域市场规模 63
- (三) 国防军工对北斗导航需求规模 63
- (四) 国防军工对北斗导航需求前景 64

#### 二、卫星导航其他专业领域应用分析 64

- (一) 测绘绘图应用规模分析 64
- (二) 海用领域应用规模分析 65
- (三) 时间同步应用规模分析 66

#### 三、北斗卫星导航民用领域应用分析 66

- (一) 北斗导航民用领域市场 66
- (二) 车辆监控领域应用分析 68
- (三) 车辆导航领域应用分析 69
- (四) 通信领域市场应用分析 70
- (五) 个人跟踪市场应用分析 70
- (六) 娱乐消费市场应用分析 71
- (七) 信息服务市场应用分析 71

## 第四章 2006-2013年中国导航仪进出口数据分析 72

### 第一节 2006-2013年导航仪进口分析 72

- 一、导航仪进口数量情况 72
- 二、导航仪进口金额分析 72
- 三、导航仪进口来源分析 73
- 四、导航仪进口价格分析 74

### 第二节 2006-2013年导航仪出口分析 75

- 一、导航仪出口数量情况 75
- 二、导航仪出口金额分析 75
- 三、导航仪出口流向分析 76
- 四、导航仪出口价格分析 77

## 第五章 中国北斗二代导航仪行业竞争格局及战略分析 79

### 第一节 全球卫星导航市场格局分析 79

- 一、全球卫星导航系统1+3格局 79
- 二、美国GPS导航产业发展分析 79
- 三、欧盟GALILEO导航产业发展分析 82
- 四、俄罗斯GLONASS导航产业发展分析 82

### 第二节 全球GPS产业发展格局分析 86

- 一、全球GPS产业格局分析 86
- 二、美国GPS产业格局分析 86
- 三、欧洲GPS产业格局分析 87
- 四、日本GPS产业格局分析 88
- 五、中国台湾产业格局分析 89

### 第三节 中国北斗导航产业格局分析 90

- 一、中国北斗导航产业布局 90
- 二、北斗关键元器件市场格局 92
- 三、北斗终端市场竞争状况 92
- 四、北斗导航应用系统市场竞争状况 93

### 第四节 北斗二代导航仪企业投资兼并与重组分析 93

- 一、企业兼并重组发展动机 93
- 二、国内企业并购整合风险 94
- 三、行业并购与重组对策建议 96

### 第五节 企业资本市场运作建议 97

- 一、企业兼并及收购建议 97
- 二、企业融资方式选择建议 99
- 三、企业海外市场运作建议 101

## 第六章 北斗二代导航仪分销渠道及营销策略分析 102

### 第一节 工业品市场销售特征 102

- 一、工业品市场销售主要特征 102
- 二、工业品分销总体流程分析 103

三、工业品分销价值实现环节	103
四、影响工业品分销因素分析	104
第二节 北斗二代导航仪分销渠道及策略	106
一、市场分销模式比较	106
(一) 直效分销模式	106
(二) 代理经销模式	108
(三) 关联营销模式	109
(四) 混合营销模式	110
二、市场分销渠道策略	111
(一) 建立分销体系的必要性	112
(二) 工艺品企业的渠道战略	113
(三) 企业分销商的选择策略	113
(四) 制定分销政策考虑要素	114
(五) 企业分销管理要点分析	115
第三节 北斗二代导航仪市场营销策略分析	117
一、市场营销主要模式	117
二、营销步骤信息需求	118
三、市场营销策略分析	119
(一) 产品策略分析	119
(二) 市场拓展策略	120
(三) 品牌营销策略	121
(四) 市场推广策略	123
(五) 人员推销策略	123
(六) 销售促进策略	124
第七章 北斗二代导航仪主要生产厂商竞争力分析	127
第一节 成都国腾电子技术股份有限公司	127
一、企业基本情况	127
二、企业经营情况分析	127
三、企业经济指标分析	129
四、企业盈利能力分析	129

五、企业偿债能力分析	130
六、企业运营能力分析	130
七、企业成本费用分析	130
第二节 广州海格通信集团股份有限公司	131
一、企业基本情况	131
二、企业经营情况分析	131
三、企业经济指标分析	132
四、企业盈利能力分析	133
五、企业偿债能力分析	133
六、企业运营能力分析	134
七、企业成本费用分析	134
第三节 中国东方红卫星股份有限公司	135
一、企业基本情况	135
二、企业经营情况分析	135
三、企业经济指标分析	136
四、企业盈利能力分析	137
五、企业偿债能力分析	137
六、企业运营能力分析	138
七、企业成本费用分析	138
第四节 北京华力创通科技股份有限公司	138
一、企业基本情况	138
二、企业经营情况分析	139
三、企业经济指标分析	141
四、企业盈利能力分析	141
五、企业偿债能力分析	142
六、企业运营能力分析	142
七、企业成本费用分析	143
第五节 北京北斗星通导航技术股份有限公司	143
一、企业基本情况	143
二、企业经营情况分析	144
三、企业经济指标分析	145
四、企业盈利能力分析	146



五、企业偿债能力分析 146

六、企业运营能力分析 147

七、企业成本费用分析 147

第六节 北京合众思壮科技股份有限公司 148

一、企业基本情况 148

二、企业经营情况分析 149

三、企业经济指标分析 150

四、企业盈利能力分析 150

五、企业偿债能力分析 151

六、企业运营能力分析 151

七、企业成本费用分析 151

第七节 航天时代电子技术股份有限公司 152

一、企业基本情况 152

二、企业经营情况分析 153

三、企业经济指标分析 154

四、企业盈利能力分析 155

五、企业偿债能力分析 155

六、企业运营能力分析 156

七、企业成本费用分析 156

第八节 广州中海达卫星导航技术股份有限公司 157

一、企业基本情况 157

二、企业经营情况分析 158

三、企业经济指标分析 159

四、企业盈利能力分析 160

五、企业偿债能力分析 160

六、企业运营能力分析 161

七、企业成本费用分析 161

第八章 2013-2018年中国北斗二代导航产业发展趋势与前景分析 162

第一节 2013-2018年中国北斗二代导航仪行业投资环境分析 162

一、北斗导航产业进入高速增长快车道 162

二、北斗导航未来应用路径分析	164
三、中国北斗导航产业空间演变趋势分析	165
(一) 产业整体发展趋势	165
(二) 上游产业发展趋势分析	166
(三) 下游产业发展趋势分析	166
第二节 2013-2018年中国北斗二代导航仪行业投资前景分析	166
一、北斗二代导航仪发展趋势分析	166
二、北斗二代导航仪市场前景分析	167
第三节 2013-2018年中国北斗二代导航仪行业投资风险分析	167
一、产业政策风险	167
二、用户认可风险	168
三、市场竞争风险	168
四、产品技术风险	168
第四节 2013-2018年北斗二代导航仪行业投资策略及建议	169

## 第九章 北斗二代导航仪企业投融资战略规划分析 170

### 第一节 北斗二代导航仪企业发展战略规划背景意义 170

- 一、企业转型升级的需要 170
- 二、企业强做大做的需要 170
- 三、企业可持续发展需要 170

### 第二节 北斗二代导航产业格局策略 171

- 一、制定科学规划，优先发展先进地区 171
- 二、依托本地优势，因势利导发展产业 171
- 三、提升园区环境，引导企业集群发展 171

### 第三节 北斗二代导航仪企业发展战略规划的制定原则 172

- 一、科学性 172
- 二、实践性 172
- 三、前瞻性 172
- 四、创新性 172
- 五、全面性 173
- 六、动态性 173

#### 第四节 北斗二代导航仪企业战略规划制定依据 173

- 一、国家产业政策 173
- 二、行业发展规律 173
- 三、企业资源与能力 174
- 四、可预期的战略定位 174

#### 第五节 北斗二代导航仪企业战略规划策略分析 174

- 一、战略综合规划 174
- 二、技术开发战略 175
- 三、区域战略规划 175
- 四、产业战略规划 176
- 五、营销品牌战略 177
- 六、竞争战略规划 178

### 第十章 中国北斗导航企业投融资及IPO上市策略指导 180

#### 第一节 北斗导航企业境内IPO上市目的及条件 180

- 一、北斗导航企业境内上市主要目的 180
- 二、北斗导航企业上市需满足的条件 181
  - (一) 企业境内主板 IPO 主要条件 181
  - (二) 企业境内中小板IPO主要条件 182
  - (三) 企业境内创业板IPO主要条件 183
- 三、企业改制上市中的关键问题 184

#### 第二节 北斗导航企业IPO上市的相关准备 185

- 一、企业该不该上市 185
- 二、企业应何时上市 185
- 三、企业应何地上市 186
- 四、企业上市前准备 186
  - (一) 企业上市前综合评估 186
  - (二) 企业的内部规范重组 186
  - (三) 选择并配合中介机构 187
  - (四) 应如何选择中介机构 187

#### 第三节 北斗导航企业IPO上市的规划实施 187

- 一、上市费用规划和团队组建 187
- 二、尽职调查及问题解决方案 191
- 三、改制重组需关注重点问题 194
- 四、企业上市辅导及注意事项 197
- 五、上市申报材料制作及要求 199
- 六、网上路演推介及询价发行 201
- 第四节 企业IPO上市审核工作流程 202
- 一、企业IPO上市基本审核流程 202
- 二、企业IPO上市具体审核环节 203
- 三、与发行审核流程相关的事项 206

## 图表目录

- 图表 1 北斗卫星发射情况 14
- 图表 2 北斗导航系统提供开放和授时两种服务 18
- 图表 3 北斗导航系统4大功能 20
- 图表 4 北斗一代和北斗二代的比较 21
- 图表 5 全球 4 大卫星导航系统比较 22
- 图表 6 我国北斗导航系统"三步走"战略 23
- 图表 7 国家出台相关北斗导航产业扶持政策 24
- 图表 8 地方政府出台相关北斗导航产业扶持情况 24
- 图表 9 2002-2012年中国卫星导航产业规模趋势图 28
- 图表 10 北斗一代行业应用分布情况 30
- 图表 11 北斗一代导航系统覆盖我国及周边地区 30
- 图表 12 2012-2020年中国北斗卫星导航市场规模预测趋势图 31
- 图表 13 2010-2020年全球车载导航市场规模及预测 33
- 图表 14 2007-2011中国车载GPS出货量变化趋势图 33
- 图表 15 2012-2020年中国汽车导航市场规模测算 34
- 图表 16 2010-2020年全球导航手机出货量趋势图 35
- 图表 17 2010-2020年世界主要国家地区导航手机渗透率 35
- 图表 18 2007-2012年中国GPS手机出货量趋势图 36
- 图表 19 未来导航手机市场驱动因素分析 37

- 图表 20 PND产业链利润分配所占份额 42
- 图表 21 2011-2013年中国PND导航市场累计出货量统计 42
- 图表 22 北斗导航产业链 55
- 图表 23 北斗导航终端类型 56
- 图表 24 北斗导航产业链分布情况 56
- 图表 25 国内部分北斗芯片厂商情况 58
- 图表 26 中国导航电子地图产业链关系图 60
- 图表 27 北斗终端产品主要厂商 61
- 图表 28 2006-2012年我国国防军费开支情况 62
- 图表 29 2003-2012年中国卫星导航军用领域市场规模趋势图 63
- 图表 30 2012-2017年我国军用北斗导航市场需求测算 64
- 图表 31 1999-2010年测绘产值（服务总值）及生产率情况 65
- 图表 32 2002-2012年中国测绘产值（服务总值）趋势图 65
- 图表 33 2003-2012年中国卫星导航海用领域市场规模趋势图 66
- 图表 34 2003-2012年中国卫星导航时间同步市场规模趋势图 66
- 图表 35 北斗导航应用"示范工程"项目 67
- 图表 36 2003-2012年中国卫星导航车辆监控领域应用规模趋势图 68
- 图表 37 2003-2012年中国卫星导航车辆导航领域应用规模趋势图 69
- 图表 38 2003-2012年中国卫星导航通信领域规模趋势图 70
- 图表 39 2003-2012年中国卫星导航个人跟踪市场应用规模趋势图 70
- 图表 40 2003-2012年中国卫星导航娱乐消费市场应用规模趋势图 71
- 图表 41 2003-2012年中国卫星导航信息服务市场应用规模趋势图 71
- 图表 42 2006-2013年中国导航仪进口数量统计 72
- 图表 43 2006-2013年中国导航仪进口金额统计 72
- 图表 44 2006-2013年中国导航仪进口金额增长趋势图 73
- 图表 45 2013年中国导航仪进口来源地情况 73
- 图表 46 2013年中国导航仪进口来源地结构分布图 74
- 图表 47 2006-2013年中国导航仪进出口均价情况 74
- 图表 48 2006-2013年中国导航仪进口均价趋势图 75
- 图表 49 2006-2013年中国导航仪出口数量统计 75
- 图表 50 2006-2013年中国导航仪出口金额统计 76
- 图表 51 2006-2013年中国导航仪出口金额增长趋势图 76

图表 52 2013年中国导航仪出口流向情况 76

图表 53 2013年中国导航仪出口流向结构分布图 77

图表 54 2006-2013年中国导航仪进出口均价情况 77

图表 55 2006-2013年中国导航仪出口均价趋势图 78

图表 56 GPS导航系统及产业发展阶段 80

图表 57 GPS应用范围不断扩大 81

图表 58 美国发展GPS的主要产业政策 82

图表 59 俄罗斯GLONASS导航系统发展阶段 84

图表 60 俄罗斯导航设备市场规模预测 85

图表 61 GLONASS导航系统精度显著提高 85

图表 62 全球GPS产业分布 86

图表 63 美国GPS产业分布图 87

图表 64 欧洲GPS产业分布图 88

图表 65 日本GPS产业分布图 89

图表 66 台湾GPS产业分布图 90

图表 67 我国北斗导航产业规模分布情况 91

图表 68 我国北斗导航产业重点城市分布情况 92

图表 69 企业融资方式与渠道分类 100

图表 70 工业品市场销售主要特征 102

图表 71 工业品分销基本业务流程 103

图表 72 工业品营销模式的分析与比较 106

图表 73 工业品直效营销模式流程示意图 107

图表 74 工业品分公司直效营销流程示意图 108

图表 75 工业品代理及经销营销模式流程示意图 109

图表 76 工业品关联营销流程示意图 110

图表 77 工业品混合营销模式及流程 111

图表 78 工业品营销主要体系 112

图表 79 工业品分销的直接渠道与间接渠道 112

图表 80 工业品生产企业分销渠道 113

图表 81 工业品市场典型营销模式分析 117

图表 82 工业品营销步骤与营销信息重点 118

图表 83 工业品市场推广主要方式 123

- 图表 84 2013年成都国腾电子技术股份有限公司分产品情况表 128
- 图表 85 2013年成都国腾电子技术股份有限公司业务结构情况 128
- 图表 86 2013年成都国腾电子技术股份有限公司分地区情况表 128
- 图表 87 2009-2013年成都国腾电子技术股份有限公司收入与利润统计 129
- 图表 88 2009-2013年成都国腾电子技术股份有限公司资产与负债统计 129
- 图表 89 2009-2013年成都国腾电子技术股份有限公司盈利能力情况 129
- 图表 90 2009-2013年成都国腾电子技术股份有限公司偿债能力情况 130
- 图表 91 2009-2013年成都国腾电子技术股份有限公司运营能力情况 130
- 图表 92 2009-2013年成都国腾电子技术股份有限公司成本费用统计 130
- 图表 93 2013年广州海格通信集团股份有限公司分产品情况表 132
- 图表 94 2013年广州海格通信集团股份有限公司业务结构情况 132
- 图表 95 2013年广州海格通信集团股份有限公司分地区情况表 132
- 图表 96 2009-2013年广州海格通信集团股份有限公司收入与利润统计 133
- 图表 97 2009-2013年广州海格通信集团股份有限公司资产与负债统计 133
- 图表 98 2009-2013年广州海格通信集团股份有限公司盈利能力情况 133
- 图表 99 2009-2013年广州海格通信集团股份有限公司偿债能力情况 134
- 图表 100 2009-2013年广州海格通信集团股份有限公司运营能力情况 134
- 图表 101 2009-2013年广州海格通信集团股份有限公司成本费用统计 134
- 图表 102 2013年中国东方红卫星股份有限公司分产品情况表 136
- 图表 103 2013年中国东方红卫星股份有限公司分地区情况表 136
- 图表 104 2009-2013年中国东方红卫星股份有限公司收入与利润统计 136
- 图表 105 2009-2013年中国东方红卫星股份有限公司资产与负债统计 137
- 图表 106 2009-2013年中国东方红卫星股份有限公司盈利能力情况 137
- 图表 107 2009-2013年中国东方红卫星股份有限公司偿债能力情况 137
- 图表 108 2009-2013年中国东方红卫星股份有限公司运营能力情况 138
- 图表 109 2009-2013年中国东方红卫星股份有限公司成本费用统计 138
- 图表 110 2013年北京华力创通科技股份有限公司业务结构情况 140
- 图表 111 2013年北京华力创通科技股份有限公司分地区情况表 141
- 图表 112 2009-2013年北京华力创通科技股份有限公司收入与利润统计 141
- 图表 113 2009-2013年北京华力创通科技股份有限公司资产与负债统计 141
- 图表 114 2009-2013年北京华力创通科技股份有限公司盈利能力情况 142
- 图表 115 2009-2013年北京华力创通科技股份有限公司偿债能力情况 142

图表 116	2009-2013年北京华力创通科技股份有限公司运营能力情况	142
图表 117	2009-2013年北京华力创通科技股份有限公司成本费用统计	143
图表 118	2013年北京北斗星通导航技术股份有限公司分产品情况表	144
图表 119	2013年北京北斗星通导航技术股份有限公司业务结构情况	145
图表 120	2013年北京北斗星通导航技术股份有限公司分地区情况表	145
图表 121	2009-2013年北京北斗星通导航技术股份有限公司收入与利润统计	145
图表 122	2009-2013年北京北斗星通导航技术股份有限公司资产与负债统计	146
图表 123	2009-2013年北京北斗星通导航技术股份有限公司盈利能力情况	146
图表 124	2009-2013年北京北斗星通导航技术股份有限公司偿债能力情况	146
图表 125	2009-2013年北京北斗星通导航技术股份有限公司运营能力情况	147
图表 126	2009-2013年北京北斗星通导航技术股份有限公司成本费用统计	147
图表 127	2013年北京北斗星通导航技术股份有限公司成本费用结构图	147
图表 128	2013年北京合众思壮科技股份有限公司分产品情况表	149
图表 129	2013年北京合众思壮科技股份有限公司业务结构情况	149
图表 130	2013年北京合众思壮科技股份有限公司分地区情况表	150
图表 131	2009-2013年北京合众思壮科技股份有限公司收入与利润统计	150
图表 132	2009-2013年北京合众思壮科技股份有限公司资产与负债统计	150
图表 133	2009-2013年北京合众思壮科技股份有限公司盈利能力情况	151
图表 134	2009-2013年北京合众思壮科技股份有限公司偿债能力情况	151
图表 135	2009-2013年北京合众思壮科技股份有限公司运营能力情况	151
图表 136	2009-2013年北京合众思壮科技股份有限公司成本费用构成情况统计	152
图表 137	2013年北京合众思壮科技股份有限公司成本费用结构图	152
图表 138	2013年航天时代电子技术股份有限公司分产品情况表	154
图表 139	2013年航天时代电子技术股份有限公司业务结构情况	154
图表 140	2013年航天时代电子技术股份有限公司分地区情况表	154
图表 141	2009-2013年航天时代电子技术股份有限公司收入与利润统计	155
图表 142	2009-2013年航天时代电子技术股份有限公司资产与负债统计	155
图表 143	2009-2013年航天时代电子技术股份有限公司盈利能力情况	155
图表 144	2009-2013年航天时代电子技术股份有限公司偿债能力情况	155
图表 145	2009-2013年航天时代电子技术股份有限公司运营能力情况	156
图表 146	2009-2013年航天时代电子技术股份有限公司成本费用统计	156
图表 147	2013年航天时代电子技术股份有限公司成本费用结构图	157



- 图表 148 2013年广州中海达卫星导航技术股份有限公司分产品情况表 158
- 图表 149 2013年广州中海达卫星导航技术股份有限公司业务结构情况 159
- 图表 150 2013年广州中海达卫星导航技术股份有限公司分地区情况表 159
- 图表 151 2009-2013年广州中海达卫星导航技术股份有限公司收入与利润统计 159
- 图表 152 2009-2013年广州中海达卫星导航技术股份有限公司资产与负债统计 160
- 图表 153 2009-2013年广州中海达卫星导航技术股份有限公司盈利能力情况 160
- 图表 154 2009-2013年广州中海达卫星导航技术股份有限公司偿债能力情况 160
- 图表 155 2009-2013年广州中海达卫星导航技术股份有限公司运营能力情况 161
- 图表 156 2009-2013年广州中海达卫星导航技术股份有限公司成本费用统计 161
- 图表 157 北斗导航产业持续高成长的逻辑 163
- 图表 158 全球卫星导航市场应用分布 164
- 图表 159 我国卫星导航产业全球占比仅为2% 164
- 图表 160 北斗导航应用路径 165
- 图表 161 2008-2013年全国国家级区域发展规划情况 175
- 图表 162 企业IPO上市网上路演的主要事项 201
- 图表 163 企业IPO上市基本审核流程图 203

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/243456.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。