



艾凯咨询
ICAN Consulting

中国卫星导航产业发展市场分析 及发展趋势研究报告（2008 ）

一、调研说明

《中国卫星导航产业发展市场分析及发展趋势研究报告（2008）》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/41545.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

全球卫星导航系统已经逐步成为全球性高新技术产业,在经济信息化建设中已成为重要的组成部分是国家信息体系重要基础设施建设设施之一直接关系到安全和经济发展,以及国防现代化的关键性技术支撑系统。国际卫星导航系统发展步入崭新GNSS的发展阶段向多种技术融合全速发展。应用服务产业是个大产业个人消费业和迅速成为新的增长点。在政策法规方面中国政府高度重视卫星导航产业发展。在技术方面中国目前缺乏统一的导航产业相关技术标准。在产品制造方面卫星导航核心产品依赖进口。在应用领域方面卫星导航产品和服务的应用领域逐步拓宽。在市场细分市场,移动位置服务市场已经开始启动。目前中国GNSS应用主要集中在车载领域,但是市场规模仍然较小,整个市场仍然处于市场导入期众多企业还在不断摸索试图把握用户的真正需求以求获得市场突破。虽然相关基础配套设施与资源的不完善、导航电子地图的更新问题以及终端和服务的价格等因素影响了GNSS在汽车领域的市场推广。但是面向庞大的汽车市场,市场潜力仍不可估量发展前景比较乐观。另外一个人诱人的应用领域是移动通讯领域中国有世界上最大手机市场和手机使用群体,目前中国手机用户超过4.4亿户,并稳步上升,如果在手机市场有1%渗透率也将会产生420万个手机导航需求。本报告在大量周密的市场调研基础上,依据国家统计局、国家商务部、国务院发展研究中心等公布和提供的大量资料,组织课题组编辑而成。本报告对2007年中国卫星导航产业的整体发展环境、发展理论、发展规模、发展政策进行了综合描述,并在此基础上,对未来中国卫星导航产业的发展趋势做出了六个方面的基本判断:一是发展环境进一步优化,卫星导航产业发展进入提速期;二是卫星导航产业已具备较大规模,但产业结构有待调整;三是理论滞后问题继续存在,理论研究有待进一步深入;四是国家政策有望出台,地方政策的制定趋于理性;五是区域卫星导航产业发展特色鲜明,亮点纷呈。本报告是高层次、权威性,深度研究与实际应用的有机结合,具有一定参考价值。

【 目录 】

绪言

第1章：关于卫星导航产业

第1节：卫星导航产业的定义界定

第2节：卫星导航产业的经济特征

第2章：关于卫星导航产业研究

第1节：研究目的

第2节：研究方法及内容

第1篇：产业发展篇

第1章：中国卫星导航产业发展分析

第1节：相关数据分析

第2节：发展现状分析

第3节：市场发展分析

第2章：中外卫星导航产业发展水平比较

第1节：与国际整体情况比较分析

第2节：与发达国家情况比较分析

第3章：中国卫星导航产业生命周期分析

第1节：生命周期的意义

第2节：中国卫星导航产业生命周期分析

第4章：中国卫星导航产业发展问题及其对策研究

第1节：中国卫星导航产业发展问题研究

第2节：中国卫星导航产业发展对策研究

第2篇：中国卫星导航产业SCP分析

第1章：卫星导航产业的市场细分

第1节：卫星导航产品与市场细分

第2节：卫星导航市场需求特征

第2章：中国卫星导航产业市场结构

第1节：产品需求与供给结构

第2节：市场竞争格局

第3节：市场进入壁垒

第3章：中国卫星导航产业市场行为

第1节：投资策略

第2节：研究开发策略

第3节：产品经营策略

第4章：中国卫星导航产业市场绩效

第1节：市场供需规模与供需缺口

第2节：行业利润与企业盈利水平

第3节：市场绩效影响因素分析

第3篇：中国卫星导航产业的环境分析

第1章：中国卫星导航产业的SWOT分析

第1节：中国卫星导航产业的机会分析

第2节：中国卫星导航产业的威胁分析

第3节：中国卫星导航产业的优势分析

第4节：中国卫星导航产业的劣势分析

第2章：中国卫星导航产业的五力分析

第1节：现有竞争格局分析

第2节：购买者的议价能力

第3节：供应商的议价能力

第4节：替代品的威胁

第5节：新进入者的威胁

第3章：中国产业发展的影响因素分析

第1节：总体环境因素分析

1.国际环境因素分析

2.政府政策因素分析

3.技术因素分析

4.市场因素分析

5.资金因素分析

6.人力资源因素分析

第2节：产业相关因素分析

第3节：相关支持产业因素分析

第4篇：中国卫星导航产业投资分析

第1章：中国卫星导航创业投资收益性分析

第1节：中国卫星导航资本形态分析

第2节：中国卫星导航上市企业特征分析

第3节：中国卫星导航上市企业资本运营效果分析

第2章：中国卫星导航并购投资收益性研究

第1节：中国卫星导航并购的历史回顾

第2节：企业并购的动因分析

第3节：企业并购收益的一般分析

第4节：中国卫星导航并购投资的价值分析

第3章：中国卫星导航产业投资风险分布及其控制

第1节：产业投资风险的定义界定

第2节：中国卫星导航产业投资的风险分布

第3节：中国卫星导航产业投资的风险控制

第5篇：中国卫星导航产业发展战略研究

第1章：中国卫星导航产业发展的方针及原则

第1节：中国卫星导航产业发展战略方针

第2节：战略原则

第2章：中国卫星导航产业发展战略

第1节：实施集团化发展战略

第2节：实施市场营销战略

第3节：国际化战略

第3章：中国卫星导航产业发展战略的实施

第1节：战略实施的意义

第2节：中国卫星导航产业发展战略实施的具体内容

第3节：卫星导航产业发展战略的组织结构

第4节：建立卫星导航产业发展基金

第5节：编制年度实施方案和资金预算方案

第4章：中国卫星导航发展战略的控制

第1节：卫星导航产业发展战略控制过程及分类

第2节：卫星导航产业发展战略控制的方法及控制系统

结论

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/41545.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。