



艾凯咨询  
ICAN Consulting

# 2007年中国卫星导航产业市场分析及发展趋势研究报告

## 一、调研说明

《2007年中国卫星导航产业市场分析及发展趋势研究报告》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/41659.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

### 〔 描述 〕

#### 内容简介

保守估计，2007年国内GPS销售有望突破40万套，增幅超过300%。导航设备将呈现高、中、低档并存，价格从万元到数千元不等的局面，产值将超过200亿元人民币。就个人导航而言，随着中国移动运营商的强力推动，个人导航的发展速度，如同手机一样可能在两至三年内大大超过其他国家。一旦中国的各项技术成熟了，符合最终消费者的使用习惯，加之其便携性，个人导航将迅速兴起，其市场空间将远远超过车载导航。因此，2007年到2008年将是中国导航产业市场迅猛成长的时期，当导航产品如同手机一样携带方便、使用便捷、由奢侈品变为日用消费品时，中国导航产业将迅速发展，并日趋成熟。此外，随着消费者对导航产品的认知度逐步提升，导航电子地图产品的不断完善，第三代移动电话技术的普及，导航市场必将进入一个全面开花的辉煌时代。

目前，国内GPS厂商中有六成以上都是2006年刚刚进入的“新面孔”，尤以原数码厂商的加入引人注目。2006年7月，数码巨头朗科推出了融有GPS卫星定位导航、电影、游戏、车载MP3等多项功能的GPS“酷贝——P210”，随后各大MP4数码厂商跟进，引发了GPS的第一轮小高潮。家电巨头的加入，也是2006年GPS市场的重要看点。目前，包括新科、TCL、夏新等在内的10多家家电厂商都推出了各自的GPS产品。国外厂商也不甘寂寞，日本先锋、韩国LG等都推出新品，并欲进军中国市场。而且，手机厂商的加入也推动了该市场的急速升温，目前诺基亚、多普达、三星已分别发布了内建有GPS模块的手机。

种种推力汇聚一起，2006年下半年的GPS市场犹如众人拾柴，火焰一日高过一日。有分析人士指出，2007年国内GPS市场井喷来临在即。增幅有望达300%。在发达国家GPS的运用非常普遍，以日本为例，装有导航系统的车辆保有量超过了800万台，安装率高达59%。而与之相比，我国GPS的发展状况却远为落后。统计表明：截止2005年底，国内安装车载GPS的车辆还不足10万辆，安装率不到2%。与日本的GPS安装率相比，中国的GPS安装还存在着巨大的市场缺口。巨大的市场缺口带来了巨大的市场潜力，尤其是随着中国私人汽车的普及加速，对于GPS的消费需求开始呈直线式上升。这成为2006年大量厂商急剧加入这一市场的根本原因。

与此相呼应的是，国家政策的动向也显示了GPS正日益受到重视。以北京为例，北京市已计划在2008年之前给全市的公共汽车、出租车安装GPS监控系统，其中仅公共汽车就有700多条线路，车辆数万台。2006年5月，国家质检总局和国家标准委联合宣布，物流行业实施《物流企业分类与评估指标》国家标准，这就要求所有参与评估等级的物流企业货物跟踪水平要达到50%至90%，这也为GPS应用提供了广阔的市场空间。可以预见，未来几年，中国卫星导航产业必将迎来一个充满生机的全新发展时期。面对巨大的市场空间，我国卫星导航企业该如何把握时机，迎接挑战，并根据行业发展趋势制定发展战略呢？另外，中国卫星导航从业者，包括来华投资经营的外商也必须时刻了解、研究自身所处的市场环境，才能审时度势，掌握趋势，在不断遇到新情况、不断解决新问题中，得以发展、壮大。

本研究咨询报告依据中国GPS应用协会、国家测绘局、中国电波研究所、中国行业研究网、合众思壮、瑞图万方、四维图新、城际高科、上汽集团、神达、高德、灵图、美国高通、上海大众、伟世通、矢野研究所、大唐天易、深圳航盛、武汉立得、上海畅想、北斗星通、清华大学、西门子vdo、松下、全国及海外多种相关报纸杂志的基础信息以及卫星导航专业研究单位等公布和提供的大量资料，对全球卫星导航产业的发展现状、中国卫星导航产业的发展状况，以及卫星导航细分市场情况等重大问题进行了分析，并重点分析了各类卫星导航产品、卫星导航技术的生产、研发情况和销售状况，是卫星导航产业相关企业、科研单位、政府部门等准确了解目前中国卫星导航产业发展动态，把握企业定位和发展方向不可多得的精品。

## 【 目 录 】

### 第一部分 行业现状分析

#### 第一章 卫星导航的相关概述 1

##### 第一节 卫星导航的分类与功能 1

###### 一、导航产品的分类 1

###### 二、卫星导航终端的主要功能 1

###### 三、GPS的用途 2

##### 第二节 导航产业链及产业发展特点 4

###### 一、导航产业链分析 4

## 二、卫星导航产业的发展特点 5

## 第二章 全球卫星导航业发展情况分析 8

### 第一节 2005-2006年全球卫星导航业总体概况 8

#### 一、全球导航产业概述 8

#### 二、2005年全球卫星导航系统市场规模 8

#### 三、全球GNSS市场概况 9

#### 四、全球导航设备市场概况 10

### 第二节 2006年美国卫星导航业发展情况分析 12

#### 一、美国GPS系统介绍 12

#### 二、2006年美国GPS发展新动向 16

#### 三、美国车载导航系统的领先地位及使用状况 21

#### 四、2006年美国便携式汽车导航仪制造商发展情况 22

#### 五、2006年美国WCDMA手机实现通过卫星定位 22

### 第三节 2006年俄罗斯导航卫星业发展情况分析 23

#### 一、俄罗斯Glonass系统介绍 23

#### 二、2006年俄罗斯全球导航卫星的数量 26

#### 三、2006年俄卫星导航系统“格洛纳斯”挑战美军GPS 27

#### 四、2007年俄开放全球卫星导航系统全面应用于民用 28

#### 五、2010年俄罗斯Glonass系统将完成部署 29

### 第四节 2006年欧洲卫星导航业发展情况分析 30

#### 一、欧洲伽利略系统 30

#### 二、伽利略点燃卫星导航定位市场 36

#### 三、2006年欧洲伽利略卫星导航系统控制中心建成 38

#### 四、2006年中国与欧盟伽利略计划合作项目情况 39

#### 五、2008年伽利略卫星导航系统有望在中国投入使用 39

#### 六、2006年欧洲便携式卫星导航器销售情况分析 40

### 第五节 2006年日本卫星导航业发展情况分析 41

#### 一、2006年日本汽车卫星导航设备增加了防盗预警 41

#### 二、2006年日本公司推出可立体显示车载导航仪 42

#### 三、2006年日本车载导航仪已能接收数字电视 43

第三章 中国卫星导航业发展情况分析	44
第一节 中国北斗系统介绍及发展情况	44
一、中国北斗系统介绍	44
二、中国北斗导航系统应用进入关键阶段	45
三、北斗星导航系统与GPS系统比较	47
四、2007年我国计划发射“北斗”导航卫星情况	50
五、2010年我国将拥有完全自主的全球卫星导航系统	51
第二节 2006年中国卫星导航产业发展情况分析	52
一、中国导航产业概述	52
二、卫星导航在国民经济生产中的重要作用	54
三、国家卫星导航应用产业化实现质的飞跃	56
四、中国导航市场概况	57
五、中国GPS应用市场吸引全球目光	61
六、2006年中国GPS导航产业发展情况	64
七、2005-2006年汽车导航市场分析	68
八、2006年GPS成时尚生活新向导	69
九、2006年西气东输全面启用GPS巡检管理模式	72
十、我国首套自主知识产权GPS芯片组在西安诞生	72
第三节 2006年国内GPS导航产品市场概况	73
一、2006年国内GPS导航市场规模	73
二、2006年国内GPS导航市场竞争热点	74
三、2006年国内GPS导航市场主流产品	74
四、2006年国内GPS市场价格决定因素	75
五、2006年国内市场运作模式	75
第四节 2006年国内GPS导航市场竞争情况	75
一、2006年投资厂商纷纷涌入GPS市场	75
二、2006年国内品牌主导GPS导航市场	76
三、2006年外国巨头进入情况	76
四、2006年GPS市场正面临一场品牌大战	77
五、2006年GPS市场销售渠道模式探究	78
六、2006年全国最大GPS专卖店入驻广州	80
七、2006年中国技术与欧美抢夺卫星导航市场	83

第五节 2006年中国卫星导航存在的问题	91
一、国内卫星导航业民用市场困局待解决	91
二、电子地图是瓶颈	93
三、2006年GPS成假冒伪劣泛滥成灾	94
第二部分 细分行业分析	
第四章 汽车导航市场发展情况分析	95
第一节 车载卫星导航系统基本概况	95
一、车载卫星导航系统的分类	95
二、车载导航系统组成及主要配件	98
三、车载卫星导航系统的四大要素	100
四、车载卫星导航系统最新发展趋势	102
第二节 全球汽车导航市场概况	102
一、全球汽车导航市场发展现状	102
二、2007年通用汽车将安装OnStar卫星导航系统	104
三、2010年全球汽车导航系统市场预测	105
第三节 国内汽车导航市场概况	110
一、政策环境	110
二、技术环境	110
三、产业环境	112
四、国外汽车导航市场概况	113
五、国内汽车导航市场概况	114
第四节 2006年中国汽车导航市场发展情况分析	116
一、2006年国内车载导航系统(GPS)市场快速启动	116
二、从导航系统存储介质看2006年中国车载导航市场	117
三、2006年中国汽车导航市场两极化发展	118
四、GPS定位系统正成为私车的重要组成部分	120
五、2006年央视汽车导航广告的推出及所带来的影响	121
六、2006年车用卫星导航发展的动力及市场阻力	123
第五节 国内汽车导航市场主要企业概况述	130
一、国内企业的竞争优势	130
二、国内企业为整车厂配套情况	131

三、国内企业GPS业绩增长情况	132
四、国内企业产品定位情况	132
五、国内企业GPS产品宣传策略	133
六、售后服务情况	133
第六节 国内汽车导航市场分销渠道研究	134
第七节 国内汽车导航消费状况研究	135
一、认知度研究	135
二、购买考虑因素	137
三、产品信息了解渠道分布	142
四、消费者购买场所分布	142
五、满意度研究	143
第八节 国内汽车导航市场前景及对企业的建议	143
一、未来GPS市场预测	143
二、中国车载导航系统市场潜力巨大	144
三、车载GPS卫星导航服务产业前景分析	145
四、北京将为奥运公交专车安装GPS设备	145
五、GPS定位系统将覆盖上海公交、出租车	146
六、对企业的建议	146
第五章 全球及中国汽车导航主要厂商及其发展动态	149
第一节 日本GPS厂商	149
一、松下	149
二、先锋	151
三、歌乐	155
四、拓普康	157
五、阿尔派	159
六、电装	162
七、建伍	164
八、索尼	165
九、富士通	168
第二节 欧洲GPS厂商	170
一、泰雷兹	170



二、徠卡	173
三、蓝宝	175
四、西门子威迪欧	175
第三节 北美GPS厂商	176
一、GARMIN	176
二、Mentor	181
三、Motorola	182
四、ROCKWELL	183
五、Andrew	184
六、NovAtel	185
七、CSI	186
八、Trimble	187
九、PCC	187
十、MDSI	187
第四节 中国GPS厂商	188
一、北京合众思壮	188
二、北京城际高科	198
三、北京北斗星通	199
四、北京洽恒	201
五、北京盛基恒信	202
六、北京经纬星航	205
七、北京招商迪辰	206
八、北京中软	207
九、北京赛博天地科技	208
十、中国大恒信息技术	210
十一、深圳赛格导航	210
十二、深圳导航	215
十三、深圳航盛	216
十四、深圳麦士威	216
十五、深圳有为	217
十六、上海三吉电子	218
十七、上海大唐天易	220

十八、上海丽浪	221
十九、上海大潮	222
二十、上海浩孚通信	223
二十一、上海大众科技有限公司	224
二十二、上海通用卫星导航	225
二十三、上海永格	226
二十四、上海飞田通信技术有限公司	227
二十五、上海昂联导航	228
二十六、上海科臻电子科技	228
二十七、上海杰狮信息技术有限公司	229
二十八、青岛联信	229
二十九、青岛卡波特	230
三十、青岛海尔	231
三十一、西安东强电子导航有限公司	232
三十二、西安航天恒星	234
三十三、南京雷莫	234
三十四、南京含悦电子	235
三十五、杭州求精	236
三十六、杭州尖峰	237
三十七、佛山好帮手	237
三十八、厦门雅迅	238
三十九、一汽启明GPS研发中心	239
四十、沈阳新飞达信息技术	240
四十一、重庆瑞斯凯特科技	242
四十二、广州耀朋电子有限公司	242
四十三、东莞海纳信息技术	242
四十四、中科北斗航电科技有限公司	243
四十五、无锡吉天通信科技有限公司	244
四十六、中寰卫星导航通信有限公司	245
四十七、江苏新科电子集团有限公司	246

第六章 电子地图市场概述	248
--------------	-----

第一节 全球电子地图市场概况	248
第二节 2006年国内电子地图市场分析与展望	249
一、电子地图的市场规模分析	249
二、2006年《地图审核管理规定》出台及其对市场的影响	250
三、2006年中国电子地图市场面临难题	252
四、电子地图期待标准救市	254
五、电子地图盈利现状及展望	256
第三节 电子地图功能应用及特点	259
一、电子地图功能应用发展	259
二、碑网对电子地图的应用主要特点	259
三、导航电子地图与普通的电子地图的区别	261
第四节 2006年中国主要导航图厂商及发展动态	264
一、四维图新	264
二、瑞图万方	270
三、高德	275
四、灵图	276
第五节 中国地理信息提供商	279
一、北京超图	279
二、北京中科永生	284
三、北京市测绘设计研究院	285
四、广州鹰图	288
五、广州市城市规划勘测设计研究院	289
六、深圳雅都	292
七、兰州飞天网景	297
第七章 智能交通与动态导航概述	300
第一节 智能交通与动态导航	300
一、智能交通系统	300
二、RFID智能交通监控系统	303
三、智能交通（ITS）管理系统	305
四、城市出租车智能管理系统	308
五、RFID快速通行不停车智能管理系统	309

第二节 智能交通市场发展情况分析	311
一、交通部积极推动智能交通发展	311
二、智能交通带来无限商机	312
三、ITS市场分析	313
四、ITS技术分析	313
五、政策分析	314
第三节 车载路径导航系统与动态路径导航	315
一、车载路径导航系统定义	315
二、动态路径导航系统的构成	316
三、车载导航业发展预测	322
四、关于各类路径诱导系统的例子	324
第四节 车载动态导航系统关键技术	325
一、关键硬件	325
二、MiniGUI在车载导航终端中的应用	328
三、嵌入式车载导航电子地图	331
第五节 动态诱导系统的发展情况	335
一、我国动态诱导系统发展情况	335
二、交通诱导系统的基本构成与国外发展动态	335
第六节 城市智能交通管理信息服务系统发展展望	341
一、城市智能交通管理信息服务系统概述	341
二、城市智能交通管理信息服务系统逻辑结构	343
三、城市智能交通管理系统关键技术	345
四、城市智能发展展望	348

### 第三部分 行业发展环境与趋势分析

#### 第八章 2007年中国导航产业发展环境分析 351

##### 第一节 国内外导航发展比较 351

###### 一、国外导航产业的成功经验 351

###### 二、中国导航产业面临的主要问题 351

##### 第二节 市场环境分析 352

###### 一、中国汽车导航市场正在形成 352

###### 二、车载导航市场环境 354

三、推动市场发展的有利因素	356
四、面临的挑战	357
第三节 产品需求研究	358
一、中国市场主要推动力	358
二、中国市场的主要阻力	358
三、卫星导航产业国内市场需求	358
第四节 政策环境分析	361
第五节 导航基础设施分析	362
第六节 我国导航产业规模化分析	364
一、我国导航产业处于规模化前期	364
二、借鉴美日发展模式	367
第九章 2007及未来几年卫星导航业市场预测及发展战略	370
第一节 2007及未来几年卫星导航行业市场预测	370
一、中国卫星导航市场潜力巨大	370
二、未来两年国际国内汽车GPS导航市场将快速发展	372
三、2007年国内GPS市场预测	374
四、便携式GPS市场发展预测	376
五、北京奥运引爆中国汽车GPS导航系统市场	377
六、2010年全球汽车导航销量预测	378
七、2015年中国车载导航市场规模预测	379
第二节 2007及未来几年GPS手机市场预测	380
一、GPS手机未来发展趋势	380
二、移动定位欲成3G“第一桶金”	382
三、2007年手机定位服务将进入高速增长期	383
四、2007年GPS有望在手机中逐渐普及	385
五、2011年全球GPS支持的位置服务系统（LBS）用户预测	387
第三节 卫星导航业技术发展趋势	388
一、技术发展趋势	388
二、借鉴欧洲TMC技术经验	389
三、国内外市场与技术发展趋势	390
四、导航产品走向多功能融合	391

#### 第四节 2007年我国卫星导航业发展战略 393

##### 一、三大发展趋势值得关注 393

##### 二、未来发展需快马加鞭 394

##### 三、针对4个市场采取不同对策 394

##### 四、中国卫星导航突围预测 395

#### 图表目录

图表：导航产业价值链 5

图表：2000-2006全球GNSS应用市场的产值及预测 9

图表：2006年卫星导航产品和汽车导航仪份额 10

图表：2003-2005全球GPS总产值 11

图表：2003-2004年全球GPS接收设备出货量 12

图表：GPS系统的总览与概况 13

图表：2006年日本公司推出可立体显示车载导航仪图（1） 42

图表：2006年日本公司推出可立体显示车载导航仪图（2） 42

图表：2000-2006中国导航产业应用市场与分类 59

图表：2000-2006年期间我国卫星导航产品的产值估测 59

图表：2000-2005年期间主要应用产品与系统需求量 60

图表：导航系统组成图 99

图表：全球车载导航仪发展历程 103

图表：2000-2010全球汽车导航市场增长情况 106

图表：1997-2007世界汽车导航仪市场规模变化与预测 107

图表：全球主要地区汽车导航仪发展趋势 108

图表：1994-2007日本汽车导航仪市场规模与预测 108

图表：1994-2007日本汽车导航仪市场发展趋势 109

图表1997-2004期间日本VICS设备出货量如下图所示： 109

图表：2007年主要国家及地区GPS导航市场规模变化 113

图表：2006年前三季度我国汽车产销量统计 117

图表：2006年中国主要车载导航产品 117

图表：Telematics技术在车用导航设备上的应用 124

图表：车用GPS导航设备技术及关键零组件 125

图表：移动式汽车导航系统 127

图表：兼具导航、影音、游戏等整合性多媒体导航设备	129
图表：国内外汽车导航主要竞争品牌及其代表产品名录	131
图表：被访GPS厂商为整车厂配套比例	132
图表：消费者对影响汽车导航产品性能因素的判断	135
图表：汽车导航第一品牌提及率	136
图表：汽车导航第二品牌提及率	136
图表：汽车导航第三品牌提及率	136
图表：GPS消费者性别构成	137
图表：消费者GPS导航产品品牌选择情况	138
图表：GPS消费者购买价格构成	138
图表：GPS消费者产品类型选择	139
图表：汽车导航消费者是否重外国产品比例	140
图表：汽车导航消费者信赖信息渠道	140
图表：汽车导航男性消费者信赖信息渠道	141
图表：汽车导航女性消费者信赖信息渠道	141
图表：汽车导航消费者关注因素	141
图表：汽车导航消费者了解信息途径	142
图表：消费者购买GPS的场所	143
图表：松下GPS导航系统产品列表	150
图表：先锋GPS导航系统产品列表	152
图表：先锋车载导航AVIC-D8000	153
图表：歌乐导航系统产品列表	156
图表：歌乐交互式导航系统原理图	156
图表：歌乐在华工厂列表	156
图表：拓普康GPS设备型号一览表	158
图表：拓普康中国公司组成	159
图表：阿尔派汽车电子产品在中国装配的车型	160
图表：阿尔派导航系统产品	160
图表：电装汽车导航系统分类	163
图表：电装中国主要生产公司	164
图表：建伍GPS系统产品	164
图表：索尼GPS导航系统产品表	166

图表：富士通GPS导航系统产品列表	169
图表：富士通导航系统中国公司	170
图表：泰雷兹麦哲伦系列GPS产品列表	171
图表：徕卡测量系统发展历程	174
图表：徕卡6大业务系统	174
图表：徕卡GPS产品列表	175
图表：GARMIN公司GPS产品发展	177
图表：美国GARMIN车载GPS产品列表	177
图表：2006年GARMIN推出的任我游300汽车GPS	180
图表：Mentor主要产品及功能列表	181
图表：摩托罗拉部分GPS产品列表	183
图表：安德鲁天线产品列表	184
图表：加拿大NovAtel公司产品一览表	185
图表：CSIGPS产品列表	187
图表：MDSIGPS产品列表	188
图表：合众思壮公司发展大事	188
图表：合众思壮公司对中国导航仪市场的贡献	189
图表：2004年北京合众思壮公司GPS各应用领域市场份额	190
图表：合众思壮项目类型及其典型应用	191
图表：合众思壮产品线	191
图表：合众思壮GPS产品	191
图表：合众思壮员工构成	193
图表：北京合众思壮公司分支机构与合作公司	193
图表：城际高科产品列表	198
图表：北斗星通公司发展大事记	200
图表：北斗星通公司主要业务和技术	200
图表：北斗星通系列产品列表	201
图表：北斗星通GPS产品的经典应用介绍	201
图表：北京恰恒主要业绩列表	202
图表：北京恰恒产品列表	202
图表：北京盛基恒信流浪者GPS监控终端配件名称	203
图表：北京盛基恒信公司承建的GPS中心系统列表	204



图表：经纬星航GPS车载设备及功能	205
图表：招商迪辰GPS车载终端产品列表	207
图表：北京中软GPS产品	208
图表：赛博天地科技研发历程	209
图表：赛博天地科技GPS产品列表	210
图表：赛格导航企业基本资料	210
图表：赛格导航企业发展大事记	211
图表：2003年Q1 - 2004年Q4赛格导航GPS产品季度产销量	212
图表：赛格导航市场地位有关信息	212
图表：赛格导航主要客户分布	212
图表：赛格导航主要GPS产品一览表	213
图表：2002-2004年赛格导航营业额、利润及其增长速度	213
图表：03Q1-04Q4赛格导航季度营业收入及利润分布	214
图表：2004年东芝半导体的GPS模块进货客户及进货量	214
图表：深圳导航主要GPS产品列表	215
图表：深圳航盛车载卫星智能导航系统	216
图表：深圳有为GPS车辆监控调度系统	217
图表：上海三吉GPS典型应用列表	219
图表：上海三吉车载GPS产品列表	219
图表：大唐天易主要GPS产品列表	220
图表：上海丽浪产品列表	222
图表：上海大潮GPS产品及应用	222
图表：浩孚通信解决方案列表	224
图表：浩孚通信GPS/GIS系统典型应用案例	224
图表：上海大众科技主要GPS产品列表	225
图表：上海通用卫星导航GPS产品列表	226
图表：上海永格电子科技有限公司产品一览表	226
图表：上海飞田通信GPS产品列表	228
图表：上海昂联GPS产品列表	228
图表：上海科臻导航产品列表	229
图表：青岛联信GPS应用解决方案及功能	230
图表：青岛卡波特车载GPS产品	231

图表：东强电子主要产品以及产品功能简介	233
图表：西安航天恒星车载GPS相关产品列表	234
图表：南京雷莫主要产品列表	235
图表：杭州求精电子典型产品及其功能简介	236
图表：好帮手车载GPS卫星导航系统产品列表	238
图表：厦门雅迅车载GPS产品	239
图表：沈阳新飞达信息技术有限公司基本资料	241
图表：海纳GPS产品模块组成	243
图表：中科北斗航电科技GPS产品列表	244
图表：无锡吉天通信科技产品列表	245
图表：长尾理论来分析电子地图市场	250
图表：导航电子地图制作资质标准（试行）	262
图表：瑞图万方车载导航系统发展历程	271
图表：瑞图万方车载GPS产品列表	272
图表：“道道通”车载导航电脑北京市中关村销售网点	273
图表：“道道通”车载导航电脑北京市国美电器销售网点	273
图表：北京灵图主要产品	277
图表：北京灵图成功案例	277
图表：北京灵图合作伙伴	278
图表：广电光缆节 续图示	284
图表：鹰图主要战略联盟及其合作领域	288
图表：广州市城市规划勘测设计研究院获奖情况	291
图表：深圳雅都典型项目及其特点	293
图表：深圳雅都主要合作伙伴	295
图表：智能交通系统概念图	301
图表：智能交通模块图	301
图表：出行者信息服务系统结构图	302
图表：出行者信息服务系统信息传递流程	303
图表：智能交通监控系统图	305
图表：ITS管理系统应用	307
图表：智能交通监管系统	307
图表：出租车智能管理系统	309

图表：RFID快速通行不停车智能管理系统	310
图表：车辆导航定位系统基本模块	316
图表：日本先进的导航系统	318
图表：日本VICS系统	318
图表：日本VICS系统模块图	319
图表：车载导航系统VICS的普及	320
图表：日本汽车厂商Telematics服务的变迁与展望	320
图表：车载行业管理成功应用	322
图表：车载导航系统一般结构	325
图表：车载终端应用导航软件体系结构	327
图表：路径规划模块技术路线图	328
图表：旅行时间预测流程图	328
图表：车载导航终端整体设计方案	329
图表：MiniGUI主程序框架	330
图表：定位信息接收子进程框图	330
图表：地图绘制函数流程图	331
图表：路网中的基本元素和拓扑关系	332
图表：交通限制信息示意图	333
图表：道路单行表示方法示意图	334
图表：由道路单行造成的转弯限制	334
图表：城市智能交通管理信息服务系统逻辑结构	343
图表：异构的多数据库系统的组成	347
图表：2000-2006年的GPS应用产品市场的预测	361
图表：2000-2005年期间主要应用产品与系统需求量	361
图表：我国卫星导航应用产业规模	367
图表：2000-2008年我国卫星定位应用市场产值	372
图表：2005-2015年中国车载导航仪和PND市场预测	375
图表：2002-2007年中国车载GPS设备销量及增长率	376
图表：2006-2009年中国汽车GPS导航系统终端市场规模及增长预测	378
图表：2010年全球汽车导航仪的市场销量与预测	379
图表：中国车载导航仪和PND市场的推移预测	380
图表：手机定位运行模式图	384

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/41659.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。