



艾凯咨询
ICAN Consulting

中国GPS后装导航电子地图及 软件市场研究

一、调研说明

《中国GPS后装导航电子地图及软件市场研究》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/43244.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

随着2006年下半年，众多厂商的进入GPS市场，以及华南众多OEM工厂开始生产GPS产品，中国GPS后装市场迅速启动，与此同时，以橡果国际E路航为代表的市场教育派进行大规模的广告投入，较好的教育了市场，GPS后装导航市场逐渐被激活。

IT渠道是目前中国后装导航地图软件市场销售的主要渠道，其次是汽车用品店，其中通过这些渠道在2006年和2007年第一季度分别销售后装导航地图软件8.25万套和12.43万套。

受城市消费水平、各地区汽车发展和IT渠道等市场发展等因素的影响，中国后装导航地图软件市场，主要集中于经济发达的一、二级城市。面对2008年奥运会、2010年世博会和亚运会，交通将成为城市面临的主要问题，ITS的发展将成为导航产业发展的最大契机。认为，不同的导航电子地图厂商会根据自身不同的市场策略以及现有的领域优势，会分别有侧重点的对四个不同终端应用细分市场进行发展和采取相应的市场路线，但鉴于前装车载导航的门槛较高，因此各主要图商将会对便携式导航、手机导航和互联网地图侧重发展。

预测，2007年第二季度中国后装导航地图软件市场的销售量将达到23.32万套，较之2007年第一季度而言有87.6%的市场增长。

【 目录 】

一、中国导航电子地图产业现状研究

- (一) 中国导航产业开始迅速发展
- (二) 导航电子地图产业快速发展
- (三) 全面市场教育开始，行业逐渐被激活

二、市场规模与结构分析

- (一) 市场规模
- (二) 市场结构

1、销售渠道结构

2、区域市场结构

三、中国GPS后装导航电子地图市场竞争分析

(一) 整体竞争格局

(二) 重点厂商竞争策略分析

- 1、凯立德(Careland)
- 2、四维图新(NavInfo)
- 3、灵图(LINTU)
- 4、瑞图万方(RITU)
- 5、城际高科(cityonmap)
- 6、高德(Autotnnavi)

四、中国导航电子地图产业发展因素分析

(一) 中国导航电子地图发展的障碍

- 1、导航电子地图的生产具有资金、技术和劳动力三密集型特征
- 2、中国导航电子地图生命周期短
- 3、导航电子地图生产周期长
- 4、信息点 (POI) 严重不足
- 5、“导航线”不完善
- 6、动态导航难以实现
- 7、导航电子地图不通用

(二) 政策环境对中国导航电子地图产业的影响

(三) 标准不统一、电子地图产业链没有细分

(四) 智能交通 (ITS) 的发展将成为导航产业发展的最大契机

五、2007年第二季度市场发展预测

(一) 定性预测

- 1、产品预测
- 2、价格预测
- 3、渠道预测
- 4、细分市场

(二) 定量预测

六、建议

(一) 通过专业化分工形成产品差别优势是企业发展的明智选择

(二) 呼唤资源共享

(三) 政府在促进导航电子地图产业健康发展中的作用

1、 加快完善相关法律、法规

2、 对具有资质的测绘公司开放部分公共测绘成果减少重复劳动

3、 为导航地图制作企业提供必要的信息，降低地图制作和更新成本

4、 发展动态导航系统，缓解交通拥挤状况

5、 严格执法，建立市场秩序，维护公平竞争

图目录

图1 2006年~2007年第一季度中国后装导航地图软件市场销售规模

图2 2006年~2007年第一季度中国后装导航地图软件市场销量渠道结构

图3 2006年~2007年第一季度中国后装导航地图软件市场销量区域结构

图4 中国后装导航地图软件市场整体竞争格局

图5 中国GPS导航产业发展影响因素分析

图6 2007年第二季度中国后装导航地图软件市场销售量预测

表目录

表1 2006年~2007年第一季度中国后装导航地图软件市场销售规模

表2 2006年~2007年第一季度中国后装导航地图软件市场销量渠道结构

表3 2006年~2007年第一季度中国后装导航地图软件市场销量区域结构

表4 凯立德(Careland)主要竞争策略分析

表5 四维图新(NavInfo)主要竞争策略分析

表6 灵图(LINTU)主要竞争策略分析

表7 瑞图万方(RITU)主要竞争策略分析

表8 城际高科(cityonmap)主要竞争策略分析

表9 高德(Autotnavi)主要竞争策略分析

表10 2007年第二季度中国后装导航地图软件市场销售量预测

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/43244.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。