



艾凯咨询
ICAN Consulting

2005-2006年中国Telema tics产业投资机会研究年度 报告

一、调研说明

《2005-2006年中国Telematics产业投资机会研究年度报告》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/45676.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 】

研究价值

汽车工业的发展、汽车使用量的增加，使人们的出行习惯发生改变，汽车已不仅仅是交通工具，科技的进步使汽车向移动房屋或移动办公室转变，人们在汽车上通过无线网络就可接收实时的、个人化的、位置化的信息和娱乐服务，实现这种可能的就是汽车智能信息服务系统Telematics。

作为20世纪90年代发展起来的新技术之一，Telematics代表Telecommunication (通讯) 与 Informatics (信息)，从全球发展现状看，经历了起步期的迷茫，全球Telematics产业成长渐趋理性。产业链上各环节的厂商继续推广Telematics的应用，设备和服务价格的降低也将吸引更多的消费者。另外，欧洲和亚洲市场的迅速崛起为Telematics产业发展增添了强大的推动力，预计2010年全球产业规模将达到417.6亿美元。

在中国，Telematics产业处于导入初期，基础应用占据主导，相关的基础配套设施与资源尚不具备，如实时交通信息发布和完善的导航电子地图的提供和更新均没有完善的解决方案与途径。尽管中国汽车市场庞大、潜在需求蓄势待发，但产业认知程度低、产业缺乏统一标准、价格偏高、用户规模偏小、信息服务体系滞后、电子地图构成瓶颈等问题仍然影响着中国Telematics产业的进一步发展。

对于Telematics这一新兴IT领域，如何把握产业规模、竞争态势，如何借鉴国外发展经验，如何洞悉产业发展趋势，如何挖掘投资机会以抢占市场先机等问题是众多参与厂商面临的重要问题。

研究发现

本报告将从以下几个方面给汽车制造商、汽车电子生产商、电子地图供应商、内容供应商、电信运营商等企业和机构提供运营、决策参考：

1、全面描述了全球与中国Telematics产业的规模与结构，对产业整体竞争格局进行了精细刻画；

2、在深入了解和认识全球与中国Telematics产业发展现状的基础上，以Telematics产业链为主线，详尽分析了产业链各个环节的竞争态势、盈利状况，充分挖掘产业链各环节可能存在的投资机会；

3、借鉴多年来对产业的深入理解、倚靠强大的政府资源、依托丰富的行业渠道优势，对中国Telematics产业的发展动因和可能存在的风险进行了深入的解剖，并给出了未来五年中国Telematics产业的发展趋势和规模预测。

4、基于对国内外Telematics产业发展现状和趋势的精准把握和判断，根据投资价值评价指标体系，对中国Telematics产业发展环境、产业规模、竞争状况、生命周期以及盈利水平等主要指标进行了分析，对中国Telematics产业投资价值进行了评价，并给出了相应的建议和对策。

【 目录 】

研究对象 1

主要结论 1

一、2005年全球Telematics产业发展概述 3

(一) 发展现状 3

1、产业认知程度提高，全球规模稳步增长 3

2、服务收入比重上升，产业结构逐步优化 3

3、美欧占据市场主导，亚太地区奋起直追 4

(二) 基本特点 5

1、消费需求强劲拉动，应用比率迅速提升 5

2、新进厂商逐渐增多，核心技术趋多极化 5

3、系统标准亟待制订，商业模式有待完善 6

(三) 主要国家和地区发展概要 7

1、北美：政府政策明确规划，推动产业领先全球 7

- 2、欧洲：相关企业积极响应，促进产业快速发展 10
- 3、日本：城市交通优化建设，带动产业奋起直追 14
- 4、韩国：政府财政资金补贴，激励企业推广应用 18

二、2005年中国Telematics产业发展状况 21

(一) 发展现状 21

- 1、产业处于导入初期，基础应用占据主导 21
- 2、“北斗”已投入民用，产业发展步伐加快 21
- 3、规模偏小服务落后，价格过高形成障碍 21
- 4、中国汽车市场庞大，潜在需求蓄势待发 22

(二) 基本特点 24

- 1、产业缺乏统一标准，拖缓产业发展步伐 24
- 2、信息服务体系滞后，限制用户规模扩大 24
- 3、关键元件依赖进口，影响技术自主创新 24
- 4、电子地图构成瓶颈，阻碍产业快速增长 25

三、2005年中国Telematics产业链盈利状况 26

(一) 产业链结构 26

- 1、产业链构成 26
- 2、产业链分析 27

(二) 产业链主要环节盈利状况分析 28

- 1、技术服务：收益较高 28
- 2、内容提供：收益有限 29
- 3、应用服务：收益高 29
- 4、网络运营：收益高 29

四、2005年中国Telematics产业竞争格局与重点企业SWOT分析 30

(一) 产业竞争格局 30

- 1、技术服务：技术主导、垄断竞争 30
- 2、内容提供：品牌主导、竞争激烈 30
- 3、应用服务：规模主导、垄断竞争 31
- 4、网络运营：政策主导、寡头垄断趋向竞争 31

(二) 重点企业竞争力分析 31

- 1、Motorola 31
- 2、上海畅想 32
- 3、四维图新 33
- 4、中寰卫星 34
- 5、北斗星通 34
- 6、天泰雷兹 35
- 7、中国移动 36

五、2006 - 2010年全球和中国Telematics产业发展趋势 37

(一) 全球发展趋势 37

- 1、产业趋向理性成熟，全球规模持续增长 37
- 2、效益与需求兼具备，服务成为成长动力 38
- 3、北美发展步伐减缓，欧亚成新增长引擎 38
- 4、供需双方合力推动，应用比率显著上升 39
- 5、产业标准逐步建立，商业模式不断完善 40

(二) 中国发展趋势 40

- 1、潜在需求开始显现，应用比例迅速提升 40
- 2、车辆事故逐渐上升，交通安全引起重视 41
- 3、用户需求意识提高，发展环境逐步优化 41
- 4、基础应用逐步普及，技术服务趋多样化 42

六、2006-2010年中国Telematics产业成长性分析 44

(一) 影响产业成长性的主要因素 44

- 1、政治 44
- 2、经济 44
- 3、社会 44
- 4、技术 45

(二) 产业成长性分析 45

- 1、判断依据 45
- 2、结论 46

七、2006-2010年中国Telematics产业成长性预测 47

(一) 用户规模预测 47

(二) 产业规模预测 48

(三) 产业结构预测 49

(四) 细分领域规模预测 49

八、2006 - 2010年中国Telematics产业重点领域投资机会分析 51

(一) 细分行业投资机会分析 51

1、技术服务：技术壁垒、垄断竞争、收益较高 51

2、内容提供：门槛低、充分竞争、收益有限 51

3、应用服务：投入较大、垄断竞争、收益较高 51

4、网络运营：政策壁垒、寡头垄断、高收益 52

(二) 投资价值评价 52

九、建议 54

(一) 对企业 54

1、细分用户不同需求，开展个性多样服务 54

2、强化服务竞争意识，增强核心竞争能力 54

3、整合上下游产业链，分散业务单一风险 55

(二) 对投资者 55

1、认准产业发展潜力，切入车载应用服务 55

2、借力现有网络渠道，规避电信政策壁垒 55

3、挖掘企业潜在价值，注重持续投资回报 56

(三) 对政府 56

1、落实电信开放协议，降低产业进入壁垒 56

2、支持相关产业发展，构建整体发展环境 56

3、制订产业服务标准，扩大服务应用范围 57

报告说明 58

表目录

表1 北美Telematics产业合作情况 8

表2 欧洲部分车款Telematics服务内容 12

表3 欧洲Telematics产业合作情况	12
表4 日本本土品牌汽车Telematics产业合作情况	16
表5 日本国外品牌汽车Telematics产业合作情况	16
表6 日本主要Telematics服务比较	17
表7 韩国Telematics服务情况一览	20
表8 中国Telematics产业主要服务商	22
表9 中国Telematics产业部分硬件供应商	24
表10 Telematics产业技术发展趋势	42
表11 Telematics产业成长周期判断	46
表12 2006 - 2010年中国Telematics产业细分领域规模预测	49
表13 2006 - 2010年中国Telematics产业通信、应用服务规模预测	50
表14 中国Telematics产业投资价值评价	52

图目录

图1 2000 - 2005年全球Telematics产业规模	3
图2 2000 - 2005年全球Telematics产业收入结构	4
图3 2000 - 2005年全球Telematics产业区域结构分布	4
图4 2000 - 2005年全球汽车Telematics设备应用比率	5
图5 Telematics产业相关技术	6
图6 2000 - 2005年北美Telematics产业规模	7
图7 北美主要Telematics服务情况	8
图8 2000 - 2005年欧洲Telematics产业规模	10
图9 欧洲主要Telematics服务情况	11
图10 2000 - 2005年日本Telematics产业规模	14
图11 日本主要汽车Telematics服务情况	15
图12 2000 - 2004年中国民用汽车保有量	22
图13 2000 - 2004年中国汽车销售量	23
图14 中国Telematics产业链构成	26
图15 Telematics产业链运营模式	27
图16 2006 - 2010年全球Telematics产业规模预测	37
图17 2006 - 2010年全球Telematics产业收入结构预测	38
图18 2006 - 2010年全球Telematics产业区域分布预测	39

图19 2006 - 2010年全球新出厂汽车Telematics应用比率预测 39

图20 2006 - 2010年中国Telematics设备应用比率预测 40

图21 2000 - 2004年中国交通事故情况 41

图22 Telematics需求变化趋势 43

图23 2006 - 2010年中国Telematics用户规模累计预测 47

图24 2006 - 2010年中国Telematics新增用户预测 48

图25 2006 - 2010年中国Telematics产业规模预测 48

图26 2006 - 2010年中国Telematics产业结构预测 49

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/45676.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。