

# 2019年中国车载导航行业分析报告- 市场深度调研与未来趋势研究

报告大纲

观研报告网

[www.chinabaogao.com](http://www.chinabaogao.com)

## 一、报告简介

观研报告网发布的《2019年中国车载导航行业分析报告-市场深度调研与未来趋势研究》涵盖行业最新数据，市场热点，政策规划，竞争情报，市场前景预测，投资策略等内容。更辅以大量直观的图表帮助本行业企业准确把握行业发展态势、市场商机动向、正确制定企业竞争战略和投资策略。本报告依据国家统计局、海关总署和国家信息中心等渠道发布的权威数据，以及我中心对本行业的实地调研，结合了行业所处的环境，从理论到实践、从宏观到微观等多个角度进行市场调研分析。

官网地址：<http://baogao.chinabaogao.com/ruanjian/395173395173.html>

报告价格：电子版: 7200元 纸介版：7200元 电子和纸介版: 7500

订购电话: 400-007-6266 010-86223221

电子邮箱: sale@chinabaogao.com

联系人: 客服

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、报告目录及图表目录

车载导航是利用车载GPS（全球定位系统）配合电子地图来进行的，它能方便且准确地告诉驾驶者去往目的地的最短或者最快路径，是驾驶员的好帮手。

车载导航具有GPS全球卫星定位系统功能，让您在驾驶汽车时随时随地知晓自己的确切位置。车载导航其具有的自动语音导航、最佳路径搜索等功能让您一路捷径、畅行无阻，集成的办公、娱乐功能让您轻松行驶、高效出行！一般的车载导航的功能都有DVD播放器、收音接收、蓝牙免提、触摸屏、选配功能、智能轨迹倒车、胎压检测功能、虚拟六碟，后台控制功能！

近年来，汽车导航系统的发展非常迅速。目前，人们不但可以在购买新车时选择导航系统作为选择配置，还可以在已有的汽车上安装该设备，甚至可以配置一台移动式的卫星导航系统，开那辆车就把它放到那辆车上，或者带着它去野游、爬山。

中国车载导航从2003年开始起步，市场发展迅速。一方面，随着消费属性的变化，我国汽车已经从奢侈品、高档商品，逐渐演变成为普通的代步工具、交通工具。和世界其他国家相比，无论是汽车销售量绝对值还是增长速度，中国均遥遥领先；另一方面伴随着交通设施和路途环境的变化，全国路网路况日益复杂，尤其是城市交通严重拥堵，导航产品已经成为人们出行必不可少的功能服务。除了最基本的导航服务，车载导航系统还能提供娱乐等日渐丰富的增值服务，人们对汽车导航产品的依赖与日俱增。

车载导航的上游比较简单，一般的电子元器件、软件等供应商比较多，没有议价权。芯片、地图等上游要素的供应商较少，有一定的议价权。按照下游不同，车载导航市场可以分为前装市场和后装市场。前装导航产品是指汽车出厂以前安装在整车上的导航产品，是原厂车本身的组成部分；后装导航产品是指汽车出厂以后，按照用户要求安装在整车上的车载导航产品。

卫星导航作为一个重要的战略新兴产业，它在军民两大市场均有非常广泛的应用。其应用领域可以进一步细分为军用市场、行业市场和消费市场。其中军用市场和行业市场的与业性强、进入壁垒高；而消费市场的市场空间大、竞争程度也相对比较激烈。2017年我国卫星导航与位置服务市场规模达到2620亿元。

2012-2017年我国卫星导航与位置服务市场规模 数据来源：汽车工业协会

2012-2017年我国卫星导航与位置服务市场规模增速情况

数据来源：汽车工业协会

2017年我国汽车产量和销量分别达到2901万辆和2887万辆。随着汽车数量的不断增加，汽车导航产品的需求量也会随之扩大。

2011-2017年中国汽车产量情况 数据来源：汽车工业协会

2011-2017年中国汽车销量情况 数据来源：汽车工业协会

车载电子导航系统自2004年法律规范化以后，其市场占有率保持着稳固的增长。目前

，国内可以为主机厂商提供车载导航数据且拥有电子地图生产甲级资质的厂商有十二家，而真正能够提供完善电子地图的只有七家，分别是：四维图新、高德软件、凯立德、易图通、灵图、瑞图万方、城际高科。2017年我国车载导航系统出货量达到2087.2万部，同比增长3.75%。2018年第2季度，中国前装车载导航市场出货量为84.60万台，四维图新以38.55%占据中国前装车载导航出货量市场份额第一的地位。

2012-2017年我国车载导航系统出货量 数据来源：汽车工业协会

2013-2017年我国车载导航系统出货量增速情况 数据来源：汽车工业协会

2018年2季度中国前装车载导航出货量市场份额 数据来源：汽车工业协会

近几年我国前装车载导航系统渗透率不断增加，2017年我国前装车载导航系统渗透率达到15.6%。

2012-2017年我国前装车载导航系统渗透率 数据来源：汽车工业协会

由于车载导航是一直定位在高档装配的汽车电子产品，近年来，汽车生产商普遍采取了分级装配的策略，顶级、豪华版高端车型才会配置车载导航信息终端，一般的低价车型、舒适车型都没有汽车生产厂商将车载导航作为标准配置。而随着车载成本的降低和选择的多样化，消费者对导航产品认知度的大幅提升以及消费体验的逐年增强，车载导航系统将逐步从中高端车型走向普及化。

目前我国的车载导航系统新车装配率不断提升，随着国内汽车保有量的增加，人们出行与消费观念的改变，对道路不熟悉的驾车人数正在迅速增加，安全便捷地到达目的地成为消费者的一个迫切需求。另外，汽车交通安全隐患的排除与处理、现代物流所要求的货物运送安全与准时、出租与旅游行业的发展、以及政府日常行政管理等各个方面需求，也将促进汽车车载导航系统装配率的提升。车载导航装置不再仅是高档豪华轿车的象征和专用品，而且已扩展到大客车、出租车甚至载货汽车，就连经济型车辆也用上车载导航装置。特别是中国开创的汽车导航专车专用方案，以安装方便、不影响汽车外观及性能得到客户的高度认可，车载导航信息终端向中低档车型普及已经成为市场发展的必然趋势。

未来整个网络将是CAN、MOST、LAN 三网合一的整体，MOST 负责音视频，CAN负责重要的电子控制单元，LAN 负责移动互联网设备终端互连；ANDROID、WINDOWS 系统也会运用到车载导航系统中来，这也就意味着汽车正由孤岛单体模式成为全球化网络信息的一个接点，更多动态的、适时的信息传递与显示。（ww）

中国报告网是观研天下集团旗下打造的业内资深行业分析报告、市场深度调研报告提供商与综合行业信息门户。《2019年中国车载导航行业分析报告-市场深度调研与未来趋势研究》涵盖行业最新数据，市场热点，政策规划，竞争情报，市场前景预测，投资策略等内容。更辅以大量直观的图表帮助本行业企业准确把握行业发展态势、市场商机动向、正确制定企业竞争战略和投资策略。本报告依据国家统计局、海关总署和国家信息中心等渠道发布的权威数据，以及我中心对本行业的实地调研，结合了行业所处的环境，从理论到实践、从宏观到微观等多个角度进行市场调研分析。

它是业内企业、相关投资公司及政府部门准确把握行业发展趋势，洞悉行业竞争格局，规避经营和投资风险，制定正确竞争和投资战略决策的重要决策依据之一。本报告是全面了解行业以及对本行业进行投资不可或缺的重要工具。观研天下是国内知名的行业信息咨询机构，拥有资深的专家团队，多年来已经为上万家企业单位、咨询机构、金融机构、行业协会、个人投资者等提供了专业的行业分析报告，客户涵盖了华为、中国石油、中国电信、中国建筑、惠普、迪士尼等国内外行业领先企业，并得到了客户的广泛认可。

本研究报告数据主要采用国家统计局数据，海关总署，问卷调查数据，商务部采集数据等数据库。其中宏观经济数据主要来自国家统计局，部分行业统计数据主要来自国家统计局及市场调研数据，企业数据主要来自于国家统计局规模企业统计数据库及证券交易所等，价格数据主要来自于各类市场监测数据库。本研究报告采用的行业分析方法包括波特五力模型分析法、SWOT分析法、PEST分析法，对行业进行全面的内外部环境分析，同时通过资深分析师对目前国家经济形势的走势以及市场发展趋势和当前行业热点分析，预测行业未来的发展方向、新兴热点、市场空间、技术趋势以及未来发展战略等。

## 【报告大纲】

### 第一章 2016-2018年中国车载导航行业发展概述

#### 第一节 车载导航行业发展情况概述

- 一、车载导航行业相关定义
- 二、车载导航行业基本情况介绍
- 三、车载导航行业发展特点分析

#### 第二节 中国车载导航行业上下游产业链分析

- 一、产业链模型原理介绍
- 二、车载导航行业产业链条分析
- 三、中国车载导航行业产业链环节分析
  - 1、上游产业
  - 2、下游产业

#### 第三节 中国车载导航行业生命周期分析

- 一、车载导航行业生命周期理论概述
- 二、车载导航行业所属的生命周期分析

#### 第四节 车载导航行业经济指标分析

- 一、车载导航行业的赢利性分析
- 二、车载导航行业的经济周期分析
- 三、车载导航行业附加值的提升空间分析

#### 第五节 中国车载导航行业进入壁垒分析

一、车载导航行业资金壁垒分析

二、车载导航行业技术壁垒分析

三、车载导航行业人才壁垒分析

四、车载导航行业品牌壁垒分析

五、车载导航行业其他壁垒分析

第二章 2016-2018年全球车载导航行业市场发展现状分析

第一节 全球车载导航行业发展历程回顾

第二节 全球车载导航行业市场区域分布情况

第三节 亚洲车载导航行业地区市场分析

一、亚洲车载导航行业市场现状分析

二、亚洲车载导航行业市场规模与市场需求分析

三、亚洲车载导航行业市场前景分析

第四节 北美车载导航行业地区市场分析

一、北美车载导航行业市场现状分析

二、北美车载导航行业市场规模与市场需求分析

三、北美车载导航行业市场前景分析

第五节 欧盟车载导航行业地区市场分析

一、欧盟车载导航行业市场现状分析

二、欧盟车载导航行业市场规模与市场需求分析

三、欧盟车载导航行业市场前景分析

第六节 2019-2025年世界车载导航行业分布走势预测

第七节 2019-2025年全球车载导航行业市场规模预测

第三章 中国车载导航产业发展环境分析

第一节 我国宏观经济环境分析

一、中国GDP增长情况分析

二、工业经济发展形势分析

三、社会固定资产投资分析

四、全社会消费品车载导航总额

五、城乡居民收入增长分析

六、居民消费价格变化分析

七、对外贸易发展形势分析

第二节 中国车载导航行业政策环境分析

一、行业监管体制现状

二、行业主要政策法规

第三节 中国车载导航产业社会环境发展分析

一、人口环境分析

二、教育环境分析

三、文化环境分析

四、生态环境分析

五、消费观念分析

第四章 中国车载导航行业运行情况

第一节 中国车载导航行业发展状况情况介绍

一、行业发展历程回顾

二、行业创新情况分析

三、行业发展特点分析

第二节 中国车载导航行业市场规模分析

第三节 中国车载导航行业供应情况分析

第四节 中国车载导航行业需求情况分析

第五节 中国车载导航行业供需平衡分析

第六节 中国车载导航行业发展趋势分析

第五章 中国车载导航所属行业运行数据监测

第一节 中国车载导航所属行业总体规模分析

一、企业数量结构分析

二、行业资产规模分析

第二节 中国车载导航所属行业产销与费用分析

一、流动资产

二、销售收入分析

三、负债分析

四、利润规模分析

五、产值分析

第三节 中国车载导航所属行业财务指标分析

一、行业盈利能力分析

二、行业偿债能力分析

三、行业营运能力分析

四、行业发展能力分析

第六章 2016-2018年中国车载导航市场格局分析

第一节 中国车载导航行业竞争现状分析

一、中国车载导航行业竞争情况分析

二、中国车载导航行业主要品牌分析

第二节 中国车载导航行业集中度分析

## 一、中国车载导航行业市场集中度分析

## 二、中国车载导航行业企业集中度分析

### 第三节 中国车载导航行业存在的问题

### 第四节 中国车载导航行业解决问题的策略分析

### 第五节 中国车载导航行业竞争力分析

#### 一、生产要素

#### 二、需求条件

#### 三、支援与相关产业

#### 四、企业战略、结构与竞争状态

#### 五、政府的作用

## 第七章 2016-2018年中国车载导航行业需求特点与动态分析

### 第一节 中国车载导航行业消费市场动态情况

### 第二节 中国车载导航行业消费市场特点分析

#### 一、需求偏好

#### 二、价格偏好

#### 三、品牌偏好

#### 四、其他偏好

### 第三节 车载导航行业成本分析

### 第四节 车载导航行业价格影响因素分析

#### 一、供需因素

#### 二、成本因素

#### 三、渠道因素

#### 四、其他因素

### 第五节 中国车载导航行业价格现状分析

### 第六节 中国车载导航行业平均价格走势预测

#### 一、中国车载导航行业价格影响因素

#### 二、中国车载导航行业平均价格走势预测

#### 三、中国车载导航行业平均价格增速预测

## 第八章 2016-2018年中国车载导航行业区域市场现状分析

### 第一节 中国车载导航行业区域市场规模分布

### 第二节 中国华东地车载导航市场分析

#### 一、华东地区概述

#### 二、华东地区经济环境分析

#### 三、华东地区车载导航市场规模分析

#### 四、华东地区车载导航市场规模预测



### 第三节 华中地区市场分析

- 一、华中地区概述
- 二、华中地区经济环境分析
- 三、华中地区车载导航市场规模分析
- 四、华中地区车载导航市场规模预测

### 第四节 华南地区市场分析

- 一、华南地区概述
- 二、华南地区经济环境分析
- 三、华南地区车载导航市场规模分析

## 第九章 2016-2018年中国车载导航行业竞争情况

### 第一节 中国车载导航行业竞争结构分析（波特五力模型）

- 一、现有企业间竞争
- 二、潜在进入者分析
- 三、替代品威胁分析
- 四、供应商议价能力
- 五、客户议价能力

### 第二节 中国车载导航行业SWOT分析

- 一、行业优势分析
- 二、行业劣势分析
- 三、行业机会分析
- 四、行业威胁分析

### 第三节 中国车载导航行业竞争环境分析（PEST）

- 一、政策环境
- 二、经济环境
- 三、社会环境
- 四、技术环境

## 第十章 车载导航行业企业分析（随数据更新有调整）

### 第一节 企业

- 一、企业概况
- 二、主营产品
- 三、运营情况
  - 1、主要经济指标情况
  - 2、企业盈利能力分析
  - 3、企业偿债能力分析
  - 4、企业运营能力分析

## 5、企业成长能力分析

### 四、公司优劣势分析

#### 第二节 企业

##### 一、企业概况

##### 二、主营产品

##### 三、运营情况

### 四、公司优劣势分析

#### 第三节 企业

##### 一、企业概况

##### 二、主营产品

##### 三、运营情况

### 四、公司优劣势分析

#### 第四节 企业

##### 一、企业概况

##### 二、主营产品

##### 三、运营情况

### 四、公司优劣势分析

#### 第五节 企业

##### 一、企业概况

##### 二、主营产品

##### 三、运营情况

### 四、公司优劣势分析

## 第十一章 2019-2025年中国车载导航行业发展前景分析与预测

### 第一节 中国车载导航行业未来发展前景分析

#### 一、车载导航行业国内投资环境分析

#### 二、中国车载导航行业市场机会分析

#### 三、中国车载导航行业投资增速预测

### 第二节 中国车载导航行业未来发展趋势预测

### 第三节 中国车载导航行业市场发展预测

#### 一、中国车载导航行业市场规模预测

#### 二、中国车载导航行业市场规模增速预测

#### 三、中国车载导航行业产值规模预测

#### 四、中国车载导航行业产值增速预测

#### 五、中国车载导航行业供需情况预测

### 第四节 中国车载导航行业盈利走势预测

一、中国车载导航行业毛利润同比增速预测

二、中国车载导航行业利润总额同比增速预测

第十二章 2019-2025年中国车载导航行业投资风险与营销分析

第一节 车载导航行业投资风险分析

一、车载导航行业政策风险分析

二、车载导航行业技术风险分析

三、车载导航行业竞争风险分析

四、车载导航行业其他风险分析

第二节 车载导航行业企业经营发展分析及建议

一、车载导航行业经营模式

二、车载导航行业销售模式

三、车载导航行业创新方向

第三节 车载导航行业应对策略

一、把握国家投资的契机

二、竞争性战略联盟的实施

三、企业自身应对策略

第十三章 2019-2025年中国车载导航行业发展策略及投资建议

第一节 中国车载导航行业品牌战略分析

一、车载导航企业品牌的重要性

二、车载导航企业实施品牌战略的意义

三、车载导航企业品牌的现状分析

四、车载导航企业的品牌战略

五、车载导航品牌战略管理的策略

第二节 中国车载导航行业市场重点客户战略实施

一、实施重点客户战略的必要性

二、合理确立重点客户

三、对重点客户的营销策略

四、强化重点客户的管理

五、实施重点客户战略要重点解决的问题

第三节 中国车载导航行业战略综合规划分析

一、战略综合规划

二、技术开发战略

三、业务组合战略

四、区域战略规划

五、产业战略规划

六、营销品牌战略

七、竞争战略规划

第十四章 2019-2025年中国车载导航行业发展策略及投资建议

第一节 中国车载导航行业产品策略分析

一、服务产品开发策略

二、市场细分策略

三、目标市场的选择

第二节 中国车载导航行业定价策略分析

第三节 中国车载导航行业营销渠道策略

一、车载导航行业渠道选择策略

二、车载导航行业营销策略

第四节 中国车载导航行业价格策略

第五节 观研天下行业分析师投资建议

一、中国车载导航行业重点投资区域分析

二、中国车载导航行业重点投资产品分析

图表详见正文 . . . . .

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/ruanjian/395173395173.html>