

2018年中国卫星导航市场分析报告- 行业运营态势与投资前景研究

报告大纲

观研报告网

www.chinabaogao.com

一、报告简介

观研报告网发布的《2018年中国卫星导航市场分析报告-行业运营态势与投资前景研究》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/tongxinshebei/346530346530.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

卫星导航产业按照产业链划分，包括卫星制造、卫星发射、卫星服务和地面设备制造业四大领域。卫星制作和卫星发射统称卫星研制、卫星服务和地面设备统称卫星应用，这两部分业务收入的比例从全球范围来看大致为1：9。属于卫星应用部分的为狭义卫星导航行业，该部分产业链环节分为上游、中游、下游三部分，上游包括芯片、天线、板卡、地图等基础产品，中游包括车载、手持、船载或其他行业应用的终端设备，下游包括面向应用的系统集成与运营服务。

图：卫星导航产业链划分为上中下游三部分

资料来源：公开资料整理

卫星导航行业产业链上游产品包括芯片、板卡、天线产品的国内市场份额被外资品牌占据了不少份额，国际知名厂商包括SiRF、博通、U-Blox、高通、Trimble、Novatel、Garmin等；中游终端设备包括测绘终端、GIS数据采集器、便携终端等，中游市场国际与国内企业都有参与，国际厂商包括Trimble、Garmin、莱卡、拓普康等，国内企业包括华测导航、中海达、南方测绘、上海司南等；下游行业应用市场包括交通运输、海洋渔业、防灾减灾、精准农业、LBS和位置信息服务等市场，按服务内容划分为专业应用市场和大众应用市场，专业市场国内外企业都有涉及，部分行业应用市场具备政策壁垒，国外企业尚难进入，大众市场则大部分市场份额被国外企业抢占。

高精度定位市场也包含上游高精度天线、芯片、基板、OEM板等基础产品，中游包含针对各行业应用的终端设备和集成系统，下游包括基于高精度位置信息的运营服务。芯片方面，高精度芯片更追求多频、高精度，而普通导航芯片强调低功耗、低成本与小体积。OEM板卡利用导航芯片、外围电路和相应的嵌入式控制软件制成带输入输出接口的板级产品。高精度终端设备的价值构成中芯片价值约占25%，板卡包括基板和OEM板合计约占40%，天线占25%，其他部件约占10%。

芯片作为卫星导航定位产品的核心部件决定了终端产品的性能差异，主要包括射频芯片和基带芯片。导航芯片目前的技术发展趋势包括单芯片的集成化和高精度高动态的性能提升。目前国内北斗基带芯片和射频芯片已具备自主研发能力，已有60家左右的企业从事北斗导航芯片的研发业务。基带芯片主要生产商包括和芯星通、中科院微电子研究所等，射频芯片生产商包括海格通信、华讯电子等企业。

表：国内企业近年发布的代表性北斗芯片 资料来源：公开资料整理

根据资料显示，2017年全球GNSS芯片产值接近36亿美元，报告预计到2022年全球GNSS芯片市场规模将达到52.2亿美元，年复合增长率为7.9%。由于2012年北斗正式公布ICD

文件，国内北斗行业的芯片模块制造商已经直接面临国际巨头的竞争。国际巨头GNSS芯片发展早、技术成熟，我国GNSS芯片市场90%以上的市场份额被国外厂商占据，国内厂商跟国际厂商的差距主要体现在GNSS基带设计经验不足、芯片工艺落后、基带芯片集成度低以及缺乏大规模量产的经验。我们认为短期来看，国内北斗芯片企业将重点面向特种行业应用领域，面向消费类市场面对国际巨头的竞争压力较大。

产业链中游特别是高精度终端产品市场，国内企业已经占据了国内市场的主导地位，正面临国际化市场拓展的机遇。我国高精度GNSS市场经历了“进口-国产替代-产品出口”的发展历程。早年市场份额由国外厂商所垄断，主流厂商包括天宝、拓普康、徕卡等。2000年前后，部分国内企业开始涉足卫星导航测绘仪器的研发和生产，随着国内厂商技术水平的持续创新以及持续积累的成本优势，国内产品逐渐成为主流。经过十多年的发展，国内厂商已基本占据的国内高精度GNSS市场的主导地位，2014年国内厂商RTK终端产品的销售份额已占据国内市场的97%；国内高精度GNSS市场主要由华测导航、中海达、南方测绘三家公司主导，三者合计占有市场约80%的份额，但在部分高端产品上仍以外资品牌为主。随着高精度GNSS产品应用领域不断拓展，一些新入厂商也开始聚焦特定细分市场，如星网宇达（侧重驾考应用）、司南导航（侧重农机导航）等，但市场份额较低。由于高精度GNSS行业属于典型的高技术产业，存在较高的进入壁垒且客户的忠诚度较高，市场竞争结构较为稳定。

图：国内高精度GNSS市场主要厂商及市场份额 数据来源：公开数据整理

华测导航、中海达和南方测绘三家龙头公司的业务领域重叠度高，又各有特色。华测导航主打高精度GNSS产品，其GNSS测绘仪器领域占据市场近20%的份额，位移监测系统也有望成为公司的新的利润增长点；中海达拥有“GNSS产品、GIS产品、海洋产品、系统工程”四大核心业务，已成长为国内GNSS龙头企业，近年来开始拓展光电产品、三维激光、特种车辆及船舶导航与监控等业务领域；南方测绘主打专业测绘器、地理信息产品，是国内GNSS测绘仪器出货量最大的企业，继续保持传统装备的销售优势，在2016年仍保持全球第一的销量。

表：高精度GNSS国内企业产品领域 资料来源：公开资料整理

参考美国GPS等卫星导航市场的发展路径，卫星导航产业沿着国防安全到行业应用到大众消费的顺序依次放量，北斗系统目前在国防军工市场已经稳定应用，行业应用市场的快速发展正在临近。目前我国卫星导航产业链各环节营收占比由中游制造占比最大，已经逐步显现出下游运营服务占比上升，中游占比持续下降的发展趋势，这与国外成熟产业链发展趋势也相吻合。据中国卫星导航定位协会的数据显示，2012年产业链上、中、下游营收占比分别为16%、72%、12%，到2016年这一比例已经发展为15%、56%、31%。预测，到202

0年我国卫星导航下游运营服务产值占比将快速扩大到50%。

图：我国卫星导航与位置服务产业链各环节产值变化趋势

数据来源：公开数据整理（GYWWJP）

观研天下发布的《2018年中国卫星导航市场分析报告-行业运营态势与投资前景研究》内容严谨、数据翔实，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动向、市场前景、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年中国卫星导航行业发展概述

第一节 卫星导航行业发展情况概述

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

第二节 中国卫星导航行业上下游产业链分析

- 一、产业链模型原理介绍
- 二、卫星导航行业产业链条分析
- 三、中国卫星导航行业产业链环节分析

1、上游产业

2、下游产业

第三节 中国卫星导航行业生命周期分析

一、卫星导航行业生命周期理论概述

二、卫星导航行业所属的生命周期分析

第四节 卫星导航行业经济指标分析

一、卫星导航行业的赢利性分析

二、卫星导航行业的经济周期分析

三、卫星导航行业附加值的提升空间分析

第五节 中国卫星导航行业进入壁垒分析

一、卫星导航行业资金壁垒分析

二、卫星导航行业技术壁垒分析

三、卫星导航行业人才壁垒分析

四、卫星导航行业品牌壁垒分析

五、卫星导航行业其他壁垒分析

第二章 2016-2018年全球卫星导航行业市场发展现状分析

第一节 全球卫星导航行业发展历程回顾

第二节 全球卫星导航行业市场区域分布情况

第三节 亚洲卫星导航行业地区市场分析

一、亚洲卫星导航行业市场现状分析

二、亚洲卫星导航行业市场规模与市场需求分析

三、亚洲卫星导航行业市场前景分析

第四节 北美卫星导航行业地区市场分析

一、北美卫星导航行业市场现状分析

二、北美卫星导航行业市场规模与市场需求分析

三、北美卫星导航行业市场前景分析

第五节 欧盟卫星导航行业地区市场分析

一、欧盟卫星导航行业市场现状分析

二、欧盟卫星导航行业市场规模与市场需求分析

三、欧盟卫星导航行业市场前景分析

第六节 2018-2024年世界卫星导航行业分布走势预测

第七节 2018-2024年全球卫星导航行业市场规模预测

第三章 中国卫星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、全社会消费品卫星导航总额
- 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 中国卫星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 中国卫星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 中国卫星导航行业运行情况

第一节 中国卫星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 中国卫星导航行业市场规模分析

第三节 中国卫星导航行业供应情况分析

第四节 中国卫星导航行业需求情况分析

第五节 中国卫星导航行业供需平衡分析

第六节 中国卫星导航行业发展趋势分析

第五章 中国卫星导航所属行业运行数据监测

第一节 中国卫星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 中国卫星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 中国卫星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年中国卫星导航市场格局分析

第一节 中国卫星导航行业竞争现状分析

一、中国卫星导航行业竞争情况分析

二、中国卫星导航行业主要品牌分析

第二节 中国卫星导航行业集中度分析

一、中国卫星导航行业市场集中度分析

二、中国卫星导航行业企业集中度分析

第三节 中国卫星导航行业存在的问题

第四节 中国卫星导航行业解决问题的策略分析

第五节 中国卫星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年中国卫星导航行业需求特点与价格走势分析

第一节 中国卫星导航行业消费特点

第二节 中国卫星导航行业消费偏好分析

一、需求偏好

二、价格偏好

三、品牌偏好

四、其他偏好

第三节 卫星导航行业成本分析

第四节 卫星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 中国卫星导航行业价格现状分析

第六节 中国卫星导航行业平均价格走势预测

一、中国卫星导航行业价格影响因素

二、中国卫星导航行业平均价格走势预测

三、中国卫星导航行业平均价格增速预测

第八章 2016-2018年中国卫星导航行业区域市场现状分析

第一节 中国卫星导航行业区域市场规模分布

第二节 中国华东地区卫星导航市场分析

一、华东地区概述

二、华东地区经济环境分析

三、华东地区卫星导航市场规模分析

四、华东地区卫星导航市场规模预测

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、华中地区卫星导航市场规模分析

四、华中地区卫星导航市场规模预测

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、华南地区卫星导航市场规模分析

第九章 2016-2018年中国卫星导航行业竞争情况

第一节 中国卫星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 中国卫星导航行业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 中国卫星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 卫星导航行业企业分析（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

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

第三节 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

第四节 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

第五节 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

第十一章 2018-2024年中国卫星导航行业发展前景分析与预测

第一节 中国卫星导航行业未来发展前景分析

- 一、卫星导航行业国内投资环境分析
- 二、中国卫星导航行业市场机会分析
- 三、中国卫星导航行业投资增速预测

第二节 中国卫星导航行业未来发展趋势预测

第三节 中国卫星导航行业市场发展预测

- 一、中国卫星导航行业市场规模预测

二、中国卫星导航行业市场规模增速预测

三、中国卫星导航行业产值规模预测

四、中国卫星导航行业产值增速预测

五、中国卫星导航行业供需情况预测

第四节中国卫星导航行业盈利走势预测

一、中国卫星导航行业毛利润同比增速预测

二、中国卫星导航行业利润总额同比增速预测

第十二章 2018-2024年中国卫星导航行业投资风险与营销分析

第一节 卫星导航行业投资风险分析

一、卫星导航行业政策风险分析

二、卫星导航行业技术风险分析

三、卫星导航行业竞争风险分析

四、卫星导航行业其他风险分析

第二节 卫星导航行业企业经营发展分析及建议

一、卫星导航行业经营模式

二、卫星导航行业销售模式

三、卫星导航行业创新方向

第三节 卫星导航行业应对策略

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 2018-2024年中国卫星导航行业发展策略及投资建议

第一节 中国卫星导航行业品牌战略分析

一、卫星导航企业品牌的重要性

二、卫星导航企业实施品牌战略的意义

三、卫星导航企业品牌的现状分析

四、卫星导航企业的品牌战略

五、卫星导航品牌战略管理的策略

第二节 中国卫星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 中国卫星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 2018-2024年中国卫星导航行业发展策略及投资建议

第一节 中国卫星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 中国卫星导航行业定价策略分析

第三节 中国卫星导航行业营销渠道策略

一、卫星导航行业渠道选择策略

二、卫星导航行业营销策略

第四节 中国卫星导航行业价格策略

第五节 观研天下行业分析师投资建议

一、中国卫星导航行业重点投资区域分析

二、中国卫星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/tongxinshebei/346530346530.html>