

2017-2022年中国导航设备市场运营现状及发展趋势 前瞻报告

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《2017-2022年中国导航设备市场运营现状及发展趋势前瞻报告》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/xixinfuwu/287416287416.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

1 卫星导航定位终端设备行业发展概况

1.1 发展现状

1.1.1 发展历程

中国卫星导航定位终端设备行业起步较早,但只在近些年才真正发展起来,军用和民用市场齐头并进。中国从八十年代中期开始引进GPS技术。随着全球卫星导航定位产业的发展,以及第一代自主卫星导航系统——北斗系统的建成,卫星导航定位技术与产品已进入我国国民经济的多个领域并发挥了重要作用,尤其在测绘、勘探、海上渔业、车辆定位监控等方面。从企业发展的角度来看,卫星导航定位终端设备行业的发展历程大致可划分为五个阶段。

资料来源：公开资料整理，中国报告网整理

1.1.2 市场规模与增长

在21世纪的头10年,中国卫星导航产业应用市场规模历经了从弱小到逐步成规模的发展阶段,在全球年均25%增长的大环境下,中国卫星导航产业保持了领先于全球的增长势头,年均增长超过50%就算在历经危机的2008年,其增长势头依然,特别在中央“保增长、扩内需、调结构”的政策措施的影响下,国家继续加大对基础建设的投资,土地测量、资源勘探、工程测量、港口建设、海洋渔业、精密机械控制等各方面应用市场需求的增长,而在民用市场包括汽车导航、智能交通、个人位置服务等各细分消费需求增长就更为显著,2008年整个中国卫星导航产业应用市场产值仍然保持了50%左右的高速增长,在2009年,中国卫星导航产业整体市场规模接近600亿人民币。

1.2 基本特点

(1) 专业市场正在成长,国内厂商加速赶超国外厂商。

中国高精度GNSS产品市场已经越来越成长为一个开放竞争的市场,尽管在市场形成的初期,国内厂商在产品创新和渠道影响力上不及在全球市场上久经考验的国外厂商,但是随着国内各厂商十年来不懈努力,国内厂商逐渐成为高精度GNSS产品市场最有力的竞争对手。

资料来源：公开资料整理，中国报告网整理 资料来源：公开资料整理，中国报告网整理

(2)国内企业竞争力提升,从进口主导格局走向国产替代进口。

GNSS产品又属于技术门槛较高和具有一定成本门槛的行业,国内品牌通过引进学习国外技术和自主研发,目前中国企业已经开始具备自主创新、产品升级换代的能力,中国GNSS行业已经初步具备参与国际市场竞争的能力。

(3)行业毛利随着技术进步、成本回落以及规模影响的共同驱动下稳步提升。

随着行业技术水平的进一步提升,GNSS产品的成本也在逐步下降,加上国产品牌综合竞争力的提升,特别是国产品牌对行业的GNSS应用起到了重要普及和客户引导的作用,使得GNSS在行业的应用中取得了较大发展,并取得了较大规模的增长。

(4)GNSS产业已经形成专业的上下游产业链结构,中国高精度GNSS产业链已经初步形成,国产品牌在GNSS产业价值链上取得重要位置。

国产品牌GNSS将进入新的品牌整合阶段,由现在的少数主流品牌到新的多品牌并存阶段发展到最后少数主流品牌长期共存。随着国产品牌综合竞争能力的提升,包括中海达、南方测绘等国产品牌不断走向国门,积极参与到全球市场竞争,并逐渐成为全球高精度GNSS市场的新生力量的代表。

2 卫星导航定位应用市场概况

2.1 应用市场规模

2.1.1 产业规模与增长

卫星导航应用分为专业应用和消费应用,专业应用市场主要涉及航空、航海、测绘、GIS采集、精密机械控制、精细农业等领域。

2009年全球专业应用市场规模在150~200亿美元之间,占整个卫星导航定位市场1/4强。

中国专业应用市场在2009年市场规模超过100亿元,约占整体卫星导航应用市场的1/5强,

保持不低于20%的增长趋势。其中,最值得关注的是GIS应用领域依然保持着40%以上的快速增长。

2.1.2 细分应用结构

在专业应用细分领域,由于该行业在中国发展和成熟度低于全球水平,其结构与全球结构存在较大差异,在2009年,在测绘勘探和系统工程领域,两者产值各约为40亿元,所占比率各约为45%左右,而GIS应用领域产值规模较小,处于起步阶段,约为10亿,占比不到10%。

2.2 行业应用市场发展

2.2.1 测绘仪器市场

(1) 市场规模与增长。

中国测绘仪器市场的起步要慢于全球市场,但由于中国整体经济发展水平处于快速增长阶段,加上国家不断加强对基础建设的投资,以及国内不同行业的信息化水平的提高,在2005年至2009年间,中国测绘仪器市场销售量年均增长率17%,市场销售额年均增长率为18%。

(2) 产品销售结构。

对与全球来讲,随着GNSS技术的发展,应用的广泛和深入,GNSS产品的销售比重和销售数量也在逐年提升,在销售额上已经占到整体销售的1/3强。从中国测绘仪器市场的产品销售结构来看,其销售变化态势与全球基本一致,随着产品结构的进一步优化,GNSS产品销售增长明显高于整体市场的平均水平,也明显快于常规测绘仪器的增长水平。中国测绘仪器市场的产品结构向着有利于GNSS产品方向增长,GNSS产品的销售比重也在逐年提升。

2.2.2 系统工程

(1) GNSS系统工程应用发展。

GNSS系统工程产品可广泛应用于变形监控、精密机械控制(港口自动化、工程机械控制、海上施工定位、飞机进近及船舶靠泊)、精细农业、气象服务等方面。

GNSS系统工程应用之一:变形监控。

国外从20世纪80年代开始用GPS进行变形监测,发展到今天已经相当的成熟。但在我国,由于高精度卫星导航产业的发展起步较晚,其应用水平还远低于国外水平,但我国地质自然灾害频发,国家防灾减灾意识提升,变形监控领域将在未来应用将被广泛挖掘。

GNSS系统工程应用之二:精密机械控制。

精密机械控制主要应用在港口自动化、工程机械控制、海上施工定位、飞机进近及船舶靠泊、精细农业、气象服务等领域,精密机械控制作为人类全面进行体力解放的重要方向,其应用和发展将不可限量。

(2)发展趋势。

成熟的市场化GNSS系统工程产品与符合用户预期的价位是未来市场提速的“发动机”。GNSS系统工程产业化将在产品升级、价格驱动和技术推进三方面为市场带来良性循环,促进中国传统产业进行以GNSS为基础的信息化融合。

2.2.3海洋水声探测市场(1)整体概述。

海洋水声探测设备作为水下作业的“眼睛”,代表了人类探索水下世界技术发展的巨大成就。水声探测设备的市场流向按照用途主要有四个,分别是测绘、勘探、工程、航海,分别主要对应海洋测绘业、海洋资源勘探业、海洋工程建筑业、海洋船舶工业。水声探测设备深入渗透到海洋经济一、二、三产业中,可应用于多个海洋细分产业,保证了海洋经济的发展。

(2)市场规模与发展。

全球水声知名品牌有ODOM、RESON、Semrad、C-Max、Geo-Acoustics、ELAC、ATLAS、SeaBeam等。就全球水声产品而言,主要可划分物理海洋仪器设备、海洋物探仪器设备、海洋测绘仪器设备以及水下工程仪器设备几个产品线。海洋水声探测设备应用领域广泛,下游应用行业的繁荣会促进市场的螺旋式上升。具体包括以下五个下游应用领域:测绘应用、勘探应用、工程应用、航海应用、防灾应用。全近年来,全球水声探测市场一直保持着平稳增长势头,从2005年的6亿美元增长到2009年的10亿美元,年均增长率在15%左右。中国市场潜在需求极大,但由于价格、技术发展阶段等原因,目前市场规模较小,在全球范围所占比重极小,2004年,中国海洋水声探测市场规模约为1.5亿人民币,2009年超过3个亿人民币,年均增长率保持在15%左右,呈现一个稳步增长势头,但与全球市场规模相比,整体规模偏小,而且以

进口为主,进口品牌约占了整体市场规模的65%以上。

3 卫星导航定位终端设备市场竞争分析

3.1 高精度GNSS测绘设备市场层次分明,国内企业市场销售量拥有绝对优势中国目前GNSS产品市场格局可划分为三个梯队,第一梯队是有着多年经验的成熟外资企业,如天宝、徕卡、拓普康,优质的产品和业内口碑是外资企业维持市场格局的利器,但国内客户对性价比更高一筹的国内企业的青睐将悄然改变这种格局。第二梯队由行业领先的国内品牌,以中海达和南方测绘为主,在行业整体格局中起着至关重要的作用。第三梯队有上海华测、合众思壮、苏一光等国内中小品牌,也是市场里面活跃的追随者。

3.2 GIS采集器产品边界向消费市场扩展,或取代手持机成为高端个人导航定位终端

专业级GIS采集器在2007年以前,一直为外资品牌天宝、徕卡、拓普康所垄断,2008年,中海达推出国内专业级高精度GIS数据采集器,打破了外资品牌规定国内市场的垄断,同时国内其他一些著名的卫星导航企业也逐步介入高专业级GIS数据采集器领域,开始与外资品牌进行同台竞争。2009年,专业级GIS数据采集器市场规模超过一个亿,国产品牌中海达作为在专业级GIS数据采集器领域与外资品牌同台竞争的企业,占到该专业市场10%以上的市场份额。

3.3 系统工程市场

目前GNSS系统工程主要由四大部分组成:即系统产品、应用软件、系统实施、系统营运。国内厂商中海达作为此领域新兴的参与者,目前跨越了从系统产品、应用软件、系统实施三大链条环节,具备了全面解决方案的实施能力。GNSS系统工程在国外发展了多年,外资企业一直试图用国外市场的经验将中国市场培育起来,但受市场发展阶段的限制,国内市场仍然以科研院所为主导,企业的参与将改变这一结构,在市场上参与竞争的企业主要有徕卡、天宝、中海达等企业。预计2009年所有系统统称应用领域的销售额超过4个亿,在目前以企业为主导参与的变形监控领域,其销售规模约在6000万~7000万之间。

3.4 水声探测设备

水声探测设备市场按产品先分为单波束和多波束等,国内企业的产品均为单波束,多波束产品除少数科研院所研制的设备,基本依靠劳雷、青岛领海、青岛海洋这些代理商。在国内自有品牌方面,中海达凭借进入先机优势、客户基础以及与国外品牌相比的性价比优势,取得了国产水声探测市场(测绘用)的第一国产品牌市场的位置,占到国产品牌水声探测设备销售额

的1/3强,海鹰加科紧随其后。

4发展趋势分析

对比发达国家的产业发展历程和我国当前的行业状况,从更长远的角度来看行业的成长趋势,我们可以发现,中国的高精度GNSS产业已经进入了一个中长期的上升阶段,而且这种成长趋势才刚刚开始,未来极为可能持续5~10年以上的快速增长,其增长的主要驱动因素是:第一,经济进入重工业阶段后城镇化、新农村建设、海洋开发、防灾减灾、环境保护、铁路、公路基础设施投资带动内需持续增长;第二,国家信息化的建设,推动GNSS卫星导航改造传统产业的驱动力进一步增强,并成为国家信息化建设的支柱性产业;第三,中国北斗二代的进一步完善,将增强自主导航卫星系统在国民经济各行各业的应用,并促使国家大型安全系统的快速发展,推动国产卫星导航产业的各行各业的自主化品牌的大发展;第四,国产品牌依托其自主创新能力和技术突破,竞争力进一步提升,替代进口品牌,同时走向国际市场。

预计在未来五年内,中国高精度GNSS行业将依然保持高速成长的势头,届时会形成一个产值在70~80亿之间的大市场。其中在高精度GNSS测量型产品领域,预计整体市场依然保持增长势头,但增长会呈现平缓下移式的增长态势,市场规模可达到35~40亿之间;在GIS数据采集领域,预计整体市场年均增长将在40%以上,市场规模将突破10亿元大关;在系统工程领域,预计整体市场年均增长率在40%左右,市场规模将突破20亿大关;在海洋水声探测领域,预计整体市场平均增长率也将保持30%的增长,市场规模将接近15亿。

中国报告网发布的《2017-2022年中国导航设备市场运营现状及发展趋势前瞻报告》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。

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。 报告目录\REPORTDIRECTORY

第一章中国导航设备行业发展综述

1.1 导航设备行业相关概述

1.1.1 导航设备行业的界定

1.1.2 导航设备行业的分类

(1) 导航设备产品分类

(2) 导航设备生产商分类

1.2 导航设备产业链分析

1.2.1 卫星导航产业链分析

(1) 卫星导航产业链简介

(2) 卫星导航产业链上游分析

(3) 卫星导航产业链下游分析

1.2.2 导航设备产业链分析

第二章 中国导航设备行业发展环境分析

2.1 导航设备行业政策环境

2.1.1 导航设备行业监管体制

2.1.2 导航设备行业相关政策

(1) 导航设备行业相关政策汇总

(2) 导航设备行业发展规划解读

2.1.3 政策环境对导航设备行业的影响

2.2 导航设备行业经济环境

2.2.1 国内生产总值（GDP）分析

(1) 国内GDP增长情况

(2) 国内生产总值结构分析

2.2.2 工业增加值分析

2.2.3 经济环境对导航设备行业的影响

2.3 导航设备行业社会环境

2.3.1 交通建设观念的变化

2.3.2 生活方式的变化

(1) 出行方式的变化

(2) 沟通交流方式的变化

2.3.3 价值观念的转变

2.3.4 社会环境对导航设备行业的影响

第三章 全球卫星导航系统发展状况分析

3.1 全球卫星导航系统概况

3.1.1全球卫星导航系统的发展历程

- (1) 全球卫星导航系统简介
- (2) 全球卫星导航系统发展历程

3.1.2全球卫星导航系统的发展现状

3.1.3全球卫星导航市场的发展趋势

3.2全球卫星导航市场发展分析

3.2.1全球卫星导航产业应用市场规模分析

3.2.2全球卫星导航系统市场竞争分析

3.2.3全球卫星导航系统的发展战略与政策分析

- (1) 美国GPS系统的发展战略与政策分析
- (2) 俄罗斯发展战略与政策分析
- (3) 欧洲Galileo系统的发展战略与政策分析

3.2.4四大卫星导航系统对比分析

- (1) 北斗系统与GPS系统比较分析
- (2) GLONASS与GPS的比较分析
- (3) Galileo与GPS系统的比较分析

3.2.5全球卫星导航系统市场规模预测

- (1) 全球卫星导航系统市场产值预测
- (2) 全球卫星导航系统设备规模预测

3.3中国卫星导航系统发展分析

3.3.1中国卫星导航系统市场类型及特点分析

- (1) 中国卫星导航系统市场类型
- (2) 中国卫星导航系统市场特点

3.3.2中国卫星导航产业市场规模分析

- (1) 中国地理信息产业市场规模分析
- (2) 中国卫星导航产业产值分析
- (3) 中国卫星导航产业应用市场规模分析

3.3.3北斗卫星导航系统发展分析

- (1) 北斗卫星导航的发展历程分析
- (2) 北斗卫星导航系统的应用领域分析
- (3) 北斗一代与北斗二代对比分析
- (4) 北斗二代带动新增设备市场分析
- (5) 北斗卫星导航系统发展规划分析

3.3.4北斗卫星导航市场发展分析

- (1) 北斗卫星导航市场发展现状分析

- (2) 北斗卫星导航产业链及投资方向分析
 - (3) 北斗卫星导航产业区域分布分析
 - (4) 北斗卫星导航产业规模分析
 - (5) 北斗卫星导航终端市场规模分析
- 3.3.5中国卫星导航产业市场规模预测

第四章中国导航设备行业发展状况分析

4.1导航设备行业的发展概况

- 4.1.1导航设备行业的发展简况
- 4.1.2导航设备行业的发展现状
- 4.1.3导航设备的应用状况

4.2导航设备行业市场供需分析

- 4.2.1导航设备行业的市场规模
- 4.2.2导航设备行业的供给分析
- 4.2.3导航设备行业的需求分析
- 4.2.4导航设备行业的市场价格

4.3GPS导航设备市场调查分析

4.3.1GPS导航设备市场概述

4.3.2GPS导航设备品牌结构分析

- (1) GPS导航设备品牌结构分析
- (2) GPS导航设备品牌结构对比分析
- (3) GPS导航设备细分市场品牌结构分析

4.3.3GPS导航设备产品结构分析

- (1) 产品热门型号分析
- (2) 产品价格结构分析
- (3) 产品类型结构分析
- (4) 产品屏幕尺寸结构分析

4.3.4GPS主流厂商分析

- (1) 品牌对比分析
- (2) 产品对比分析

第五章中国导航设备行业上游及主要产品市场分析

5.1导航芯片市场分析

- 5.1.1导航芯片市场发展概况
- 5.1.2导航芯片市场需求现状

5.1.3导航芯片市场驱动因素

5.1.4导航芯片市场前景展望

5.2GIS软件市场分析

5.2.1GIS软件相关概述

(1) GIS概述

(2) GIS软件分类

5.2.2GIS软件市场供需分析

(1) GIS软件市场规模分析

(2) GIS软件市场供给分析

(3) GIS软件市场需求分析

5.2.3GIS软件市场竞争格局分析

(1) GIS软件市场企业竞争格局

(2) GIS软件市场产品竞争格局

5.2.4GIS软件市场进入壁垒分析

5.2.5GIS软件市场发展影响因素

(1) GIS软件市场发展有利因素

(2) GIS软件市场发展不利因素

5.2.6GIS软件技术发展水平分析

(1) 国产GIS软件水平分析

(2) 国产GIS软件技术特点

(3) GIS平台软件技术趋势

5.2.7GIS行业发展前景展望

5.3导航电子地图市场分析

5.3.1导航电子地图产业链分析

5.3.2全球导航电子地图市场分析

(1) 全球导航电子地图市场现状

(2) 全球导航电子地图应用市场

(3) 全球导航电子地图市场特点

(4) 全球导航电子地图提供商分析

5.3.3中国导航电子地图市场分析

(1) 中国导航电子地图市场现状

(2) 中国导航电子地图市场规模分析

(3) 中国车载导航电子地图市场分析

(4) 中国手机导航电子地图市场分析

(5) 中国LBS导航电子地图市场分析

5.3.4中国导航电子地图市场竞争格局分析

- (1) 外资企业在华竞争状况分析
- (2) 国内导航电子地图企业竞争格局分析
- (3) 国内导航电子地图区域竞争格局分析

5.3.5导航电子地图产品技术水平分析

- (1) 导航电子地图的制作流程
- (2) 导航电子地图的技术发展现状
- (3) 导航电子地图技术与国外差距
- (4) 导航电子地图技术的发展趋势

5.3.6导航电子地图市场发展前景展望

5.4导航设备主要产品市场分析

5.4.1车载导航市场分析

- (1) 车载导航市场现状分析
- (2) 车载导航市场规模分析
- (3) 车载导航市场普及率分析
- (4) 车载导航市场品牌竞争分析
- (5) 车载导航市场发展趋势

5.4.2PND市场分析

- (1) 全球PND销量规模
- (2) 中国PND销量规模
- (3) 中国PND价格走势
- (4) 中国PND发展趋势
- (5) PND市场前景展望

5.4.3手机导航市场分析

- (1) 全球GPS手机销量
- (2) 中国GPS手机销量
- (3) 中国GPS手机渗透率
- (4) 中国GPS手机市场竞争格局
- (5) 中国GPS手机市场前景

5.4.4车载监控产品市场分析

- (1) 车载监控终端市场概况
- (2) 车载硬盘录像机市场
- (3) 公交影音监控系统市场
- (4) 车载影音监控系统市场

5.4.5GIS数据采集产品市场分析

- (1) GIS数据采集产品市场规模
 - (2) GIS数据采集产品市场竞争格局
 - (3) GIS数据采集产品市场发展趋势
- 5.4.6高精度GNSS应用产品市场分析
- (1) 中国高精度GNSS市场发展现状
 - (2) 中国高精度GNSS市场品牌竞争格局
 - (3) 中国高精度GNSS盈利模式分析
 - (4) 中国高精度GNSS生产与销售模式分析
 - (5) 中国高精度GNSS产品发展前景分析

第六章中国卫星导航技术发展分析

- 6.1卫星导航技术专利分析
 - 6.1.1卫星导航技术专利申请数量分析
 - 6.1.2卫星导航技术专利申请人分析
 - 6.1.3卫星导航技术专利发明人分析
- 6.2导航定位技术发展分析
 - 6.2.1导航定位关键技术分析
 - 6.2.2卫星导航定位系统研究进展
 - 6.2.3惯性导航技术研究进展分析
 - 6.2.4组合卫星导航定位技术进展
 - 6.2.5GPS辅助定位技术研究进展
 - 6.2.6其他卫星导航定位技术研究进展
 - 6.2.7国外导航定位技术发展趋势分析
- 6.3导航信号监测技术分析
 - 6.3.1导航信号质量监测系统概述
 - 6.3.2信号质量监测设备结构分类
 - 6.3.3信号质量监测技术发展现状
- 6.4导航设备企业技术发展分析
 - 6.4.1导航设备企业研发支出情况
 - 6.4.2导航设备企业专利掌握情况
 - 6.4.3北斗导航设备技术水平分析
 - 6.4.4北斗导航设备新技术研发趋势

第七章中国导航设备市场竞争状况分析

- 7.1全球导航设备市场竞争分析

7.1.1全球导航设备市场发展现状

7.1.2全球导航设备市场竞争格局

7.1.3全球导航设备市场发展趋势

7.2跨国导航设备企业竞争分析

7.2.1美国佳明（GARMIN）公司竞争分析

（1）企业概况

（2）主营业务情况分析

（3）公司运营情况分析

（4）公司优劣势分析

7.2.2美国麦哲伦导航定位公司竞争分析

（1）企业概况

（2）主营业务情况分析

（3）公司运营情况分析

（4）公司优劣势分析

7.2.3美国天宝（Trimble）公司竞争分析

（1）企业概况

（2）主营业务情况分析

（3）公司运营情况分析

（4）公司优劣势分析

7.2.4美国瑟孚（Sirf）公司竞争分析

（1）企业概况

（2）主营业务情况分析

（3）公司运营情况分析

（4）公司优劣势分析

7.2.5加拿大NovAtel公司竞争分析

（1）企业概况

（2）主营业务情况分析

（3）公司运营情况分析

（4）公司优劣势分析

7.2.6韩国SARACOM公司竞争分析

（1）企业概况

（2）主营业务情况分析

（3）公司运营情况分析

（4）公司优劣势分析

7.3中国导航设备市场竞争分析

7.3.1中国导航设备市场企业竞争分析

7.3.2中国导航设备市场品牌竞争分析

7.3.3中国导航设备市场产品竞争分析

7.3.4中国导航设备市场的竞争结构分析

(1) 供应商议价能力分析

(2) 购买者议价能力分析

(3) 新进入者威胁分析

(4) 替代品威胁分析

(5) 行业内竞争程度分析

第八章中国导航设备领先企业经营分析

8.1北京合众思壮科技股份有限公司

(1) 企业概况

(2) 主营业务情况分析

(3) 公司运营情况分析

(4) 公司优劣势分析

8.2北京四维图新科技股份有限公司

(1) 企业概况

(2) 主营业务情况分析

(3) 公司运营情况分析

(4) 公司优劣势分析

8.3北京超图软件股份有限公司

(1) 企业概况

(2) 主营业务情况分析

(3) 公司运营情况分析

(4) 公司优劣势分析

8.4北京北斗星通导航技术股份有限公司

(1) 企业概况

(2) 主营业务情况分析

(3) 公司运营情况分析

(4) 公司优劣势分析

8.5成都振芯科技股份有限公司

(1) 企业概况

(2) 主营业务情况分析

(3) 公司运营情况分析

(4) 公司优劣势分析

8.6中国东方红卫星股份有限公司

(1) 企业概况

(2) 主营业务情况分析

(3) 公司运营情况分析

(4) 公司优劣势分析

8.7航天恒空间技术应用有限公司

(1) 企业概况

(2) 主营业务情况分析

(3) 公司运营情况分析

(4) 公司优劣势分析

8.8航天科工惯性技术有限公司

(1) 企业概况

(2) 主营业务情况分析

(3) 公司运营情况分析

(4) 公司优劣势分析

8.9北京中兴恒和卫星应用科技股份有限公司

(1) 企业概况

(2) 主营业务情况分析

(3) 公司运营情况分析

(4) 公司优劣势分析

8.10北京神州天鸿科技有限公司

(1) 企业概况

(2) 主营业务情况分析

(3) 公司运营情况分析

(4) 公司优劣势分析

第九章中国导航设备行业发展趋势与预测

9.1导航设备行业投资风险分析

9.1.1导航设备行业政策风险分析

9.1.2导航设备行业技术风险分析

9.1.3导航设备行业供求风险分析

9.1.4导航设备行业经济波动风险

9.1.5导航设备行业关联产业风险

9.1.6导航设备行业产品结构风险

9.1.7导航设备行业市场竞争风险

9.2导航设备行业投资特性分析

9.2.1导航设备行业进入壁垒分析

9.2.2导航设备行业盈利模式分析

9.2.3导航设备行业盈利因素分析

9.3导航设备行业发展前景分析

9.3.1导航设备行业影响因素分析

9.3.2导航设备行业发展趋势分析

(1) 导航设备行业市场发展趋势分析

(2) 导航设备行业技术发展趋势分析

9.3.3导航设备行业发展前景预测

(GYZJY)

图表详见正文

特别说明：中国报告网所发行报告书中的信息和数据部分会随时间变化补充更新，报告发行年份对报告质量不会有任何影响，请放心查阅。

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/xixinfuwu/287416287416.html>