

2021年中国导航电子地图行业分析报告- 行业运营态势与投资战略研究

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《2021年中国导航电子地图行业分析报告-行业运营态势与投资战略研究》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/hulianwang/548939548939.html>

报告价格：电子版: 8200元 纸介版：8200元 电子和纸介版: 8500

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

一、优势分析

(1) 高精地图蓬勃发展

我国导航电子地图行业发展经历4个阶段:第一阶段为1997-2004年,车载导航成为导航电子地图的主要应用产品。第二阶段为2005-2009年,导航电子地图的应用从车载导航扩大到手持导航仪(PND)。第三阶段,2010-2017年,导航电子地图应用扩展至智能手机。第四阶段为2018年至今,由于自动驾驶需求的兴起,属于导航电子地图领域的高精地图开始蓬勃发展。

高精度地图与普通导航地图有所不同,普通导航地图主要面向驾驶员,而高精地图主要应用在自动驾驶领域。自动驾驶的驾驶过程需要经过感知、高精定位、决策、控制四个步骤,在高精定位过程中,自动驾驶可利用车辆传感器收集的信息与高精地图数据进行对比,从而确定车辆所处的位置与方向,并在决策过程中帮助汽车提前避让危险。

我国导航电子地图行业发展历程

阶段

时间

具体情况

第一阶段

1997-2004年

车载导航成为导航电子地图的主要应用产品。中国的导航电子地图研究始于1997年,到2002年正式商用于汽车导航。随着消费者对导航认知和接受度的提高,前装车载导航成为众多汽车品牌的标配。

第二阶段

2005-2009年

导航电子地图的应用从车载导航扩大到手持导航仪(PND).由于受国际PND市场兴起的影响,2005起,中国导航电子地图在PND上的应用异军突起,国际PND厂商相继进入中国市场,中国本土厂商如传统家电、MP4制造等厂商相继推出PND导航产品。PND导航产品凭借成本低、安装和操作简便等优势在短时间内迅速普及,销量逐渐赶追车载导航仪。

第三阶段

2010-2017年

导航电子地图应用扩展至智能手机。随着智能手机的兴起,中国的PND导航产品逐渐被智能手机导航产品替代。手机导航与汽车导航产品成为导航电子地图主要的的应用产品。

第四阶段

2018年至今

由于自动驾驶需求的兴起,属于导航电子地图领域的高精地图开始蓬勃发展。高精度地图与

普通导航地图有所不同，普通导航地图主要面向驾驶员，而高精地图主要应用在自动驾驶领域。自动驾驶的驾驶过程需要经过感知、高精定位、决策、控制四个步骤，在高精定位过程中，自动驾驶可利用车辆传感器收集的信息与高精地图数据进行对比，从而确定车辆所处的位置与方向，并在决策过程中帮助汽车提前避让危险。2018年，各地图厂商开始加大对高精地图产品的研发投入，如北斗高精地图在实验园区内通过采集示范区5平方公里范围及周边区域的高分遥感影像和北斗高精度定位数据，制作分辨率达到0.5米的高精度电子地图，为分车道导航、无人机管控、电子围栏划设提供基础地图支撑。四维图新、高德地图均在积极布局高精地图领域。数据来源：公开资料整理

鉴于高精度地图对于自动驾驶的重要性以及可预见的巨大市场空间,众多参与者开始布局高精地图领域。除传统图商外，新兴创业者亦不断涌现，如宽凳科技、Momenta等。我国高精度导航电子地图主要参与者 数据来源：公开资料整理

（2）商业模式较为丰富

我国导航电子地图行业商业模式较为丰富，主要包括导航电子地图授权服务费、商家标注服务费、兴趣点竞价排名费、广告费用四大类。

我国导航电子地图行业商业模式

商业模式

具体情况

导航电子地图授权服务费

向使用导航电子地图数据的硬件厂商收取地图使用服务费，

商家标注服务费

把商家信息标注在地图上，并向商家收取一定的费用。但地图信息量与商家信息标注收费间容易产生矛盾。当商家需要为标注付费时，容易产生抵触情绪，往往拒绝标注，若过多商家拒绝标注时，地图显示的商家信息量过少，不利于用户导航寻找生活信息兴趣点(POI)，不利于提高用户体验。

兴趣点竞价排名费

当用户基于地图进行某一兴趣点搜索时，地图搜索结果会对同类型答案进行排序，商家可以竞价排名以获得更多的曝光度。例如，用户在导航电子地图美食栏搜索关键词“粤菜”，地图搜索结果会显示多家粤菜餐馆，商家竞价排名则可获得更靠前的结果显示位置。

广告费用

导航电子地图App上可提供广告营销机会,商家可付费获取广告营销服务。数据来源：公开资料整理

（3）众包模式发展

我国导航电子地图数据采集方式主要包括众包模式和集中制图模式。众包模式成本投入较集中制图模式少，对初创企业而言成本压力较小。尽管众包模式获取的数据精度较低，但基于庞大的数据量和动态的交通信息数据，可通过深度学习、人物计算、数据共享、挖掘

、分析和融合，来提升地图数据的精度，弥补单个数据精度不足的问题。

导航电子地图数据采集众包模式发展的主要原因 数据来源：公开资料整理

（4）应用领域进一步拓宽

导航电子地图从最初的单纯地为用户提供导航路线指引逐步扩展到高级辅助驾驶和智能交通系统领域。

在高级辅助驾驶领域，导航电子地图的典型应用模式为高精地图，为自动驾驶汽车提供路线规划、行车指示。电子导航地图作为一种“传感器”，预测和先知行进道路的转弯、限速、坡度等状况，并反馈给智能驾驶系统，为智能驾驶提供正确的驾驶指示，提高自动驾驶的安全性。

在ITS领域中，个人导航、交通管制、路线规划、信息服务等环节形成有机整体，人、车、道路基础设施资源通过导航电子地图合理的路线规划，有效降低交通拥堵现象。

二、劣势分析

（1）盈利能力较弱

我国导航电子地图厂商盈利能力较弱，一般高度依赖单一车载导航产品市场，难以保障导航电子地图企业正向运营需求。导航电子地图厂商需从目前传统、单一数据生产商角色转变为能够提供立体化、个性化信息的导航地图服务商，增强企业盈利能力，支撑运营规模的扩大，推动行业的发展。

（2）商业变现能力较弱

由于手机导航以及汽车消费电子导航产品基本实现免费提供，我国导航电子地图行业商业变现能力较弱。随着导航电子地图在社会生活中的普及程度加深，地图应用积累的用户流量不断增长，流量变现(如广告，地图上商家推介等)成为图商重要的收入来源。但地图数据采集成本较高，图商向汽车厂商收取的普通车载导航地图服务费用较低(一般按每辆车年收20-40元人民币)，用户流量亦难以进一步提升，图商的盈利能力始终难有较大幅度提升，行业内较多图商(如高德地图、百度地图等)的导航电子地图业务仍处于亏损状态。

我国导航电子地图行业劣势分析 数据来源：公开资料整理

三、机遇分析

（1）产业配套政策和制度的逐步建立与完善

自导航电子地图行业兴起始，国家政策不断加快完善对导航电子地图行业的政策指引，加快产业政策、技术标准的制定步伐，相继形成《导航地理数据模型与交换格式》《车载导航地理数据采集处理技术规程》《导航电子地图安全处理技术基本要求》《车载导航电子地图数据质量规范》《个人位置导航电子地图数据质量规范》《个人位置导航电子地图应用存储格式》等一系列政策规范和行业技术标准。配套政策和制度的逐步建立，促进导航电子地图行业的健康、稳定发展。

我国导航电子地图行业规范政策

日期

政策名称

相关内容

2005年

《导航地理数据模型与交换格式》

《导航地理数据模型与交换格式》是2005年4月15日发布，2005年10月1日实施的一项中国国家标准。

2006年

《车载导航地理数据采集处理技术规程》

2006年5月31日，《车载导航地理数据采集处理技术规程》发布。2006年12月1日，《车载导航地理数据采集处理技术规程》实施。主要起草单位为中国地理信息系统协会。

2006年

《导航电子地图安全处理技术基本要求》

本标准由全国地理信息标准化技术委员会归口。本标准起草单位：中国测绘科学研究院、国家测绘局地图技术审查中心、国家测绘局测绘标准化研究所和北京四维图新导航信息技术有限公司。

2012年

《车载导航电子地图数据质量规范》

2012年6月29日，《车载导航电子地图数据质量规范》发布。2012年10月1日，《车载导航电子地图数据质量规范》实施。主要起草单位：北京四维图新科技股份有限公司、中国电子技术标准化研究所、北京灵图软件技术有限公司、高德软件有限公司、瑞图万方科技有限公司、易图通科技（北京）有限公司。

2012年

《个人位置导航电子地图数据质量规范》

2012年6月29日，《个人位置导航电子地图数据质量规范》发布。2012年10月1日，《个人位置导航电子地图数据质量规范》实施。主要起草单位：北京四维图新科技股份有限公司、中国电子技术标准化研究所、瑞图万方科技有限公司、北京灵图软件技术有限公司、易图通科技（北京）有限公司、高德软件有限公司。

2013年

《个人位置导航电子地图物理存储格式》

2013年12月31日，《个人位置导航电子地图物理存储格式》发布。2014年7月15日，《个人位置导航电子地图物理存储格式》实施。主要起草单位：北京四维图新科技股份有限公司、中国电子技术标准化研究院、北京超图地理信息技术有限公司、北京灵图软件技术有限公司、启明信息技术股份有限公司、易图通科技（北京）有限公司、北京瑞图万方科技有限公司。数据来源：公开资料整理

(2) 汽车产销量增长

导航电子地图行业收入与汽车需求紧密相连。尽管近几年来我国汽车产销呈下降趋势，但总体需求仍较为稳定，带动导航电子地图行业发展。根据数据显示，2019年，我国汽车产量为2572.1万辆，较上年同比下降7.5%；2020年，我国汽车产量为2522.5万辆，较上年同比下降1.9%。

2015-2020年我国汽车产量及增速 数据来源：公开资料整理

根据数据显示，2019年，我国汽车销量为2576.9万辆，较上年同比下降8.2%；2020年，我国汽车销量为2531.1万辆，较上年同比下降1.8%。

2015-2020年我国汽车销量及增速 数据来源：公开资料整理

根据数据显示，我国导航电子地图行业市场规模由2014年的18.2亿元增长至2018年的29.8亿元，预计2021年我国导航电子地图行业市场规模将达62.7亿元。

2014-2021年我国导航电子地图行业市场规模及预测 数据来源：公开资料整理

(3) 自动驾驶发展

近年来，自动驾驶成为新兴火热市场，国内车企、互联网企业等纷纷加快布局自动驾驶领域。高精度地图是实现自动驾驶应用落地的关键环节，精准的地图对自动驾驶汽车定位、导航与控制和数据的实时更新起着关键作用。因此，自动驾驶产业的发展将带动我国导航电子地图行业高质量发展。

我国部分车企自动驾驶战略布局

车企

合作企业

自动驾驶级别

推出时间

系统名称

战略布局

上汽

阿里巴巴、中海庭、Mobileye、TT Tech、中国移动、华为、上港集团等

L3

2020年

斑马3.0

2020年推出3级别车型,2020年L4级别重卡小批量示范运营，未来3-5年实现大批量商业化运营

广汽

腾讯、伟世通、小马智行等

L3

2020年

ADico

2020年L3级别自动驾驶,2025年L4级别自动驾驶,2030年L5级别自动驾驶

长安

地平线、腾讯、华为、宁德时代等

L3

2020年

小安

2020年推出机3级别量产车型,2025年建成上4级别自动驾驶开放平台

长城

中国移动、华为、大唐电信、高通、亮道曾能、百度

L2+

2019年

I-pilot

2020年L2.9级别,2021年L3级别,2022年L4级别

吉利

百度、Zenuity

L2+

2019年

G-pilot

2020年C-Pilot3.0 , 大约实现L3级别自动驾驶,G-Plot 4.O+系统进入全面自动驾驶

比亚迪

百度、360等

L2+

2019年

D++

2020年L2+级别车型推出数据来源：公开资料整理

根据数据显示，我国自动驾驶行业市场规模由2016年490亿元增长至2019年的1226亿元，预计2021年将达2358亿元。

2016-2021年我国自动驾驶行业市场规模及预测 数据来源：公开资料整理

四、威胁分析

(1) 政策监管严格

导航电子地图行业涉及国家机密，国家对其高度重视，政策为此行业设置了较高的准入门槛。2002年，全国人民代表大会制定的《中华人民共和国测绘法》是为了加强测绘管理，促进测绘事业发展，保障测绘事业为经济建设、国防建设、社会发展和生态保护服务，维护国家地理信息安全制定的法律。事测绘活动，应当使用国家规定的测绘基准和测绘系统，执行国家规定的测绘技术规范和标准。

2015年，国务院在《地图管理条例》中提出在中华人民共和国境内从事向社会公开的地图的编制、审核、出版和互联网地图服务以及监督检查活动，应当遵守本条例。从事地图编制活动的单位应当依法取得相应的测绘资质证书，并在资质等级许可的范围内开展地图编制工作。

我国导航电子地图行业监管政策

日期

政策名称

制定部门

主要内容

1995年

《地图编制出版管理条例》

国务院

编制地图，应当符合下列要求：(一)选用最新地图资料作为编制基础，并及时补充或者更改形势变化的内容；(二)正确反映各要素的地理位置、形态、名称及相互关系；(三)具备符合地图使用目的的有关数据和专业内容；(四)地图的比例尺符合国家规定

2002年

《中华人民共和国测绘法》

全国人民代表大会

中华人民共和国测绘法，是为了加强测绘管理，促进测绘事业发展，保障测绘事业为经济建设、国防建设、社会发展和生态保护服务，维护国家地理信息安全制定的法律。事测绘活动，应当使用国家规定的测绘基准和测绘系统，执行国家规定的测绘技术规范和标准。

2004年

《导航电子地图制作资质标准》

国家测绘局

保密管理保密制度单位内部制度健全，符合以下要求：1、不得雇用境外人员，按有关规定对涉密人员进行审查、教育、培训2、保密机构健全，人员、职责明确落实3、保密制度完善、使所属人员知悉与其工作有关的保密范围和各项保密制度4、保密要害部位须制定严格的保密防范措施，并组织实施。配备必要的保密设备和设施5、涉密设备和网络必须与互联网物理隔离6、经常进行测绘保密检查，发现问题及时解决

2007年

《关于导航电子地图管理有关规定的通知》

国家测绘局

导航电子地图的数据采集活动，应当由具有导航电子地图测绘资质的单位承担；导航电子地图的编制活动，只能由依法取得导航电子地图测绘资质的单位实施。因此可从事导航电子地图业务的企业只能从获得资质的单位中产生，行业的规模从根源上受到限制。

2014年

《测绘资质分级标准》

国家测绘局

要求申请资质测绘单位的企业须达到通用标准和相应的专业标准，其中导航电子地图制作甲级测绘资质的标准相对严格，企业难以轻易达到。

2015年

《地图管理条例》

国务院

《地图管理条例》为了加强地图管理，维护国家主权、安全和利益，促进地理信息产业健康发展，为经济建设、社会发展和人民生活服务，根据《中华人民共和国测绘法》制定。在中华人民共和国境内从事向社会公开的地图的编制、审核、出版和互联网地图服务以及监督检查活动，应当遵守本条例。从事地图编制活动的单位应当依法取得相应的测绘资质证书，并在资质等级许可的范围内开展地图编制工作。数据来源：公开资料整理

中国测绘主管部门采取行业准入资质方式管理从事导航电子地图开发和生产的企业，其中导航电子地图制作甲级测绘资质的标准相对严格，企业难以轻易达到。自2001年中国测绘局颁发全国第一张导航电子地图制作甲级测绘资质起，至2020年10月，仅有28家事业单位及企业拥有此资质。

中国导航电子地图制作甲级标准

考核内容

导航电子地图制作甲级标准

互联网地图制作甲级标准

人员规模

100名测绘及相关专业技术人员(高级10人、中级20人，且含注册测绘师5人)

20名地图制图或计算机类专业技术人员

仪器设备

1.外业数据采集设备(50台:定位精度小于等于10米)2.导航地图编辑系统需具备以下功能:对道路和交通信息、POI、背景、注记的空间信息和属性信息的编辑制作;支持数据更新机制的导航地图数据库管理;通用交换格式数据输出3.在线存储设备(有效存储容量为60TB)

专用软件(有独立的地图引擎)

保密管理

保密管理条件经国家测绘局考核,符合以下要求:1.保密机构健全，人员职责明确2.保密制度完善，使所属人员知悉与其工作有关的保密范围和各项保密制度3.保密要害部门制定严格的保密防范措施4.涉密设备和网络必须与互联网物理隔离5.经常惊醒测绘保密检查，发现问题即使解决6.在数据制作趋于，禁止使用无线网络，作业用的计算机USB端口、串口、并口必须封闭7.数据生产环节中的数据必须使用经加密处理的自有格式

1.存放地图数据的服务其设在中华人民共和国境内2.建立地图数据安全管理制度，配备安全保障技术

作业标准(限额)

1.导航电子地图数据模型和规格应当符合要求2.作业规范3.产品编译规范4.质量检查规范

无限额限制数据来源：公开资料整理

(2) 基础设施更新速度快

我国仍处于高速发展时期，城乡道路和基础设施建设日新月异，重要城市的道路建设变化率达30%，传统的导航电子地图每年2次的更新频率明显跟不上基础设施变化的速度。经过较长时间审批通过后导航电子地图可能在发布后数月甚至数周就出现部分地图数据与实际道路状况不符的现象。导航电子地图的数据采集成本较高,频繁变化的基础设施大大增加了导航电子地图厂商的数据采集支出，不利于导航电子地图厂商提高盈利能力，对企业的正常运营产生较大压力。

(3) 产业链合作框架尚未形成

现阶段，我国导航电子地图生产基本由企业单独完成，各地图厂商各自采集地理数据信息，信息资源互不相通，造成人力、物力重复投入，全行业的产出内容基本重合。此外，国家与各级地方政府部门掌管着大量的公共交通信息和基础设施建设信息，如实时路况信息、市政道路建设规划等，信息资源不对图商开放，导致公共信息资源利用率低。产业链合作框架的缺失，使资源不能被充分整合，难以提高导航电子地图数据的更新速度与频率。

威胁我国导航电子地图行业发展因素分析 数据来源：公开资料整理（zlj）

观研报告网发布的《2021年中国导航电子地图行业分析报告-行业运营态势与投资战略研究》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。

行业报告是业内企业、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。

【目录大纲】

第一章 2017-2021年中国导航电子地图行业发展概述

第一节 导航电子地图行业发展情况概述

- 一、导航电子地图行业相关定义
- 二、导航电子地图行业基本情况介绍
- 三、导航电子地图行业发展特点分析
- 四、导航电子地图行业经营模式
 - 1、生产模式
 - 2、采购模式
 - 3、销售模式
- 五、导航电子地图行业需求主体分析

第二节 中国导航电子地图行业上下游产业链分析

- 一、产业链模型原理介绍
- 二、导航电子地图行业产业链条分析
- 三、产业链运行机制
 - (1) 沟通协调机制
 - (2) 风险分配机制
 - (3) 竞争协调机制
- 四、中国导航电子地图行业产业链环节分析
 - 1、上游产业
 - 2、下游产业

第三节 中国导航电子地图行业生命周期分析

- 一、导航电子地图行业生命周期理论概述
- 二、导航电子地图行业所属的生命周期分析

第四节 导航电子地图行业经济指标分析

- 一、导航电子地图行业的赢利性分析
- 二、导航电子地图行业的经济周期分析
- 三、导航电子地图行业附加值的提升空间分析

第五节 中国导航电子地图行业进入壁垒分析

- 一、导航电子地图行业资金壁垒分析

二、导航电子地图行业技术壁垒分析

三、导航电子地图行业人才壁垒分析

四、导航电子地图行业品牌壁垒分析

五、导航电子地图行业其他壁垒分析

第二章 2017-2021年全球导航电子地图行业市场发展现状分析

第一节 全球导航电子地图行业发展历程回顾

第二节 全球导航电子地图行业市场区域分布情况

第三节 亚洲导航电子地图行业地区市场分析

一、亚洲导航电子地图行业市场现状分析

二、亚洲导航电子地图行业市场规模与市场需求分析

三、亚洲导航电子地图行业市场前景分析

第四节 北美导航电子地图行业地区市场分析

一、北美导航电子地图行业市场现状分析

二、北美导航电子地图行业市场规模与市场需求分析

三、北美导航电子地图行业市场前景分析

第五节 欧洲导航电子地图行业地区市场分析

一、欧洲导航电子地图行业市场现状分析

二、欧洲导航电子地图行业市场规模与市场需求分析

三、欧洲导航电子地图行业市场前景分析

第六节 2021-2026年世界导航电子地图行业分布走势预测

第七节 2021-2026年全球导航电子地图行业市场规模预测

第三章 中国导航电子地图产业发展环境分析

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、全社会消费品导航电子地图总额

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 中国导航电子地图行业政策环境分析

一、行业监管体制现状

二、行业主要政策法规

第三节 中国导航电子地图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 中国导航电子地图行业运行情况

第一节 中国导航电子地图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

1、行业技术发展现状

2、行业技术专利情况

3、技术发展趋势分析

三、行业发展特点分析

第二节 中国导航电子地图行业市场规模分析

第三节 中国导航电子地图行业供应情况分析

第四节 中国导航电子地图行业需求情况分析

第五节 我国导航电子地图行业细分市场分析

1、细分市场一

2、细分市场二

3、其它细分市场

第六节 中国导航电子地图行业供需平衡分析

第七节 中国导航电子地图行业发展趋势分析

第五章 中国导航电子地图所属行业运行数据监测

第一节 中国导航电子地图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 中国导航电子地图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 中国导航电子地图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 2017-2021年中国导航电子地图市场格局分析

第一节 中国导航电子地图行业竞争现状分析

一、中国导航电子地图行业竞争情况分析

二、中国导航电子地图行业主要品牌分析

第二节 中国导航电子地图行业集中度分析

一、中国导航电子地图行业市场集中度影响因素分析

二、中国导航电子地图行业市场集中度分析

第三节 中国导航电子地图行业存在的问题

第四节 中国导航电子地图行业解决问题的策略分析

第五节 中国导航电子地图行业钻石模型分析

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 2017-2021年中国导航电子地图行业需求特点与动态分析

第一节 中国导航电子地图行业消费市场动态情况

第二节 中国导航电子地图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 导航电子地图行业成本结构分析

第四节 导航电子地图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 中国导航电子地图行业价格现状分析

第六节 中国导航电子地图行业平均价格走势预测

一、中国导航电子地图行业价格影响因素

二、中国导航电子地图行业平均价格走势预测

三、中国导航电子地图行业平均价格增速预测

第八章 2017-2021年中国导航电子地图行业区域市场现状分析

第一节 中国导航电子地图行业区域市场规模分布

第二节 中国华东地区导航电子地图市场分析

- 一、华东地区概述
- 二、华东地区经济环境分析
- 三、华东地区导航电子地图市场规模分析
- 四、华东地区导航电子地图市场规模预测

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、华中地区导航电子地图市场规模分析
- 四、华中地区导航电子地图市场规模预测

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、华南地区导航电子地图市场规模分析
- 四、华南地区导航电子地图市场规模预测

第九章 2017-2021年中国导航电子地图行业竞争情况

第一节 中国导航电子地图行业竞争结构分析（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 中国导航电子地图行业SCP分析

- 一、理论介绍
- 二、SCP范式
- 三、SCP分析框架

第三节 中国导航电子地图行业竞争环境分析（PEST）

- 一、政策环境
- 二、经济环境
- 三、社会环境
- 四、技术环境

第十章 导航电子地图行业企业分析（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 2021-2026年中国导航电子地图行业发展前景分析与预测

第一节 中国导航电子地图行业未来发展前景分析

一、导航电子地图行业国内投资环境分析

二、中国导航电子地图行业市场机会分析

三、中国导航电子地图行业投资增速预测

第二节 中国导航电子地图行业未来发展趋势预测

第三节 中国导航电子地图行业市场发展前景预测

一、中国导航电子地图行业市场规模预测

二、中国导航电子地图行业市场规模增速预测

三、中国导航电子地图行业产值规模预测

四、中国导航电子地图行业产值增速预测

五、中国导航电子地图行业供需情况预测

第四节 中国导航电子地图行业盈利走势预测

一、中国导航电子地图行业毛利润同比增速预测

二、中国导航电子地图行业利润总额同比增速预测

第十二章 2021-2026年中国导航电子地图行业投资风险与营销分析

第一节 导航电子地图行业投资风险分析

一、导航电子地图行业政策风险分析

二、导航电子地图行业技术风险分析

三、导航电子地图行业竞争风险分析

四、导航电子地图行业其他风险分析

第二节 导航电子地图行业应对策略

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 2021-2026年中国导航电子地图行业发展战略及规划建议

第一节 中国导航电子地图行业品牌战略分析

一、导航电子地图企业品牌的重要性

二、导航电子地图企业实施品牌战略的意义

三、导航电子地图企业品牌的现状分析

四、导航电子地图企业的品牌战略

五、导航电子地图品牌战略管理的策略

第二节 中国导航电子地图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 中国导航电子地图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 2021-2026年中国导航电子地图行业发展策略及投资建议

第一节 中国导航电子地图行业产品策略分析

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 中国导航电子地图行业营销渠道策略

一、导航电子地图行业渠道选择策略

二、导航电子地图行业营销策略

第三节 中国导航电子地图行业价格策略

第四节 观研天下行业分析师投资建议

一、中国导航电子地图行业重点投资区域分析

二、中国导航电子地图行业重点投资产品分析

图表详见报告正文

更多好文每日分享，欢迎关注公众号

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/hulianwang/548939548939.html>