

中国telematics市场运营态势与投资战略咨询报告 (2012-2016)

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《中国telematics市场运营态势与投资战略咨询报告（2012-2016）》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/jisuanji/142739142739.html>

报告价格：电子版: 7000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

Telematics是远距离通信的电信（Telecommunications）与信息科学（Informatics）的合成词，通过内置在汽车、航空、船舶、火车等运输工具上的计算机系统、无线通信技术、卫星导航装置、交换文字、语音等信息的互联网技术而提供信息的服务系统。Telematics市场还可以分为以移动通信运营商为主的AfterMarket（AM）市场和以汽车厂商为主的Before Market（BM）市场两个部分。Telematics

AM市场是指在汽车出厂之后安装相应的设备提供Telematics业务，TelematicsBM指在出厂时就可以提供服务的形式。Telematics系统运作模式极为复杂，就目前发展的模式观察，基本上可将其分为汽车定位系统（GPS）与资讯存取（Access）两部分。经过几年的高速发展，中国已经成为全球最大的汽车生产国之一。随着中国汽车市场的不断升温，汽车相关服务也随之应运而生。同时，中国汽车消费者的关注点也逐渐从单纯的购买汽车、使用汽车转移到对汽车消费后续服务及配套服务的需求上。正是在这样的背景下，向中国汽车市场引入Telematics服务已经开始成为众多整车厂中国战略的重要内容。中国Telematics自2009年以来，历经2年积累与沉淀，目前处于快速发展阶段，年增长率接近40%。在未来一段时间内，总体趋势仍是大幅度增长。

中国报告网发布的《中国telematics市场运营态势与投资战略咨询报告（2012-2016）》共十二章。首先介绍了telematics相关概述、中国telematics市场运行环境等，接着分析了中国telematics市场发展的现状，然后介绍了中国telematics重点区域市场运行形势。随后，报告对中国telematics重点企业经营状况分析，最后分析了中国telematics行业发展趋势与投资预测。您若想对telematics产业有个系统的了解或者想投资telematics行业，本报告是您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。

第一章 TELEMATICS总体分析

第一节 TELEMATICS概述

- 一、Telematics概念
- 二、Telematics系统架构
- 三、Telematics系统运作
- 四、Telematics系统功能

第二节 TELEMATICS技术与标准

- 一、关键应用技术
- 二、技术开发重点

三、Telematics发展标准

第二章 2012年中国Telematics产业发展环境分析

第一节 国内Telematics经济环境分析

一、GDP历史变动轨迹分析

二、固定资产投资历史变动轨迹分析

三、2012年中国Telematics经济发展预测分析

第二节 中国Telematics行业政策环境分析

第三章 TELEMATICS产业链分析

第一节 TELEMATICS产业链构成分析

一、产业链构成

二、硬件设备提供商

三、软件提供商

四、电子地图商

五、信息服务提供商及TSP

六、网络运营商

第二节 TELEMATICS产业链企业关系分析

第三节 TELEMATICS商业模式分析

一、汽车生产厂商与移动通信运营商合作主导模式

二、汽车厂商主导模式

三、移动运营商主导模式

四、第三方独立TSP模式

五、Telematics商业模式综合评估

第四章 中国Telematics商业模式分析

第一节 Telematics服务分析

一、Telematics服务能力

二、用户对Telematics服务功能的认知与认可情况

三、Telematics主流服务分析

第二节 Telematics商业模式分析

一、Telematics的商业模式概况

二、Telematics的经营及发展

三、基于运营商视角的物联网商业模式

四、全球Telematics盈利模式向服务业的转型

第五章 Telematics商业模式可行性评估

第一节 Telematics商业模式的类型

第二节 Telematics商业模式各类型评估对比

第三节 Telematics商业模式展望

第六章 Telematics产业典型商业模式现状研究

第一节 整车商为核心的商业模式

一、前装市场竞争格局

二、前装后装市场格局

第二节 运营商为核心的商业模式

一、电信运营商的角色定位与业务模式

二、中国电信联通角逐Telematics产业

三、中国联通依托3G技术拓展汽车信息服务市场

四、GPS导航服务占据Telematics产业

第三节 独立第三方商业模式

第七章 国内外Telematics典型商业模式解构

第一节 Onstar

一、Onstar简介

二、Onstar服务范围

二、2011年中国用户情况

三、Onstar在中国的业务模式

四、Onstar在中国的应用前景 102

五、新赛威Onstar分析

第二节 BMW

一、BMW简介

二、2011年BMW在华销售情况

三、宝马研发全新车载安全系统

四、2011年宝马升级车载导航系统

第三节 G-book

一、G-book简介

二、G-Book发展

三、G-Book优劣势分析

第四节 Atx

一、ATX简介

二、ATX发展策略

第八章 2010-2011年Telematics产业发展状况及预测分析

第一节 Telematics国内外发展状况

一、Telematics在国外的的发展状况

二、全球Telematics产业规模

三、全球Telematics主要市场分布

四、Telematics在国内的发展状况

五、国内Telematics发展趋势预测

第二节 Telematics主要服务内容分析

一、Telematics主要服务功能

二、典型企业主要服务功能

第三节 TELEMATICS应用现状及市场特点

一、Telematics总体应用现状及市场特点

二、Telematics与消费类电子应用的区别

三、信息服务是市场发展的难点

第四节 前装（BM）市场

第五节 后装（AM）市场

第九章 2010-2011年交通信息服务应用研究

第一节 交通信息服务体系

一、客户需求分析

二、交通信息服务系统结构

三、交通信息服务发布方式

四、交通信息服务产品类型

五、交通信息服务交付渠道

六、交通信息服务获取分析

七、交通信息服务商业模式

第二节 动态路况信息

一、动态路况信息总体情况

二、实时路况信息服务分析

三、实时路况信息准确性判断

四、动态路况TMC技术分析

五、城市交通拥堵指数情况

六、路况信息采集途径创新

第三节 公共交通信息及增值服务信息

一、城市公共交通信息需求

二、城市公共交通信息结构

第四节 应用案例——掌城交通信息服务体系

一、掌城交通信息服务体系简介

二、掌城网 145

三、掌城网发布城市 145

四、掌城WAP网站 146

第五节 应用案例——出租车综合信息终端

一、概况

二、应用场景

三、主要功能

四、系统构架

五、出租车综合信息终端原理

第十章 2012-2016年中国Telematics发展趋势分析

第一节 2012-2016年中国Telematics发展趋势

一、全球汽车产业信息化发展趋势分析

二、展望中国Telematics业务发展

三、Telematics是车载终端发展必然趋势

四、Telematics时代导航系统的发展趋势

五、产业链角度看中国Telematics市场发展趋势

六、Telematics未来技术的发展趋势

七、语音技术将成车载设备应用发展新趋势

第二节 2012-2016年中国Telematics发展前景与预测分析

一、中国汽车Telematics服务市场前景

二、汽车Telematics产业前景

三、2012-2016年中国汽车配备Telematics数量

四、2012-2016年中国物联网市场规模预测

第三节 telematics发展动向

一、下一代Telematics技术的产业发展动向

二、下一代智能汽车是Telematics与ECU的结合

三、Telematics产业化发展动向

四、车载娱乐导航系统的发展方向

第十一章 国内Telematics商业模式机会与风险研究

第一节 优势

一、中国Telematics发展基础条件具备

二、车载信息服务系统需求兴起

第二节 劣势

一、缺乏有效的商业运营模式

二、缺乏成熟的产业链整合模式

三、缺乏统一的Telematics系统标准

四、汽车销售商态度问题

第三节 机会

一、Telematics在中国商用车市场的发展机遇

二、车载信息服务市场规模

第四节 风险

一、商业模式对中国Telematics产业的发展影响

二、Telematics已成品牌差异化竞争的核心手段

第十二章 2012-2016年中国Telematics商业模式发展建议

第一节 商业模式策略性建议

一、运营商如何切入车载信息服务市场

二、信息时代下的汽车、生活和Telematics的互动

第二节 商业模式运营性建议

一、车载信息服务发展需符合国情

二、车载在线服务市场开发关键在于平台开放性

三、汽车通讯设备应因用户需求多元

四、电信运营商创新型Telematics应用

图表目录：

图表：国内生产总值同比增长速度

图表：全国粮食产量及其增速

图表：规模以上工业增加值增速（月度同比）（%）

图表：社会消费品零售总额增速（月度同比）（%）

图表：进出口总额（亿美元）

图表：广义货币（M2）增长速度（%）

图表：居民消费价格同比上涨情况

图表：工业生产者出厂价格同比上涨情况（%）

图表：城镇居民人均可支配收入实际增长速度（%）

图表：农村居民人均收入实际增长速度

图表：人口及其自然增长率变化情况

图表：2011年固定资产投资（不含农户）同比增速（%）

图表：2011年房地产开发投资同比增速（%）

图表：2012年中国GDP增长预测

图表：国内外知名机构对2012年中国GDP增速预测

图表：.....

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/jisuanji/142739142739.html>