

# 中国卫星导航产业市场调查及发展分析报告(2011-2015年)

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《中国卫星导航产业市场调查及发展分析报告(2011-2015年)》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/114584114584.html>

报告价格：电子版: 6500元 纸介版：6800元 电子和纸介版: 7000

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

### 【报告前言】

随着全球卫星导航技术的发展，全球四大卫星定位系统——美国GPS、欧洲“伽利略”、俄罗斯“格洛纳斯”和中国北斗卫星导航的格局逐渐显现，这四大系统各有千秋。中国的北斗全球系统业已进入全球导航系统GNSS，成为四大系统之一，产业进入新的发展阶段。卫星导航既是朝阳产业，未来生命周期至少有五十年；又具有高成长高效益特点，是小投入、大产出的典型。卫星导航产业四大细分市场将步入高速增长。第一为高端制造业，包括导航芯片和模块、多种多样的通信芯片和模块、接收机组件、显示器件与整机集成等；第二为软件业，包括系统类软件、导航定位授时软件、地图引擎与各种嵌入式应用软件等；第三为与导航相关的现代服务业；第四为综合数据业。目前北斗二代导航天基体系建设进入高峰期。北斗地面设备2020年将达到1000亿规模，2011年逐渐进入爆发期。北斗二代导航系统的建立将拉动北斗二代导航芯片、导航终端、授时设备、基于位置的信息系统和运营服务等相关卫星应用市场的快速增长。

### 图 美国GPS、欧洲“伽利略”、俄罗斯“格洛纳斯”和中国北斗卫星导航四大定位系统

常见的GPS导航系统一般分为五种形式：手机式、PDA式、多媒体式、车载式、笔记本式。随着智能手机的普及和PDA功能的手机化，前三种形式开始出现交叉。而车载式除了前面提到的与CD机头集成在一起的产品外，许多车型原车自带的GPS也属于这种类型。而笔记本式产品在使用便捷性上受到一定的限制，很少有人将其用于汽车导航。

经过2008年的低迷之后，中国GPS整体市场在2009年下半年开始回暖。2010年，中国GPS市场在市场推进、技术发展、应用创新的推动下飞速发展，全年GPS市场容量达到908.3万套，同比增长117.8%。其中，车载GPS销量达到342.7万套，较2009年增长102.2%；便携式GPS销量达到523.1万套，较2009年增长148.4%；前装市场销量为42.5万套，同比增长15.2%。

### 图表 2006-2011年中国车载GPS销量及预测

销量（万套）

2006年 120.3

2007年 202.7

2008年 294.9

2009年 417

2010年 908.3

2011年E 1505.8

数据来源：编辑整理

### 图表 2009-2010GPS细分市场容量及增长率

单位：万套

2009年 2010年 增长率 (%)

前装GPS 36.9 42.5 15.18%

车载GPS 169.5 342.7 102.18%

便携式GPS 210.6 523.1 148.39%

数据来源：编辑整理

以汽车导航产业链为例，主要包括以下几个环节：最终用户、导航系统提供商、电子地图提供商、GIS引擎提供商、整车厂商、车载终端提供商、内容提供商、服务提供商、应用平台运营商、移动运营商、固话运营商、卫星运营商、GPS 平台运营商等。其中用户在整个产业链中处于最末端，导航平台运营商则位于最核心位置。某个厂商可能位于一个环节，也可能同时位于多个环节。如下图所示：

图 汽车导航产业链图

定位平台运营商是导航平台的建设者和维护者，是整个导航产业链的核心环节。它利用定位平台获得用户的三维位置信息，然后使用电子地图和GIS引擎将其转换成对应的地理位置。借助于移动运营商的移动网络，定位平台运营商可以为用户实现车载终端与监控中心之间的信息传递。此外，它还可以通过固话运营商的Web 网络，使行业用户分布式地进行监控。在汽车导航产业链中，移动运营商的作用主要是将用户的请求传递给GPS 平台运营商，以及将导航平台运营商的反馈结果传递给用户。它提供的是车载终端与GPS 平台运营商之间信息传递的通道。

固话运营商的作用是为用户提供分布式监控功能。使用Web 网络，用户可以远程地对车载终端进行控制。

卫星运营商主要提供定位功能。由于目前国内大都通过美国的GPS 卫星实现定位，而GPS平台对民用是免费的，所以在中国目前的汽车导航产业链中，卫星运营商的地位与电信行业中运营商的地位不可同日而语。我国自己建造的北斗定位平台主要面向行业用户和安全部门，目前还基本没有实际应用。2004 年10 月，中国正式与欧盟签署合作协议，出资2 亿欧元加入伽利略卫星导航系统的建设。该系统2008 年全面建设完成，我国的汽车导航也将向伽利略卫星导航平台转移（包括数据格式的转换）。

应用平台运营商在定位平台的基础上建设并运营特定的应用平台，该平台直接面对服务提供商，从而降低服务提供商进入位置服务行业的门槛，并可缩短它们开发应用的周期。服务提供商是服务的提供者，其所提供应用的好坏直接影响最终用户对导航位置服务的使用，这也就要求该环节必须按照最终用户的需要为最终用户提供服务。

内容提供商主要为服务提供商生产文本、图像、音频、视频或多媒体信息，而服务提供商的应用会使用到这些信息。目前我国的导航产业尚处于启动阶段，给用户提供的基本还处于导航产品层次，但从日本等汽车导航产业已经比较发达的国家来看，从产品向服务的转变将是汽车导航发展的必然趋势。虽然我国现在基本上还没有出现汽车导航应用平台运营商、服务

提供商和内容提供商，但在中国的汽车导航产业逐渐成熟以后，位置服务必将是汽车导航的重要功能之一，所以我们认为这三个环节将在汽车导航产业链中扮演更重要的角色。

定位网络设备提供商为定位平台运营商提供所需的硬件、软件或整体解决方案，是导航平台的制造者。GIS引擎提供商为导航平台运营商或用户提供GIS引擎。前者通常放置在单独的GIS服务器上，为导航平台运营商实现地理信息与地理位置之间的转化；后者则直接内置在导航仪中，为个人用户提供自导航服务。

地图提供商为汽车导航提供专用的电子地图。在汽车导航领域通常将这种地图称为导航图。导航图与普通电子地图的区别在于，它不但记录各条道路自身的位置信息，还考虑了各条道路之间的相互关系、拓扑结构等。在汽车导航领域，目前我国尚没有厂商可以提供通用的GIS引擎和导航图。业内通用的做法是使用自己制造的GIS引擎和导航图。

### 【报告目录】

第一章 卫星导航产业相关概述	17
第一节 卫星导航简述	17
一、卫星导航意义	17
二、卫星导航系统阐述	17
第二节 卫星导航的分类与功能	17
一、导航产品的分类	17
二、卫星导航终端的主要功能	18
三、卫星导航系统技术的应用及其拓展	19
四、卫星定位与导航技术	22
第三节 导航产业链及产业发展特点	24
一、导航产业链分析	24
二、卫星导航产业的发展特点	26
第四节 软件GPS原理与应用	27
一、全球卫星定位系统概况与介绍	28
二、GPS的传统架构	29
三、软件GPS原理	30
四、软件GPS应用	31
第五节 卫星导航定位技术的进展和应用前景	33
一、系统更新、升级及新系统发展方面	33
二、新技术、新方法的今后应注意的问题	33
第二章 2010-2011年世界卫星导航产业运行透析	35
第一节 2010-2011年世界卫星导航运行简况	35
一、世界卫星导航的发展历史	35
二、全球卫星导航热点聚焦	36

三、美欧俄卫星导航系统发展情况	37
第二节 2010-2011年全球GPS发展与应用探析	38
一、GPS连续运行站网和综合服务系统的发展	38
二、GPS应用于电离层监测	40
三、GPS应用于对流层监测	40
四、GPS作为卫星测高仪的应用	41
五、GPS全球卫星定位技术在摄影测量中的用途	41
第三节 2010-2011年全球卫星导航应用研究新进展	42
一、2010-2011年卫星导航系统新发展	42
二、卫星导航GPS手机SIM卡新研究	42
三、国外农民专用GPS新研究	42
第三章 2010-2011年世界主要国家卫星导航产业运行情况分析	44
第一节 美国卫星导航业发展分析	44
一、美国GPS系统介绍	44
二、GPSONE与传统GPS的比较	44
三、美国GPS运行系统管理分析	46
四、美国GPS定位智能运输系统分析	50
五、美国新一代GPS卫星研制情况	51
第二节 俄罗斯导航卫星业发展分析	51
一、俄罗斯Glonass系统介绍	51
二、2011年俄罗斯卫星导航发展新情况	51
三、2009年俄罗斯卫星导航应用新情况	52
四、到2015年俄卫星导航市场预测	52
第三节 欧洲卫星导航业发展分析	52
一、欧洲伽利略系统	52
二、“伽利略”角逐卫星导航欧俄向美发起挑战	52
三、欧洲EGNOS系统发展新情况	53
四、欧洲伽利略计划部署方案探讨	54
第四节 日本与印度卫星导航业发展分析	54
一、日本卫星导航系统发展计划	54
二、印度日本对独立的卫星导航系统研究探讨	57
三、印度的GAGAN卫星导航研制新情况	58
第四章 2010-2011年中国卫星导航产业整体运行新形势透析	60
第一节 2010-2011年中国卫星导航业运行综述	60
一、全国首个双星导航服务系统在哈建成	60

- 二、广西卫星导航定位技术进入新阶段 60
- 三、卫星导航产业发展的重要意义 61
- 四、中国卫星导航呈现多元化格局分析 62
- 五、卫星导航产业对上海经济发展的影响 62
- 第二节 2010-2011年中国“北斗”卫星导航系统的发展情况 63
  - 一、中国北斗导航系统应用进入关键阶段 63
  - 二、北斗卫星导航应用五年成就与启示 63
  - 三、北斗产业迎来重大历史机遇 67
  - 四、北斗一号卫星导航系统与GPS的优势比较 67
  - 五、北斗二代导航天基体系建设进入高峰期 69
  - 六、中国北斗定位导航系统精度分析 70
- 第三节 2010-2011年中国北斗卫星导航系统的效益与应用分析 70
  - 一、北斗卫星导航定位系统产生的社会效益 70
  - 二、第二代北斗卫星导航系统简介及应用展望 71
  - 三、北斗卫星导航系统在TD-SCDMA系统中的应用 72
  - 四、北斗系统在军事上应用的发展 76
- 第五章 2010-2011年中国GPS市场运行新格局分析 79
  - 第一节 2010-2011年中国GPS市场运行探析 79
    - 一、中国民用GPS产业亮点分析 79
    - 二、中国GPS市场热点分析 79
    - 三、2010-2011年中国GPS导航手机市场分析 81
    - 四、中国GPS厂商网络直销的优势 82
  - 第二节 2010-2011年中国GPS市场发展困境及政策动向 83
    - 一、GPS产业发展的弊端 83
    - 二、中国GPS市场发展面临的问题 83
    - 三、制约中国监控GPS发展因素分析 84
    - 四、中国GPS导航界政策动向分析 84
  - 第三节 2011年中国GPS导航仪市场调查研究 85
    - 一、调查结论 85
    - 二、品牌关注格局 86
    - 三、产品关注格局分析 86
    - 四、价格关注调查 87
    - 五、细分市场格局 88
- 第六章 2010-2011年汽车导航市场运行动态分析 90
  - 第一节 2010-2011年全球汽车导航市场概况 90

- 一、全球车载GPS市场概况 90
- 二、全球汽车无线通信平台技术应用现状 91
- 三、全球汽车导航设备市场增速惊人 91
- 第二节2010-2011年国内汽车导航市场发展动态 91
  - 一、国内汽车导航市场概况 91
  - 二、便携式导航设备主导汽车导航系统 92
  - 三、PND汽车导航仪市场竞争 92
  - 四、个人导航设备席卷汽车导航系统市场 93
  - 五、GPS便携式应用快速增长 93
  - 六、GPS成汽车电子主要推动力 93
  - 七、广东货运载重车须装GPS 94
  - 八、RCG公司推冷运专业车辆GPS定位管理系统 94
- 第三节2010-2011年中国汽车导航市场发展情况分析 97
  - 一、GPS上下游合作模式改变 97
  - 二、GPS导航仪产量变动 100
  - 三、GPS导航仪产量预测 100
  - 四、电子地图成车载GPS“瓶颈” 101
  - 五、GPS汽车导航阵营分布 102
- 第四节2010-2011年国内汽车导航市场企业发展概述 102
  - 一、千家厂商混战车载定位 102
  - 二、汽车导航同质化现象明显 103
- 第五节 解析汽车导航产业、市场、技术热点 103
  - 一、市场价格变动趋势 103
  - 二、2010年GPS导航地图软件更新升级在即 103
  - 三、GPS的发展方向 104
- 第七章 2010-2011年电子地图市场运行态势分析 106
  - 第一节 2010-2011年全球电子地图市场发展分析 106
    - 一、全球导航地图市场发展状况 106
    - 二、世界GPS地图市场变化 106
    - 三、大众化地图应用时代的挑战对策 108
  - 第二节 2010-2011年中国电子地图市场发展分析 108
    - 一、中国导航电子地图产业发展状况 108
    - 二、从电子地图产品需求分析 109
    - 三、政策对导航电子地图发展的影响 109
    - 四、中国GPS导航仪在地图测绘方面存在的问题 110



### 第三节 未来中国导航电子地图发展机遇与前景 111

一、中国车载导航电子地图发展空间分析 111

二、中国手机导航电子地图发展潜力 112

三、中国互联网电子地图发展前景 112

### 第四节 2010-2011年中国主要导航图厂商与发战动态分析 113

一、四维图新 113

二、瑞图万方 116

三、高德 117

四、灵图 118

五、凯立德 119

### 第五节 2010-2011年国内地理信息提供商分析 120

一、北京超图 120

二、武汉中地信息工程有限公司 121

三、ESRI 122

四、北京市测绘设计研究院 123

五、武大吉奥信息工程技术有限公司 124

## 第八章 2010-2011年智能交通与动态导航运行新态势分析 126

### 第一节 智能交通与动态导航 126

一、智能交通系统 126

二、RFID智能交通监控系统 128

三、智能交通ITS、管理系统 130

四、城市出租车智能管理系统 130

五、RFID快速通行不停车智能管理系统 131

### 第二节 2010-2011年中国智能交通市场发展情况分析 132

一、交通部积极推动智能交通发展 132

二、智能交通带来无限商机 133

三、ITS市场分析 133

四、ITS技术分析 134

五、政策分析 135

### 第三节 车载路径导航系统与动态路径导航 136

一、车载路径导航系统定义 136

二、动态路径导航系统的构成 138

三、车载导航业发展预测 139

四、关于路径诱导系统发展特点 140

### 第四节 车载动态导航系统关键技术 141

- 一、关键硬件 141
- 二、MINIGUI在车载导航终端中的应用 141
- 三、嵌入式车载导航电子地图 147
- 第五节2010-2011年动态诱导系统的发展情况 149
  - 一、我国动态诱导系统发展情况 149
  - 二、交通诱导系统的基本构成与国外发展动态 150
- 第六节 城市智能交通管理信息服务系统发展展望 154
  - 一、城市智能交通管理信息服务系统概述 154
  - 二、城市智能交通管理信息服务系统逻辑结构 156
  - 三、城市智能交通管理系统关键技术 157
  - 四、城市智能发展展望 159
- 七、中国智能交通系统发展战略研究 160
- 第九章 2010-2011年卫星导航的竞争格局透析 162
  - 第一节 2010-2011年卫星导航的国际竞争分析 162
    - 一、全球四大卫星定位系统格局分析 162
    - 二、国外三大卫星导航系统政策与竞争分析 163
    - 三、欧、俄卫星导航竞争动态 168
  - 第二节 2010-2011年中国卫星导航竞争分析 169
    - 一、中俄之间卫星导航系统竞争分析 169
    - 二、2010-2011年中国推新卫星导航系统竞争力预测 171
  - 第三节 2010-2011年 GPS市场竞争分析 172
    - 一、中国GPS市场竞争分析 172
    - 二、GPS和PND的竞争情况 172
    - 三、GPS手机和Nokia手机的竞争分析 173
    - 四、GPS芯片市场竞争分析 173
  - 第四节 2010-2011年车载导航与电子地图竞争分析 174
    - 一、汽车导航市场竞争白热化 174
    - 二、汽车导航无序竞争搅乱市场 174
    - 三、电子地图竞争激烈分析 175
    - 四、国内导航地图市场的竞争法则 176
- 第十章 2010-2011年中国卫星导航产业重点企业运行分析 178
  - 第一节 卫星导航运营商服务商 178
    - 一、北京合众思壮 178
    - 二、北京北斗星通 179
    - 三、中寰卫星导航 179

四、北京中软	180
五、深圳赛格导航	181
第二节 重点品牌GPS厂家	181
一、北京城际高科	181
二、江苏新科电子	182
三、宇达电通	183
四、北京纽曼	183
五、北京华旗资讯	184
六、盈科创展	185
七、深圳航盛	185
八、深圳麦士威	186
第三节 中国兼做GPS业务的重点企业分析	186
一、航天晨光股份有限公司（600501）	186
二、中国电信集团公司	187
三、中国移动通信集团公司	188
四、中国联合通信有限公司（600050）	190
五、长虹集团（600839）	190
第十一章2011-2015年中国卫星导航市场投资战略研究	191
第一节 2010-2011年中国卫星导航业投资概况	191
一、产业投资特性	191
二、产业投资环境分析	192
第二节 2011-2015年中国卫星导航投资商机点评	199
一、中国卫星导航企业面临巨大的市场机遇	199
二、投资机会侧重于上游产业链中的芯片和终端设备提供商	200
三、下游应用服务的投资机会	200
四、看好卫星导航/定位、同步授时两大增值服务	201
五、卫星导航设备及相关运营服务（PND、VIS）	201
第三节2011-2015年中国卫星导航投资风险预警	201
一、宏观调控政策风险	201
二、市场风险	202
三、进退入风险	202
四、技术风险	202
第四节 权威专家投资观点	203
第十二章2011-2015年中国卫星导航业市场前景和趋势	206
第一节 2011-2015年全球卫星导航业市场发展趋势分析	206

一、全球卫星导航系统的发展趋势	206
二、2015年GPS手机出货量预测	206
三、2012年全球GPS便携终端发展预测	207
四、2013年全球GPS设备和系统市场发展预测	207
第二节 2011-2015年中国北斗卫星导航定位系统发展预测	208
一、2010-2011年中国北斗卫星导航定位系统发展预测	208
二、2020年中国北斗卫星导航系统发展预测	209
第三节 2011-2015年中国卫星导航产业发展前景与趋势	209
一、未来GPS市场发展趋势	209
二、未来中国导航定位业务发展前景	210
三、到2011年中国GPS市场发展的前景	211
第四节 2011-2015年中国GPS市场发展形势预测分析	212
一、中国市场容量分析	212
二、CMMB发展对GPS的拉动作用	212
三、3G将为GPS市场带来的机遇	213
四、GPS发展的TMC动力	213
五、GPS发展的挑战	214
第五节 2011-2015年中国GPS市场发展趋势分析	215
一、GPS市场品牌发展趋势	215
二、GPS方案技术发展趋势	216
三、GPS销售渠道发展趋势	216
四、GPS硬件发展趋势	218
五、GPS市场的细分与融合趋势	218
【图表目录】	
图表 1 汽车导航产业链图	25
图表 2 卫星轨道分布图	28
图表 3 GPS系统构架	30
图表 4 SOFTWARE GPS构架	30
图表 5 基于RF8110的SOFTWARE GPS	31
图表 6 PXA-27X与RF8110的连接图	32
图表 7 SOFT GPS运算软件的移植	32
图表 8 QZSS的L波段频率	56
图表 9 QZSS用户定位精度仿真结果	56
图表 10 MSAS/QZSS和GAGAN/IRNSS导航信号	57
图表 11 2011年4-5月中国GPS市场品牌关注比例对比	86

- 图表 12 2011年5月中国GPS市场最受关注十大产品及参数 87
- 图表 13 2011年4-5月中国GPS市场不同价格段产品关注对比 88
- 图表 14 2011年4-5月中国GPS市场不同类型产品关注对比 88
- 图表 15 2011年4-5月中国GPS市场不同屏幕尺寸产品关注对比 89
- 图表 16 2002-2009年中国GPS导航仪产量情况 100
- 图表 17 2011-2013年中国GPS导航仪产量预测 100
- 图表 18 2010年中国因高速改名GPS升级在即 103
- 图表 19 GPS新的应用情况 104
- 图表 20 2006-2012年中国互联网地图服务市场规模 112
- 图表 21 ARCGIS产品的基本构架 123
- 图表 22 智能交通系统图 126
- 图表 23 车载导航功能对比表 137
- 图表 24 车载GPS/DR组合导航系统的组成 138
- 图表 25 2006-2011年中国车载GPS销量及预测 139
- 图表 26 2009-2010GPS细分市场容量及增长率 139
- 图表 27 车载导航终端整体设计方案 141
- 图表 28 系统层次结构框图 142
- 图表 29 MINIGUI主程序框架 145
- 图表 30 定位信息接收子进程框图 145
- 图表 31 地图绘制函数流程图 146
- 图表 32 导航信息系统 147
- 图表 33 双缓存技术解决重绘图 149
- 图表 34 美国GPS、欧洲“伽利略”、俄罗斯“格洛纳斯”和中国北斗卫星导航四大定位系统 162
- 图表 35 美元指数及美国基准利率变化图（2007.01.01-2010.12.24） 192
- 图表 36 美国经常项目/GDP变化图（2005.1-2010.10） 193
- 图表 37 美国个人储蓄/可支配收入变化图（2005.1-2010.10） 193
- 图表 38 欧洲五国五年期CDS变化图（2010.1.1-2010.12.24） 194
- 图表 39 欧洲五国政府外债及银行外债占比变化表（2010） 194
- 图表 40 欧元区工业产值变化图（2007.1-2010.9） 195
- 图表 41 欧洲五国工业景气指数变化图（2003.1 -2010.10） 195
- 图表 42 中国M1和M2同比变化图（2007.1.1-2010.10） 196
- 图表 43 中国新增贷款量变化图（2007.1.1-2010.10） 197
- 图表 44 2008年经济适用房完成情况变化图（2008） 198
- 图表 45 2009年经济适用房完成情况变化图（2009） 198
- 图表 46 GPS销售渠道构成 216

《中国卫星导航产业市场调查及发展分析报告(2011-2015年)》系统全面的调研了卫星导航的市场宏观环境情况、行业发展情况、市场供需情况、企业竞争力情况、产品品牌价值情况等，旨在为企业提供专项产品深度市场信息，为企业投资、经营决策提供科学参考依据。

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/ruanjian/114584114584.html>