

2016-2022年中国卫星导航行业运行态势与发展规划研究报告

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《2016-2022年中国卫星导航行业运行态势与发展规划研究报告》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/dianzishebei/239419239419.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

卫星导航定位技术是指利用导航系统所提供的位置、速度及时间信息对各种目标进行定位、导航及监管的一项新兴技术。与传统的导航定位技术相比，由于卫星导航定位技术具有全时空、全天候、连续实时地提供导航、定位和定时的特点，在海、陆、空、天四大应用领域中，凡是需要动态或静态定位、定姿、定时和导航信息的地方都会采用卫星导航信息。因此，卫星导航定位系统一经问世，在市场需求的牵动下很快就深入到各国军事、安全、经济领域的方方面面，开拓了移动位置服务等全新的信息服务领域，并迅速发展成为一个新兴的产业——卫星导航定位产业。

时间和空间信息是联接“虚拟”和“现实”世界的核心信息，卫星导航技术是当前和未来很长一段时期内，最简便、最成熟、成本最低的精准时空信息获取手段，卫星导航所提供的动态时空大数据，是实现智能化服务的出发点（信息内容）与落脚点（服务对象）。

全球卫星导航系统包括全球系统、区域系统和增强系统。全球系统有美国的GPS、俄罗斯的GLONASS、欧洲的Galileo、中国的北斗导航系统。区域系统包括日本的QZSS、印度的IRNSS。增强系统包括美国的WAAS、欧洲的EGNOS、日本的MSAS、印度的GAGAN、尼日利亚的NIGCOMSAT-1。

我国北斗导航将成为信息产业的核心。北斗是国家重大空间和信息化基础设施，北斗承载着国家独立掌握自主时空基准和位置信息控制权的战略意图，北斗是保障国家安全的必要技术手段，北斗作为我国自主的卫星导航系统代表着未来巨大的政治经济利益，北斗是“一带一路”服务全球的先行者，“军民融合”产业发展的排头兵，“创业创新”瞪羚企业的策源地。

北斗为核心时空为体的智能信息行业

卫星导航市场主要三大市场分别为特殊（安全）应用市场、行业应用市场、大众应用市场。高端市场，特殊（安全）应用市场，处于持续稳定增长期，主要应用在军事、公安武警、应急救援上。关键及核心市场，行业（领域）应用市场，处于规模化应用发展期，主要应用在国土资源、测绘与建筑工程、水陆空交通运输等。大众（个人）应用市场，最大市场，处于标配化应用启动期，主要应用在私家车、移动端端、个人位置服务等。卫星导航产业市场中应用在军事、公安武警领域的高端市场对于卫星导航技术的要求高精度。

卫星导航三大应用市场

中国报告网发布的《2016-2022年中国卫星导航行业运行态势与发展规划研究报告》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。

报告大纲：

第一章 中国卫星导航行业发展概述

1.1 卫星导航行业发展情况概述

1.1.1 卫星导航的基本情况介绍

1.1.2 卫星导航的发展特点分析

1.2 行业上下游产业链分析

1.2.1 产业链模型原理介绍

1.1.2 行业产业链分析

1.3 行业生命周期分析

1.3.1 行业生命周期理论概述

1.3.2 行业所属的生命周期分析

1.4 行业经济指标分析

1.4.1 行业的赢利性分析

1.4.2 行业附加值的提升空间分析

1.4.3 行业进入壁垒与退出机制分析

第二章 世界卫星导航行业市场发展现状分析

2.1 全球卫星导航行业发展历程回顾

2.2 全球卫星导航行业市场规模分析

2.3 全球卫星导航行业市场区域分布情况

2.4 亚洲地区市场分析

2.5 欧盟主要国家市场分析

2.6 北美地区主要国家市场分析

2.7 2016-2022年世界卫星导航发展走势预测

2.8 2016-2022年全球市场规模预测

第三章 中国卫星导航产业发展环境分析

3.1 我国宏观经济环境分析

3.3 中国卫星导航行业政策环境分析

3.4 中国卫星导航产业社会环境发展分析

3.4.1人口环境分析

3.4.2教育环境分析

3.4.3文化环境分析

3.4.4 生态环境分析

3.4.5消费观念分析

第四章 中国卫星导航产业运行情况

4.1 中国发展状况情况介绍

4.1.1中国发展历程回顾

4.1.2中国技术现状分析

4.1.3中国发展特点分析

4.2 中国市场规模分析

4.3 中国市场供需情况分析

4.3.1中国产能情况分析

4.3.2中国产值分析

4.3.3中国产量统计与分析

4.3.4中国需求量分析

4.4 中国发展趋势分析

第五章 中国卫星导航市场格局分析

5.1 中国卫星导航行业竞争现状分析

5.2 中国集中度分析

5.2.1中国市场集中度分析

5.2.2中国企业集中度分析

5.2.3中国区域集中度分析

5.3 发展中存在的问题

第六章 中国卫星导航行业竞争情况

6.1 中国卫星导航行业竞争结构分析

6.1.1现有企业间竞争

6.1.2潜在进入者分析

6.1.3替代品威胁分析

6.1.4供应商议价能力

6.1.5客户议价能力

6.2 中国卫星导航行业SWOT分析

6.2.1中国卫星导航行业优势分析

6.2.2中国卫星导航行业劣势分析

6.2.3中国卫星导航行业机会分析

6.2.4中国卫星导航行业威胁分析

6.3中国卫星导航行业竞争力优势分析

第七章 中国卫星导航行业重点生产企业分析

7.1 航天时代电子技术股份有限公司

- (1) 企业概况
- (2) 企业主要经济指标分析
- (3) 企业盈利能力分析
- (4) 企业偿债能力分析
- (5) 企业运营能力分析
- (6) 企业成长能力分析

7.2 广州海格通信集团股份有限公司

- (1) 企业概况
- (2) 企业主要经济指标分析
- (3) 企业盈利能力分析
- (4) 企业偿债能力分析
- (5) 企业运营能力分析
- (6) 企业成长能力分析

7.3 北京四维图新科技股份有限公司

- (1) 企业概况
- (2) 企业主要经济指标分析
- (3) 企业盈利能力分析
- (4) 企业偿债能力分析
- (5) 企业运营能力分析
- (6) 企业成长能力分析

7.4 北京北斗星通导航技术股份有限公司

- (1) 企业概况
- (2) 企业主要经济指标分析
- (3) 企业盈利能力分析
- (4) 企业偿债能力分析
- (5) 企业运营能力分析
- (6) 企业成长能力分析

7.5 北京合众思壮科技股份有限公司

- (1) 企业概况
- (2) 企业主要经济指标分析
- (3) 企业盈利能力分析

(4) 企业偿债能力分析

(5) 企业运营能力分析

(6) 企业成长能力分析

第八章 2016-2022年中国卫星导航行业发展前景分析与预测

8.1 2016-2022年行业未来发展前景分析

8.1.1 国内投资环境分析

8.1.2 市场机会分析

8.1.3 投资增速预测

8.2 2016-2022年行业未来发展趋势预测

8.3 2016-2022年行业市场发展预测

8.3.1 行业市场规模预测

8.3.2 行业市场规模增速预测

8.3.3 行业产值规模预测

8.3.4 行业产值增速预测

8.4 2016-2022年行业盈利走势预测

8.4.1 行业毛利润同比增速预测

8.4.2 行业利润总额同比增速预测

第九章 2016-2022年中国卫星导航行业投资风险与营销分析

9.1 行业进入壁垒分析

9.1.1 行业技术壁垒分析

9.1.2 行业规模壁垒分析

9.1.3 行业品牌壁垒分析

9.2 2016-2022年中国卫星导航行业投资风险分析

9.2.1 行业政策风险分析

9.2.2 行业技术风险分析

9.2.3 行业竞争风险

9.2.4 行业其他风险分析

第十章 2016-2022年中国卫星导航行业发展策略及投资建议

10.1 2016-2022年中国卫星导航行业市场重点客户战略实施

10.1.1 实施重点客户战略的必要性

10.1.2 合理确立重点客户

10.1.3 对重点客户的营销策略

10.1.4 强化重点客户的管理

10.1.5 实施重点客户战略要重点解决的问题

10.2 2016-2022年中国卫星导航行业发展策略分析

10.3 观研天下行业分析师投资建议

10.3.1 2016-2022年中国卫星导航行业投资区域分析

10.3 .2 2016-2022年中国卫星导航行业投资产品分析

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，有利于降低企事业单位决策风险。

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/dianzishebei/239419239419.html>