



艾凯咨询
ICAN Consulting

2009-2012年中国卫星导航产业 投资策略分析及竞争战略研究咨 询报告

一、调研说明

《2009-2012年中国卫星导航产业投资策略分析及竞争战略研究咨询报告》是艾凯咨询集团经过数月的周密调研，结合国家统计局，行业协会，工商，税务海关等相关数据，由行业内知名专家撰写而成。报告意于成为从事本行业人士经营及投资提供参考的重要依据。

报告主要可分为四大部分，首先，报告对本行业的特征及国内外市场环境进行描述；其次，是本行业的上下游产业链，市场供需状况及竞争格局从宏观到细致的详尽剖析，接着报告中列出数家该行业的重点企业，分析相关经营数据；最后，对该行业未来的发展前景，投资风险给出指导建议。相信该份报告对您把握市场脉搏，知悉竞争对手，进行战略投资具有重要帮助。

官方网址：<https://www.icandata.com/view/127699.html>

报告价格： 纸介版9000元 电子版9000元 纸介版+电子版9200元

订购电话： 400-700-0142 010-80392465

电子邮箱： sales@icandata.com

联系人： 刘老师

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、摘要、目录、图表

→内容简介

卫星导航是一种利用空间卫星在任何时间向全球任何地方提供三维位置、三维速度和时间信息服务的信息系统，可广泛应用于军事和国民经济及社会生活各个方面，对保证国家安全、促进经济和社会发展具有重要意义。卫星导航在其它领域如航空、海路、铁路、建筑、电信、电力等方面的应用在"十一五"期间都会有很大的发展空间。卫星导航产业链正在形成，市场逐渐细分。作为一个新兴产业，我国卫星导航领域在产品与技术服务的发展方向上，已逐渐细分，初步出现市场定位上的差异，产业链的形成，标志着这个极具生命力的产业逐步走向成熟。

2009年，中国GPS产业将迎来一个新的里程碑。更多个性化，满足不同平台的定制性GPS产品将会出现在消费者面前。比如，专门为手机平台定制的，更能体现手机功能优势的移动导航系统；再比如针对女性、商务人士等不同人群的特殊系统，并以此促进多个硬件平台的功能性细分。市场的细分化发展是未来GPS发展的必然趋势。在产品功能细分的同时，随着3C融合的加快，GPS和其他产品的融合也逐渐成为趋势。GPS和MP3、MP4、游戏机等终端的融合逐渐加快。毫无疑问，未来GPS和其他产品的融合也是未来的一种发展趋势。目前，中国导航产业也已进入快速发展阶段。中国庞大的私人汽车市场和当前相对低GPS装配率，让国内外卫星导航企业都为之觊觎。近年来，GPS总量连续三年保持高速增长，行业总体容量增大，吸引更多竞争企业加入，大众消费市场日渐升温，消费选择出现品牌化趋向。

随着GPS卫星通信技术在移动终端设备上的广泛应用，其地位变得愈发重要。尽管GPS手机和车载GPS系统是目前利润最为丰厚的市场，然而其它的专业应用市场份额也在攀升。预计到2013年，全球GPS设备和系统市场规模将达到2400亿美元。GPS将成为手机的标准功能。在今后5年，全球GPS便携终端数量以年率49%的速度增长，2012年全球达到8亿3000万台。2009-2013年，我国卫星导航行业将继续整合，产业规模进一步集中。一个是得益于产业规模的集中，再就是技术的创新，还有产业的整合。GPS和消费电子产品的融合将成为未来的一种发展趋势。内容服务的延伸和创新推动GPS产业的生态系统建设。2009-2013年，GPS产业的发展复合增长率达到18.6%，而且是高速成长的，2012年、2013年是关键年，将会突破1000亿。在未来细分市场预测，发展速度比较快的还是GPS手机，主要是ICT的融合产品，2009-2010年GPS手机市场就会超过PND市场，开始跃居到第一位。在这里面PND市场相对占的市场规模这几年还是比较大，整体达到399.46亿，整体增长速度达到12.6%，速度增长最快的是GPS手机达到19.8%。前装和改装市场将有所回落，至少增速有所回落。

本研究咨询报告在大量周密的市场调研基础上，主要依据了国家统计局、国家发改委、国

家工业和信息化部、中国全球定位系统技术应用协会、中国GPS应用协会、国家测绘局、中国电波研究所、合众思壮、瑞图万方、四维图新、城际高科、上汽集团、神达、高德、灵图、美国高通、上海大众、伟世通、矢野研究所、大唐天易、深圳航盛、武汉立得、上海畅想、北斗星通、清华大学、全国及海外多种相关报刊杂志的基础信息以及卫星导航专业研究单位等公布和提供的大量资料。报告对全球卫星导航产业的发展现状、中国卫星导航产业的发展状况，以及卫星导航细分市场情况等重大问题进行了分析，并重点研究了各类卫星导航产品、卫星导航技术的生产、研发情况和销售状况，是卫星导航产业相关企业、科研单位、政府部门等准确了解目前中国卫星导航产业发展动态，把握企业定位和发展方向不可多得的精品。

→报告目录

第一部分 行业发展现状

第一章 卫星导航的概述 1

第一节 卫星导航的定义和系统介绍 1

一、卫星导航定义 1

二、卫星导航系统 1

第二节 卫星导航的分类与功能 3

一、导航产品的分类 3

二、卫星导航终端的主要功能 3

三、卫星导航系统技术的应用及其拓展 4

四、卫星定位与导航技术 9

第三节 导航产业链及产业发展特点 12

一、导航产业链分析 12

二、卫星导航产业的发展特点 13

第四节 软件GPS原理与应用 15

一、全球卫星定位系统概况 15

二、GPS的传统架构 17

三、软件GPS原理 19

四、软件GPS应用 20

第五节 卫星导航定位技术的进展和应用前景 22

一、系统更新、升级及新系统发展方面 22

二、新技术、新方法的应用方面 26

第二章 全球卫星导航市场分析 44

第一节 世界卫星导航发展概述 44

一、世界卫星导航发展历史 44

二、全球卫星导航市场情况 51

第二节 全球卫星导航市场分析 53

一、全球卫星导航产业发展分析 53

二、美俄欧卫星导航行业的对比 55

第三节 全球GPS发展与应用 57

一、GPS连续运行站网和综合服务系统的发展 57

二、GPS应用于电离层监测 59

三、GPS应用于对流层监测 60

四、GPS作为卫星测高仪的应用 61

五、GPS全球卫星定位技术在摄影测量中的用途 61

第四节 美国卫星导航市场分析 62

一、美国GPS系统介绍 62

二、美国GPS运行系统管理分析 65

三、美国GPS定位智能运输系统分析 68

四、2008-2009年美国卫星导航行业发展现状 69

五、2008-2009年美国卫星导航技术发展分析 70

第五节 俄罗斯卫星导航市场分析 71

一、俄罗斯Glonass系统 71

二、2008-2009年俄罗斯卫星导航行业发展现状 74

三、2008-2009年俄罗斯卫星导航行业发展特点 76

四、2008-2009年俄罗斯卫星导航技术发展分析 76

五、2015年俄罗斯卫星导航行业发展趋势 77

第六节 欧洲卫星导航市场分析 78

一、欧洲伽利略系统 78

二、2008-2009年欧洲卫星导航行业发展现状 80

三、2008-2009年欧洲卫星导航技术发展分析 81

四、欧洲卫星导航行业发展趋势 82

第三章 我国卫星导航业发展分析 84

第一节 我国卫星导航业发展的状况 84

- 一、我国的卫星导航业发展历史与现状 84
- 二、我国卫星导航产业发展的特点 90
- 三、卫星导航产业发展的重要意义 92
- 四、我国卫星导航呈现多元化格局分析 93
- 五、卫星导航产业对上海经济发展的影响 97

第二节 中国"北斗"卫星导航系统的发展情况 100

- 一、中国北斗导航系统的介绍 100
- 二、北斗卫星导航应用五年成就与启示 103
- 三、2008年北斗卫星导航定位系统入网用户情况 108
- 四、北斗一号卫星导航系统与GPS的优势比较 109
- 五、2009年中国北斗二号卫星导航系统布网情况 111
- 六、中国北斗定位导航系统精度分析 114

第三节 北斗卫星导航系统的效益与应用分析 116

- 一、北斗卫星导航定位系统产生的社会效益 116
- 二、第二代北斗卫星导航系统简介及应用展望 117
- 三、北斗卫星导航系统在TD-SCDMA系统中的应用 119
- 四、北斗系统在军事上应用的发展 125

第四节 2008-2009年我国卫星导航市场分析 128

- 一、2008-2009年中国GPS导航产业现状 128
- 二、2008-2009年中国GPS市场发展面临的问题 129
- 三、2009年中国GPS导航市场发展态势 130
- 四、2009年卫星导航市场的走向分析 132

第四章 我国GPS市场发展分析 134

第一节 我国GPS市场发展情况 134

- 一、我国民用GPS产业现状 134
- 二、2008年中国GPS市场发展情况 135
- 三、2009年我国GPS导航手机市场分析 136
- 四、2009年2月中国GPS市场分析 138
- 五、我国GPS厂商网络直销的优势 141

第二节 我国GPS市场发展困境及政策动向 142

一、GPS产业发展的弊端 142

二、中国GPS市场发展面临的问题 143

三、制约我国GPS发展因素分析 143

四、2009年我国GPS导航界政策动向分析 145

第三节 2008年中国GPS导航仪市场调查研究 146

一、调查结论 146

二、整体市场产品调查 148

三、品牌关注格局 151

四、价格关注调查 158

第四节 2009年1-5月中国GPS市场分析 166

一、市场概述及结论 166

二、整体市场品牌关注调查 173

三、产品价格结构 183

四、细分市场品牌结构 190

第五章 中国卫星导航细分市场分析 198

第一节 汽车导航市场 198

一、2008-2009年行业发展现状分析 198

二、2008-2009年市场需求情况分析 200

三、2008-2009年市场规模情况分析 203

四、2008-2009年行业竞争格局分析 203

五、2009-2012年行业发展趋势分析 204

第二节 电子地图市场 207

一、2008-2009年行业发展现状分析 207

二、2008-2009年市场需求情况分析 210

三、2008-2009年市场规模情况分析 212

四、2008-2009年行业竞争格局分析 213

五、2009-2012年行业发展趋势分析 220

第三节 智能交通与动态导航市场 224

一、2008-2009年行业发展现状分析 224

二、2008-2009年市场需求情况分析 228

三、2008-2009年市场规模情况分析 231

四、2008-2009年行业竞争格局分析 232

第二部分 行业竞争格局

第六章 卫星导航行业竞争格局分析 235

第一节 领先者市场竞争策略 235

一、维护高质量形象 235

二、扩大市场需求总量 235

三、保护市场份额 236

四、扩大市场份额 236

第二节 挑战者市场竞争策略 237

一、正面进攻 237

二、侧翼攻击 237

三、包围进攻 237

四、迂回攻击 238

五、游击战 238

第三节 2008-2009年GPS市场竞争格局分析 238

一、我国GPS市场竞争分析 238

二、GPS和PND的竞争格局 239

三、GPS手机和Nokia手机的竞争格局 240

四、GPS芯片市场竞争格局 242

第四节 中国卫星导航行业竞争格局走势 245

一、中俄之间卫星导航系统竞争分析 245

二、2008-2009年卫星导航企业竞争格局 246

三、2010年中国卫星导航系统竞争力预测 249

第七章 卫星导航企业发展策略分析 251

第一节 卫星导航市场竞争策略分析 251

一、金融危机对GPS市场的影响 251

二、国内GPS行业竞争策略 252

第二节 卫星导航业应对金融危机的策略 253

一、调整产品结构 253

- 二、积极转向新兴市场 253
- 三、积极利用金融工具规避风险 253
- 四、重新认识和开拓国内市场 253
- 第三节 我国卫星导航产业发展战略 254
- 一、重要性和迫切性 254
- 二、核心技术 254
- 三、标准体系 255
- 四、产业部门重视 255
- 五、争取主动权 256
- 六、信息服务支撑 256

第八章 我国卫星导航企业竞争分析 257

第一节 卫星导航运营商服务商 257

- 一、北京合众思壮 257
- 二、北京北斗星通 262
- 三、中寰卫星导航 273
- 四、北京盛基恒信 273
- 五、北京中软 275
- 六、深圳赛格导航 277

第二节 重点品牌GPS厂家 279

- 一、北京城际高科 279
- 二、江苏新科电子 282
- 三、宇达电通 283
- 四、北京纽曼 286
- 五、北京华旗资讯 288
- 六、盈科创展 291
- 七、深圳航盛 293
- 八、深圳麦士威 294

第三节 我国兼做GPS业务的重点企业分析 295

- 一、航天晨光股份有限公司 295
- 二、中国电信集团公司 302
- 三、中国移动通信集团公司 313

四、中国联合网络通信股份有限公司 323

五、长虹集团 329

第三部分 行业前景预测

第九章 卫星导航行业发展趋势分析 333

第一节 2009年我国GPS市场发展趋势分析 333

一、2009年GPS市场品牌发展趋势 333

二、2009年GPS方案技术发展趋势 334

三、2009年GPS销售渠道发展趋势 335

四、2009年GPS硬件发展趋势 337

五、2009年GPS市场的细分与融合趋势 338

第二节 "十一五"卫星导航产业市场发展预测 338

一、国内外市场与技术发展趋势 338

二、国内产业发展趋势 339

三、"十一五"发展思路及重点 340

第三节 我国卫星导航行业前景与机遇分析 341

一、2009年GPS行业的机遇与挑战 341

二、2009年GPS产品发展走势 343

第十章 未来卫星导航行业发展预测 346

第一节 2009-2012年国际卫星导航市场预测 346

一、2009-2012年全球卫星导航系统发展趋势 346

二、2011年全球GPS手机出货量预测 347

三、2012年全球GPS便携终端发展预测 349

四、2013年全球GPS设备发展预测 349

第二节 2009-2012年国内卫星导航市场预测 350

一、2009-2012年我国卫星导航发展前景 350

二、2009-2012年我国GPS市场增长趋势 355

三、2009-2013年GPS市场规模发展趋势 357

第三节 我国北斗卫星导航定位系统发展预测 358

一、2009-2010年我国北斗卫星导航系统发展预测 358

二、2015年我国北斗卫星导航系统发展预测 358

三、2020年我国北斗卫星导航系统发展预测 359

第四部分 行业投资分析

第十一章 卫星导航行业投资环境分析 361

第一节 经济发展环境分析 361

一、2008年中国宏观经济发展情况 361

二、2009年1-4月我国宏观经济运行分析 378

三、2009-2010年中国宏观经济趋势预测 389

四、2009-2010年投资趋势及其影响预测 394

第二节 政策法规环境分析 396

第三节 社会发展环境分析 397

一、2009年全国居民收入情况分析 397

二、2009年全国社会消费品零售总额 398

三、2009年全国居民消费价格分析 399

第四节 电子信息产业振兴规划 403

一、电子信息产业振兴规划细则 403

二、电子信息产业振兴规划主要任务 411

三、电子信息产业振兴规划主要工程 412

四、电子信息产业振兴规划主要措施 413

五、电子信息产业振兴规划的意义与作用 414

六、电子信息产业振兴规划对卫星导航行业的影响 417

第十二章 2009-2012年卫星导航业投资分析 419

第一节 2009-2012年卫星导航行业投资分析 419

一、2009-2012年中国GPS投资前景分析 419

二、2009-2012年中国GPS投资机遇分析 421

三、2009-2012年中国GPS导航行业投资预测 424

第二节 2009-2012年我国卫星导航企业发展策略 425

一、坚守核心主业 425

二、构建优质渠道 425

三、整合优质资源 426

四、提升经营能力 427

五、明确品牌形象 428

六、调整市场策略 428

图表目录：

图表：导航产业价值链 13

图表：卫星轨道分布图 16

图表：GPS系统架构 19

图表：SoftwareGPS架构 19

图表：基于RF8110的SoftGPS系统 20

图表：PXA-27X与RF8110的连接图 21

图表：SoftGPS运算软件的移植 21

图表：日本MSAS系统结构示意图 25

图表：日本准天顶卫星系统DOP分析 25

图表：卫星定位技术的发展历程 27

图表：各种GPS定位技术指标参数 27

图表：基于PANDA软件的全球性精密单点定位 28

图表：基于INTERT、公众网的精密单点定位服务 29

图表：LEICA-SPIDER功能模块图 33

图表：Power-NET系统结构图 35

图表：CORS在各种网格中所处的位置 36

图表：CORS一般结构图 37

图表：基准站子系统结构简图 38

图表：系统控制中心结构简图 38

图表：用户数据中心结构简图 38

图表：用户应用子系统结构简图 39

图表：2009-2011年全球导航系统市场规模及预测 49

图表：googletrends上对关键字"GPS"的搜索 50

图表：GPS导航卫星系统简图 51

图表：推动全球GPS市场的两大因素 52

图表：GPS系统的总览与概况 62

图表：新卫星模拟图 71

图表："伽利略"卫星导航系统示意图 78

图表：中国的北斗卫星系统仿真图。 112

图表：中国北斗定位导航系统示意图 114

图表：欧洲伽利略定位导航系统示意图 114

图表：中国北斗定位卫星模型 115

图表：2009年1-2月中国市场最受用户关注的前十大GPS品牌对比变化表 140

图表：2008年11月产品数量最多的GPS厂商分布 148

图表：2008年12月最受用户关注的十大GPS品牌分布 149

图表：2008年11月与12月最受用户关注的十大品牌分布对比状况 150

图表：2008年12月GPS市场前十大品牌产品数量分布对比 151

图表：2008年11月最受用户关注的15大GPS品牌排行榜 152

图表：2008年11月最受用户关注的15大GPS品牌排行榜 152

图表：2008年10月与11月最受用户关注的十大品牌分布对比 153

图表：2008年11月不同价位区间GPS导航仪数量分布对比 154

图表：2008年11月不同价位区间GPS关注分布比例 155

图表：2008年10月与11月不同价位GPS关注比例分布 155

图表：2008年12月最受用户关注的前十款高端GPS 156

图表：2008年12月最受用户关注的前十款中端GPS 157

图表：2008年12月最受用户关注的前十款低端GPS 157

图表：2008年11月最受用户关注的十大高端GPS品牌分布 158

图表：2008年11月最受用户关注的十大中端GPS品牌分布 159

图表：2008年11月最受用户关注的十大低端GPS品牌分布 160

图表：2008年11月最受用户关注的前十款3000元以上高端GPS 160

图表：2008年11月最受用户关注的前十款中端GPS（价格为1500-3000元） 161

图表：2008年11月最受用户关注的前十款1500元以下GPS 162

图表：2008年12月不同价位区间GPS关注分布比例 163

图表：2008年11月与12月不同价位区间产品关注分布对比 164

图表：2008年12月不同价位区间GPS导航仪数量分布对比 165

图表：2009年3月中国市场最受用户关注的十大GPS品牌分布图 168

图表：2009年3月中国市场最受用户关注的前十大GPS品牌排行榜 168

图表：2009年4月中国市场最受用户关注的前十款GPS产品排行 169

图表：2009年5月中国市场最受用户关注的前十大GPS品牌分布图 171

图表：2009年5月与4月最受用户关注的前十大GPS品牌的排行对比情况 172

图表：2009年1月消费者关注产品数量较多的主流GPS品牌分布 173

图表：2009年1月最受用户关注的十大GPS品牌分布 174

图表：2008年12月最受关注十大品牌和2009年1月最受关注十大品牌对比 175

图表：2009年2月中国市场最受用户关注的十大GPS品牌分布图 176

图表：2009年1-2月最受用户关注的十大GPS品牌分布对比状况 177

图表：2009年2月中国GPS市场最受用户关注的十大品牌产品数量对比图 178

图表：2009年3月与2月中国GPS市场最受用户关注的前十大品牌分布对比图 179

图表：2009年4月与3月最受用户关注的前十款GPS产品对比情况 180

图表：2009年5月中国GPS市场七大区域用户关注分布图 181

图表：2009年5月七大区域最受用户关注的前十大GPS品牌的排行对比情况 182

图表：2009年1月不同价格区间消费者关注的产品数量分布 183

图表：2009年1月不同价位GPS关注比例分布 184

图表：2009年2月中国GPS市场不同价格区间用户关注分布图 185

图表：2009年2月中国GPS市场不同价格区间产品数量分布图 186

图表：2009年1-2月中国GPS市场不同价格区间产品数量对比图 187

图表：2009年5月中国市场不同价格区间GPS用户关注分布图 188

图表：2009年5月中国GPS市场不同价格区间产品数量及用户关注比例对比图 189

图表：2009年1月-5月中国GPS市场不同价格区间产品数量走势图 190

图表：2009年1月我国GPS细分市场品牌结构 191

图表：2009年2月中国GPS市场不同价格区间最受关注GPS品牌对比图 193

图表：2009年1季度GPS地图类型市场关注比例统计 195

图表：2009年1季度GPS不同响应时间市场关注比例统计 196

图表：2009年1月-5月中国GPS市场不同价格区间用户关注走势图 197

图表：2006-2012年全球汽车导航市场出货量预测 206

图表：365地图界面 215

图表：图吧界面 216

图表：我要地图界面 216

图表：图盟界面 217

图表：2008年导航电子地图市场结构 222

图表：2008年消费者对GPS导航地图产品关注因素研究 223

图表：北京市计划建设的智能交通系统 229

图表：广州市的智能交通系统 230

图表：2001-2007年高速公路通信/监控和收费系统市场发展走势 232

图表：北斗卫星海洋渔业安全生产与交易信息服务应用示范工程项目 264

图表：2008年2、4季度北京北斗星通导航技术股份有限公司主营构成表 266

图表：2008-2009年1季度北京北斗星通导航技术股份有限公司每股指标 267

图表：2008-2009年1季度北京北斗星通导航技术股份有限公司获利能力表 267

图表：2008-2009年1季度北京北斗星通导航技术股份有限公司经营能力表 268

图表：2008-2009年1季度北京北斗星通导航技术股份有限公司偿债能力表 268

图表：2008-2009年1季度北京北斗星通导航技术股份有限公司资本结构表 268

图表：2008-2009年1季度北京北斗星通导航技术股份有限公司发展能力表 268

图表：2008-2009年1季度北京北斗星通导航技术股份有限公司现金流量分析表 269

图表：2008-2009年1季度北京北斗星通导航技术股份有限公司利润分配表 269

图表：北京盛基恒信主要GPS产品 274

图表：城际通品牌导航产品型号及价格 281

图表：新科导航产品型号及价格 283

图表：神达导航设备型号及市场价格 284

图表：纽曼导航产品型号及价格 287

图表：爱国者品牌导航产品主要型号及价格 291

图表：凯立德神行者导航产品型号及价格 293

图表：2008年2、4季度南京航天晨光股份有限公司主营构成表 296

图表：2008-2009年1季度南京航天晨光股份有限公司每股指标 297

图表：2008-2009年1季度南京航天晨光股份有限公司获利能力表 298

图表：2008-2009年1季度南京航天晨光股份有限公司经营能力表 298

图表：2008-2009年1季度南京航天晨光股份有限公司偿债能力表 298

图表：2008-2009年1季度南京航天晨光股份有限公司资本结构表 298

图表：2008-2009年1季度南京航天晨光股份有限公司发展能力表 299

图表：2008-2009年1季度南京航天晨光股份有限公司现金流量分析表 299

图表：2008-2009年1季度南京航天晨光股份有限公司利润分配表 299

图表：2007-2008年中国电信股份有限公司经营收入 303

图表：2007-2008年中国电信股份有限公司经营收益 304

图表：2007-2008年中国电信股份有限公司流动资产情况 304

图表：2007-2008年中国电信股份有限公司非流动资产情况 304

图表：2007-2008年中国电信股份有限公司利润情况 305

图表：2007-2008年中国电信股份有限公司负债及权益 305

图表：2007-2008年中国电信股份有限公司经营成果 306

图表：2007-2008年中国电信股份有限公司财务成本净额 306

图表：2007-2008年中国电信股份有限公司所得税情况 306

图表：2007-2008年中国电信股份有限公司税前利润 307

图表：2007-2008年中国电信股份有限公司应收款项 307

图表：2007-2008年中国电信股份有限公司应付款项 307

图表：2009年1季度中国电信股份有限公司财务数据 308

图表：2009年1季度中国电信股份有限公司业务数据 308

图表：2007-2008年中国移动股份有限公司营运收入 314

图表：2007-2008年中国移动股份有限公司营运利润 315

图表：2007-2008年中国移动股份有限公司每股指标 315

图表：2007-2008年中国移动股份有限公司非流动资产情况 315

图表：2007-2008年中国移动股份有限公司流动资产情况 316

图表：2007-2008年中国移动股份有限公司其他营运支出 316

图表：2007-2008年中国移动股份有限公司税项情况 316

图表：2007-2008年中国移动股份有限公司股息情况 317

图表：2007-2008年中国移动股份有限公司每股盈利情况 317

图表：2007-2008年中国移动股份有限公司应付帐款情况 318

图表：2008年2、4季度中国联合网络通信股份有限公司主营构成表 324

图表：2008-2009年1季度中国联合网络通信股份有限公司每股指标 324

图表：2008-2009年1季度中国联合网络通信股份有限公司获利能力表 324

图表：2008-2009年1季度中国联合网络通信股份有限公司经营能力表 325

图表：2008-2009年1季度中国联合网络通信股份有限公司偿债能力表 325

图表：2008-2009年1季度中国联合网络通信股份有限公司资本结构表 325

图表：2008-2009年1季度中国联合网络通信股份有限公司发展能力表 326

图表：2008-2009年1季度中国联合网络通信股份有限公司现金流量分析表 326

图表：2008-2009年1季度中国联合网络通信股份有限公司利润分配表 326

图表：我国用户购买GPS设备的主要途径 335

图表：2009-2011年全球GPS手机出货量预测 347

图表：我国电子地图行业相关管理规定 351

图表：我国八家导航电子地图厂商业务情况对比 351

图表：2009-2010年中国车载GPS销售情况及预测 352

图表：2009-2010年中国无线导航用户规模及预测 353

图表：2008年北京奥运会交通信息项目规划一览 353

图表：中佳讯DH600与网络导航产品的对比表 354

图表：2006-2011年GPS手机市场增长图 355

图表：2006-2011年PND市场增长图 355

图表：各企业GPS手机市场占有率比例图 356

图表：2008年1-4季度国内生产总值 361

图表：2004-2008年国内生产总值及其增长速度 362

图表：2004-2008年居民消费价格指数涨跌幅度 362

图表：2008年居民消费价格比上年涨跌幅度 363

图表：2004-2008年年末国家外汇储备 363

图表：2004-2008年税收收入及其增长速度 364

图表：2004-2008年粮食产量及其增长速度 365

图表：2008年主要工业产品产量及其增长速度 366

图表：2008年1-11月规模以上工业企业实现利润及其增长速度 367

图表：2004-2008年建筑业增加值及其增长速度 368

图表：2004-2008年固定资产投资及其增长速度 368

图表：2008年分行业城镇固定资产投资及其增长速度 369

图表：2008年固定资产投资新增主要生产能力 370

图表：2008年房地产开发和销售主要指标完成情况 370

图表：2004-2008年社会消费品零售总额及其增长速度 371

图表：2008年1-12月中国PPI发展情况 372

图表：2008年货物进出口总额及其增长速度 372

图表：2008年主要商品出口数量、金额及其增长速度 373

图表：2008年主要商品进口数量、金额及其增长速度 373

图表：2008年对主要国家和地区货物进出口额及其增长速度 374

图表：2004-2008年货物进出口总额及其增长速度 374

图表：2008年分行业外商直接投资及其增长速度 375

图表：2008年人口数及其构成 376

图表：2004-2008年农村居民人均可支配收入及其增长速度 376

图表：2004-2008年城镇居民人均可支配收入及其增长速度 377

图表：2008年1-12月中国PPI和CPI走势图 378

图表：2009年1季度我国国民经济运行数据 381

图表：2008-2009年3月国房景气指数 381

图表：2008-2009年3月房地产开发投资指数 382

图表：2008-2009年2月国家货币供应量 382

图表：2008-2009年2月全国房地产开发投资情况 383

图表：2008-2009年2月工业总产值和同比增长率走势图 383

图表：2008-2009年2月工业总产值和同比增长率情况 384

图表：2008-2009年2月社会消费品零售总额 384

图表：2008-2009年2月全国外商直接投资增长率 385

图表：2008-2009年3月全国GDP、CPI和PPI涨幅 385

图表：2009年1季度一年期存款利率与居民消费价格指数走势图 386

图表：2009年1季度居民消费价格指数走势图 386

图表：2009年1季度我国进出口贸易情况走势图 387

图表：2009年1季度我国GDP走势图 387

图表：2008-2009年3月全国居民消费价格指数 402

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/127699.html>

三、研究方法

- 1、系统分析方法
- 2、比较分析方法
- 3、具体与抽象方法
- 4、分析与综合方法
- 5、归纳与演绎方法
- 6、定性分析与定量分析方法
- 7、预测研究方法

四、数据来源

对行业内相关的专家、厂商、渠道商、业务（销售）人员及客户进行访谈，获取最新的一手市场资料；

艾凯咨询集团长期监测采集的数据资料；

行业协会、国家统计局、海关总署、国家发改委、工商总局等政府部门和官方机构的数据与资料；

行业公开信息；

行业企业及上、下游企业的季报、年报和其它公开信息；

各类中英文期刊数据库、图书馆、科研院所、高等院校的文献资料；

行业资深专家公开发表的观点；

对行业的重要数据指标进行连续性对比，反映行业发展趋势；

中华人民共和国国家统计局 <http://www.stats.gov.cn>

中华人民共和国国家工商行政管理总局 <http://www.saic.gov.cn>

中华人民共和国海关总署 <http://www.customs.gov.cn>

中华人民共和国商务部 <http://www.mofcom.gov.cn>

中国证券监督管理委员会 <http://www.csrc.gov.cn>

中华人民共和国商务部 <http://www.mofcom.gov.cn>

世界贸易组织 <https://www.wto.org>

联合国统计司 <http://unstats.un.org>

联合国商品贸易统计数据库 <http://comtrade.un.org>

五、关于艾凯咨询网

艾凯咨询网（www.icandata.com）隶属艾凯咨询集团（北京华经艾凯企业咨询有限公司），艾凯咨询集团专注提供大中华区产业经济情报，为企业商业决策赋能，是领先的市场研究报告和竞争情报提供商

艾凯咨询集团为企业专业提供投资咨询报告、深度研究报告、市场调查、统计数据等。艾凯咨询网每天更新大量行业分析报告、图表资料、竞争情报、投资情报等，为用户及时了解迅速变化中的世界和中国市场提供便利，为企业商业决策赋能。

研究力量

高素质的专业的研究分析团队，密切关注市场最新动向。在多个行业，拥有数名经验丰富的专业分析师。对于特定及专属领域，我们有国内外众多合作研究机构，同时我们聘请数名行业资深专家顾问，帮助客户分清市场现状和趋势，找准市场定位和切入机会，提出合适中肯的建议，帮助客户实现价值，与客户一同成长。

我们的优势

权威机构 艾凯咨询集团二十年深厚行业背景;

数量领先 囊括主流研究报告和权威合作伙伴;

服务齐全 促销、推荐指数、积分、网上支付等;

良好声誉 广泛知名度、满意度，众多新老客户。