



艾凯咨询
ICAN Consulting

2017-2022年中国卫星导航产业发展现状及市场监测报告

一、调研说明

《2017-2022年中国卫星导航产业发展现状及市场监测报告》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/284604.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

卫星导航（Satellite navigation）是指采用导航卫星对地面、海洋、空中和空间用户进行导航定位的技术。常见的GPS导航，北斗星导航等均为卫星导航。

2014年全球在用GNSS设备数量为36亿部。预测到2019年，其数量将达到70亿部，相当于地球上几乎人手一部GNSS设备。智能手机继续占据GNSS设备的主导地位（2014年30.8亿部），是位置服务应用最广泛的平台，其次是道路应用（2.6亿部）。2015年全球GNSS设备数量已超过40亿部，其中亚太、北美、欧盟是最大的三个市场区域。全球各区域在使用的GNSS设备数量（亿台）

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。

报告目录：

第一部分 行业发展现状 13

第一章 中国卫星导航行业发展概述 13

第一节 卫星导航行业发展情况 13

第二节 最近3～5年中国卫星导航行业经济指标分析 13

一、赢利性 13

二、成长速度 14

三、附加值的提升空间 15

四、进入壁垒 / 退出机制 16

五、风险性 17

六、行业周期 17

七、竞争激烈程度指标 18

八、当前行业发展所属周期阶段的判断 19

第三节 关联产业发展分析 19

第二章 中国卫星导航行业的国际比较分析 22

第一节 中国卫星导航行业竞争力指标分析 22

第二节 中国卫星导航行业经济指标国际比较分析 22

第三节 全球卫星导航行业市场需求分析 23

一、 市场规模现状 23

二、 需求结构分析 23

三、 重点需求客户 24

四、 市场前景展望 24

随着全球卫星导航系统的逐步步入应用阶段，导航设备需求也将大幅提升，作为卫星导航市场最重要的一部分，卫星导航设备占据市场需求近一半，主要包括定位设备、车载、机载导航设备等，2013年全球卫星导航系统设备在用数量达到36亿部，预测到2023 年全球卫星导航终端持有量将超过90亿部。 2013-2023年全球卫星导航设备在用数量预测

第四节 全球卫星导航行业市场供给分析 24

一、 生产规模现状 24

二、 产能规模分布 25

三、 市场价格走势 25

四、 重点厂商分布 26

第二部分 市场需求分析 31

第三章 应用领域及行业供需分析 31

第一节 需求分析 31

一、 卫星导航行业需求市场 31

二、 卫星导航行业客户结构 31

三、 卫星导航行业需求的地区差异 32

第二节 供给分析 33

第三节 供求平衡分析及未来发展趋势 33

一、 卫星导航行业的需求预测 33

二、 卫星导航行业的供应预测 34

三、 供求平衡分析 35

四、 供求平衡预测 35

第四节 市场价格走势分析 36

第四章 卫星导航产业链的分析 37

第一节 行业集中度 37

第二节 主要环节的增值空间 37

第三节 行业进入壁垒和驱动因素 37

第四节 上下游行业影响及趋势分析 38

第五章 区域市场情况深度研究 43

第一节 长三角区域市场情况分析 43

第二节 珠三角区域市场情况分析 44

第三节 环渤海区域市场情况分析 44

第四节 卫星导航行业主要市场大区发展状况及竞争力研究 45

一、华北大区市场分析 45

二、华中大区市场分析 46

三、华南大区市场分析 46

四、华东大区市场分析 47

五、东北大区市场分析 47

六、西南大区市场分析 48

七、西北大区市场分析 48

第五节 主要省市集中度及竞争力模式分析 49

第六章 2017-2022年需求预测分析 50

第一节 卫星导航行业领域2017-2022年需求量预测 50

第二节 2017-2022年卫星导航行业领域需求产品（服务）功能预测 51

第三节 2017-2022年卫星导航行业领域需求产品（服务）市场格局预测 51

第三部分 产业竞争格局分析 54

第七章 卫星导航市场竞争格局分析 54

第一节 行业竞争结构分析 54

一、现有企业间竞争 54

二、潜在进入者分析 55

三、替代品威胁分析 57

四、供应商议价能力 57

五、客户议价能力 58

第二节 行业集中度分析 58

- 一、市场集中度分析 58
- 二、企业集中度分析 59
- 三、区域集中度分析 59
- 第三节 行业国际竞争力比较 61
 - 一、生产要素 61
 - 二、需求条件 61
 - 三、支援与相关产业 61
 - 四、企业战略、结构与竞争状态 62
 - 五、政府的作用 62
- 第四节 卫星导航行业主要企业竞争力分析 63
 - 一、重点企业资产总计对比分析 63
 - 二、重点企业从业人员对比分析 63
 - 三、重点企业全年营业收入对比分析 64
 - 四、重点企业利润总额对比分析 64
 - 五、重点企业综合竞争力对比分析 65
- 第五节 卫星导航行业竞争格局分析 65
 - 一、2016年卫星导航行业竞争分析 65
 - 二、2016年国内外卫星导航竞争分析 65
 - 三、2016年中国卫星导航市场竞争分析 66
 - 四、2016年中国卫星导航市场集中度分析 67

第八章 主要生产企业的排名与产业结构分析 69

第一节 行业企业排名分析 69

第二节 产业结构分析 69

- 一、市场细分充分程度的分析 69
- 二、各细分市场领先企业排名 70
- 三、各细分市场占总市场的结构比例 70
- 四、领先企业的结构分析（所有制结构） 75

第三节 产业价值链的结构分析及产业链条的整体竞争优势分析 75

- 一、产业价值链的构成 75
- 二、产业链条的竞争优势与劣势分析 76

第四节 产业结构发展预测 78

- 一、产业结构调整的方向政府产业指导政策分析（投资政策、外资政策、限制性政策） 78
- 二、产业结构调整中消费者需求的引导因素 79
- 三、中国卫星导航行业参与国际竞争的战略市场定位 80

第九章 前十大领先企业分析 81

第一节 中海达 81

- 一、主营业务及经营状况 81
- 二、历年生产规模、销售规模、利润指标 83
- 三、主要市场定位 88
- 四、主要优势与主要劣势 89
- 五、市场拓展战略与手段分析 90

第二节 华力创通 93

- 一、主营业务及经营状况 93
- 二、历年生产规模、销售规模、利润指标 95
- 三、主要市场定位 101
- 四、主要优势与主要劣势 101
- 五、市场拓展战略与手段分析 102

第三节 国腾电子 107

- 一、主营业务及经营状况 107
- 二、历年生产规模、销售规模、利润指标 110
- 三、主要市场定位 116
- 四、主要优势与主要劣势 116
- 五、市场拓展战略与手段分析 120

第四节 合众思壮 128

- 一、主营业务及经营状况 128
- 二、历年生产规模、销售规模、利润指标 131
- 三、主要市场定位 137
- 四、主要优势与主要劣势 138
- 五、市场拓展战略与手段分析 139

第五节 北斗星通 143

- 一、主营业务及经营状况 143
- 二、历年生产规模、销售规模、利润指标 147

三、主要市场定位 153

四、主要优势与主要劣势 154

五、市场拓展战略与手段分析 154

第六节 海格通信 157

一、主营业务及经营状况 157

二、历年生产规模、销售规模、利润指标 159

三、主要市场定位 166

四、主要优势与主要劣势 166

五、市场拓展战略与手段分析 167

第七节 同洲电子 170

一、主营业务及经营状况 170

二、历年生产规模、销售规模、利润指标 172

三、主要市场定位 179

四、主要优势与主要劣势 180

五、市场拓展战略与手段分析 180

第八节 中国卫星 185

一、主营业务及经营状况 185

二、历年生产规模、销售规模、利润指标 188

三、主要市场定位 194

四、主要优势与主要劣势 195

五、市场拓展战略与手段分析 195

第九节 盛路通信 196

一、主营业务及经营状况 196

二、历年生产规模、销售规模、利润指标 198

三、主要市场定位 204

四、主要优势与主要劣势 204

五、市场拓展战略与手段分析 205

第十节 同方股份 208

一、主营业务及经营状况 208

二、历年生产规模、销售规模、利润指标 209

三、主要市场定位 219

四、主要优势与主要劣势 219

五、市场拓展战略与手段分析 220

第四部分 产业发展关键趋势与投资方向推荐 224

第十章 2016年中国卫星导航行业整体运行指标分析 224

第一节 中国卫星导航行业总体规模分析 224

一、企业数量结构分析 224

二、行业生产规模分析 224

第二节 中国卫星导航行业产销分析 225

一、行业产成品情况总体分析 225

二、行业产品销售收入总体分析 225

第三节 中国卫星导航行业财务指标总体分析 226

一、行业盈利能力分析 226

二、行业偿债能力分析 227

三、行业营运能力分析 228

四、行业发展能力分析 228

第十一章 影响企业生产与经营的关键趋势 230

第一节 市场整合成长趋势 230

第二节 需求变化趋势及新的商业机遇预测 230

第三节 企业区域市场拓展的趋势 232

第四节 科研开发趋势及替代技术进展 232

第五节 影响企业销售与服务方式的关键趋势 233

第六节 中国卫星导航行业SWOT分析 233

第十二章 2017-2022年卫星导航行业投资方向预测分析 235 (AK WZY)

第一节 产业发展的有利因素与不利因素分析 235

第二节 产业发展的空白点分析 236

第三节 投资回报率比较高的投资方向 236

第四节 新进入者应注意的障碍因素 236

第五节 营销分析与营销模式推荐 239

一、渠道构成 239

二、销售贡献比率 239

- 三、覆盖率 239
- 四、销售渠道效果 240
- 五、价值流程结构 240

部分图表目录：

- 图表 1 生命周期各发展阶段的影响 18
 - 图表 2 2012-2016年中国卫星导航行业竞争力指数 22
 - 图表 3 2012-2016年中国卫星导航成本费用利润率与国际比较 22
 - 图表 4 2012-2016年全球卫星导航行业市场规模分析 23
 - 图表 5 2016年全球卫星导航行业需求结构分析 23
 - 图表 6 2012-2016年全球卫星导航行业生产规模分析 24
 - 图表 7 2012-2016年全球卫星导航行业产能规模分析 25
 - 图表 8 GPS(左) 和北斗二代(右)发射卫星数目 26
 - 图表 9 Trimble 近十年的营业收入、净利润和毛利率变化情况（左轴：千万美元） 27
 - 图表 10 Trimble 产品结构变化趋势 27
 - 图表 11 2013年国内外上市公司销售收入比较 (亿元人民币) 28
 - 图表 12 最近几年Trimble 收购的公司列表 28
 - 图表 13 Trimble (上)和Garmin(下)近十年股价变化情况 29
 - 图表 14 2012-2016年我国卫星导航行业需求规模 31
 - 图表 15 2016年我国卫星导航行业客户结构分析 32
 - 图表 16 2016年我国卫星导航行业不同地区需求分析 32
 - 图表 17 2012-2016年我国卫星导航行业供给规模分析 33
 - 图表 18 2017-2022年我国卫星导航行业需求规模预测分析 34
 - 图表 19 2017-2022年我国卫星导航行业供给规模预测分析 34
 - 图表 20 2012-2016年我国卫星导航行业供需规模分析 35
 - 图表 21 2017-2022年我国卫星导航行业供需规模预测分析 35
 - 图表 22 地方"十三五"规划细则及相关公司 37
 - 图表 23 Javad 公告称其固件升级后可接收北斗B1 信号 38
 - 图表 24 基带芯片多种实现方案 39
- 更多图表见正文.....

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/284604.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提供专业投资咨询报告、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。