

2018-2024年中国卫星导航行业市场竞争格局及未来发展趋势报告

报告大纲

智研咨询

www.chyxx.com

一、报告简介

智研咨询发布的《2018-2024年中国卫星导航行业市场竞争格局及未来发展趋势报告》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：<https://www.chyxx.com/research/201804/631648.html>

报告价格：电子版: 9800元 纸介版：9800元 电子和纸介版: 10000元

订购电话: 010-60343812、010-60343813、400-600-8596、400-700-9383

电子邮箱: sales@chyxx.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、报告目录及图表目录

目前，北斗是唯一兼具通导功能的导航系统，能够实现双向通信，为用户提供北斗短报文服务，在远洋渔船监管、重大险情灾害等特殊应用场景中具有绝对优势。在发展进程上，北斗系统后来者居上，率先进入三代组网，到2020年将实现2.5至5米的民用定位精度，超越其他全球导航系统。同时，美国GPSIII将推迟至2018年3月开始组建，2025年组建完毕。北斗系统有望在未来三到五年内保持后发优势，先行进入泛高精度引领的新增市场。

到2020年，我国卫星导航产业规模超过4,000亿元；北斗卫星导航系统及其兼容产品对国内卫星导航应用市场的贡献率达到60%，重要应用领域达到80%以上。预计，按北斗导航60%的产值贡献率计算，2020年北斗总产值有望达2,400亿元，2016年至2020年复合增速约为22%。

北斗对国内卫星导航产业贡献率快速跃升

2020年北斗总产值有望达2400亿元

智研咨询发布的《2018-2024年中国卫星导航行业市场竞争格局及未来发展趋势报告》共十四章。首先介绍了中国卫星导航行业市场发展环境、卫星导航整体运行态势等，接着分析了中国卫星导航行业市场运行的现状，然后介绍了卫星导航市场竞争格局。随后，报告对卫星导航做了重点企业经营状况分析，最后分析了中国卫星导航行业发展趋势与投资预测。您若想对卫星导航产业有个系统的了解或者想投资中国卫星导航行业，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。

报告目录：

第一部分行业发展现状

第一章中国卫星导航行业发展概述

第一节卫星导航行业发展情况

第二节最近3~5年中国卫星导航行业经济指标分析

一、赢利性

二、成长速度

三、附加值的提升空间

四、进入壁垒/退出机制

五、风险性

六、行业周期

七、竞争激烈程度指标

八、当前行业发展所属周期阶段的判断

第三节关联产业发展分析

第二章中国卫星导航行业的国际比较分析

第一节中国卫星导航行业竞争力指标分析

第二节中国卫星导航行业经济指标国际比较分析

第三节全球卫星导航行业市场需求分析

一、市场规模现状

二、需求结构分析

三、重点需求客户

四、市场前景展望

第四节全球卫星导航行业市场供给分析

一、生产规模现状

二、产能规模分布

三、市场价格走势

四、重点厂商分布

第二部分市场需求分析

第三章应用领域及行业供需分析

第一节需求分析

一、卫星导航行业需求市场

北斗系统经过五年的商用培育期，阻碍北斗产品规模化应用的两大主要因素——价格与技术正在逐步改善，泛高精度时代的来临有望催生大众消费领域中的新商业模式，从而带来新增需求。同时，预计“十三五”期间将会有更多推动北斗“标配化”应用的配套政策出台，尤其在精准农业、交通运输等重点领域有望率先推行。基于此，北斗产业民用推广的传导逻辑已形成，当下正是北斗大规模应用的重要时点。

分领域来看，判断国家对北斗在重点领域的持续推动，将使行业高精度应用保持高速增长，未来以精准农业、传统测绘为应用重点的北斗高精度领域市场规模将达百亿元，预计2020年达156至208亿元，年复合增速为27%至36%；随着泛高精度技术的不断突破与商业模式的创新，大众消费领域将拥抱千亿市场。其中，北斗系统有望大幅受益国家智能汽车创新发展战略，2020年在车载导航领域形成1,020至1,360亿元的市场空间，实现29%至39%的年复合增长。

2020年中国北斗系统主要民用细分领域市场规模测算

资料来源：公开资料整理

北斗系统市场规模及增速测算	应用领域	主要终端	2016(亿元)	2020E (亿元)	复合增长率%	谨慎预计	中性预计	乐观预计	谨慎预计	中性预计	乐观预计	大众领域	智能手机	
487	898	1047	1197	17%	21%	25%	车载导航	364	1020	1190	1360	29%	34%	39%

行业领域 高精度 GNSS测绘仪器 60 156 182 208 27% 32% 36% GIS数据采集器 普通精度
渔船导航终端 4 6 8 14 10% 20% 25% 民航机载导航 0 0 16 31 - - - 合计 915 2079 2443
2810 23% 28% 32%

二、卫星导航行业客户结构

三、卫星导航行业需求的地区差异

第二节供给分析

第三节供求平衡分析及未来发展趋势

一、卫星导航行业的需求预测

二、卫星导航行业的供应预测

三、供求平衡分析

四、供求平衡预测

第四节市场价格走势分析

第四章卫星导航产业链的分析

第一节行业集中度

第二节主要环节的增值空间

第三节行业进入壁垒和驱动因素

第四节上下游行业影响及趋势分析

第五章区域市场情况深度研究

第一节长三角区域市场情况分析

第二节珠三角区域市场情况分析

第三节环渤海区域市场情况分析

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

一、华北大区市场分析

二、华中大区市场分析

三、华南大区市场分析

四、华东大区市场分析

五、东北大区市场分析

六、西南大区市场分析

七、西北大区市场分析

第五节主要省市集中度及竞争力模式分析

第六章2018-2024年需求预测分析

第一节卫星导航行业领域2018-2024年需求量预测

第二节2018-2024年卫星导航行业领域需求产品（服务）功能预测

第三节2018-2024年卫星导航行业领域需求产品（服务）市场格局预测

第三部分产业竞争格局分析

第七章卫星导航市场竞争格局分析

第一节行业竞争结构分析

- 一、现有企业间竞争
- 二、潜在进入者分析
- 三、替代品威胁分析
- 四、供应商议价能力
- 五、客户议价能力

第二节行业集中度分析

- 一、市场集中度分析
- 二、企业集中度分析
- 三、区域集中度分析

第三节行业国际竞争力比较

- 一、生产要素
- 二、需求条件
- 三、支援与相关产业
- 四、企业战略、结构与竞争状态
- 五、政府的作用

第四节卫星导航行业主要企业竞争力分析

- 一、重点企业资产总计对比分析
- 二、重点企业从业人员对比分析
- 三、重点企业全年营业收入对比分析
- 四、重点企业利润总额对比分析
- 五、重点企业综合竞争力对比分析

第五节卫星导航行业竞争格局分析

- 一、2017年卫星导航行业竞争分析
- 二、2017年国内外卫星导航竞争分析
- 三、2017年中国卫星导航市场竞争分析
- 四、2017年中国卫星导航市场集中度分析

第八章主要生产企业的排名与产业结构分析

第一节行业企业排名分析

第二节产业结构分析

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

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

- 一、产业价值链的构成
- 二、产业链条的竞争优势与劣势分析

第四节产业结构发展预测

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

第九章前十大领先企业分析

第一节中海达

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

第二节华力创通

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

第三节国腾电子

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

第四节合众思壮

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

第五节北斗星通

- 一、主营业务及经营状况
- 二、历年生产规模、销售规模、利润指标

三、主要市场定位

四、主要优势与主要劣势

五、市场拓展战略与手段分析

第六节海格通信

一、主营业务及经营状况

二、历年生产规模、销售规模、利润指标

三、主要市场定位

四、主要优势与主要劣势

五、市场拓展战略与手段分析

第七节同洲电子

一、主营业务及经营状况

二、历年生产规模、销售规模、利润指标

三、主要市场定位

四、主要优势与主要劣势

五、市场拓展战略与手段分析

第八节中国卫星

一、主营业务及经营状况

二、历年生产规模、销售规模、利润指标

三、主要市场定位

四、主要优势与主要劣势

五、市场拓展战略与手段分析

第九节盛路通信

一、主营业务及经营状况

二、历年生产规模、销售规模、利润指标

三、主要市场定位

四、主要优势与主要劣势

五、市场拓展战略与手段分析

第十节同方股份

一、主营业务及经营状况

二、历年生产规模、销售规模、利润指标

三、主要市场定位

四、主要优势与主要劣势

五、市场拓展战略与手段分析

第四部分产业发展关键趋势与投资方向推荐

第十章2017年中国卫星导航行业整体运行指标分析

第一节中国卫星导航行业总体规模分析

一、企业数量结构分析

二、行业生产规模分析

第二节中国卫星导航行业产销分析

一、行业产成品情况总体分析

二、行业产品销售收入总体分析

第三节中国卫星导航行业财务指标总体分析

一、行业盈利能力分析

二、行业偿债能力分析

三、行业营运能力分析

四、行业发展能力分析

第十一章影响企业生产与经营的关键趋势

第一节市场整合成长趋势

第二节需求变化趋势及新的商业机遇预测

第三节企业区域市场拓展的趋势

第四节科研开发趋势及替代技术进展

第五节影响企业销售与服务方式的关键趋势

第六节中国卫星导航行业SWOT分析

第十二章2018-2024年卫星导航行业投资方向预测分析(ZYGXH)

第一节产业发展的有利因素与不利因素分析

第二节产业发展的空白点分析

第三节投资回报率比较高的投资方向

第四节新进入者应注意的障碍因素

第五节营销分析与营销模式推荐

一、渠道构成

二、销售贡献比率

三、覆盖率

四、销售渠道效果

五、价值流程结构(ZYGXH)

图表目录：

图表1生命周期各发展阶段的影响

图表22012-2017年中国卫星导航行业竞争力指数

图表32012-2017年中国卫星导航成本费用利润率与国际比较

图表42012-2017年全球卫星导航行业市场规模分析

图表52017年全球卫星导航行业需求结构分析

图表6 2012-2017年全球卫星导航行业生产规模分析

图表7 2012-2017年全球卫星导航行业产能规模分析

图表8 GPS(左)和北斗二代(右)发射卫星数目

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)

图表10 Trimble产品结构变化趋势

图表11 2017年国内外上市公司销售收入比较(亿元人民币)

图表12 最近几年Trimble收购的公司列表

图表13 Trimble(上)和Garmin(下)近十年股价变化情况

图表14 2012-2017年我国卫星导航行业需求规模

图表15 2017年我国卫星导航行业客户结构分析

图表16 2017年我国卫星导航行业不同地区需求分析

图表17 2012-2017年我国卫星导航行业供给规模分析

图表18 2018-2024年我国卫星导航行业需求规模预测分析

图表19 2018-2024年我国卫星导航行业供给规模预测分析

图表20 2012-2017年我国卫星导航行业供需规模分析

图表21 2018-2024年我国卫星导航行业供需规模预测分析

图表22 地方“十三五”规划细则及相关公司

图表23 Javad公告称其固件升级后可接收北斗B1信号

图表24 基带芯片多种实现方案

图表25 接收机板卡(左)和SoC芯片(右)示例

图表26 部分北斗二代基带ASIC/SoC芯片

图表27 2012-2017年我国卫星导航行业华北地区市场规模分析

图表28 2012-2017年我国卫星导航行业华中地区市场规模分析

图表29 2012-2017年我国卫星导航行业华南地区市场规模分析

图表30 2012-2017年我国卫星导航行业华东地区市场规模分析

图表31 2012-2017年我国卫星导航行业东北地区市场规模分析

图表32 2012-2017年我国卫星导航行业西南地区市场规模分析

图表33 2012-2017年我国卫星导航行业西北地区市场规模分析

详细请访问：<https://www.chyxx.com/research/201804/631648.html>