

2020-2026年中国室内定位市场前景分析及未来前景预测报告

报告大纲

一、报告简介

智研咨询发布的《2020-2026年中国室内定位市场前景分析及未来前景预测报告》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/202001/827068.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

室内定位是指在室内环境中实现位置定位，主要采用无线通讯、基站定位、惯导定位等多种技术集成形成一套室内位置定位体系，从而实现人员、物体等在室内空间中的位置监控。

2014-2018年我国室内定位行业市场规模走势

资料来源：智研咨询整理

《2020-2026年中国室内定位市场前景分析及未来前景预测报告》旨在为投资者或企业管理者提供一个关于室内定位产品的投资及其市场前景的深度分析，为投资者和企业管理人传递正确的投资经营理念和选择，提供一个中立、全面的投资指南手册，为室内定位产品市场投资提供一个可供参照的标准。从而可以科学的帮助企业取得较高的收益。报告在全面系统分析室内定位产品市场的基础上，按照专业的投资评估方法，站在第三方角度客观公正地对室内定位产品的投资进行评价。为企业的投资决策提供了重要的依据。

本报告详述了室内定位产品的行业概况、市场发展现状及室内定位产品市场发展预测（未来五年市场供需及市场发展趋势），并且在研究室内定位市场竞争、原材料、客户分析的基础上，对室内定位行业投资前景及投资价值进行了研究，并提出了我们对室内定位产品投资的建议。

本报告以定量研究为主，定量与定性研究相结合的方法，深入挖掘数据蕴含的内在规律和潜在信息，采用统计图表等多种形式将研究结果清晰、直观的展现出来，多方位、多角度保证了报告内容的系统性和完整性，为企业的发展和室内定位的投资提供了决策依据。

报告目录：

第一章 室内定位行业发展综述

1.1 室内定位行业定义及分类

1.1.1 行业定义

1.1.2 行业产品/服务分类

1.1.3 行业主要商业模式

1.2 室内定位行业特征分析

1.2.1 产业链分析

室内定位上下游环节支持室内定位发展。从底层芯片、终端支持、操作系统，到应用程序层面，室内定位技术的上游支持环节已经非常完善，包括高通、苹果、谷歌在内的科技巨头都在布局室内定位的生态支持。在下游，商业场馆、品牌商为室内定位带来的价值买单的意愿也已非常强烈，将促进室内定位技术的商业变现。

室内定位产业链

资料来源：智研咨询整理

1.2.2 室内定位行业在产业链中的地位

1.2.3 室内定位行业生命周期分析

(1) 行业生命周期理论基础

(2) 室内定位行业生命周期

1.3 最近3-5年中国室内定位行业经济指标分析

1.3.1 赢利性 7

从我国室内定位较具竞争力的企业来看，目前盈利能力尚不稳定，企业间的赢利性相差较大。无锡卓信信息科技股份有限公司2019年净利润-548.82万元，毛利率为52.29%。

2017-2018年室内定位行业盈利情况

资料来源：公司财报、智研咨询整理

1.3.2 成长速度

1.3.3 附加值的提升空间

1.3.4 进入壁垒 / 退出机制

1.3.5 风险性

1.3.6 行业周期

1.3.7 竞争激烈程度指标

1.3.8 行业及其主要子行业成熟度分析

第二章 室内定位行业运行环境（PEST）分析

2.1 室内定位行业政治法律环境分析

2.1.1 行业管理体制分析

2.1.2 行业主要法律法规

2.1.3 行业相关发展规划

2.2 室内定位行业经济环境分析

2.2.1 国际宏观经济形势分析

2.2.2 国内宏观经济形势分析

2.2.3 产业宏观经济环境分析

2.3 室内定位行业社会环境分析

2.3.1 室内定位产业社会环境

2.3.2 社会环境对行业的影响

2.3.3 室内定位产业发展对社会发展的影响

2.4 室内定位行业技术环境分析

2.4.1 室内定位技术分析

2.4.2 室内定位技术发展水平

2.4.3 行业主要技术发展趋势

第三章 我国室内定位所属行业运行分析

3.1 我国室内定位行业发展状况分析

3.1.1 我国室内定位行业发展阶段

2018年，我国卫星导航与位置服务产业总体产值达3016亿元，较2017年增长18.3%。其中，与卫星导航技术研发和应用直接相关，包括芯片、器件、算法、软件、导航数据、终端设备、基础设施等在内的产业核心产值达1069亿元，北斗对产业的核心产值贡献率达80%，由卫星导航衍生带动形成的关联产值达1947亿元。

2003-2018年我国卫星导航与位置服务产业总体产值走势图

资料来源：智研咨询整理

2016-2018年我国卫星导航与位置服务产业核心产业与关联产业统计

资料来源：智研咨询整理

3.1.2 我国室内定位行业发展总体概况

3.1.3 我国室内定位行业发展特点分析

3.2 2015-2019年室内定位行业发展现状

3.2.1 2015-2019年我国室内定位行业市场规模

随着物联网技术的发展提速，物联网在给人们生活提供便利的同时也推动了室内定位技术的发展。2014年起，一批创业公司开始进入中国室内定位市场，市场规模逐渐扩大，其中80%以上的项目由大规模的公司获得，整体行业发展态势良好。

中国室内定位行业市场规模由2014年的9.34亿元上升至2018年的35.43亿元。人有80%的时间都在室内活动，定位需求正在由室外向室内转变，高精度、快速、及时的室内定位将加速数据信息流通，改变传统零售、安防、救援、制造等领域的运作方式，从而真正实现万物互联。在庞大的市场需求驱动下，室内定位将拥有广阔的发展空间。

2014-2018年我国室内定位行业市场规模走势

资料来源：智研咨询整理

3.2.2 2015-2019年我国室内定位行业发展分析

3.2.3 2015-2019年中国室内定位企业发展分析

3.3 区域市场分析 57

3.3.1 区域市场分布总体情况

3.3.2 2015-2019年重点省市市场分析

3.4 室内定位细分产品/服务市场分析

3.4.1 细分产品/服务特色

3.4.2 2015-2019年细分产品/服务市场规模及增速

3.4.3 重点细分产品/服务市场前景预测

3.5 室内定位产品/服务价格分析

3.5.1 2015-2019年室内定位价格走势

3.5.2 影响室内定位价格的关键因素分析

(1) 成本

(2) 供需情况

(3) 关联产品

(4) 其他

3.5.3 2020-2026年室内定位产品/服务价格变化趋势

3.5.4 主要室内定位企业价位及价格策略

第四章 我国室内定位所属行业整体运行指标分析

4.1 2015-2019年中国室内定位所属行业总体规模分析

4.1.1 企业数量结构分析

4.1.2 人员规模状况分析

4.1.3 行业资产规模分析

4.1.4 行业市场规模分析

4.2 2015-2019年中国室内定位所属行业运营情况分析

4.2.1 我国室内定位所属行业营收分析

4.2.2 我国室内定位所属行业成本分析

4.2.3 我国室内定位所属行业利润分析

4.3 2015-2019年中国室内定位所属行业财务指标总体分析

4.3.1 所属行业盈利能力分析

4.3.2 所属行业偿债能力分析

4.3.3 所属行业营运能力分析

4.3.4 所属行业发展能力分析

第五章 我国室内定位行业供需形势分析

5.1 室内定位行业供给分析

5.1.1 2015-2019年室内定位行业供给分析

2018年我国室内定位行业产值约35.88亿元，同比2017年的24.08亿元增长了49%，近几年

我国室内定位行业产值情况如下图所示：

2014-2018年中国室内定位行业产值情况

资料来源：智研咨询整理

5.1.2 2020-2026年室内定位行业供给变化趋势

5.1.3 室内定位行业区域供给分析

5.2 2015-2019年我国室内定位行业需求情况

5.2.1 室内定位行业需求市场

5.2.2 室内定位行业客户结构

5.2.3 室内定位行业需求的地区差异

5.3 室内定位市场应用及需求预测

5.3.1 室内定位应用市场总体需求分析

(1) 室内定位应用市场需求特征

(2) 室内定位应用市场需求总规模

5.3.2 2020-2026年室内定位行业领域需求量预测

(1) 2020-2026年室内定位行业领域需求产品/服务功能预测

(2) 2020-2026年室内定位行业领域需求产品/服务市场格局预测

5.3.3 重点行业室内定位产品/服务需求分析预测

第六章 室内定位行业产业结构分析

6.1 室内定位产业结构分析

6.1.1 市场细分充分程度分析

6.1.2 各细分市场领先企业排名

6.1.3 各细分市场占总市场的结构比例

6.1.4 领先企业的结构分析(所有制结构)

6.2 产业价值链的结构分析及产业链条的整体竞争优势分析

6.2.1 产业价值链的构成

6.2.2 产业链条的竞争优势与劣势分析

6.3 产业结构发展预测

6.3.1 产业结构调整指导政策分析

6.3.2 产业结构调整中消费者需求的引导因素

6.3.3 中国室内定位行业参与国际竞争的战略市场定位

6.3.4 室内定位产业结构调整方向分析

6.3.5 建议

第七章 我国室内定位行业产业链分析

7.1 室内定位行业产业链分析

7.1.1 产业链结构分析

7.1.2 主要环节的增值空间

7.1.3 与上下游行业之间的关联性

7.2 室内定位上游行业分析

7.2.1 室内定位产品成本构成

7.2.2 2015-2019年上游行业发展现状

7.2.3 2020-2026年上游行业发展趋势

7.2.4 上游供给对室内定位行业的影响

7.3 室内定位下游行业分析

7.3.1 室内定位下游行业分布

7.3.2 2015-2019年下游行业发展现状

7.3.3 2020-2026年下游行业发展趋势

7.3.4 下游需求对室内定位行业的影响

第八章 我国室内定位行业渠道分析及策略

8.1 室内定位行业渠道分析

8.1.1 渠道形式及对比

8.1.2 各类渠道对室内定位行业的影响

8.1.3 主要室内定位企业渠道策略研究

8.1.4 各区域主要代理商情况

8.2 室内定位行业用户分析

8.2.1 用户认知程度分析

8.2.2 用户需求特点分析

8.2.3 用户购买途径分析

8.3 室内定位行业营销策略分析

8.3.1 中国室内定位营销概况

8.3.2 室内定位营销策略探讨

8.3.3 室内定位营销发展趋势

第九章 我国室内定位行业竞争形势及策略

9.1 行业总体市场竞争状况分析

9.1.1 室内定位行业竞争结构分析

(1) 现有企业间竞争

(2) 潜在进入者分析

(3) 替代品威胁分析

(4) 供应商议价能力

(5) 客户议价能力

(6) 竞争结构特点总结

9.1.2 室内定位行业企业间竞争格局分析

9.1.3 室内定位行业集中度分析

9.1.4 室内定位行业SWOT分析

9.2 中国室内定位行业竞争格局综述

9.2.1 室内定位行业竞争概况

(1) 中国室内定位行业竞争格局

- (2) 室内定位行业未来竞争格局和特点
- (3) 室内定位市场进入及竞争对手分析
- 9.2.2 中国室内定位行业竞争力分析
 - (1) 我国室内定位行业竞争力剖析
 - (2) 我国室内定位企业市场竞争的优势
 - (3) 国内室内定位企业竞争能力提升途径
- 9.2.3 室内定位市场竞争策略分析
- 第十章 室内定位行业领先企业经营形势分析
 - 10.1 千寻位置
 - 10.1.1 企业概况
 - 10.1.2 企业优势分析
 - 10.1.3 产品/服务特色
 - 10.1.4 企业经营状况
 - 10.2 上海图聚智能科技股份有限公司
 - 10.2.1 企业概况
 - 10.2.2 企业优势分析
 - 10.2.3 产品/服务特色
 - 10.2.4 企业经营状况
 - 10.3 北京智慧图科技有限责任公司
 - 10.3.1 企业概况
 - 10.3.2 企业优势分析
 - 10.3.3 产品/服务特色
 - 10.3.4 企业经营状况
 - 10.4 北京智物达科技有限公司
 - 10.4.1 企业概况
 - 10.4.2 企业优势分析
 - 10.4.3 产品/服务特色
 - 10.4.4 企业经营状况
 - 10.5 郑州联睿电子科技有限公司
 - 10.5.1 企业概况
 - 10.5.2 企业优势分析
 - 10.5.3 产品/服务特色
 - 10.5.4 企业经营状况
 - 10.6 上海雅丰信息科技有限公司
 - 10.6.1 企业概况

10.6.2 企业优势分析

10.6.3 产品/服务特色

10.6.4 企业经营状况

10.7 南京沃旭通讯科技有限公司

10.7.1 企业概况

10.7.2 企业优势分析

10.7.3 产品/服务特色

10.7.4 企业经营状况

10.8 奕通信息科技（上海）股份有限公司

10.8.1 企业概况

10.8.2 企业优势分析

10.8.3 产品/服务特色

10.8.4 企业经营状况

10.9 中电昆辰

10.9.1 企业概况

10.9.2 企业优势分析

10.9.3 产品/服务特色

10.9.4 企业经营状况

10.10 苏州工业园区优频科技有限公司

10.10.1 企业概况

10.10.2 企业优势分析

10.10.3 产品/服务特色

10.10.4 企业经营状况

第十一章 2020-2026年室内定位行业投资前景

11.1 2020-2026年室内定位市场发展前景

11.1.1 2020-2026年室内定位市场发展潜力

11.1.2 2020-2026年室内定位市场发展前景展望

11.1.3 2020-2026年室内定位细分行业发展前景分析

11.2 2020-2026年室内定位市场发展趋势预测

11.2.1 2020-2026年室内定位行业发展趋势

11.2.2 2020-2026年室内定位市场规模预测

11.2.3 2020-2026年室内定位行业应用趋势预测

11.2.4 2020-2026年细分市场发展趋势预测

11.3 2020-2026年中国室内定位行业供需预测

11.3.1 2020-2026年中国室内定位行业供给预测

11.3.2 2020-2026年中国室内定位行业需求预测

11.3.3 2020-2026年中国室内定位供需平衡预测

11.4 影响企业生产与经营的关键趋势

11.4.1 市场整合成长趋势

11.4.2 需求变化趋势及新的商业机遇预测

11.4.3 企业区域市场拓展的趋势

11.4.4 科研开发趋势及替代技术进展

11.4.5 影响企业销售与服务方式的关键趋势

第十二章 2020-2026年室内定位行业投资机会与风险

12.1 室内定位行业投融资情况

12.1.1 行业资金渠道分析

12.1.2 固定资产投资分析

12.1.3 兼并重组情况分析

12.2 2020-2026年室内定位行业投资机会

12.2.1 产业链投资机会

12.2.2 细分市场投资机会

12.2.3 重点区域投资机会

12.3 2020-2026年室内定位行业投资风险及防范

12.3.1 政策风险及防范

12.3.2 技术风险及防范

12.3.3 供求风险及防范

12.3.4 宏观经济波动风险及防范

12.3.5 关联产业风险及防范

12.3.6 产品结构风险及防范

12.3.7 其他风险及防范

第十三章 室内定位行业投资战略研究

13.1 室内定位行业发展战略研究

13.1.1 战略综合规划

13.1.2 技术开发战略

13.1.3 业务组合战略

13.1.4 区域战略规划

13.1.5 产业战略规划

13.1.6 营销品牌战略

13.1.7 竞争战略规划

13.2 对我国室内定位品牌的战略思考

- 13.2.1 室内定位品牌的重要性
- 13.2.2 室内定位实施品牌战略的意义
- 13.2.3 室内定位企业品牌的现状分析
- 13.2.4 我国室内定位企业的品牌战略
- 13.2.5 室内定位品牌战略管理的策略
- 13.3 室内定位经营策略分析
 - 13.3.1 室内定位市场细分策略
 - 13.3.2 室内定位市场创新策略
 - 13.3.3 品牌定位与品类规划
 - 13.3.4 室内定位新产品差异化战略
- 13.4 室内定位行业投资战略研究
 - 13.4.1 2019年室内定位行业投资战略
 - 13.4.2 2020-2026年室内定位行业投资战略
 - 13.4.3 2020-2026年细分行业投资战略
- 第十四章 研究结论及投资建议 (ZYYZ)
 - 14.1 室内定位行业研究结论
 - 14.2 室内定位行业投资价值评估
 - 14.3 室内定位行业投资建议
 - 14.3.1 行业发展策略建议
 - 14.3.2 行业投资方向建议
 - 14.3.3 行业投资方式建议

详细请访问：<https://www.chyxx.com/research/202001/827068.html>