

2015-2020年中国卫星导航 应用行业分析与投资前景评估报告

报告目录及图表目录

中国产业研究报告网 编制
www.chinairr.org

一、报告报价

《2015-2020年中国卫星导航应用行业分析与投资前景评估报告》信息及时，资料详实，指导性强，具有独家，独到，独特的优势。旨在帮助客户掌握区域经济趋势，获得优质客户信息，准确、全面、迅速了解目前行业发展动向，从而提升工作效率和效果，是把握企业战略发展定位不可或缺的重要决策依据。

官方网站浏览地址：<http://www.chinairr.org/report/R03/R0304/201412/16-173328.html>

产品价格：纸介版9800元 电子版9800元 纸介+电子10000元

订购电话: 400-600-8596 010-80993936

传真: 010-60343813

网址: <http://www.chinairr.org>

Email: sales@chyxx.com

联系人：刘老师 陈老师 谭老师

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、说明、目录、图表目录

目前，全球GNSS产品市场通过与其它产品和产业的融合，正在向更加广阔的领域纵深发展。而中国卫星导航产业起步较晚，是在全球卫星导航定位系统逐步开放、透明的大环境下，通过学习、引进、消化、吸收再创新的方式发展起来的。同时，由于受制于芯片技术的现状，中国卫星导航产业整体处于产业的中下游，上游产业主要被国外厂商垄断。

从其应用领域来看，中国卫星导航应用市场以消费应用为基础，主要用于车载和个人娱乐，专业市场一直以来比较稳定，市场整体规模正在不断膨胀。而目前，我国已经完成第十颗北斗导航卫星发射组网，北斗区域卫星导航完成基本系统建设，并将在2012年年底，发射多颗组网卫星，实现北斗卫星导航系统区域服务。北斗二代导航系统的建立将拉动北斗二代导航芯片、导航终端、授时设备、基于位置的信息系统和运营服务等相关卫星应用市场的快速增长。

中国产业研究报告网发布的《2015-2020年中国卫星导航应用行业分析与投资前景评估报告》，全面总结近几年全球与中国卫星导航应用市场发展的基本情况，重点分析中国卫星导航各应用领域的发展态势和竞争情况，展望中国卫星应用产业未来发展趋势、发展规律，对中国卫星导航应用市场的持续发展以及中国乃至国际企业的发展策略，提出了针对性的对策和建议——

深入、翔实的市场研究数据。基于对卫星导航应用市场各领域的长期关注，全面把握卫星导航应用市场的发展走势。

全面、深刻的品牌竞争分析。除了从细分市场格局、竞争策略、SWOT分析等多个维度总结企业表现，公司依托对卫星导航应用市场的深刻理解，评点市场领先要素。

科学、完整的未来发展预测。建立在各重点细分市场上的建模回归与专家校验，并与相关产业环节进行关联分析，确保给出有价值的趋势分析与定量预测结果。

目录

一、2014年全球卫星导航应用市场概述

(一) 市场规模与增长

(二) 基本特点

(三) 主要国家与地区

1、美国

2、欧洲

3、日本

4、韩国

二、2014年中国卫星导航应用市场概述

(一) 市场规模与增长

(二) 基本特点

(三) 市场结构分析

1、应用市场结构

2、区域结构

三、2013-2014年中国卫星导航应用市场发展预测

(一) 2013-2014年中国卫星导航应用市场规模预测

(二) 2013-2014年中国卫星导航应用市场结构预测

1、应用市场结构

2、区域结构

四、2013-2014年中国卫星导航应用市场趋势分析

(一) 技术

(二) 服务

……

五、2014年中国卫星导航应用市场研究

(一) 交通运输

(二) 个人消费

(三) 科学与环境

(四) 地理测绘

……

六、中国卫星导航应用市场竞争分析

(一) 整体竞争格局

(二) 重点厂商竞争策略与SWOT分析

七、公司建议

图表目录

2006-2014年世界卫星导航应用市场规模与增长
2006-2014年中国卫星导航应用市场规模与增长
2006-2014年中国卫星导航应用市场结构规模与增长
2013-2014年中国卫星导航应用市场规模与增长预测
2013-2014年中国卫星导航应用市场结构规模预测
2006-2014年世界卫星导航应用市场规模及增长
2006-2014年中国卫星导航应用市场规模与增长
2006-2014年中国卫星导航应用市场结构规模与增长
2013-2014年中国卫星导航应用市场规模与增长预测
2013-2014年中国卫星导航应用市场结构预测

详细请访问：<http://www.chinairr.org/report/R03/R0304/201412/16-173328.html>