

# 2009-2012年卫星导航行业 竞争格局与投资战略研究咨询报告

## 报告目录及图表目录

## 一、报告报价

《2009-2012年卫星导航行业竞争格局与投资战略研究咨询报告》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/R0304/200905/26-21103.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](mailto: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

自20世纪90年代以来，全球卫星导航系统以其速度快、效率高、测量定位精度高等一系列特点，深受各个行业数据采集和资源监测人员的青睐。从近年的情况考察，全球卫星导航系统有如下发展趋势：向多系统组合式导航方向发展，为了摆脱对美、俄导航定位系统的依赖，世界各国、各地区和组织将纷纷建立自己的卫星导航定位系统，我国的北斗导航、欧盟的伽利略计划就在此列。可以预料，未来几年内将会出现多种系统并存的局面，这为组合导航技术的发展提供了条件。通过对全球定位系统、北斗、格罗纳斯、伽利略等信号的组合利用，不但可提高定位精度，还可使用户摆脱对一个特定导航星座的依赖，可用性大大增强，多系统组合接收机有很好的发展前景。与惯性导航和无线电导航技术相结合，由于惯性导航是完全自主的导航系统，在全球定位系统失效的情况下，惯性导航仍可保持工作。在实际应用中，惯导系统和全球定位系统接收机之间存在三种耦合方式：松散耦合、紧密耦合和深度耦合。在深度耦合中，全球定位系统接收机作为一块线路板被嵌入到惯性导航的机箱内，这就是ECI系统。此外，全球定位系统可与增强型定位系统（EPLS）相结合。EPLS是一种先进的无线电装置，它带有一定的自主导航能力。目前，已成功验证可以通过网络自动把全球定位系统转换到EPLS。向差分导航方向发展，使用差分导航技术，既可降低或消除那些影响用户和基准站观测的系统误差，包括信号传播延迟和导航星本身的误差，还可消除人为因素造成的误差。随着全球定位技术的发展，差分导航将得到越来越广泛的应用，将应用于车辆、船舶、飞机的精密导航和管理，大地测量，航测遥感和测图，地籍测量和地理信息系统，航海、航空的远程导航等领域。其本身也会从目前的区域差分向广域差分、全球差分发展，其导航精度将从近程的米级、分米级提高到厘米级，从远程的米级提高到分米级。发展数字化铯钟技术，全球定位系统卫星在轨寿命主要取决于原子钟的寿命。每个卫星上装有3个原子钟，目前使用的是模拟铯钟，其性能预测困难，而且输出频率会随着卫星运行过程温度和磁场变化而变化，因此需要开发计算机控制的数字化铯钟，通过调整内部参数和补偿环境影响使铯钟性能达到最佳化。

GPS市场是一块绝对丰盛的大蛋糕，这已是业界公认的话题。随着中国汽车保有量的不断上升与导航硬件的迅速普及，GPS市场风生水起。回顾2008年，中国的GPS市场竞争异常激烈，各品牌之间竞争加剧，新品牌异军突起速度惊人。在2008年上半年受到消费者关注的GPS品牌数量还不及70家，而到2008年年末，GPS品牌已经突破80家。更令人瞠目的是，2009年2月份中国市场的GPS品牌已经超过100家，行业竞争的激烈程度可见一斑。GPS市场品牌多，并且各厂家都没有绝对的市场主导权，因此中国GPS市场的用户关注仍然处于分散的状态。经济危机风波未平的2009年年初中国GPS市场相对平静，各个厂家的排名相对稳定，没有大起大落

。结合2008-2009年中国GPS市场状况来看，品牌众多的局面仍在持续，但是上榜品牌的格局正在趋于稳定，纽曼依靠价格取得的品牌关注度优势有增无减，同时其他上榜品牌的关注比例变化幅度也在趋于稳定。由此可见，中国GPS市场在风波未平的经济危机形势下，开始进入平稳发展的阶段。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较低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，到2010年，中国GPS市场将冲破百亿大关。

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、矢野研究所、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。

## 目录

## CONTENTS

### 第一部分 行业发展现状

#### 第一章 卫星导航的概述

##### 第一节 卫星导航的定义和系统介绍

###### 一、卫星导航定义

## 二、卫星导航系统

### 第二节 卫星导航的分类与功能

#### 一、导航产品的分类

#### 二、卫星导航终端的主要功能

#### 三、卫星导航系统技术的应用及其拓展

#### 四、卫星定位与导航技术

### 第三节 导航产业链及产业发展特点

#### 一、导航产业链分析

#### 二、卫星导航产业的发展特点

### 第四节 软件GPS原理与应用

#### 一、全球卫星定位系统概况

#### 二、GPS的传统架构

#### 三、软件GPS原理

#### 四、软件GPS应用

### 第五节 卫星导航定位技术的进展和应用前景

#### 一、系统更新、升级及新系统发展方面

#### 二、新技术、新方法的应用方面

## 第二章 全球卫星导航市场分析

### 第一节 世界卫星导航发展概述

#### 一、世界卫星导航发展历史

#### 二、全球卫星导航市场情况

### 第二节 全球卫星导航市场分析

#### 一、全球卫星导航行业情况分析

#### 二、各国卫星导航行业特色分析

#### 三、美俄欧卫星导航行业的对比

#### 四、中外卫星导航市场对比分析

### 第三节 全球GPS发展与应用

#### 一、GPS连续运行站网和综合服务系统的发展

#### 二、GPS应用于电离层监测

#### 三、GPS应用于对流层监测

#### 四、GPS作为卫星测高仪的应用

## 五、GPS全球卫星定位技术在摄影测量中的用途

### 第四节 美国卫星导航市场分析

#### 一、美国GPS系统介绍

#### 二、2008-2009年美国卫星导航行业发展现状

#### 三、2008-2009年美国卫星导航行业发展特点

#### 四、2008-2009年美国卫星导航技术发展分析

#### 五、2009-2012年美国卫星导航行业发展趋势

### 第五节 俄罗斯卫星导航市场分析

#### 一、俄罗斯Glonass系统

#### 二、2008-2009年俄罗斯卫星导航行业发展现状

#### 三、2008-2009年俄罗斯卫星导航行业发展特点

#### 四、2008-2009年俄罗斯卫星导航技术发展分析

#### 五、2009-2012年俄罗斯卫星导航行业发展趋势

### 第六节 欧洲卫星导航市场分析

#### 一、欧洲伽利略系统

#### 二、2008-2009年欧洲卫星导航行业发展现状

#### 三、2008-2009年欧洲卫星导航行业发展特点

#### 四、2008-2009年欧洲卫星导航技术发展分析

#### 五、2009-2012年欧洲卫星导航行业发展趋势

## 第三章 我国卫星导航业发展分析

### 第一节 我国卫星导航业发展的状况

#### 一、我国的卫星导航业发展历史与现状

#### 二、我国卫星导航产业发展的特点

#### 三、卫星导航产业发展的重要意义

#### 四、我国卫星导航呈现多元化格局

#### 五、卫星导航产业对上海经济发展的影响

### 第二节 中国“北斗”卫星导航系统的发展情况

#### 一、中国北斗导航系统的介绍

#### 二、北斗卫星导航应用五年成就与启示

#### 三、2008年北斗卫星导航定位系统入网用户情况

#### 四、北斗一号卫星导航系统与GPS的优势比较

五、2009年中国北斗二号卫星导航系统布网情况

六、中国北斗定位导航系统精度分析

第三节 北斗卫星导航系统的效益与应用分析

一、北斗卫星导航定位系统产生的社会效益

二、第二代北斗卫星导航系统简介及应用展望

三、北斗卫星导航系统在TD-SCDMA系统中的应用

四、北斗系统在军事上应用的发展

第四节 2008-2009年我国卫星导航市场分析

一、2008年上半年卫星导航市场分析

二、2008年下半年卫星导航市场分析

三、2009年1季度卫星导航市场分析

四、2009年卫星导航市场的走向分析

第四章 2008-2009年中国卫星导航产业主要经济指标分析

第一节 2008-2009年中国卫星导航产业工业总产值分析

一、2008-2009年中国卫星导航产业工业总产值分析

二、不同规模企业工业总产值分析

三、不同所有制企业工业总产值比较

第二节 2008-2009年中国卫星导航产业市场销售收入分析

一、2008-2009年中国卫星导航产业市场总销售收入分析

二、不同规模企业总销售收入分析

三、不同所有制企业总销售收入比较

第三节 2008-2009年中国卫星导航产业产品成本费用分析

一、2008-2009年中国卫星导航产业成本费用总额分析

二、不同规模企业销售成本比较分析

三、不同所有制企业销售成本比较分析

第四节 2008-2009年中国卫星导航产业利润总额分析

一、2008-2009年中国卫星导航产业利润总额分析

二、不同规模企业利润总额比较分析

三、不同所有制企业利润总额比较分析

第五章 我国GPS市场发展分析

## 第一节 我国GPS市场发展情况

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

## 第二节 我国GPS市场发展困境及政策动向

- 一、GPS产业发展的弊端
- 二、中国GPS市场发展面临的问题
- 三、制约我国GPS发展因素分析
- 四、2009年我国GPS导航界政策动向分析

## 第三节 2008年上半年中国GPS导航仪市场调查研究

- 一、调查结论
- 二、整体市场产品调查
- 三、品牌关注格局
- 四、价格关注调查
- 五、细分市场格局

## 第四节 2008年下半年GPS市场调查研究

- 一、调查结论
- 二、整体市场品牌调查
- 三、细分市场品牌格局
- 四、产品价格关注调查

## 第五节 2009年1季度中国GPS市场分析

- 一、市场概述及结论
- 二、整体市场品牌关注调查
- 三、产品价格结构
- 四、细分市场品牌结构

## 第六章 中国卫星导航细分市场分析

### 第一节 汽车导航市场

- 一、2008-2009年行业发展现状分析
- 二、2008-2009年市场需求情况分析



三、2008-2009年市场规模情况分析

四、2008-2009年行业竞争格局分析

五、2009-2012年行业发展趋势分析

## 第二节 电子地图市场

一、2008-2009年行业发展现状分析

二、2008-2009年市场需求情况分析

三、2008-2009年市场规模情况分析

四、2008-2009年行业竞争格局分析

五、2009-2012年行业发展趋势分析

## 第三节 智能交通与动态导航市场

一、2008-2009年行业发展现状分析

二、2008-2009年市场需求情况分析

三、2008-2009年市场规模情况分析

四、2008-2009年行业竞争格局分析

## 第二部分 行业竞争格局

### 第七章 卫星导航行业竞争格局分析

#### 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 中国卫星导航行业竞争格局综述

一、2008年卫星导航行业集中度

二、2008年卫星导航行业竞争程度

三、2008年卫星导航企业与品牌数量

四、2008年卫星导航行业竞争格局分析

#### 第四节 2008-2009年卫星导航行业竞争格局分析

- 一、2008-2009年国内外卫星导航竞争分析
- 二、2008-2009年我国卫星导航市场竞争分析
- 三、2008-2009年我国卫星导航市场集中度分析
- 四、2009-2012年国内主要卫星导航企业动向

#### 第八章 卫星导航企业竞争策略分析

##### 第一节 卫星导航市场竞争策略分析

- 一、2009年卫星导航市场增长潜力分析
- 二、2009年卫星导航主要潜力品种分析
- 三、现有卫星导航产品竞争策略分析
- 四、潜力卫星导航品种竞争策略选择
- 五、典型企业产品竞争策略分析

##### 第二节 卫星导航企业竞争策略分析

- 一、金融危机对卫星导航行业竞争格局的影响
- 二、金融危机后卫星导航行业竞争格局的变化
- 三、2009-2012年我国卫星导航市场竞争趋势
- 四、2009-2012年卫星导航行业竞争格局展望
- 五、2009-2012年卫星导航行业竞争策略分析
- 六、2009-2012年卫星导航企业竞争策略分析

#### 第九章 我国卫星导航企业竞争分析

##### 第一节 卫星导航运营商服务商

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

##### 第二节 重点品牌GPS厂家

- 一、北京城际高科
- 二、江苏新科电子

三、宇达电通

四、北京纽曼

五、北京华旗

六、盈科创展

七、深圳航盛

八、深圳麦士威

### 第三节 我国兼做GPS业务的重点企业分析

一、航天晨光股份有限公司

二、中国电信集团公司

三、中国移动通信集团公司

四、中国联合通信有限公司

五、长虹集团

## 第三部分 行业前景预测

### 第十章 卫星导航行业发展趋势分析

#### 第一节 我国卫星导航行业前景与机遇分析

一、我国卫星导航行业发展前景

二、我国卫星导航发展机遇分析

三、2009年卫星导航的发展机遇分析

四、2009年卫星导航的价格趋势分析

#### 第二节 2009-2012年中国卫星导航市场趋势分析

一、2008-2009年卫星导航市场趋势总结

二、2009-2012年卫星导航发展趋势分析

三、2009-2012年卫星导航市场发展空间

四、2009-2012年卫星导航产业政策趋向

五、2009-2012年卫星导航技术革新趋势

六、2009-2012年卫星导航价格走势分析

七、2009-2012年国际环境对行业的影响

## 第十一章 未来卫星导航行业发展预测

### 第一节 2009-2012年国际卫星导航市场预测

一、2009-2012年全球卫星导航行业产值预测

二、2009-2012年全球卫星导航市场需求前景

三、2009-2012年全球卫星导航市场价格预测

第二节 2009-2012年国内卫星导航市场预测

一、2009-2012年国内卫星导航行业产值预测

二、2009-2012年国内卫星导航市场需求前景

三、2009-2012年国内卫星导航市场价格预测

四、2009-2012年国内卫星导航行业集中度预测

#### 第四部分 投资战略研究

#### 第十二章 卫星导航行业投资现状分析

##### 第一节 2008年卫星导航行业投资情况分析

一、2008年总体投资及结构

二、2008年投资规模情况

三、2008年投资增速情况

四、2008年分行业投资分析

五、2008年分地区投资分析

六、2008年外商投资情况

##### 第二节 2009年1-5月卫星导航行业投资情况分析

一、2009年1-5月总体投资及结构

二、2009年1-5月投资规模情况

三、2009年1-5月投资增速情况

四、2009年1-5月分行业投资分析

五、2009年1-5月分地区投资分析

六、2009年1-5月外商投资情况

#### 第十三章 卫星导航行业投资环境分析

##### 第一节 经济发展环境分析

一、2008-2009年我国宏观经济运行情况

二、2009-2012年我国宏观经济形势分析

三、2009-2012年投资趋势及其影响预测

##### 第二节 政策法规环境分析

一、2009年卫星导航行业政策环境

二、2009年国内宏观政策对其影响

三、2009年行业产业政策对其影响

### 第三节 社会发展环境分析

一、国内社会环境发展现状

二、2009年社会环境发展分析

三、2009-2012年社会环境对行业的影响分析

### 第四节 电子信息产业振兴规划

一、电子信息产业振兴规划概述

二、电子信息产业振兴规划细则

三、电子信息产业振兴规划主要任务

四、电子信息产业振兴规划主要工程

五、电子信息产业振兴规划主要措施

六、电子信息产业振兴规划的意义与作用

七、电子信息产业振兴规划对卫星导航行业的影响

## 第十四章 卫星导航行业投资机会与风险

### 第一节 卫星导航行业投资效益分析

一、2008-2009年卫星导航行业投资状况分析

二、2009-2012年卫星导航行业投资效益分析

三、2009-2012年卫星导航行业投资趋势预测

四、2009-2012年卫星导航行业的投资方向

五、2009-2012年卫星导航行业投资的建议

六、新进入者应注意的障碍因素分析

### 第二节 影响卫星导航行业发展的主要因素

一、2009-2012年影响卫星导航行业运行的有利因素分析

二、2009-2012年影响卫星导航行业运行的稳定因素分析

三、2009-2012年影响卫星导航行业运行的不利因素分析

四、2009-2012年我国卫星导航行业发展面临的挑战分析

五、2009-2012年我国卫星导航行业发展面临的机遇分析

### 第三节 卫星导航行业投资风险及控制策略分析

一、2009-2012年卫星导航行业市场风险及控制策略

二、2009-2012年卫星导航行业政策风险及控制策略

- 三、2009-2012年卫星导航行业经营风险及控制策略
- 四、2009-2012年卫星导航行业技术风险及控制策略
- 五、2009-2012年卫星导航同业竞争风险及控制策略
- 六、2009-2012年卫星导航行业其他风险及控制策略

## 第十五章 卫星导航行业投资战略研究

### 第一节 卫星导航行业发展战略研究

- 一、战略综合规划
- 二、技术开发战略
- 三、业务组合战略
- 四、区域战略规划
- 五、产业战略规划
- 六、营销品牌战略
- 七、竞争战略规划

### 第二节 对我国卫星导航品牌的战略思考

- 一、企业品牌的重要性
- 二、卫星导航实施品牌战略的意义
- 三、卫星导航企业品牌的现状分析
- 四、我国卫星导航企业的品牌战略
- 五、卫星导航品牌战略管理的策略

### 第三节 卫星导航行业投资战略研究

- 一、2009年电子信息产业投资战略
- 二、2009年卫星导航行业投资战略
- 三、2009-2012年卫星导航行业投资战略
- 四、2009-2012年细分行业投资战略

## 图表目录

图表：卫星导航产业链分析

图表：国际卫星导航市场规模

图表：国际卫星导航生命周期

图表：2003-2008年中国卫星导航市场规模

图表：2002-2008年全球卫星导航产业市场规模

图表：2006-2008年卫星导航行业重要数据指标比较

图表：2003-2008年中国卫星导航行业销售情况分析

图表：2003-2008年中国卫星导航行业利润情况分析

图表：2003-2008年中国卫星导航行业资产情况分析

图表：2006-2008年卫星导航制造行业总体状况

图表：2007-2008年中国卫星导航行业发展能力分析

图表：2007-2008年中国卫星导航行业竞争力分析

图表：2009-2012年中国卫星导航行业产能预测

图表：2009-2012年中国卫星导航行业消费量预测

图表：2009-2012年中国卫星导航行业市场前景预测

图表：2009-2012年中国卫星导航行业发展前景预测

图表：2004-2008年国内生产总值及其增长速度

图表：2004-2008年居民消费价格涨跌幅度

图表：2008年居民消费价格比上年涨跌幅度

图表：2004-2008年年末国家外汇储备

图表：2004-2008年税收收入及其增长速度

图表：2004-2008年粮食产量及其增长速度

图表：2004-2008年工业增加值及其增长速度

图表：2008年主要工业产品产量及其增长速度

图表：2008年规模以上工业企业实现利润及其增长速度

图表：2004-2008年建筑业增加值及其增长速度

图表：2004-2008年固定资产投资及其增长速度

图表：2008年分行业城镇固定资产投资及其增长速度

图表：2008年固定资产投资新增主要生产能力

图表：2008年房地产开发和销售主要指标完成情况

图表：2004-2008年社会消费品零售总额及其增长速度

图表：2008年货物进出口总额及其增长速度

图表：2008年主要商品出口数量、金额及其增长速度

图表：2008年主要商品进口数量、金额及其增长速度

图表：2008年对主要国家和地区货物进出口额及其增长速度

图表：2004-2008年货物进出口总额及其增长速度

图表：2008年分行业外商直接投资及其增长速度

图表：2008年各种运输方式完成货物运输量及其增长速度

图表：2008年各种运输方式完成旅客运输量及其增长速度

图表：2004-2008年年末电话用户数

图表：2008年全部金融机构本外币存贷款及其增长速度

图表：2004-2008年城乡居民人民币储蓄存款余额及其增长速度

图表：2004-2008年年末各类教育招生人数

图表：2008年人口数及其构成

图表：2004-2008年农村居民村收入及其增长速度

图表：2004-2008年城镇居民可支配收入及其增长速度

图表：2009年1-3月工业生产主要指标

图表：2008-2009年3月全国居民消费价格指数

图表：2008-2009年3月工业品出厂价格指数

图表：2008年1-12月主要行业累计亏损总额同比增长显著上升

图表：2008年1-12月主要行业累计从业人员同比增长回落

图表：2008年1-12月汽车导航仪产量全国合计

图表：2008年1-12月汽车导航仪产量北京市合计

图表：2008年1-12月汽车导航仪产量天津市合计

图表：2008年1-12月汽车导航仪产量河北省合计

图表：2008年1-12月汽车导航仪产量辽宁省合计

图表：2008年1-12月汽车导航仪产量吉林省合计

图表：2008年1-12月汽车导航仪产量黑龙江合计

图表：2008年1-12月汽车导航仪产量上海市合计

图表：2008年1-12月汽车导航仪产量江苏省合计

图表：2008年1-12月汽车导航仪产量浙江省合计

图表：2008年1-12月汽车导航仪产量安徽省合计

图表：2008年1-12月汽车导航仪产量福建省合计

图表：2008年1-12月汽车导航仪产量江西省合计

图表：2008年1-12月汽车导航仪产量山东省合计

图表：2008年1-12月汽车导航仪产量河南省合计

图表：2008年1-12月汽车导航仪产量湖北省合计

图表：2008年1-12月汽车导航仪产量湖南省合计



图表：2008年1-12月汽车导航仪产量广东省合计

图表：2008年1-12月汽车导航仪产量广西区合计

图表：2008年1-12月汽车导航仪产量海南省合计

图表：2008年1-12月汽车导航仪产量重庆市合计

图表：2008年1-12月汽车导航仪产量四川省合计

图表：2008年1-12月汽车导航仪产量贵州省合计

图表：2008年1-12月汽车导航仪产量云南省合计

图表：2008年1-12月汽车导航仪产量陕西省合计

图表：2008年1-12月汽车导航仪产量新疆区合计

图表：2008年1-12月汽车导航仪产量内蒙古合计

图表：2009年1-4月汽车导航仪产量全国合计

图表：2009年1-4月汽车导航仪产量北京市合计

图表：2009年1-4月汽车导航仪产量天津市合计

图表：2009年1-4月汽车导航仪产量河北省合计

图表：2009年1-4月汽车导航仪产量辽宁省合计

图表：2009年1-4月汽车导航仪产量吉林省合计

图表：2009年1-4月汽车导航仪产量黑龙江合计

图表：2009年1-4月汽车导航仪产量上海市合计

图表：2009年1-4月汽车导航仪产量江苏省合计

图表：2009年1-4月汽车导航仪产量浙江省合计

图表：2009年1-4月汽车导航仪产量安徽省合计

图表：2009年1-4月汽车导航仪产量福建省合计

图表：2009年1-4月汽车导航仪产量江西省合计

图表：2009年1-4月汽车导航仪产量山东省合计

图表：2009年1-4月汽车导航仪产量河南省合计

图表：2009年1-4月汽车导航仪产量湖北省合计

图表：2009年1-4月汽车导航仪产量湖南省合计

图表：2009年1-4月汽车导航仪产量广东省合计

图表：2009年1-4月汽车导航仪产量广西区合计

图表：2009年1-4月汽车导航仪产量海南省合计

图表：2009年1-4月汽车导航仪产量重庆市合计

图表：2009年1-4月汽车导航仪产量四川省合计

图表：2009年1-4月汽车导航仪产量贵州省合计

图表：2009年1-4月汽车导航仪产量云南省合计

图表：2009年1-4月汽车导航仪产量陕西省合计

图表：2009年1-4月汽车导航仪产量新疆区合计

图表：2009年1-4月汽车导航仪产量内蒙古合计

详细请访问：<http://www.chinairr.org/report/R03/R0304/200905/26-21103.html>