

2015-2020年中国北斗二代 导航行业市场竞争力分析与投资规划建议咨询报告

报告目录及图表目录

博思数据研究中心编制

www.bosidata.com

报告报价

《2015-2020年中国北斗二代导航行业市场竞争力分析与投资规划建议咨询报告》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.bosidata.com/qtzzh1506/K24775ZM3Q.html>

【报告价格】纸介版7000元 电子版7200元 纸介+电子7500元

【出版日期】2026-03-04

【交付方式】Email电子版/特快专递

【订购电话】全国统一客服务热线：400-700-3630(免长话费) 010-57272732/57190630

博思数据研究中心

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。

说明、目录、图表目录

前言

截至目前，北斗卫星导航产业总产值已突破百亿元，基于北斗导航系统的开发应用已服务于国土、测绘、城建、水利、交通和应急救援等领域。中国卫星导航系统管理办公室主任冉承其表示，我国自主研制的北斗卫星已开通服务近两年，系统运行稳定可靠，并应用于多个行业，服务于多个地区，走进大众生活。

北斗系统的建设及产业的发展都离不开国家的支持，近年来国家各有关部门也都加大了对北斗产业的扶持力度，出台了包括《国家卫星导航产业中长期发展规划》、《国务院关于促进信息消费扩大内需的若干意见》等一系列政策。与此同时，不少地方政府也出台了北斗卫星导航产业发展规划，如《北京市推进北斗导航与位置服务产业发展实施方案（2012-2015年）》、《深圳市北斗卫星导航系统应用产业化实施方案》等。这些政策的出台表明了国家和各地方对北斗产业发展的巨大决心，也为产业发展方向起到了明确的引导作用。

伴随着我国北斗二代导航仪行业的进一步发展，2014年我国北斗二代导航仪行业市场规模达到27.2亿元。预计未来几年，北斗二代导航仪行业规模将呈现出逐年增长态势，到2018年北斗二代导航仪行业市场规模将达到92亿元。

2013-2018年我国北斗二代导航仪市场规模分析及预测

资料来源：博思数据中心整理

本北斗二代导航行业研究报告共九章是博思数据公司的研究成果，通过文字、图表向您详尽描述您所处的行业形势，为您提供详尽的内容。博思数据在其多年的行业研究经验基础上建立起了完善的产业研究体系，一整套的产业研究方法一直在业内处于领先地位。本中国北斗二代导航行业研究报告是2014-2015年度，目前国内最全面、研究最为深入、数据资源最为强大的研究报告产品，为您的投资带来极大的参考价值。

本研究咨询报告由博思数据公司领衔撰写，在大量周密的市场监测基础上，主要依据了国家统计局、国家商务部、国家发改委、国家经济信息中心、国务院发展研究中心、国家海关总署、知识产权局、博思数据提供的最新行业运行数据为基础，验证于与我们建立联系的全国科研机构、行业协会组织的权威统计资料。

报告揭示了中国北斗二代导航行业市场潜在需求与市场机会，报告对中国北斗二代导航行业做了重点企业经营状况分析，并分析了中国北斗二代导航行业趋势预测分析。为战略投资者选择恰当的投资时机和公司领导层做战略规划提供准确的市场情报信息及科学的决策依据，同时对银行信贷部门也具有极大的参考价值。

报告目录：

| | |
|--------------------------|----|
| 第一章 北斗二代导航产业发展概况 | 1 |
| 第一节 北斗导航系统的概念 | 1 |
| 一、北斗卫星导航系统 | 1 |
| 二、北斗一代导航系统 | 2 |
| 三、北斗二代导航系统 | 5 |
| 第二节 北斗导航系统应用及目标 | 6 |
| 一、北斗导航系统提供服务 | 6 |
| 二、北斗导航系统实际应用 | 7 |
| 三、北斗卫星导航系统评价 | 9 |
| 四、北斗卫星导航建设计划及目标 | 10 |
| 第三节 北斗二代导航仪行业政策环境 | 11 |
| 一、北斗导航重要产业政策分析 | 11 |
| 二、北斗导航地方性产业政策 | 12 |
| 三、《导航与位置服务科技发展“十二五”专项规划》 | 13 |
| 第二章 中国北斗二代导航市场发展分析 | 18 |
| 第一节 中国北斗二代导航仪市场规模 | 18 |
| 一、中国卫星导航产业规模分析 | 18 |
| 二、中国北斗一代导航市场规模 | 21 |
| 三、中国北斗二代导航市场规模预测 | 24 |
| 第二节 中国北斗二代导航仪市场需求状况 | 25 |
| 一、北斗导航仪市场供给分析 | 25 |
| 二、中国北斗导航市场需求分析 | 26 |
| 第三节 中国大众导航仪市场分析 | 29 |
| 一、车辆导航仪市场 | 29 |
| （一）全球车辆导航市场规模 | 29 |
| （二）中国车载GPS出货量分析 | 36 |
| （三）中国汽车导航仪市场规模 | 39 |
| 二、手机导航市场分析 | 40 |
| （一）全球导航手机出货量分析 | 40 |
| （二）手机导航成为都市白领新宠 | 40 |
| （三）中国GPS手机市场现状 | 41 |

| | |
|-----------------------|----|
| (四) 导航手机市场前景分析 | 42 |
| 三、PND导航市场分析 | 43 |
| (一) PND导航系统工介绍 | 43 |
| (二) PND导航产业发展现状 | 43 |
| (三) PND导航市场出货量分析 | 46 |
| 第四节 中国北斗导航产业重点区域 | 46 |
| 一、珠三角区域 | 46 |
| 二、长三角区域 | 50 |
| 三、环渤海区域 | 52 |
| 第五节 北斗导航重点城市发展分析 | 53 |
| 一、北京 | 53 |
| 二、上海 | 54 |
| 三、天津 | 54 |
| 四、广东 | 55 |
| 五、山东 | 56 |
| 六、湖北、湖南 | 56 |
| 七、成都 | 58 |
| 八、西安 | 61 |
| 九、南京 | 61 |
| 十、重庆 | 62 |
| 第三章 北斗二代导航仪行业产业链分析 | 63 |
| 第一节 北斗导航产业链概述 | 63 |
| 第二节 北斗二代导航仪上游产业发展状况分析 | 66 |
| 一、北斗关键元器件市场状况 | 66 |
| 二、国内主要北斗芯片厂商 | 66 |
| 三、北斗导航的OEM板卡 | 68 |
| 四、导航电子地图市场分析 | 69 |
| 五、北斗终端设备市场分析 | 70 |
| 第三节 北斗导航下游应用情况分析 | 72 |
| 一、北斗卫星导航国防军工领域应用分析 | 72 |
| (一) 国防军工发展概况 | 72 |
| (二) 卫星导航军用领域市场规模 | 88 |

| | |
|----------------------------|-----|
| (三) 国防军工对北斗导航需求规模 | 89 |
| (四) 国防军工对北斗导航需求前景 | 92 |
| 二、卫星导航其他专业领域应用分析 | 93 |
| (一) 测绘绘图应用规模分析 | 93 |
| (二) 海用领域应用规模分析 | 96 |
| (三) 时间同步应用规模分析 | 101 |
| 三、北斗卫星导航民用领域应用分析 | 102 |
| (一) 北斗导航民用领域市场 | 102 |
| (二) 车辆监控领域应用分析 | 103 |
| (三) 车辆导航领域应用分析 | 105 |
| (四) 通信领域市场应用分析 | 107 |
| (五) 个人跟踪市场应用分析 | 108 |
| (六) 娱乐消费市场应用分析 | 112 |
| (七) 信息服务市场应用分析 | 113 |
| 第四章 2009-2014年中国导航仪进出口数据分析 | 116 |
| 第一节 2009-2014年导航仪进口分析 | 116 |
| 一、导航仪进口数量情况 | 116 |
| 二、导航仪进口金额分析 | 117 |
| 三、导航仪进口来源分析 | 118 |
| 四、导航仪进口价格分析 | 121 |
| 第二节 2009-2014年导航仪出口分析 | 122 |
| 一、导航仪出口数量情况 | 122 |
| 二、导航仪出口金额分析 | 123 |
| 三、导航仪出口流向分析 | 123 |
| 四、导航仪出口价格分析 | 128 |
| 第五章 中国北斗二代导航仪行业竞争格局及战略分析 | 130 |
| 第一节 全球卫星导航市场格局分析 | 130 |
| 一、全球卫星导航系统1+3格局 | 130 |
| 二、美国GPS导航产业发展分析 | 132 |
| 三、欧盟GALILEO导航产业发展分析 | 133 |
| 四、俄罗斯GLONASS导航产业发展分析 | 134 |
| 第二节 全球GPS产业发展格局分析 | 135 |

| | |
|------------------|-----|
| 一、全球GPS产业格局分析 | 135 |
| 二、美国GPS产业格局分析 | 136 |
| 三、欧洲GPS产业格局分析 | 139 |
| 四、日本GPS产业格局分析 | 140 |
| 五、中国台湾GPS产业格局分析 | 141 |
| 第三节 中国北斗导航产业格局分析 | 142 |
| 一、中国北斗导航产业布局 | 142 |
| 二、北斗关键元器件市场格局 | 146 |

自2000年北斗一代开始启动，我国卫星导航产业经历了数10年的培育和发展，呈现高速增长态势，按照中国全球定位系统技术应用协会的统计数据，2010年我国卫星导航产业规模达到506亿，10年间年均复合增长达到50%。其中2000-2010年期间，我国卫星导航产业中主要是还是以GPS产品为主，其中GPS终端设备占据我国95%的导航终端市场份额，而北斗导航（主要是北斗一代）产业规模大约在5亿元左右，占比不到1%。北斗一代自2003年底正式运行以来，到目前为止注册用户数大约在10万左右，主要应用在国防安全领域，以及一些特定行业如渔业、气象、交通、通信、电力等领域，其中渔业应用最广，占比超过60%。由于北斗一代属于试验卫星导航系统，其市场规模较小主要由以下因素制约：一是北斗一代芯片较少，其关键的基带和射频芯片均不成熟；二是用户容量有限，市场推广力度不大。

北斗一代行业应用分布情况

资料来源：博思数据中心整理

北斗一代导航系统覆盖我国及周边地区

资料来源：博思数据中心整理

北斗导航产业主要分布在发达地区，重点地区辐射全国。根据不完整的统计显示，我国从事北斗导航产业的公司大约有200家，主要分布在珠三角、长三角、环渤海地区，形成了以北京、上海、广州、成都、重庆等城市为重点。其中2010年北斗导航产业规模超过5亿的地区为北京、广东、四川，超过3亿的地区为上海、陕西、重庆。目前，北京、上海、广东、西安、成都、重庆等重点城市已经具备了较为完善的北斗导航卫星产业布局，包括众多的科研院所，航天科技、航天科工、电子科技集团等央企，以及国腾电子、北斗星通、华力创通、中海达、海格通信等一批企业。北斗导航产业主要分布在经济发达区域，在这些重点城市和区域的带动和辐射下，我国北斗导航产业已经步入快速发展的通道中，未来在国家 and 地方政府的大力支持下，北斗导航产业有望在重点区域和城市的带动下迅速向全国发展。

我国北斗导航产业规模分布情况

资料来源：博思数据中心整理

我国北斗导航产业重点城市分布情况

资料来源：博思数据中心整理

由于目前北斗导航产业主要分布在经济发达地区，这些区域具备财力和人力优势，对支持北斗导航产业的发展起着重要的作用，在国家政策和补贴的带动下，地方政府相继出台了相应的支持政策和规划，使国家的补贴起到四两拨千斤的效果。

北斗二代与 GPS 性能比较

资料来源：博思数据中心整理

北斗二代卫星导航系统建设进展

资料来源：博思数据中心整理

我国北斗导航系统“三步走”战略

资料来源：博思数据中心整理

三、北斗终端市场竞争状况 147

四、北斗导航应用系统市场竞争状况 148

第四节 北斗二代导航仪企业投资兼并与重组分析 152

一、企业兼并重组发展动机 152

二、国内企业并购整合风险 155

三、行业并购与重组对策建议 158

第五节 企业资本市场运作建议 160

一、企业兼并及收购建议 160

二、企业融资方式选择建议 160

三、企业海外市场运作建议 161

第六章 北斗二代导航仪分销渠道及营销策略分析 162

第一节 工业品市场销售特征 162

一、工业品市场销售主要特征 162

二、工业品分销总体流程分析 162

| | |
|------------------------|-----|
| 三、工业品分销价值实现环节 | 163 |
| 四、影响工业品分销因素分析 | 164 |
| 第二节 北斗二代导航仪分销渠道及策略 | 166 |
| 一、市场分销模式比较 | 166 |
| (一) 直效分销模式 | 166 |
| (二) 代理经销模式 | 167 |
| (三) 关联营销模式 | 168 |
| (四) 混合营销模式 | 169 |
| 二、市场分销渠道策略 | 169 |
| (一) 建立分销体系的必要性 | 169 |
| (二) 工业品企业的渠道战略 | 170 |
| (三) 企业分销商的选择策略 | 170 |
| (四) 制定分销政策考虑要素 | 171 |
| (五) 企业分销管理要点分析 | 175 |
| 第三节 北斗二代导航仪市场营销策略分析 | 176 |
| 一、市场营销主要模式 | 176 |
| 二、营销步骤信息需求 | 177 |
| 三、市场营销策略分析 | 177 |
| (一) 产品策略分析 | 177 |
| (二) 市场拓展策略 | 178 |
| (三) 品牌营销策略 | 178 |
| (四) 市场推广策略 | 179 |
| (五) 人员推销策略 | 179 |
| (六) 销售促进策略 | 179 |
| 第七章 北斗二代导航仪主要生产厂商竞争力分析 | 181 |
| 第一节 成都国腾电子技术股份有限公司 | 181 |
| 一、企业基本情况 | 181 |
| 二、企业经营情况分析 | 181 |
| 三、企业经济指标分析 | 182 |
| 四、企业盈利能力分析 | 182 |
| 五、企业偿债能力分析 | 184 |
| 六、企业运营能力分析 | 185 |

| | |
|----------------------|-----|
| 七、企业成本费用分析 | 185 |
| 第二节 广州海格通信集团股份有限公司 | 186 |
| 一、企业基本情况 | 186 |
| 二、企业经营情况分析 | 187 |
| 三、企业经济指标分析 | 188 |
| 四、企业盈利能力分析 | 188 |
| 五、企业偿债能力分析 | 189 |
| 六、企业运营能力分析 | 190 |
| 七、企业成本费用分析 | 191 |
| 第三节 中国东方红卫星股份有限公司 | 191 |
| 一、企业基本情况 | 191 |
| 二、企业经营情况分析 | 192 |
| 三、企业经济指标分析 | 193 |
| 四、企业盈利能力分析 | 194 |
| 五、企业偿债能力分析 | 195 |
| 六、企业运营能力分析 | 196 |
| 七、企业成本费用分析 | 197 |
| 第四节 北京华力创通科技股份有限公司 | 197 |
| 一、企业基本情况 | 197 |
| 二、企业经营情况分析 | 198 |
| 三、企业经济指标分析 | 198 |
| 四、企业盈利能力分析 | 199 |
| 五、企业偿债能力分析 | 200 |
| 六、企业运营能力分析 | 201 |
| 七、企业成本费用分析 | 202 |
| 第五节 北京北斗星通导航技术股份有限公司 | 202 |
| 一、企业基本情况 | 202 |
| 二、企业经营情况分析 | 203 |
| 三、企业经济指标分析 | 205 |
| 四、企业盈利能力分析 | 205 |
| 五、企业偿债能力分析 | 206 |
| 六、企业运营能力分析 | 207 |

| | |
|-----------------------------------|-----|
| 七、企业成本费用分析 | 208 |
| 第六节 北京合众思壮科技股份有限公司 | 208 |
| 一、企业基本情况 | 208 |
| 二、企业经营情况分析 | 209 |
| 三、企业经济指标分析 | 211 |
| 四、企业盈利能力分析 | 212 |
| 五、企业偿债能力分析 | 213 |
| 六、企业运营能力分析 | 214 |
| 七、企业成本费用分析 | 215 |
| 第七节 航天时代电子技术股份有限公司 | 215 |
| 一、企业基本情况 | 215 |
| 二、企业经营情况分析 | 216 |
| 三、企业经济指标分析 | 216 |
| 四、企业盈利能力分析 | 217 |
| 五、企业偿债能力分析 | 218 |
| 六、企业运营能力分析 | 219 |
| 七、企业成本费用分析 | 220 |
| 第八节 广州中海达卫星导航技术股份有限公司 | 220 |
| 一、企业基本情况 | 220 |
| 二、企业经营情况分析 | 221 |
| 三、企业经济指标分析 | 221 |
| 四、企业盈利能力分析 | 222 |
| 五、企业偿债能力分析 | 223 |
| 六、企业运营能力分析 | 224 |
| 七、企业成本费用分析 | 224 |
| 第八章 2015-2020年中国北斗二代导航产业发展趋势与前景分析 | 225 |
| 第一节 2015-2020年中国北斗二代导航仪行业投资环境分析 | 225 |
| 一、北斗导航产业进入高速增长快车道 | 225 |
| 二、北斗导航未来应用路径分析 | 229 |
| 三、中国北斗导航产业空间演变趋势分析 | 230 |
| (一) 产业整体发展趋势 | 230 |
| (二) 上游产业发展趋势分析 | 230 |

| | |
|-----------------------------------|-----|
| (三) 下游产业发展趋势分析 | 231 |
| 第二节 2015-2020年中国北斗二代导航仪行业行业前景调研分析 | 231 |
| 一、北斗二代导航仪发展趋势分析 | 231 |
| 二、北斗二代导航仪市场前景分析 | 232 |
| 第三节 2015-2020年中国北斗二代导航仪行业投资前景分析 | 232 |
| 一、产业政策风险 | 232 |
| 二、用户认可风险 | 233 |
| 三、市场竞争风险 | 233 |
| 四、产品技术风险 | 234 |
| 第四节 2015-2020年北斗二代导航仪行业投资前景研究及建议 | 234 |
| 第九章 北斗二代导航仪企业投融资战略规划分析 | 236 |
| 第一节 北斗二代导航仪企业发展战略规划背景意义 | 236 |
| 一、企业转型升级的需要 | 236 |
| 二、企业强做大做的需要 | 236 |
| 三、企业可持续发展需要 | 236 |
| 第二节 北斗二代导航产业格局策略 | 237 |
| 一、制定科学规划，优先发展先进地区 | 237 |
| 二、依托本地优势，因势利导发展产业 | 237 |
| 三、提升园区环境，引导企业集群发展 | 237 |
| 第三节 北斗二代导航仪企业发展战略规划的制定原则 | 238 |
| 一、科学性 | 238 |
| 二、实践性 | 238 |
| 三、前瞻性 | 238 |
| 四、创新性 | 239 |
| 五、全面性 | 239 |
| 六、动态性 | 239 |
| 第四节 北斗二代导航仪企业战略规划制定依据 | 239 |
| 一、国家产业政策 | 239 |
| 二、行业发展规律 | 240 |
| 三、企业资源与能力 | 240 |
| 四、可预期的战略定位 | 240 |
| 第五节 北斗二代导航仪企业战略规划策略分析 | 240 |

| | |
|----------|-----|
| 一、战略综合规划 | 240 |
| 二、技术开发战略 | 241 |
| 三、区域战略规划 | 243 |
| 四、产业战略规划 | 243 |
| 五、营销品牌战略 | 243 |
| 六、竞争战略规划 | 244 |

详细请访问：<http://www.bosidata.com/qtzzh1506/K24775ZM3Q.html>