

2015-2022年中国tele matics商业模式深度调研与投资前景研究报告

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

《2015-2022年中国telematics商业模式深度调研与投资前景研究报告》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/tongxun1509/7280292300.html>

【报告价格】纸介版7000元 电子版7000元 纸介+电子7200元

【出版日期】2015-09-22

【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

报告说明:

博思数据发布的《2015-2022年中国telematics商业模式深度调研与投资前景研究报告》共十一章。报告介绍了telematics商业模式行业相关概述、中国telematics商业模式产业运行环境、分析了中国telematics商业模式行业的现状、中国telematics商业模式行业竞争格局、对中国telematics商业模式行业做了重点企业经营状况分析及中国telematics商业模式产业发展前景与投资预测。您若想对telematics商业模式产业有个系统的了解或者想投资telematics商业模式行业，本报告是您不可或缺的重要工具。

Telematics是远距离通信的电信（Telecommunications）与信息科学（Informatics）的合成词，通过内置在汽车、航空、船舶、火车等运输工具上的计算机系统、无线通信技术、卫星导航装置、交换文字、语音等信息的互联网技术而提供信息的服务系统。Telematics市场还可以分为以移动通信运营商为主的After Market（AM）市场和以汽车厂商为主的Before Market（BM）市场两个部分。Telematics AM市场是指在汽车出厂之后安装相应的设备提供Telematics业务，Telematics BM指在出厂时就可以提供服务的形式。Telematics系统运作模式极为复杂，就目前发展的模式观察，基本上可将其分为汽车定位系统（GPS）与资讯存取（Access）两部分。经过几年的高速发展，中国已经成为全球最大的汽车生产国之一。随着中国汽车市场的不断升温，汽车相关服务也随之应运而生。同时，中国汽车消费者的关注点也逐渐从单纯的购买汽车、使用汽车转移到对汽车消费后续服务及配套服务的需求上。正是在这样的背景下，向中国汽车市场引入Telematics服务已经开始成为众多整车厂中国战略的重要内容。从全球发展现状看，随着产业链的成熟以及设备和服务价格的逐步降低，Telematics目前处于快速发展阶段，2010年增长率接近40%。在未来一段时间内，总体趋势仍是大幅度增长，但随着Telematics市场安装率的提升，增幅趋缓，预计2013年全球产业规模将突破1100亿美元。

近几年，Telematics迅速崛起，这块市场几乎成为必争之地，产业链上的所有厂商，包括车厂、图商、运营商等无不紧盯这块大蛋糕。Telematics市场上存在三种商业模式，分别为汽车厂商与移动运营商合作模式、移动运营商Telematics业务模式和第三方TSP模式。汽车厂商与移动运营商合资成立的TSP最为常见，合资TSP综合了汽车制造商与移动运营商在整车制造、客户管理、网络运营等方面的优势，多为强强联手。移动运营商直接开展Telematics业务，这类商业模式的TSP只是移动运营商下属的部门，不是独立的商业实体，在韩国最为普遍。移动运营商下辖的TSP，摆脱了汽车厂商的制约，不再受到具体车型的影响。无汽车商背景，也无运营商背景的第三方TSP运营的Telematics服务，电信运营商仅仅为其提供普通的公众网络

支持，并没有建立紧密的合作关系，典型的是中国的CarBase。完全独立的TSP固然具有高度的自主性，但是既得不到汽车制造商的支持，又缺乏更加丰富便捷的移动网络的专门支撑，电信运营商仅仅成为管道。全球Telematics产业经过了十多年的发展历程，目前在北美、欧洲、日本、韩国等汽车工业发达国家有较快的发展，尤其是北美，整个产业相对比较成熟，渐趋理性。在中国，Telematics产业处于导入初期，基础应用占据主导，相关的基础配套设施与资源尚不具备，产业认知程度低，缺乏统一标准、价格偏高、用户规模偏小、信息服务体系滞后、电子地图更新慢等问题仍然影响着中国Telematics产业的进一步发展。

报告目录：

第一章 Telematics产业属性研究 1

第一节 产业内涵及外延 1

一、Telematics 1

二、Telematics产业现状 4

三、Telematics在国外的发展状况 5

四、Telematics在国内的发展状况 6

第二节 Telematics系统分析 7

一、Telematics系统结构 7

二、Telematics服务系统架构设计 7

三、国外Telematics系统介绍 16

四、市场上主要车载信息服务系统 17

五、Telematics系统的未来趋势 20

第三节 产业发展周期研究 22

一、全球Telematics产业成长 22

二、中国Telematics所处阶段 24

第四节 Telematics技术分析 25

一、Telematics技术的产业化应用 25

二、Telematics技术在中国的机遇及市场前景 26

第五节 产业价值链研究 28

一、产业价值链分析 28

二、产业核心价值分析 28

第二章 Telematics商业模式产业链分析 31

第一节 Telematics商业模式产业链 31

一、产业链组成及责任 31

二、中国的Telematics服务提供商 33

三、Telematics服务商的新选择 35

第二节 Telematics商业模式产业链分析 39

一、运营商应抓住Telematics产业主导权 39

二、Telematics发展中运营商角色扮演 42

三、车载通讯系统服务引起各家车厂浓厚兴趣 46

第三章 Telematics产业发展环境研究 51

第一节 政策环境 51

一、地方政府汽车热点 51

二、政策引领新能源汽车稳步前进 56

三、物联网战略性新兴产业扶持政策出台 58

四、工信部将研制推动物联网产业的发展 59

五、汽车物联网被列入国家重大专项 60

第二节 技术环境 61

一、全球地理信息产业仍处起步期 61

二、我国车载信息产业将进入标准化车道 63

三、科技进步促使汽车生活方式全面升级 65

四、物联网技术及其标准 66

五、Telematics的应用模式与系统设计 76

第三节 社会环境 85

一、位置服务日渐被广泛认知 85

二、车载信息服务呈现特点 86

三、车载信息服务需要全覆盖高带宽网络 88

四、车载信息系统平台发展方向 90

第四节 经济环境 92

一、2015年汽车行业发展状况 92

二、中国汽车保有量 100

三、2015年我国电子信息产业发展状况 109

- 四、我国汽车电子产业发展分析 113
- 五、2015年智能交通行业发展 124
- 第五节 资本环境 131
 - 一、TSP联盟成立 131
 - 二、多方携手搭建有中国特色的车载信息平台 133
 - 三、交通信息服务业在Telematics领域的发展 134
 - 四、车载智能通信系统Telematics 136

第四章 Telematics市场现状 141

- 第一节 美国Telematics市场 141
- 第二节 日本Telematics市场 142
- 第三节 韩国Telematics市场 142
 - 一、韩国发展Telematics产业缘起 143
 - 二、韩国Telematics产业政策 144
 - 三、韩国Telematics现况 146
- 第四节 欧洲Telematics市场 149
 - 一、欧洲Telematics市场 149
 - 二、欧洲市场的Telematics业务 149
 - 三、欧洲Telematics市场发展趋势 150
- 第五节 德国Telematics市场 154
- 第六节 中国Telematics市场 156
 - 一、中国Telematics发展现状 156
 - 二、中国Telematics的运用现状 161
 - 三、中国Telematics市场发展分析 163
 - 四、中国Telematics市场基础分析 168

第五章 Telematics发展趋势 171

- 第一节 Telematics发展趋势 171
 - 一、全球汽车产业信息化发展趋势分析 171
 - 二、展望中国Telematics业务发展 173
 - 三、Telematics是车载终端发展必然趋势 176
 - 四、Telematics时代导航系统的发展趋势 179

- 五、Telematics市场发展趋势 184
- 六、产业链角度看中国Telematics市场发展趋势 186
- 七、Telematics未来技术的发展趋势 188
- 八、语音技术将成车载设备应用发展新趋势 191
- 第二节 Telematics发展前景与预测 193
 - 一、中国汽车Telematics服务市场前景 193
 - 二、汽车Telematics产业前景 195
 - 三、2015-2022年中国汽车配备Telematics数量 197
 - 四、2015-2022年中国物联网市场规模预测 198
- 第三节 telematics发展动向 198
 - 一、下一代Telematics技术的产业发展动向 198
 - 二、下一代智能汽车是Telematics与ECU的结合 200
 - 三、下一代Telematics车载智能系统 202
 - 四、Telematics产业化的发展动向 206
 - 五、车载娱乐导航系统的发展方向 211

第六章 Telematics商业模式分析 217

- 第一节 Telematics服务分析 217
 - 一、Telematics服务功能 217
 - 二、用户对Telematics服务功能的认知与认可情况 218
 - 三、现阶段Telematics的主流服务内容 219
 - 四、Telematics主流服务分析 222
- 第二节 Telematics商业模式分析 228
 - 一、商业模式是Telematics快速成长关键 228
 - 二、Telematics的经营及发展 232
 - 三、基于运营商视角的物联网商业模式 234
 - 四、全球Telematics盈利模式向服务业的转型 239

第七章 Telematics商业模式可行性评估 241

- 第一节 Telematics商业模式的类型 241
- 第二节 Telematics商业模式各类型评估对比 241
- 第三节 Telematics商业模式等级评估 242

第八章 Telematics产业典型商业模式现状研究 245

第一节 整车商为核心的商业模式 245

一、车载前装市场竞争格局 245

二、前装后装竞争状况 247

第二节 运营商为核心的商业模式 249

一、中国电信联通角逐Telematics产业 249

二、中国联通依托3G技术拓展汽车信息服务市场 251

三、GPS导航服务占据Telematics产业 253

第三节 独立第三方商业模式 254

第九章 国内外Telematics典型商业模式解构 257

第一节 Onstar 257

一、Onstar简介 257

二、2011年中国用户情况 262

三、Onstar在中国的业务模式 263

四、Onstar在中国的应用前景 264

五、新赛威Onstar分析 267

第二节 BMW 271

第三节 G-book 272

一、G-book简介 272

二、G-BOOK发展 274

三、车载信息服务时代来临G-Book力拼Onstar 276

第四节 Atx 278

第十章 国内Telematics商业模式机会与风险研究 289

第一节 优势 289

一、中国Telematics发展基础条件具备 293

二、车载信息服务系统成汽车后市场新增长极 294

第二节 劣势 296

第三节 机会 301

一、Telematics在中国商用车市场的发展机遇 301

二、车载信息服务市场规模 303

第四节 风险 306

一、商业模式对中国Telematics产业的发展影响 306

二、Telematics已成品牌差异化竞争的核心手段 307

第十一章 博思数据对Telematics商业模式发展建议 309

第一节 商业模式策略性建议 309

一、运营商如何切入车载信息服务市场 309

二、信息时代下的汽车、生活和Telematics的互动 311

第二节 商业模式运营性建议 314

一、车载信息服务发展需符合国情 314

二、车载在线服务市场开发关键在于平台开放性 317

三、汽车通讯设备应因用户需求多元 318

图表目录：

图表：赛格导航规划的Telematics系统服务平台架构 20

图表：2006-2014年全球Telematics规模增长情况 23

图表：2006-2014年北美新车型Telematics前装率 23

图表：中国telematics应用市场销售份额 25

图表：Telematics的产业链结构图 31

图表：物联网3个层次 67

图表：物联网在不同领域的主要标准组织分布情况 70

图表：ITU-T提出的物联网架构 71

图表：Telematics系统架构图 79

图表：整合GPS功能的汽车用应用处理器架构图 80

图表：数字音频广播系统硬件架构图 82

图表：不同通讯协议技术的速度及应用定位 82

图表：汽车产业标准演进历史 84

图表：2003-2014年中国导航业年均增长率 85

图表：2015-2022年全国轿车产量 96

图表：2015-2022年北京轿车产量 96

图表：2015-2022年天津轿车产量 96

图表：2015-2022年河北轿车产量 96

图表：2015-2022年辽宁轿车产量 96

图表：2015-2022年吉林轿车产量 97

图表：2015-2022年黑龙江轿车产量 97

图表：2015-2022年上海轿车产量 97

图表：2015-2022年江苏轿车产量 97

图表：2015-2022年浙江轿车产量 97

图表：2015-2022年安徽轿车产量 98

图表：2015-2022年福建轿车产量 98

图表：2015-2022年江西轿车产量 98

图表：2015-2022年山东轿车产量 98

图表：2015-2022年河南轿车产量 98

图表：2015-2022年湖北轿车产量 98

图表：2015-2022年湖南轿车产量 99

图表：2015-2022年广东轿车产量 99

图表：2015-2022年广西轿车产量 99

图表：2015-2022年海南轿车产量 99

图表：2015-2022年重庆轿车产量 99

图表：2015-2022年贵州轿车产量 100

图表：2015-2022年云南轿车产量 100

图表：2015-2022年陕西轿车产量 100

图表：2015-2022年甘肃轿车产量 100

图表：2015-2022年全国汽车产量 104

图表：2015-2022年北京汽车产量 104

图表：2015-2022年天津汽车产量 104

图表：2015-2022年河北汽车产量 105

图表：2015-2022年山西汽车产量 105

图表：2015-2022年内蒙古汽车产量 105

图表：2015-2022年辽宁汽车产量 105

图表：2015-2022年吉林汽车产量 105

图表：2015-2022年黑龙江汽车产量 105

图表：2015-2022年上海汽车产量 106

图表：2015-2022年江苏汽车产量 106

图表：2015-2022年浙江汽车产量 106

图表：2015-2022年安徽汽车产量 106

图表：2015-2022年福建汽车产量 106

图表：2015-2022年江西汽车产量 107

图表：2015-2022年山东汽车产量 107

图表：2015-2022年河南汽车产量 107

图表：2015-2022年湖北汽车产量 107

图表：2015-2022年湖南汽车产量 107

图表：2015-2022年广东汽车产量 107

图表：2015-2022年广西汽车产量 108

图表：2015-2022年海南汽车产量 108

图表：2015-2022年重庆汽车产量 108

图表：2015-2022年四川汽车产量 108

图表：2015-2022年贵州汽车产量 108

图表：2015-2022年云南汽车产量 109

图表：2015-2022年陕西汽车产量 109

图表：2015-2022年甘肃汽车产量 109

图表：2015-2022年新疆汽车产量 109

图表：2014年12月至今规模以上电子信息制造业与全国工业增加值月增速对比 110

图表：2014年各季度规模以上制造业收入、利润完成情况对比 111

图表：2014年12个月电子信息产业固定资产投资情况 112

图表：汽车电子的配备率 113

图表：汽车电子产业收入国际比较 114

图表：中国汽车电子市场规模与应用结构 114

图表：中国车载电子市场规模与增长 115

图表：AHS系统 118

图表：车联网应成为智能交通拓展的方向 118

图表：车联网产业链分析 119

图表：新能源汽车电子创新空间和市场机会 122

图表：2007-2014年欧洲TelematicsOBU市场规模 151

图表：中国Telematics市场发展轨迹 164

图表：Telematics服务分类 165

图表：日本Telematics市场发展演进路线 165

图表：2015-2022年中国Telematics市场用户发展分析及预测 167

图表：中国Telematics用户服务需求情况分析 168

图表：电信运营商内部结构维度与外部关联度分析 236

图表：合作开发、独立推广模式 237

图表：独立开发和推广模式 238

图表：客户定制模式 239

图表：2014年车载前装导航图资市场厂商占比图 245

图表：中国私人汽车保有量 293

图表：2008-2015年中国商用车市场销量分析预测 301

图表：中国物流服务提供商商用车采购偏好分析 302

图表：Telematics付费模式比较 302

图表：中国商用车Telematics市场发展轨迹 303

图表：Telematics业务规划 307

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。

详细请访问：<http://www.bosidata.com/tongxun1509/7280292300.html>