

2024-2029年中国汽车导航仪行业发展全景调研与投资趋势预测研究报告

报告简介

车载导航仪通过接收卫星信号，配合电子地图数据，实时掌握自己的方位与目的地，自主导航的模式不收取任何使用费用，用户可以根据自己的需要有选择的购买地图数据。当使用者把车载GPS安装在车上后，无论使用者身处哪个城市、城镇或是郊区，我们都能在转瞬之间找到一家餐馆或是最近的一家加油站。

目前，我国已悄然兴起GPS专业玩家一族，他们大部分是户外运动和汽车越野爱好者。这些使用者可以通过车载GPS了解车辆行使方向，这样就取代传统的高度计，还可以显示海拔高度等信息。通过GPS对卫星信号的接受计算，可以测算出行驶的具体速度。对于那些热爱户外运动，汽车越野爱好者来说GPS让他们再也不会为迷失方向而苦恼，因为GPS导航仪可以让驾车者对行驶道路了如指掌。GPS导航仪还提供全程语音提示，驾车者无须观察显示界面就可能实现导航的全过程，使得行车更加安全舒适。随着科技人性化时代的到来，GPS车载导航系统逐渐显示出其强大的生命力和广阔的应用前景，市场潜力巨大。GPS导航系统将成为人们休闲、娱乐、旅游探险不可缺少的必备工具，引领时尚前沿消费市场。

本研究咨询报告由中道泰和咨询公司领衔撰写，在大量周密的市场调研基础上，主要依据了国家统计局、国家工信部、国家发改委、国务院发展研究中心、中国汽车工业协会、51行业报告网、全国及海外多种相关报刊杂志以及专业研究机构公布和提供的大量资料，对我国汽车导航仪及各子行业的发展状况、上下游行业发展状况、市场供需形势、新成果与技术等进行了分析，并重点分析了我国汽车导航仪行业发展状况和特点，以及中国汽车导航仪行业将面临的挑战、企业的发展策略等。报告还对全球的汽车导航仪行业发展态势作了详细分析，并对汽车导航仪行业进行了趋向研判，是汽车导航仪开发、经营企业，科研、投资机构等单位准确了解目前汽车导航仪业发展动态，把握企业定位和发展方向不可多得的精品。

报告目录

第一部分 产业环境透视

第一章 汽车导航仪行业发展背景

第一节 报告研究背景及方法

一、行业研究背景

二、数据来源及统计口径

1、行业统计部门和统计口径

2、行业统计方法及数据种类

三、行业定义及分类

1、汽车导航仪的定义

2、汽车导航仪主要分类

第二节 行业产业链结构分析

一、行业产业链结构简介

二、行业上游供应市场分析

三、行业下游应用结构分析

第三节 汽车导航仪行业市场结构分析

一、行业产品结构分析

二、行业区域结构分析

三、产品应用结构分析

第四节 中国汽车导航仪行业市场竞争状况

一、市场波特五力分析

二、市场竞争方式分析

三、市场竞争格局分析

四、行业投资兼并与重组分析

1、行业投资兼并与重组概况

2、行业投资兼并与重组动向

3、行业投资兼并与重组趋势

第二章 中国汽车导航仪行业发展环境分析

第一节 汽车导航仪行业政策环境分析

一、汽车导航仪行业监管体系

二、汽车导航仪行业产品规划

三、汽车导航仪行业布局规划

四、汽车导航仪行业企业规划

第二节 汽车导航仪行业经济环境分析

一、中国GDP增长情况

二、固定资产投资情况

第三节 汽车导航仪行业技术环境分析

一、汽车导航仪行业专利申请数分析

二、汽车导航仪行业专利申请人分析

三、汽车导航仪行业热门专利技术分析

第四节 汽车导航仪行业消费环境分析

一、汽车导航仪行业消费态度调查

二、汽车导航仪行业消费驱动分析

三、汽车导航仪行业消费需求特点

四、汽车导航仪行业消费群体分析

五、汽车导航仪行业消费行为分析

六、汽车导航仪行业消费关注点分析

七、汽车导航仪行业消费区域分布

第二部分 行业深度分析

第三章 中国汽车导航仪行业市场发展现状分析

第一节 汽车导航仪行业发展概况

一、汽车导航仪行业市场规模分析

二、汽车导航仪行业竞争格局分析

三、汽车导航仪行业发展前景预测

第二节 汽车导航仪行业供需状况分析

一、汽车导航仪行业供给状况分析

二、汽车导航仪行业需求状况分析

三、汽车导航仪行业整体供需平衡分析

四、主要省市供需平衡分析

第三节 汽车导航仪行业经济指标分析

一、汽车导航仪行业产销能力分析

二、汽车导航仪行业盈利能力分析

三、汽车导航仪行业运营能力分析

四、汽车导航仪行业偿债能力分析

五、汽车导航仪行业发展能力分析

第四节 汽车导航仪行业进出口市场分析

一、汽车导航仪行业进出口综述

二、汽车导航仪行业进口市场分析

三、汽车导航仪行业出口市场分析

四、汽车导航仪行业进出口前景预测

第四章 中国汽车导航仪行业运营状况分析

第一节 汽车导航仪行业经营情况分析

一、行业经营效益分析

二、行业盈利能力分析

三、行业运营能力分析

四、行业偿债能力分析

五、行业发展能力分析

第二节 汽车导航仪行业供需形势分析

一、汽车导航仪行业供给情况分析

1、行业总产值分析

2、行业产成品分析

二、汽车导航仪行业需求情况分析

1、行业销售产值分析

2、行业销售收入分析

三、汽车导航仪行业产销情况分析

1、行业总体产销率情况

2、行业区域产销率情况

第三节 汽车导航仪行业经济指标分析

一、汽车导航仪行业经济指标分析

二、不同规模企业经济指标分析

1、大型企业经济指标分析

2、中型企业经济指标分析

3、小型企业经济指标分析

三、不同性质企业经济指标分析

1、股份制企业经济指标分析

2、私营企业经济指标分析

3、外商投资企业经济指标分析

四、不同地区企业经济指标分析

1、华东地区企业经济指标分析

2、华南地区企业经济指标分析

3、东北地区企业经济指标分析

第三部分 市场全景调研

第五章 汽车导航仪行业产业结构分析

第一节 汽车导航仪产业结构分析

一、市场细分充分程度分析

二、各细分市场领先企业排名

三、各细分市场占总市场的结构比例

四、领先企业的结构分析(所有制结构)

第二节 产业价值链的结构及整体竞争优势分析

一、产业价值链的构成

二、产业链条的竞争优势与劣势分析

第三节 产业结构发展预测

一、产业结构调整指导政策分析

二、产业结构调整中消费者需求的引导因素

三、中国汽车导航仪行业参与国际竞争的战略市场定位

四、产业结构调整方向分析

第六章 我国汽车导航仪行业营销趋势及策略分析

第一节 汽车导航仪行业销售渠道分析

一、营销分析与营销模式推荐

1、渠道构成

2、销售贡献比率

3、覆盖率

4、销售渠道效果

5、价值流程结构

6、渠道建设方向

二、汽车导航仪营销环境分析与评价

1、国际环境下的汽车导航仪

2、企事业需求下的汽车导航仪

3、我国汽车导航仪市场整体环境

三、销售渠道存在的主要问题

四、营销渠道发展趋势与策略

第二节 汽车导航仪行业营销策略分析

一、中国汽车导航仪营销概况

二、汽车导航仪营销策略探讨

1、中国汽车导航仪产品营销策略浅析

2、汽车导航仪新产品的市场推广策略

3、汽车导航仪细分产品营销策略分析

第三节 汽车导航仪营销的发展趋势

一、未来汽车导航仪市场营销的出路

二、中国汽车导航仪营销的趋势预测

第四节 汽车导航仪市场营销模式与面临的挑战

第四部分 竞争格局分析

第七章 中国汽车导航仪行业重点区域市场分析

第一节 中国汽车导航仪行业区域市场概况

一、汽车导航仪行业产值分布情况

二、汽车导航仪行业市场分布情况

三、汽车导航仪行业利润分布情况

第二节 华东地区汽车导航仪行业需求分析

一、上海市汽车导航仪行业需求分析

二、江苏省汽车导航仪行业需求分析

三、山东省汽车导航仪行业需求分析

四、浙江省汽车导航仪行业需求分析

五、安徽省汽车导航仪行业需求分析

六、福建省汽车导航仪行业需求分析

第三节 华南地区汽车导航仪行业需求分析

一、广东省汽车导航仪行业需求分析

二、广西省汽车导航仪行业需求分析

三、海南省汽车导航仪行业需求分析

第四节 华中地区汽车导航仪行业需求分析

一、湖南省汽车导航仪行业需求分析

二、湖北省汽车导航仪行业需求分析

三、河南省汽车导航仪行业需求分析

第五节 华北地区汽车导航仪行业需求分析

一、北京市汽车导航仪行业需求分析

二、山西省汽车导航仪行业需求分析

三、天津市汽车导航仪行业需求分析

四、河北省汽车导航仪行业需求分析

第六节 东北地区汽车导航仪行业需求分析

一、辽宁省汽车导航仪行业需求分析

二、吉林省汽车导航仪行业需求分析

三、黑龙江汽车导航仪行业需求分析

第七节 西南地区汽车导航仪行业需求分析

一、重庆市汽车导航仪行业需求分析

二、四川省汽车导航仪行业需求分析

三、云南省汽车导航仪行业需求分析

第八节 西北地区汽车导航仪行业需求分析

一、陕西省汽车导航仪行业需求分析

二、新疆省汽车导航仪行业需求分析

三、甘肃省汽车导航仪行业需求分析

第八章 中国汽车导航仪行业市场竞争格局分析

第一节 汽车导航仪行业竞争格局分析

一、汽车导航仪行业区域分布格局

二、汽车导航仪行业企业规模格局

三、汽车导航仪行业企业性质格局

第二节 汽车导航仪行业竞争五力分析

一、汽车导航仪行业上游议价能力

二、汽车导航仪行业下游议价能力

三、汽车导航仪行业新进入者威胁

四、汽车导航仪行业替代产品威胁

五、汽车导航仪行业行业内部竞争

第三节 汽车导航仪行业重点企业竞争策略分析

第四节 汽车导航仪行业投资兼并重组整合分析

一、投资兼并重组现状

二、投资兼并重组案例

第九章 2024-2029年汽车导航仪行业领先企业经营形势分析

第一节 深圳市任我游科技有限公司

一、企业发展简况分析

二、企业经营情况分析

三、企业产品结构及新产品动向

四、企业销售渠道与网络

五、企业最新发展动向分析

第二节 北京纽曼理想数码科技有限公司

- 一、企业发展简况分析
- 二、企业经营情况分析
- 三、企业产品结构及新产品动向
- 四、企业销售渠道与网络
- 五、企业最新发展动向分析

第三节 garmin 佳明

- 一、企业发展简况分析
- 二、企业经营情况分析
- 三、企业产品结构及新产品动向
- 四、企业销售渠道与网络
- 五、企业最新发展动向分析

第四节 苏州宇达电通有限公司

- 一、企业发展简况分析
- 二、企业经营情况分析
- 三、企业产品结构及新产品动向
- 四、企业销售渠道与网络
- 五、企业最新发展动向分析

第五节 中恒兴业科技集团

- 一、企业发展简况分析
- 二、企业经营情况分析
- 三、企业产品结构及新产品动向
- 四、企业销售渠道与网络
- 五、企业最新发展动向分析

第六节 新科电子集团有限公司

- 一、企业发展简况分析
- 二、企业经营情况分析
- 三、企业产品结构及新产品动向
- 四、企业销售渠道与网络
- 五、企业最新发展动向分析

第七节 深圳市盈科创展科技有限公司

- 一、企业发展简况分析
- 二、企业经营情况分析
- 三、企业产品结构及新产品动向
- 四、企业销售渠道与网络
- 五、企业最新发展动向分析

第八节 万利达集团有限公司

- 一、企业发展简况分析
- 二、企业经营情况分析
- 三、企业产品结构及新产品动向
- 四、企业销售渠道与网络
- 五、企业最新发展动向分析

第五部分 发展前景展望

第十章 中国汽车导航仪行业发展趋势及投资分析

第一节 行业发展环境分析

- 一、行业政策环境分析
 - 1、行业法规及政策解析
 - 2、行业发展规划分析
- 二、行业经济环境分析

1、行业与宏观经济相关性分析

2、行业与其他关联产业关系分析

第二节 汽车导航仪行业投资特性分析

一、行业进入壁垒分析

1、市场准入壁垒

2、技术壁垒

3、资金壁垒

4、渠道壁垒

5、品牌壁垒

二、行业季节特征分析

三、行业经营模式分析

四、行业盈利因素分析

第三节 汽车导航仪行业发展趋势与前景预测

一、行业发展存在的问题及策略建议

1、行业发展存在的问题分析

2、行业发展策略建议

二、汽车导航仪行业发展趋势分析

1、行业技术发展趋势分析

2、行业产品结构发展趋势分析

3、行业市场竞争趋势分析

4、行业产品应用领域发展趋势

三、汽车导航仪行业发展前景预测

1、行业发展驱动因素分析

2、汽车导航仪行业供需前景预测

第四节 汽车导航仪行业投资现状及建议

- 一、汽车导航仪行业投资项目分析
- 二、汽车导航仪行业投资机遇分析
- 三、汽车导航仪行业投资风险警示
- 四、汽车导航仪行业投资策略建议

第十一章 2024-2029年汽车导航仪行业投资机会与风险防范

第一节 汽车导航仪行业投融资情况

- 一、行业资金渠道分析
- 二、固定资产投资分析
- 三、兼并重组情况分析
- 四、汽车导航仪行业投资现状分析
 - 1、汽车导航仪产业投资经历的阶段
 - 2、2019-2023年汽车导航仪行业投资状况回顾
 - 3、2019-2023年中国汽车导航仪行业风险投资状况
 - 4、2024-2029年我国汽车导航仪行业的投资态势

第二节 2024-2029年汽车导航仪行业投资机会

- 一、产业链投资机会
- 二、细分市场投资机会
- 三、重点区域投资机会
- 四、汽车导航仪行业投资机遇

第三节 2024-2029年汽车导航仪行业投资风险及防范

- 一、政策风险及防范
- 二、技术风险及防范
- 三、供求风险及防范

四、宏观经济波动风险及防范

五、关联产业风险及防范

六、产品结构风险及防范

七、其他风险及防范

第四节 中国汽车导航仪行业投资建议

一、汽车导航仪行业未来发展方向

二、汽车导航仪行业主要投资建议

三、中国汽车导航仪企业融资分析

1、中国汽车导航仪企业IPO融资分析

2、中国汽车导航仪企业再融资分析

第六部分 发展战略研究

第十二章 2024-2029年汽车导航仪行业面临的困境及对策

第一节 2019-2023年汽车导航仪行业面临的困境

第二节 汽车导航仪企业面临的困境及对策

一、重点汽车导航仪企业面临的困境及对策

1、重点汽车导航仪企业面临的困境

2、重点汽车导航仪企业对策探讨

二、中小汽车导航仪企业发展困境及策略分析

1、中小汽车导航仪企业面临的困境

2、中小汽车导航仪企业对策探讨

三、国内汽车导航仪企业的出路分析

第三节 中国汽车导航仪行业存在的问题及对策

一、中国汽车导航仪行业存在的问题

二、汽车导航仪行业发展的建议对策

- 1、把握国家投资的契机
- 2、竞争性战略联盟的实施
- 3、企业自身应对策略

三、市场的重点客户战略实施

- 1、实施重点客户战略的必要性
- 2、合理确立重点客户
- 3、重点客户战略管理
- 4、重点客户管理功能

第四节 中国汽车导航仪市场发展面临的挑战与对策

第十三章 汽车导航仪行业发展战略研究

第一节 汽车导航仪行业发展战略研究

- 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 对我国汽车导航仪品牌的战略思考

- 一、汽车导航仪品牌的重要性
- 二、汽车导航仪实施品牌战略的意义
- 三、汽车导航仪企业品牌的现状分析
- 四、我国汽车导航仪企业的品牌战略
- 五、汽车导航仪品牌战略管理的策略

第三节 汽车导航仪经营策略分析

一、汽车导航仪市场细分策略

二、汽车导航仪市场创新策略

三、品牌定位与品类规划

四、汽车导航仪新产品差异化战略

第四节 汽车导航仪行业投资战略研究

一、2019-2023年汽车导航仪行业投资战略

二、2024-2029年汽车导航仪行业投资战略

三、2024-2029年细分行业投资战略

第十四章 研究结论及投资建议

第一节 汽车导航仪行业研究结论及建议

第二节 汽车导航仪子行业研究结论及建议

第三节 中道泰和汽车导航仪行业投资建议

一、行业发展策略建议

二、行业投资方向建议

三、行业投资方式建议

图表目录

图表：汽车导航仪行业生命周期

图表：汽车导航仪行业产业链结构

图表：2019-2023年全球汽车导航仪行业市场规模

图表：2019-2023年中国汽车导航仪行业市场规模

图表：2019-2023年汽车导航仪行业重要数据指标比较

图表：2019-2023年中国汽车导航仪市场占全球份额比较

图表：2019-2023年汽车导航仪行业工业总产值

- 图表：2019-2023年汽车导航仪行业销售收入
- 图表：2019-2023年汽车导航仪行业利润总额
- 图表：2019-2023年汽车导航仪行业资产总计
- 图表：2019-2023年汽车导航仪行业负债总计
- 图表：2019-2023年汽车导航仪行业竞争力分析
- 图表：2019-2023年汽车导航仪市场价格走势
- 图表：2019-2023年汽车导航仪行业主营业务收入
- 图表：2019-2023年汽车导航仪行业主营业务成本
- 图表：2019-2023年汽车导航仪行业销售费用分析
- 图表：2019-2023年汽车导航仪行业管理费用分析
- 图表：2019-2023年汽车导航仪行业财务费用分析
- 图表：2019-2023年汽车导航仪行业销售毛利率分析
- 图表：2019-2023年汽车导航仪行业销售利润率分析
- 图表：2019-2023年汽车导航仪行业成本费用利润率分析
- 图表：2019-2023年汽车导航仪行业总资产利润率分析
- 图表：2019-2023年汽车导航仪行业产能分析
- 图表：2019-2023年汽车导航仪行业产量分析
- 图表：2019-2023年汽车导航仪行业需求分析
- 图表：2019-2023年汽车导航仪行业进口数据
- 图表：2019-2023年汽车导航仪行业出口数据
- 图表：2019-2023年汽车导航仪行业集中度

把握投资 决策经营！

咨询订购 请拨打 400-886-7071 (免长途费) Email : kf@51baogao.cn

本文地址：<https://www.51baogao.cn/bg/20170214/43537.shtml>

在线订购：[点击这里](#)