

2024-2030年中国高精度卫星导航定位（GNSS） 市场深度调查与投资战略研究报告

报告大纲

共研网

www.gonyn.com

一、报告简介

官网地址：<https://www.gonyn.com/report/1690445.html>

报告价格：电子版: 8000元 纸介版：8000元 电子和纸介版: 8500元

订购电话: 010-69365838 / 400-700-9228

电子邮箱: kefu@gonyn.com

联系人: 李经理

二、报告目录及图表目录

全球导航卫星系统(GNSS)的信号来源于各类卫星定位系统，包括全球的导航卫星星座和星基增强系统(SBAS，利用地球静止轨道卫星建立的地区性广域差分增强系统)。

目前全球导航卫星星座有：美国的GPS，俄罗斯的格洛纳斯(GLONASS)、欧洲的伽利略(Galileo)和中国的北斗(BeiDou/COMPASS)。星基增强系统(SBAS)包括：欧洲EGNOS(覆盖欧洲大陆)、美国WAAS(覆盖北美洲大陆)、日本MSAS(覆盖亚洲大陆)和印度GAGAN。

据报告预测，全球GNSS市场增长的主要地区将集中在亚太地区，GNSS设备的使用量每年将增长11%，从2014年的17亿台增长到2023年的42亿台。中东和非洲地区的发展速率最快(每年增长19%)，但是目前的基数处在较低水平。

共研网发布的《2024-2030年中国高精度卫星导航定位（GNSS）市场深度调查与投资战略研究报告》报告中的资料和数据来源于对行业公开信息的分析、对业内资深人士和相关企业高管的深度访谈，以及共研分析师综合以上内容作出的专业性判断和评价。分析内容中运用共研自主建立的产业分析模型，并结合市场分析、行业分析和厂商分析，能够反映当前市场现状，趋势和规律，是企业布局煤炭综采设备后市场服务行业的重要决策参考依据。

第一章 产业研究范围界定及市场特征分析

第一节 我国卫星导航定位市场类型

- 一、高精度GNSS行业
- 二、GNSS消费类行业

第二节 高精度卫星导航定位产业链

- 一、全球卫星导航系统（GNSS）
- 二、基础类产品
- 三、GNSS终端产品及应用软件
- 四、GNSS系统工程

第三节 行业特有经营模式

- 一、盈利模式
- 二、生产模式
- 三、销售模式

第四节 行业特征分析

第二章 2022-2023年卫星导航定位产业发展背景分析

第一节 经济运行

第二节 消费指数

第三节 投资分析

第四节 经济贸易

第五节 人口及收入

第三章 全球及中国卫星导航产业

第一节 全球四大卫星导航定位系统

- 一、美国GPS系统
- 二、欧盟Galileo系统
- 三、俄罗斯GLONASS系统
- 四、我国北斗卫星导航系统

第二节 全球卫星导航定位行业现状

- 一、全球发展历史及应用
- 二、2019-2022年市场规模

第三节 中国卫星导航定位行业发展

第四章 中国卫星导航定位市场分析

第一节 行业管理体系及产业政策

第二节 2019-2022年高精度GNSS行业特点

- 一、市场规模持续增长
- 二、市场集中度较高
- 三、行业毛利稳步提升

第三节 GNSS消费类市场特点

- 一、市场规模较大
- 二、竞争差异性较大
- 三、行业利润率持续下降

第四节 高精度GNSS市场与消费类应用市场对比分析

- 一、进入壁垒
- 二、竞争程度
- 三、盈利水平

第五章 2018-2022年中国高精度GNSS市场容量分析

第一节 2018-2022年高精度GNSS市场容量

- 一、2018-2022年高精度GNSS市场容量
- 二、2018-2022年高精度GNSS细分市场
- 三、需求增长驱动因素分析

第二节 2018-2022年高精度GNSS测量型市场

- 一、2018-2022年测绘仪器产品市场容量

二、2018-2022年高精度GNSS测量型产品容量

第三节 2018-2022年GIS数据采集器市场容量

一、GIS数据采集器市场特征分析

二、2018-2022年GIS数据采集器市场容量

第四节 2018-2022年水声探测设备市场容量

一、中国水声探测市场结构

二、2018-2022年水声探测设备市场容量

第五节 2018-2022年GNSS系统工程市场容量

第六节 影响行业发展因素分析

一、有利因素分析

二、不利因素分析

第六章 中国高精度GNSS市场竞争分析

第一节 行业竞争分析

一、国产进口品牌格局

二、国产品牌市场竞争格局

三、国产高精度GNSS产业发展

第二节 细分市场格局

一、测量型GNSS产品竞争格局

二、GIS 数据采集器市场竞争格局

三、水声探测设备市场竞争格局

四、GNSS系统工程市场竞争

第三节 GNSS行业进入壁垒分析

第七章 中国领先企业竞争力分析

第一节 美国天宝

一、企业概况

二、产品系列

三、经营情况

第二节 瑞士徕卡

一、企业概况

二、产品系列

三、经营情况

第三节 日本拓普康

一、企业概况

二、产品系列

三、经营情况

第四节 广州中海达

一、企业概况

二、产品系列

三、经营情况

第五节 广州南方测绘

一、企业概况

二、产品系列

三、经营情况

第六节 上海华测导航

一、企业概况

二、产品系列

三、经营情况

第七节 北京合众思壮

一、企业概况

二、产品系列

三、经营情况

第八节 美国劳雷

一、企业概况

二、产品系列

三、经营情况

第九节 青岛领海

一、企业概况

二、产品系列

三、经营情况

第十节 海鹰加科

一、企业概况

二、产品系列

三、经营情况

详细请访问：<https://www.gonyn.com/report/1690445.html>