

2018年中国地理信息市场分析报告- 行业深度调研与发展前景预测

报告大纲

观研报告网

www.chinabaogao.com

一、报告简介

观研报告网发布的《2018年中国地理信息市场分析报告-行业深度调研与发展前景预测》涵盖行业最新数据，市场热点，政策规划，竞争情报，市场前景预测，投资策略等内容。更辅以大量直观的图表帮助本行业企业准确把握行业发展态势、市场商机动向、正确制定企业竞争战略和投资策略。本报告依据国家统计局、海关总署和国家信息中心等渠道发布的权威数据，以及我中心对本行业的实地调研，结合了行业所处的环境，从理论到实践、从宏观到微观等多个角度进行市场调研分析。

官网地址：<http://baogao.chinabaogao.com/tongxin/316922316922.html>

报告价格：电子版: 7200元 纸介版：7200元 电子和纸介版: 7500

订购电话: 400-007-6266 010-86223221

电子邮箱: sale@chinabaogao.com

联系人: 客服

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、报告目录及图表目录

一、现状篇：信息技术为地理信息产业带来巨大机遇与挑战

（一）应用需求与计算机技术是地理信息产业发展的重要动力因素之一
地理信息产业发展动力因素主要包括地学、应用需求与技术变革三个方面。

1. 地学

地学界（包括测绘科学领域）借助计算机技术实现数字化制图的需求，促使GIS产生。一方面地学为GIS奠定了科学理论基础，另一方面GIS也为地学进展提供了有力的技术工具，GIS被誉为地图之后新一代的地理学语言。

2. 应用需求

GIS产生后人们发现GIS不止对地学本身有用，在国土、资源环境等领域也能发挥重要作用。随着信息化浪潮到来，GIS被广泛应用到了政府、军事、企业以及大众信息化服务当中。GIS在推动这些行业的信息化中起了重要作用，这些行业在应用GIS过程中，也不断向GIS提供了新的需求，推动了GIS的完善和发展。

3. 信息技术变革

计算机技术是GIS的重要技术基础。近年来，计算机技术的飞速发展，直接推动着GIS的快速发展。信息技术的每一次变革，都带动着GIS技术发生变革。而GIS技术变革又促进GIS应用的深入和行业扩展。也正是在这些变革过程中，涌现出一批又一批发展壮大的地理信息企业。

地理信息技术最早是一项小众专业技术，随着技术变革和应用需求两方的持续角力，地理信息技术不断拓展，从而催生了地理信息产业的形成和壮大。

（二）互联网带给地理信息企业的机遇与挑战

1. 互联网带来的机遇

互联网带给地理信息产业的首先是一种新型技术，当前最重要的是包括移动互联网、云计算和大数据三个方面的技术。应该说新技术都是机遇，已经推动产生了云GIS技术、移动GIS技术。这些技术可以推动地理信息技术深入应用到更多的行业。同时，互联网地图提供的大众化服务，让地图和地理信息应用的大众知名度获得了快速增长。

2. 互联网带来的商业模式挑战

互联网带给地理信息产业的主要冲击是商业模式。

首先，互联网地图免费API提供了基础地图服务以及部分简单的地理信息功能，部分简单的基于互联网的地理信息应用不需要专业GIS平台即可满足。

这样一来，用户就可以不购买地图数据和GIS平台。这对GIS平台软件厂商和地图数据厂商都是一大挑战。

互联网平台厂商进一步将地图置入手机中，免费为大众提供各种基于地图的生活搜索服务，免费提供出行导航服务。这让传统以PND导航服务为主的厂商业务受到巨大冲击。

3. 地理信息产业二元矛盾现状

地理信息产业现在是一个二元矛盾的产业。一方面，地理信息技术可以渗透到几乎所有行业的信息化当中（实际上还有很多行业的地理信息应用还没有真正做起来）；另一方面，如同所有信息技术一样，地理信息技术又正受到互联网尤其是物联网与云计算的冲击，这让地理信息产业的商业模式正在发生颠覆。总之，地理信息产业在不断开疆拓土的过程中，自身受到互联网“跨界”外力的冲击，也正在发生裂变，机遇与挑战并存。

二、思考篇：两个发展方向

面对互联网浪潮，笔者认为地理信息企业的出路有二：（1）地理信息企业转型为互联网企业；（2）地理信息企业借助互联网技术和商业模式，开拓面向新一代互联网的专业地理信息产品和地理信息服务模式。

（一）地理信息企业转型互联网企业

地理信息企业转型互联网企业，可以通过两种方式实现：（1）第一种是加盟互联网厂商提供地图内容；（2）第二种是开发并运维互联网地图应用。

1. 为互联网平台

提供地图平台2014年阿里巴巴全资收购高德，腾讯入股四维图新，成为地理信息产业界的两件大事。在国内，互联网地图平台进一步被百度、腾讯和阿里巴巴垄断，这将是一个重要的趋势。部分专注于地图数据生产和加工的地理信息企业可以加盟互联网公司参与打造互联网地图平台。一方面，地图内容可以充实和完善互联网平台的基础信息。另一方面，这些地图厂商加盟互联网企业后，也可以借助互联网平台众包等信息收集优势，打造新的地图数据采集和更新模式。

2. 为互联网提供接地气应用

随着智能手机的普及化，移动APP支撑的O2O（OnInE TO OffInE）模式正悄然开始颠覆各行各业，成为互联网新一轮的投资热点。地图是移动互联网的重要入口，这已经成为不争的事实。当然地图本身并不是应用，要做移动互联网接地气的应用，还需要结合具体行业来开发和运维，这也是LBS（LOCAtIOn BaSEd SErVICES，基于位置的服务）落地的要点所在。一定程度上，地理信息企业在这方面具有技术优势。所以，部分想转型的地理信息企业可以结合熟悉的行业开发APP，采用O2O模式创新行业市场。当然，要想在O2O方面取得成功，不能只简单地关注技术，还需要摸清行业本身的需求，并在线下营销推广方面下功夫。同时，移动互联网浪潮为创业者开拓LBS市场提供了契机。

（二）互联网为地理信息企业所用 1. 互联网新技术推动地理信息新应用

应该说互联网地图主要提供TOC（TO CItI z En，面向大众）的服务，在TOB（TO BuSInESS，面向机构用户）方面仍然需要专业的GIS服务。所以基于互联网技术进行GIS技术与GIS应用创新，仍然是推动地理产业发展的重要动力。

目前对地理信息产业影响最深的互联网技术主要包括云计算、移动计算与大数据技术。云计算技术的发展带动了云GIS的产生与应用，移动计算则推动移动GIS进入了智能手机和平板电脑等智能终端，而最新三维GIS的发展让大数据分析有了二三维一体化的地理

空间信息平台做支撑。

互联网新时代，已经应用GIS的行业会将GIS最新技术应用起来，朝着云化、移动化、三维化方面深化改造。互联网新时代对于信息化可以说又是智慧化时代。数字城市正朝着智慧城市转型，云GIS、移动GIS与三维GIS构成了数字城市向智慧城市转型的三大GIS支撑关键技术。其他行业也将从数字行业升级转向智慧行业，智慧化为地理信息工程项目建设提供了新一轮增长机会。

同时，云GIS与移动GIS让更多行业应用GIS更加方便，GIS正加速进入所有行业信息化中。每一次技术创新都会带来应用市场的扩展，互联网技术带来的应用创新机会巨大。行业信息化应用对于从事地理信息产业的企业来说仍然有很大增长空间。

2. 从买到租——提供地理信息应用云服务

传统用户在构建地理信息应用时，需要分别采购地图数据、GIS平台软件及其他配套信息化支撑设施，还要请团队做定制开发部署，项目上马之后还需要专门的日常运维团队。云计算提供了一种新型的信息化应用服务模式：可以把某类客户的共性需求集中开发成互联网产品服务，以云服务方式提供，从而降低单个用户的使用门槛，这就是SaaS（Software as a Service，软件作为一种服务）模式。GIS应用采用SaaS方式提供后，用户不再需要购买地图数据和相关平台软件，甚至可以不再需要运维团队，只需在线调用GISaaS应用即可。采用SaaS模式，用户使用GIS应用的方式就可以从“买”到“租”。

采用SaaS应用方式，看起来似乎会减少地理信息企业从单个用户获得的应用收入。但是因为产品和服务更加标准化，针对单个用户的沟通成本和定制实施等边际成本也会相应降低。同时，在传统模式下，因支付能力有限而放弃地理信息应用的用户，是一个庞大的数量群，他们将会因地理信息云服务应用模式的存在而加入到地理信息应用用户的行列。这些用户加起来会形成一个更加庞大的市场，这是未来地理信息产业市场重要的增长点。

基于互联网的云服务应用在中国企业界正在率先突破。因为受政务系统网络限制，在政府中地理信息云应用第一步只能建立在政务内网环境中。随着中央对互联网安全的重视，互联网安全做到安全可控范围内后，可以预见，最终政府也将逐步采用互联网云服务模式。

做信息化工程服务的地理信息企业可以把握这样的机会，逐步探索将传统应用软件服务放到云上面，提供云服务。随着移动互联网的全面普及，手机和平板等智能终端将会成为业务办公的主要工具，云服务结合移动APP的模式将会发展很快。这是互联网新时代提供给地理信息企业TOB业务的重要新模式。

3. 借助大数据发展地理商业智能业务

在欧美等西方发达国家，商业智能已经能做到社区级精细化，而地理空间数据以及GIS技术的支撑是商业智能精细化的必备条件。在欧美等西方发达国家，商业智能市场规模已经远超过传统信息化服务市场规模。在中国，商业智能目前仍处于起步阶段。随着大数据

模式的发展，中国全面发展商业智能的时代正在到来。基于基础地图建立和完善各种行业数据专题图层，将GIS技术与大数据技术结合，进入商业智能领域，是摆在地理信息企业面前的一座巨大金矿。

（三）其他机会 在互联网新时代，政府的观念也在不断革新。中央政府明确提出了“促进信息消费”，要“推动政府向社会购买服务”。这包含了两个层面的信息。

1. 政府部门的大量信息化服务可以委托企业来提供

政府之前放在各类信息中心的职能将会逐步通过服务外包的方式委托企业来做。这对拥有行业专业解决方案的地理信息企业来说将是进一步发挥用武之地的福音。

2. 政府的部分业务可以委托企业来提供

除了信息化服务，政府依托事业单位来做的大量业务服务，今后也会逐步委托企业来做，这其中包含的信息化服务自然更是企业代办。事业单位改革中存在的业务外包商机，也是地理信息企业在新时代发展中可以好好把握的机遇。

总体来说，地理信息应用将会逐步由工程建设模式转向服务模式，地理信息企业只要在技术、商业模式等方面做好准备，在TOB的定位上还将有更大的市场空间。

图：地理信息技术应用“金字塔”

三、实践篇：超图面向互联网之道

（一）坚持GIS平台软件创新 不断融合新技术创新GIS，用GIS新技术创新应用价值，这既是一种互联网思维，也是北京超图软件股份有限公司（以下简称“超图”）一直坚持的发展路线：坚持基础GIS平台软件技术创新，开放合作，与合作伙伴共同推动应用创新，推动地理信息产业的整体发展。

2013年9月，超图推出云端一体化的GIS平台软件SuPErMaP GIS 7C，实现云GIS平台软件产品化，让用户可以构建GIS的云应用（或者云应用的GIS功能）。SuErMaP GIS 7C融合了云GIS、移动GIS和二三维一体化三大技术体系。SuPErMaP GIS 7C结构如下图所示。2014年11月，超图还将推出SuPErMaP GIS 7C的第一个升级版本SuPErMaP GIS 7.1。

图：SuPErMaP GIS 7C 云端一体化架构

超图目前还正在研发下一代完全公有云化的GIS平台SuPErMaP ICIOud。

SuPErMaP各个软件“端”的用户都可以通过SuPErMaP ICIOud连接在一起。

这些“端”可以便捷地访问大量整合在ICIOud云上的在线资源，各种“端”也可以完全按照云的方式实现在线开发，还可以将应用托管到公有云平台上。同时，各种“端”用户可以将自己的成果作为SuPErMaP在线资源的一部分有偿或者无偿地分享给其他“端”。在互联网新时代，云模式GIS软件和应用值得期待。

（二）持续推动GIS应用创新

超图将基于云端一体化的GIS平台软件，与广大合作伙伴一起持续推动智慧城市等行业的深入应用创新，同时借助新技术将GIS应用到更多的行业中去。

（三）探索地理信息云服务模式

超图组建成立企业云事业部，正在从企业应用入手探索地理信息云服务应用模式。目前已经为海尔、宅急送、美的等企业成功提供了地理信息云服务应用。

同时，超图也在积极与具备行业专题数据的合作伙伴深入合作，将行业数据与地理空间数据结合，利用GIS云服务和大数据，探索地理商业智能。

超图还借助地理信息云服务模式建立了大众化的地图汇平台。借助地图汇，普通网友可以轻松将自己的表格数据转化为专题地图；可以在自己标记和绘制的地图的基础上通过发出任务邀请的方式，邀请其他网友一起采取众包方式共同完成地图绘制任务；可以将自己制作的地图分享出去，与其他网友互动点评等。

四、结论 互联网新时代带来了新技术，也带来了新思维和新的商业模式。地理信息企业可以加盟互联网厂商做互联网内容，也可以尝试转型开发O2O模式的LBS APP，转型为移动互联网企业。地理信息企业可以用互联网技术深化专业的TOB应用，也可以借助互联网模式开展地理信息应用云服务，还可以融合大数据技术挖掘商业智能金矿。

机遇大于挑战，在互联网新时代，地理信息产业迎来的将是又一次大发展机会。拥抱互联网，结合自身特点，选择适合自己发展的方式，是每一家地理信息企业都必须要作的战略决策。

观研天下发布的《2018年中国地理信息市场分析报告-行业深度调研与发展前景预测》内容严谨、数据翔实，更辅以大量直观的图表帮助本行业企业准确把握行业发展动向、市场前景、正确制定企业竞争战略和投资策略。本报告依据国家统计局、海关总署和国家信息中心等渠道发布的权威数据，以及我中心对本行业的实地调研，结合了行业所处的环境，从理论到实践、从宏观到微观等多个角度进行市场调研分析。它是业内企业、相关投资公司及政府部门准确把握行业发展趋势，洞悉行业竞争格局，规避经营和投资风险，制定正确竞争和投资战略决策的重要决策依据之一。本报告是全面了解行业以及对本行业进行投资不可或缺的重要工具。

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家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。

【报告目录】

第一部分 产业环境透视

第一章 地理信息行业发展综述

第一节 地理信息行业相关概念概述

一、行业概念及定义

二、行业主要产品分类

第二节 最近3-5年中国地理信息行业经济分析

一、赢利性

二、成长速度

三、附加值的提升空间

四、进入壁垒 / 退出机制

五、风险性

六、行业周期

七、竞争激烈程度指标

第三节 地理信息产业链构成与分析

一、地理信息产业上游

二、地理信息产业中游

三、地理信息产业下游

第二章 地理信息行业市场环境及影响分析（PEST）

第一节 地理信息行业政治法律环境（P）

一、行业管理体制分析

二、行业主要法律法规

三、地理信息行业相关标准

四、行业相关发展规划

1、产业“十三五”发展规划

2、产业地方发展规划

五、政策环境对行业的影响

第二节 行业经济环境分析（E）

一、宏观经济形势分析

二、宏观经济环境对行业的影响分析

第三节 行业社会环境分析（S）

一、地理信息产业社会环境

二、社会环境对行业的影响

三、地理信息产业发展对社会发展的影响

第四节 行业技术环境分析（T）

一、地理信息行业技术水平

二、地理信息行业技术特点

三、地理信息行业技术趋势

第二部分 行业深度分析

第三章 地理信息产业发展现状

第一节 国际地理信息产业发展状况

一、国际地理信息产业格局

二、国际地理信息产业趋势

第二节 中国地理信息产业发展历程

一、技术跟踪与实验阶段

二、研究发展与应用阶段

三、产业形成和发展阶段

第三节 中国地理信息产业发展现状

一、地理信息产业产值

二、地理信息企业数量

三、地理信息从业人数

四、地理信息研究机构

五、地理信息产业结构

第四节 中国地理信息产业应用分析

一、地理信息产业应用分类

二、地理信息专业应用市场

1、地理信息政府应用

2、地理信息企业应用

三、地理信息大众应用市场

第五节 中国地理信息产业商业模式

一、B2G(企业对政府)

二、B2B(企业对企业)

三、B2C(企业对个人)

第六节 中国地理信息项目招投标分析

一、行业招标情况分析

1、招标项目数量变化

2、招标项目地区分布

3、招标项目行业类别

二、行业中标情况分析

第四章 我国地理信息行业整体运行指标分析

第一节 2016-2017年中国地理信息行业总体规模分析

- 一、企业数量结构分析
- 二、人员规模状况分析
- 三、行业资产规模分析
- 四、行业市场规模分析

第二节 2016-2017年中国地理信息行业财务指标总体分析

- 一、行业盈利能力分析
- 二、行业偿债能力分析
- 三、行业营运能力分析
- 四、行业发展能力分析

第三节 我国地理信息市场供需分析

一、2016-2017年我国地理信息行业供给情况

- 1、我国地理信息行业供给分析
- 2、我国地理信息行业规模分析
- 3、重点市场占有率

二、2016-2017年我国地理信息行业情况

- 1、地理信息行业需求市场
- 2、地理信息行业客户结构
- 3、地理信息行业需求的地区差异

三、2016-2017年我国地理信息行业供需平衡分析

第三部分 市场全景调研

第五章 测绘服务行业发展分析

第一节 测绘服务行业概述

- 一、测绘业务范畴
- 二、测绘行业现状分析

第二节 测绘服务行业发展环境

- 一、测绘行政管理体制
- 二、测绘行业法规政策
- 三、测绘基准体系建设
 - 1、测绘基准现代化进程
 - 2、测绘基准体系
- 四、测绘资质管理制度
- 五、测绘行业发展规划

第三节 测绘服务行业发展规模

一、测绘服务总值情况

- 1、测绘服务总值规模
- 2、测绘服务总值构成
- 3、测绘服务区域分布

二、测绘资质单位数量

- 1、测绘资质单位总数
- 2、测绘单位等级结构
- 3、民营测绘企业占比
- 4、测绘单位地区分布

三、测绘从业人员数量

第四节 测绘成果提供使用情况

一、数字成果提供情况

- 1、数字成果提供数量
- 2、数字成果提供地区
- 3、数字成果使用部门

二、航摄成果提供情况

- 1、航摄成果提供数量
- 2、航摄成果提供地区
- 3、航摄成果使用部门

三、基准成果提供情况

- 1、基准成果提供数量
- 2、基准成果提供地区
- 3、大地成果使用部门

四、地形图提供情况

- 1、地形图提供数量
- 2、地形图提供地区
- 3、不同比例尺地形图

第五节 测绘技术装备市场分析

一、传统数据获取装备市场

- 1、经纬仪市场分析
- 2、水准仪市场分析
- 3、测距仪市场分析
- 4、PDA市场分析

二、新兴数据获取装备市场

- 1、全站仪市场分析
 - 2、GPS接收机市场分析
 - 3、超站仪市场分析
 - 4、数字航摄仪市场分析
- 三、数据处理技术装备市场

- 1、精密测图仪市场分析
- 2、解析测图仪市场分析
- 3、全数字摄影测量系统市场分析
- 4、图形工作站市场分析

第六章 航空航天遥感行业发展分析

第一节 航空航天遥感概述

- 一、遥感的概念
- 二、遥感的分类
- 三、遥感技术的特点
- 四、航空航天遥感的特点

第二节 航空航天遥感行业发展基础

- 一、航空航天业发展历程
- 二、遥感卫星系统
 - 1、气象卫星
 - 2、海洋卫星
 - 3、中巴地球资源卫星
 - 4、北京1号小卫星
 - 5、灾害与环境监测预报卫星星座系统
 - 6、探月工程

第三节 航空航天遥感行业发展现状

- 一、世界遥感行业发展状况
- 二、中国遥感行业发展历程
- 三、中国遥感技术应用现状
- 四、中国遥感单位企业数量
- 五、中国遥感行业主要问题

第四节 航空航天遥感主要设备市场分析

- 一、遥感传感器市场分析
- 二、遥感平台市场分析
 - 1、航天遥感平台市场

2、航空遥感平台市场

第五节 航空航天遥感产业化途径探讨

一、发展遥感产业的主要技术基础

- 1、成熟的高水平应用处理技术
- 2、丰富的应用领域专业知识支持
- 3、先进的空间遥感信息获取技术
- 4、成功的发展模式和应用技术的借鉴

二、发展遥感信息综合应用集成化平台

- 1、培植和发展具有优势的应用新行业
- 2、空间遥感信息的综合应用是必然趋势
- 3、发展空间遥感产品商业市场

第七章 卫星导航行业发展分析

第一节 卫星导航概述

- 一、卫星导航简介
- 二、卫星导航组成
- 三、卫星导航原理

第二节 卫星导航行业总体状况

一、全球卫星导航市场现状

- 1、全球卫星导航产业市场规模分析
- 2、全球在轨卫星功能结构分析
- 3、全球卫星产业总收入规模
- 4、全球卫星产业总收入结构

二、中国卫星导航发展历程

三、中国卫星导航市场规模

- 1、导航与位置服务产业企业数量规模
 - 2、导航与位置服务产业发展规模分析
- #### 四、我国卫星导航主要产品市场分析
- 1、中国移动位置服务LBS、市场分析
 - 2、中国公路领域卫星导航市场分析
 - 3、中国航空领域卫星导航市场分析
 - 4、中国国防安全领域卫星导航市场分析
 - 5、中国海洋渔业领域卫星导航市场分析

第三节 北斗导航系统建设与影响

一、北斗导航产业发展现状分析

- 1、示范项目和应用化推广明显加快
- 2、北斗卫星导航产业链初步形成，核心问题亟待解决
- 3、芯片等硬件环节 缺乏自主核心技术，成本高昂
- 4、终端设备性能有待提升，用户规模偏小
- 5、运营服务发展空间巨大，开发程度不足

二、北斗导航产业市场规模分析

三、北斗导航产业的区域布局分析

四、北斗导航产品的市场结构分析

五、北斗导航产品的优劣势分析

1、劣势

2、优势

六、主要企业北斗导航业务分析

第四节 卫星导航设备主要产品市场分析

一、前装车载导航市场分析

1、前装车载导航市场综述

2、前装车载导航市场规模

3、前装车载导航市场格局

4、前装车载导航出货量分析

5、前装车载导航市场发展趋势

二、改装车载导航市场分析

1、中国改装汽车市场现状

2、改装车载导航市场状况

三、便携式导航系统PND、市场分析

1、全球PND市场发展现状

2、中国PND市场发展现状

3、中国PND产业链分析

4、PND导航增值服务现状

5、中国PND市场发展趋势

四、GPS手机市场分析

1、GPS手机发展历程

2、全球GPS手机市场分析

3、中国GPS手机市场分析

五、导航芯片市场分析

1、导航芯片市场发展状况

2、导航芯片市场需求现状

3、导航芯片市场竞争格局

4、导航芯片市场驱动因素

5、导航芯片市场发展展望

第五节 卫星导航行业发展前景预测

一、卫星导航行业驱动因素

1、市场需求

2、政策因素

二、卫星导航产业规模预测

三、北斗导航产业前景预测

第八章 地理信息系统（GIS）行业发展分析

第一节 地理信息系统（GIS）概述

一、GIS介绍

二、GIS产业特点

三、GIS产业链分析

四、GIS在产业链中的地位

第二节 全球GIS行业发展分析

一、全球GIS发展历程

二、全球GIS行业规模

三、全球GIS市场格局

1、全球GIS市场集中度

2、全球GIS领先企业

四、全球GIS行业前景预测

第三节 中国GIS行业发展分析

一、中国GIS发展历程

二、中国GIS行业规模

三、GIS开发模式及比较

1、独立开发

2、宿主型二次开发

3、基于GIS组件的二次开发

4、三种实现方式的分析与比较

四、云计算在GIS中的应用

五、中国GIS市场发展前景

第四节 中国GIS细分市场发展分析

一、GIS基础平台软件市场分析

- 1、GIS基础平台软件市场规模
- 2、GIS基础平台软件市场格局
- 3、GIS基础平台软件盈利模式
- 4、GIS基础平台软件市场前景
- 二、GIS应用平台软件市场分析
 - 1、GIS应用现状分析
 - 2、GIS应用平台软件市场规模
 - 3、GIS应用平台软件市场格局
 - 4、GIS应用平台软件市场前景
- 三、GIS工程应用技术服务市场分析
 - 1、GIS工程应用技术服务市场现状
 - 2、GIS工程应用技术服务市场格局
 - 3、GIS工程应用技术服务市场前景

第九章 地图出版行业发展分析

第一节 地图出版行业发展现状

- 一、地图出版机构情况
- 二、地图出版品种数量
- 三、地图图书印量与定价
- 四、地图出版行业竞争情况
 - 1、地图出版社之间的竞争
 - 2、民营书商参与的竞争

第二节 导航电子地图市场发展状况

- 一、导航电子地图发展环境
 - 1、导航电子地图监管现状
 - 2、导航电子地图法律法规
 - 3、导航电子地图主要标准
- 二、全球导航电子地图市场现状
 - 1、全球导航电子地图市场概况
 - 2、全球导航电子地图产业结构
 - 3、全球主要导航电子地图数据提供商
- 三、中国导航电子地图市场状况
 - 1、导航电子地图市场综述
 - 2、导航电子地图市场规模
 - 3、导航电子地图平均单价

4、导航电子地图市场格局

5、导航电子地图商业模式

6、导航电子地图市场前景

第三节 中国导航电子地图细分市场分析

一、车载导航电子地图市场

1、车载导航电子地图应用模式

2、车载导航电子地图市场规模

3、车载导航电子地图市场格局

4、车载导航电子地图市场前景

二、消费导航电子地图市场

1、PND导航电子地图市场

2、手机导航电子地图市场

三、导航电子地图服务市场

1、LBS服务市场分析

2、互联网地图市场分析

3、动态交通信息服务市场

第十章 地理信息产业基地建设情况

第一节 地理信息产业基地概述

一、建设地理信息产业基地意义

二、地理信息产业基地建设现状

三、地理信息产业基地建设模式

1、政府强势驱动型

2、主体业务集约型

3、地产开发依托型

4、优势综合共享型

第二节 已建成地理信息产业基地状况

一、黑龙江省地理信息产业园

1、产业园简介

2、园区主要优势

3、园区科技创新情况

4、园区地理信息服务发展规模

5、园区国际交流与合作

二、国家地球空间信息武汉产业化基地

1、基地简介

2、基地主要优势

3、基地建设规划

4、基地取得的成绩

第三节 在建的地理信息产业基地状况

一、国家地理信息科技产业园

1、产业园建设进展

2、产业园建设规划

3、产业园建设的意义

4、产业园区运营情况

二、山东正元地理信息产业园

1、产业园建设进展

2、产业园建设规划

3、产业园建设目标

三、国家西部3S空间信息产业化基地

1、基地建设进展

2、基地建设规划

3、基地建设目标

四、浙江省地理信息产业园

1、产业园建设进展

2、产业园建设规划

3、产业园建设目标

第四节 正在筹建的地理信息产业基地

第五节 地理信息产业基地建设趋势

第四部分 市场竞争格局

第十一章 2018-2024年地理信息行业竞争形势及策略

第一节 行业总体市场竞争状况分析

一、地理信息行业竞争结构分析

1、现有企业间竞争

2、潜在进入者分析

3、替代品威胁分析

4、供应商议价能力

5、客户议价能力

二、地理信息行业企业间竞争格局分析

三、地理信息行业集中度分析

四、地理信息行业SWOT分析

第二节 中国地理信息行业竞争格局综述

- 一、地理信息行业竞争概况
- 二、中国地理信息行业竞争力分析
- 三、中国地理信息竞争力优势分析
- 四、地理信息行业主要企业竞争力分析

第三节 2016-2017年地理信息行业竞争格局分析

- 一、2016-2017年国内外地理信息竞争分析
- 二、2016-2017年我国地理信息市场竞争分析
- 三、2016-2017年我国地理信息市场集中度分析
- 四、2016-2017年国内主要地理信息企业动向

第四节 地理信息市场竞争策略分析

第十二章 2018-2024年地理信息行业领先企业经营形势分析

第一节 成都振芯科技股份有限公司

- 一、企业发展简况
- 二、企业产品与业务
- 三、企业技术实力分析
- 四、企业主要业绩分析
- 五、企业销售与服务网络
- 六、企业经营情况分析
- 七、企业经营优劣势分析
- 八、企业投资与并购重组
- 九、企业最新发展动向

第二节 广州海格通信集团股份有限公司

- 一、企业发展简况
- 二、企业产品与业务
- 三、企业技术实力分析
- 四、企业主要业绩分析
- 五、企业销售与服务网络
- 六、企业经营情况分析
- 七、企业经营优劣势分析
- 八、企业投资与并购重组
- 九、企业最新发展动向

第三节 深圳市同洲电子股份有限公司

- 一、企业发展简况
- 二、企业产品与业务
- 三、企业技术实力分析
- 四、企业销售与服务网络
- 五、企业经营情况分析
- 六、企业经营优劣势分析
- 七、企业投资与并购重组
- 八、企业最新发展动向

第四节 北京华力创通科技股份有限公司

- 一、企业发展简况
- 二、企业产品与业务
- 三、企业技术实力分析
- 四、企业销售与服务网络
- 五、企业经营情况分析
- 六、企业经营优劣势分析
- 七、企业最新发展动向

第五节 北京合众思壮科技股份有限公司

- 一、企业发展简况
- 二、企业产品与业务
- 三、企业技术实力分析
- 四、企业销售与服务网络
- 五、企业经营情况分析
- 六、企业经营优劣势分析
- 七、企业投资与并购重组
- 八、企业最新发展动向

第六节 广州中海达卫星导航技术股份有限公司

- 一、企业发展简况
- 二、企业产品与业务
- 三、企业技术实力分析
- 四、企业主要业绩分析
- 五、企业销售与服务网络
- 六、企业经营情况分析
- 七、企业经营优劣势分析
- 八、企业投资与并购重组
- 九、企业最新发展动向

第七节 启明信息技术股份有限公司

- 一、企业发展简况
- 二、企业产品与业务
- 三、企业技术实力分析
- 四、企业销售与服务网络
- 五、企业经营情况分析
- 六、企业经营优劣势分析
- 七、企业最新发展动向

第八节 江苏新科科技有限公司

- 一、企业发展简况
- 二、企业产品与业务
- 三、企业技术实力分析
- 四、企业销售与服务网络
- 五、企业经营优劣势分析

第九节 北京城际高科信息技术有限公司

- 一、企业发展简况
- 二、企业产品与业务
- 三、企业销售与服务网络
- 四、企业经营情况分析
- 五、企业经营优劣势分析

第十节 北京中兴恒和卫星应用科技股份有限公司

- 一、企业发展简况
- 二、企业产品与业务
- 三、企业技术实力分析
- 四、企业主要业绩分析
- 五、企业经营优劣势分析

第五部分 发展前景展望

第十三章 2018-2024年地理信息行业前景及趋势预测

第一节 2018-2024年地理信息市场发展前景

- 一、2018-2024年地理信息市场发展潜力
- 二、2018-2024年地理信息市场发展前景展望
- 三、2018-2024年地理信息细分行业发展前景分析

第二节 2018-2024年地理信息市场发展趋势预测

- 一、2018-2024年地理信息行业发展趋势

二、2018-2024年地理信息市场规模预测

1、地理信息行业市场规模预测

2、地理信息行业营业收入预测

三、2018-2024年地理信息行业应用趋势预测

四、2018-2024年细分市场发展趋势预测

第三节 2018-2024年中国地理信息行业供需预测

一、2018-2024年中国地理信息行业供给预测

二、2018-2024年中国地理信息行业产值预测

三、2018-2024年中国地理信息行业企业数量预测

四、2018-2024年中国地理信息行业需求预测

五、2018-2024年中国地理信息行业供需平衡预测

第四节 影响企业生产与经营的关键趋势

一、市场整合成长趋势

二、需求变化趋势及新的商业机遇预测

三、企业区域市场拓展的趋势

四、科研开发趋势及替代技术进展

五、影响企业销售与服务方式的关键趋势

第十四章 2018-2024年地理信息行业投资机会与风险防范

第一节 地理信息行业投融资情况

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、地理信息产业投资现状分析

第二节 2018-2024年地理信息产业投资机会

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、地理信息产业投资机遇

第三节 2018-2024年地理信息产业投资风险及防范

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 中国地理信息行业投资建议

一、地理信息行业未来发展方向

二、地理信息产业主要投资建议

三、中国地理信息产业企业融资分析

第六部分 发展战略研究

第十五章 2018-2024年地理信息行业面临的困境及对策

第一节 2017年地理信息行业面临的困境

第二节 地理信息企业面临的困境及对策

一、重点地理信息企业面临的困境及对策

二、中小地理信息企业发展困境及策略分析

三、国内地理信息企业的出路分析

第三节 中国地理信息行业存在的问题及对策

一、中国地理信息行业存在的问题

二、地理信息行业发展的建议对策

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 中国地理信息市场发展面临的挑战与对策

一、中国地理信息市场发展面临的挑战

二、中国地理信息市场发展对策分析

第十六章 地理信息行业发展战略研究

第一节 地理信息行业发展战略研究

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 对我国地理信息产业品牌的战略思考

- 一、地理信息产业品牌的重要性
- 二、地理信息产业实施品牌战略的意义
- 三、地理信息产业企业品牌的现状分析
- 四、地理信息产业品牌战略管理的策略

第三节 地理信息产业经营策略分析

- 一、地理信息产业市场细分策略
- 二、地理信息产业市场创新策略
- 三、品牌定位与品类规划
- 四、地理信息产业新产品差异化战略

第四节 地理信息产业投资战略研究

- 一、2017年地理信息产业投资战略
- 二、2018-2024年地理信息产业投资战略
- 三、2018-2024年细分行业投资战略

第十七章 研究结论及发展建议

第一节 地理信息行业研究结论及建议

第二节 地理信息子行业研究结论及建议

第三节 地理信息行业发展建议

- 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：地理信息产业与市场

图表：地理信息产业分类表

图表：地理信息行业相关标准

图表：各国际组织近期下调世界及主要经济体经济增长率预测值（%）

图表：世界工业生产同比增长率（%）

图表：三大经济体GDP环比增长率（%）

图表：世界及主要经济体GDP同比增长率（%）

图表：三大经济体零售额同比增长率（%）

图表：世界贸易量同比增长率（%）

图表：波罗的海干散货运指数（%）

图表：世界、发达国家和发展中国家消费价格同比上涨率（%）

图表：美国、日本和欧元区失业率（%）

图表：全球贸易量实际值和长期趋势

图表：2017年全球需求仍处于较低水平

图表：2017年降息经济体

图表：2017年升息经济体

图表：国际市场初级产品价格名义指数走势

图表：2017年我国国内生产总值（GDP）增长率

图表：2017年我国规模以上工业增加值同比增长速度

图表：2017年我国固定资产投资（不含农户）同比增速

图表：2017年我国固定资产投资到位资金同比增速

图表：2017年我国房地产开发投资增速

图表：2017年我国房地产开发企业土地购置面积增速

图表详见报告正文（BGZQJP）

特别说明：观研天下所发行报告书中的信息和数据部分会随时间变化补充更新，报告发行年份对报告质量不会有任何影响，并有助于降低企事业单位投资风险。

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/tongxin/316922316922.html>