

2022年中国地理信息行业分析报告- 行业调查与未来前景研究

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《2022年中国地理信息行业分析报告-行业调查与未来前景研究》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://www.chinabaogao.com/baogao/202201/567027.html>

报告价格：电子版: 8200元 纸介版：8200元 电子和纸介版: 8500

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

现代地理信息技术于1967年诞生于加拿大，日益发展的经典地图数学、地图制图学等学科为其诞生奠定了良好的基础。

根据国家统计局发布的《国民经济行业分类》（GB/T4754-2017），地理信息与卫星遥感行业属于“I信息传输、软件和信息技术服务业”门类下的“I6571地理遥感信息服务”小类。

根据中国证监会颁布的《上市公司行业分类指引》（2012年修订），地理信息与卫星遥感行业属于“I信息传输、软件和信息技术服务业”门类下的“I65软件和信息技术服务业”。

根据国家统计局颁布的《战略性新兴产业分类（2018）》，地理信息与卫星遥感行业属于“1新一代信息技术产业之1.3新兴软件和新型信息技术服务之1.3.1新兴软件开发”。此外，地理信息与卫星遥感行业还是国家发改委颁布的《产业结构调整指导目录（2019年本）》（2019年修订）中的“鼓励类”产业。

1、行业主管部门与监管体制

根据中央机构编制委员会办公室所编制的国务院所属各部门主要职责规定，地理信息行业的主管部门是自然资源部，卫星应用行业的主管部门是国家国防科技工业局。

自然资源部作为统一行使全民所有自然资源资产所有者职责，统一行使所有国土空间用途管制和生态保护修复职责的部门，拟订自然资源和国土空间规划及测绘、极地、深海等法律法规草案，制定部门规章并监督检查执行情况。主要负责地理信息行业的管理工作，包括负责基础测绘和测绘行业管理，负责测绘资质资格与信用管理，监督管理国家地理信息安全和市场秩序，负责地理信息公共服务管理，负责测量标志保护等工作。

国家国防科技工业局负责组织管理国防科技工业计划、政策、标准及法规的制定与执行情况监督。负责核、航空、航天、船舶、兵器、电子六大行业的武器装备科研生产的组织协调及核心能力建设。作为卫星应用行业的主管部门，主要负责拟定航天产业的发展规划、技术体制和标准规范，实施行业管理职能。

2、行业自律性组织

地理信息与卫星遥感行业的自律性组织主要包括中国地理信息产业协会、中国遥感应用协会、中国测绘学会、中国土地学会。

中国地理信息产业协会，原名中国地理信息系统协会，1994年登记成立，是我国地理信息产业产、学、研、用单位和个人自愿组成的全国性、行业性、非营利性的社会组织。2011年更名为中国地理信息产业协会。业务范围包括推动地理信息技术应用，培育地理信息产业市场；研究产业发展战略和方针政策；加强行业自律，维护产业健康有序发展；开展学术和管理交流活动；提供技术服务与政策法规咨询；地理信息的标准化研究；会刊《地理信息世界》等出版；国际地理信息技术合作与交流活动等。

中国遥感应用协会，原名全国地方遥感应用协会，于1992年成立，2002年更名为中国遥感应用协会。协会着力服务我国遥感科技发展、成果转化、应用推广、产业发展、教育培训、

科普宣传和国际合作，推动投资主体从国家向地方转变、发展方式从试验应用向规模产业转变、发展理念从计划向市场转变、应用主体从高层向中基层和大众扩展，促进数据资源开放、知识产权保护、产业促进等政策法规建设，加快我国遥感事业发展。

中国测绘学会于1959年正式成立，是由全国测绘科技工作者和有关测绘单位以及相关学术团体依法自愿组成的全国性、行业性、学术性、科普性社会团体。业务范围包括开展测绘科技学术交流，普及科学知识，开展民间国际测绘科技交流活动，促进国际科学技术合作，编辑、出版、发行刊物，促进测绘科技成果的转化，促进产学研相结合，促进行业或产业科技进步，对测绘科技政策、法规的制定提出建议，开展测绘继续教育和业务培训工作，开展测绘科技方面的论证、咨询服务，举办测绘科技展览，支持测绘科学研究等。

中国土地学会，是土地科技工作者和有关企事业单位依法自愿结成的全国性、学术性、公益性、非营利性社会组织。业务范围包括组织开展国内外学术交流，开展土地科学学科建设和专业教育研究，普及土地科学知识，推广先进的土地科学技术，促进土地科学技术成果的转化，促进产学研相结合，开展继续教育，组织专业培训，促进民间国际科技交流，参与并承担技术标准制定、资质认证、土地技术类教育专业认证和行业市场信用评价，对土地科技领域中介机构的业务指导、监督和培训，开展土地科技评估、成果鉴定和创新产品认定等。

3、主要法律法规及政策

(1) 行业主要法律法规

序号

文件名称

发布单位

实施时间

1

《中华人民共和国测绘法》

全国人民代表大会常务委员会

2017年7月

2

《地图管理条例》

国务院

2016年1月

3

《中华人民共和国测绘成果管理条例》

国务院

2006年9月

4

《地理信息公共服务平台管理办法》

自然资源部

2020年12月

5

《中华人民共和国土地管理法》

全国人民代表大会常务委员会

2020年1月

6

《土地调查条例》

国务院

2008年2月

资料来源：观研天下整理

(2) 行业、产业政策

序号

行业/产业政策

发布日期/发布部门

主要内容

1

《关于促进地理信息产业发展的意见》

2014年1月/国务院

全面提高我国地理信息获取和处理能力，推进地理信息规范监管和广泛应用，推动体制机制创新，营造良好发展环境，加快突破关键核心技术，提升地理信息产业整体水平和国际竞争力，更好地满足经济社会发展的需要。通过政策推动，逐步形成地理信息获取、处理、应用为主的成熟产业链，形成若干个实力雄厚、具有国际竞争力的大型企业和龙头企业。推动提升遥感数据获取和处理能力、提高地理信息软件研发和产业化水平、促进地理信息深层次应用等重点领域快速发展。

2

《国家中长期科学和技术发展规划纲要（2006-2020年）》

2006年2月/国务院

《规划纲要》确定了大型飞机，高分辨率对地观测系统，载人航天与探月工程等16个重大专项，涉及信息、生物等战略产业领域，能源资源环境和人民健康等重大紧迫问题，以及军民两用技术和国防技术。

3

《国家民用空间基础设施中长期发展规划（2015-2025年）》

2015年10月/国家发展改革委、财政部、国防科工局

以改革为动力，以创新为引领，探索国家民用空间基础设施市场化、商业化发展新机制，支持和引导社会资本参与国家民用空间基础设施建设和应用开发，积极开展区域、产业化、国际化及科技发展等多层面的遥感、通信、导航综合应用示范，加强跨领域资源共享与信息综合服务能力，加速与物联网、云计算、大数据及其他新技术、新应用的融合，促进卫星应用产业可持续发展，提升我国空间基础设施全面支撑经济社会发展的水平和能力。

4

《国家信息化发展战略纲要》

2016年7月/中共中央办公厅、国务院办公厅

增强空间设施能力。围绕通信、导航、遥感等应用卫星领域，建立持续稳定、安全可控的国家空间基础设施。建设天地一体化信息网络，增强接入服务能力，推动空间与地面设施互联互通。统筹北斗卫星导航系统建设和应用，推进北斗产业化和走出去进程。加强陆地、大气、海洋遥感监测，提升对我国资源环境、生态保护、应急减灾、大众消费以及全球观测的服务保障能力。创新资源管理和利用方式。开展国家自然生态空间统一确权登记。完善自然资源监管体系。构建新型生态环境治理体系。实施生态文明和环境保护监测信息化工程。

5

《“十四五”推进国家政务信息化规划》

2021年11月/国常会通过

“十四五”时期要面向企业和群众期盼，抓住政务信息共享、提升政务服务效率等关键，推进数字政府建设，加快转变政府职能，促进市场公平竞争。加快建设数字政府、提升政务服务水平；决定设立支持煤炭清洁高效利用专项再贷款，促进绿色低碳发展。

6

《促进大数据发展行动纲要》

2015年8月/国务院

加快完善自然资源和空间地理基础信息库等基础信息资源。大力推进自然资源和空间地理基础信息库等国家基础数据资源跨部门、跨区域共享。发展农业农村大数据。利用物联网、云计算、卫星遥感等技术，建立我国农业耕地、草原、林地、水利设施、水资源、农业设施设备、新型经营主体、农业劳动力、金融资本等资源要素数据监测体系，促进农业环境、气象、生态等信息共享，构建农业资源要素数据共享平台。

7

《自然资源部信息化建设总体方案》

2019年11月/自然资源部

《方案》提出，到2020年，基本建成与自然资源管理体制相适应的、统一融合的自然资源信息化框架体系，一批以统一平台为支撑的、贯穿四级的重要信息系统上线运行，实现自然

资源业务的信息化管理，明显提升部门间数据共享、业务协同和社会化服务水平。到2025年，形成自然资源动态监测和态势感知能力，实现对国土空间的全时全域立体监控；建成以自然资源“一张图”为基础的自然资源大数据体系，基本形成“数据驱动、精准治理”的自然资源监管决策机制，促进国土空间开发格局显著优化，资源利用节约高效，资源生态环境总体改善；“互联网+自然资源政务服务”体系全面建成联网运行，服务事项标准统一、整体联动、业务协同，自然资源政务服务和共享开放能力全面提高。立足已有基础，统筹整合土地、地质、矿产、海洋、测绘地理信息的信息化资源，运用移动互联网、云计算、大数据、物联网、人工智能等新一代信息技术，通过完善、优化和创新，建设自然资源“一张网”、“一张图”、“一个平台”，并以此为基础构建自然资源调查监测评价、自然资源监管决策、“互联网+自然资源政务服务”三大应用体系。

8

《实景三维中国建设技术大纲(2021版)》

2021年8月/自然资源部

根据新时期测绘工作“两服务、两支撑”根本定位，调动各级自然资源主管部门和社会力量，构建“分布存储、逻辑集中、时序更新、共享应用”的实景三维中国，为数字中国建设提供统一的空间基底。

资料来源：观研天下整理（YZX）

行业分析报告是决策者了解行业信息、掌握行业现状、判断行业趋势的重要参考依据。随着国内外经济形势调整，未来我国各行业的发展都将进入新阶段，决策和判断也需要更加谨慎。在信息时代中谁掌握更多的行业信息，谁将在未来竞争和发展中处于更有利的位置。

观研报告网发布的《2022年中国地理信息行业分析报告-行业调查与未来前景研究》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。

行业报告是业内企业、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。观研天下是国内知名的行业信息咨询机构，拥有资深的专家团队，多年来已经为上万家企业单位、咨询机构、金融机构、行业协会、个人投资者等提供了专业的行业分析报告，客户涵盖了华为、中国石油、中国电信、中国建筑、惠普、迪士尼等国内外行业领先企业，并得到了客户的广泛认可。

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。本研究报告采用的行业分析方法包括波特五力模型分析法、SWOT分析法、PEST分析法，对行业进行全面的内外部环境分析，同时通过资深分析师对目前国家经济形势的走势以及市场发展趋势和当前行业热点分析，预测行业未来的发展方向、新兴热点、市场空间、技术趋势以及未来发展战略等。

【目录大纲】

第一章2018-2022年中国地理信息行业发展概述

第一节 地理信息行业发展情况概述

一、地理信息行业相关定义

二、地理信息行业基本情况介绍

三、地理信息行业发展特点分析

四、地理信息行业经营模式

1、生产模式

2、采购模式

3、销售/服务模式

五、地理信息行业需求主体分析

第二节 中国地理信息行业上下游产业链分析

一、产业链模型原理介绍

二、地理信息行业产业链条分析

三、产业链运行机制

(1) 沟通协调机制

(2) 风险分配机制

(3) 竞争协调机制

四、中国地理信息行业产业链环节分析

1、上游产业

2、下游产业

第三节 中国地理信息行业生命周期分析

一、地理信息行业生命周期理论概述

二、地理信息行业所属的生命周期分析

第四节 地理信息行业经济指标分析

- 一、地理信息行业的赢利性分析
- 二、地理信息行业的经济周期分析
- 三、地理信息行业附加值的提升空间分析
- 第五节 中国地理信息行业进入壁垒分析
 - 一、地理信息行业资金壁垒分析
 - 二、地理信息行业技术壁垒分析
 - 三、地理信息行业人才壁垒分析
 - 四、地理信息行业品牌壁垒分析
 - 五、地理信息行业其他壁垒分析

第二章2018-2022年全球地理信息行业市场发展现状分析

- 第一节 全球地理信息行业发展历程回顾
- 第二节 全球地理信息行业市场区域分布情况
- 第三节 亚洲地理信息行业地区市场分析
 - 一、亚洲地理信息行业市场现状分析
 - 二、亚洲地理信息行业市场规模与市场需求分析
 - 三、亚洲地理信息行业市场前景分析
- 第四节 北美地理信息行业地区市场分析
 - 一、北美地理信息行业市场现状分析
 - 二、北美地理信息行业市场规模与市场需求分析
 - 三、北美地理信息行业市场前景分析
- 第五节 欧洲地理信息行业地区市场分析
 - 一、欧洲地理信息行业市场现状分析
 - 二、欧洲地理信息行业市场规模与市场需求分析
 - 三、欧洲地理信息行业市场前景分析
- 第六节2022-2027年世界地理信息行业分布走势预测
- 第七节2022-2027年全球地理信息行业市场规模预测

第三章 中国地理信息产业发展环境分析

- 第一节 我国宏观经济环境分析
 - 一、中国GDP增长情况分析
 - 二、工业经济发展形势分析
 - 三、社会固定资产投资分析
 - 四、全社会消费品零售总额
 - 五、城乡居民收入增长分析

六、居民消费价格变化分析

七、对外贸易发展形势分析

第二节 中国地理信息行业政策环境分析

一、行业监管体制现状

二、行业主要政策法规

第三节 中国地理信息产业社会环境发展分析

一、人口环境分析

二、教育环境分析

三、文化环境分析

四、生态环境分析

五、消费观念分析

第四章 中国地理信息行业运行情况

第一节 中国地理信息行业发展状况情况介绍

一、行业发展历程回顾

二、行业创新情况分析

三、行业发展特点分析

第二节 中国地理信息行业市场规模分析

第三节 中国地理信息行业供应情况分析

第四节 中国地理信息行业需求情况分析

第五节 我国地理信息行业细分市场分析

1、细分市场一

2、细分市场二

3、其它细分市场

第六节 中国地理信息行业供需平衡分析

第七节 中国地理信息行业发展趋势分析

第五章 中国地理信息所属行业运行数据监测

第一节 中国地理信息所属行业总体规模分析

一、企业数量结构分析

二、行业资产规模分析

第二节 中国地理信息所属行业产销与费用分析

一、流动资产

二、销售收入分析

三、负债分析

四、利润规模分析

五、产值分析

第三节 中国地理信息所属行业财务指标分析

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

第六章2018-2022年中国地理信息市场格局分析

第一节 中国地理信息行业竞争现状分析

一、中国地理信息行业竞争情况分析

二、中国地理信息行业主要品牌分析

第二节 中国地理信息行业集中度分析

一、中国地理信息行业市场集中度影响因素分析

二、中国地理信息行业市场集中度分析

第三节 中国地理信息行业存在的问题

第四节 中国地理信息行业解决问题的策略分析

第五节 中国地理信息行业钻石模型分析

一、生产要素

二、需求条件

三、支援与相关产业

四、企业战略、结构与竞争状态

五、政府的作用

第七章2018-2022年中国地理信息行业需求特点与动态分析

第一节 中国地理信息行业消费市场动态情况

第二节 中国地理信息行业消费市场特点分析

一、需求偏好

二、价格偏好

三、品牌偏好

四、其他偏好

第三节 地理信息行业成本结构分析

第四节 地理信息行业价格影响因素分析

一、供需因素

二、成本因素

三、渠道因素

四、其他因素

第五节 中国地理信息行业价格现状分析

第六节 中国地理信息行业平均价格走势预测

一、中国地理信息行业价格影响因素

二、中国地理信息行业平均价格走势预测

三、中国地理信息行业平均价格增速预测

第八章2018-2022年中国地理信息行业区域市场现状分析

第一节 中国地理信息行业区域市场规模分布

第二节 中国华东地区地理信息市场分析

一、华东地区概述

二、华东地区经济环境分析

三、华东地区地理信息市场规模分析

四、华东地区地理信息市场规模预测

第三节 华中地区市场分析

一、华中地区概述

二、华中地区经济环境分析

三、华中地区地理信息市场规模分析

四、华中地区地理信息市场规模预测

第四节 华南地区市场分析

一、华南地区概述

二、华南地区经济环境分析

三、华南地区地理信息市场规模分析

四、华南地区地理信息市场规模预测

第五节 华北地区地理信息市场分析

一、华北地区概述

二、华北地区经济环境分析

三、华北地区地理信息市场规模分析

四、华北地区地理信息市场规模预测

第六节 东北地区市场分析

一、东北地区概述

二、东北地区经济环境分析

三、东北地区地理信息市场规模分析

四、东北地区地理信息市场规模预测

第七节 西部地区市场分析

- 一、西部地区概述
- 二、西部地区经济环境分析
- 三、西部地区地理信息市场规模分析
- 四、西部地区地理信息市场规模预测

第九章 2018-2022年中国地理信息行业竞争情况

第一节 中国地理信息行业竞争结构分析（波特五力模型）

- 一、现有企业间竞争
- 二、潜在进入者分析
- 三、替代品威胁分析
- 四、供应商议价能力
- 五、客户议价能力

第二节 中国地理信息行业SCP分析

- 一、理论介绍
- 二、SCP范式
- 三、SCP分析框架

第三节 中国地理信息行业竞争环境分析（PEST）

- 一、政策环境
- 二、经济环境
- 三、社会环境
- 四、技术环境

第十章 地理信息行业企业分析（随数据更新有调整）

第一节 企业

- 一、企业概况
- 二、主营产品
- 三、运营情况
 - 1、主要经济指标情况
 - 2、企业盈利能力分析
 - 3、企业偿债能力分析
 - 4、企业运营能力分析
 - 5、企业成长能力分析
- 四、公司优劣势分析

第二节 企业

- 一、企业概况
- 二、主营产品
- 三、运营情况
- 四、公司优劣势分析

第三节 企业

- 一、企业概况
- 二、主营产品
- 三、运营情况
- 四、公司优劣势分析

第四节 企业

- 一、企业概况
- 二、主营产品
- 三、运营情况
- 四、公司优劣势分析

第五节 企业

- 一、企业概况
- 二、主营产品
- 三、运营情况
- 四、公司优劣势分析

第十一章2022-2027年中国地理信息行业发展前景分析与预测

第一节 中国地理信息行业未来发展前景分析

- 一、地理信息行业国内投资环境分析
- 二、中国地理信息行业市场机会分析
- 三、中国地理信息行业投资增速预测

第二节 中国地理信息行业未来发展趋势预测

第三节 中国地理信息行业市场发展预测

- 一、中国地理信息行业市场规模预测
- 二、中国地理信息行业市场规模增速预测
- 三、中国地理信息行业产值规模预测
- 四、中国地理信息行业产值增速预测
- 五、中国地理信息行业供需情况预测

第四节 中国地理信息行业盈利走势预测

- 一、中国地理信息行业毛利润同比增速预测

二、中国地理信息行业利润总额同比增速预测

第十二章2022-2027年中国地理信息行业投资风险与营销分析

第一节 地理信息行业投资风险分析

- 一、地理信息行业政策风险分析
- 二、地理信息行业技术风险分析
- 三、地理信息行业竞争风险分析
- 四、地理信息行业其他风险分析

第二节 地理信息行业应对策略

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

第十三章2022-2027年中国地理信息行业发展战略及规划建议

第一节 中国地理信息行业品牌战略分析

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

第二节 中国地理信息行业市场重点客户战略实施

- 一、实施重点客户战略的必要性
- 二、合理确立重点客户
- 三、对重点客户的营销策略
- 四、强化重点客户的管理
- 五、实施重点客户战略要重点解决的问题

第三节 中国地理信息行业战略综合规划分析

- 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

第十四章2022-2027年中国地理信息行业发展策略及投资建议

第一节 中国地理信息行业产品策略分析

一、服务/产品开发策略

二、市场细分策略

三、目标市场的选择

第二节 中国地理信息行业营销渠道策略

一、地理信息行业渠道选择策略

二、地理信息行业营销策略

第三节 中国地理信息行业价格策略

第四节 观研天下行业分析师投资建议

一、中国地理信息行业重点投资区域分析

二、中国地理信息行业重点投资产品分析

图表详见报告正文

详细请访问：<http://www.chinabaogao.com/baogao/202201/567027.html>