

2006年，中国汽车产业，特别是轿车产业持续高速发展，加之国产汽车产品升级步伐加快，国产汽车电子化，以及电控化水平都有显著提高，这些因素共同推动中国汽车电子市场快速发展。2006年，中国汽车电子市场销售额达到867.6亿元，与2005年相比，同比增长高达39%。2006年，在动力控制和底盘控制系统基本在国产车中普及完成的情况下，汽车电子的产品升级进一步深化，特别是底盘控制系统。此外，车载电子仍然是市场的亮点，乘用车配备音响大范围升级，GPS、TPMS等新兴车载电子产品也加速普及。

2006年, 中国GPS市场销售量达到81.5万套, 销售额为41.9亿元, 与2005年相比, 销量和销售额增长率分别为50.8%和107.3%。

表格

2002—2006年中国车载GPS市场规模与增长（按销售额）

从数据上看,2006年车载GPS市场销售额增长速度远大于销量增长速度,其主要原因是车载GPS市场产品结构发生了很大的变化。2006年,由于没有出现大规模的出租车、公交车等公共交通工具配备车载GPS的浪潮,只具备简单的定位、防盗,或者调度功能的基本型GPS市场增长缓慢,相比之下,静态导航GPS市场发展迅猛,导航GPS渐渐成为中国GPS市场的主流产品。

表格

2006年中国车载GPS市场产品结构

2006年，中国前装静态导航GPS市场发展很快，日系车仍是该市场的倡导者，丰田、本田、日产等公司的许多车型都配有导航GPS，此外，上海通用、北京现代、奇瑞等企业的新车型也开始装配导航GPS。2006年，中国全年配有前装静态导航GPS的乘用车产量超过了30万辆，前装静态导航GPS产品的市场份额有较大幅度提升，这正是2006年中国GPS市场产品平均价格大幅度上升的主要原因。与前装导航GPS类似，便携式导航GPS市场也在2006年取得了长足的发展，2006年可以说是便携式导航GPS市场开始兴起的一年，虽然目前市场规模仍然较小，但该市场的发展前景却日趋明朗。2006年，众多厂商纷纷推出便携式GPS导航产品，便携式导航GPS的广告也随处可见，产品价格也不断走低，便携式导航GPS市场已做好了“一触即发”的准备。

从2007年开始，中国车载GPS市场将进入一个崭新的发展时期，日趋规模化的市场将保持快速的发展态势。在前装市场上，日系品牌轿车普及导航GPS的决心不会动摇，高档轿车以及部分新车型的高端配置也将装配前装导航GPS，值得一提的是，目前正大踏步前进的本土汽车厂商很有可能在这一轮国产轿车信息系统升级过程中走在行业的前列。在后装市场上，便携式GPS导航产品市场的迅速崛起可谓“万事俱备”，而“东风”正是针对GPS导航产品的相关服务，如交通路况信息服务、停车场信息服务，以及兴趣点信息服务等。目前，已经有多家硬件厂商、信息服务提供商、以及运营商看好了该服务市

场，预计今明两年内，在北京、上海等大城市中，将出现这类针对车载GPS的信息服务。届时，“硬件配备率”与“信息服务”之间“先有鸡还是先有蛋”的问题将得以解决，随着服务的日趋完善，车载GPS产品的实用性将得到大幅度提升，导航GPS市场也会大范围兴起，“导航GPS+信息服务”的运营模式也将最终成型。当然，车载GPS的市场兴起一定会受到GPS手机等具有相关功能的电子产品的影响，但车载GPS所具备的屏幕大，价格低等优势仍十分明显。如果市场大规模兴起，便携式GPS导航产品的价格可以随时降到1500元以下。

总之，在接下来的几年内，中国车载GPS市场将持续快速的发展态势，新产品和新运营模式的出现将推动整个产业和市场的发展。