

# 2023-2029年中国位置服务 市场评估与投资前景报告

## 报告目录及图表目录

北京迪索共研咨询有限公司

[www.cction.com](http://www.cction.com)

## 一、报告报价

《2023-2029年中国位置服务市场评估与投资前景报告》信息及时，资料详实，指导性强，具有独家，独到，独特的优势。旨在帮助客户掌握区域经济趋势，获得优质客户信息，准确、全面、迅速了解目前行业发展动向，从而提升工作效率和效果，是把握企业战略发展定位不可或缺的重要决策依据。

官方网站浏览地址：<http://www.cction.com/report/202305/361468.html>

报告价格：纸介版8000元 电子版8000元 纸介+电子8500元

北京迪索共研咨询有限公司

订购电话: 400-700-9228(免长话费) 010-69365838

海外报告销售: 010-69365838

Email: kefu@gonyn.com

联系人：李经理

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、说明、目录、图表目录

中企顾问网发布的《2023-2029年中国位置服务市场评估与投资前景报告》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。

报告目录：

### 第一章 位置服务（LBS）产业相关概述

#### 第一节 位置服务（LBS）业务特点

#### 第二节 LBS的服务业务范畴

#### 第三节 LBS的服务发展背景及重要性

#### 第四节 LBS技术

##### 一、移动定位技术的分类

##### 二、基于移动通信的定位方法

##### 三、移动定位技术比较

#### 第五节 LBS系统介绍

##### 一、LBS系统的组成部分

##### 二、LBS应用的软环境

##### 三、LBS运营中心的搭建

##### 四、LBS应用服务

##### 五、LBS平台介绍

#### 第六节 LBS的服务应用领域

### 第二章 2022-2023年全球位置服务（LBS）市场发展状况分析

#### 第一节 2022年全球位置服务产业运行环境浅析

#### 第二节 全球LBS市场发展状况分析

##### 一、位置服务在全球范围内发展势头强劲

##### 二、LBS服务全球发展水平分析

##### 三、位置服务产业链系统的应用前景研究

##### 四、GPS手机拓展位置服务增值市场状况

五、运营商开展移动定位业务分析

六、发展移动定位业务的建议

七、全球LBS市场规模与增长状况

八、全球LBS收入及同比增长情况

第三节 LBS技术支撑研究

一、LBS业务对于覆盖率环境要求研究

二、LBS技术的定位精度状况

三、LBS定位技术状况

第四节 全球LBS技术应用与发展情况分析

一、移动互联技术研究

二、无线定位技术研究

三、地理信息系统研究

第五节 2019-2022年全球重点国家及地区LBS业务市场分析

一、北美移动定位业务市场分析

二、日本移动定位业务市场分析

三、韩国移动定位业务市场分析

四、欧洲移动定位业务市场分析

第三章 中国LBS服务产业发展

第一节 中国LBS市场发展现状分析

一、LBS产业链呼之欲出

二、LBS继续保持着强劲的发展势头

三、移动位置服务成为最具发展潜力的增值业务之一

四、中国移动定位业务进入稳定发展阶段

五、中国LBS业者市场业务情况

六、中国手机LBS市场走势分析

七、中国移动LBS市场的关键点分析

八、LBS个人化应用发展潜力分析

第二节 位置服务发展影响因素分析

第四章 中国LBS应用领域探析

第一节 LBS应用分析

- 一、LBS应用的特点
- 二、移动定位在安全领域的应用
- 三、GPS/GSM移动车辆定位技术及其应用
- 四、LBS让测绘高新技术走进百姓生活

## 第二节 我国LBS企业应用市场分析

- 一、企业级移动位置服务市场现状分析
- 二、企业级LBS应用状况分析

## 第五章 4G时代移动定位业务分析

### 第一节 移动定位技术

- 一、基于Cell-ID的定位
- 二、基于TDOA的定位
- 三、A-GPS定位技术

### 第二节 移动定位业务应用前景

### 第三节 移动定位业务发展面临的问题

- 一、市场认知面临的问题
- 二、服务内容面临的问题
- 三、定位技术面临的问题
- 四、隐私保护面临的问题
- 五、产业链面临的问题
- 六、终端样式面临的问题

### 第四节 移动定位业务发展的建议

- 一、市场营销策略
- 二、技术升级的定位
- 三、移动位置门户的建立
- 四、构建清晰的产业合作模式
- 五、商业模式与业务策略的探索

## 第六章 中国位置服务市场深度剖析

### 第一节 中国位置服务市场规模与增长状况

- 一、中国LBS市场规模与增长状况
- 二、中国位置服务产品价格走势研究

### 三、中国位置服务市场的基本特征研究

#### 第二节 中国位置服务市场结构分析

##### 一、中国位置服务终端产品结构分析

##### 二、中国位置服务功能结构分析

##### 三、中国运营商位置服务收入结构分析

#### 第三节 中国位置服务产业市场环境分析

##### 一、中国经济背景与中国位置服务产业市场环境研究

##### 二、中国移动互联网环境下的LBS前景分析

#### 第四节 中国位置服务市场环境屏障分析

#### 第五节 中国位置服务现状综合分析

##### 一、中国位置服务用户需求状况分析

##### 二、中国地图与POI数据现状分析

##### 三、中国位置服务增值应用状况研究

##### 四、中国位置服务定位精度与终端供给状况分析

##### 五、地图基础服务与版权保护状况研究

##### 六、地图基础服务遭遇强版权保护尴尬

#### 第六节 中国电信运营商位置服务运作状况

##### 一、中国移动位置服务运作状况

##### 二、中国联通位置服务运作状况

##### 三、诺基亚位置服务运作状况

##### 四、谷歌位置服务运作状况

### 第七章 2022-2023年中国位置服务终端设备市场动态分析

#### 第一节 中国位置服务终端设备市场状况

##### 一、车载GPS系统市场状况

##### 二、PND市场状况

##### 三、GPS手机市场状况

##### 四、普通手机位置服务状况

#### 第二节 中国位置服务设备实现功能分析

#### 第三节 中国位置服务定位技术状况

##### 一、基于网络的定位技术分析

##### 二、基于终端的定位技术分析

### 三、混合无线定位技术分析

#### 第四节 中国位置服务消费模式与变化趋势研究

### 第八章 中国位置服务发展新景象

#### 第一节 中国切客的诞生与成长环境

#### 第二节 中国切客模式研究与趋势探索

#### 第三节 Foursquare模式对中国切客市场的借鉴意义研究

#### 第四节 Foursquare模式的中国探索

#### 第五节 中国切客服务网站及其状况分析

#### 第六节 未来中国切客市场发展趋势研究

#### 第七节 中国切客市场健康发展所必须依赖的产业策略建议

#### 第八节 中国地理位置服务模式新尝试

##### 一、模式一LBSSNS：走文艺范儿的街旁

##### 二、模式二GrouponLBS：拉手尝试深度融合，位置服务与团购结合

##### 三、模式三GameLBS：Fun试水手机游戏

### 第九章 中国手机位置服务用户基本状况及消费习惯行为调查

#### 第一节 中国位置服务用户基本状况

##### 一、中国位置服务使用经历调查

##### 二、中国手机位置服务用户龄结构调查

##### 三、中国手机位置服务用户性别比例调查

##### 四、中国手机位置服务用户区域分布状况调查

##### 五、中国手机位置服务用户学历水平分布状况调查

##### 六、中国手机位置服务用户职业分布状况调查

##### 七、中国手机位置服务用户使用频率调查

##### 八、中国手机位置服务用户使用过的功能调查

##### 九、中国手机位置服务几大常用功能的频率调查

#### 第二节 中国手机位置服务用户消费习惯行为调查

### 第十章 全球最新流行位置服务企业案例剖析

#### 第一节 Foursquare

#### 第二节 切客网

### 第三节 Googlebuzz

### 第四节 Brightkite

### 第五节 Loopt

### 第六节 大众点评

### 第七节 嘀咕网

## 第十一章 中国移动定位服务运营商发展分析

### 第一节 中国移动通信市场分析

### 第二节 中国移动通信品牌提升策略研究

#### 一、移动通信面临的战略环境

#### 二、移动通信相关品牌竞争强度分析

#### 三、移动通信品牌提升策略

### 第三节 中国移动

#### 一、公司简介

#### 二、公司业绩分析

#### 三、公司经营情况

#### 四、公司最新发展动态

#### 五、公司发展展望与策略

#### 六、中国移动G投资情况

#### 七、中国移动家庭市场发展现状

#### 八、中国移动家庭市场发展策略探讨

### 第四节 中国联通

#### 一、企业概况

#### 二、企业经营情况分析

#### 三、企业发展动态及策略

#### 四、中国联通LBS的业务介绍

#### 五、中国联通首创全国无障碍异地话费充值

#### 六、企业发展展望与战略

### 第五节 中国电信

#### 一、公司简介

#### 二、公司海外扩展

#### 三、公司重点品牌及业务

#### 四、公司业绩情况

#### 五、中国电信设定一线城市G攻略

#### 六、中国电信押注IPTV

#### 七、中国电信运营C网的机遇与挑战

#### 第六节 北京合众思壮科技有限责任公司

##### 一、公司概况

##### 二、公司携手达成，搭建LBS全方位服务中心

#### 第七节 北京北斗星通导航技术股份有限公司

##### 一、企业概况

##### 二、企业经营情况分析

##### 三、企业发展动态及策略

##### 四、企业未来发展展望与战略

##### 五、北斗导航卫星技术成就与展望

### 第十二章 中国位置服务SP分析

#### 第一节 北京协进科技发展有限公司

##### 一、公司概况

##### 二、产品介绍

#### 第二节 北京国都信业科技有限公司

##### 一、公司概况

##### 二、产品介绍

#### 第三节 广东怡创通信有限公司

##### 一、公司概况

##### 二、增值业务发展

#### 第四节 成都华好网景科技有限公司

##### 一、公司概况

##### 二、位置服务

#### 第五节 杭州红雨科技有限公司

##### 一、公司简介

##### 二、产品介绍

#### 第六节 四川长城软件科技有限公司

##### 一、公司简介

## 二、产品服务

### 第七节 北京安通汽车卫星定位通讯有限责任公司

#### 一、公司简介

#### 二、主要业务

### 第八节 中卫国脉通信股份有限公司

#### 一、公司简介

#### 二、业务简介

#### 三、公司财务状况

### 第九节 北京搜讯通网络科技有限公司

#### 一、公司简介

#### 二、产品介绍

## 第十三章 中国电子地图提供商分析

### 第一节 中国电子地图市场分析

#### 一、导航电子地图的市场规模

#### 二、导航电子地图行业的产业结构特点

#### 三、中国电子地图需求状况

#### 四、中国电子地图市场发展状况

#### 五、中国GPS地图商走向垄断分析

#### 六、中国电子地图导航产业发展分析

#### 七、四维图新推出中国首款实施TS体系规范的地图

#### 八、地图产业新趋势

#### 九、导航地图市场发展趋势分析

#### 十、GPS导航地图市场发展策略分析

### 第二节 GIS引擎提供商分析

#### 一、ESRI

#### 二、北京冠图信息技术有限公司

#### 三、武大吉奥信息工程技术有限公司

#### 四、研勤科技股份有限公司

#### 五、北京超图软件股份有限公司

#### 六、厦门精图信息技术有限公司

#### 七、适普软件有限公司

## 八、中地数码集团

### 第三节 地图数据提供商分析

#### 一、北京四维图新

#### 二、易图通科技（北京）有限公司

#### 三、高德软件有限公司

#### 四、北京灵图软件有限公司

#### 五、北京瑞图万方科技有限公司

## 第十四章 位置服务方案提供商分析

### 第一节 安德鲁（Andrew）

### 第二节 西门子

### 第三节 爱立信

### 第四节 摩托罗拉

### 第五节 中兴通讯

### 第六节 华为

### 第七节 诺基亚

### 第八节 阿尔卡特

## 第十五章 中国位置服务软件提供商分析

### 第一节 SiRF

#### 一、公司背景

#### 二、合作发展

#### 三、联手三星SiRF在中国GSM手机领域发力

### 第二节 IBM

### 第三节 高通SnapTrack

### 第四节 凯立德公司

#### 一、移动导航系统

#### 二、系统主要功能

### 第五节 厦门雅迅网络股份有限公司

#### 一、公司概况

#### 二、产品发展

### 第六节 泰为TeleNav

一、公司概况

二、产品介绍

第十六章 2023-2029年中国LBS发展前景及趋势预测分析

第一节 LBS发展前景及趋势分析

第二节 GPS手机发展前景及趋势分析

第十七章 2023-2029年中国LBS发展策略及建议分析

第一节 发展移动定位业务的建议

第二节 从LBS技术选择看差异化业务竞争

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202305/361468.html>