

2022-2027年中国位置服务行业市场调研及未来发展趋势预测报告

报告大纲

一、报告简介

华经情报网发布的《2022-2027年中国位置服务行业市场调研及未来发展趋势预测报告》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：<https://www.huaon.com/channel/yunying/772767.html>

报告价格：电子版: 9000元 纸介版：9000元 电子和纸介版: 9200元

订购电话: 400-700-0142 010-80392465

电子邮箱: kf@huaon.com

联系人: 刘老师

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

位置服务（LBS，LocationBased Services）又称定位服务，位置服务是无线运营公司为用户提供的一种与位置有关的服务。位置服务使运营公司又增加了一项深受用户欢迎的新的增值服务，增添了新的收入。

位置服务为移动Internet增添了内容，它将在未来移动Internet业务的发展中起着重要的作用。

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、基于移动电信的定位方法

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 2017-2021年全球位置服务（LBS）市场发展状况分析

第一节 2021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 2017-2021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 2017-2021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分析

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分析
- 二、中国手机位置服务用户龄结构分析
- 三、中国手机位置服务用户性别比例分析
- 四、中国手机位置服务用户区域分布状况分析
- 五、中国手机位置服务用户学历水平分布状况分析
- 六、中国手机位置服务用户职业分布状况分析
- 七、中国手机位置服务用户使用频率分析
- 八、中国手机位置服务用户使用过的功能分析
- 九、中国手机位置服务几大常用功能的频率分析

第二节 中国手机位置服务用户消费习惯行为分析

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、企业简介
- 二、企业经营状况
- 三、企业竞争力分析
- 四、企业发展战略

第四节 中国联通

- 一、企业简介
- 二、企业经营状况
- 三、企业竞争力分析
- 四、企业发展战略

第五节 中国电信

- 一、企业简介
- 二、企业经营状况
- 三、企业竞争力分析
- 四、企业发展战略第

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、企业简介
- 二、企业经营状况
- 三、企业竞争力分析
- 四、企业发展战略

第十二章 中国位置服务SP分析

第一节 北京易行出行旅游有限公司

- 一、企业简介
- 二、企业经营状况
- 三、企业竞争力分析
- 四、企业发展战略

第二节 北京国都信业科技有限公司

- 一、企业简介
- 二、企业经营状况
- 三、企业竞争力分析
- 四、企业发展战略

第三节 广东海格怡创科技有限公司

- 一、企业简介
- 二、企业经营状况
- 三、企业竞争力分析
- 四、企业发展战略

第四节 成都华好网景科技有限公司

- 一、企业简介
- 二、企业经营状况
- 三、企业竞争力分析
- 四、企业发展战略

第五节 杭州红雨科技有限公司

一、企业简介

二、企业经营状况

三、企业竞争力分析

四、企业发展战略

第六节 四川长城软件科技股份有限公司

一、企业简介

二、企业经营状况

三、企业竞争力分析

四、企业发展战略

第七节 北京安通汽车卫星定位通讯有限责任公司

一、企业简介

二、企业经营状况

三、企业竞争力分析

四、企业发展战略

第八节 中卫国脉通信股份有限公司

一、企业简介

二、企业经营状况

三、企业竞争力分析

四、企业发展战略

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、武汉中地数码集团有限公司

第三节 地图数据提供商分析

一、北京四维图新科技股份有限公司

二、易图通科技（北京）有限公司

三、高德软件有限公司

四、北京灵图软件技术有限公司

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 2022-2027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 2022-2027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「HJ LT」

第二节 从LBS技术选择看差异化业务竞争

详细请访问：<https://www.huaon.com/channel/yunying/772767.html>