



艾凯咨询
ICAN Consulting

2010-2014年中国移动位置服务 (LBS) 产业运行动态及投资 战略咨询报告

一、调研说明

《2010-2014年中国移动位置服务（LBS）产业运行动态及投资战略咨询报告》是艾凯咨询集团经过数月的周密调研，结合国家统计局，行业协会，工商，税务海关等相关数据，由行业内知名专家撰写而成。报告意于成为从事本行业人士经营及投资提供参考的重要依据。

报告主要可分为四大部分，首先，报告对本行业的特征及国内外市场环境进行描述；其次，是本行业的上下游产业链，市场供需状况及竞争格局从宏观到细致的详尽剖析，接着报告中列出数家该行业的重点企业，分析相关经营数据；最后，对该行业未来的发展前景，投资风险给出指导建议。相信该份报告对您把握市场脉搏，知悉竞争对手，进行战略投资具有重要帮助。

官方网址：<https://www.icandata.com/view/145673.html>

报告价格： 纸介版9000元 电子版9000元 纸介版+电子版9200元

订购电话： 400-700-0142 010-80392465

电子邮箱： sales@icandata.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、摘要、目录、图表

第一章 LBS产业相关概述

第一节 LBS概念

一、LBS定义

二、LBS业务特点

第二节 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

第三节 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

第四节 移动定位业务商业模式透视

一、以终端厂商为主导的模式

二、以运营商为主导的模式

第二章 2009-2010年中国LBS应用领域分析

第一节 LBS定位服务发展介绍

一、世界LBS业务

二、中国LBS业务

第二节 2009-2010年中国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、GPSGSM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

五、LBS在移动新业务中的应用

第三节 2009-2010年中国移动定位业务产业价值链状况

一、产业价值链状况

- 二、移动定位平台供应商
- 三、移动定位应用开发商ASP/内容供应商
- 四、移动定位业务开展的前提条件
- 五、移动定位业务发展的关键因素

第三章 2009-2010年世界LBS市场发展状况透析

第一节 2009-2010年世界导航市场发展分析

- 一、世界GPS市场特点分析
- 二、世界导航市场竞争状况
- 三、世界卫星导航产业发展趋势
- 四、行人GPS导航市场前景分析
- 五、世界定位系统大众化地图应用时代即将来临
- 六、世界GPS导航装置市场发展现状
- 七、2010-2014年亚太地区LBS市场趋势
- 八、2012年世界GPS导航手机产量预测
- 九、2012年世界汽车导航设备市场预测

第二节 2009-2010年世界移动定位业务发展预测分析

- 一、国外移动定位业务发展概况
- 二、2009年世界移动定位业务市场规模
- 三、2010年亚太地区LBS市场规模预测
- 四、2010年欧洲移动LBS市场规模预测

第三节 2009-2010年北美移动定位业务市场分析

- 一、SprintPCS
- 二、VerizonWireless
- 三、BellMobility

第四节 2009-2010年日本移动定位业务市场分析

- 一、NTTDoCoMo
- 二、KDDI

第五节 2009-2010年韩国移动定位业务市场分析

- 一、LGT
- 二、KTF
- 三、SKT

四、五大成功关键因素

第六节 2009-2010年运营商开展移动定位业务分析

一、定位业务应用

二、运营模式

三、LBS业务的主要驱动力

四、对终端的要求

第四章 2009-2010年中国LBS产业运行环境分析

第一节 2009-2010年中国LBS产业政策环境分析

一、LBS标准分析

二、LBS产业相关政策分析

第二节 2009-2010年中国宏观经济环境分析

一、中国GDP分析

二、中国CPI指数分析

三、工业发展形势分析

第三节 2009-2010年中国LBS产业社会环境分析

第五章 2009-2010年中国LBS市场发展情况形势分析

第一节 2009-2010年中国导航市场发展现状分析

一、GPS市场消费者心理需求分析

二、北京超九成出租车安装GPS卫星定位系统

三、2008年中国卫星导航产业发展状况

四、2008年北斗卫星导航定位系统应用情况

五、2008年中国GPS导航市场和研发分析

六、2009年中国GPS导航市场主流分析

七、中国北斗卫星世界导航系统建设情况

八、中国GPS市场发展面临的问题

第二节 2009-2010年中国导航产业发展现状分析

一、中国导航产业市场潜力分析

二、导航产业政策环境分析

三、中国导航产业基地建设情况

第三节 2009年中国GPS导航市场用户关注分析

一、市场概述及主要结论

二、用户关注情况分析

三、细分市场价格分析

四、市场发展建议

第四节 2010-2014年中国导航市场发展趋势分析

一、PND拓宽汽车导航仪市场

二、中国消费四种新趋势对GPS导航产品营销的挑战

三、导航发展新方向分析

四、GPS世界卫星导航系统的发展趋势

五、LBS发展主导方向分析

六、中国GPS市场发展趋势预测

七、2010年北斗与GPS兼容或成商用方向

八、2013年GPS户外市场预测

九、2013年GPS设备与系统发展预测

十、2010世博会对中国GPS电子导航市场的影响

第五节 2009-2010年中国LBS市场发展现状分析

一、2008年LBS产业链呼之欲出

二、移动位置服务成为最具发展潜力的增值业务之一

三、中国移动定位业务进入稳定发展阶段

四、2009年中国LBS业者市场业务情况

五、2009年中国手机LBS市场走势分析

六、中国移动LBS市场的关键点分析

七、LBS个人化应用发展潜力分析

第六节 2009-2010年中国手机定位市场分析

一、国内GPS导航手机市场前景

二、手机导航的3G机会

三、2008年GPS手机出货量分析

四、GPS手机是中国消费者首选导航设备

五、中国GPS手机市场尚不成熟

六、2008年GPS手机市场变化分析

七、2009-2010年手机导航市场结构预测

八、手机导航世界融合化发展成新趋势

九、中国GPS导航手机厂家发展策略分析

第七节 2009-2010年中国车载导航定位市场分析

- 一、2008中国GPS导航市场研发趋势
- 二、2008年汽车GPS导航市场分析
- 三、中国车载导航业发展缓慢原因分析
- 四、中国车载GPS导航产业热点分析
- 五、2009年中国车载导航市场竞争状况
- 六、2009年车载导航GPS产品用户关注度分析
- 七、LBS应用将为成车载GPS增值服务新亮点
- 八、2008-2010年中国车载导航市场飞跃发展
- 九、2009-2010年车载导航竞争市场利润空间预测

第六章 2009-2010年中国3G时代移动定位业务发展分析

第一节 2009-2010年3G时代移动定位业务发展思考

- 一、LBS概念及业务分类
- 二、3G定位技术分析
- 三、3G网络与定位业务的关系
- 四、移动定位业务3G中的机遇分析
- 五、移动定位业务发展面临的问题及建议

第二节 2009-2010年在3G中实现LBS的定位技术和GIS系统

- 一、实现LBS应用的网络架构
- 二、定位技术
- 三、GIS系统
- 四、LBS业务的相关标准化工作
- 五、LBS业务在中国的应用

第三节 2009-2010年世界3G业务发展分析与预测

- 一、世界3G市场发展情况
- 二、世界3G业务发展现状
- 三、世界3G业务发展趋势
- 四、2008年世界3G用户数量分析
- 五、2009-2010年世界3G业务发展趋势
- 六、2013年世界WCDMA用户预测

第四节 2009-2010年中国3G业务发展分析与预测

- 一、中国3G牌照正式发放
- 二、中国3G产业链浮出
- 三、中国3G产业的现状和发展前景
- 四、中国3G及其产业市值分析
- 五、2009年中国3G投资情况
- 六、2009年3G市场发展新格局分析
- 七、2009年下半年3G规模建设情况
- 八、2009年3G带来的通信发展新趋势
- 九、2009年中国3G发展面临的问题
- 十、中国3G产业发展前景分析
- 十一、未来中国3G市场的发展趋势
- 十二、2012年中国3G用户预测

第七章 2009-2010年中国移动定位服务运营商发展分析

第一节 2009-2010年中国移动通信市场分析

- 一、2009-2010年中国通信业务概况
- 二、中国移动通信新增长点分析
- 三、新一代宽带无线移动通信网专项启动
- 四、移动通信演进方向分析
- 五、2008年通信业运营情况分析
- 六、2008年通信产品进出口情况
- 七、2009年1季度中国通信行业运行分析
- 八、2009年中国通信市场现状与发展趋势
- 九、2009年移动通信将呈现诸多亮点
- 十、2009年通信设备市场整体发展形势
- 十一、未来20年中国移动通信市场发展预测

第二节 2009-2010年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、2008年公司业绩分析
- 三、2009年1季度公司经营情况
- 四、2009年公司最新发展动态
- 五、2009年公司发展展望与策略
- 六、2009年中国移动3G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
- 九、中国移动推出LBS新应用"车e行"业务

第四节 中国联通

- 一、企业概况
- 二、2009-2010年企业经营情况分析
- 三、2009-2010年企业财务数据分析
- 四、2009年企业发展动态及策略
- 五、中国联通LBS的业务介绍
- 六、中国联通GPS手机定位导航服务分析
- 七、中国联通首创全国无障碍异地话费充值
- 八、2010-2014年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、公司国际通信能力
- 四、公司重点品牌及业务
- 五、2008年公司业绩情况
- 六、2009年4月中国电信C网新增用户情况
- 七、电信WAP业务发展情况
- 八、中国电信设定一线城市3G攻略
- 九、中国电信押注IPTV
- 十、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 2
- 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、2009-2010年企业经营情况分析

三、2009-2010年企业财务数据分析

四、2009年企业发展动态及策略

五、企业未来发展展望与战略

六、“北斗导航”卫星技术成就与展望

第八章 2009-2010年中国位置服务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、2009-2010年公司财务状况

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

第九章 2009-2010年中国电子地图提供商分析

第一节 2009-2010年国内电子地图市场分析

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 339

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、国内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TS16949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、2009年GPS导航地图市场发展策略分析

十一、车载GPS导航地图升级服务分析

第二节 2009-2010年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 2009-2010年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

第十章 2009-2010年位置服务方案提供商分析

第一节 安德鲁 (Andrew)

一、公司概况

二、安德鲁成为中国电信网络建设唯一外资供货商

三、安德鲁推出世界首套完整电缆系列HELIAX 2.0

第二节 西门子

一、公司概况

二、2008财年西门子中国经营状况

三、诺基亚西门子通信全力支持中国3G发展

四、西门子实现可持续IT理念策略分析

五、2009年西门子中国统一通信发展态势

六、2010-2014年西门子获欧元政府订单预测

第三节 爱立信

一、公司概况

二、爱立信3G网络运维经验和策略

三、爱立信基于IMS的固网移动融合(FMC)解决方案

四、爱立信已经为中国3G的启动做好了准备

五、2009年爱立信推出LTE TDD

六、爱立信在中国3G市场份额

第四节 摩托罗拉

一、公司概况

二、摩托罗拉将被分拆为两家独立上市公司

三、摩托罗拉衰败因素分析

四、摩托罗拉手机业务的现状

五、摩托罗拉渠道策略分析

六、摩托罗拉市场发展战略建议

七、2009-2010年摩托罗拉中国3G策略

第五节 中兴通讯

一、公司概况

- 二、2009-2010年企业经营情况分析
- 三、2009-2010年企业财务数据分析
- 四、2009年中兴通讯最新发展动态
- 五、2009年中兴通讯发展展望
- 六、中兴通讯NGN产品稳居印度电信市场第一
- 七、中兴通讯世界首WiMAX移动视频监控终端

第六节 华为

- 一、公司概况
- 二、华为的3G发展策略
- 三、华为的3G业务解决方案
- 四、公司发展趋势
- 五、公司动态

第七节 诺基亚

- 一、公司概况
- 二、2009-2010年公司经营状况
- 三、诺基亚预警2008年Q4及2009年利润遭重创
- 四、诺基亚应对金融危机策略
- 五、诺基亚的战略大调整
- 六、诺基亚已完成对Symbian公司的收购

第八节 阿尔卡特

- 一、公司概况
- 二、公司动态
- 三、阿尔卡特朗讯调整战略
- 四、公司3G成功基石
- 五、阿尔卡特朗讯融合创新领跑3G
- 六、阿尔卡特朗讯WCDMA 射频拉远解决方案

第十一章 2009-2010年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在国内GSM手机领域发力

第二节 IBM

一、公司背景

二、发展情况

第三节 高通SnapTrack

一、公司背景

二、发展情况

第四节 凯立德公司

一、移动导航系统

二、系统主要功能

三、系统特点

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

第十二章 2009-2010年中国位置服务终端市场动态分析

第一节 2009-2010年中国GPS终端市场发展分析

一、国内GPS终端市场发展前景

二、新一代GPS终端的跨平台设计趋势

三、2009年GPS车载终端的主要市场分析

四、2012年世界GPS便携终端销售情况预测

第二节 2009-2010年GPS终端市场分析

一、2008年中国联通率先突破GPS终端瓶颈

二、2008年消费性GPS手持式终端成主流

三、2008年中国卫星导航自主知识产权GPS芯片出炉

四、2008年GPS手机市场回顾

五、2008年GPS手机市场变化分析

六、金融海啸下国内GPS终端市场

七、2009年中国汽车GPS导航系统终端销售预测

第十三章 2010-2014年中国LBS发展前景及趋势预测分析

第一节 2010-2014年中LBS发展前景及趋势分析

- 一、2010年移动定位导航服务需求预测
- 二、2011年LBS发展前景分析
- 三、2012年中国LBS市场规模预测
- 四、未来交通物流业移动定位服务应用
- 五、移动定位业务的未来
- 六、移动位置服务发展趋势

第二节 2010-2014年中GPS手机发展前景及趋势分析

- 一、2011年中国市场GPS手机销量预测
- 二、2011年中国GPS手机的市场占有率预测
- 三、2010-2014年中国GPS手机市场规模预测
- 四、2012年GPS手机产值预测
- 五、2012年GPS导航手机市场预测

第十四章 2010-2014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

- 一、市场需要一定的培育期
- 二、提供用户确实需要的业务内容
- 三、业务设置要从简
- 四、在业务发展的同时处理好相关问题

第二节 3G时代运营商的移动位置服务发展策略

- 一、联通与移动LBS发展的比较
- 二、目前中国LBS业务发展的促进和抑制因素
- 三、重视商业模式与培育健康产业链
- 四、充分结合G优势与运营商自身特点
- 五、加强业务间捆绑与融合
- 六、优化客户端和用户体验
- 七、拓展车载导航应用和行业应用
- 八、借鉴学习国外发展经验
- 九、韩国移动定位业务发展对中国LBS产业的启示

第三节 从LBS技术选择看差异化业务竞争

- 一、LBS系统
- 二、LBS技术分析
- 三、LBS业务开发
- 四、发展LBS业务的策略分析

图表名称：部分

图表 LBS系统结构图

图表 LBS系统工作流程

图表 基于位置服务的种类

图表 不同应用对定位精度、频度和移动终端的要求

图表 用户青睐的移动数据业务的比例划分

图表 LBS应用服务结构

图表 LBS的用户接入方式

图表 以运营商为主导的移动定位业务产业链结构图

图表 日韩LBS市场发展现况与趋势

图表 2003-2009年世界LBS市场规模预测

图表 中国运营商提供的LBS服务

图表 LBS产业链各环节厂商介绍

图表 基于GSM话音通道的移动监控定位系统

图表 移动终端设备组成

图表 基于SMS的移动监控定位系统

图表 移动定位系统车载单元组成

图表 监控中心控制系统组成

图表 定位系统车载部分主程序流程图

图表 2006年到2012年世界汽车导航系统的出货量

图表 2003-2009年世界移动定位市场规模

图表 国家测绘局已颁布的相关导航电子地图法律法规

图表 2009年2月中国市场最受用户关注的十大GPS品牌分布图

图表 2004-2012年中国LBS市场份额

图表 中国LBS市场无线运营商市场份额占比

图表 2004-2008年中国移动定位市场规模

图表 2003-2008年上半年中国移动位置服务(LBS)市场规模

图表 2008年上半年中国移动位置服务(LBS)市场运营商结构

图表 2008年上半年中国移动位置服务(LBS)市场业务结构

图表 2008年上半年中国移动位置服务(LBS)市场业务结构

图表 KDDI移动位置业务产业价值链状况示意表

图表 2008年最受用户关注的前十款GPS导航仪

图表 2008年1000元以下区间最受用户关注的前10款GPS产品

图表 2008年1001-1500元区间最受用户关注的前10款GPS产品

图表 2008年1501-2000元区间最受用户关注的前10款GPS产品

图表 2008年2001-3000元区间最受用户关注的前10款GPS产品

图表 2008年3001元以上区间最受用户关注的前10款GPS产品

图表 2009年3月中国市场最受用户关注的前十大GPS产品排行

图表 2009年3月与2月中国市场最受用户关注的前十款产品对比状况

图表 2003-2009年世界移动定位市场规模

图表 2004-2008年中国移动定位市场规模

图表 A-GPS定位技术原理图

图表 移动技术定位比较

图表 矢量地图服务的工作方式示意图

图表 2006-2008年电话用户数及新增用户数

图表 2004-2008年中国电信业务收入及增长情况

图表 2008年中国通信业各项业务收入情况走势图

图表 2008年中国通信业各项业务收入所占比例

图表 2008年1-10月电信业务收入构成

图表 2005-2008年各月电信业务收入比较

图表 2005-2008年固定电话用户各月净增比较

图表 2005-2008年移动电话用户各月净增比较

图表 2005-2008年互联网用户各月净增比较

图表 2007年1-11月电信业务收入构成

图表 2008年1-11月电信业务收入构成

图表 2008年1-11月各项业务收入同比增长率

图表 2008年1-11月固定本地与移动本地通话量比较

图表 2006-2008年同期长途电话通话时长构成

图表 2007-2008年同期东、中、西部电信业务收入

图表 2006-2008年同期东、中、西部净增移动电话用户

图表 2008年11月固定电话用户排名前十名的省份

图表 2008年11月移动电话用户排名前十名的省份

图表 2007-2008年各月电子信息产品进出口增幅

图表 2008年1-11月出口额前10位的电子信息产品情况

图表 2008年1-11月进口额前5位的电子信息产品情况

图表 2006 ~ 2009 年各月电信主营业务收入比较

图表略。

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/145673.html>

- 1、系统分析方法
- 2、比较分析方法
- 3、具体与抽象方法
- 4、分析与综合方法
- 5、归纳与演绎方法
- 6、定性分析与定量分析方法
- 7、预测研究方法

对行业内相关的专家、厂商、渠道商、业务（销售）人员及客户进行访谈，获取最新的一手市场资料；

艾凯咨询集团长期监测采集的数据资料：

行业协会、国家统计局、海关总署、国家发改委、工商总局等政府部门和官方机构的数

据与资料；

行业公开信息；

行业企业及上、下游企业的季报、年报和其它公开信息；

各类中英文期刊数据库、图书馆、科研院所、高等院校的文献资料；

行业资深专家公开发表的观点；

对行业的重要数据指标进行连续性对比，反映行业发展趋势；

中华人民共和国国家统计局 <http://www.stats.gov.cn>

中华人民共和国国家工商行政管理总局 <http://www.saic.gov.cn>

中华人民共和国海关总署 <http://www.customs.gov.cn>

中华人民共和国商务部 <http://www.mofcom.gov.cn>

中国证券监督管理委员会 <http://www.csrc.gov.cn>

中华人民共和国商务部 <http://www.mofcom.gov.cn>

世界贸易组织 <https://www.wto.org>

联合国统计司 <http://unstats.un.org>

联合国商品贸易统计数据库 <http://comtrade.un.org>

五、关于艾凯咨询网

艾凯咨询网（www.icandata.com）隶属艾凯咨询集团（北京华经艾凯企业咨询有限公司），艾凯咨询集团专注提供大中华区产业经济情报，为企业商业决策赋能，是领先的市场研究报告和竞争情报提供商

艾凯咨询集团为企业提供专业投资咨询报告、深度研究报告、市场调查、统计数据等。艾凯咨询网每天更新大量行业分析报告、图表资料、竞争情报、投资情报等，为用户及时了解迅速变化中的世界和中国市场提供便利，为企业商业决策赋能。

研究力量

高素质的专业的研究分析团队，密切关注市场最新动向。在多个行业，拥有数名经验丰富的专业分析师。对于特定及专属领域，我们有国内外众多合作研究机构，同时我们聘请数名行业资深专家顾问，帮助客户分清市场现状和趋势，找准市场定位和切入机会，提出合适中肯的建议，帮助客户实现价值，与客户一同成长。

我们的优势

权威机构 艾凯咨询集团二十年深厚行业背景;
数量领先 囊括主流研究报告和权威合作伙伴;
服务齐全 促销、推荐指数、积分、网上支付等;
良好声誉 广泛知名度、满意度, 众多新老客户。