

中国移动位置服务(LBS)市场深度分析及未来五年 发展商机研究报告

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《中国移动位置服务(LBS)市场深度分析及未来五年发展商机研究报告》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：<http://baogao.chinabaogao.com/tongxinshebei/220894220894.html>

报告价格：电子版: 7200元 纸介版：7200元 电子和纸介版: 7500

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

位置服务(Location based service , LBS) , 又称定位服务, 是指通过移动终端和移动网络的相互配合, 以空间数据库为基础, 确定移动用户的实际地理位置, 从而提供用户所需要的与位置相关的服务信息。位置服务由移动通信网络和卫星定位系统结合在一起提供的一种增值业务, 它是移动通信技术、空间定位技术、地理信息系统技术等多种技术融合发展到特定历史阶段的产物, 是现代科学技术和经济社会发展需求的客观要求。

随着我国3G的高速发展, 以及iPhone、Android产品的普及, 以传统互联网为平台的社会化媒体向移动客户端平移, 智能手机成为用户获取网络体验的活跃终端。基于移动互联网的LBS应用获得了更大的发展空间。根据EnfoDesk易观智库最新发布的数据显示, 截至2011年12月底, 中国移动位置交友应用(LBS)市场累计账户规模达到3062万户。促使LBS用户不断增长的主要原因是多样化的智能终端和移动互联网的迅猛发展。

那么, 在当前瞬息万变的市场形势下, 我国移动位置服务(LBS)相关企业该如何分

报告目录

第一部分 移动位置服务行业发展概述

第一章 移动位置服务(LBS)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 移动位置服务(LBS)应用领域分析

第一节 LBS定位服务发展介绍

一、全球LBS业务

二、中国LBS业务

第二节 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、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 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

第二部分 移动位置服务行业发展情况分析

第三章 全球LBS市场发展情况分析

第一节 全球导航市场发展分析

- 一、全球LBS发展现状分析
- 二、全球GPS市场发展现状
- 三、全球导航市场竞争状况
- 四、全球卫星导航产业发展趋势
- 五、行人GPS导航市场前景分析
- 六、全球定位系统大众化地图应用时代即将来临
- 七、全球GPS导航装置市场发展现状
- 八、亚太地区LBS市场趋势
- 九、2014年全球GPS导航手机产量预测
- 十、2014年全球汽车导航设备市场预测

第二节 全球移动定位业务发展预测

- 一、国外移动定位业务发展概况
- 二、全球定位导航领竞争分析
- 三、2014年亚太地区LBS市场规模预测
- 四、2014年欧洲移动LBS市场规模预测

第三节 北美移动定位业务市场分析

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

第四节 日本移动定位业务市场分析

一、NTTDoCoMo

二、KDDI

第五节 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 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 中国LBS市场发展情况分析

第一节 中国导航市场发展现状

一、GPS导航消费市场整体现状

二、中国GPS导航仪市场现状分析

三、中国卫星导航产业发展状况

四、北斗民用导航市场分析

五、运营商全面介入导航市场之争

六、2014年中国GPS市场发展预测

第二节 中国导航产业发展现状

一、我国导航产业市场潜力分析

二、我国导航产业发展分析

三、我国导航产业基地建设情况

四、我国导航定位产业产值预测

五、我国导航产业急需核心技术理性回归

六、我国导航产业政策环境分析

第三节 中国GPS导航市场分析

一、品牌关注分析

二、产品关注分析

三、细分市场关注分析

四、案例分析

第四节 中国导航市场发展趋势

一、汽车导航市场发展趋势分析

- 二、GPS导航仪低价渐成趋势
- 三、GPS导航仪三大发展趋势
- 四、导航业产品细分化成趋势
- 五、GPS全球卫星导航系统的发展趋势
- 六、LBS发展主导方向分析
- 七、我国GPS市场发展趋势预测
- 八、北斗与GPS兼容或成商用方向
- 九、2014年GPS户外市场预测
- 十、2014年GPS设备与系统发展预测
- 第五节 中国LBS市场发展现状
 - 一、我国LBS市场现状分析
 - 二、我国LBS成为最具发展潜力的增值业务之一
 - 三、我国LBS进入稳定发展阶段
 - 四、我国的LBS市场蕴藏了巨大的商机
 - 五、中国移动LBS市场的关键点分析
 - 六、我国LBS个人化应用发展潜力分析
- 第六节 中国手机定位市场分析
 - 一、GPS手机出货量分析
 - 二、手机导航市场大兴
 - 三、中国GPS手机出货量分析
 - 四、中国导航手机市场步入井喷期
 - 五、2014年中国GPS手机市场分析
 - 六、GPS手机是中国消费者首选导航设备
 - 七、手机导航全球融合化发展成新趋势
 - 八、我国GPS导航手机厂家发展策略分析
- 第七节 车载导航定位市场分析
 - 一、汽车GPS导航市场分析
 - 二、中国车载导航地图市场发展分析
 - 三、我国车载导航产品质量认证细则公布
 - 四、中国汽车导航仪市场分析
 - 五、我国车载导航业发展缓慢原因分析
 - 六、LBS应用将为成车载GPS增值服务新亮点
- 第五章 3G时代移动定位业务发展分析
 - 第一节 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 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业务在我国的应用

第三节 全球3G业务发展分析与预测

一、全球3G产业发展情况

二、全球3G业务发展现状

三、全球3G网络容量增长情况

四、全球3G和WCDMA用户

五、全球3G市场格局生变

六、2014全球3G用户预测分析

第四节 中国3G业务发展分析与预测

一、我国3G牌照正式发放

二、中国3G产业链逐渐完善

三、中国3G产业发展分析

四、3G市场呈现三足鼎立格局

五、中国3G销售量情况

六、中国3G用户数

七、我国3G正从起步期迈入发展期

八、我国3G市场实现规模化发展

九、未来中国3G市场的发展趋势

十、2014年我国3G用户预测

第三部分 移动位置服务产业链发展情况分析

第六章 移动定位服务运营商发展分析

第一节 中国移动通信行业发展分析

一、通信业运营情况

二、通信产品进出口情况

三、我国3G和TD发展情况

四、通信业运营情况

- 五、 我国移动通信收入分析
- 六、 中国通信产品进出口分析
- 七、 移动通信进入智能时代
- 八、 未来20年我国移动通信市场发展预测
- 第二节 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、 公司经营情况
 - 三、 公司业绩分析
 - 四、 企业财务数据分析
 - 五、 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、 企业经营情况分析
 - 三、 企业经营情况分析
 - 四、 企业财务数据分析
 - 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、 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、 公司业绩情况
 - 六、 中国电信业绩情况
 - 七、 企业经营情况分析
 - 八、 企业财务数据分析
 - 九、 中国电信运营C网的机遇与挑战
 - 十、 中国电信推天翼城际导航品牌
- 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

三、合众思壮实现TMC产品升级

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、企业经营情况分析

四、企业财务数据分析

五、公司发展展望及策略

六、“北斗导航”卫星技术成就与展望

第七章 位置服务SP

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、企业经营情况分析

四、企业经营情况分析

五、企业财务数据分析

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

第八章 电子地图提供商

第一节 国内电子地图市场分析

一、导航电子地图市场白热化

二、我国电子地图需求状况

三、我国电子地图市场发展状况

四、电子地图产业或迎“升级”潮

五、天地图将使导航电子地图迎来拐点

六、我国导航电子地图核心技术仍受制于人

第二节 GIS引擎提供商

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

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

第九章 位置服务方案提供商

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、安德鲁推出全球首套完整电缆系列HELIAX 2.

第二节 西门子

一、公司概况

三、西门子经营状况

三、西门子经营状况

四、诺基亚西门子通信全力支持中国3G发展

五、西门子实现可持续IT理念策略分析

第三节 爱立信

一、公司概况

三、爱立信经营状况

三、爱立信经营状况

四、爱立信3G网络运维经验和策略

五、爱立信基于IMS的固网移动融合(FMC)解决方案

六、爱立信在中国3G市场份额

第四节 摩托罗拉

一、企业概况

二、公司经营状况

三、公司经营状况

四、摩托罗拉渠道策略分析

五、摩托罗拉市场发展战略建议

第五节 中兴通讯

一、企业概况

二、企业经营情况分析

三、企业经营情况分析

四、企业财务数据分析

五、公司发展展望及策略

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

六、华为海外市场战略

第七节 诺基亚

一、企业概况

二、公司经营状况

三、公司经营状况

四、诺基亚应对金融危机策略

五、诺基亚的战略大调整

第八节 阿尔卡特

一、公司概况

二、阿尔卡特朗讯调整战略

三、公司3G成功基石

四、阿尔卡特朗讯经营分析

五、阿尔卡特朗讯经营分析

六、阿尔卡特朗讯WCDMA 射频拉远解决方案

第十章 位置服务软件提供商

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、公司经营情况

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

第十一章 位置服务终端市场

第一节 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、金融海啸下国内GPS终端市场

四、GPS卫星定位系统车载终端原理分析

五、消费性GPS手持式终端成主流

第二节 GPS终端市场分析

一、GPS手机市场回顾

二、中国汽车GPS导航市场分析

三、中国GPS市场分析

四、2014年全球GPS便携终端销售情况预测

五、2015年GPS终端市场销售额预测

第四部分 移动位置服务行业发展趋势及策略

第十二章 数据关于移动位置服务(LBS)发展前景及趋势预测

第一节 LBS发展前景及趋势分析

一、2014年移动定位导航服务需求预测

二、2014年LBS发展前景分析

三、2014年我国LBS市场规模预测

四、未来交通物流业移动定位服务应用

五、混合式LBS技术将是未来导航芯片的发展重点

六、移动位置服务创新方向

第二节 GPS手机发展前景及趋势分析

一、2014年中国市场GPS手机销量预测

二、2014年中国GPS手机的市场占有率预测

三、2015年GPS手机产值预测

四、2015年GPS导航手机市场预测

第十三章 未来五年移动位置服务(LBS)发展策略

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、我国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3G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我国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
- 图表详见正文.....

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/tongxinshebei/220894220894.html>