

2020-2025年中国移动位置服务行业市场前景预测 及投资战略咨询报告

报告大纲

一、报告简介

华经情报网发布的《2020-2025年中国移动位置服务行业市场前景预测及投资战略咨询报告》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/detail/496837.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

移动位置服务是指基于基站与手机之间通信时差来计算你当前的大概位置（当前你的大概位置而不是准确位置）的一种通信服务，不需要开通GPRS。手机默认情况下，此项服务设置都是不公开的。只有当对方手机公开这项服务，你才能查询到对方位置。

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 移动位置服务（LBS）行业概述

1.1 移动位置服务（LBS）概念

1.1.1 LBS的定义

1.1.2 LBS业务特点

1.2 LBS 技术

1.2.1 移动定位技术的分类

1.2.2 基于移动通信的定位方法

1.3 LBS 系统介绍

1.3.1 LBS 系统的组成部分

1.3.2 LBS 应用的软环境

1.3.3 LBS 运营中心的搭建

1.3.4 LBS应用服务

1.3.5 LBS 平台介绍

1.4 移动定位业务商业模式透视

1.4.1 以终端厂商为主导的模式

1.4.2 以运营商为主导的模式

第二章 2015-2019年移动位置服务（LBS）应用领域分析

2.1 移动位置服务应用概况

2.2 LBS 应用分析

2.2.1 LBS 应用的特点

2.2.2 移动定位在安全领域的应用

2.2.3 GPSGSM 移动车辆定位技术及其应用

2.2.4 LBS 让测绘高新技术走进百姓生活

2.3 移动定位业务产业价值链状况

2.3.1 产业价值链状况

2.3.2 移动定位平台供应商

2.3.3 移动定位应用开发商ASP/内容供应商

2.3.4 移动定位业务开展的前提条件

2.3.5 移动定位业务发展的关键因素

第三章 2015-2019年全球移动位置服务（LBS）市场发展情况分析

3.1 全球导航市场发展分析

3.1.1 全球卫星导航系统状况

3.1.2 全球导航卫星布局

3.1.3 全球定位导航领域“四强争雄”

3.2 全球移动定位业务发展分析

3.2.1 国外移动定位业务发展概况

3.2.2 北美移动定位业务市场分析

3.2.3 欧洲移动定位业务市场分析

3.2.4 日本移动定位业务市场分析

3.2.5 韩国移动定位业务市场分析

3.3 运营商开展移动定位业务分析

3.3.1 定位业务应用

3.3.2 LBS运营模式

3.3.3 LBS 业务的主要驱动力

3.3.4 对终端的要求

3.3.5 发展移动定位业务的建议

第四章 2015-2019年中国移动位置服务（LBS）市场发展情况分析

4.1 2015-2019年中国导航市场发展现状

4.1.1 北斗卫星导航系统简介

4.1.2 GPS 市场消费者心理需求分析

4.1.3 GPS导航仪价格大战升级

4.1.4 中国汽车导航仪市场有待释放

4.2 2015-2019年中国LBS 市场发展现状

4.2.1 移动位置服务成为最具发展潜力的增值业务

4.2.2 国内市场LBS服务的四大创新方向

- 4.2.3 中国LBS业者积极调整业务
- 4.3 2019年中国手机定位市场分析
 - 4.3.1 2019年中国GPS手机市场分析
 - 4.3.2 2019年中国GPS手机用户行为调查
 - 4.3.3 GPS手机市场需求面临井喷
- 4.4 2015-2019年中国车载导航定位市场分析
 - 4.4.1 车载导航市场概况
 - 4.4.2 车载导航市场大两网融合是关键
 - 4.4.3 中国车载导航市场调查
- 4.5 2015-2019年中国位置服务(GPS/LBS)市场概述
 - 4.5.1 市场规模与增长
 - 4.5.2 基本特点
 - 4.5.3 市场结构分析
- 4.6 2015-2019年中国LBS竞争格局分析
 - 4.6.1 电信运营商间竞争
 - 4.6.2 位置服务软件厂商间竞争
- 4.7 中国LBS中存在的问题及对策
 - 4.7.1 LBS中存在的问题
 - 4.7.2 LBS的对策

第五章 2015-2019年中国导航产业（GPS）发展分析

- 5.1 中国导航产业GPS基本概况
 - 5.1.1 中国对GPS系统的应用策略
 - 5.1.2 卫星定位导航行业的产业链
 - 5.1.3 GPS行业主管部门和行业监管体制
 - 5.1.4 GPS行业主要法律法规及政策
- 5.2 2015-2019年中国GPS发展概述
 - 5.2.1 中国GPS的发展现状
 - 5.2.2 中国GPS的基本特点
 - 5.2.3 2019年中国GPS市场分析
 - 5.2.4 2019年中国GPS市场面临的机遇与挑战
- 5.3 2015-2019年中国GPS的细分市场结构分析
 - 5.3.1 车载GPS市场
 - 5.3.2 GPS手机市场
 - 5.3.3 PND市场

5.3.4 GPS测绘仪器市场

5.4 2015-2019年中国GPS发展预测

5.4.1 技术发展趋势

5.4.2 产品发展趋势

5.4.3 产业模式发展趋势

5.4.4 中国GPS应用规模预测

5.4.5 中国GPS应用结构预测

第六章 2015-2019年3G时代移动定位业务发展分析

6.1 2015-2019年3G 时代移动定位业务发展思考

6.1.1 LBS 概念及业务分类

6.1.2 3G 定位技术分析

6.1.3 移动定位业务应用前景

6.1.4 移动定位业务发展面临的问题及建议

6.2 2015-2019年在 3G 中实现 LBS 的定位技术和 GIS 系统

6.2.1 实现 LBS 应用的网络架构

6.2.2 定位技术

6.2.3 GIS 系统

6.2.4 LBS 业务的相关标准化工作

6.2.5 LBS 业务在我国的应用

6.3 2015-2019年中国 3G 业务发展分析与预测

6.3.1 2019年中国3G用户和投资平稳增长

6.3.2 3G移动定位技术方案

6.3.3 3G移动定位服务系统的应用

第七章 中国移动定位服务运营市场及营运商分析

7.1中国移动通信市场分析

7.1.1 中国移动定位市场运营商竞争分析

7.1.2 寻找中国移动定位服务运营商的3G定位

7.1.3 地理围栏是运营商LBS的未来

7.1.4中国通信行业运行状况

7.1.5中国通信行业运行状况

7.1.6 中国移动通信市场发展预测

7.2 中国移动

7.2.1中国移动业绩分析

- 7.2.2中国移动业绩分析
- 7.2.3 GPS手机成中国移动LBS市场的关键之匙
- 7.2.4 中国移动车e行终端
- 7.2.5中国移动3G进展
- 7.2.6 中国移动呼吁建立位置服务产业联盟
- 7.3 中国联通
- 7.3.1 中国联通LBS 的业务介绍
- 7.3.2 中国联通GPS 手机定位导航服务分析
- 7.3.3中国联通业绩分析
- 7.3.4中国联通业绩分析
- 7.3.5 中国联通建成全球规模最大WCDMA网络
- 7.4 中国电信
- 7.4.1中国电信业绩分析
- 7.4.2中国电信经营情况
- 7.4.3 中国电信四重资源刺激3G规模
- 7.4.4 天翼+号百”打造特色LBS服务
- 7.5 北京北斗星通导航技术股份有限公司
- 7.5.1 企业基本情况
- 7.5.2企业经营情况
- 7.5.3企业经营情况
- 7.5.4企业运营指标状况
- 7.5.5 企业未来发展策略
- 7.6 北京合众思壮科技股份有限公司
- 7.6.1 企业基本情况
- 7.6.2企业经营情况
- 7.6.3企业经营情况
- 7.6.4企业运营指标状况
- 7.6.5 企业未来发展策略
- 7.7 北京华力创通科技股份有限公司
- 7.7.1 企业基本情况
- 7.7.2企业经营情况
- 7.7.3企业经营情况
- 7.7.4企业运营指标状况
- 7.7.5 企业未来发展策略
- 7.8 成都国腾电子技术股份有限公司

7.8.1 企业基本情况

7.8.2 企业经营情况

7.8.3 企业未来发展策略

7.9 广州海格通信集团股份有限公司

7.9.1 企业基本情况

7.9.2 企业经营情况

7.9.3 企业运营指标状况

第八章 位置服务SP经营商分析

8.1 北京协进科技发展有限公司

8.1.1 公司概况

8.1.2 产品介绍

8.2 北京国都信业科技有限公司

8.2.1 公司基本情况

8.2.2 产品介绍

8.3 广东怡创通信有限公司

8.3.1 公司基本情况

8.3.2 增值业务发展

8.4 成都华好网景科技有限公司

8.4.1 公司基本情况

8.4.2 位置服务

8.5 杭州红雨科技有限公司

8.5.1 公司基本情况

8.5.2 产品介绍

8.6 四川长城软件科技有限公司

8.6.1 公司基本情况

8.6.2 产品介绍

8.7 北京安通汽车卫星定位通讯有限责任公司

8.7.1 公司基本情况

8.7.2 主要业务

8.8 北京搜讯通网络科技有限公司

8.8.1 公司基本情况

8.8.2 产品介绍

第九章 电子地图行业及提供商发展分析

9.1 电子地图产业基本概况

9.1.1 导航电子地图基本情况

9.1.2 导航电子地图产业链

9.1.3 导航电子地图行业监管体制

9.1.4 进入本行业的主要障碍

9.1.5 行业技术水平及发展趋势

9.1.6 地理信息行业成为信息流中最重要的组成部分

9.1.7 地理信息行业投资分析

9.1.8 影响本行业发展的有利和不利因素

9.2 导航电子地图行业发展现状及趋势

9.2.1 全球导航电子地图市场发展现状及趋势

9.2.2 全球导航电子地图行业的产业结构特点

9.2.3 全球主要导航电子地图数据提供商介绍

9.2.4 中国导航电子地图市场情况

9.2.5 导航电子地图市场细分情况

9.2.6 导航电子地图市场前景

9.2.7 中国地理信息产业发展情况

9.3 启明信息技术股份有限公司

9.3.1 企业基本情况

9.3.2 企业经营情况

9.3.3 企业经营情况

9.3.4 企业运营指标状况

9.4 北京四维图新科技股份有限公司

9.4.1 企业基本情况

9.4.2 企业经营情况

9.4.3 企业经营情况

9.4.4 企业运营指标状况

第十章 位置服务方案提供商分析

10.1 安德鲁 (Andrew)

10.1.1 公司概况

10.1.2 安德鲁在中国

10.1.3 德鲁发布全球首款定位保护服务器

10.2 西门子

10.2.1 公司概况

10.2.2公司经营状况

10.3 爱立信

10.3.1 公司概况

10.3.2 主要业务

10.3.3 索尼爱立信加大在华投资手机定位开放系统

10.4 摩托罗拉

10.4.1 公司概况

10.4.2 摩托罗拉先进定位系统

10.5 华为

10.5.1 公司概况

10.5.2业务进展

10.5.3 公司发展战略

10.6 诺基亚

10.6.1 公司概况

10.6.2 诺基亚在华推生活通服务

10.7 中卫国脉通信股份有限公司

10.7.1 企业基本情况

10.7.2 主要业务

10.7.3企业经营情况

10.7.4企业经营情况

10.7.5 企业未来发展策略

第十一章 中国位置服务软件业及提供商发展分析

11.1中国GIS行业发展概况

11.1.1 GIS行业监管体制及相关政策法规

11.1.2 GIS 及其软件行业概述

11.1.3 GIS 软件行业发展情况

11.1.4 GIS 软件行业市场竞争情况

11.1.5 影响行业发展的有利和不利因素

11.1.6 行业技术状况和经营模式

11.2 北京超图软件股份有限公司

11.2.1 企业基本情况

11.2.2企业经营情况

11.2.3企业经营情况

11.2.4企业运营指标状况

11.2.5 公司核心竞争力情况

11.2.6 企业未来发展策略

11.3 北京数字政通科技股份有限公司

11.3.1 企业基本情况

11.3.2 企业经营情况

11.3.3 企业经营情况

11.3.4 企业运营指标状况

11.3.5 企业未来发展策略

11.4 SiRF

11.4.1 企业基本情况

11.4.2 CSR与SiRF宣布完成合并开启连接及定位应用新纪元

11.5 IBM

11.5.1 公司背景

11.5.2 IBM“智慧的地球”

11.6 凯立德公司

11.6.1 公司基本情况

11.6.2 导航产品介绍

11.6.3 Web地图及GIS产品

11.6.4 呈现及监控类产品

11.7 厦门雅迅网络股份有限公司

11.7.1 公司基本情况

11.7.2 产品发展情况

第十二章 2020-2025年中国移动位置服务（LBS）发展前景及趋势预测

12.1 2020-2025年中国LBS发展前景

12.1.1 位置服务行业应用前景分析

12.1.2 未来交通物流业移动定位服务应用

12.1.3 位置信息服务进入快速发展期

12.2 2020-2025年中国LBS发展趋势分析

12.2.1 LBS未来应用趋势展望

12.2.2 位置服务助推中小企业信息化

12.2.3 动态三维导航成为产业发展方向

12.3 2020-2025年中国LBS发展预测分析

12.3.1 2019年移动位置服务市场规模预测

12.3.2 2019年欧洲地理位置服务市场规模预测

12.3.3 2019年GPS终端市场规模

第十三章 2015-2019年中国LBS发展策略

13.1 2015-2019年中国发展移动定位业务的建议 (AK ZJH)

13.1.1 市场需要一定的培育期

13.1.2 提供用户确实需要的业务内容

13.1.3 业务设置要从简

13.1.4 在业务发展的同时处理好相关问题

13.2 2015-2019年中国3G时代运营商的移动位置服务发展策略

13.2.1 联通与移动LBS 发展的比较

13.2.2 目前我国LBS 业务发展的促进和抑制因素

13.2.3 重视商业模式与培育健康产业链

13.2.4 充分结合3G 优势与运营商自身特点

13.2.5 加强业务间捆绑与融合

13.2.6 优化客户端和用户体验

13.2.7 拓展车载导航应用和行业应用

13.2.8 借鉴学习国外发展经验

13.3 2019年中国“位置云”战略

图表目录：

图表 1 LBS结构示意图

图表 2 LBS系统工作流程

图表 3 基于位置服务的种类

图表 4 不同LBS应用对定位精度、频度和移动终端的要求

图表 5 LBS用户青睐的移动数据业务的比例划分

图表 6 LBS 应用服务结构

图表 7 LBS 的用户接入方式

图表 8 以运营商为主导的移动定位业务产业链结构图

图表 9 基于GSM 话音通道的移动监控定位系统

图表 10 移动终端设备组成

更多图表见正文.....

详细请访问：<https://www.huaon.com/detail/496837.html>