

2012-2016年中国移动位置 服务(LBS)行业深度调研与投资前景研究报告

报告目录及图表目录

博思数据研究中心编制

www.bosidata.com

报告报价

《2012-2016年中国移动位置服务(LBS)行业深度调研与投资前景研究报告》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.bosidata.com/tongxun1201/P643802MRG.html>

【报告价格】纸介版6800元 电子版7000元 纸介+电子7500元

【出版日期】2012-01-17

【交付方式】Email电子版/特快专递

【订购电话】全国统一客服务热线：400-700-3630(免长话费) 010-57272732/57190630

博思数据研究中心

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。

说明、目录、图表目录

博思数据研究中心 <http://www.bosidata.com>

报告说明:

博思数据研究中心发布的《2012-2016年中国移动位置服务(LBS)行业深度调研与投资前景研究报告》共十四章。首先介绍了移动位置服务(LBS)相关概述、中国移动位置服务(LBS)市场运行环境等，接着分析了中国移动位置服务(LBS)市场发展的现状，然后介绍了中国移动位置服务(LBS)重点区域市场运行形势。随后，报告对中国移动位置服务(LBS)重点企业经营状况分析，最后分析了中国移动位置服务(LBS)行业发展趋势与投资预测。您若想对移动位置服务(LBS)产业有个系统的了解或者想投资移动位置服务(LBS)行业，本报告是您不可或缺的重要工具。

通过《2012-2016年中国移动位置服务(LBS)行业深度调研与投资前景研究报告》，生产企业及投资机构将充分了解产品市场、原材料供应、销售方式、市场供需、有效客户、潜在客户等详实信息，为研究竞争对手的市场定位，产品特征、产品定价、营销模式、销售网络和企业的发展提供了科学决策依据。

LBS是基于位置的服务(Location Based Service, LBS)，它是通过电信移动运营商的无线电通讯网络（如GSM网、CDMA网）或外部定位方式(如GPS)获取移动终端用户的位置信息（地理坐标，或大地坐标），在GIS(Geographic Information System, 地理信息系统)平台的支持下，为用户提供相应服务的一种增值业务。

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 中国LBS应用领域深度分析

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 2011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 2011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 世界LBS市场发展状况分析

第一节 2011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、2012-2016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 2011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

四、2010年欧洲移动LBS市场规模

第三节 2011年北美移动定位业务市场分析

一、SprintPCS

二、VerizonWireless

三、BellMobility

第四节 2011年日本移动定位业务市场分析

一、NTTDoCoMo

二、KDDI

第五节 2011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 2011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 中国LBS行业市场发展环境分析

第一节 国内LBS经济环境分析

一、GDP历史变动轨迹分析

二、固定资产投资历史变动轨迹分析

三、2012年中国LBS经济发展预测分析

第二节 中国LBS行业政策环境分析

第五章 中国LBS市场发展情况形势分析

第一节 2011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、中国卫星导航产业发展状况
- 四、北斗卫星导航定位系统应用情况
- 五、中国GPS导航市场和研发分析
- 六、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 2011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 2010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 2011年中国车载导航定位市场分析

- 一、首款3D导航GPS登陆重庆
- 二、GPS汽车导航进入宽屏时代
- 三、PND拓宽汽车导航仪市场
- 四、个人导航设备席卷汽车导航系统市场
- 五、中国汽车导航市场尚处于市场启动初期
- 六、GPS上下游合作模式改变
- 七、我国车载导航市场已经进入规模发展
- 八、电子地图成车载GPS“瓶颈”
- 九、前装和后装市场发展不均衡

第五节 2011年中国LBS市场发展现状分析

- 一、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、中国LBS业者市场业务情况

五、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 2011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、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、GPS手机市场变化分析

七、2011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 2012-2016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

第六章 中国3G时代移动定位业务发展分析

第一节 2011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 2011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 2011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、世界3G用户数量分析

五、2011年世界3G业务发展趋势

六、2013年世界WCDMA用户预测

第四节 2011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、中国3G投资情况

六、3G市场发展新格局分析

七、3G带来的通信发展新趋势

八、中国3G发展面临的问题

九、2012年中国3G用户预测

第七章 中国移动定位服务运营商发展分析

第一节 2011年中国移动通信市场分析

一、2011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、通信业运营情况分析

六、通信产品进出口情况

七、中国通信行业运行分析

八、中国通信市场现状与发展趋势

九、移动通信将呈现诸多亮点

十、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 2011年中国移动通信品牌提升策略分析

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、2011年企业经营情况分析

三、2011年企业财务数据分析

四、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、2012-2016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
- 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、2011年企业经营情况分析
- 三、2011年企业财务数据分析
- 四、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 中国LBS行业重点企业分析

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、2011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 中国电子地图提供商分析

第一节 2011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

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、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 2011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 2011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 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、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、西门子中国统一通信发展态势
- 六、2012-2016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、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、2011年摩托罗拉中国3G策略

第五节 中兴通讯

一、公司概况

二、2011年企业经营情况分析

三、2011年企业财务数据分析

四、中兴通讯最新发展动态

五、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、2011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 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 中国位置服务终端市场动态分析

第一节 2011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、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 2011年GPS终端市场分析

一、中国联通率先突破GPS终端瓶颈

二、消费性GPS手持式终端成主流

三、中国卫星导航自主知识产权GPS芯片出炉

四、GPS手机市场回顾

五、GPS手机市场变化分析

六、金融海啸下国内GPS终端市场

七、中国汽车GPS导航系统终端销售预测

第十三章 2012-2016年中国LBS发展前景及趋势预测分析

第一节 2012-2016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 2012-2016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、2012-2016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 2012-2016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

图表目录（部分）：

图表：2005-2011年国内生产总值

图表：2005-2011年居民消费价格涨跌幅度

图表：2011年居民消费价格比上年涨跌幅度（%）

图表：2005-2011年国家外汇储备

图表：2005-2011年财政收入

图表：2005-2011年全社会固定资产投资

图表：2011年分行业城镇固定资产投资及其增长速度（亿元）

图表：2011年固定资产投资新增主要生产能力

图表：……

更多图表详见正文……

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。

详细请访问：<http://www.bosidata.com/tongxun1201/P643802MRG.html>