

2024-2030年中国位置服务 行业分析与投资战略研究报告

报告目录及图表目录

北京迪索共研咨询有限公司

www.cction.com

一、报告报价

《2024-2030年中国位置服务行业分析与投资战略研究报告》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.cction.com/report/202312/428265.html>

报告价格：纸介版8000元 电子版8000元 纸介+电子8500元

北京迪索共研咨询有限公司

订购电话: 400-700-9228(免长话费) 010-69365838

海外报告销售: 010-69365838

Email: kefu@gonyn.com

联系人：李经理

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、说明、目录、图表目录

中企顾问网发布的《2024-2030年中国位置服务行业分析与投资战略研究报告》报告中的资料和数据来源于对行业公开信息的分析、对业内资深人士和相关企业高管的深度访谈，以及共研分析师综合以上内容作出的专业性判断和评价。分析内容中运用共研自主建立的产业分析模型，并结合市场分析、行业分析和厂商分析，能够反映当前市场现状，趋势和规律，是企业布局煤炭综采设备后市场服务行业的重要决策参考依据。

报告目录：第一章 移动定位和位置服务(LBS/GIS)相关概述 第一节 LBS 一、LBS业务特点 二、我国LBS的应用情况 第二节 GIS 一、GIS功能与范围界定 二、GIS的组成部分 三、GIS的应用领域 四、GIS相关技术 五、GIS常用软件 六、电力工业中的GIS 第二章 位置服务技术、应用及发展历程 第一节 位置服务的系统组成 第二节 无线定位技术分类 一、基于网络的定位技术 二、基于终端的定位技术 三、混合无线定位技术 第三节 无线定位技术综合比较 一、不同无线定位技术的使用现状比较 二、不同无线定位系统的比较 三、不同定位信息传送技术比较 第四节 位置服务的主要应用 一、位置服务的分类及主要应用 二、主要位置服务的精度要求 第五节 国际位置服务产业的发展历程 一、美国E911计划催生位置服务 二、欧盟E-112计划促进位置服务的发展 三、韩日推动位置服务在兴起 第六节 中国位置服务产业的发展历程 一、福建移动开通亚洲首套位置服务系统 二、浙江移动推出面向运输行业的位置服务 三、中国联通推出定位之星业务 第七节 位置服务产业的发展趋势 一、市场发展趋势 二、应用发展趋势 三、技术发展趋势 第三章 位置服务市场的产业链分析 第一节 位置服务产业链的构成环节 第二节 定位平台运营商的收入支出模式 第三节 应用平台运营商的收入支出模式 第四节 服务提供商的收入支出模式 第五节 产业链上各环节间的合作模式 第四章 移动位置服务(LBS)市场发展状况分析 第一节 导航市场概况 一、北斗导航中国版GPS加速布局 二、导航产业发展的新趋势 三、汽车导航市场预计 第二节 运营商开展移动定位业务的经验 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 第三节 移动定位业务发展走势预测分析 一、国外移动定位业务发展概况 二、移动定位业务市场规模 第五章 中国移动定位和位置服务产业政策与行业标准 第一节 中国宏观经济环境分析 一、国民经济运行情况GDP 二、消费价格指数CPI、PPI 三、全国居民收入情况 四、恩格尔系数 五、工业发展形势 六、固定资产投资情况 七、财政收支状况 八、社会消费品零售总额 九、对外贸易&进出口 第二节 中国移动定位和位置服务产业政策、法规 一、申请经营增值电信业务的相关法律法规 二、法律法规对信息服务内容的规定 三、移动运营商的准入条件 1、中国移动的准入条件 2、中国联通的准入条件 四、国外政府大力扶植位置服务产业 第六章 中国LBS产业运行态势分析 第一节 中国导航市场概况 一、定位服务进入高速增长期 二、LBS产业链呼之欲出 三、奥运会拉动移动定位市场快速增长 第二节 中国移动通信市场分析 一、中国通信行业运行分析 二、中

国移动通信发展情况分析 第三节 中国LBS市场发展概况 一、移动位置服务的发展与展望 二、LBS发展现状与投资前景调研 三、定位服务进入高速发展期 四、杭州要建立先进的“GPS卫星定位系统” 五、重庆个人移动定位有望实现 六、中国移动定位市场运营状况分析 第四节 中国手机定位市场分析 一、手机定位的两种方式 二、3G手机移动定位分析 三、GPS手机挖掘“个人应用”金矿 四、从智能交通看GPS手机导航定位 五、GPS手机业务潜力巨大 六、手机GPS与车载GPS急增 七、中国开通海事卫星手机业务 第五节 车载定位市场分析 一、厂商混战车载定位市场 二、汽车GPS系统屏幕决定价格 三、GPS寻宝游戏也开始风靡中国 第六节 中国移动LBS市场发展影响因素分析 一、移动LBS市场发展的促进因素 二、制约移动位置服务LBS市场发展的主要因素 三、移动LBS业务运营必要因素 第七章 中国位置服务市场深度剖析 第一节 中国移动通信市场规模 一、中国移动用户数 二、中国移动通信收入 第二节 中国LBS运营市场规模 一、中国LBS用户数 二、中国LBS运营收入 第三节 中国定位终端市场规模 第四节 中国电子地图市场规模 一、中国GIS引擎市场规模 二、中国地图数据市场规模 第五节 中国位置服务个人市场消费调查 一、消费者使用情况 二、消费者的使用目的 三、消费者价格接受度 四、影响消费者使用的因素 五、消费者认为位置服务所存在的问题 六、消费者对位置服务前景的看法 第八章 主要地区和国家位置服务运营商情况分析 第一节 北美位置服务运营商发展分析 一、BellMobility 二、SPRINTPCS 三、VERIZONWireless 四、CingularWireless 五、AT&TWireless 第二节 欧洲位置服务运营商发展分析 一、3UK73 二、OrangeFrance 三、T-MobileGermany 第三节 日本位置服务运营商发展分析 一、NTTDoCoMo 二、KDDI 三、VodafoneK.K. 四、Secom 第四节 韩国位置服务运营商发展分析 一、SKT 二、KTF 三、LGT 第九章 中国位置服务方案提供商分析 第一节 安德鲁（Andrew） 一、公司介绍 二、推出地面站天线新品 三、赢得战略定位系统合同 四、康普收购安德鲁 五、安德鲁成为中国电信网络建设唯一外资供货商 六、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、西门子获欧元政府订单预测 第三节 爱立信 一、公司概况 二、爱立信位置服务解决方案发展情况 三、ESRI软件为爱立信巴西公司建立企业级GIS系统 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、爱立信已经为中国3G的启动做好了准备 七、爱立信推出LTE TDD 八、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、江苏移动采用摩托罗拉定位服务解决方案 八、摩托罗拉中国3G策略 第五节 中兴通讯 一、公司介绍 二、中兴通讯经营情况分析 三、中兴通讯携

应用对定位精度和频率的要求 图表：位置服务产业链 图表：定位平台运营商的收入支出模式 图表：应用平台运营商的收入支出模式 图表：服务提供商的收入支出模式 图表：位置服务产业链上各环节之间的主要合作模式 图表：LBS运营市场规模（亿美元，2006-） 图表：欧洲LBS运营市场规模（亿美元，2006-） 图表：北美LBS运营市场规模（亿美元，2006-） 图表：韩国LBS运营市场规模（亿美元，2006-）

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202312/428265.html>