



艾凯咨询
ICAN Consulting

2010-2015年中国地理信息系统 (GIS)行业发展前景预测及 投资风险研究报告

一、调研说明

《2010-2015年中国地理信息系统(GIS)行业发展前景预测及投资风险研究报告》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/147123.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

→内容简介

GIS技术依托的主要工具和平台是计算机及其相关设备。进入90年代以来,随着计算机技术的发展,计算机其微处理器的处理速度愈来愈快性能价格比更高;其存储器能实现将大型文件映射至内存的能力,并且能存储海量数据。此外,随着多媒体技术、空间技术、虚拟实景、数字测绘技术、数据仓库技术、计算机图形技术三维图形芯片、大容量光盘技术及宽频光纤通讯技术的突破性进展,特别是消除数据通讯瓶颈的卫星互联网的建立,以及能够提供接近实时对地观测图像的高分辨、高光谱、短周期遥感卫星的大量发射,这些为GIS技术的广泛、深入应用展示了更加光明的前景。同时,也使当前的GIS已不能满足信息时代、数字时代的要求,目前GIS主要总体上呈现网络化、开放性、虚拟现实、集成化、空间多维性等发展趋势。我国地理信息产业总规模已超过600亿元,年平均增长率超过20%。从业人员约40万,从业机构超过1万家,一些地理信息技术与产品已达到或接近当前国际先进水平。2009年大部分企业产值同比增长20-40%,继续保持快速发展的良好势头。2010年,我国地理信息产业年总产值将达到800-1000亿元。未来十年,我国地理信息产业的信息市场、产品市场、技术市场和劳务市场等将初步形成,我国地理信息空间数据将更加丰富、共享机制将初步形成、自主知识产权市场占有率将超过75%,一批大型骨干专业企业将会涌现出来,合理的地理信息产业链即将形成。

经过多年的发展,我国GIS产业正逐步走向成熟,国产软件在性能、功能上已经具备了同国外软件竞争的實力,并在国内外许多重大项目中得到了应用。目前国产GIS软件在国内累计已有3万多用户,装机量超过40万套,占领了中国70%以上的市场,成为我国各领域进行数字化建设的首选软件,打破国外软件一统天下的局面。地理信息自主创新成果的应用与推广,将有力推动我国信息产业的全面发展。随着中国信息化建设的日益深入及空间信息技术的飞速发展,各行业信息化建设对空间地理信息数据需求快速增长,GIS软件被广泛应用于传统资源管理和国民经济及政府应用领域,并逐步在商业领域和个人位置服务领域发挥着愈来愈重要的作用。GIS软件正成为软件行业值得期待的细分领域和重要的增长点之一。2009年,虽然受到国际金融危机影响,用户信息化投入有所下滑,但在国家宏观政策支持、重大项目建设、人才储备丰富、用户主动需求逐步释放等利好消息的大背景下,中国GIS软件未来3年仍将保持较快的增长势头。中国GIS软件未来3年将保持快速增长,到2011年,市场规模将达到91.7亿元,成为我国软件产业领域中不可忽视的一支重要力量。

本研究咨询报告在大量周密的市场调研基础上,主要依据了国家统计局、国家发改委、国务院发展研究中心、国家工业和信息化部、国家测绘局、GIS协会、国家地理空间信息协调委

员会、中国全球定位系统技术应用协会、地理信息系统论坛、《GIS开发者》、国内外多种相关报刊杂志的基础信息以及专业研究单位等公布、提供的大量的内容翔实、统计精确的资料和数据，从GIS的概念、技术、应用领域、以及世界GIS市场、中国GIS市场的现状与发展趋势、行业主要竞争格局以及未来发展趋势等多方面深度剖析，全面展示GIS发展现状。报告揭示了GIS产业链发展情况，为战略投资者选择恰当的投资时机和公司领导层做战略规划提供了准确的市场情报信息及科学的决策依据，是GIS企业、上下游企业、投资机构以及研究单位等准确了解目前中国GIS产业发展动态，把握GIS行业发展方向、制定市场策略的重要决策依据之一，具有重要决策参考价值。

→报告目录

目录

CONTENTS

第一部分 发展现状与前景分析

第一章 全球地理信息系统行业发展分析 1

第一节 国际地理信息系统行业发展轨迹综述 1

一、国际地理信息系统行业发展历程 1

二、国际地理信息系统行业标准 2

第二节 世界地理信息系统行业市场情况 3

一、GIS对全球商业运作模式的影响 3

二、2009-2014年全球GIS市场增长预测 5

第三节 部分国家地区地理信息系统行业发展状况 7

一、美国地理信息系统市场分析 7

二、日本地理信息系统市场分析 11

三、加纳地理信息系统市场分析 16

第二章 中国地理信息系统行业发展现状 17

第一节 中国地理信息系统行业发展概述 17

一、中国地理信息系统行业发展历程 17

二、中国地理信息系统行业发展面临的问题 17

三、中国地理信息系统行业技术发展现状及趋势 18

第二节 我国地理信息系统市场分析 23

- 一、我国GIS市场需求与GIS教学分析 23
- 二、我国GIS发展的重要成就分析 26
- 三、企业级地理信息系统市场现状分析 26
- 四、企业级GIS应用状况分析 28

第三节 我国地理信息系统行业发展状况 30

- 一、2008年行业政策扶持分析 30
- 二、2008年度招标项目数据分析 31
- 三、2008年地理信息行业应用分析 33
- 四、2009年地理信息系统市场发展分析 37
- 五、2009年国产GIS软件市场份额 37

第三章 地理信息系统的应用行业发展分析 38

第一节 卫星导航业 38

- 一、世界卫星导航业发展情况 38
- 二、汽车导航系统发展情况 59
- 三、智能交通系统发展分析 68
- 四、卫星导航定位技术的进展和应用前景 74

第二节 移动定位业 99

- 一、全球移动定位服务应用发展现状分析 99
- 二、全球移动定位业务发展走势 107
- 三、移动定位业务商业模式透视 115
- 四、两种移动定位业务模式的优劣比较 117
- 五、中国移动定位市场情况 119
- 六、移动位置服务的发展与展望 126
- 七、导航定位业务发展前景分析 132

第三节 电子地图 137

- 一、导航电子地图行业的产业结构特点 137
- 二、今后导航电子地图的市场分析 138
- 三、电子地图行业发展存在的问题 142
- 四、导航电子地图市场管理的国家新规及其意义 146
- 五、导航电子地图的竞争分析 148

六、政府在促进导航电子地图产业健康发展中的作用 149

第四章 地理信息系统产业链和服务链研究 152

第一节 地理信息系统产业链和产品研究 152

一、地理信息系统产业链结构分析 152

二、GIS产品设计与开发研究 159

三、GIS产品输出分析 162

第二节 地理信息系统服务和服务链研究 166

一、地理信息系统服务 166

二、地理信息系统服务链 167

三、地理信息系统服务链对国土资源信息化的作用 172

第三节 测绘发展研究 174

一、测绘的定义 174

二、信息化测绘的战略方向 175

三、2009年测绘资质管理规定和标准分析 178

四、2009年新疆基础测绘成果需求预测 179

第五章 地理信息系统行业投资与发展前景分析 181

第一节 2009年地理信息系统行业投资情况分析 181

一、2009年总体投资结构 181

二、2009年投资规模情况 181

三、2009年投资增速情况 181

第二节 地理信息系统行业投资机会分析 182

一、地理信息系统投资项目分析 182

二、可以投资的地理信息系统模式 185

三、2009年地理信息系统投资机会 186

四、2009年地理信息系统投资新方向 187

第三节 地理信息系统行业发展前景分析 188

一、地理信息系统市场发展前景分析 188

二、我国地理信息系统市场蕴藏的商机 188

三、金融危机下地理信息系统市场的发展前景 189

四、2009-2012年地理信息系统市场面临的发展商机 190

第二部分 市场竞争格局与形势

第六章 地理信息系统行业竞争格局分析 195

第一节 地理信息系统行业集中度分析 195

一、地理信息系统市场集中度分析 195

二、地理信息系统企业集中度分析 195

三、地理信息系统技术集中度分析 195

第二节 中国地理信息系统行业竞争结构分析 195

一、现有企业间竞争 195

二、潜在进入者分析 197

三、替代品威胁分析 199

四、供应商议价能力 202

五、客户议价能力 203

第三节 地理信息系统行业竞争格局分析 204

一、2008年中外地理信息系统产品竞争分析 204

二、2009年我国GIS行业竞争分析 206

三、2009年全球GIS市场优秀产品 210

四、2009年GIS市场主要企业动向 210

第七章 地理信息系统企业竞争策略分析 212

第一节 地理信息系统领先者市场竞争策略 212

一、维护高质量形象 212

二、扩大市场需求总量 212

三、保护市场份额 213

四、扩大市场份额 213

第二节 地理信息系统市场竞争策略 214

一、正面进攻 214

二、侧翼攻击 214

三、包围进攻 214

四、迂回攻击 215

五、游击战 215

第八章 中国地理信息系统行业发展形势分析 216

第一节 地理信息系统行业发展概况	216
一、地理信息系统行业发展特点分析	216
二、地理信息系统行业投资现状分析	217
三、地理信息系统行业总产值分析	218
四、地理信息系统行业技术发展分析	219
第二节 地理信息系统行业市场情况分析	226
一、地理信息系统行业市场发展分析	226
二、地理信息系统市场存在的问题	226
三、地理信息系统市场规模分析	228
第三节 产品发展趋势预测	231
一、产品发展新动态	231
二、技术新动态	232
三、产品发展趋势预测	234

第三部分 运行指标与企业分析

第九章 中国地理信息系统行业整体运行指标分析	237
第一节 2009年第一季度地理信息系统产业运行状况	237
一、2009年第一季度地理信息项目数量及分布统计	237
二、2009年第一季度地理信息项目应用统计	242
三、2009年第一季度GIS产业动态	244
第二节 2009年第二季度地理信息系统产业运行状况	246
一、2009年第二季度地理信息项目数量及分布统计	246
二、2009年第二季度地理信息项目应用统计	253
三、2009年第二季度GIS产业动态	257
第三节 2009年第三季度地理信息系统产业运行状况	260
一、2009年第三季度地理信息项目数量及分布统计	260
二、2009年第三季度地理信息项目应用统计	269
三、2009年第三季度GIS产业动态	271
第四节 2009年第四季度地理信息系统产业运行状况	272
一、2009年10月GIS产业运行状况	272
二、2009年11月GIS产业运行状况	279
三、2009年12月GIS产业运行状况	286

第五节 2010年第一季度地理信息系统产业运行状况 294

一、2010年1月GIS产业运行状况 294

一、2010年2月GIS产业运行状况 300

第十章 地理信息系统重点企业发展分析 306

第一节 我国主要企业软件产品 306

一、SuperMapGIS 306

二、吉奥软件产品 320

三、中地软件 331

四、灵图软件 334

第二节 美国环境系统研究所公司 338

一、企业概况 338

二、ESRI主营业务 339

三、2008-2009年经营状况 341

四、ESRI和GIS未来的发展方向 342

五、ESRI面临的挑战及策略 343

第三节 北京超图地理信息技术有限公司 345

一、企业概况 345

二、超图竞争优势 348

三、2009年经营状况及财务分析 349

四、超图的国际化战略 350

五、超图的FOC战略 353

第四节 中地数码集团 354

一、企业概况 354

二、中地竞争优势 355

三、2009年经营状况分析 356

四、中地数码发展规划 359

五、主要机遇和挑战 359

第五节 适普软件有限公司 360

一、企业概况 360

二、产品介绍 361

第六节 北京市测绘设计研究院 362

- 一、企业概况 362
- 二、经营范围 364
- 第七节 武大吉奥信息工程技术有限公司 364
 - 一、企业概况 364
 - 二、公司业务及产品 365
- 第八节 北京灵图软件技术有限公司 367
 - 一、企业概况 367
 - 二、企业竞争优势 368
 - 三、2009年新品研发情况 370
 - 四、2009年企业发展状况 371
- 第九节 北京冠图信息技术有限公司 373
 - 一、企业概况 373
 - 二、产品领域 373
- 第十节 厦门精图信息技术有限公司 374
 - 一、企业概况 374
 - 二、公司发展战略 375
- 第十一节 北京吉威数源信息技术有限公司 376
 - 一、企业概况 376
 - 二、公司发展战略分析 377

第四部分 投资策略与风险预警

- 第十一章 地理信息系统行业投资环境分析 381
 - 第一节 经济发展环境分析 381
 - 一、2009年中国宏观经济发展分析 381
 - 二、2009年中国工业经济运行分析 393
 - 三、2010年中国的经济与政策展望 394
 - 第二节 政策法规环境分析 397
 - 一、科技部对GIS产业的支持 397
 - 二、2009年国产GIS政策需求分析 399
 - 三、2009年GIS市场整治情况分析 401
 - 第三节 社会发展环境分析 402
 - 一、2008-2009年我国居民收入水平 402

二、2008-2009年我国居民消费分析 404

第四节 电子信息产业振兴规划 411

一、电子信息产业现状及面临的形势 411

二、指导思想、基本原则和目标 412

三、产业调整和振兴的主要任务 413

四、政策措施 416

五、规划实施 418

第十二章 地理信息系统行业投资机会与风险 419

第一节 地理信息系统行业投资分析 419

一、地理信息系统行业进入壁垒分析 419

二、导航电子地图市场投资前景 419

第二节 地理信息系统行业投资机会分析 420

一、地理信息系统行业机遇与挑战 420

二、地理信息系统市场发展空间分析 422

三、地理信息系统企业发展风险及机遇分析 423

第三节 地理信息系统企业投资风险分析 423

一、客观事件的不确定性风险 424

二、市场的不确定性风险 424

三、行业发展的不确定性风险 425

四、技术发展的不确定性风险 425

五、战略规划者的主观不确定性风险 425

六、执行过程的不确定性风险 426

七、工具方法的局限性风险 426

八、战略规划系统的不确定性风险 427

第十三章 地理信息系统行业投资策略研究 428

第一节 地理信息系统行业发展战略研究 428

一、技术开发战略 428

二、产业战略规划 430

三、业务组合战略 432

四、营销战略规划 434

- 五、区域战略规划 435
- 六、企业信息化战略规划 438
- 第二节 对我国地理信息系统品牌的战略思考 439
 - 一、品牌的基本含义 439
 - 二、品牌战略在企业发展中的重要性 440
 - 三、地理信息系统品牌的特性和作用 441
 - 四、地理信息系统品牌的价值战略 441
 - 五、地理信息系统品牌竞争趋势 442
 - 六、地理信息系统企业品牌发展战略 442
 - 七、地理信息系统行业品牌竞争策略 444

第五部分 发展趋势与规划建议

第十四章 地理信息系统行业发展趋势 447

第一节 地理信息系统产业技术发展趋势 447

- 一、地理信息系统技术发展趋势 447
- 二、组件式地理信息系统技术发展趋势 448
- 三、地理信息系统技术未来发展趋势 450

第二节 地理信息系统应用和产业发展趋势 450

- 一、地理信息系统产业发展趋势 450
- 二、地理信息系统未来应用趋势 451

第三节 地理信息系统行业发展趋势分析 455

- 一、2009-2012年地理信息系统产业发展趋势预测 455
- 二、2009-2012年地理信息系统应用两极分化趋势分析 457

第十五章 地理信息系统行业发展预测 459

第一节 我国地理信息系统应用趋势预测 459

- 一、地理信息系统将往高维化发展 459
- 二、地理信息系统将网络化、智能化和集成化 460
- 三、地理信息系统对我军现代化建设发展预测 460

第二节 地理信息系统发展方向预测 461

- 一、空间数据结构与数据管理 461
- 二、数据自动输入技术 461

- 三、地理信息系统的微机化 462
- 四、地理信息系统与遥感的进一步结合 462
- 五、地理信息系统的智能化 462
- 六、地理信息系统应用模型开发 462
- 七、具有统一标准的分布式系统 463
- 八、宏观应用和微观应用形成新的产业 463
- 九、加强地理信息系统宣传 463

第十六章 地理信息系统企业管理策略建议 464

第一节 市场策略分析 464

- 一、地理信息系统价格策略分析 464
- 二、地理信息系统渠道策略分析 464

第二节 销售策略分析 467

- 一、媒介选择策略分析 467
- 二、产品定位策略分析 476
- 三、企业宣传策略分析 481

第三节 提高地理信息系统企业竞争力的策略 487

- 一、提高中国地理信息系统企业核心竞争力的对策 487
- 二、影响地理信息系统企业核心竞争力的因素 491
- 三、提高地理信息系统企业竞争力的策略 493

图表目录

- 图表：2009-2014年全球GIS市场增长预测 6
- 图表：2008年度地理信息系统招标项目数量月度走势情况 31
- 图表：2008年度地理信息系统招标项目地区分布情况 32
- 图表：2008年度地理信息系统招标项目行业应用分布情况 32
- 图表：卫星轨道分布图 39
- 图表：导航产业价值链 41
- 图表：2006-2011年全球导航系统市场规模及预测 42
- 图表：googletrends上对关键字"GPS"的搜索 43
- 图表：全球卫星导航系统比较 44
- 图表：GPS系统的总览与概况 47

图表：AFLT结构示意图 52

图表：AGPS结构示意图 52

图表：GPSONE原理示意图 53

图表："伽利略"卫星导航系统示意图 56

图表：日本计划的"准天顶"卫星系统的卫星轨道 59

图表：日本计划的"准天顶"卫星系统的星下点轨迹 59

图表：车用GPS导航设备技术及关键零组件 61

图表：2004-2008年Telematics市场总值及增长率 65

图表：各公司推出Telematics的服务信息 66

图表：TelematicsAM的主要业务 66

图表：2006-2012年全球汽车导航市场出货量 68

图表：智能交通系统概念图 69

图表：智能交通模块图 70

图表：出行者信息服务系统结构图 70

图表：出行者信息服务系统信息传递流程 71

图表：ITS管理系统应用 74

图表：智能交通监管系统 74

图表：日本MSAS系统结构示意图 77

图表：日本准天顶卫星系统DOP分析 78

图表：卫星定位技术的发展历程 79

图表：各种GPS定位技术指标参数 79

图表：基于PANDA软件的全球性精密单点定位 80

图表：基于INTERT、公众网的精密单点定位服务 81

图表：LEICA-SPIDER功能模块图 85

图表：Power-NET系统结构图 87

图表：CORS在各种网格中所处的位置 88

图表：CORS一般结构图 89

图表：基准站子系统结构简图 90

图表：系统控制中心结构简图 90

图表：用户数据中心结构简图 90

图表：用户应用子系统结构简图 91

图表：我国电子地图行业相关管理规定 96

图表：我国八家导航电子地图厂商业务情况对比 96

图表：2005-2010年中国车载GPS销售情况 97

图表：2005-2010年中国无线导航用户规模 98

图表：2008年北京奥运会交通信息项目规划一览 99

图表：移动定位服务应用类型 100

图表：日韩LBS市场发展现况与趋势 102

图表：CDMA网络制式的几种定位技术比较 104

图表：GSM网络制式的几种定位技术比较 105

图表：以运营商为主导的移动定位业务产业链结构 117

图表：定位服务的精度要求 120

图表：全球和中国移动定位市场发展阶段对比 121

图表：网民使用移动定位服务的途径选择 122

图表：网民使用移动定位服务的运营商选择 123

图表：主要省区网民使用移动定位服务的途径 124

图表：网民期望的移动定位服务功能 125

图表：网民期望的移动定位服务价格 126

图表：中国移动定位市场发展周期 128

图表：LBS产业链构成示意图 128

图表：2004 ~ 2008年中国移动定位市场规模 132

图表：我国电子地图行业相关管理规定 133

图表：我国八家导航电子地图厂商业务情况对比 133

图表：2005-2010年中国车载GPS销售情况 134

图表：2005-2010年中国无线导航用户规模 135

图表：2008年北京奥运会交通信息项目规划一览 136

图表：地理信息系统建立过程 159

图表：GIS设计与开发周期的各个阶段 162

图表：地理信息系统主要图形输出设备一览表 163

图表：2009年1月地理信息项目数量统计及分布情况 237

图表：2009年1月地理信息行情监测 238

图表：2009年2月地理信息行情监测 238

图表：2009年3月关于地理信息的招标项目 239

图表：2009年3月地理信息行情监测 239

图表：2009年3月应用行业地区分布 240

图表：2009年第一季度地理信息招标统计情况 241

图表：2009年第一季度地理信息项目各省招标比例分析 241

图表：2009年第一季度地理信息项目地区比较 242

图表：2009年第一季度各月份地理信息项目应用分类 243

图表：2009年第一季度各类地理信息项目应用比例图 244

图表：2009年4月份地理信息项目招标情况汇总 246

图表：2009年4月地理信息项目各省招标比例分析 247

图表：2009年4月地理信息项目各区招标比例分析 247

图表：2009年5月份地理信息项目招标情况汇总 248

图表：2009年5月地理信息项目各省招标比例分析 249

图表：2009年5月地理信息项目各区招标比例分析 249

图表：2009年6月份地理信息项目招标情况汇总 250

图表：2009年6月地理信息项目各省招标比例分析 251

图表：2009年6月地理信息项目各区招标比例分析 251

图表：2009年各省份5、6月份地理信息项目数量对比 252

图表：2009年4月地理信息项目招标分类 253

图表：2009年4月地理信息项目招标类别比例分析 254

图表：2009年5月地理信息项目招标分类 255

图表：2009年6月地理信息项目招标类别比例分析 256

图表：2009年3季度地理信息项目数量统计及分布情况（1） 260

图表：2009年3季度地理信息项目数量统计及分布情况（2） 261

图表：2009年3季度地理信息项目数量统计及分布情况（3） 261

图表：2009年3季度地理信息项目数量统计及分布情况（4） 262

图表：2009年3季度地理信息项目数量统计及分布情况（5） 262

图表：2009年3季度地理信息项目数量统计及分布情况（6） 262

图表：2009年3季度地理信息项目数量统计及分布情况（7） 263

图表：2009年3季度地理信息项目数量统计及分布情况（8） 263

图表：2009年3季度地理信息项目数量统计及分布情况（9） 263

图表：2009年3季度地理信息项目数量统计及分布情况（10） 264

图表：2009年3季度地理信息项目数量统计及分布情况（11） 264

图表：2009年3季度地理信息项目数量统计及分布情况（12） 264

图表：2009年3季度地理信息项目数量统计及分布情况（13） 265

图表：2009年3季度地理信息各省份招标统计 265

图表：2009年3季度地理信息项目各省招标比例分析 266

图表：2009年3季度地理信息项目地区比较 266

图表：2009年3季度地理信息项目各区招标比较（1） 267

图表：2009年3季度地理信息项目各区招标比较（2） 268

图表：2009年3季度地理信息项目华东各省招标汇总 268

图表：2009年3季度各月份地理信息项目应用分类 269

图表：2009年3季度地理信息项目应用分类 270

图表：2009年3季度地理信息的典型应用 271

图表：2009年10月份地理信息项目招标情况汇总 273

图表：2009年10月地理信息项目各省招标数量分析 274

图表：2009年10月地理信息项目各区招标比例分析 274

图表：2009年10月地理信息项目招标分类 275

图表：2009年10月地理信息项目招标类别比例分析 276

图表：2009年11月份地理信息项目招标情况汇总 280

图表：2009年11月地理信息项目各省招标数量分析 281

图表：2009年11月地理信息项目各区招标比例分析 282

图表：2009年10月份、11月份地理信息项目各区招标数量比较表 282

图表：2009年11月地理信息项目招标分类 283

图表：2009年11月地理信息项目招标类别比例分析 284

图表：2009年12月份地理信息项目招标情况汇总 286

图表：2009年12月地理信息项目各省招标数量分析 288

图表：2009年12月地理信息项目各区招标比例分析 289

图表：2009年11月份、12月份地理信息项目各区招标数量比较表 289

图表：2009年12月地理信息项目招标分类 290

图表：2009年12月地理信息项目招标类别比例分析 291

图表：2010年1月份地理信息项目招标情况汇总 294

图表：2010年1月地理信息项目各省招标数量分析 295

图表：2010年1月地理信息项目各区招标比例分析 296

图表：2009年12月份、2010年1月份地理信息项目各区招标数量比较表 296

图表：2010年1月地理信息项目招标分类 297

图表：2010年1月地理信息项目招标类别比例分析 298

图表：2010年2月份地理信息项目招标情况汇总 300

图表：2010年2月地理信息项目各省招标数量分析 301

图表：2010年2月地理信息项目各区招标比例分析 302

图表：2010年1、2月份地理信息项目各区招标数量比较表 302

图表：2010年2月地理信息项目招标分类 303

图表：2010年2月地理信息项目招标类别比例分析 304

图表：SuperMap开放的GIS理念 307

图表：共相式GIS软件的体系结构 308

图表：SuperMapGIS2008产品线 310

图表：SuperMapGIS产品的发展历程 310

图表：SuperMapGIS产品定位与用户 312

图表：中地软件7.0版平台产品体系 331

图表：超图公司关联企业 347

图表：超图公司内部架构 347

图表：武汉中地数码MAPGIS系列软件应用领域 355

图表：武汉中地数码全国市场网络 355

图表：吉威数源公司分布 377

图表：吉威数源业务架构图 377

图表：2009年11月份工业产出增长速度 381

图表：2009年11月发电量、粗钢产量增速 382

图表：2009年11月轻、重工业恢复情况 384

图表：2009年11月份CPI、PPI环比增幅 384

图表：2009年11月CPI、PPI对比 386

图表：2009年11月M1增速 387

图表：2009年11月流通速度与生产速度 388

图表：2009年11月份新增短期和中长期贷款 389

图表：2009年11月固定资产投资累计增速（1） 389

图表：2009年11月固定资产投资累计增速（2） 390

图表：2009年11月地方项目投资 390

图表：2009年11月新开工和施工投资增速 391

图表：2009年11月利用外资情况 391

图表：2009年11月份零售额增速 392

图表：2009年11月进出口同比增幅 392

图表：2004-2008年我国农村居民人均纯收入及其增长速度 402

图表：2004-2008年我国城镇居民人均可支配收入及其增长速度 403

图表：2009年6月我国商品零售价格分类指数 405

图表：2009年7月我国商品零售价格分类指数 406

图表：2009年8月我国商品零售价格分类指数 406

图表：2009年9月我国商品零售价格分类指数 407

图表：2009年10月我国商品零售价格分类指数 407

图表：2008年1月我国消费者信心指数 408

图表：2008年2月我国消费者信心指数 408

图表：2008年3月我国消费者信心指数 408

图表：2008年4月我国消费者信心指数 408

图表：2008年5月我国消费者信心指数 408

图表：2008年6月我国消费者信心指数 408

图表：2008年7月我国消费者信心指数 408

图表：2008年8月我国消费者信心指数 409

图表：2008年9月我国消费者信心指数 409

图表：2008年10月我国消费者信心指数 409

图表：2008年11月我国消费者信心指数 409

图表：2008年12月我国消费者信心指数 409

图表：2009年1月我国消费者信心指数 409

图表：2009年2月我国消费者信心指数 410

图表：2009年3月我国消费者信心指数 410

图表：2009年4月我国消费者信心指数 410

图表：2009年5月我国消费者信心指数 410

图表：2009年6月我国消费者信心指数 410

图表：2009年7月我国消费者信心指数 410

图表：2009年8月我国消费者信心指数 410

图表：2009年9月我国消费者信心指数 411

图表：2009年10月我国消费者信心指数 411

图表：区域发展战略咨询流程图 437

图表：区域SWOT战略分析图 437

图表：GoogleMapsStreetview效果图 453

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/147123.html>

三、研究方法

- 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

四、数据来源

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专业提供投资咨询报告、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。