



艾凯咨询
ICAN Consulting

中国移动定位市场市场分析及发展趋势研究报告

一、调研说明

《中国移动定位市场市场分析及发展趋势研究报告》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/43362.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

从整体市场来看，2004年中国移动定位市场处于发展初期，市场收入和用户规模偏小，但是发展潜力巨大。从产业链分析，移动定位产业链构成复杂，包括系统集成商、软件提供商、SP/CP、电信运营商和终端制造商等多种力量，其中电信运营商是该产业链的主导者。

从市场发展趋势分析，移动定位服务将由目前以短信服务为主转移到以语音视频为主的多媒体服务，移动定位服务与其他增值服务的融合渗透不可避免。从移动定位用户需求

和特征分析，由于个人用户规模大，年龄层次广，因此不同用户对移动定位服务的内容和方式有明显的差别。企业需要针对不同年龄的个人用户推出不同的服务内容。而且企业用户也不能忽视。

I.研究背景	4
II.概念定义	4
III.研究方法	5
IV.报告摘要	5
V.报告正文	8
1概念说明	8
1.1移动定位	8
1.1.1移动定位的定义	8
1.1.2移动定位的特点	8
1.1.3移动定位的应用	9
1.2移动定位的基本技术	11
1.2.1网络独立定位技术	11
1.2.2手机独立定位技术	11
1.2.3联合定位技术	12
2全球移动定位市场发展概述	13
2.1全球移动定位市场综述	13
2.1.1全球移动定位市场的现状	13
2.1.2全球移动定位市场规模及发展趋势	13
2.2美国移动定位市场发展概述	15
2.2.1美国移动定位市场发展现状	15
2.2.2美国移动定位市场发展趋势	15
2.3日本移动定位市场发展概述	17
2.3.1日本移动定位市场发展现状	17
2.3.2日本移动定位市场发展趋势	17
2.4韩国移动定位市场发展概述	19
2.4.1韩国移动定位市场发展现状	19
2.4.2韩国移动定位市场发展趋势	20
3中国的移动定位市场发展环境分析	22
3.1政策环境分析	22
3.2经济环境分析	22
3.3技术环境分析	23
3.4社会环境分析	23
4中国的移动定位市场发展状况	24
4.1移动定位市场的发展周期	24
4.2移动定位的市场规模	26
4.3移动定位的用户规模	27
5中国的移动定位运营市场分析	28
5.1国内移动定位运营市场的特点	28
5.2中国移动业务分析	29
5.2.1业务平台和服务特点	29
5.2.2典型业务分析	30
5.3中国联通业务分析	31
5.3.1业务平台和服务特点	31
5.3.2典型业务分析	31
5.4中国电信业务分析	35
5.5中国网通业务分析	36
5.6主要运营商SWOT分析	37
6中国的移动定位产业链企业分析	39
6.1移动定位业务SP分析	39
6.1.1四川长城软件科技有限公司 (http://www.gwsoft.com.cn)	39
6.1.2北京协进科技发展有限公司 (http://www.pdager.com.cn)	39
6.1.3成都华好网景科技有限公司 (http://www.chinaok.com)	39
6.1.4北京奥星天网信息技术有限公司 (http://www.cctk.net)	40
6.1.5北京爱而信科技发展有限公司 (http://www.airversal.com)	40
6.1.6北京易索得科技有限责任公司 (http://www.aircom.com.cn)	41
6.1.7北京国都信业科技有限公司 (http://www.guodu.net)	41
6.1.8北京智响世纪通讯技术有限公司 (http://www.ctivr.com)	41
6.1.9中卫国脉通信股份有限公司 (http://www.unicomgm.com)	42
6.1.10深圳清华深讯科技发展有限公司 (http://www.tssx.com.cn)	42
6.2移动定位业务终端设备商分析	44
6.3移动定位业务软件提供商分析	46
6.3.1高通/SnapTrack	46
6.3.2 Microsoft/ Mappoint	46
6.3.3 CPS/Matrix	46
6.3.4	

normatek/Eureka47 6.4移动定位业务系统集成商分析48 6.4.1上海三吉电子有限公司
(<http://www.3g.com.cn>) 48 6.4.2 北京安彩星通科技有限公司 (<http://www.cstarcom.com>) 48
6.4.3北京北斗星通卫星导航技术有限公司 (<http://www.navchina.com>) 49 6.4.4 北京龙运通科技
有限公司 (<http://www.mdragonway.com.cn>) 49 7中国的移动定位市场发展策略分析51 7.1以政
策为基础，出台法律规范51 7.2以运营为主导，加强产业协作51 7.3以精度为核心，提供差异服
务52 7.4以娱乐为方向，促进内容融合52 8中国的移动定位市场个人用户使用特征54 8.1个人用
户使用移动定位渠道分析54 8.1.1使用移动定位服务的途径54 8.1.2不同地区使用移动定位服
务的途径56 8.1.3不同年龄使用移动定位服务的途径57 8.1.4不同收入使用移动定位服务的途径58
8.2个人用户对移动定位服务的认知度分析59 8.2.1用户期望的定位服务功能59 8.2.2用户期望的
定位服务价格比重60 8.2.3不同年龄用户期望的支付方式62 8.3 “ 动感位置 ” 服务的用户认知度
分析63 8.3.1用户使用定位服务的目的63 8.3.2用户使用不同定位服务的满意度64 8.3.3不同定位
服务的使用频度65 8.3.4用户使用定位服务的功能选择66 8.3.5用户对定位服务的认知渠道67 9建
议68 9.1电信运营商建议68 9.2服务提供商建议69 9.3设备制造商建议69

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/43362.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。