



艾凯咨询  
ICAN Consulting

# 2007年中国移动位置服务(LBS)市场分析及发展趋势预测报告

## 一、调研说明

《2007年中国移动位置服务(LBS)市场分析及发展趋势预测报告》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/69873.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

2007年中国移动位置服务(LBS)市场分析及发展趋势市场分析及发展趋势研究报告

### 目录

#### 第一部分 行业概述及应用分析

##### 第一章 LBS概述 1

###### 第一节 LBS概念 1

###### 第二节 LBS技术 1

###### 一、网络独立定位 1

###### 二、手机独立定位 3

###### 三、联合定位 3

###### 第三节 LBS系统介绍 4

###### 一、LBS系统的组成部分 5

###### 二、LBS应用的软环境 8

###### 三、LBS运营中心的搭建 9

###### 四、LBS应用服务 11

###### 五、关于建立LBS服务的几点建议 13

##### 第二章 LBS的应用领域分析 16

###### 第一节 LBS目标市场分析 16

###### 一、目标市场 16

###### 二、目标市场定义 16

###### 三、针对个体的服务 16

###### 四、针对企业的服务 19

###### 第二节 手机定位服务的应用分析 21

###### 一、移动定位服务的应用手机定位服务有着极广泛的用途 21

###### 二、手机定位业务的用户需求分析 22

###### 三、手机定位服务的市场前景 24

###### 第三节 3G网络下的定位服务 24

###### 一、2006年全球3G市场 24

- 二、手机导航开启3G生活 26
- 三、2005-2006年度美国手机用户青睐3G定位服务 28
- 四、3G时代定位服务的新应用 29

## 第二部分 行业现状发展分析

### 第三章 2006年全球LBS市场分析 43

#### 第一节 全球导航市场概况 43

- 一、全球导航产业概述 43
- 二、全球GNSS市场概况 43
- 三、全球导航设备市场概况 45

#### 第二节 全球LBS业务总体概述 47

- 一、全球LBS业务发展分析 47
- 二、全球移动位置服务市场分析 51
- 三、GPS打开手机定位市场的一片天 55
- 四、全球手机定位业务发展情况 65

#### 第三节 欧洲位置服务市场 67

- 一、移动定位服务在欧洲大获成功 67
- 二、欧洲LBS业务发展情况 68

#### 第四节 美国位置服务市场 69

- 一、美国LBS业务发展情况 69
- 二、2006年美国无线运营商位置服务软件应用情况 69

#### 第五节 韩国位置服务市场 70

- 一、韩国LBS业务发展情况 70
- 二、韩国移动定位服务的嬗变及启示 70

#### 第六节 日本位置服务市场 76

- 一、日本LBS业务发展情况 76
- 二、日本推出带全球卫星定位系统的儿童3G手机 78
- 三、移动定位风靡日本可“导航”手机热销 79

## 第四章 中国LBS发展现状 81

### 第一节 中国导航市场概况 81

### 第二节 中国移动通信市场分析 84

- 一、2006年电信行业收入情况 84
- 二、2006年中国移动用户数 85
- 三、2006年地区移动电话用户发展情况 86
- 四、IT厂商在中国移动增值业务中的市场格局 87

### 第三节 中国LBS市场发展概况 89

- 一、中国LBS市场发展回顾 89
- 二、中国LBS市场发展现状 92
- 三、中国LBS业务发展分析 94
- 四、中国LBS产业链发展分析 95
- 五、移动定位的相关法规、政策 96

### 第四节 2006年中国手机定位市场分析 98

- 一、手机定位由来 98
- 二、手机定位模式 100
- 三、手机定位服务 102
- 四、手机定位问题所在 104
- 五、现有运营商、服务、产品 104
- 六、手机导航与GPS导航比较 106
- 七、消费者分析 107
- 八、对手机导航产品的期盼 108

## 第三部分 LBS产业链成员分析

### 第五章 移动定位服务运营商发展分析 109

#### 第一节 中国移动 109

- 一、2006年中国移动经营情况分析 109
- 二、移动加紧移动定位网络互联互通测试 110
- 三、2006年上海移动“WAP活地图”成为指路专家 112
- 四、2006年中移动四省市试点手机地图 113
- 五、移动联通布局LBS业务待PK 116

#### 第二节 中国联通 118

- 一、2006年中国联通经营情况分析 118
- 二、中国联通LBS的业务介绍 129
- 三、2006年联通在114个城市开通手机导航 133

四、2006年底联通手机导航可覆盖城市预测 134

五、中国联通定位之星业务介绍 138

六、联通启动手机语音导航业务 138

七、联通推出的最新定位业务 139

第三节 中国电信 146

一、2006年中国电信经营情况分析 146

二、中国电信推出小灵通定位业务 146

三、中国电信位置服务应施“两步走”战略 147

第四节 中国网通 149

一、青岛网通推出定位小灵通“关爱精灵” 149

二、青岛网通启用车辆定位管理系统实时监控 150

三、郑州网通推出可定位小手机 150

第六章 位置服务SP 152

第一节 北京国都信业科技有限公司 152

第二节 广州杰赛科技股份有限公司 152

第三节 广东怡创通信有限公司 153

第四节 成都华好网景科技有限公司 153

第五节 杭州红雨科技有限公司 155

第六节 北京安通汽车卫星定位通讯有限责任公司 155

第七节 北京易索得科技有限责任公司 156

第八节 北京华娱互动网络科技有限公司 157

第九节 四川长城软件科技有限公司 157

第十节 中卫国脉通信股份有限公司 157

第十一节 爱而信科技 165

第十二节 惠天奥星科技(北京)有限公司 166

第十三节 图行天下 167

第十四节 北京灵图软件有限公司 168

第十五节 厦门精通科技实业有限公司 169

第十六节 新世界数码基地有限公司 169

第十七节 北京智响世纪通讯技术有限公司 169

第十八节 北京铍天普惠科技有限公司 170

## 第十九节 湖南地球村通讯有限公司 170

## 第七章 电子地图提供商 172

### 第一节 2006年国内电子地图市场分析与展望 172

- 一、电子地图的市场规模分析 172
- 二、国内电子地图产业中面临的问题 173
- 三、电子地图盈利现状及展望 174

### 第二节 GIS引擎提供商 176

- 一、ESRI 176
  - 二、Autodesk 177
  - 三、武汉中地信息工程有限公司 178
  - 四、适普软件有限公司 179
  - 五、厦门精图信息技术有限公司 179
  - 六、武汉正太数码科技有限公司 180
  - 七、北京超图地理信息技术有限公司 181
  - 八、研勤科技股份有限公司 182
  - 九、广州众信电脑技术应用有限公司 183
  - 十、武大吉奥信息工程技术有限公司 183
  - 十一、北京冠图信息技术有限公司 184
  - 十二、上海畅想电脑有限公司 185
  - 十三、广州国图软件有限公司 185
- ### 第三节 地图数据提供商 186
- 一、中国四维测绘技术总公司 186
  - 二、北京中科永生数据科技有限公司 187
  - 三、广州市思伟达科技有限公司 188
  - 四、易图通科技（北京）有限公司 188

## 第八章 位置服务方案提供商 190

### 第一节 安德鲁（Andrew） 190

- 一、公司介绍 190
- 二、安德鲁位置服务解决方案发展情况 191
- 三、2006年安德鲁整体方案发力中国3G市场 194

## 第二节 西门子 197

### 一、公司介绍 197

### 二、西门子力推位置服务解决方案 197

## 第三节 爱立信 199

### 一、2006年公司经营情况 199

### 二、爱立信位置服务解决方案发展情况 205

## 第四节 摩托罗拉 207

### 一、公司介绍 207

### 二、公司位置服务方案发展情况 207

## 第五节 中兴通讯 208

### 一、公司介绍 208

### 二、2006年中兴通讯经营情况分析 209

### 三、中兴基于CDMA系统的位置服务解决方案 219

## 第六节 华为 222

### 一、公司介绍 222

### 二、公司位置服务方案发展情况 223

## 第七节 诺基亚 224

### 一、公司介绍 224

### 二、公司位置服务方案发展情况 224

## 第八节 上海贝尔阿尔卡特股份有限公司 227

### 一、公司介绍 227

### 二、上海贝尔阿尔卡特LBS系统 228

## 第九节 东信北邮信息技术有限公司 228

### 一、公司介绍 228

### 二、公司位置服务方案介绍 229

## 第九章 位置服务软件提供商 231

### 第一节 LOCATIONET 231

#### 一、公司背景 231

#### 二、主要产品 231

#### 三、合作伙伴 232

### 第二节 PTV 234



- 一、 公司背景 234
- 二、 主要产品 234
- 第三节 NTTDoCoMo 235
  - 一、 公司背景 235
  - 二、 公司定位信息服务发展情况 235
- 第四节 SiRF 236
  - 一、 公司背景 236
  - 二、 2005年SiRF公司发布“单芯片GPS” 236
  - 三、 SiRF公司称今后三年60%手机将配置GPS功能 237
- 第五节 核心公司（CORE） 237
- 第六节 CPS(Cambridge Positioning SystemsLimited) 238
- 第七节 微软 239
- 第八节 高通/SnapTrack 240
  - 一、 公司背景 240
  - 二、 高通手机定位发展情况 241
- 第九节 信号软件公司（Signal Software） 242
- 第十节 武汉正太数码科技有限公司 242
- 第十一节 北京方正数码有限公司 243
- 第十二节 二十一世纪空间技术应用股份有限公司 243
  - 一、 公司背景 243
  - 二、 主要产品 244

#### 第四部分 发展趋势及建议

- 第十章 LBS发展前景与趋势分析 247
  - 第一节 LBS发展前景分析 247
    - 一、 LBS市场的黄金时代已触手可及 247
    - 二、 移动定位应用前景看好 248
    - 三、 LBS值得关注的理由 251
    - 四、 LBS目前发展的瓶颈 252
    - 五、 LBS未来发展趋势 253
    - 六、 北京奥运将拉动移动定位市场快速增长 255
  - 第二节 LBS市场规模预测 256

一、LBS服务市场规模预测	256
二、2007年定位服务将进入高速增长期	257
三、2011年全球GPS支持的位置服务系统（LBS）用户预测	259
第三节 3G时代LBS发展预测	260
一、LBS成为3G时代最具潜力10大增值业务之一	260
二、移动定位服务随3G时起飞	263
三、LBS如何向3G过渡及市场前景	270
第十一章 LBS的发展建议	275
第一节 对LBS的发展建议	275
一、LBS需求及业务创新	275
二、移动位置服务的最佳解决方案	278
三、新技术的应用，是推动位置服务产业高速发展的动力	286
四、对运营商的建议	288
五、对内容提供商的建议	288
六、对终端厂商的建议	289
第二节 对移动运营商的发展建议	289
一、移动位置服务：任重道远	289
二、手机定位：产业合作才能多方共赢	291
三、基于LBS的移动商务主动营销	293
第三节 从LBS技术选择看差异化业务竞争	295
第四节 在3G中实现LBS的定位技术和GIS系统	300
一、实现LBS应用的网络架构	301
二、定位技术	303
三、GIS系统	304
四、LBS业务的相关标准化工作	310
五、LBS业务在我国的应用前景	311

## 图表目录

图表：LBS系统结构图	4
图表：LBS结构示意图	5
图表：LBS系统工作流程	6

图表：基于位置服务的种类 6

图表：不同应用对定位精度、频度和移动终端的要求 7

图表：用户青睐的移动数据业务的比例划分 8

图表：LBS应用服务结构 9

图表：LBS的用户接入方式 11

图表：手机定位业务的用户需求分析全方位视图 23

图表：美国移动用户对不同类型定位业务感兴趣的程度 30

图表：移动定位业务分类 31

图表：1999-2004年导航/定位业务用户数 31

图表：2006年各类定位业务部署时间和收入预测 33

图表：不同定位精度所支持的定位业务 34

图表：移动定位业务价值链 35

图表：CELL-ID技术特性表 36

图表：CELL-ID与CELL-ID TA定位技术原理图 37

图表：TOA/TDOA定位技术原理图 38

图表：AOA定位技术原理图 39

图表：EOTD定位技术原理图 39

图表：A-GPS定位技术原理图 40

图表：各种定位技术比较 41

图表：2000-2006全球GNSS应用市场的产值及预测 44

图表：2006年卫星导航产品和汽车导航仪份额 44

图表：2003-2005全球GPS总产值 46

图表：2003-2004年全球GPS接收设备出货量 46

图表：2003-2009年全球LBS市场预测 53

图表：GPS可运用在很生活化的找朋友定位应用上 56

图表：全球各区域LBS服务提供现况 57

图表：四种定位技术在不同环境之表现比较 59

图表：混合型定位方案示意图 61

图表：Global Locate提出的A-GPS解决方案 63

图表：Qualcomm的gps One解决方案 64

图表：欧洲LBS业务发展情况 68

图表：在伦敦进行的CellID和Matrix的定位测试 69

图表：韩国LBS业务发展情况 70

图表：韩国SKT最受欢迎的业务 74

图表：韩国KTFME业务每日平均点击 74

图表：韩国LGT最受欢迎的业务 74

图表：韩国定位服务对于精度的不同要求 76

图表：日本LBS业务发展情况 77

图表：日本推出带全球卫星定位系统的儿童3G手机（1） 78

图表：日本推出带全球卫星定位系统的儿童3G手机（2） 79

图表：2000-2006中国导航产业应用市场与分类 82

图表：2000-2006年期间我国卫星导航产品的产值估测 83

图表：2000-2005年期间主要应用产品与系统需求量 83

图表：2006年1-7月电信业务收入情况 85

图表：2006年7月末全国电信用户数情况 85

图表：2006年1-7月新增移动电话用户排名前十名的省份 86

图表：LBS应用需求 93

图表：定位业务产业链结构 94

图表：2001-2006年中国运营商提供的LBS服务 94

图表：LBS产业链各环节厂商介绍 95

图表：几款导航手机图 99

图表：GPS卫星示意图 100

图表：手机导航定位技术发展 101

图表：AGPS系统构成 102

图表：手机定位应用 103

图表：Internet网络扩展应用 103

图表：服务商的相关服务收费标准 105

图表：手机导航终端支持 105

图表：手机导航与GPS导航比较 106

图表：GPS定位技术和手机定位技术的对照比较 106

图表：各手机导航服务费用（1） 107

图表：各手机导航服务费用（2） 107

图表：中国移动2006年1-9月运营数字 109

图表：2005-2006年6月中国联合通信股份有限公司主营构成 122

图表：2005-2006年6月中国联通股份有限公司资产负债表 122  
图表：2005-2006年6月中国联通股份有限公司利润分配表 126  
图表：2005-2006年6月中国联通股份有限公司财务分析指标 127  
图表：2005-2006年9月中卫国脉通信股份有限公司主营构成 159  
图表：2005-2006年9月中卫国脉通信股份有限公司资产负债表 159  
图表：2005-2006年6月中卫国脉通信股份有限公司利润分配表 163  
图表：2005-2006年6月中卫国脉通信股份有限公司财务分析指标 164  
图表：长尾理论来分析电子地图市场 173  
图表：2005-2006年6月中兴通讯股份有限公司主营构成 212  
图表：2005-2006年6月中兴通讯股份有限公司资产负债表 213  
图表：2005-2006年6月中兴通讯股份有限公司利润分配表 216  
图表：2005-2006年6月中兴通讯股份有限公司财务分析指标 218  
图表：中兴通讯位置服务系统组网图 221  
图表：2003-2005年全球LBS服务市场规模及2006年预测 256  
图表：手机定位运行模式图 258  
图表：观察到达时间差示意图 265  
图表：下行空闲周期突发模式定时关系 266  
图表：网络辅助GPS定位流程 268  
图表：三种不同移动定位技术的特点 268  
图表：移动与联通LBS发展策略对比分析 290  
图表：在3G系统中实现LBS应用的网络架构 302  
图表：矢量地图服务的工作方式示意图 314  
【英文版价】 12000元 【英文电子】 13000元

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/69873.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](http://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提供专业投资咨询报告、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。