|  |
| --- |
| [2024年版中国位置服务市场现状调研与发展趋势分析报告](https://www.20087.com/5/32/WeiZhiFuWuShiChangJingZhengYuFaZ.html) |



#### [中国市场调研网](https://www.20087.com/)

[www.20087.com](https://www.20087.com/)

一、基本信息

|  |  |
| --- | --- |
| 名称： | [2024年版中国位置服务市场现状调研与发展趋势分析报告](https://www.20087.com/5/32/WeiZhiFuWuShiChangJingZhengYuFaZ.html) |
| 报告编号： | 1939325　　←电话咨询时，请说明该编号。 |
| 市场价： | 电子版：9200 元　　纸介＋电子版：9500 元 |
| 优惠价： | 电子版：8200 元　　纸介＋电子版：8500 元　　可提供增值税专用发票 |
| 咨询电话： | 400 612 8668、010-66181099、010-66182099、010-66183099 |
| Email： | Kf@20087.com |
| 在线阅读： | [<https://www.20087.com/5/32/WeiZhiFuWuShiChangJingZhengYuFaZ.html>](https://www.20087.com/2/95/ZhiNengXiWanJiShiChangQianJingYuCe.html) |
| 温馨提示： | 订购英文、日文等版本报告，请拨打订购咨询电话或发邮件咨询。 |

二、内容简介

　　位置服务（Location-Based Services, LBS）是基于用户地理位置信息提供的各类服务，近年来随着智能手机和移动互联网的普及，LBS在导航、社交、广告、安全等领域发挥着重要作用。GPS、Wi-Fi定位、蓝牙信标等多种技术的融合应用，使得位置服务更加精准、实时。然而，隐私保护和数据安全成为行业必须面对的挑战，用户对个人信息的控制权和透明度要求越来越高。
　　未来，位置服务将更加注重个性化和情境感知。通过深度学习和人工智能技术，LBS将能够根据用户的实时位置、历史行为和偏好，提供更加定制化的内容和服务。同时，增强现实（AR）和虚拟现实（VR）技术的融合，将开辟位置服务的新领域，如虚拟旅游、沉浸式购物体验。此外，行业将加强对用户隐私的保护，通过加密技术和匿名化处理，平衡服务便利性和数据安全。
　　《[2024年版中国位置服务市场现状调研与发展趋势分析报告](https://www.20087.com/5/32/WeiZhiFuWuShiChangJingZhengYuFaZ.html)》基于对位置服务行业的深入研究和市场监测数据，全面分析了位置服务行业现状、市场需求与市场规模。位置服务报告详细探讨了产业链结构，价格动态，以及位置服务各细分市场的特点。同时，还科学预测了市场前景与发展趋势，深入剖析了位置服务品牌竞争格局，市场集中度，以及重点企业的经营状况。位置服务报告旨在挖掘行业投资价值，揭示潜在风险与机遇，为投资者和决策者提供专业、科学、客观的战略建议，是了解位置服务行业不可或缺的权威参考资料。

第一部分 位置服务（LBS）产业现状部分
第一章 位置服务（LBS）产业相关概述
　　第一节 位置服务（LBS）业务特点
　　第二节 LBS的服务业务范畴
　　第三节 LBS的服务发展背景及重要性
　　第四节 LBS技术
　　　　一、移动定位技术的分类
　　　　二、基于移动电信的定位方法
　　　　三、移动定位技术比较
　　　　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
　　　　节LBS的服务应用领域
　　　　一、位置服务（LBS）应用于车载GPS产品
　　　　二、深化位置服务（LBS）应用成类GPS增值服务的新方向

第二章 2024年全球位置服务（LBS）发展状况分析
　　第一节 2024年全球位置服务产业运行环境浅析
　　第二节 2024年全球LBS市场发展状况分析
　　　　一、位置服务在全球范围内发展势头强劲
　　　　二、LBS服务全球发展水平分析
　　　　三、位置服务产业链系统的应用前景研究
　　　　四、GPS手机拓展位置服务增值市场状况
　　　　五、运营商开展移动定位业务分析
　　　　六、发展移动定位业务的
　　　　七、全球LBS市场规模与增长状况
　　　　八、全球LBS收入及同比增长情况
　　第三节 LBS技术支撑研究
　　　　一、LBS业务对于覆盖率环境要求研究
　　　　二、LBS技术的定位精度状况
　　　　三、LBS定位技术状况
　　第四节 全球LBS技术应用与发展情况分析
　　　　一、移动互联技术研究
　　　　二、无线定位技术研究
　　　　三、地理信息系统研究
　　第六节 2024年全球重点国家及LBS业务市场分析
　　　　一、北美移动定位业务市场分析
　　　　二、日本移动定位业务市场分析
　　　　三、韩国移动定位业务市场分析
　　　　四、欧洲移动定位业务市场分析

第三章 2024年中国LBS服务产业发展新形势
　　第一节 2024年中国LBS市场发展现状分析
　　　　一、LBS产业链呼之欲出
　　　　二、LBS继续保持着强劲的发展势头
　　　　三、移动位置服务成为最具发展潜力的增值业务之一
　　　　四、中国移动定位业务进入稳定发展阶段
　　　　五、中国LBS业者市场业务情况
　　　　六、中国手机LBS市场走势分析
　　　　七、中国移动LBS市场的关键点分析
　　　　八、LBS个人化应用发展潜力分析
　　第二节 位置服务发展影响因素分析
　　　　一、3G 网络部署提速与电信重组的完成
　　　　二、GPS 手机的大力推广
　　　　三、定位技术限制的突破
　　　　四、用户对位置服务的认知度提高

第四章 2024年中国LBS应用领域探析
　　第一节 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、GPS/GSM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
　　第二节 我国LBS企业应用市场分析
　　　　一、企业级移动位置服务市场现状分析
　　　　二、企业级LBS应用状况分析

第五章 3G时代移动定位业务分析
　　第一节 移动定位技术
　　　　一、基于Cell-ID的定位
　　　　二、基于TDOA的定位
　　　　三、A-GPS定位技术
　　第二节 移动定位业务应用前景
　　第三节 移动定位业务发展面临的问题
　　　　一、市场认知面临的问题
　　　　二、服务内容面临的问题
　　　　三、定位技术面临的问题
　　　　四、隐私保护面临的问题
　　　　五、产业链面临的问题
　　　　六、终端样式面临的问题
　　第四节 移动定位业务发展的建议
　　　　一、市场营销策略
　　　　二、技术升级的定位
　　　　三、移动位置门户的建立
　　　　四、构建清晰的产业合作模式
　　　　五、商业模式与业务策略的探索

第二部分 位置服务（LBS）市场深度研究
第六章 2024年中国位置服务市场深度剖析
　　第一节 中国位置服务市场规模与增长状况
　　　　一、中国LBS市场规模与增长状况
　　　　二、中国位置服务产品价格走势研究
　　　　三、中国位置服务市场的基本特征研究
　　第二节 中国位置服务市场结构分析
　　　　一、中国位置服务终端产品结构分析
　　　　二、中国位置服务功能结构分析
　　　　三、中国运营商位置服务收入结构分析
　　第三节 中国位置服务产业市场环境分析
　　　　一、国内背景与中国位置服务产业市场环境研究
　　　　二、中国移动互联网环境下的LBS前景分析
　　　　　　1、社会发展对位置服务状况
　　　　　　2、个人用户对位置服务需求状况
　　　　　　3、汽车出行对于位置服务发展需求状况
　　　　　　4、手机GPS市场与位置服务关系研究
　　第四节 中国位置服务市场环境屏障分析
　　第五节 中国位置服务现状综合分析
　　　　一、中国位置服务用户需求状况分析
　　　　二、中国地图与POI数据现状分析
　　　　三、中国位置服务增值应用状况研究
　　　　四、中国位置服务定位精度与终端供给状况分析
　　　　五、地图基础服务与版权保护状况研究
　　　　六、地图基础服务遭遇强版权保护尴尬
　　第六节 中国电信运营商位置服务运作状况
　　　　一、中国移动位置服务运作状况
　　　　二、中国联通位置服务运作状况
　　　　三、诺基亚位置服务运作状况
　　　　四、谷歌位置服务运作状况

第七章 2024年中国位置服务终端设备市场动态分析
　　第一节 中国位置服务终端设备市场状况
　　　　一、车载GPS系统市场状况
　　　　　　1、GPS手机市场变化分析
　　　　　　2、GPS车载终端的主要市场分析
　　　　　　3、消费性GPS手持式终端成主流
　　　　　　4、中国汽车GPS导航系统终端销售预测
　　　　二、PND市场状况
　　　　三、GPS手机市场状况
　　　　四、普通手机位置服务状况
　　第二节 中国位置服务设备实现功能分析
　　第三节 中国位置服务定位技术状况
　　　　一、基于网络的定位技术分析
　　　　二、基于终端的定位技术分析
　　　　三、混合无线定位技术分析
　　第四节 中国位置服务消费模式与变化趋势研究

第八章 2024年中国位置服务发展新景象
　　第一节 中国切客的诞生与成长环境
　　第二节 中国切客模式研究与趋势探索
　　第三节 Foursquare模式对中国切客市场的借鉴意义研究
　　第四节 Foursquare模式的中国探索
　　第五节 国内切客服务网站及其状况分析
　　　　一、2024年中国切客服务网站现状
　　　　二、中国手机切客服务品牌市场状况研究
　　第六节 未来中国切客市场发展趋势研究
　　第七节 中国切客市场健康发展所必须依赖的产业策略建议
　　第八节 国内地理位置服务模式新尝试
　　　　一、模式一LBS SNS：走文艺范儿的街旁
　　　　二、模式二Groupon LBS：拉手尝试深度融合，位置服务与团购结合
　　　　三、模式三Game LBS：16Fun试水手机游戏

第九章 2024年中国手机位置服务用户基本状况及消费习惯行为调查
　　第一节 中国位置服务用户基本状况
　　　　一、中国位置服务使用经历调查
　　　　二、中国手机位置服务用户年龄结构调查
　　　　三、中国手机位置服务用户性别比例调查
　　　　四、中国手机位置服务用户区域分布状况调查
　　　　五、中国手机位置服务用户学历水平分布状况调查
　　　　六、中国手机位置服务用户职业分布状况调查
　　　　七、中国手机位置服务用户使用频率调查
　　　　八、中国手机位置服务用户使用过的功能调查
　　　　九、中国手机位置服务几大常用功能的频率调查
　　第二节 中国手机位置服务用户消费习惯行为调查

第十章 全球最新流行位置服务企业案例剖析
　　第一节 Foursquare
　　第二节 切客网
　　第三节 Google buzz
　　第四节 Brightkite
　　第五节 Loopt
　　第六节 大众点评
　　第七节 嘀咕网

第三部分 产业链运行态势分析
第十一章 2024年中国移动定位服务运营商发展分析
　　第一节 2024年中国移动通信市场分析
　　　　一、2024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、中国通信行业运行分析
　　　　七、中国通信市场现状与发展趋势
　　　　八、移动通信将呈现诸多亮点
　　　　九、通信设备市场整体发展形势
　　第二节 2024年中国移动通信品牌提升策略研究
　　　　一、移动通信面临的环境
　　　　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、2024年企业经营情况分析
　　　　三、企业发展动态及策略
　　　　四、中国联通LBS的业务介绍
　　　　五、中国联通首创全国无障碍异地话费充值
　　　　六、2024-2030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、公司重点品牌及业务
　　　　四、公司业绩情况
　　　　五、中国电信设定一线城市3G攻略
　　　　六、中国电信押注IPTV
　　　　七、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、2019-2024年企业经营情况分析
　　　　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

第十二章 2024年中国位置服务SP 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、2024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

第十三章 2024年中国电子地图提供商分析
　　第一节 2024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
　　第二节 2024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 2024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

第十四章 2024年位置服务方案提供商分析
　　第一节 安德鲁（Andrew）
　　　　一、安德鲁成为中国电信网络建设唯一外资供货商
　　　　二、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
　　　　五2024-2030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、爱立信基于IMS的固网移动融合（FMC）解决方案
　　　　三、爱立信已经为中国3G的启动做好了准备
　　　　四、爱立信推出LTE TDD
　　　　五、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、摩托罗拉渠道策略分析
　　　　五、2024年摩托罗拉中国3G策略
　　第五节 中兴通讯
　　　　一、公司概况
　　　　二、2024年企业经营情况分析
　　　　三、2024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NGN产品稳居印度电信市场第一
　　　　六、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、2024年公司经营状况
　　　　三、诺基亚利润情况分析
　　　　四、诺基亚的战略大调整
　　　　五、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、阿尔卡特朗讯调整战略
　　　　三、公司3G成功基石
　　　　四、阿尔卡特朗讯融合创新领跑3G
　　　　五、阿尔卡特朗讯WCDMA 射频拉远解决方案

第十五章 2024年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
　　第三节 高通SnapTrack
　　第四节 凯立德公司
　　　　一、移动导航系统
　　　　二、系统主要功能
　　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

第四部分 行业发展趋势预测与投资建议
第十六章 2024-2030年中国LBS发展前景及趋势预测分析
　　第一节 2024-2030年中LBS发展前景及趋势分析
　　　　一、移动定位导航服务需求预测
　　　　二、2024年LBS发展前景分析
　　　　三、2024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 2024-2030年中GPS手机发展前景及趋势分析
　　　　一、2024年中国市场GPS手机销量预测
　　　　二、2024年中国GPS手机的市场占有率预测
　　　　三、2024-2030年中国GPS手机市场规模预测
　　　　四、2024年GPS手机产值预测
　　　　五、2024年GPS导航手机市场预测

第十七章 2024-2030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 中.智.林.：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

图表目录
　　图表 1 2019-2024年我国地理信息产业产值规模增长情况（单位：亿元，%）
　　图表 2 2019-2024年地理信息行业技术专利申请量年度变化趋势（单位：件）
　　图表 3 2019-2024年地理信息技术相关专利公开数量变化图（单位：个）
　　图表 4 地理信息相关专利申请人构成（单位：个）
　　图表 5 地理信息相关专利申请人构成图（单位：%）
　　图表 6 地理信息制造相关专利技术构成（单位：个）
　　图表 7 LBS产业链上各厂商的关系图
　　图表 8 中国LBS市场AMC模型
　　图表 9 基于GSM话音通道的移动监控定位系统
　　图表 10 移动终端设备组成
　　图表 11 移动定位系统车载单元组成
　　图表 12 监控中心控制系统组成
　　图表 13 定位系统车载部分主程序流程图
　　图表 14 2019-2024年中国位置服务终端结构
　　图表 15 LBS产业链示意图
　　图表 16 2024年中国前装车载导航出货量市场份额
　　图表 17 2024年中国移动互联网图资市场份额
　　图表 18 2024年中国手机地图累计用户数市场份额（在线式手机地图导航客户端/仅限智能终端）
　　图表 19 腾讯微信注册用户数
　　图表 20 LBS行业和个人应用的产业链机会和竞争能力
　　图表 21 2019-2024年中国位置服务功能结构
　　图表 22 2019-2024年我国国内生产总值及其增长速度
　　图表 23 2024年GDP初步核算数据
　　图表 24 GDP环比和同比增长速度
　　图表 25 2019-2024年全国居民消费价格涨跌幅度
　　图表 26 2019-2024年我国猪肉、牛肉、羊肉价格变动情况
　　图表 27 2019-2024年我国鲜菜、鲜果价格变动情况
　　图表 28 2024年份居民消费价格分类别同比涨跌幅
　　图表 29 2024年份居民消费价格分类别环比涨跌幅
　　图表 30 2024年居民消费价格主要数据
　　图表 31 2019-2024年工业生产者出厂价格涨跌幅
　　图表 32 2019-2024年工业生产者购进价格涨跌幅
　　图表 33 2019-2024年生产资料出厂价格涨跌幅
　　图表 34 2019-2024年生活资料出厂价格涨跌幅
　　图表 35 2024年份工业生产者价格主要数据
　　图表 36 2019-2024年我国农村居民人均纯收入及其增长速度
　　图表 37 2019-2024年我国城镇居民人均可支配收入及其增长速度
　　图表 38 2019-2024年中国城乡居民恩格尔系数表
　　图表 39 2019-2024年规模以上工业增加值同比增长速度
　　图表 40 2024年份规模以上工业生产主要数据
　　图表 41 2019-2024年我国钢材日均产量及同比增速
　　图表 42 2019-2024年我国水泥日均产量及同比增速
　　图表 43 2019-2024年我国十种有色金属日均产量及同比增速
　　图表 44 2019-2024年我国乙烯日均产量及同比增速
　　图表 45 2019-2024年我国汽车日均产量及同比增速
　　图表 46 2019-2024年我国轿车日均产量及同比增速
　　图表 47 2019-2024年我国发电量日均产量及同比增速
　　图表 48 2019-2024年我国原油加工量日均产量及同比增速
　　图表 49 2019-2024年我国全社会固定资产及其增长率情况
　　图表 50 2019-2024年我国固定资产投资（不含农户）同比增速
　　图表 51 2019-2024年我国固定资产投资到位资金同比增速
　　图表 52 2024年份固定资产投资（不含农户）主要数据
　　图表 53 2019-2024年我国民间固定资产投资和全国固定资产投资增速
　　图表 54 2024年份民间固定资产投资主要数据
　　图表 55 2019-2024年我国社会消费品零售总额及其增长速度
　　图表 56 2019-2024年我国社会消费品零售总额分月同比增长速度
　　图表 57 2024年份社会消费品零售总额主要数据
　　图表 58 2019-2024年我国货物进出口总额增长分析
　　图表 59 车联网信息可分为两类：自身状态信息和行驶动态信息
　　图表 60 车联网面向企业和个人两大客户群
　　图表 61 融合车联网数据信息与客户需求，丰富的车联网产品和服务可期
　　图表 62 卫星导航系统及其应用
　　图表 63 2019-2024年我国卫星导航产业规模
　　图表 64 GIS行业应用界面
　　图表 65 地理信息产业市场规模预测
　　图表 66 地理信息产业市场规模预测
　　图表 67 2019-2024年全球智能手机和PC出货量情况对比
　　图表 68 中国手机网民规模
　　图表 69 位置服务行业发展阶段
　　图表 70 2024年中国手机LBS市场累计用户规模
　　图表 71 全球位置服务市场规模预测单位：十亿
　　图表 72 2019-2024年中国手机地图累计账户数市场规模
　　图表 73 2019-2024年中国手机地图累计账户规模趋势预测
　　图表 74 嘀嘀打车应用界面
　　图表 75 旅游应用“仙踪”界面
　　图表 76 2019-2024年O2O市场规模预测
　　图表 77 Facebook桌面和移动广告ARPU
　　图表 78 Foursquare用户规模
　　图表 79 SoLoMo——LBS+O2O+SNS
　　图表 80 Foursquare操作界面
　　图表 81 位置服务的四要素
　　图表 82 2024年中国通信业主营业务收入变化图
　　图表 83 2019-2024年各月电信主营业务收入比较
　　图表 84 2G用户和3G用户净增比较
　　图表 85 互联网宽带接入4M以上用户占比情况
　　图表 86 2019-2024年各月手机上网和无线上网卡用户比较
　　图表 87 2019-2024年移动本地和长途去话MOU值各月比较
　　图表 88 2019-2024年移动短信业务量和彩信业务量各月比较
　　图表 89 2019-2024年移动互联网接入流量各月比较
　　图表 90 2019-2024年互联网宽带接入端口发展情况
　　图表 91 2019-2024年移动电话基站数发展情况
　　图表 92 2019-2024年光缆线路总长度发展情况
　　图表 93 2024年电信主营业务收入构成
　　图表 94 2024年东、中、西部电信主营业务收入同期比较
　　图表 95 FTTH/0用户排名前十的省份
　　图表 96 2019-2024年电信主营业务收入完成情况
　　图表 97 2019-2024年电信主营业务收入和电信业务总量同比增长趋势
　　图表 98 2019-2024年话音和非话音业务收入占比及同比增速变化趋势
　　图表 99 （1-8月）电信主营业务收入构成情况
　　图表 100 2024-2030年同期东、中、西部地区电信主营业务收入占比情况
　　图表 101 2019-2024年固定电话、移动电话和电话用户总数各月新增数量比较
　　图表 102 2024年全国电话用户总数构成情况
　　图表 103 2024年各类固定电话用户增长情况比较
　　图表 104 2019-2024年同期各月新增固定电话用户数比较
　　图表 105 2019-2024年同期各月新增移动电话用户数量比较
　　图表 106 2019-2024年移动宽带用户（3G和4G）及渗透率变化趋势
　　图表 107 2019-2024年互联网宽带接入用户各月净增数量比较
　　图表 108 2019-2024年移动互联网用户数变化趋势
　　图表 109 2024年互联网接入用户增长情况
　　图表 110 2019-2024年互联网拨号、宽带、xDSL用户同比增长趋势比较
　　图表 111 2024年固定电话与移动电话通话量比较
　　图表 112 2024年固定电话和移动电话通话量累计同比增速比较
　　图表 113 2019-2024年固定电话、移动电话通话量同比增长趋势比较
　　图表 114 2019-2024年移动短信发送量变化趋势
　　图表 115 2019-2024年移动短信累计发送量、增速变化趋势
　　图表 116 2019-2024年移动互联网流量变化趋势
　　图表 117 2019-2024年移动互联网流量累计接入量、增速变化趋势
　　图表 118 2019-2024年三家上市公司移动用户市场份额趋势
　　图表 119 2019-2024年同期三大上市基础电信公司新增移动用户占比情况
　　图表 120 2019-2024年三大上市基础电信公司新增移动用户数走势比较
　　图表 121 2019-2024年中国移动各月新增用户及3G和4G用户数量
　　图表 122 2019-2024年中国电信各月新增移动用户和3G用户数量
　　图表 123 2019-2024年中国联通移动用户与移动宽带用户各月净增数量比较
　　图表 124 中国移动负债能力分析
　　图表 125 中国移动综合损益分析
　　图表 126 中国移动现金流量分析
　　图表 127 中国联通负债能力分析
　　图表 128 中国联通综合损益分析
　　图表 129 中国联通现金流量分析
　　图表 130 北京北斗星通导航技术股份有限公司负债能力分析
　　图表 131 北京北斗星通导航技术股份有限公司利润能力分析
　　图表 132 北京北斗星通导航技术股份有限公司财务指标分析
　　图表 133 中卫国脉通信股份有限公司负债能力分析
　　图表 134 中卫国脉通信股份有限公司利润能力分析
　　图表 135 中卫国脉通信股份有限公司财务指标分析
　　图表 136 2024年北京四维图新科技股份有限公司产品按收入占比情况（单位：%）
　　图表 137 2019-2024年北京四维图新科技股份有限公司主要经济指标分析表（单位：万元）
　　图表 138 Figure 1 IMS 支持多种接入技术
　　图表 139 IMS体系架构
　　图表 140 爱立信IMS业务
　　图表 141 2024年爱立信在中国3G市场份额
　　图表 142 中兴通讯负债能力分析
　　图表 143 中兴通讯利润能力分析
　　图表 144 中兴通讯财务指标分析
　　图表 145 诺基亚负债能力分析
　　图表 146 诺基亚现金流量分析
　　图表 147 诺基亚利润能力分析
　　图表 148 本地站址
　　图表 149 若干远程站址
　　图表 150 2024年中国GPS手机的市场占有率
略……

了解《[2024年版中国位置服务市场现状调研与发展趋势分析报告](https://www.20087.com/5/32/WeiZhiFuWuShiChangJingZhengYuFaZ.html)》，报告编号：1939325，

请致电：400-612-8668、010-66181099、66182099、66183099，

Email邮箱：Kf@20087.com

详细介绍：<https://www.20087.com/5/32/WeiZhiFuWuShiChangJingZhengYuFaZ.html>

了解更多，请访问上述链接，以下无内容！