

# 2009-2012年中国地理信息 系统(GIS)行业投资策略分析及竞争战略研究咨询报告

## 报告目录及图表目录

北京迪索共研咨询有限公司

[www.cction.com](http://www.cction.com)

## 一、报告报价

《2009-2012年中国地理信息系统(GIS)行业投资策略分析及竞争战略研究咨询报告》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/200912/33242.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

### &rarr;内容简介

地理信息系统（GIS）是以采集、存储、管理、分析、描述和应用整个或部分地球表面（包括大气层在内）与空间和地理分布有关的数据的计算机系统。它由硬件、软件、数据和用户有机结合而构成。它的主要功能是实现地理空间数据的采集、编辑、管理、分析、统计、制图的工具已逐步发展起来。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象的高分辨、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。预计到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、自主产权软件市场占有率将超过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。2008年我国GIS软件市场实现销售额52.46亿元，同比增长20.8%，高于软件整体市场16%的增长率。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年将继续保持快速增长，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。

&rarr;报告目录

目录

CONTENTS

第一部分 行业发展现状

第一章 GIS的概述 1

第一节 GIS的概念 1

一、GIS定义 1

二、GIS的分类 2

三、GIS的应用 2

第二节 GIS的构成 4

一、计算机硬件系统 5

二、计算机软件系统 5

三、地理空间数据 5

四、系统建设方法 5

五、系统开发、管理和使用人员 6

第三节 GIS与相关行业的关系分析 6

一、GIS和MIS的关系 6

二、GIS和GPS的关系 6

三、GIS和CAD的关系 7

四、GIS和SOA的关系	7
五、GIS和IT产业的关系	8
第二章 全球GIS市场分析	10
第一节 全球地理信息系统(GIS)市场分析	10
一、全球GIS市场发展状况	10
二、GIS对全球商业运作模式的影响	11
三、2009-2014年全球GIS市场增长预测	13
第二节 主要国家地区GIS市场分析	15
一、美国地理信息系统(GIS)市场分析	15
二、日本地理信息系统(GIS)市场分析	20
三、加纳地理信息系统(GIS)市场分析	24
第三章 我国GIS产业发展现状	26
第一节 我国GIS产业发展情况	26
一、我国地理信息系统的发展历程	26
二、国内地理信息系统发展状况	27
三、国产GIS软件行业发展现状分析	29
四、地理信息系统专业人才需求和就业情况分析	30
第二节 我国GIS市场分析	33
一、我国GIS市场需求与GIS教学分析	33
二、我国GIS发展的重要成就分析	36
三、企业级地理信息系统市场现状分析	41
四、企业级GIS应用状况分析	43
第三节 金融危机下GIS产业机遇和挑战分析	45
一、我国GIS产业的机遇和挑战分析	45
二、金融危机下地理信息系统行业新机遇分析	55
三、金融危机给我国企业带来的机遇分析	56
四、金融危机下我国企业面临的风险分析	59
第四章 2008年我国GIS产业发展分析	62
第一节 2008年GIS产业发展状况	62
一、2008年行业政策扶持分析	62
二、2008年地理信息产业链分析	62
三、2008年度招标项目数据分析	64

四、2008年地理信息行业应用分析	66
五、2008年行业存在的问题及对策	79
第二节 2008年地震灾后我国GIS新发展	80
一、建立防灾地理信息系统	83
二、大型地理信息系统“数字南海”通过鉴定	84
三、勘探开发研究院勘探基础地理信息系统投入运行	85
四、航天三院地理信息系统建设取得新进展	85
第五章 2009年我国GIS产业发展分析	87
第一节 2009年我国GIS产业发展分析	87
一、2009年我国GIS产业发展分析	87
二、2009年我国GIS技术发展分析	87
三、2009年国产GIS软件市场份额	94
四、2009年地理信息产业市场规模	94
五、2009年中国GIS市场规模情况	95
第二节 2009年第一季度GIS产业运行状况	98
一、2009年第一季度地理信息项目数量及分布统计	98
二、2009年第一季度地理信息项目应用统计	104
三、2009年第一季度GIS产业动态	105
第三节 2009年第二季度GIS产业运行状况	107
一、2009年第二季度地理信息项目数量及分布统计	107
二、2009年第二季度地理信息项目应用统计	114
三、2009年第二季度GIS产业动态	120
第四节 2009年第三季度GIS产业运行状况	123
一、2009年第三季度地理信息项目数量及分布统计	123
二、2009年第三季度地理信息项目应用统计	132
三、2009年第三季度GIS产业动态	134
第五节 2009年10月GIS产业运行状况	135
一、2009年10月地理信息项目数量及分布统计	135
二、2009年10月地理信息项目应用统计	138
三、2009年10月GIS产业动态	140
第六节 2009年11月GIS产业运行状况	142
一、2009年11月地理信息项目数量及分布统计	142

二、2009年11月地理信息项目应用统计	145
三、2009年11月GIS产业动态	147
第六章 GIS的应用行业发展分析	150
第一节 卫星导航业	150
一、世界卫星导航业发展情况	150
二、汽车导航系统发展情况	171
三、智能交通系统发展分析	180
四、卫星导航定位技术的进展和应用前景	186
五、2009年我国GPS市场发展分析	211
第二节 移动定位业	220
一、全球移动定位服务应用发展现状分析	220
二、全球移动定位业务发展走势	227
三、移动定位业务商业模式透视	235
四、两种移动定位业务模式的优劣比较	238
五、中国移动定位市场情况	239
六、移动位置服务的发展与展望	246
七、导航定位业务发展前景分析	252
第三节 电子地图	256
一、导航电子地图行业的产业结构特点	256
二、今后导航电子地图的市场分析	257
三、电子地图行业发展存在的问题	261
四、导航电子地图市场管理的国家新规及其意义	265
五、导航电子地图的竞争分析	267
六、政府在促进导航电子地图产业健康发展中的作用	268
第七章 我国GIS产业链和服务链研究	271
第一节 GIS产业链和产品研究	271
一、GIS产业链结构分析	271
二、GIS产品设计与开发研究	278
三、GIS产品输出分析	281
第二节 GIS服务和GIS服务链研究	284
一、GIS服务	285
二、GIS服务链	286

三、GIS服务链给国土资源信息化带来的启示 291

第三节 测绘发展研究 293

一、测绘的定义 293

二、信息化测绘的战略方向 293

三、2009年测绘资质管理规定和标准分析 297

四、2009年新疆基础测绘成果需求预测 298

第二部分 行业竞争格局

第八章 地理信息系统(GIS)行业竞争格局分析 299

第一节 中国地理信息系统(GIS)行业竞争结构分析 299

一、现有企业间竞争 299

二、潜在进入者分析 301

三、替代品威胁分析 303

四、供应商议价能力 305

五、客户议价能力 306

第二节 GIS行业国际竞争力影响因素分析 307

一、生产要素 307

二、需求条件 308

三、相关和支持性产业 309

四、企业的战略、结构和竞争对手 310

第三节 2009年GIS行业竞争格局分析 310

一、2009年我国GIS行业集中度 310

二、2009年我国GIS行业竞争分析 310

三、2009年全球GIS市场优秀产品 314

四、2009年GIS市场主要企业动向 314

第九章 GIS企业竞争策略分析 316

第一节 GIS领先者市场竞争策略 316

一、维护高质量形象 316

二、扩大市场需求总量 316

三、保护市场份额 317

四、扩大市场份额 317

第二节 GIS挑战者市场竞争策略 318

一、正面进攻 318

- 二、侧翼攻击 318
- 三、包围进攻 318
- 四、迂回攻击 319
- 五、游击战 319
- 第十章 GIS主要产品和重点厂商分析 320
- 第一节 我国主要企业软件产品 320
- 一、SuperMapGIS 320
- 二、吉奥软件产品 334
- 三、中地软件 345
- 四、灵图软件 348
- 第二节 美国环境系统研究所公司 352
- 一、企业概况 352
- 二、ESRI主营业务 353
- 三、2008-2009年经营状况 355
- 四、ESRI和GIS未来的发展方向 356
- 五、ESRI面临的挑战及策略 357
- 第三节 北京超图地理信息技术有限公司 359
- 一、企业概况 359
- 二、超图竞争优势 361
- 三、2009年经营状况及财务分析 362
- 四、超图的国际化战略 364
- 五、超图的FOC战略 367
- 第四节 中地数码集团 367
- 一、企业概况 367
- 二、中地竞争优势 369
- 三、2009年经营状况分析 370
- 四、中地数码发展规划 372
- 五、主要机遇和挑战 373
- 第五节 北京灵图软件技术有限公司 374
- 一、企业概况 374
- 二、企业竞争优势 374
- 三、2009年新品研发情况 376

#### 四、2009年企业发展状况 377

##### 第六节 四维图新 379

###### 一、企业概况 379

###### 二、竞争优势 382

###### 三、2009年经营状况 383

###### 四、未来发展规划 384

##### 第七节 东方道迤 385

###### 一、企业概况 385

###### 二、2009年公司动态 385

###### 三、2008-2009年经营状况 387

###### 四、未来发展规划 390

##### 第八节 适普软件有限公司 391

###### 一、企业概况 391

###### 二、产品介绍 392

##### 第九节 北京市测绘设计研究院 394

###### 一、企业概况 394

###### 二、经营范围 395

##### 第十节 武大吉奥信息工程技术有限公司 396

###### 一、企业概况 396

###### 二、公司业务及产品 396

##### 第十一节 北京冠图信息技术有限公司 399

###### 一、企业概况 399

###### 二、产品领域 400

##### 第十二节 厦门精图信息技术有限公司 401

###### 一、企业概况 401

###### 二、公司发展战略 402

##### 第十三节 北京吉威数源信息技术有限公司 402

###### 一、企业概况 402

###### 二、公司发展战略分析 404

#### 第三部分 行业趋势预测

##### 第十一章 GIS行业发展趋势分析 407

###### 第一节 GIS产业技术发展趋势 407

- 一、地理信息系统技术发展趋势 407
- 二、组件式GIS技术发展趋势 408
- 三、GIS技术未来发展趋势 410
- 第二节 金融危机下GIS应用和市场发展趋势 410
  - 一、地理信息系统产业发展趋势 410
  - 二、GIS未来应用趋势 411
  - 三、金融危机下GIS行业发展预期 415
- 第三节 GIS行业发展趋势分析 416
  - 一、2009-2012年我国GIS产业发展趋势预测 416
  - 二、2009-2012年GIS应用两极分化趋势分析 417
  - 三、地理信息系统的未来走向 418
- 第十二章 未来GIS行业发展预测 422
  - 第一节 我国GIS未来应用趋势预测 422
    - 一、GIS将往高维化发展 422
    - 二、GIS将更加网络化、智能化和集成化 423
    - 三、GIS将在我军现代化建设过程中走上发展的快车道 423
  - 第二节 GIS发展方向预测 424
    - 一、空间数据结构与数据管理 424
    - 二、数据自动输入技术 424
    - 三、GIS的微机化 425
    - 四、GIS与遥感的进一步结合 425
    - 五、GIS的智能化 425
    - 六、GIS应用模型开发 425
    - 七、具有统一标准的分布式系统 426
    - 八、宏观应用和微观应用形成新的产业 426
    - 九、加强GIS教育 426
- 第四部分 投资战略研究
- 第十三章 GIS行业投资环境分析 427
  - 第一节 经济发展环境分析 427
    - 一、2009年中国宏观经济发展分析 427
    - 二、2009年中国工业经济运行分析 439
    - 三、2010年中国的经济与政策展望 441

## 第二节 政策法规环境分析 443

### 一、科技部对GIS产业的支持 443

### 二、2009年国产GIS政策需求分析 446

### 三、2009年GIS市场整治情况分析 447

## 第三节 社会发展环境分析 448

### 一、2008-2009年我国居民收入水平 448

### 二、2008-2009年我国居民消费分析 451

### 三、2009年我国居民生活水平分析 458

## 第四节 电子信息产业振兴规划 475

### 一、电子信息产业现状及面临的形势 475

### 二、指导思想、基本原则和目标 476

### 三、产业调整和振兴的主要任务 477

### 四、政策措施 480

### 五、规划实施 482

## 第十四章 GIS行业投资机会与风险 483

### 第一节 GIS行业投资分析 483

#### 一、GIS行业进入壁垒分析 483

#### 二、中国GIS行业投融资现状 483

#### 三、导航电子地图市场投资前景 486

### 第二节 GIS行业投资机会分析 487

#### 一、我国GIS行业机遇与挑战 487

#### 二、未来GIS市场发展空间分析 489

#### 三、GIS企业发展风险及机遇分析 489

### 第三节 2009-2012年GIS企业战略规划不确定性风险分析 490

#### 一、客观事件的不确定性风险 491

#### 二、市场的不确定性风险 491

#### 三、行业发展的不确定性风险 491

#### 四、技术发展的不确定性风险 492

#### 五、战略规划者的主观不确定性风险 492

#### 六、执行过程的不确定性风险 493

#### 七、工具方法的局限性风险 493

#### 八、战略规划系统的不确定性风险 493

## 第十五章 GIS行业投资战略研究 495

### 第一节 GIS行业发展战略研究 495

#### 一、技术开发战略 495

#### 二、产业战略规划 497

#### 三、业务组合战略 499

#### 四、营销战略规划 501

#### 五、区域战略规划 502

#### 六、企业信息化战略规划 505

### 第二节 对我国GIS品牌的战略思考 506

#### 一、品牌的基本含义 506

#### 二、品牌战略在企业发展中的重要性 507

#### 三、GIS品牌的特性和作用 508

#### 四、GIS品牌的价值战略 508

#### 五、我国GIS品牌竞争趋势 509

#### 六、GIS企业品牌发展战略 509

#### 七、GIS行业品牌竞争策略 511

### 图表目录

图表：2009-2014年全球GIS市场增长预测 14

图表：2008年度地理信息系统招标项目数量月度走势情况 65

图表：2008年度地理信息系统招标项目地区分布情况 65

图表：2008年度地理信息系统招标项目行业应用分布情况 66

图表：2008年度环境监测地理信息系统招标项目数量月度走势情况 67

图表：2008年度环境监测地理信息系统招标项目地区分布情况 68

图表：2008年环境监测地理信息系统招标项目所在市县统计 68

图表：2008年度水情和防汛抗旱地理信息系统月度走势情况 69

图表：2008年度水情和防汛抗旱地理信息系统地区分布数量情况 70

图表：2008年度水情和防汛抗旱地理信息系统招标项目地区详细情况 70

图表：2008年度安全生产地理信息系统月度走势情况 71

图表：2008年安全生产地理信息系统地区分布数量情况 72

图表：2008年度安全生产地理信息系统招标项目地区详细情况 72

图表：2008年度国土资源地理信息系统月度走势情况 73

图表：2008年国土资源地理信息系统地区分布数量情况 73

图表：2008年度国土资源地理信息系统招标项目地区详细情况 74

图表：2008年度警用地理信息系统月度走势情况 75

图表：2008年警用地理信息系统地区分布数量情况 75

图表：2008年度警用地理信息系统招标项目地区详细情况 76

图表：2008年度应急决策地理信息系统月度走势情况 77

图表：2008年应急决策地理信息系统地区分布数量情况 77

图表：2008年度应急决策地理信息系统招标项目地区详细情况 78

图表：2009年1月地理信息项目数量统计及分布情况 98

图表：2009年1月地理信息行情监测 99

图表：2009年2月地理信息行情监测 99

图表：2009年3月关于地理信息的招标项目 100

图表：2009年3月地理信息行情监测 100

图表：2009年3月应用行业地区分布 101

图表：2009年第一季度地理信息招标统计情况 102

图表：2009年第一季度地理信息项目各省招标比例分析 103

图表：2009年第一季度地理信息项目地区比较 103

图表：2009年第一季度各月份地理信息项目应用分类 104

图表：2009年第一季度各类地理信息项目应用比例图 105

图表：2009年4月份地理信息项目招标情况汇总 107

图表：2009年4月地理信息项目各省招标比例分析 108

图表：2009年4月地理信息项目各区招标比例分析 108

图表：2009年5月份地理信息项目招标情况汇总 109

图表：2009年5月地理信息项目各省招标比例分析 110

图表：2009年5月地理信息项目各区招标比例分析 110

图表：2009年6月份地理信息项目招标情况汇总 111

图表：2009年6月地理信息项目各省招标比例分析 112

图表：2009年6月地理信息项目各区招标比例分析 112

图表：2009年各省份5、6月份地理信息项目数量对比 113

图表：2009年4月地理信息项目招标分类 114

图表：2009年4月地理信息项目招标类别比例分析 115

图表：2009年5月地理信息项目招标分类 115

图表：2009年5月地理信息项目招标类别比例分析 117

图表：2009年6月地理信息项目招标分类 117

图表：2009年6月地理信息项目招标类别比例分析 119

图表：2009年3季度地理信息项目数量统计及分布情况（1） 123

图表：2009年3季度地理信息项目数量统计及分布情况（2） 124

图表：2009年3季度地理信息项目数量统计及分布情况（3） 124

图表：2009年3季度地理信息项目数量统计及分布情况（4） 125

图表：2009年3季度地理信息项目数量统计及分布情况（5） 125

图表：2009年3季度地理信息项目数量统计及分布情况（6） 125

图表：2009年3季度地理信息项目数量统计及分布情况（7） 126

图表：2009年3季度地理信息项目数量统计及分布情况（8） 126

图表：2009年3季度地理信息项目数量统计及分布情况（9） 126

图表：2009年3季度地理信息项目数量统计及分布情况（10） 127

图表：2009年3季度地理信息项目数量统计及分布情况（11） 127

图表：2009年3季度地理信息项目数量统计及分布情况（12） 127

图表：2009年3季度地理信息项目数量统计及分布情况（13） 128

图表：2009年3季度地理信息各省份招标统计 128

图表：2009年3季度地理信息项目各省招标比例分析 129

图表：2009年3季度地理信息项目地区比较 129

图表：2009年3季度地理信息项目各区招标比较（1） 130

图表：2009年3季度地理信息项目各区招标比较（2） 131

图表：2009年3季度地理信息项目华东各省招标汇总 131

图表：2009年3季度各月份地理信息项目应用分类 132

图表：2009年3季度地理信息项目应用分类 133

图表：2009年3季度地理信息的典型应用 134

图表：2009年10月份地理信息项目招标情况汇总 135

图表：2009年10月地理信息项目各省招标数量分析 137

图表：2009年10月地理信息项目各区招标比例分析 137

图表：2009年10月地理信息项目招标分类 138

图表：2009年10月地理信息项目招标类别比例分析 139

图表：2009年11月份地理信息项目招标情况汇总 142

图表：2009年11月地理信息项目各省招标数量分析 144

图表：2009年11月地理信息项目各区招标比例分析 145

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 145

图表：2009年11月地理信息项目招标分类 146

图表：2009年11月地理信息项目招标类别比例分析 147

图表：卫星轨道分布图 151

图表：导航产业价值链 153

图表：2006-2011年全球导航系统市场规模及预测 154

图表：googletrends上对关键字“GPS”的搜索 155

图表：全球卫星导航系统比较 156

图表：GPS系统的总览与概况 159

图表：AFLT结构示意图 164

图表：AGPS结构示意图 164

图表：GPSONE原理示意图 165

图表：“伽利略”卫星导航系统示意图 167

图表：日本计划的“准天顶”卫星系统的卫星轨道 170

图表：日本计划的“准天顶”卫星系统的星下点轨迹 171

图表：车用GPS导航设备技术及关键零组件 172

图表：2004-2008年Telematics市场总值及增长率 177

图表：各公司推出Telematics的服务信息 178

图表：TelematicsAM的主要业务 178

图表：2006-2012年全球汽车导航市场出货量 180

图表：智能交通系统概念图 181

图表：智能交通模块图 182

图表：出行者信息服务系统结构图 182

图表：出行者信息服务系统信息传递流程 183

图表：ITS管理系统应用 185

图表：智能交通监管系统 186

图表：日本MSAS系统结构示意图 189

图表：日本准天顶卫星系统DOP分析 189

图表：卫星定位技术的发展历程 191

图表：各种GPS定位技术指标参数 191

图表：基于PANDA软件的全球性精密单点定位 192

图表：基于INTERT、公众网的精密单点定位服务 193

图表：LEICA-SPIDER功能模块图 197

图表：Power-NET系统结构图 199

图表：CORS在各种网格中所处的位置 200

图表：CORS一般结构图 201

图表：基准站子系统结构简图 202

图表：系统控制中心结构简图 202

图表：用户数据中心结构简图 202

图表：用户应用子系统结构简图 203

图表：我国电子地图行业相关管理规定 208

图表：我国八家导航电子地图厂商业务情况对比 208

图表：2005-2010年中国车载GPS销售情况 209

图表：2005-2010年中国无线导航用户规模 210

图表：2008年北京奥运会交通信息项目规划一览 211

图表：2005-2011年中国PND市场量 212

图表：世界主要物理存储格式情况 214

图表：2009年一季度GPS地图类型市场关注比例统计 216

图表：2009年一季度GPS不同响应时间市场关注比例统计 217

图表：2006-2011年GPS手机市场增长图 218

图表：2006-2011年PND市场增长图 218

图表：各企业CPS手机市场占有率比例图 219

图表：移动定位服务应用类型 220

图表：日韩LBS市场发展现况与趋势 222

图表：CDMA网络制式的几种定位技术比较 224

图表：GSM网络制式的几种定位技术比较 225

图表：以运营商为主导的移动定位业务产业链结构 237

图表：定位服务的精度要求 240

图表：全球和中国移动定位市场发展阶段对比 241

图表：网民使用移动定位服务的途径选择 242

图表：网民使用移动定位服务的运营商选择 243

图表：主要省区网民使用移动定位服务的途径 244

图表：网民期望的移动定位服务功能 245

图表：网民期望的移动定位服务价格 246

图表：中国移动定位市场发展周期 248

图表：LBS产业链构成示意图 248

图表：2004～2008年中国移动定位市场规模 252

图表：我国电子地图行业相关管理规定 253

图表：我国八家导航电子地图厂商业务情况对比 253

图表：2005-2010年中国车载GPS销售情况 254

图表：2005-2010年中国无线导航用户规模 254

图表：2008年北京奥运会交通信息项目规划一览 255

图表：地理信息系统建立过程 278

图表：GIS设计与开发周期的各个阶段 281

图表：地理信息系统主要图形输出设备一览表 282

图表：SuperMap开放的GIS理念 321

图表：共相式GIS软件的体系结构 322

图表：SuperMapGIS2008产品线 324

图表：SuperMapGIS产品的发展历程 324

图表：SuperMapGIS产品定位与用户 326

图表：中地软件7.0版平台产品体系 345

图表：超图公司关联企业 360

图表：超图公司内部架构 361

图表：武汉中地数码MAPGIS系列软件应用领域 368

图表：武汉中地数码全国市场网络 369

图表：2009年上半年车载导航市场图商份额 383

图表：吉威数源公司分布 403

图表：吉威数源业务架构图 404

图表：GoogleMapsStreetview效果图 413

图表：2009年11月份工业产出增长速度 427

图表：2009年11月发电量、粗钢产量增速 428

图表：2009年11月轻、重工业恢复情况 430

图表：2009年11月份CPI、PPI环比增幅 430

图表：2009年11月CPI、PPI对比 432

图表：2009年CPI、PPI环比增幅 432

图表：2009年11月M1增速 433

图表：2009年11月流通速度与生产速度 434

图表：2009年11月份新增短期和中长期贷款 435

图表：2009年11月固定资产投资累计增速（1） 435

图表：2009年11月固定资产投资累计增速（2） 436

图表：2009年11月地方项目投资 436

图表：2009年11月新开工和施工投资增速 437

图表：2009年11月利用外资情况 437

图表：2009年11月份零售额增速 438

图表：2009年11月进出口同比增幅 438

图表：2009年11月进出口环比增幅 439

图表：2004-2008年我国农村居民人均纯收入及其增长速度 449

图表：2004-2008年我国城镇居民人均可支配收入及其增长速度 449

图表：2009年6月我国商品零售价格分类指数 452

图表：2009年7月我国商品零售价格分类指数 452

图表：2009年8月我国商品零售价格分类指数 453

图表：2009年9月我国商品零售价格分类指数 453

图表：2009年10月我国商品零售价格分类指数 454

图表：2008年1月我国消费者信心指数 454

图表：2008年2月我国消费者信心指数 454

图表：2008年3月我国消费者信心指数 454

图表：2008年4月我国消费者信心指数 454

图表：2008年5月我国消费者信心指数 455

图表：2008年6月我国消费者信心指数 455

图表：2008年7月我国消费者信心指数 455

图表：2008年8月我国消费者信心指数 455

图表：2008年9月我国消费者信心指数 455

图表：2008年10月我国消费者信心指数 455

图表：2008年11月我国消费者信心指数 456

图表：2008年12月我国消费者信心指数 456

图表：2009年1月我国消费者信心指数 456

图表：2009年2月我国消费者信心指数 456

图表：2009年3月我国消费者信心指数 456

图表：2009年4月我国消费者信心指数 456

图表：2009年5月我国消费者信心指数 456

图表：2009年6月我国消费者信心指数 457

图表：2009年7月我国消费者信心指数 457

图表：2009年8月我国消费者信心指数 457

图表：2009年9月我国消费者信心指数 457

图表：2009年10月我国消费者信心指数 457

图表：2009年1月我国居民消费价格分类指数 458

图表：2009年2月我国居民消费价格分类指数 458

图表：2009年3月我国居民消费价格分类指数 458

图表：2009年4月我国居民消费价格分类指数 459

图表：2009年5月我国居民消费价格分类指数 459

图表：2009年6月我国居民消费价格分类指数 460

图表：2009年7月我国居民消费价格分类指数 460

图表：2009年8月我国居民消费价格分类指数 460

图表：2009年1月我国各地居民消费价格指数（一） 461

图表：2009年1月我国各地居民消费价格指数（二） 461

图表：2009年1月我国各地居民消费价格指数（三） 461

图表：2009年1月我国各地居民消费价格指数（四） 461

图表：2009年1月我国各地居民消费价格指数（五） 462

图表：2009年2月我国各地居民消费价格指数（一） 462

图表：2009年2月我国各地居民消费价格指数（二） 462

图表：2009年2月我国各地居民消费价格指数（三） 462

图表：2009年2月我国各地居民消费价格指数（四） 463

图表：2009年2月我国各地居民消费价格指数（五） 463

图表：2009年3月我国各地居民消费价格指数（一） 463

图表：2009年3月我国各地居民消费价格指数（二） 463

图表：2009年3月我国各地居民消费价格指数（三） 464

图表：2009年3月我国各地居民消费价格指数（四） 464

图表：2009年3月我国各地居民消费价格指数（五） 464

图表：2009年4月我国各地居民消费价格指数（一） 464

图表：2009年4月我国各地居民消费价格指数（二） 465

图表：2009年4月我国各地居民消费价格指数（三） 465

图表：2009年4月我国各地居民消费价格指数（四） 465

图表：2009年4月我国各地居民消费价格指数（五） 466

图表：2009年5月我国各地居民消费价格指数（一） 466

图表：2009年5月我国各地居民消费价格指数（二） 466

图表：2009年5月我国各地居民消费价格指数（三） 466

图表：2009年5月我国各地居民消费价格指数（四） 467

图表：2009年5月我国各地居民消费价格指数（五） 467

图表：2009年6月我国各地居民消费价格指数（一） 467

图表：2009年6月我国各地居民消费价格指数（二） 467

图表：2009年6月我国各地居民消费价格指数（三） 468

图表：2009年6月我国各地居民消费价格指数（四） 468

图表：2009年6月我国各地居民消费价格指数（五） 468

图表：2009年7月我国各地居民消费价格指数（一） 468

图表：2009年7月我国各地居民消费价格指数（二） 469

图表：2009年7月我国各地居民消费价格指数（三） 469

图表：2009年7月我国各地居民消费价格指数（四） 469

图表：2009年7月我国各地居民消费价格指数（五） 469

图表：2009年8月我国各地居民消费价格指数（一） 470

图表：2009年8月我国各地居民消费价格指数（二） 470

图表：2009年8月我国各地居民消费价格指数（三） 470

图表：2009年8月我国各地居民消费价格指数（四） 470

图表：2009年8月我国各地居民消费价格指数（五） 471

图表：2009年1月我国社会消费品零售总额情况 471

图表：2009年2月我国社会消费品零售总额情况 472

图表：2009年3月我国社会消费品零售总额情况 472

图表：2009年4月我国社会消费品零售总额情况 473

图表：2009年5月我国社会消费品零售总额情况 473

图表：2009年6月我国社会消费品零售总额情况 474

图表：2009年7月我国社会消费品零售总额情况 474

图表：2009年8月我国社会消费品零售总额情况 475

图表：区域发展战略咨询流程图 504

图表：区域SWOT战略分析图 504

详细请访问：<http://www.cction.com/report/200912/33242.html>