

# 2022-2028年中国基于移动互联网的LBS应用行业发展趋势与市场年度调研报告

## 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

《2022-2028年中国基于移动互联网的LBS应用行业发展趋势与市场年度调研报告》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/202203/278616.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

中企顾问网发布的《2022-2028年中国基于移动互联网的LBS应用行业发展趋势与市场年度调研报告》共九章。首先介绍了基于移动互联网的LBS应用行业市场发展环境、基于移动互联网的LBS应用整体运行态势等，接着分析了基于移动互联网的LBS应用行业市场运行的现状，然后介绍了基于移动互联网的LBS应用市场竞争格局。随后，报告对基于移动互联网的LBS应用做了重点企业经营状况分析，最后分析了基于移动互联网的LBS应用行业发展趋势与投资预测。您若想对基于移动互联网的LBS应用产业有个系统的了解或者想投资基于移动互联网的LBS应用行业，本报告是您不可或缺的重要工具。

本研究报告数据主要采用国家统计局数据，海关总署，问卷调查数据，商务部采集数据等数据库。其中宏观经济数据主要来自国家统计局，部分行业统计数据主要来自国家统计局及市场调研数据，企业数据主要来自于国统计局规模企业统计数据库及证券交易所等，价格数据主要来自于各类市场监测数据库。

报告目录：

### 第1章 概述

#### 1.1 LBS概念

##### 1.1.1 LBS定义

##### 1.1.2 LBS业务分类

##### 1.1.3 LBS业务特点

#### 1.2 LBS技术

##### 1.2.1 移动定位技术的分类

##### 1.2.2 基于移动通信的定位方法

##### 1.2.3 移动定位技术比较

#### 1.3 LBS系统介绍

##### 1.3.1 LBS系统的组成部分

##### 1.3.2 LBS应用的软环境

##### 1.3.3 LBS运营中心的搭建

##### 1.3.4 LBS应用服务

##### 1.3.5 LBS平台介绍

### 第2章 运营商LBS初级应用及经验借鉴

- 2.1 海外代表运营商应用渊源
- 2.2 我国运营商LBS战略发展分析
  - 2.2.1 中国移动
    - 2.2.1.1 中国移动移动互联网战略全景诠释
    - 2.2.1.2 中国移动基于飞信的地理位置服务
    - 2.2.1.3 MM的移动互联网平台的资源聚合
  - 2.2.2 中国电信
    - 2.2.2.1 中国电信移动互联网战略框架
    - 2.2.2.2 中国电信“天翼空间”运营状态
    - 2.2.2.3 中国电信“天翼+号百”的LBS
  - 2.2.3 中国联通
    - 2.2.3.1 中国联通移动互联网战略动态
    - 2.2.3.2 中国联通移动互联网发展策略
- 2.3 运营商在LBSNS中的角色定位
- 2.4 运营商与服务商间的利害关系

### 第3章 终端厂商的价值链渗透

- 3.1 终端厂商价值链地位的转变
- 3.2 智能终端操作系统市场现状
- 3.3 LBS应用客户端适配情况

### 第4章 图资信息提供者的参与价值

- 4.1 图资信息市场现状
- 4.2 图资信息供需缺口

### 第5章 海外LBS应用的业务形态

- 5.1 美国LBSNS市场竞争综述
- 5.2. Foursquare的运营详解
  - 5.2.1 运营模式详解
    - 5.2.1.1 运营架构
    - 5.2.1.2 盈利途径
  - 5.2.2 运营业绩综评

### 5.2.3 规划趋势走向

## 5.3 其他基于LBS平台的特色服务商

### 5.3.1 Gowalla

### 5.3.2 Facebook Places

### 5.3.3 Layar

### 5.3.4 Loopt

### 5.3.5 Getyowza

### 5.3.6 Twitter

### 5.3.7 Google Buzz

### 5.3.8 FootFeed.com

### 5.3.9 My Town

### 5.3.10 GroupTabs

## 第6章 LBS市场发展环境影响分析

### 6.1 中美市场发展环境对比分析

#### 6.1.1 智能终端的普及对比

#### 6.1.2 用户接受程度对比

#### 6.1.3 市场竞争环境对比

##### 6.1.3.1 竞争秩序对比

##### 6.1.3.2 监管环境对比

### 6.2 我国LBS外围环境影响分析

#### 6.2.1 我国互联网行业竞争环境分析

#### 6.2.3 移动互联网应用的发展规律及趋势

##### 6.2.3.1 平台化与垂直化不断裂变整合

##### 6.2.3.2 移动互联网的趋势——平台为王

##### 6.2.3.3 虚拟与实体的整合，新经济与传统经济的融合互动

##### 6.2.3.4 共生型平台让用户与开发者同时自我实现

## 第7章 基于“chick in”的商业模式探索

### 7.1 LBS的竞争形势及格局

### 7.2 LBS功能整合与案例分析

#### 7.2.1 类foursquare模式

- 7.2.1.1 贝多&mdash;&mdash;开开
- 7.2.1.2 玩转四方
- 7.2.1.3 街旁
- 7.2.1.4 嘀咕网
- 7.2.2 LBS+SNS模式
  - 7.2.2.1 人人网&mdash;&mdash;&ldquo;人人报道&rdquo;
  - 7.2.2.2 大众点评
- 7.2.3 LBS+团购
  - 7.2.3.1 拉手四方
- 7.2.4 LBS+微博
- 7.2.5 LBS+游戏
  - 7.2.5.1 16fun
  - 7.2.5.2 盛大切客网
- 7.2.6 LBS+搜索
  - 7.2.6.1 百度身边
  - 7.2.6.2 有道&ldquo;八方&rdquo;

## 第8章 LBS盈利模式探讨

- 8.1 &ldquo;差异服务&rdquo;与&ldquo;将免费进行到底&rdquo;
- 8.2 基于LBS的信息推送

## 第9章 LBS发展对策分析

- 9.1 对LBS用户的深刻理解
  - 9.1.1 LBS用户特点
  - 9.1.2 中国网民的实体关系网
- 9.2 基于移动互联网的LBS应用发展趋向
- 9.3 国内LBS服务商生存及成长对策
  - 9.3.1 国内类foursquare企业命运走向
  - 9.3.2 后chick in时代的创新推进
    - 9.3.2.1 基于实体关系网的信息推送
    - 9.3.2.2 赋予&ldquo;chick in&rdquo;更大的动力
    - 9.3.2.3 提升LBS应用的&ldquo;产品气质&rdquo;

- 9.3.2.4 关于地理围栏 ( geofence )
- 9.3.3 抵御大型互联网企业的复制
- 9.3.4 关于“用户黏性”;
- 9.4 创新营销案例分享
  - 9.4.1 Yobongo的“LBS +IM”模式
  - 9.4.2 MINI Countryman LBS营销推广
  - 9.4.3 Nokia的OVi地图应用服务推广
  - 9.4.5 Jimmy Choo Trainer也“签到”;

图表目录：

图表：无线E911第二版定位方式

图表：NTTdocomo的定位业务发展历程

图表：KDDI的LBS业务应用及推广

图表：韩国电信运营商基于LBS业务的发展状况

图表：我国电信运营商LBS业务发展历程

图表：中国电信移动互联网战略

图表：中国联通引入互联网合作伙伴策略

图表：中国联通互联网意向合作伙伴

图表：中国联通移动互联网业务及产品拓展策略

图表：中国联通移动互联网融合产品开发策略

图表：大数据流成为移动互联网时代电信业发展趋势

图表：移动互联网时代电信业价值链分配的转变

图表：苹果智能终端变革电信产业链

图表：App Store业务总流程示意图

图表：2015-2019年全球各智能操作系统手机销量占比变化

图表：2015-2019年全球各操作系统智能手机销量数据

图表：按操作系统划分的中国智能手机市场细分

图表：代表性LBS应用支持终端系统

图表：各终端操作系统产生的页面流量占比

图表：国内 LBS 领域导航电子地图竞争结构分析

图表：代表性导航软件使用率对比

图表：美国基于地理位置社交服务市场竞争格局分析

图表：Foursquare服务应用类型  
图表：Foursquare商业模式概览  
图表：Foursquare模式六要素  
图表：Foursquare的LBS应用运营体系架构示意图  
图表：Foursquare应用服务类型分布  
图表：Foursquare移动应用费用分布  
图表：Foursquare创新的商业广告模式  
图表：Foursquare广告投放方式及代表性客户  
图表：Foursquare页面广告形式  
图表：Foursquare网页WEB徽章广告形式  
图表：Foursquare手机客户端徽章广告形式  
图表：Foursquare的百事捐赠活动界面  
图表：Foursquare融资情况  
图表：2019年Foursquare用户访问量变化走势  
图表：Foursquare访问量地域分布比例  
图表：Foursquare服务覆盖城市数量地域分布  
更多图表见正文&hellip;&hellip;

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202203/278616.html>