

2022-2028年中国移动客服 (手机切客服务)产业发展现状与投资战略报告

报告目录及图表目录

北京迪索共研咨询有限公司

www.cction.com

一、报告报价

《2022-2028年中国移动客服（手机切客服务）产业发展现状与投资战略报告》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/202110/245802.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

通过软件将客户服务集成至用户应用，客户服务人员可通过电脑端管理多渠道的用户服务请求，通过机器学习等工具实现客户服务的自动化智能化。

目前移动客服市场主要可分为三类，一是企业自建平台，如淘宝、去哪儿；二是使用自建平台的同时，将此平台也开放给第三方进行使用，如京东JIMI智能客服机器人；三是第三方平台，如环信、网易七鱼、Udesk等。

移动客服需求分类

- 1 以降低成本、增加利润为中心
- 2 以客户为中心，提升用户体验，增加订单，减少流单
- 3 信息化、移动化办公的需求
- 4 统计监控和数据收集、分析

移动客服核心

- 1 节约人工、运营成本提升企业内部、企业与客户的有效沟通为企业带来更多盈利机会
- 2 以客户为中心的移动客服体系确保客户留存率为企业的长远发展打下基础

数据来源：公开资料整理

中企顾问网发布的《2022-2028年中国移动客服（手机切客服务）产业发展现状与投资战略报告》共六章。首先介绍了移动客服（手机切客服务）行业市场发展环境、移动客服（手机切客服务）整体运行态势等，接着分析了移动客服（手机切客服务）行业市场运行的现状，然后介绍了移动客服（手机切客服务）市场竞争格局。随后，报告对移动客服（手机切客服务）做了重点企业经营状况分析，最后分析了移动客服（手机切客服务）行业发展趋势与投资预测。您若想对移动客服（手机切客服务）产业有个系统的了解或者想投资移动客服（手机切客服务）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家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：

第一章2019年全球切客(LBS)市场发展状况分析

1.1LBS的概念与特点

1.2LBS业务特点与技术支撑研究

1.2.1LBS业务对于覆盖率环境要求研究

1.2.2LBS技术的定位精度状况

1.2.3LBS定位技术状况

1.3LBS服务的科学工作流程研究

1.4全球LBS技术发展水平与状况

- 1.4.1移动互联技术研究
- 1.4.2无线定位技术研究
- 1.4.3地理信息系统研究
- 1.5全球LBS市场发展状况
 - 1.5.1全球LBS市场规模与增长状况
 - 1.5.2LBS领域新技术应用状况
 - 1.5.3LBS服务全球发展水平分析
 - 1.5.4位置服务产业链系统的应用前景研究
 - 1.5.5GPS手机拓展位置服务增值市场状况

第二章中国位置服务市场状况

- 2.1中国移动位置服务的发展历程研究
- 2.2中国位置服务市场规模与增长状况
 - 2.2.12015-2019年中国LBS市场规模与增长状况
 - 2.2.2中国位置服务产品价格走势研究
 - 2.2.3中国位置服务市场的基本特征研究
- 2.3中国位置服务市场结构分析
 - 2.3.1中国位置服务终端产品结构分析
 - 2.3.2中国位置服务功能结构分析
 - 2.3.3中国位置服务的通道结构分析
 - 2.3.4中国运营商位置服务收入结构分析
- 2.4 中国位置服务产业市场环境分析
 - 2.4.1国内经济背景与中国位置服务产业市场环境研究
 - 2.4.2中国移动互联网环境下的LBS前景分析
 - 2.4.2.1社会发展对位置服务需求状况
 - 2.4.2.2个人用户对位置服务需求状况
 - 2.4.2.3汽车出行对于位置服务发展需求状况
 - 2.4.2.5手机GPS市场与位置服务关系研究
- 2.5中国位置服务市场环境屏障分析
- 2.6中国位置服务现状综合分析
 - 2.6.1中国位置服务用户需求状况分析
 - 2.6.2中国地图与POI数据现状分析

- 2.6.3中国位置服务增值应用状况研究
- 2.6.4中国位置服务定位精度与终端供给状况分析
- 2.6.5地图基础服务与版权保护状况研究
- 2.6.5地图基础服务遭遇强版权保护尴尬
- 2.7中国电信运营商位置服务运作状况
- 2.7.1中国移动位置服务运作状况
- 2.7.2中国联通位置服务运作状况
- 2.7.3诺基亚位置服务运作状况
- 2.7.4谷歌位置服务运作状况

第三章 2015-2019年中国位置服务市场趋势分析

- 3.1中国位置服务终端设备市场状况
- 3.1.1车载GPS系统市场状况
- 3.1.2PND市场状况
- 3.1.3GPS手机市场状况
- 3.1.4普通手机位置服务状况
- 3.2中国位置服务设备实现功能分析
- 3.3中国位置服务定位技术状况
- 3.3.1基于网络的定位技术分析
- 3.3.2基于终端的定位技术分析
- 3.3.3混合无线定位技术分析
- 3.4中国位置服务消费模式与变化趋势研究

第四章2019年中国位置服务发展新景象

- 4.1中国切客的诞生与成长环境
- 4.2中国切客模式研究与趋势探索
- 4.2.1切客与社区网络发展关系研究
- 4.2.2切客与传统社交网络关系研究
- 4.2.3切客产品的社交好友关系研究
- 4.3Foursquare模式对中国切客市场的借鉴意义研究
- 4.4Foursquare模式的中国探索
- 4.5国内切客服务网站及其状况分析

- 4.5.12019年中国切客服务网站现状
- 4.5.2中国手机切客服务品牌市场状况研究
- 4.6未来中国切客市场发展趋势研究
 - 4.6.1基于定制终端的整合应用前景分析
 - 4.6.2切客服务娱乐、监控应用发展趋势分析
 - 4.6.3切客市场竞争与产业关系研究
 - 4.6.4切客用户隐私和标注管理问题研究
- 4.7中国切客市场健康发展所必须依赖的产业策略建议
 - 4.7.1对电信运营商建议
 - 4.7.2对位置服务提供商建议
 - 4.7.3 对位置服务设备制造商建议
- 4.8国内地理位置服务模式新尝试
 - 4.8.1模式一LBSSNS：走文艺范儿的街旁
 - 4.8.2模式二GrouponLBS：拉手尝试深度融合，位置服务与团购结合
 - 4.8.3 模式三GameLBS：16Fun试水手机游戏

第五章中国手机位置服务用户基本状况及消费习惯行为调查

- 5.1中国位置服务用户基本状况
 - 5.1.1中国位置服务使用经历调查
 - 5.1.2中国手机位置服务用户年龄结构调查
 - 5.1.3中国手机位置服务用户性别比例调查
 - 5.1.4中国手机位置服务用户区域分布状况调查
 - 5.1.5中国手机位置服务用户学历水平分布状况调查
 - 5.1.6中国手机位置服务用户职业分布状况调查
 - 5.1.7中国手机位置服务用户使用频率调查
 - 5.1.8中国手机位置服务用户使用过的功能调查
 - 5.1.9中国手机位置服务几大常用功能的频率调查
- 5.2中国手机位置服务用户消费习惯行为调查
 - 5.2.1用户手机位置服务产品的消费状况调查
 - 5.2.2中国手机位置服务用户每月消费额调查
 - 5.2.3中国手机位置服务用户期望包月服务价格

第六章全球最新流行位置服务企业案例剖析（ ）

6.1Foursquare

6.2切客网

6.3Layar

6.4Googlebuzz

6.5Brightkite

6.3Layar

6.4Googlebuzz

6.5Brightkite

6.6Loopt

6.7Gowalla

6.8大众点评

6.9嘀咕网（ ）

图表目录：

图1-1美国FCC公司针对不同用户推出的精度服务

图1-2混合定位技术代表-GpsOne定位原理示意图

图1-3位置服务系统工作的主要流程示意图

图1-4全球普遍应用的三种无线定位技术比较

图1-52015-2019年全球LBS总收入发展趋势

图1-62019年全球位置服务市场区域分布结构

图1-7手机位置服务产业链结构剖析图

图2-1中国位置服务市场发展阶段研究

图2-22015-2019年中国位置服务市场规模变化趋势

图2-32015-2019年中国位置服务用户规模发展趋势

图2-4中国与欧美等发达国家LBS业务对比

图2-5手机位置服务业务流剖析图

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202110/245802.html>