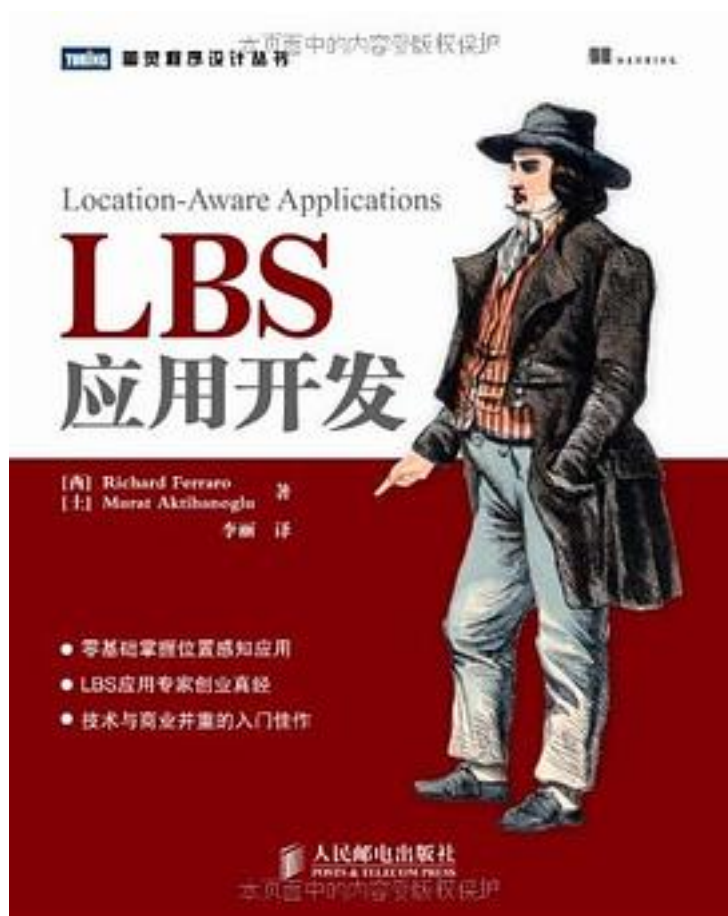


LBS应用开发



[LBS应用开发_下载链接1](#)

著者:[西] Richard Ferraro

出版者:人民邮电出版社

出版时间:2012-11

装帧:平装

isbn:9787115295347

《LBS应用开发/图灵程序设计丛书》编著者Richard Ferraro、Murat Aktihanoglu。

《LBS应用开发/图灵程序设计丛书》分为三部分，第一部分主要从宏观角度介绍位置感知及LBS应用，第二部分介绍与开发LBS应用相关的技术，第三部分讨论基于LBS应

用的商业和创业。从介绍LBS的概念入手，《LBS应用开发》涵盖了定位技术、地图选择、应用类型、移动平台、连接问题、服务器端整合，还为创业者提供了商业建议，涉及如何创收、保护隐私、发布应用、保护知识产权和寻求风险投资等内容。

《图灵程序设计丛书：LBS应用开发》适合移动应用设计开发人员和有志在移动大潮中成功创业的各领域人士阅读。

作者介绍:

Richard Ferraro 现任Golden Gekko公司(<http://www.goldengekko.com/>) 销售副总裁及移动业务发展总监，该公司是全球领先的移动应用方案提供商。Richard此前是LBS创业公司GeoMe Mobile创始人，他拥有阿尔塔行政管理学院国际工商管理硕士学位。

Murat Aktihanoglu 风险投资公司Entrepreneurs Roundtable Accelerator(<http://eranyc.com/>) 创始人，该公司拥有120名创业导师、10位运营合作伙伴，为互联网及移动创业公司提供免费的办公场所、服务和指导。Murat毕业于土耳其毕尔肯大学。

目录: 目 录

第一部分 LBS蓝图

第1章 基于位置的服务 2

1.1 什么是基于位置的服务 2

1.2 商业LBS和用户LBS 6

1.2.1 GPS在交通运输业 6

1.2.2 GPS与RFID对比 6

1.2.3 紧急响应服务 7

1.2.4 服务定位软件的应用 8

1.2.5 社交网络应用 8

1.3 移动LBS在发展中遇到的挑战 9

1.3.1 访问成本 10

1.3.2 手机厂商和运营商 10

1.3.3 隐私立法和公众认知 11

1.4 LBS未来的机遇 12

1.5 小结 16

第2章 定位技术 17

2.1 什么是定位技术 18

2.1.1 基站三角测量 18

2.1.2 卫星导航GPS 19

2.1.3 标准GPS 20

2.1.4 辅助GPS 21

2.1.5 蓝牙或独立式GPS 22

2.2 小区识别码 (Cell ID) 23

2.3 无线定位系统 26

2.4 新定位方法 28

2.4.1 混合定位技术 28

2.4.2 P-Cell 技术 29

2.4.3 IMU技术 29

2.4.4 推拉机制 30

2.5 小结 31

第3章 地图 32

3.1 地图API 33

3.2 地图API比较	36
3.2.1 MapQuest	37
3.2.2 Google Maps	38
3.2.3 Bing Maps	39
3.2.4 Yahoo! Maps	41
3.2.5 CloudMade	42
3.2.6 Mapstraction	43
3.2.7 关于许可	45
3.3 地图供应商	46
3.3.1 NAVTEQ	46
3.3.2 Tele Atlas	47
3.3.3 OpenStreetMap	49
3.4 基于浏览器的位置	50
3.4.1 Fire Eagle	50
3.4.2 Loki	51
3.4.3 Geode	53
3.4.4 原生浏览器支持	54
3.5 小结	54
第4章 内容选择	56
4.1 内容许可证	56
4.2 内容分发格式	58
4.2.1 GeoRSS	58
4.2.2 GeoJSON	60
4.2.3 KML	61
4.3 第三方许可内容	62
4.4 用户生成的内容	63
4.4.1 隐私	64
4.4.2 质量	64
4.4.3 版权问题	65
4.4.4 实施和性能	65
4.5 Mashups (混搭网站)	65
4.5.1 消费者混搭网站	66
4.5.2 数据混搭网站	67
4.5.3 商业混搭网站	68
4.6 混搭网站编码实例	69
4.6.1 使用KML	70
4.6.2 使用JavaScript	71
4.7 小结	75
第二部分 技术	
第5章 消费者应用	78
5.1 目标导航	79
5.1.1 智能手机上的GPS辅助导航Telmap	79
5.1.2 基于Nokia手机的GPS辅助导航Ovi Maps	80
5.1.3 创建导航部件平台uLocate	81
5.1.4 Google的(免费)地图导航	83
5.2 与他人或当地联系	84
5.2.1 用有地理标记的相片编故事的Whrrl	85
5.2.2 让位置进入主流的Loopt	87
5.2.3 让LBS服务全球的GyPSii	88
5.2.4 使LBS更容易的Sniff	89
5.2.5 通过LBS贯穿真实和虚拟世界的Friendticker	89
5.3 娱乐或游戏	94
5.3.1 位置感知冒险游戏GPS Mission	94
5.3.2 位置感知寻宝藏游戏Geocaching	95

5.3.3 基于位置的社交网络游戏	96
5.4 前沿应用	99
5.4.1 增强现实	99
5.4.2 Layar: AR 浏览的拓荒者	100
5.5 小结	105
第6章 移动平台	106
6.1 移动电话行业动态	106
6.2 移动开发技术与发行方式的变化	108
6.3 Java ME	109
6.4 Symbian	110
6.5 iPhone 和 iPad	113
6.5.1 iOS开发工具的限制条件	115
6.5.2 简单的iPhone应用	116
6.5.3 Apple App Store	121
6.6 Android	122
6.6.1 简单的Android 应用	124
6.6.2 Android Market	126
6.7 webOS	126
6.8 BlackBerry OS	128
6.9 Windows Mobile	130
6.10 LiMo	131
6.11 MeeGo	131
6.12 BREW	133
6.13 移动开发框架	134
6.13.1 PhoneGap	134
6.13.2 Kyte 移动应用程序框架	134
6.13.3 Big5	134
6.13.4 Titanium Mobile	135
6.13.5 QuickConnect	135
6.13.6 Rhodes 框架	135
6.14 测试	135
6.15 小结	136
第7章 连接问题	137
7.1 连接中的关键成功因素	137
7.1.1 智能手机	138
7.1.2 功能手机	139
7.2 位置数据的安全性	139
7.2.1 缓冲位置文件	140
7.2.2 数据库服务器	140
7.3 位置感知平台实例	140
7.3.1 iPhone和iPad实例	141
7.3.2 Android实例	141
7.3.3 Java ME实例	143
7.3.4 Palm webOS实例	143
7.4 小结	144
第8章 服务器端集成	145
8.1 服务器的功能	145
8.2 服务器API	147
8.2.1 REST	147
8.2.2 XML数据交换格式	148
8.2.3 JSON数据交换格式	149
8.3 空间数据库	149
8.3.1 PostgreSQL和PostGIS	150
8.3.2 MySQL空间支持	151

8.3.3 Microsoft SQL Server空间支持	152
8.3.4 Oracle空间	153
8.3.5 IBM DB2 Spatial Extender	154
8.4 性能	154
8.5 返回POI示例	156
8.6 第三方LBS服务器	157
8.6.1 MapServer	157
8.6.2 ESRI ArcGIS Server	158
8.6.3 Maptitude	158
8.6.4 GeoMedia	159
8.6.5 MapInfo Professional	160
8.6.6 Microsoft MapPoint	160
8.7 小结	161
第三部分 LBS应用商业化	
第9章 LBS商业化	164
9.1 消费者是收入的来源	165
9.1.1 计费网关	165
9.1.2 程序内收费	168
9.2 企业是收入的来源	175
9.2.1 版面费用	176
9.2.2 位置数据收费	183
9.3 把知识产权转化为财富	185
9.3.1 许可	185
9.3.2 贴标签	185
9.4 小结	186
第10章 隐私之争	187
10.1 到底什么是隐私	188
10.2 隐私之争	189
10.2.1 隐私威胁	190
10.2.2 位置推与拉	192
10.3 谁在管理LBS隐私	194
10.4 隐私立法	195
10.4.1 避开数据隐私陷阱	195
10.4.2 移动电话产业协会的最佳实践指南	197
10.5 遵守隐私法规	198
10.5.1 设置用户资料	199
10.5.2 选择加入屏幕	199
10.5.3 不确切的位置	201
10.5.4 服务条款	201
10.5.5 地理围栏	201
10.6 小结	202
第11章 应用分销	203
11.1 产品好不好，要看卖得好不好	203
11.2 发布应用	206
11.2.1 应用商店概况	206
11.2.2 怎样在商店中发布应用	210
11.3 应用商店的可发现性	216
11.3.1 应用评论	217
11.3.2 应用排名	217
11.3.3 应用分析	219
11.3.4 应用可发现性	220
11.4 通过第三方分销	221
11.4.1 通过内容合作者分销	222
11.4.2 通过口碑销售	223

- 11.5 小结 224
- 第12章 坚守你的商业理想 225
 - 12.1 战略规划 225
 - 12.1.1 选择正确的经营策略 225
 - 12.1.2 制订营销策略：商业计划 228
 - 12.1.3 发展策略：外部合作伙伴 229
 - 12.2 寻找投资 230
 - 12.2.1 匹配业务发展阶段的投资 230
 - 12.2.2 引导性资助 231
 - 12.2.3 朋友、家庭和傻瓜资助 232
 - 12.2.4 天使投资人 232
 - 12.2.5 风险投资家 232
 - 12.3 固守你的经营策略 236
 - 12.3.1 商标注册和品牌保护 237
 - 12.3.2 为你的成果申请专利 238
 - 12.4 小结 241
- 附录A 第2章中用到的Java示例代码 242
- 附录B 商业计划大纲 243
- 附录C 投资建议书（样本） 245
- • • • • [\(收起\)](#)

[LBS应用开发_下载链接1](#)

标签

LBS

GIS

软件开发

计算机科学

图灵程序设计丛书

商业

网络编程

计算机

评论

弱

泛，啥都讲了，但不深入

非技术书籍！ 鉴定完毕～

基本是谈商业的，技术方面只是抄了点示例代码。

一翻而过， 没有做多大的停留。 这次lbs类买了4本书， 也都不是我喜欢的。

现在了解科技内容，就是不能看书。等书写好翻译好出版好了，这个世界都已经向前跑出了九条街了。

还可以，找到了一些我想要的东西。只不过翻译得不够好。

目录的价值比书的内容更有价值

对技术来说， 没看到多少有用的

除了前两章理论部分稍有价值，后面的章节基本找不到有价值的内容

[LBS应用开发_下载链接1](#)

书评

一本讲述 LBS 产品、技术路线、商业模式的书。
书中没有太多关注技术细节的书，用作进行LBS技术选型、业务参考的，非常不错，唯一的缺点是，书写于2011年，移动应用的情况又有所变化。 Location-Aware Applications（以下简称LAS或LBS），最主要的是解决三个问题 1.我在哪？ ...

因为不是开发人员，所以我的关注点在于“应用”。
有些启发点，但不够多，其实LBS是非常有益的智能手机特性，按说有更多文章可做，这本书从应用到开发，好处是全，缺点是深度不够。
比如LBS结合企业内部的应用，有很大的想象空间。结合商业场景，也是这样，但书中给出的例证...

[LBS应用开发_下载链接1](#)