

# 2019年中国手机地图行业分析报告- 行业深度调研与发展商机研究

报告大纲

观研报告网

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

## 一、报告简介

观研报告网发布的《2019年中国手机地图行业分析报告-行业深度调研与发展商机研究》涵盖行业最新数据，市场热点，政策规划，竞争情报，市场前景预测，投资策略等内容。更辅以大量直观的图表帮助本行业企业准确把握行业发展态势、市场商机动向、正确制定企业竞争战略和投资策略。本报告依据国家统计局、海关总署和国家信息中心等渠道发布的权威数据，以及我中心对本行业的实地调研，结合了行业所处的环境，从理论到实践、从宏观到微观等多个角度进行市场调研分析。

官网地址：<http://baogao.chinabaogao.com/shoujidianhua/401059401059.html>

报告价格：电子版: 7200元 纸介版：7200元 电子和纸介版: 7500

订购电话: 400-007-6266 010-86223221

电子邮箱: sale@chinabaogao.com

联系人: 客服

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、报告目录及图表目录

从2015年以来，我国手机地图用户规模呈稳定上涨的态势，按季度发展情况来看，2015年第四季度到2017年第三季度，手机地图用户规模从6.05亿人上涨到了6.97亿人；从增速来看，整体上季度增速呈向下的趋势，2016年第一季度增速3.97%是近两年来季度最高增速，2016年2季度之后，增速开始进入2%及以下的发展水平。截至2017年第三季度，我国手机地图的用户规模为6.97亿人，增长率为1.60%。

### 2015-2017年中国手机地图用户规模

数据来源：工信部

#### 手机地图市场增速分析

从我国互联网普及程度以及智能手机普及程度开始飞速发展开始，手机地图用户规模的增长也迎来了飞速发展期。进入2013年之后，用户规模基数过大，增速开始回落。从2012年到2017年三季度，我国手机地图用户规模增速从104.40%下降到6.57%。

### 2012-2017年我国手机地图用户市场规模市场增速变动情况（单位：%）

数据来源：工信部

#### 手机地图用户粘性分析

从我国手机地图用户粘性指数方面来看，高德地图用户粘性指数达8.8，位列首位，百度地图和搜狗地图位列二三位。从手机地图用户粘性指数的计算公式来看，手机地图的用户粘性跟用户的使用频率以及使用时间长具有极为紧密的联系，从根本上来说，用户对手机地图的粘性间接代表了手机地图核心业务的品质，只有在客户手机地图的认可度高才会产生较高的粘性。在这一方面，高德地图在本身核心业务过硬的前提下，依托阿里资源，为用户提供智能化、个性化的地图服务，用户好感度以及用户粘性较高。

### 中国主要手机地图用户黏性指数

数据来源：工信部

#### 手机地图使用频率分析

从手机地图使用频率的数据中可知：用户中每天都用手机地图的占比为17.30%；28.90%和22.40%的用户分别可以在每周里使用1-3次和3-4次；28.9%的用户每周使用1-3次；22.4%的用户每周使用3-4次。

随着我国手机地图各APP功能的逐渐丰富，大部分手机地图都已经不是单一的地图服务，还是包含吃、穿、住等在内的各项服务，将地图与该类产业进行融合能更好的为客户提供业务。可以预见的是，地图APP功能的完善，用户在非地图服务的使用频次上将持续增长。（JPTC）

手机地图使用频率情况（单位：%）

数据来源：工信部

## 【报告大纲】

### 第一章中国手机地图市场相关概述

#### 1.1手机地图三大核心竞争力分析

##### 1.1.1基础地图数据分析

##### 1.1.2用户活跃程度分析

##### 1.1.3商户资源整合分析

#### 1.2手机地图使用外部制约因素

##### 1.2.1流量资费变动形势分析

##### 1.2.2智能手机普及程度预测

##### 1.2.3当前居民消费水平分析

#### 1.3企业经营手机地图成功因素

##### 1.3.1企业品牌知名度

##### 1.3.2手机地图用户体验

##### 1.3.3手机地图操作便捷性

##### 1.3.4手机地图功能扩展性

##### 1.3.5手机地图信息丰富性

#### 1.4手机地图行业PEST分析

##### 1.4.1手机地图行业政策环境

##### 1.4.2手机地图行业经济环境

##### 1.4.3手机地图行业社会环境

##### 1.4.4手机地图行业技术环境

### 第二章中国手机地图用户调研分析

#### 2.1手机地图用户使用态度

##### 2.1.1手机地图用户满意程度

##### 2.1.2手机地图用户关注重点

##### 2.1.3用户对手机地图的选择原因

#### 2.1.4影响手机地图使用频率因素

### 2.2手机地图用户使用现状

#### 2.2.1手机地图用户规模分析

#### 2.2.2手机地图市场增速分析

#### 2.2.3手机地图用户粘性分析

#### 2.2.4手机地图使用时长分析

### 2.3手机地图内容使用情况

#### 2.3.1不同地图功能使用频率对比

#### 2.3.2用户生活服务信息使用情况

## 第三章移动互联网O2O生态圈趋势预测分析

### 3.1O2O领域基本情况分析

#### 3.1.1O2O模式发展历程分析

##### (1) O2O模式网站发展分析

##### (2) O2O商业模式发展分析

#### 3.1.2O2O领域发展现状分析

##### (1) 国内O2O领域发展现状

##### (2) 国外O2O领域发展现状

#### 3.1.3O2O新进入者所需考虑因素

#### 3.1.4O2O领域发展难点分析

### 3.2O2O细分领域发展机会

#### 3.2.1O2O细分领域成熟度对比

#### 3.2.2O2O细分领域触网时间对比

#### 3.2.3O2O细分领域影响因素分析

#### 3.2.4O2O成熟领域发展轨迹分析

#### 3.2.5O2O其他领域发展机会分析

### 3.3O2O商业盈利模式分析

#### 3.3.1O2O两大商业盈利模式分析

#### 3.3.2O2O盈利模式典型案例分析

### 3.4O2O生态圈趋势预测分析

#### 3.4.1O2O线下实体店趋势预测

#### 3.4.2移动电子商务进入前景

#### 3.4.3O2O生态圈竞争前景

#### 3.4.4O2O生态圈行业前景调研

## 第四章手机地图O2O发展行业图谱

### 4.1O2O生态链基础数据分析

#### 4.1.1手机地图数据成分分析

- (1) POI数据生产格局
- (2) UGC信息生产模式
- (3) 地图数据开发方向

#### 4.1.2手机地图登录体系分析

- (1) 手机地图登录方式
- (2) 用户ID体系应用前景

### 4.2手机地图应用场景分析

#### 4.2.1手机地图打车应用场景分析

- (1) APP打车软件用户分析
- (2) APP打车市场竞争分析
- (3) APP打车盈利模式展望
- (4) APP打车市场规模预测
- (5) 手机地图打车内容嵌入方式

#### 4.2.2手机地图餐饮应用场景分析

- (1) APP餐饮软件用户分析
- (2) APP餐饮团购收入规模
- (3) APP团购网站竞争格局
- (4) APP餐饮市场规模预测
- (5) 手机地图餐饮内容嵌入方式

#### 4.2.3手机地图娱乐应用场景分析

- (1) APP娱乐软件用户分析
- (2) APP娱乐细分市场调研
- (3) APP娱乐项目团购分析
- (4) 手机地图娱乐内容嵌入方式

#### 4.2.4手机地图购物应用场景分析

- (1) APP购物软件用户分析
- (2) APP团购收入规模分析
- (3) APP团购网站竞争格局
- (4) APP购物市场规模预测
- (5) 手机地图购物内容嵌入方式

#### 4.2.5手机地图住宿应用场景分析

- (1) APP住宿软件用户分析

- (2) APP住宿市场收入规模
- (3) APP团购网站竞争格局
- (4) APP住宿市场规模预测
- (5) 手机地图住宿内容嵌入方式

#### 4.2.6手机地图旅游应用场景分析

- (1) APP旅游软件用户分析
- (2) APP旅游团购收入规模
- (3) APP团购网站竞争格局
- (4) APP旅游市场规模预测
- (5) 手机地图旅游内容嵌入方式

#### 4.2.7其他生活服务应用场景分析

### 第五章手机地图入口O2O生态圈竞争分析

#### 5.1手机地图市场格局分析

- 5.1.1手机地图行业进入障碍
- 5.1.2手机地图用户市场份额
- 5.1.3手机地图市场竞争格局

- (1) 电信运营商
- (2) 互联网企业
- (3) 地图导航软件企业

#### 5.2BAT企业竞争优势分析

##### 5.2.1度公司竞争优势分析

- (1) 百度公司品牌特点分析
- (2) 百度公司用户特征分析
- (3) 百度公司现有资源整合
- (4) 百度公司投资收购分析
- (5) 百度公司O2O生态链设计

##### 5.2.2阿里巴巴竞争优势分析

- (1) 阿里巴巴品牌特点分析
- (2) 阿里巴巴用户特征分析
- (3) 阿里巴巴现有资源整合
- (4) 阿里巴巴投资收购分析
- (5) 阿里巴巴O2O生态链设计

##### 5.2.3腾讯公司竞争优势分析

- (1) 腾讯公司品牌特点分析

- (2) 腾讯公司用户特征分析
  - (3) 腾讯公司现有资源整合
  - (4) 腾讯公司投资收购分析
  - (5) 腾讯公司O2O生态链设计
- 5.3BAT手机地图竞争力分析
- 5.3.1BAT在O2O领域的布局分析
  - 5.3.2BAT在O2O领域的竞争策略
  - 5.3.3BAT在O2O领域的竞争焦点

## 第六章手机地图产品特色与市场预测

- 6.1度地图产品特征分析
  - 6.1.1度地图测评环境
  - 6.1.2位置收录程度分析
  - 6.1.3信息详细程度分析
  - 6.1.4其他特色功能分析
  - 6.1.5度地图主要不足
- 6.2高德地图产品特征分析
  - 6.2.1高德地图测评环境
  - 6.2.2位置收录程度分析
  - 6.2.3信息详细程度分析
  - 6.2.4其他特色功能分析
  - 6.2.5高德地图主要不足
- 6.3搜狗地图产品特征分析
  - 6.3.1搜狗地图测评环境
  - 6.3.2位置收录程度分析
  - 6.3.3信息详细程度分析
  - 6.3.4其他特色功能分析
  - 6.3.5搜狗地图主要不足
- 6.4图吧地图产品特征分析
  - 6.4.1图吧地图测评环境
  - 6.4.2位置收录程度分析
  - 6.4.3信息详细程度分析
  - 6.4.4其他特色功能分析
  - 6.4.5图吧地图主要不足
- 6.5谷歌地图产品特征分析



#### 6.5.1谷歌地图测评环境

#### 6.5.2位置收录程度分析

#### 6.5.3信息详细程度分析

#### 6.5.4其他特色功能分析

#### 6.5.5谷歌地图主要不足

#### 6.6导航犬产品特征分析

##### 6.6.1导航犬测评环境

##### 6.6.2位置收录程度分析

##### 6.6.3信息详细程度分析

##### 6.6.4其他特色功能分析

##### 6.6.5导航犬主要不足

#### 6.7腾讯地图产品特征分析

##### 6.7.1腾讯地图测评环境

##### 6.7.2位置收录程度分析

##### 6.7.3信息详细程度分析

##### 6.7.4其他特色功能分析

##### 6.7.5腾讯地图主要不足

#### 6.8和地图产品特征分析

##### 6.8.1和地图测评环境

##### 6.8.2位置收录程度分析

##### 6.8.3信息详细程度分析

##### 6.8.4其他特色功能分析

##### 6.8.5和地图主要不足

#### 6.9手机地图市场竞争结果预测

##### 6.9.1第一梯队产品预测

(1) 第一梯队产品市场份额

(2) 第一梯队产品市场策略

(3) 第一梯队产品发展计划

##### 6.9.2第二梯队产品预测

(1) 第二梯队产品市场份额

(2) 第二梯队产品市场策略

(3) 第二梯队产品发展计划

### 第七章手机地图导航企业经营状况分析

#### 7.1北京四维图新科技股份有限公司

7.1.1手机地图产品分析

7.1.2企业技术实力分析

7.1.3企业重点业绩分析

7.1.4企业经营情况分析

(1) 企业利润分析

(2) 资产负债分析

(3) 现金流量分析

(4) 主要指标分析

7.1.5企业经营优劣势分析

7.1.6企业最新发展动向

7.2高德软件有限公司

7.2.1手机地图产品分析

7.2.2企业技术实力分析

7.2.3企业重点业绩分析

7.2.4企业经营情况分析

(1) 企业利润分析

(2) 资产负债分析

(3) 现金流量分析

(4) 主要指标分析

7.2.5企业经营优劣势分析

7.2.6企业最新发展动向

7.3北京灵图软件技术有限公司

7.3.1手机地图产品分析

7.3.2企业技术实力分析

7.3.3企业重点业绩分析

7.3.4企业经营情况分析

(1) 企业利润分析

(2) 资产负债分析

(3) 现金流量分析

(4) 主要指标分析

7.3.5企业经营优劣势分析

7.3.6企业最新发展动向

7.4北京长地万方科技有限公司

7.4.1手机地图产品分析

7.4.2企业技术实力分析

#### 7.4.3企业重点业绩分析

#### 7.4.4企业经营情况分析

(1) 企业利润分析

(2) 资产负债分析

(3) 现金流量分析

(4) 主要指标分析

#### 7.4.5企业经营优劣势分析

#### 7.4.6企业最新发展动向

### 7.5深圳市凯立德科技股份有限公司

#### 7.5.1手机地图产品分析

#### 7.5.2企业技术实力分析

#### 7.5.3企业重点业绩分析

#### 7.5.4企业经营情况分析

(1) 企业利润分析

(2) 资产负债分析

(3) 现金流量分析

(4) 主要指标分析

#### 7.5.5企业经营优劣势分析

#### 7.5.6企业最新发展动向

### 7.6易图通科技(北京)有限公司

#### 7.6.1手机地图产品分析

#### 7.6.2企业技术实力分析

#### 7.6.3企业重点业绩分析

#### 7.6.4企业经营情况分析

(1) 企业利润分析

(2) 资产负债分析

(3) 现金流量分析

(4) 主要指标分析

#### 7.6.5企业经营优劣势分析

#### 7.6.6企业最新发展动向

### 7.7北京城际高科信息技术有限公司

#### 7.7.1手机地图产品分析

#### 7.7.2企业技术实力分析

#### 7.7.3企业重点业绩分析

#### 7.7.4企业经营情况分析

(1) 企业利润分析

(2) 资产负债分析

(3) 现金流量分析

(4) 主要指标分析

7.7.5企业经营优劣势分析

7.7.6企业最新发展动向

7.8科菱航睿空间信息技术有限公司

7.8.1手机地图产品分析

7.8.2企业技术实力分析

7.8.3企业重点业绩分析

7.8.4企业经营情况分析

(1) 企业利润分析

(2) 资产负债分析

(3) 现金流量分析

(4) 主要指标分析

7.8.5企业经营优劣势分析

7.8.6企业最新发展动向

7.9立得空间信息技术股份有限公司

7.9.1手机地图产品分析

7.9.2企业技术实力分析

7.9.3企业重点业绩分析

7.9.4企业经营情况分析

(1) 企业利润分析

(2) 资产负债分析

(3) 现金流量分析

(4) 主要指标分析

7.9.5企业经营优劣势分析

7.9.6企业最新发展动向

第八章手机地图发展趋势与商业化发展模式

8.1手机地图趋势预测分析

8.1.1移动生活门户定位前景

8.1.2手机地图细分领域前景

8.1.3手机地图市场空间预测

8.2手机地图市场发展趋势预测

## 8.2.1手机地图活跃用户规模预测

(1) 手机地图活跃用户规模预测

(2) 手机地图潜在用户规模预测

## 8.2.2手机地图市场未来影响因素

(1) 手机地图市场促进因素分析

(2) 手机地图市场阻碍因素分析

## 8.2.3手机地图行业发展趋势分析

(1) 手机地图道路导航发展趋势

(2) 手机地图信息导航发展趋势

1) 手机地图社交化发展趋势

2) 手机地图街景功能开发趋势

(3) 电商与O2O分流趋势分析

## 8.3手机地图商业化模式分析

### 8.3.1手机地图细分主体主导模式

(1) 运营商主导模式

(2) 互联网企业主导模式

(3) 电子导航地图企业主导模式

(4) 第三方支付企业主导模式

(5) 线下实体企业主导模式

(6) 其他APP软件开发商主导模式

### 8.3.2手机地图行业商业模式分析

(1) 手机地图未来价值链分析

(2) 手机地图定制化商业模式

(3) 手机地图其他创新商业模式

1) 手机地图潜在客户分析

2) 手机地图市场运营风险

3) 手机地图未来盈利点分析

4) 手机地图创新盈利模式分析

## 图表目录

图表1：2015-2018年中国智能手机普及与使用情况（单位：%）

图表2：用户对正在使用的手机地图满意程度（单位：%）

图表3：用户对手机地图软件最看重的因素（单位：%）

图表4：手机地图用户选择现用手机地图客户端软件的原因（单位：%）

图表5：手机地图使用频率较低的原因

图表6：使用手机地图客户端的用户数量比例（单位：%）

图表7：手机地图用户使用手机地图客户端的时间（单位：%）

图表8：用户手机地图使用时长分布情况（单位：%）

图表9：手机地图的功能用户使用情况（单位：%）

图表10：手机地图用户使用生活服务信息情况（单位：%）

图表11：O2O各个细分领域成熟度与触网时间对比

图表详见报告正文 . . . . .（GYYL）

## 【简介】

中国报告网是观研天下集团旗下打造的业内资深行业分析报告、市场深度调研报告提供商与综合行业信息门户。《2019年中国手机地图行业分析报告-行业深度调研与发展商机研究》涵盖行业最新数据，市场热点，政策规划，竞争情报，市场前景预测，投资策略等内容。更辅以大量直观的图表帮助本行业企业准确把握行业发展态势、市场商机动向、正确制定企业竞争战略和投资策略。本报告依据国家统计局、海关总署和国家信息中心等渠道发布的权威数据，以及我中心对本行业的实地调研，结合了行业所处的环境，从理论到实践、从宏观到微观等多个角度进行市场调研分析。

它是业内企业、相关投资公司及政府部门准确把握行业发展趋势，洞悉行业竞争格局，规避经营和投资风险，制定正确竞争和投资战略决策的重要决策依据之一。本报告是全面了解行业以及对本行业进行投资不可或缺的重要工具。观研天下是国内知名的行业信息咨询机构，拥有资深的专家团队，多年来已经为上万家企业单位、咨询机构、金融机构、行业协会、个人投资者等提供了专业的行业分析报告，客户涵盖了华为、中国石油、中国电信、阿里巴巴、中国建筑、惠普、迪士尼等国内外行业领先企业，并得到了客户的广泛认可。

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。本研究报告采用的行业分析方法包括波特五力模型分析法、SWOT分析法、PEST分析法，对行业进行全面的内外部环境分析，同时通过资深分析师对目前国家经济形势的走势以及市场发展趋势和当前行业热点分析，预测行业未来的发展方向、新兴热点、市场空间、技术趋势以及未来发展战略等。

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/shoujidianhua/401059401059.html>