



艾凯咨询  
ICAN Consulting

# 2015-2020年中国手机地图市场 运行态势及发展趋势研究报告

# 一、调研说明

《2015-2020年中国手机地图市场运行态势及发展趋势研究报告》是艾凯咨询集团经过数月的周密调研，结合国家统计局，行业协会，工商，税务海关等相关数据，由行业内知名专家撰写而成。报告意于成为从事本行业人士经营及投资提供参考的重要依据。

报告主要可分为四大部分，首先，报告对本行业的特征及国内外市场环境进行描述；其次，是本行业的上下游产业链，市场供需状况及竞争格局从宏观到细致的详尽剖析，接着报告中列出数家该行业的重点企业，分析相关经营数据；最后，对该行业未来的发展前景，投资风险给出指导建议。相信该份报告对您把握市场脉搏，知悉竞争对手，进行战略投资具有重要帮助。

官方网址：<https://www.icandata.com/view/249380.html>

报告价格： 纸介版9000元 电子版9000元 纸介版+电子版9200元

订购电话： 400-700-0142 010-80392465

电子邮箱： sales@icandata.com

联系人： 刘老师

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、摘要、目录、图表

### 第1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2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3章：移动互联网O2O生态圈发展前景分析

### 3.1 O2O领域基本情况分析

#### 3.1.1 O2O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

#### 3.1.2 O2O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

#### 3.1.3 O2O新进入者所需考虑因素

#### 3.1.4 O2O领域发展难点分析

### 3.2 O2O细分领域发展机会

#### 3.2.1 O2O细分领域成熟度对比

#### 3.2.2 O2O细分领域触网时间对比

#### 3.2.3 O2O细分领域影响因素分析

#### 3.2.4 O2O成熟领域发展轨迹分析

#### 3.2.5 O2O其他领域发展机会分析

### 3.3 O2O商业盈利模式分析

#### 3.3.1 O2O两大商业盈利模式分析

#### 3.3.2 O2O盈利模式典型案例分析

### 3.4 O2O生态圈发展前景分析

#### 3.4.1 O2O线下实体店发展前景

#### 3.4.2 移动电子商务进入前景

#### 3.4.3 O2O生态圈竞争前景

#### 3.4.4 O2O生态圈投资前景

## 第4章：手机地图O2O发展行业图谱

### 4.1 O2O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打车盈利模式前瞻
- (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娱乐细分市场分析
- (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5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

#### 5.2 BAT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

### 5.3 BAT手机地图竞争态势分析

#### 5.3.1 BAT在O2O领域的布局分析

#### 5.3.2 BAT在O2O领域的竞争策略

#### 5.3.3 BAT在O2O领域的竞争焦点

## 第6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7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8章：手机地图发展趋势与商业化发展模式

#### 8.1 手机地图发展前景分析

##### 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1：2015-2020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6：2013年使用手机地图客户端的用户数量比例（单位：%）
- 图表7：2013年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12：2013年中国打车APP累计用户数市场份额占比情况（单位：%）
- 图表13：2015-2020年国内APP打车市场规模预测（单位：万元，%）
- 图表14：2013年中国餐饮APP累计用户数市场份额占比情况（单位：%）
- 图表15：2015-2020年国内APP餐饮市场规模预测（单位：万元，%）
- 图表16：2013年中国APP团购累计用户数市场份额占比情况（单位：%）
- 图表17：2015-2020年国内APP购物市场规模预测（单位：万元，%）
- 图表18：2013年中国住宿APP累计用户数市场份额占比情况（单位：%）

图表19：2015-2020年国内APP住宿市场规模预测（单位：万元，%）

图表20：2013年中国旅游APP累计用户数市场份额占比情况（单位：%）

图表21：2015-2020年国内APP旅游市场规模预测（单位：万元，%）

图表22：2014年手机地图累计用户市场份额（单位：%）

图表23：截至2014年百度公司的投资收购路线

图表24：截至2014年阿里巴巴的投资收购路线

图表25：截至2014年腾讯公司的投资收购路线

图表26：截至2014年BAT在O2O（地图/LBS/生活服务）领域的布局

图表27：第一梯队手机地图产品市场份额预测（单位：%）

图表28：第二梯队手机地图产品市场份额预测（单位：%）

图表29：北京四维图新科技股份有限公司主要业绩

图表30：2011-2013年北京四维图新科技股份有限公司利润表（单位：万元）

图表31：2011-2013年北京四维图新科技股份有限公司资产负债表（单位：万元）

图表32：2011-2013年北京四维图新科技股份有限公司现金流量表（单位：万元）

图表33：2013年北京四维图新科技股份有限公司主要指标项（单位：%）

图表34：北京四维图新科技股份有限公司优劣势分析

图表35：高德软件有限公司主要业绩

图表36：2011-2013年高德软件有限公司利润表（单位：百万美元）

图表37：2011-2013年高德软件有限公司资产负债表（单位：百万美元）

图表38：2011-2013年高德软件有限公司现金流量表（单位：百万美元）

图表39：2013年高德软件有限公司主要指标项（单位：%）

图表40：高德软件有限公司优劣势分析

图表41：北京灵图软件技术有限公司主要业绩

图表42：2011-2013年北京灵图软件技术有限公司利润表（单位：万元）

图表43：2011-2013年北京灵图软件技术有限公司资产负债表（单位：万元）

图表44：2011-2013年北京灵图软件技术有限公司现金流量表（单位：万元）

图表45：2013年北京灵图软件技术有限公司主要指标项（单位：%）

图表46：北京灵图软件技术有限公司优劣势分析

图表47：北京长地万方科技有限公司主要业绩

图表48：2011-2013年北京长地万方科技有限公司利润表（单位：万元）

图表49：2011-2013年北京长地万方科技有限公司资产负债表（单位：万元）

图表50：2011-2013年北京长地万方科技有限公司现金流量表（单位：万元）

图表51：2013年北京长地万方科技有限公司主要指标项（单位：%）

图表52：北京长地万方科技有限公司优劣势分析

图表53：深圳市凯立德科技股份有限公司主要业绩

图表54：2011-2013年深圳市凯立德科技股份有限公司利润表（单位：万元）

图表55：2011-2013年深圳市凯立德科技股份有限公司资产负债表（单位：万元）

图表56：2011-2013年深圳市凯立德科技股份有限公司现金流量表（单位：万元）

图表57：2013年深圳市凯立德科技股份有限公司主要指标项（单位：%）

图表58：深圳市凯立德科技股份有限公司优劣势分析

图表59：易图通科技（北京）有限公司主要业绩

图表60：2011-2013年易图通科技（北京）有限公司利润表（单位：万元）

图表61：2011-2013年易图通科技（北京）有限公司资产负债表（单位：万元）

图表62：2011-2013年易图通科技（北京）有限公司现金流量表（单位：万元）

图表63：2013年易图通科技（北京）有限公司主要指标项（单位：%）

图表64：易图通科技（北京）有限公司优劣势分析

图表65：北京城际高科信息技术有限公司主要业绩

图表66：2011-2013年北京城际高科信息技术有限公司利润表（单位：万元）

图表67：2011-2013年北京城际高科信息技术有限公司资产负债表（单位：万元）

图表68：2011-2013年北京城际高科信息技术有限公司现金流量表（单位：万元）

图表69：2013年北京城际高科信息技术有限公司主要指标项（单位：%）

图表70：北京城际高科信息技术有限公司优劣势分析

图表71：科菱航睿空间信息技术有限公司主要业绩

图表72：2011-2013年科菱航睿空间信息技术有限公司利润表（单位：万元）

图表73：2011-2013年科菱航睿空间信息技术有限公司资产负债表（单位：万元）

图表74：2011-2013年科菱航睿空间信息技术有限公司现金流量表（单位：万元）

图表75：2013年科菱航睿空间信息技术有限公司主要指标项（单位：%）

图表76：科菱航睿空间信息技术有限公司优劣势分析

图表77：立得空间信息技术股份有限公司主要业绩

图表78：2011-2013年立得空间信息技术股份有限公司利润表（单位：万元）

图表79：2011-2013年立得空间信息技术股份有限公司资产负债表（单位：万元）

图表80：2011-2013年立得空间信息技术股份有限公司现金流量表（单位：万元）

图表81：2013年立得空间信息技术股份有限公司主要指标项（单位：%）

图表82：立得空间信息技术股份有限公司优劣势分析

图表83：2015-2020年中国手机地图日均活跃用户规模趋势预测（单位：万，%）

图表84：未来影响手机地图市场的促进因素

图表85：未来影响手机地图市场的阻碍因素

图表86：手机地图的未来价值

&hellip;&hellip;略

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/249380.html>

### 三、研究方法

- 1、系统分析方法
- 2、比较分析方法
- 3、具体与抽象方法
- 4、分析与综合方法
- 5、归纳与演绎方法
- 6、定性分析与定量分析方法
- 7、预测研究方法

### 四、数据来源

对行业内相关的专家、厂商、渠道商、业务（销售）人员及客户进行访谈，获取最新的一手市场资料；

艾凯咨询集团长期监测采集的数据资料；

行业协会、国家统计局、海关总署、国家发改委、工商总局等政府部门和官方机构的数据与资料；

行业公开信息；

行业企业及上、下游企业的季报、年报和其它公开信息；

各类中英文期刊数据库、图书馆、科研院所、高等院校的文献资料；

行业资深专家公开发表的观点；

对行业的重要数据指标进行连续性对比，反映行业发展趋势；



中华人民共和国国家统计局 <http://www.stats.gov.cn>

中华人民共和国国家工商行政管理总局 <http://www.saic.gov.cn>

中华人民共和国海关总署 <http://www.customs.gov.cn>

中华人民共和国商务部 <http://www.mofcom.gov.cn>

中国证券监督管理委员会 <http://www.csrc.gov.cn>

中华人民共和国商务部 <http://www.mofcom.gov.cn>

世界贸易组织 <https://www.wto.org>

联合国统计司 <http://unstats.un.org>

联合国商品贸易统计数据库 <http://comtrade.un.org>

## 五、关于艾凯咨询网

艾凯咨询网（[www.icandata.com](http://www.icandata.com)）隶属艾凯咨询集团（北京华经艾凯企业咨询有限公司），艾凯咨询集团专注提供大中华区产业经济情报，为企业商业决策赋能，是领先的市场研究报告和竞争情报提供商

艾凯咨询集团为企业专业投资咨询报告、深度研究报告、市场调查、统计数据等。艾凯咨询网每天更新大量行业分析报告、图表资料、竞争情报、投资情报等，为用户及时了解迅速变化中的世界和中国市场提供便利，为企业商业决策赋能。

### 研究力量

高素质的专业的研究分析团队，密切关注市场最新动向。在多个行业，拥有数名经验丰富的专业分析师。对于特定及专属领域，我们有国内外众多合作研究机构，同时我们聘请数名行业资深专家顾问，帮助客户分清市场现状和趋势，找准市场定位和切入机会，提出合适中肯的建议，帮助客户实现价值，与客户一同成长。

### 我们的优势

权威机构 艾凯咨询集团二十年深厚行业背景;

数量领先 囊括主流研究报告和权威合作伙伴;

服务齐全 促销、推荐指数、积分、网上支付等;

良好声誉 广泛知名度、满意度，众多新老客户。