



艾凯咨询
ICAN Consulting

2007年中国在线地图信息服务市场分析与发展趋势研究报告

一、调研说明

《2007年中国在线地图信息服务市场分析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/69288.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

page7 i. 研究背景

page8 ii. 报告相关概念定义

page11 iii. 研究方法

page12 iv. 报告摘要

page13 v. 报告正文

page13 1. 在线地图信息服务产业结构的新变化

page13 1.1 在线地图信息服务的定义拓展和新类型

page15 1.2 在线地图信息服务产业链的新变化

page17 1.3 互联网地图信息服务产业链

page18 1.4 手机平台地图信息服务产业链

page19 1.5 车载平台地图信息服务产业链

page20 1.6 中国在线地图服务运营商面临的竞争环境

page22 1.7 互联网在线地图服务盈利模式的新演进

page23 2. 全球及美国在线地图信息服务市场新趋势分析

page23 2.1 全球地图搜索/本地搜索市场规模

page24 2.2 美国在线地图信息服务市场分析

page24 2.2.1 美国本地搜索营收情况

page25 2.2.2 美国本地搜索请求量市场份额

page26 2.2.3 google地图/本地搜索的新特色

page29 2.2.4 msn/ live地图搜索的新特色

page30 2.2.5 美国在线地图信息服务新特色总结

page31 3. 中国在线地图信息服务市场概况和企业竞争力分析

page31 3.1 2007年中国在线地图信息服务的历程与亮点

page31 3.1.1 中国既往在线地图信息服务的发展特色

page32 3.1.2 中国在线地图信息服务发展的新轨迹

page33 3.1.3 2007年中国在线地图信息服务发展的新亮点

page34 3.2 中国在线地图信息服务市场规模分析

page34 3.2.1 中国在线地图信息服务的市场规模

page37 3.2.2 中国互联网地图服务市场规模

page38 3.2.3 中国手机地图服务市场规模

page39 3.2.4 中国车载地图服务市场规模

page40 3.2.5 中国在线地图用户规模定义

page41 3.2.6 中国互联网地图用户规模

page42 3.2.7 中国手机地图用户规模

page43 3.2.8 中国车载地图用户规模

page44 3.2.9 中国互联网在线地图服务运营商营收市场份额

page45 3.2.10 中国车载地图生产测绘商营收市场份额

page47 3.2.11 中国手机地图市场和服务商的发展情况

page48 3.3 中国互联网在线地图服务商竞争力分析

page50 3.4 中国互联网在线地图服务运营商的核心竞争力比较

page52 4. 中国互联网在线地图产品的新功能和新特色分析

page52 4.1 中国互联网平台在线地图产品的品牌分布情况

page52 4.1.1 中国互联网地图用户最常使用的服务品牌

page53 4.1.2 中国互联网地图服务运营商访问量市场份额

page54 4.1.3 中国主要搜索引擎地图服务月度总访问次数情况

page55 4.1.4 中国主要互联网地图服务运营商月度总访问次数情况

page56 4.1.5 中国互联网在线地图用户对新功能和新品牌的认知情况

page58 4.2 中国在线地图/本地搜索产品功能和品牌分析

page58 4.2.1 中国在线地图/本地搜索产品的新功能和新特色总结

page59 4.2.2 google地图搜索的新功能和新特色

page60 4.2.3 雅虎中国本地搜索的新功能和新特色

page61 4.2.4 mapbar地图搜索的新功能和新特色

page62 4.2.5 mapabc地图搜索的新功能和新特色

page63 4.2.6 51ditu地图搜索的新功能和新特色

page65 4.2.7 sogou搜狗地图搜索的新功能和新特色

page66 4.2.8 soso地图搜索的新特色

page67 4.2.9 新地图服务city8城市吧的功能与特色

page69 4.2.10 新地图服务都市圈的功能与特色

page71 4.2.11 新地图服务e都市的功能与特色

page72 4.3 中国在线地图产品存在的主要问题和未来完善方向

page72 4.3.1 中国在线地图产品存在的主要问题

page73 4.3.2 中国在线地图产品未来的完善方向

page75 5. 中国在线地图用户的新特征和行为模式分析

page75 5.1 中国在线地图用户的新特征

page75 5.1.1 中国在线地图用户的所属区域

page76 5.1.2 中国在线地图用户的私人汽车拥有情况

page77 5.2 中国在线地图潜在用户的新特征

page77 5.2.1 潜在用户不使用在线地图信息服务的原因

page78 5.2.2 潜在用户所需要的在线地图服务的功能

page79 5.3 中国在线地图用户使用习惯和使用偏好的新特点

page79 5.3.1 中国用户了解在线地图的渠道

page80 5.3.2 中国在线地图用户的使用频率

page81 5.3.3 中国地图搜索用户的人均月度有效浏览时间

page82 5.3.4 中国地图搜索用户的人均月度访问次数

page83 5.3.5 中国在线地图用户经常使用的功能

page84 5.3.6 中国在线地图用户的品牌忠诚度

page85 5.4 中国在线地图用户互动行为分析

page85 5.4.1 中国在线地图信息服务与用户互动的举措

page86 5.4.2 在线地图用户间的推荐人数情况

page87 5.4.3 在线地图用户推荐他人使用的原因

page88 6. 中国在线地图信息服务面向企业用户的盈利模式新方向

page88 6.1 中国在线地图信息服务针对企业用户的新举措

page89 6.2 不同品牌在线地图服务面向企业用户的服务情况

page89 6.2.1 google中国地图搜索面向企业用户的服务情况

page89 6.2.2 雅虎中国本地搜索面向企业用户的服务情况

page90 6.2.3 mapbar面向企业用户的服务情况

page90 6.2.4 mapabc面向企业用户的服务情况

page91 6.2.5 都市圈和e都市面向企业用户的服务情况

page92 6.2.6 城市吧面向企业用户的服务情况

page93 6.3 对在线地图服务面向企业用户盈利模式的探讨

page93 6.3.1 在线地图服务的“长尾”特质

page95 6.3.2 在线地图盈利模式面临的主要问题

page96 7. 手机及车载平台在线地图服务的新发展

page96 7.1 手机移动平台在线地图服务的新发展

page96 7.1.1 手机地图服务产品的新特色
page97 7.1.2 影响手机用户使用在线地图的因素
page98 7.1.3 手机地图用户的付费意愿和市场前景分析
page99 7.2 车载平台在线地图信息服务的新发展
page99 7.2.1 车载导航产品与在线地图信息服务的融合
page100 7.2.2 车载导航产品的用户对在线地图的期许
page101 8. 中国在线地图信息服务市场影响因素及发展趋势总结
page101 8.1 中国在线地图信息服务市场的影响因素
page101 8.1.1 政策环境因素
page102 8.1.2 社会风貌因素
page102 8.1.3 技术研发因素
page103 8.1.4 用户行为因素
page104 8.2 中国在线地图信息服务市场发展趋势总结
page105 建议
page111 法律声明
B005

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/69288.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）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提供投资咨询报告、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。