

2025-2030年中国手机地图市场竞争格局与商业化发展模式分析报告

目 录

CONTENTS

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) 智能手机普及现状
 - (2) 智能手机未来发展趋势预测
- 1.2.3 居民可支配收入和消费结构情况

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 手机地图信息特点

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) 国外宏观经济环境
 - (2) 国内宏观经济环境
- 1.4.3 手机地图行业社会环境
 - (1) 汽车市场现状
 - (2) 旅游市场现状
 - (3) 手机网民数量
- 1.4.4 手机地图行业技术环境
 - (1) 行业专利申请数分析
 - (2) 行业专利公开数量变化情况
 - (3) 行业专利申请人分析
 - (4) 行业专利申请热门领域分析

第2章：中国手机地图用户调研分析**2.1 手机地图用户洞察**

- 2.1.1 手机地图用户规模分析
- 2.1.2 手机地图市场增速分析
- 2.1.3 手机地图用户性别比例
- 2.1.4 手机地图用户地区分布

2.2 手机地图用户使用现状

- 2.2.1 手机地图用户满意程度
- 2.2.2 手机地图用户常用功能
- 2.2.3 手机地图APP月均活跃用户数
- 2.2.4 手机地图APP渗透率

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的发展背景分析
 - (2) O2O的商业模式分析
- 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模式发展优势分析

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 本地生活服务O2O市场规模

3.2.5 本地生活服务O2O细分规模

3.3 O2O商业盈利模式分析

3.3.1 O2O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打车市场发展前景分析

(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) 在线外卖用户分析

(2) 在线外卖交易规模

(3) 在线外卖APP竞争格局

(4) APP餐饮发展前景预测

(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

4.2.4 手机地图购物应用场景分析

(1) 网络购物用户分析

(2) 网络购物交易规模分析

(3) 网购APP竞争格局

(4) 购物APP发展前景预测

(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) 在线住宿用户分析

(2) 在线住宿交易规模分析

(3) 在线住宿APP竞争格局

(4) APP住宿发展前景分析

(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) 在线旅游用户分析

(2) 在线旅游交易规模

(3) 在线旅游APP竞争格局

(4) 旅游APP发展前景分析

(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 百度公司竞争优势分析
 - (1) 百度公司O2O生态链设计
 - (2) 百度公司O2O业务竞争优势
- 5.2.2 阿里巴巴竞争优势分析
 - (1) 阿里巴巴O2O生态链设计
 - (2) 阿里巴巴O2O业务竞争优势
- 5.2.3 腾讯公司竞争优势分析
 - (1) 腾讯公司O2O生态链设计
 - (2) 腾讯公司O2O业务竞争优势

5.3 BAT手机地图竞争态势分析

- 5.3.1 BAT的手机地图布局分析
- 5.3.2 BAT的手机地图竞争策略

第6章：手机地图产品特色与市场预测

6.1 百度地图产品特征分析

- 6.1.1 位置收录程度分析
- 6.1.2 信息详细程度分析
- 6.1.3 基础功能分析
- 6.1.4 其他特色功能分析
- 6.1.5 百度地图主要不足

6.2 高德地图产品特征分析

- 6.2.1 位置收录程度分析
- 6.2.2 信息详细程度分析
- 6.2.3 基础功能分析
- 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 位置收录程度分析
- 6.3.2 信息详细程度分析
- 6.3.3 基础功能分析
- 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 位置收录程度分析
- 6.4.2 信息详细程度分析
- 6.4.3 基础功能分析
- 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 位置收录程度分析
- 6.5.2 信息详细程度分析
- 6.5.3 基础功能分析
- 6.5.4 其他特色功能分析
- 6.5.5 谷歌地图主要不足

6.6 老虎地图产品特征分析

- 6.6.1 位置收录程度分析
- 6.6.2 信息详细程度分析
- 6.6.3 基础功能分析
- 6.6.4 其他特色功能分析
- 6.6.5 老虎地图主要不足

6.7 腾讯地图产品特征分析

- 6.7.1 位置收录程度分析
- 6.7.2 信息详细程度分析
- 6.7.3 基础功能分析
- 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 信息详细程度分析
- 6.8.2 基础功能分析

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) 第一梯队产品下载量
 - (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) 第二梯队产品下载量
 - (2) 第二梯队产品市场策略

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 企业基本情况简介
- 7.1.2 手机地图产品分析
- 7.1.3 企业技术实力分析
- 7.1.4 企业经营情况分析
 - (1) 主要经济指标分析
 - (2) 企业盈利能力分析
 - (3) 企业运营能力分析
 - (4) 企业偿债能力分析
 - (5) 企业发展能力分析
- 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 企业基本情况简介
- 7.2.2 手机地图产品分析
- 7.2.3 企业业务分析
- 7.2.4 企业经营情况分析
- 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 企业基本情况简介
- 7.3.2 手机地图产品分析
- 7.3.3 企业资质能力分析
- 7.3.4 企业经营情况分析
- 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 企业基本情况简介
- 7.4.2 手机地图产品分析
- 7.4.3 企业资质能力分析
- 7.4.4 企业经营情况分析
- 7.4.5 企业经营优劣势分析

7.5 深圳市凯立德科技股份有限公司

- 7.5.1 企业基本情况简介
- 7.5.2 手机地图产品分析
- 7.5.3 企业资质能力分析
- 7.5.4 企业技术实力分析
- 7.5.5 企业经营情况分析
 - (1) 主要经济指标分析
 - (2) 企业盈利能力分析
 - (3) 企业运营能力分析

(4) 企业偿债能力分析

(5) 企业发展能力分析

7.5.6 企业经营优劣势分析

7.5.7 企业最新发展动向

7.6 易图通科技(北京)有限公司

7.6.1 企业基本情况简介

7.6.2 手机地图产品分析

7.6.3 企业资质能力分析

7.6.4 企业技术实力分析

7.6.5 企业经营情况分析

7.6.6 企业经营优劣势分析

7.6.7 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 企业基本情况简介

7.7.2 手机地图产品分析

7.7.3 企业资质能力分析

7.7.4 企业经营情况分析

7.7.5 企业经营优劣势分析

7.8 北京市大地通途信息技术有限公司

7.8.1 企业基本情况简介

7.8.2 手机地图产品分析

7.8.3 企业技术能力分析

7.8.4 企业经营情况分析

7.8.5 企业经营优劣势分析

7.9 立得空间信息技术股份有限公司

7.9.1 企业基本情况简介

7.9.2 手机地图产品分析

7.9.3 企业资质能力分析

7.9.4 企业经营情况分析

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) 人工智能+地图

(2) 场景化应用

(3) 互联网地图+区块链

(4) 自动驾驶

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

图表目录

- 图表1: 手机地图数据采集方式
- 图表2: 栅格模型/瓦片模型演示图
- 图表3: 2020-2024年中国手机地图月活跃用户人数变化情况 (单位: 万人)
- 图表4: 中国手机地图各服务商基本资源
- 图表5: 中国手机地图各服务商开放资源
- 图表6: 2017-2024年中国智能手机出货量 (单位: 亿台)
- 图表7: 2018-2024年上半年中国居民可支配收入情况及增速 (单位: 元, %)
- 图表8: 2024年中国居民消费结构情况 (单位: 元, %)
- 图表9: 手机地图企业知名度
- 图表10: 2024年中国用户选择手机地图的影响因素分布 (单位: %)
- 图表11: 手机地图操作便捷性
- 图表12: 手机地图操作扩展性
- 图表13: 手机地图信息特点
- 图表14: 我国手机地图行业相关法律法规汇总
- 图表15: 2020-2024年世界经济体经济增长情况预测 (单位: %)
- 图表16: 2017-2024年上半年中国国内生产总值及其增速变化情况 (单位: 亿元, %)
- 图表17: 2015-2024年上半年全国固定资产投资额及增长情况 (单位: 亿元, %)
- 图表18: 2015-2024年上半年中国工业增加值变化图 (单位: 亿元, %)
- 图表19: 2006-2024年上半年中国汽车销量及增速变化情况 (单位: 万辆, %)
- 图表20: 2019-2024年上半年中国汽车保有量及增速变化情况 (单位: 亿辆)
- 图表21: 2019-2024年中国国内旅游人次规模变化情况 (单位: 亿人)
- 图表22: 2017-2024年中国手机网民规模及其网民比例变化情况 (单位: 万人, %)
- 图表23: 2011-2024年手机地图行业专利申请数量变化图 (单位: 个)
- 图表24: 2013-2024年手机地图行业相关专利公开数量变化图 (单位: 个)
- 图表25: 截至2024年手机地图行业相关专利申请人 (前十名) (单位: 个)
- 图表26: 截至2024年手机地图行业相关专利按分类号数量分布情况 (前十名) (单位: 个)
- 图表27: 2018-2024年中国手机地图用户规模变化情况 (单位: 亿人)
- 图表28: 2018-2024年手机地图市场规模增速变动情况 (单位: %)
- 图表29: 2024年中国主要手机地图用户性别差异性分析 (单位: %)
- 图表30: 2024年中国主要手机地图用户年龄差异性分析 (单位: %)
- 图表31: 2024年中国手机地图用户省份分布情况 (单位: %)
- 图表32: 2024年中国手机地图用户满意度调查情况 (单位: %)
- 图表33: 2024年手机地图用户常用功能分布情况 (单位: %)
- 图表34: 2024年中国主要手机地图APP月活用户数 (单位: 万人)
- 图表35: 2024年主要手机地图APP在手机网民中的渗透率 (单位: %)
- 图表36: O2O概念的发展历程
- 图表37: O2O的四大商业模式
- 图表38: 国内O2O发展历程
- 图表39: 国外O2O发展历程
- 图表40: O2O模式优势分析
- 图表41: O2O领域发展难点汇总
- 图表42: 中国O2O模式主要应用行业的成熟度
- 图表43: O2O细分领域出现时间
- 图表44: O2O模式细分领域影响因素分析
- 图表45: 2020-2024年中国本地生活服务O2O市场规模变化情况 (单位: 亿元, %)
- 图表46: 2017-2024年中国本地生活服务O2O市场规模结构 (单位: %)
- 图表47: O2O商业盈利模式分析
- 图表48: 2020-2024年中国到店业务市场交易规模变化情况 (单位: 亿元, %)
- 图表49: 2019-2024年中国手机网络购物用户规模及使用率情况 (单位: 万人, %)
- 图表50: BAT的O2O生态圈竞争布局
- 图表51: O2O闭环模式
- 图表52: 2019-2024年中国网约车出租车用户规模及使用率 (单位: 万人, %)
- 图表53: 2019-2024年中国网约车专车或快车用户规模及使用率 (单位: 万人, %)

- 图表54: 2024年手机地图用户常用打车方式分布 (单位: %)
- 图表55: 2024年手机地图用户打车服务使用场景分布 (单位: %)
- 图表56: 2024年中国网约车市场份额分布 (单位: %)
- 图表57: 2019-2024年中国网上外卖用户规模及使用率 (单位: 万人, %)
- 图表58: 2024年中国外卖用户年龄分布情况 (单位: %)
- 图表59: 2018-2024年中国在线外卖行业交易规模及增速情况 (单位: 亿元, %)
- 图表60: 2024年网络外卖服务用户最常使用的网络外卖平台分布 (单位: %)
- 图表61: 2019-2024年中国网络购物用户规模情况表 (单位: 万人, %)
- 图表62: 2019-2024年中国网上零售额变化规模 (单位: 亿元, %)
- 图表63: 我国电子商务产业链
- 图表64: 2024年在线酒店用户年龄占比 (单位: %)
- 图表65: 2020-2024年中国在线酒店预订市场规模 (单位: 亿元, %)
- 图表66: 2024年中国在线酒店预订行业订单占比 (单位: %)
- 图表67: 2019-2024年我国在线旅游预订用户规模及使用率 (单位: 万人, %)
- 图表68: 2019-2024年中国在线旅游市场交易规模 (单位: 亿元, %)
- 图表69: 2018年中国在线旅游市场厂商份额情况 (单位: %)
- 图表70: 2024年在线旅游用户地域分布 (单位: %)
- 图表71: 2024年我国手机地图行业市场份额情况 (单位: %)
- 图表72: 代表性电信运营商分析
- 图表73: 代表性互联网企业分析
- 图表74: 代表性地图导航软件企业分析
- 图表75: 百度O2O业务布局与剥离
- 图表76: BAT在手机地图的布局
- 图表77: BAT布局高精度地图
- 图表78: 百度地图的特色功能
- 图表79: 百度地图主要不足汇总
- 图表80: 高德地图的基础功能
- 图表81: 高德地图的特色功能
- 图表82: 高德地图主要不足汇总
- 图表83: 搜狗地图的基础功能
- 图表84: 搜狗地图的特色功能
- 图表85: 搜狗地图主要不足汇总
- 图表86: 图吧地图的基础功能
- 图表87: 图吧地图的特色功能
- 图表88: 图吧地图主要不足汇总
- 图表89: 谷歌地图的基础功能
- 图表90: 谷歌地图的特色功能
- 图表91: 谷歌地图主要不足汇总
- 图表92: 老虎地图的基础功能
- 图表93: 老虎地图的特色功能
- 图表94: 老虎地图主要不足汇总
- 图表95: 腾讯地图的基础功能
- 图表96: 腾讯地图的特色功能
- 图表97: 腾讯地图主要不足汇总
- 图表98: 和地图的基础功能
- 图表99: 2024年中国第一梯队手机地图应用下载量 (单位: 万次)
- 图表100: 第一梯队手机地图发展关键词总结
- 图表101: 第一梯队手机地图产品发展计划
- 图表102: 2024年中国第二梯队手机地图应用下载量 (单位: 万次)
- 图表103: 第二梯队手机地图产品市场策略
- 图表104: 北京四维图新科技股份有限公司基本情况简介
- 图表105: 北京四维图新科技股份有限公司手机地图产品
- 图表106: 2020-2024年北京四维图新科技股份有限公司导航电子地图营业收入变化趋势图 (单位: 万元)
- 图表107: 2019-2024年北京四维图新科技股份有限公司主要经济指标分析 (单位: 万元)
- 图表108: 2019-2024年北京四维图新科技股份有限公司盈利能力分析 (单位: %)
- 图表109: 2019-2024年北京四维图新科技股份有限公司运营能力分析 (单位: 次)
- 图表110: 2019-2024年北京四维图新科技股份有限公司偿债能力分析 (单位: %)
- 图表111: 2019-2024年北京四维图新科技股份有限公司发展能力分析 (单位: %)
- 图表112: 北京四维图新科技股份有限公司优劣势分析

图表113: 高德软件有限公司基本情况简介

图表114: 高德软件有限公司优劣势分析

图表115: 北京灵图软件技术有限公司情况简介

图表116: 北京灵图软件技术有限公司手机地图产品功能

.....

完整版目录请咨询客服

如需了解报告详细内容, 请直接致电前瞻客服中心。

全国免费服务热线: 400-068-7188 0755-82925195 82925295 83586158

或发电子邮件: service@qianzhan.com

或登录网站: <https://bg.qianzhan.com/>

我们会竭诚为您服务!