

2017-2022年中国在线地图服务行业市场供需预测 及投资战略咨询报告

报告大纲

一、报告简介

华经情报网发布的《2017-2022年中国在线地图服务行业市场供需预测及投资战略咨询报告》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：<https://www.huaon.com/detail/298921.html>

报告价格：电子版: 9000元 纸介版：9000元 电子和纸介版: 9200元

订购电话: 400-700-0142 010-80392465

电子邮箱: kf@huaon.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、报告目录及图表目录

报告目录：

第一章在线地图服务产业相关概述13

第一节在线地图信息服务业简述13

一、服务范围界定13

二、在线地图信息服务的分类13

第二节电子地图类型与特点14

第三节常用的在线地图网站15

第四节在线地图信息服务15

一、中国在线地图服务的展现方式15

二、用户交互方式16

第二章2014-2016年全球线地图服务产业运行透析17

第一节2014-2016年全球线地图服务运行概况17

一、全球地图搜索/本地搜索市场规模17

二、在线地图行业的盈利模式新探索17

三、在线地图服务业新技术研究18

第二节美在线地图服务综合评测20

一、美国本地搜索营收情况20

二、美国本地搜索请求量市场份额21

三、Google地图/本地搜索的新特色26

四、MSN/Live地图搜索的新特色30

五、美国在线地图服务新特色总结31

第三节2017-2022年全球在线地图新趋势探析31

第三章2014-2016年中国在线地图服务业运行态势分析33

第一节2014-2016年中国在线地图服务业运行总况33

一、在线地图服务产业链的新变化33

二、中国在线地图服务的发展特色35

三、中国在线地图服务发展的新轨迹36

第二节2014-2016年中国在线地图服务应用37

- 一、在线地图面向传统行业的多元应用37
- 二、在线地图行业的盈利模式新探索38
- 三、在线地图服务产业结构的新变化39
- 第三节2014-2016年中国在线地图服务运营商分析40
- 第四节2014-2016年中国在线地图竞争分析42
 - 一、地图服务竞争升级42
 - 二、在线地图硝烟四起专业图商依旧引领潮头43

- 第四章2014-2016年中国电子地图市场运行总况48
- 第一节2014-2016年中国电子地图市场运行总况48
 - 一、电子地图全面迈入应用阶段48
 - 二、智能交通中的电子地图浅析48
 - 三、嵌入式车载电子地图模型概述50
 - 四、车载导航电子地图正逐步形成产业化54
- 第二节2014-2016年中国电子地图市场发展的现状及对策54
 - 一、中国电子地图市场发展存在难题54
 - 二、导航电子地图产业面临洗牌55
 - 三、电子地图市场混乱有待治理57
 - 四、车载导航电子地图市场按法有序发展59

- 第五章2014-2016年中国在线地图服务能力分析60
- 第一节2014-2016年中国在线地图服务运营商产品创新分析60
 - 一、谷歌地图服务产品特色及新功能60
 - 二、mapbar产品特色及新功能60
 - 三、搜狗地图服务的特色及新功能60
 - 四、mapabc地图服务的特色及新功能64
 - 五、实景地图的产品特色及广告服务65
 - 六、虚拟地图的产品特色及广告服务66
- 第二节2014-2016年中国在线地图服务运营商应用模式扩展66
 - 一、在线地图在移动终端的应用66
 - 二、在线地图在酒店预订方面的应用66
 - 三、在线地图与callcenter的合作67
 - 四、在线地图在sns网站的应用67
 - 五、在线地图在连锁企业、物流、监控等传统gis领域的应用68
 - 六、在线地图在突发事件、媒体报道方面的应用69

第三节2014-2016年中国在线地图服务运营商盈利模式典型案例研究69

- 一、mapbar与传统行业合作地图标注案例69
- 二、谷歌地图平衡用户体验与盈利性的广告产品71
- 三、搜狗地图王牌标注服务展现超大广告信息75
- 四、mapabc黄金地标服务及多点地标服务76
- 五、丁丁网向生活搜索和分类信息网站的转型和盈利模式摸索76

第六章2014-2016年中国在线地图服务业市场深度剖析79

第一节2014-2016年中国在线地图服务市场总况79

- 一、在线地图信息服务市场逐步升温79
- 二、全新在线地图服务模式“亮剑”79

第二节2014-2016年中国在线地图服务市场规模分析80

- 一、中国在线地图服务市场规模80
- 二、中国互联网地图服务市场规模81
- 三、中国手机地图服务市场规模81
- 四、中国车载地图服务市场规模82

第三节2014-2016年中国在线地图服务用户规模82

- 一、中国互联网地图服务用户规模82
- 二、中国手机地图服务用户规模84
- 三、中国车载地图服务用户规模84

第四节2014-2016年中国在线地图服务访问情况85

- 一、中国在线地图服务总体访问次数85
- 二、中国各品牌在线地图服务访问次数85

第七章2014-2016年中国互联网在线地图产品动态分析87

第一节2014-2016年中国互联网平台在线地图产品的品牌分布情况87

- 一、中国互联网在线地图用户最常使用的服务品牌87
- 二、中国互联网在线地图服务品牌的访问量市场份额87
- 三、中国主要地图搜索服务月度覆盖人数情况88
- 四、中国主要地图搜索服务的月度总访问次数情况88
- 五、中国主要地图搜索服务的人均月度访问频次情况89
- 六、中国互联网在线地图用户对新功能和新品牌的认知情况89

第二节2014-2016年中国在线地图/本地搜索产品功能和品牌分析90

- 一、中国在线地图/本地搜索产品的新功能和新特色总结90
- 二、Google地图搜索的新功能和新特色91

- 三、Sogou搜狗地图搜索的新功能和新特色92
- 四、雅虎中国本地搜索的新功能和新特色92
- 五、Mapbar地图搜索的新功能和新特色92
- 六、51ditu地图搜索的新功能和新特色93
- 七、SOSO地图搜索的新特色93
- 八、新地图服务City8城市吧的功能与特色94
- 九、新地图服务都市圈的功能与特色94
- 十、新地图服务E都市的功能与特色95
- 第三节中国在线地图产品存在的主要问题和未来完善方向96
- 一、中国在线地图产品存在的主要问题96
- 二、中国在线地图产品未来的完善方向98

第八章2014-2016年手机及车载平台在线地图服务的新发展100

- 第一节手机移动平台在线地图服务的新发展100
- 一、手机地图服务产品的新特色100
- 二、影响手机用户使用在线地图的因素100
- 三、手机地图用户的付费意愿和市场前景分析101
- 第二节车载平台在线地图服务的新发展104
- 一、车载导航产品与在线地图服务的融合104
- 二、车载导航产品的用户对在线地图的期许104

第九章2014-2016年中国在线地图用户的新特征和行为模式分析106

- 第一节2014-2016年中国在线地图用户的新特征106
- 一、中国在线地图用户的所属区域106
- 二、中国在线地图用户的私人汽车拥有情况107
- 第二节2014-2016年中国在线地图潜在用户研究107
- 一、潜在用户不使用在线地图服务的原因107
- 二、潜在用户所需要的在线地图服务的功能107
- 第三节2014-2016年中国在线地图用户使用习惯和使用偏好的新特点108
- 一、中国用户了解在线地图的渠道108
- 二、中国在线地图用户的使用频率108
- 三、中国地图搜索用户的人均月度有效浏览时间109
- 四、中国地图搜索用户的人均月度访问次数109
- 五、中国在线地图用户经常使用的功能110
- 六、中国在线地图用户的品牌忠诚度110

第四节2014-2016年中国在线地图用户互动行为分析111

- 一、中国在线地图服务与用户互动的举措111
- 二、在线地图用户间的推荐人数情况111
- 三、在线地图用户推荐他人使用的原因112
- 四、在线地图用户向他人推荐使用的互联网地图服务品牌112

第十章2014-2016年中国在线地图服务面向企业用户的盈利模式新方向113

第一节2014-2016年中国在线地图服务针对企业用户的新举措113

第二节不同品牌在线地图服务面向企业用户的服务情况113

- 一、Google中国地图搜索面向企业用户的服务情况113
- 二、雅虎中国本地搜索面向企业用户的服务情况114
- 三、Mapabc面向企业用户的服务情况114
- 四、都市圈和E都市面向企业用户的服务情况115
- 五、城市吧面向企业用户的服务情况120

第三节2014-2016年对在线地图服务面向企业用户盈利模式的探讨121

- 一、在线地图服务的“长尾”特质121
- 二、在线地图盈利模式面临的主要问题122

第十一章2017-2022年中国在线地图服务行业投资前景预测124

第一节2014-2016年中国在线地图服务投资环境分析124

第二节2017-2022年中国在线地图服务行业投资机会分析125

- 一、投资潜力分析125
- 二、投资热点分析126
- 三、在线地图指路的商机127

第三节2017-2022年中国在线地图服务行业投资风险预警127

- 一、宏观调控政策风险127
- 二、市场竞争风险127
- 三、技术风险128
- 四、市场运营机制风险128

第四节专家投资观点129

第十二章2017-2022年中国在线地图服务产业前景预测136(AKWZY)

第一节中国在线地图服务市场的影响因素136

第二节2017-2022年中国在线地图服务发展动因及未来趋势136

- 一、中国在线地图服务所获的政策支持136

- 二、互联网地图本地商户标注需求增长139
- 三、移动平台在线地图需求增长141
- 四、中国在线地图未来发展趋势141
- 第三节2017-2022年中国在线地图服务盈利预测分析142

部分图表目录

- 图表1在线地图信息服务的分类13
- 图表22005-2016年全球本地搜索广告营收增长情况17
- 图表32006-2016年美国本地搜索营收增长情况20
- 图表4在线地图信息服务产业链33
- 图表5中国既往在线地图信息服务的发展特色35
- 图表6中国在线地图信息服务发展的新轨迹36
- 图表7公交线路详细页面44
- 图表8地图搜索中的生活信息搜索工具页面44
- 图表958同城网地铁附近租房的交通地图45
- 图表10IT168经销商地图46
- 图表11北京地图全貌49
- 图表12寻路结果显示49
- 图表13行车导航49
- 图表14路网中的基本元素和拓扑关系51
- 图表15交通限制信息示意图51
- 图表16道路单行表示方法示意图52
- 图表17由道路单行造成的转弯限制53
- 图表18车载导航系统外观照片54
- 图表19Mapbar为本地宝提供的地图产品截图71
- 图表20Mapbar为本地宝提供的地图产品截图71
- 图表212008-2016年中国在线地图服务市场规模80
- 图表222008-2016年中国互联网地图服务市场规模81
- 图表232008-2016年中国手机地图服务市场规模81
- 图表242008-2016年中国车载地图服务市场规模82
- 图表25互联网地图搜索访问次数份额83
- 图表26在线地图开发运营商访问次数份额83
- 图表272008-2016年中国手机地图服务用户规模84
- 图表282008-2016年中国车载地图服务用户规模84
- 图表29中国在线地图服务总体访问次数85

图表30中国各品牌在线地图服务访问次数85

图表31中国互联网在线地图用户最常使用的服务品牌87

图表32中国互联网在线地图服务品牌的访问量市场份额87

更多图表见正文.....

详细请访问：<https://www.huaon.com/detail/298921.html>