

# 2018-2024年中国在线地图服务市场深度调研及投资战略分析报告

报告大纲

智研咨询

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

## 一、报告简介

智研咨询发布的《2018-2024年中国在线地图服务市场深度调研及投资战略分析报告》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.chyxx.com/research/201802/612413.html>

报告价格：电子版: 9800元 纸介版：9800元 电子和纸介版: 10000元

订购电话: 010-60343812、010-60343813、400-600-8596、400-700-9383

电子邮箱: sales@chyxx.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

第一节在线地图信息服务业简述

一、服务范围界定

二、在线地图信息服务的分类

第二节电子地图类型与特点

第三节常用的在线地图网站

第四节在线地图信息服务

一、中国在线地图服务的展现方式

二、用户交互方式

第二章2011-2017年全球线地图服务产业运行透析

第一节2011-2017年全球线地图服务运行概况

一、全球地图搜索/本地搜索市场规模

二、在线地图行业的盈利模式新探索

三、在线地图服务业新技术研究

第二节美在线地图服务综合评测

一、美国本地搜索营收情况

二、美国本地搜索请求量市场份额

三、Google地图/本地搜索的新特色

四、MSN/Live地图搜索的新特色

五、美国在线地图服务新特色总结

第三节2018-2024年全球在线地图新趋势探析

第三章2011-2017年中国在线地图服务业运行态势分析

第一节2011-2017年中国在线地图服务业运行总况

一、在线地图服务产业链的新变化

二、中国在线地图服务的发展特色

三、中国在线地图服务发展的新轨迹

第二节2011-2017年中国在线地图服务应用

一、在线地图面向传统行业的多元应用

二、在线地图行业的盈利模式新探索

三、在线地图服务产业结构的新变化

第三节2011-2017年中国在线地图服务运营商分析

第四节2011-2017年中国在线地图竞争分析

## 一、地图服务竞争升级

## 二、在线地图硝烟四起专业图商依旧引领潮头

### 第四章2011-2017年中国电子地图市场运行总况

#### 第一节2011-2017年中国电子地图市场运行总况

##### 一、电子地图全面迈入应用阶段

##### 二、智能交通中的电子地图浅析

##### 三、嵌入式车载电子地图模型概述

##### 四、车载导航电子地图正逐步形成产业化

#### 第二节2011-2017年中国电子地图市场发展的现状及对策

##### 一、中国电子地图市场发展存在难题

##### 二、导航电子地图产业面临洗牌

##### 三、电子地图市场混乱有待治理

##### 四、车载导航电子地图市场按法有序发展

### 第五章2011-2017年中国在线地图服务能力分析

#### 第一节2011-2017年中国在线地图服务运营商产品创新分析

##### 一、谷歌地图服务产品特色及新功能

##### 二、mapbar产品特色及新功能

##### 三、搜狗地图服务的特色及新功能

##### 四、mapabc地图服务的特色

##### 五、实景地图的产品特色及广告服务

##### 六、虚拟地图的产品特色及广告服务

#### 第二节2011-2017年中国在线地图服务运营商应用模式扩展

##### 一、在线地图在移动终端的应用

##### 二、在线地图在酒店预订方面的应用

##### 三、在线地图与callcenter的合作

##### 四、在线地图在sns网站的应用

##### 五、在线地图在连锁企业、物流、监控等传统gis领域的应用

##### 六、在线地图在突发事件、媒体报道方面的应用

#### 第三节2011-2017年中国在线地图服务运营商盈利模式典型案例研究

##### 一、mapbar与传统行业合作地图标注案例

##### 二、谷歌地图平衡用户体验与盈利性的广告产品

##### 三、搜狗地图王牌标注服务展现超大广告信息

##### 四、mapabc黄金地标服务及多点地标服务

##### 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

### 第六章2011-2017年中国在线地图服务业市场深度剖析

## 第一节2011-2017年中国在线地图服务市场总况

- 一、在线地图信息服务市场逐步升温
- 二、全新在线地图服务模式“亮剑”

## 第二节2011-2017年中国在线地图服务市场规模分析

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

## 第三节2011-2017年中国在线地图服务用户规模

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

## 第四节2011-2017年中国在线地图服务访问情况

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

## 第七章2011-2017年中国互联网在线地图产品动态分析

### 第一节2011-2017年中国互联网平台在线地图产品的品牌分布情况

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

### 第二节2011-2017年中国在线地图/本地搜索产品功能和品牌分析

- 一、中国在线地图/本地搜索产品的新功能和新特色总结
- 二、Google地图搜索的新功能和新特色
- 三、Sogou搜狗地图搜索的新功能和新特色
- 四、雅虎中国本地搜索的新功能和新特色
- 五、Mapbar地图搜索的新功能和新特色
- 六、ditu地图搜索的新功能和新特色
- 七、SOSO地图搜索的新特色
- 八、新地图服务City城市吧的功能与特色
- 九、新地图服务都市圈的功能与特色
- 十、新地图服务E都市的功能与特色

### 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

一、中国在线地图产品存在的主要问题

二、中国在线地图产品未来的完善方向

第八章2011-2017年手机及车载平台在线地图服务的新发展

第一节手机移动平台在线地图服务的新发展

一、手机地图服务产品的新特色

二、影响手机用户使用在线地图的因素

三、手机地图用户的付费意愿和市场前景分析

第二节车载平台在线地图服务的新发展

一、车载导航产品与在线地图服务的融合

二、车载导航产品的用户对在线地图的期许

第九章2011-2017年中国在线地图用户的新特征和行为模式分析

第一节2011-2017年中国在线地图用户的新特征

一、中国在线地图用户的所属区域

二、中国在线地图用户的私人汽车拥有情况

第二节2011-2017年中国在线地图潜在用户研究

一、潜在用户不使用在线地图服务的原因

二、潜在用户所需要的在线地图服务的功能

第三节2011-2017年中国在线地图用户使用习惯和使用偏好的新特点

一、中国用户了解在线地图的渠道

二、中国在线地图用户的使用频率

三、中国地图搜索用户的人均月度有效浏览时间

四、中国地图搜索用户的人均月度访问次数

五、中国在线地图用户经常使用的功能

六、中国在线地图用户的品牌忠诚度

第四节2011-2017年中国在线地图用户互动行为分析

一、中国在线地图服务与用户互动的举措

二、在线地图用户间的推荐人数情况

三、在线地图用户推荐他人使用的原因

四、在线地图用户向他人推荐使用的互联网地图服务品牌

第十章2011-2017年中国在线地图服务面向企业用户的盈利模式新方向

第一节2011-2017年中国在线地图服务针对企业用户的新举措

第二节不同品牌在线地图服务面向企业用户的服务情况

一、Google中国地图搜索面向企业用户的服务情况

二、雅虎中国本地搜索面向企业用户的服务情况

三、Mapabc面向企业用户的服务情况

#### 四、都市圈和E都市面向企业用户的服务情况

#### 五、城市吧面向企业用户的服务情况

### 第三节2011-2017年对在线地图服务面向企业用户盈利模式的探讨

#### 一、在线地图服务的“长尾”特质

#### 二、在线地图盈利模式面临的主要问题

## 第十一章2018-2024年中国在线地图服务行业投资前景预测

### 第一节2011-2017年中国在线地图服务投资环境分析

### 第二节2018-2024年中国在线地图服务行业投资机会分析

#### 一、投资潜力分析

#### 二、投资热点分析

#### 三、在线地图指路的商机

### 第三节2018-2024年中国在线地图服务行业投资风险预警

#### 一、宏观调控政策风险

#### 二、市场竞争风险

#### 三、技术风险

#### 四、市场运营机制风险

### 第四节专家投资观点

## 第十二章2018-2024年中国在线地图服务产业前景预测（ZY GXH）

### 第一节中国在线地图服务市场的影响因素

### 第二节2018-2024年中国在线地图服务发展动因及未来趋势

#### 一、中国在线地图服务所获的政策支持

#### 二、互联网地图本地商户标注需求增长

#### 三、移动平台在线地图需求增长

#### 四、中国在线地图未来发展趋势

### 第三节2018-2024年中国在线地图服务盈利预测分析（ZY GXH）

#### 图表目录：

#### 图表在线地图信息服务的分类

#### 图表-2017年全球本地搜索广告营收增长情况

#### 图表-2017年美国本地搜索营收增长情况

#### 图表在线地图信息服务产业链

#### 图表中国既往在线地图信息服务的发展特色

#### 图表中国在线地图信息服务发展的新轨迹

#### 图表公交线路详细页面

#### 图表地图搜索中的生活信息搜索工具页面

#### 图表同城网地铁附近租房的交通地图

图表IT经销商地图

图表北京地图全貌

图表寻路结果显示

图表行车导航

图表路网中的基本元素和拓扑关系

图表交通限制信息示意图

图表道路单行表示方法示意图

图表由道路单行造成的转弯限制

图表车载导航系统外观照片

图表Mapbar为本地宝提供的地图产品截图

图表Mapbar为本地宝提供的地图产品截图

图表-2017年中国在线地图服务市场规模

图表-2017年中国互联网地图服务市场规模

图表-2017年中国手机地图服务市场规模

图表-2017年中国车载地图服务市场规模

图表互联网地图搜索访问次数份额

图表在线地图开发运营商访问次数份额

图表-2017年中国手机地图服务用户规模

图表-2017年中国车载地图服务用户规模

图表中国在线地图服务总体访问次数

图表中国各品牌在线地图服务访问次数

图表中国互联网在线地图用户最常使用的服务品牌

图表中国互联网在线地图服务品牌的访问量市场份额

图表中国主要地图搜索服务月度覆盖人数情况

图表中国主要地图搜索服务月度总访问次数情况

图表中国主要地图搜索服务的人均月度访问频次情况

图表中国互联网在线地图用户对新功能和新品牌的认知情况

图表中国在线地图产品的优势和不足

图表影响手机用户使用在线地图的因素

图表车载导航产品的用户对在线地图的期许

图表在线地图用户的所属区域调查分析

图表潜在用户不使用在线地图服务的原因分析

图表潜在用户所需要的在线地图服务的功能分析

图表用户了解在线地图的渠道分析

图表在线地图用户的使用频率分析



图表地图搜索用户的人均月度有效浏览时间分析

图表地图搜索用户的人均月度访问次数分析

图表在线地图用户经常使用的功能分析

图表在线地图用户的品牌忠诚度分析

图表在线地图用户间的推荐人数情况

图表在线地图用户向他人推荐使用的互联网地图服务品牌

图表2018-2024年我国在线地图服务行业同业竞争风险及控制策略

图表在线地图服务技术应用注意事项分析

图表在线地图服务项目投资注意事项图

图表在线地图服务行业生产开发注意事项

图表在线地图服务销售注意事项

图表2018-2024年我国在线地图服务行业盈利能力预测

详细请访问：<https://www.chyxx.com/research/201802/612413.html>