

# 2022-2027年中国手机地图市场全景评估及投资规划建议报告

报告大纲

## 一、报告简介

华经情报网发布的《2022-2027年中国手机地图市场全景评估及投资规划建议报告》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/channel/software/810171.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

本研究报告数据主要采用国家统计局数据，海关总署，问卷调查数据，商务部采集数据等数据库。其中宏观经济数据主要来自国家统计局，部分行业统计数据主要来自国家统计局及市场调研数据，企业数据主要来自于国统计局规模企业统计数据库及证券交易所等，价格数据主要来自于各类市场监测数据库。

报告目录：

### 第一章 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

### 第二章 中国手机地图用户分析

#### 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手机地图市场格局分析

## 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

## 第三章 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

## 第四章 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团购网站竞争格局

###### 3、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、手机地图旅游内容嵌入方式

## 第五章 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

#### 5.2 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

## 第六章 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

#### 6.1.1百度地图测评环境

#### 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

#### 6.1.5百度地图主要不足

### 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其他特色功能分析

## 6.9手机地图市场竞争结果预测

## 第七章 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

### 7.2高德软件有限公司

### 7.3北京灵图软件技术有限公司

### 7.4广东瑞图万方科技股份有限公司

### 7.5深圳市凯立德科技股份有限公司

### 7.6易图通科技（北京）有限公司

### 7.7北京城际高科信息技术有限公司

### 7.8科菱航睿空间信息技术有限公司

### 7.9立得空间信息技术股份有限公司

## 第八章 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

#### 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）手机地图打车应用发展趋势

##### 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

图表目录：

图表：O2O商业模式发展机会分析

图表：O2O经历四个发展阶段

图表：移动O2O行业用户规模

图表：O2O行业应用领域

图表：2021年TOP1000应用中O2O应用款数

图表：移动互联网不同行业O2O应用款数占比

图表：O2O典型应用不断涌现

图表：O2O细分领域分析

图表：O2O移动应用用户覆盖率Top30

图表：O2O移动应用用户活跃率Top30

图表：O2O行业图谱

更多图表见正文.....

详细请访问：<https://www.huaon.com/channel/software/810171.html>