

2016-2017年中国手机 地图市场研究报告

2016-2017 China Mobile Map Market
Research Report

(内部精简版)



艾媒咨询集团
iiMedia Research Group

iiMedia 艾媒咨询
Research



研究方法

本报告主要采用行业深度访谈、桌面研究等方法，并结合艾媒咨询自有的用户数据监测系统及北极星统计分析系统等。

- 通过对行业专家、相关企业与手机地图用户进行深度访谈，了解相关行业主要情况，获得相应需要的数据。
- 对部分相关的公开信息进行筛选、对比，参照用户调研数据，最终通过桌面研究获得行业规模的数据。
 - 政府数据与信息
 - 行业公开信息
 - 企业年报、季报
 - 行业资深专家公开发表的观点
- 根据艾媒咨询自身数据库、北极星统计分析系统和草莓派调研社区平台（Strawberry Pie）的相关数据分析。
- 艾媒北极星：截止2016年12月底，北极星采用自主研发技术已经实现对6.98亿独立装机覆盖用户行为监测。
- 面向全国针对各领域征集优秀案例企业进行中，[详情可咨询whd@iimedia.cn](mailto:whd@iimedia.cn)。

目录

1

2016年中国手机地图市场概况

2

2016年中国手机地图用户行为
趋势跟踪

3

2016年中国手机地图室内地图功能
专项研究

4

2016年中国手机地图企业年度盘点

5

2017年中国手机地图发展趋势预测



PART ONE

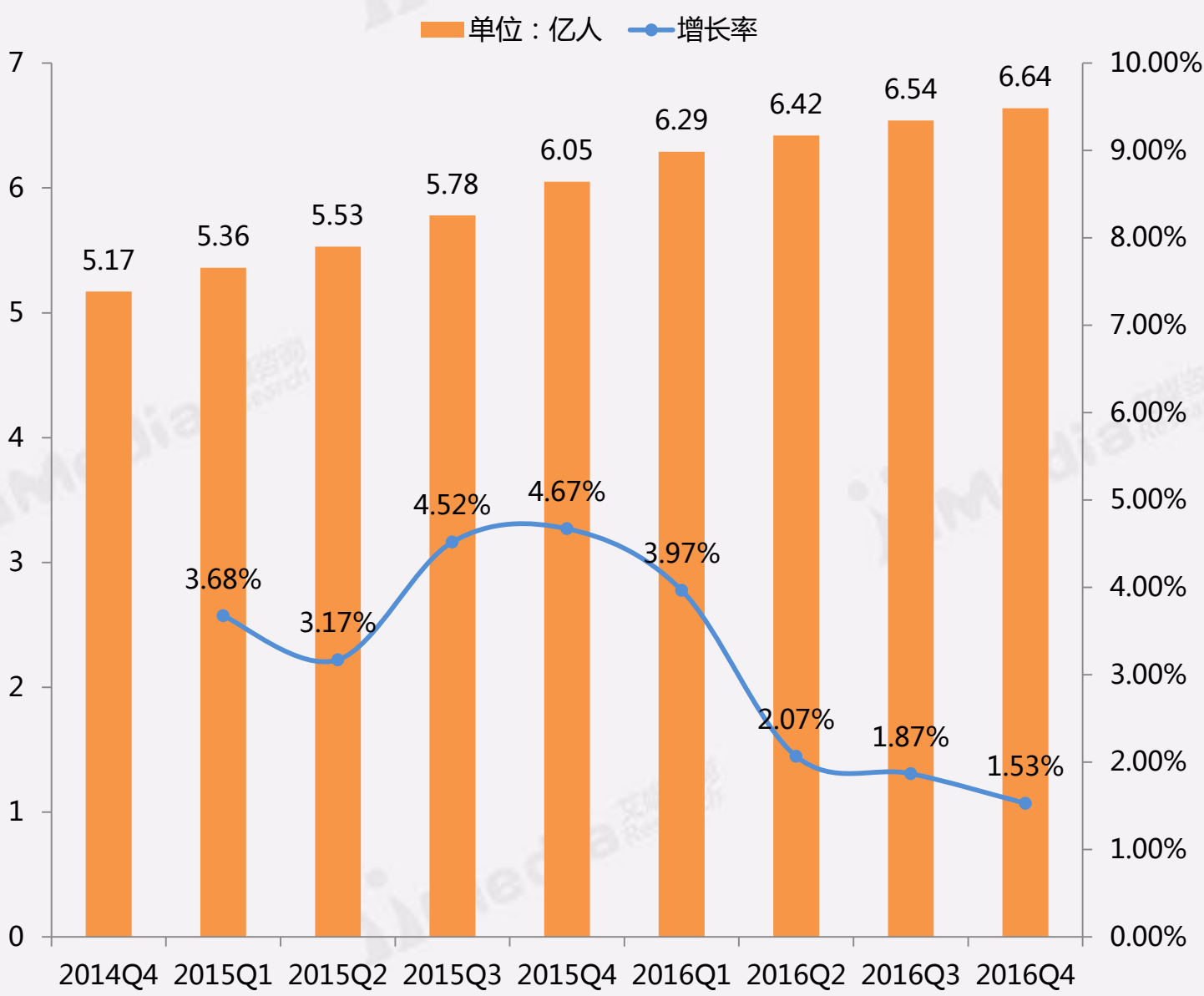
2016年中国手机地图

市场概况

2016年中国手机地图市场用户规模达6.64亿人

iiMedia Research（艾媒咨询）数据显示，2016年第四季度，手机地图用户累计规模已经达到6.64亿人，增长率为1.53%。艾媒咨询分析师认为，虽然手机地图市场逐步趋于饱和状态，但与用户生活联系更加紧密，未来受关注程度将有增无减。

2014Q4-2016Q4中国手机地图市场用户规模

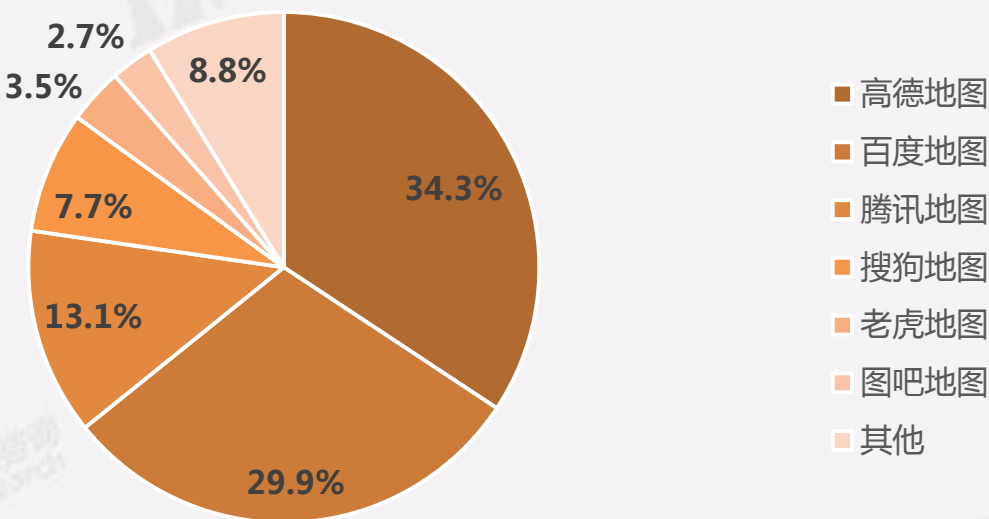


数据来源：iiMedia Research

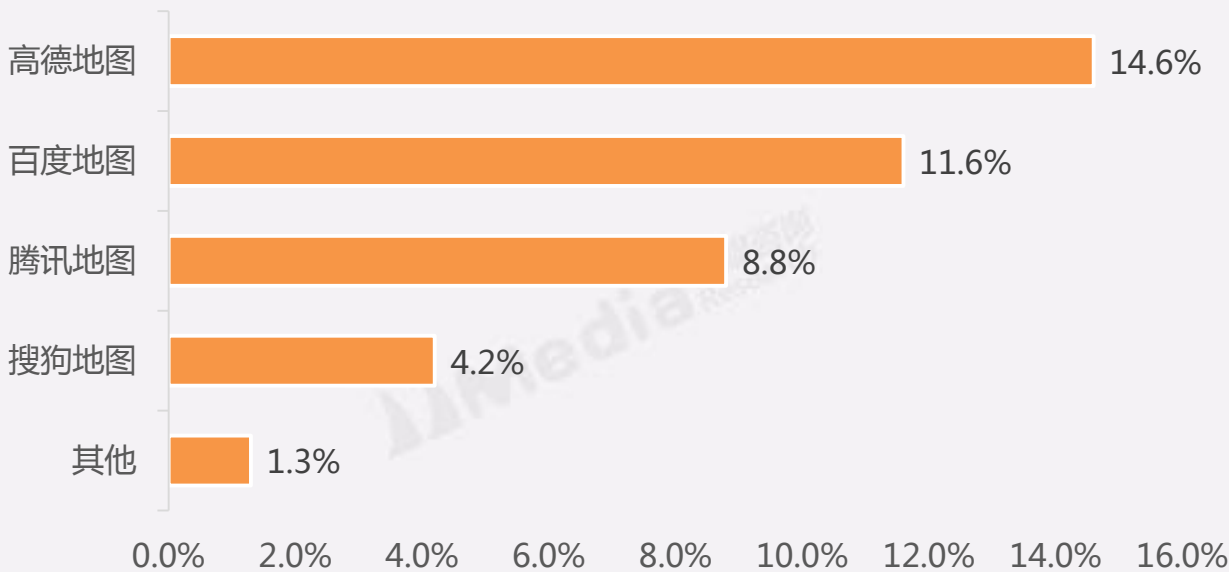
2016年手机地图市场竞争格局维持稳定

iiMedia Research (艾媒咨询) 数据显示, 2016年第四季度, 高德地图与百度地图分别以34.3%和29.9%的市场份额位列前两位, 对比上一季度市场份额有略微增长。在2016下半年活跃用户分布上, 高德地图以14.6%占比领先。艾媒咨询分析师认为, 手机地图市场竞争格局达到稳定状态, 高德地图与百度地图在市场、运营、技术等方面实力较强, 在行业中处于领先地位。

2016年Q4中国手机地图应用市场格局



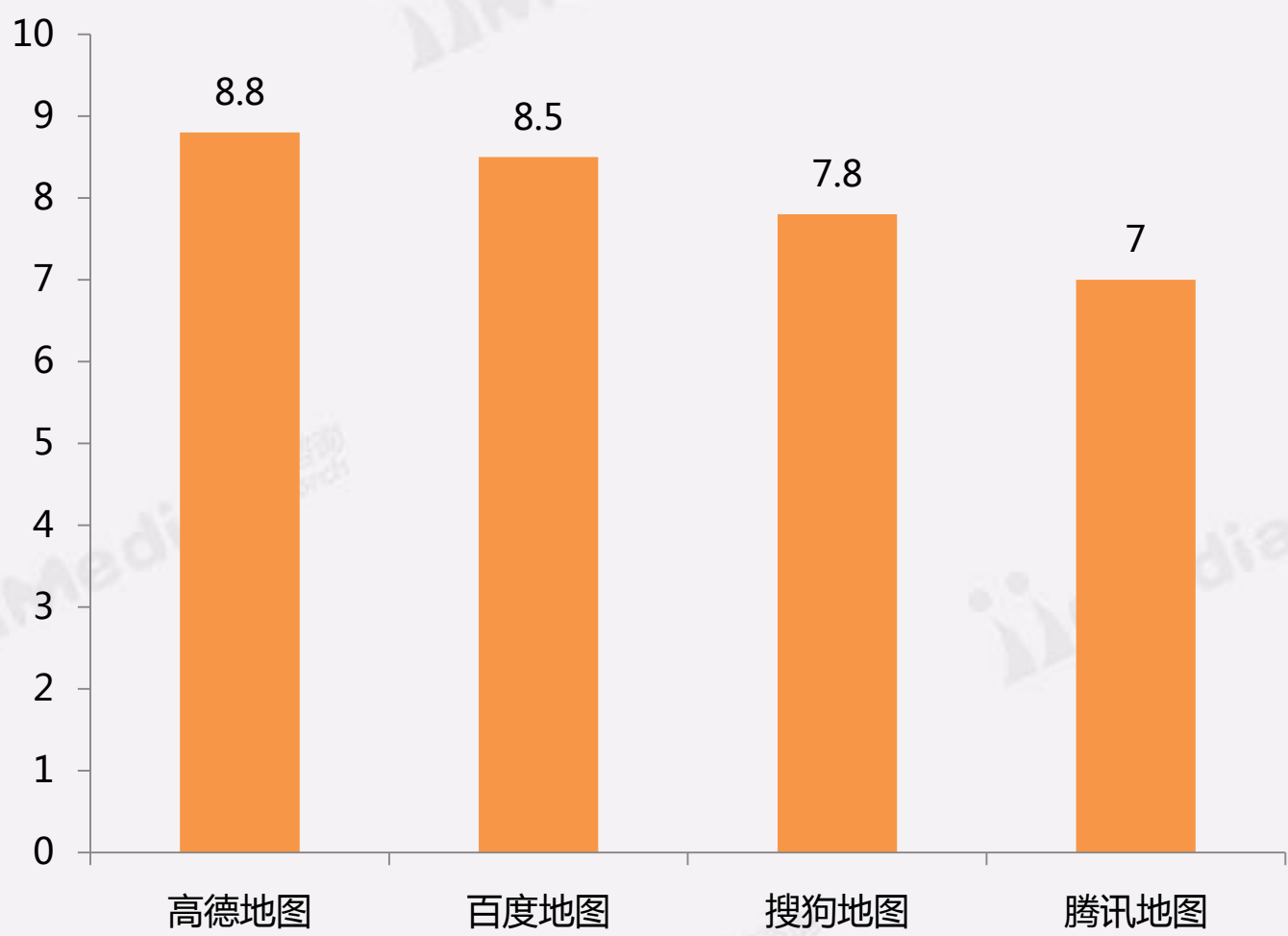
2016下半年中国手机地图应用活跃用户占比



高德地图位列手机地图用户粘性指数首位

iiMedia Research（艾媒咨询）数据显示，2016年中国手机地图用户粘性指数方面，高德地图用户粘性指数达8.8，位列首位，百度地图和搜狗地图位列二三位。艾媒咨询分析师认为，高德地图依托阿里资源，为用户提供智能化、个性化的地图服务，用户好感度与用户粘性较高。

2016年中国手机地图用户粘性指数排行



注：手机地图用户粘性指数由活跃用户数、用户日均使用频率、用户日均使用时长综合评分所得。



PART TWO

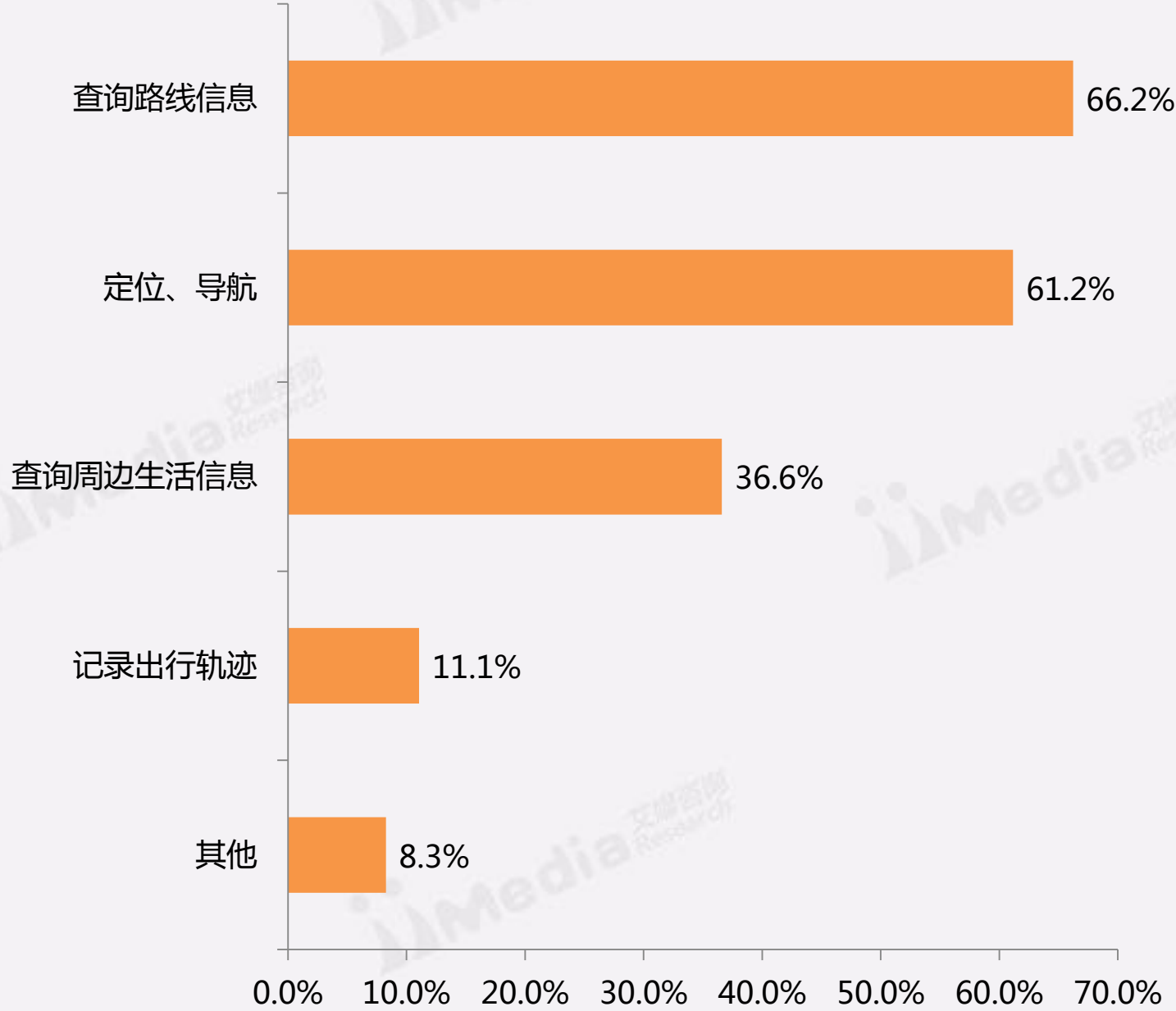
2016年中国手机地图

用户行为趋势跟踪

查询路线和定位导航是用户高频主需求

iiMedia Research（艾媒咨询）数据显示，2016年手机地图用户使用功能分布方面，查询路线信息和定位导航仍排前两位，占比均超过一半。艾媒咨询分析师认为，尽管目前各手机地图均尝试各种新功能，但路线规划与定位导航等手机地图核心功能仍是用户刚需。对手机地图供应商来说，优化核心功能，提供更为精准的定位导航服务仍然是主要的核心竞争力。

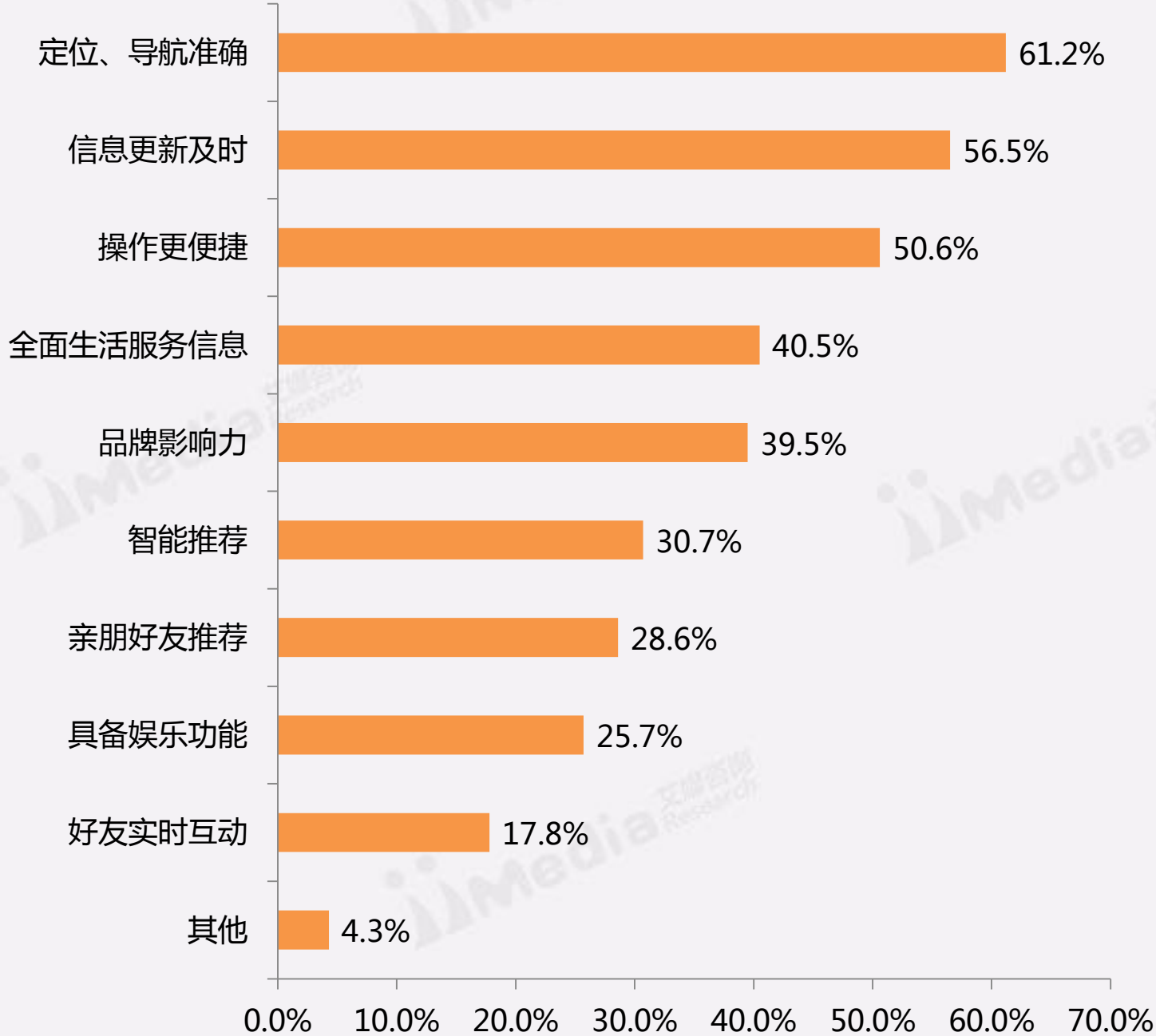
2016年中国手机地图用户使用功能分布



核心功能突出的手机地图受用户青睐

iiMedia Research（艾媒咨询）数据显示，2016年中国用户选择手机地图影响因素分布中，定位导航准确、信息更新及时与操作更便捷等核心功能分别以61.2%、56.5%和50.6%的占比位列前三位。艾媒咨询分析师认为，该用户调查数据与前文用户使用功能分布数据吻合，再次验证目前手机地图用户核心要求仍然为定位导航准确、信息更新及时与操作更便捷等基础功能。另外，与地理位置相关的生活服务信息也正成为用户考虑的主要因素之一

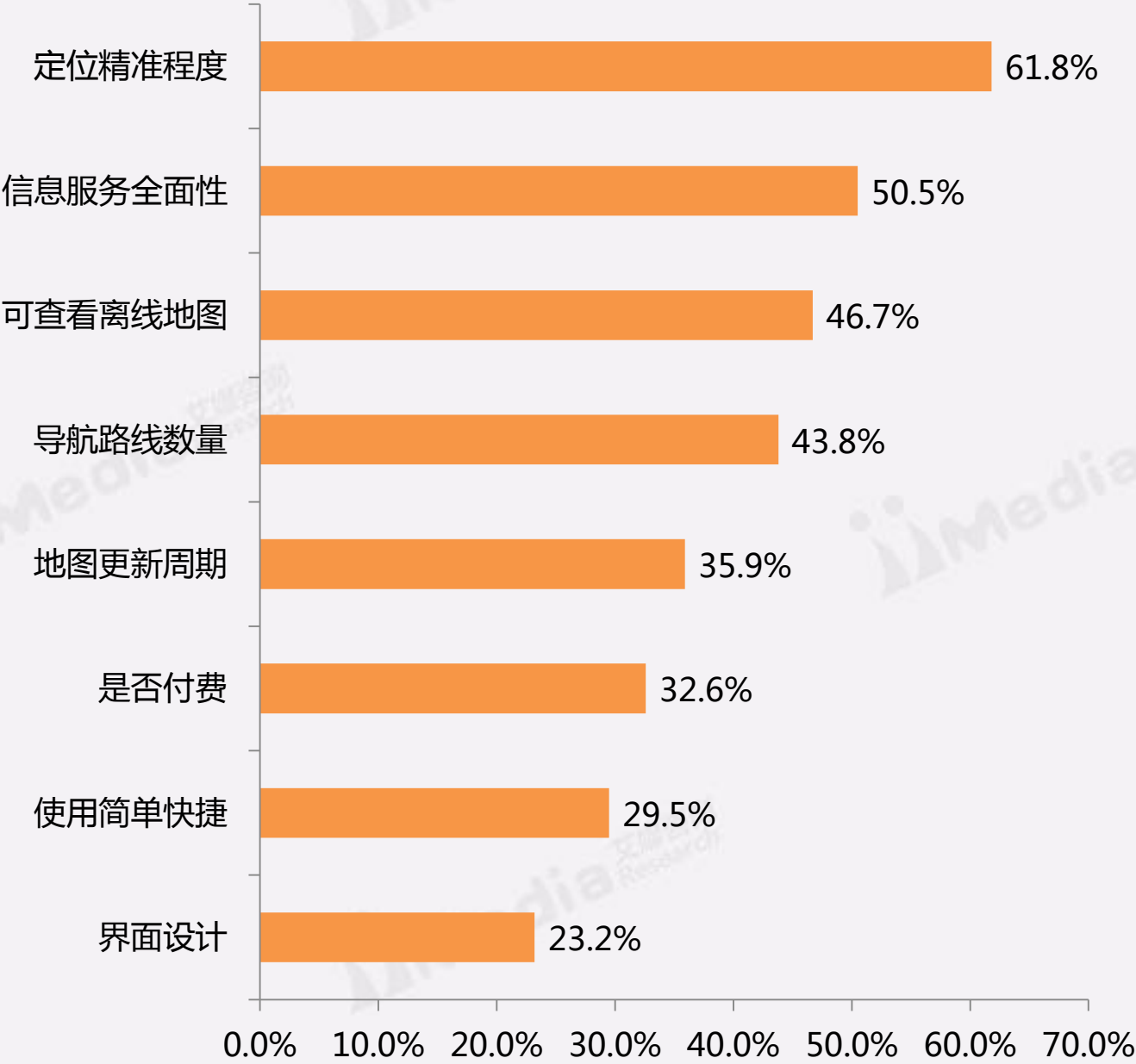
2016年中国用户选择手机地图影响因素分布



用户追求精准方便的导航服务

iiMedia Research（艾媒咨询）数据显示，2016年中国手机地图用户对导航认知分布中，定位精准程度、信息服务全面性、可查看离线地图分别以61.8%、50.5%和46.7%的占比排名前三位。艾媒咨询分析师认为，用户使用导航服务时，更加追求精准的定位与信息查询，未来运用人工智能等技术结合多维度立体大数据提高手机地图精准度将是手机地图发展趋势。

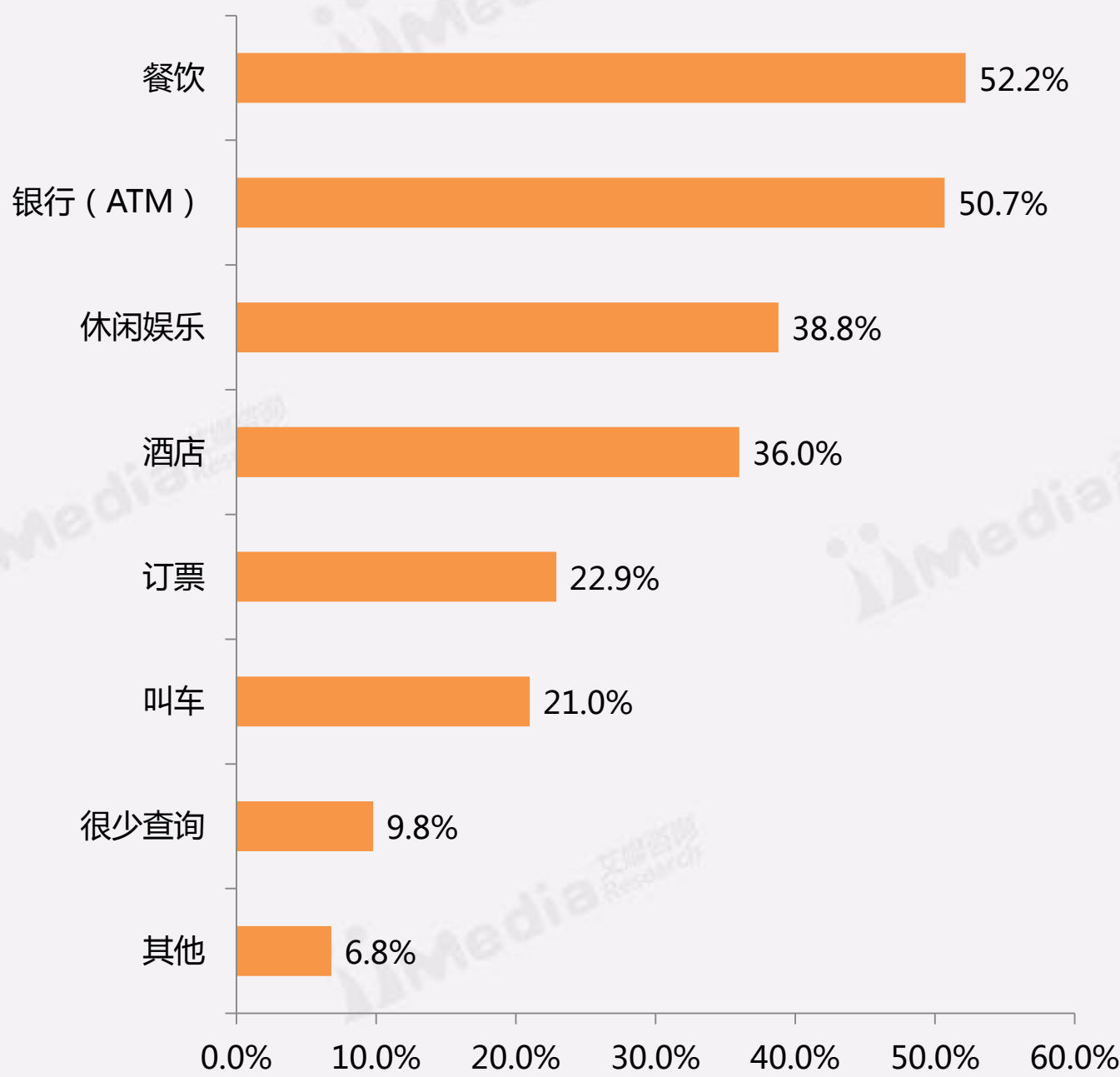
2016年中国手机地图用户对导航认知分布



手机地图已深入渗透用户生活各领域

iiMedia Research（艾媒咨询）数据显示，2016年中国手机地图用户查询信息分布排在前四位的是餐饮、银行、休闲娱乐与酒店，其中餐饮和银行的占比超过一半。艾媒咨询分析师认为，随着用户使用手机地图频次频率提高，手机地图已开始从单一地图工具，逐步成为用户连接互联网的重要入口，在用户生活领域渗透日渐深入。

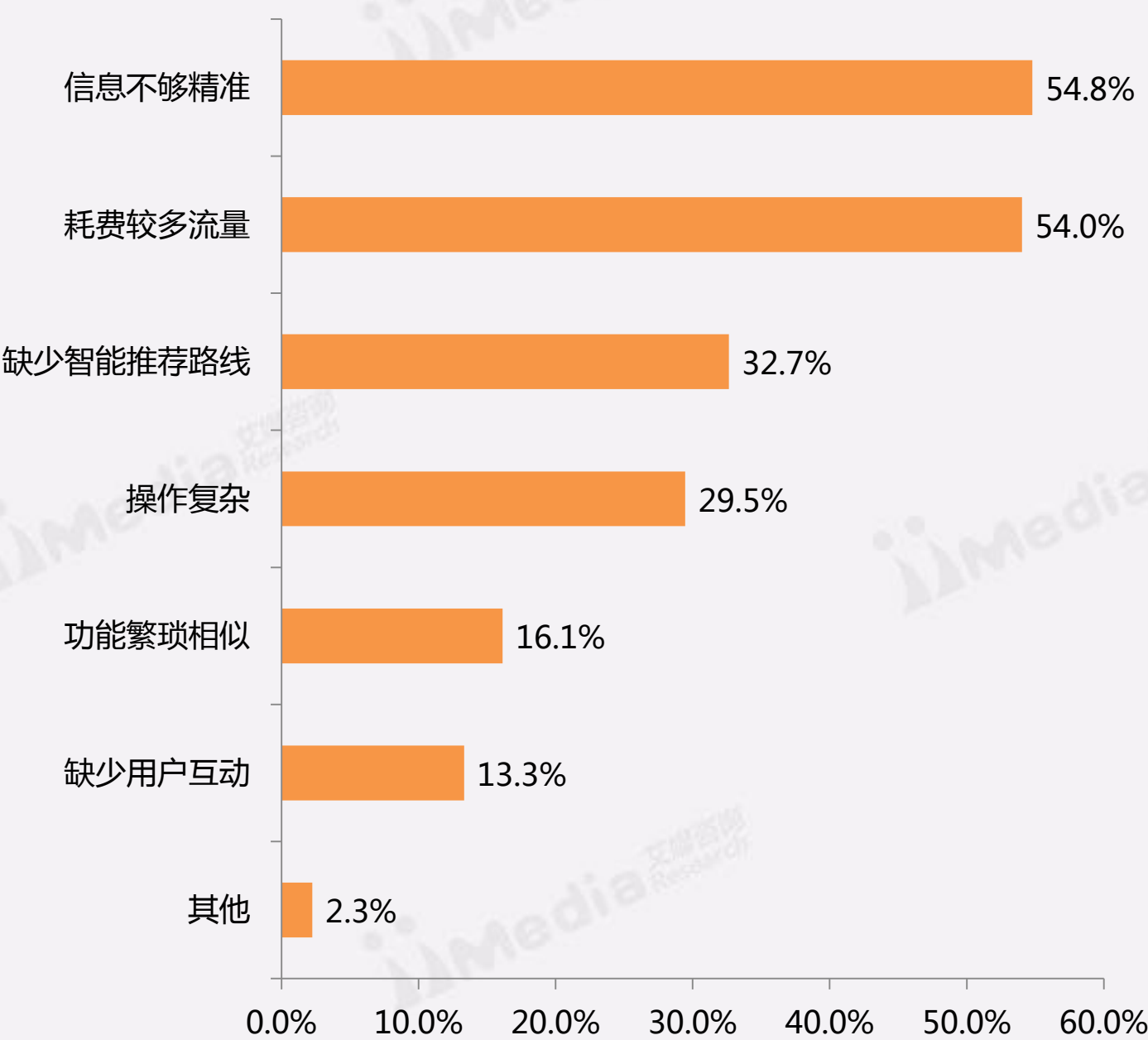
2016年中国手机地图用户查询信息分布



手机地图个性化趋势有待加强

iiMedia Research（艾媒咨询）数据显示，2016年中国手机地图用户不满意因素分布中，信息不够精准、耗费流量较多、缺少智能推荐路线分别以54.8%、54.0%和32.7%的占比位列前三。艾媒咨询分析师认为，未来手机地图个性化趋势加强，不仅可以针对环境推荐路线，还能基于每一位用户的基本信息和出行习惯智能推荐信息，满足用户多样化需求。

2016年中国手机地图用户不满意因素分布





PART THREE

2016年中国手机地图 室内地图功能专项研究

室内地图市场进入白热化竞争阶段

室内地图概念

室内地图，是让用户通过移动设备在建筑物内仍能利用精确的定位功能找到要去的如店铺、卫生间、电梯、休息区、出入口等位置的地图，打通“人、位置、商家”间的关系。室内地图除可以将场地的平面图在移动设备上展现出来外，还能帮助用户随时了解各种资讯，对商品进行分类搜索，方便用户对未知目的地的了解，并最快找到所需信息。

室内地图服务的意义

商家



- ◆ 为商户提供精准、海量的用户行为数据，指导店铺和商品的调整优化。
- ◆ 为商户导流，利用场景发展线下用户。

方便用户利用移动设备寻找需要的服务，节省用户时间和精力。

用户

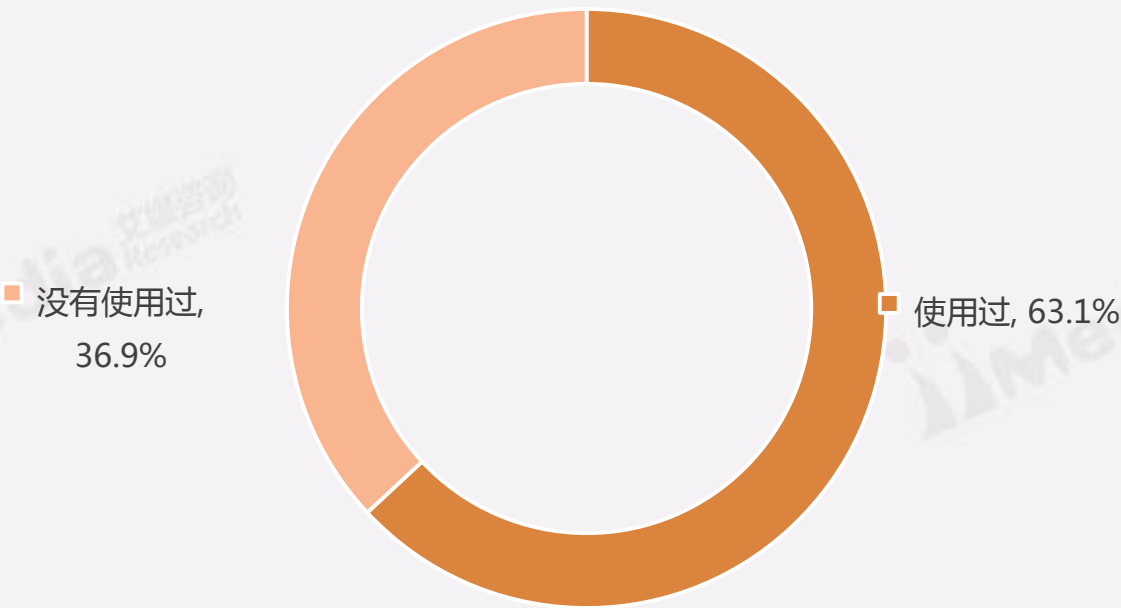


艾媒咨询分析师认为，“互联网+”快速普及，线下商家以及用户对于封闭场景内地图服务的需求直线上升，室内地图成为连接线下商家和用户的超级入口。在室外地图竞争格局渐趋明朗情况下，BAT以及其他互联网巨头将战略转移到抢夺室内地图市场上，室内地图进入白热化竞争阶段。

室内地图用户使用率扩增

iiMedia Research (艾媒咨询) 数据显示, 2016年中国手机网民室内地图使用率上升, 超六成用户表示使用过该功能。艾媒咨询分析师认为, 室内地图用户使用率提高得益于两方面, 一是用户对手机地图室内服务功能认知度提高, 对场景定位、导航, 以及获取周边服务的需求也渐趋提高。二是手机地图室内场景服务升级, 满足用户不同场景的室内服务。

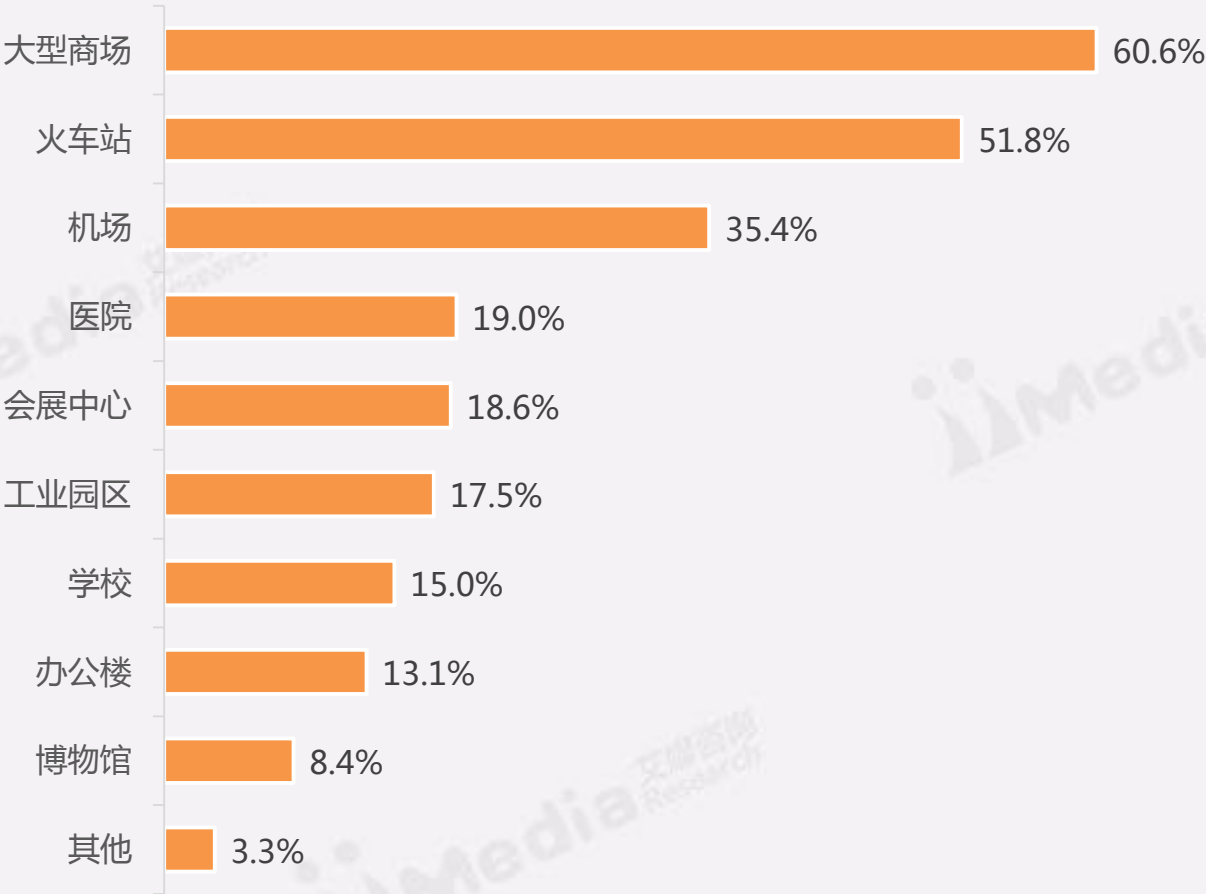
2016年中国手机网民室内地图使用覆盖率分布



大型商场室内地图使用率最高

iiMedia Research (艾媒咨询) 数据显示，用户在大型商场、火车站、机场内使用室内地图频率较高，占比分别为60.6%、51.8%、35.4%。艾媒咨询分析师认为，随着室内地图技术升级，用户在流量大、面积大、格局复杂的场景对室内地图使用率增加，也是当前地图厂商布局的重点。

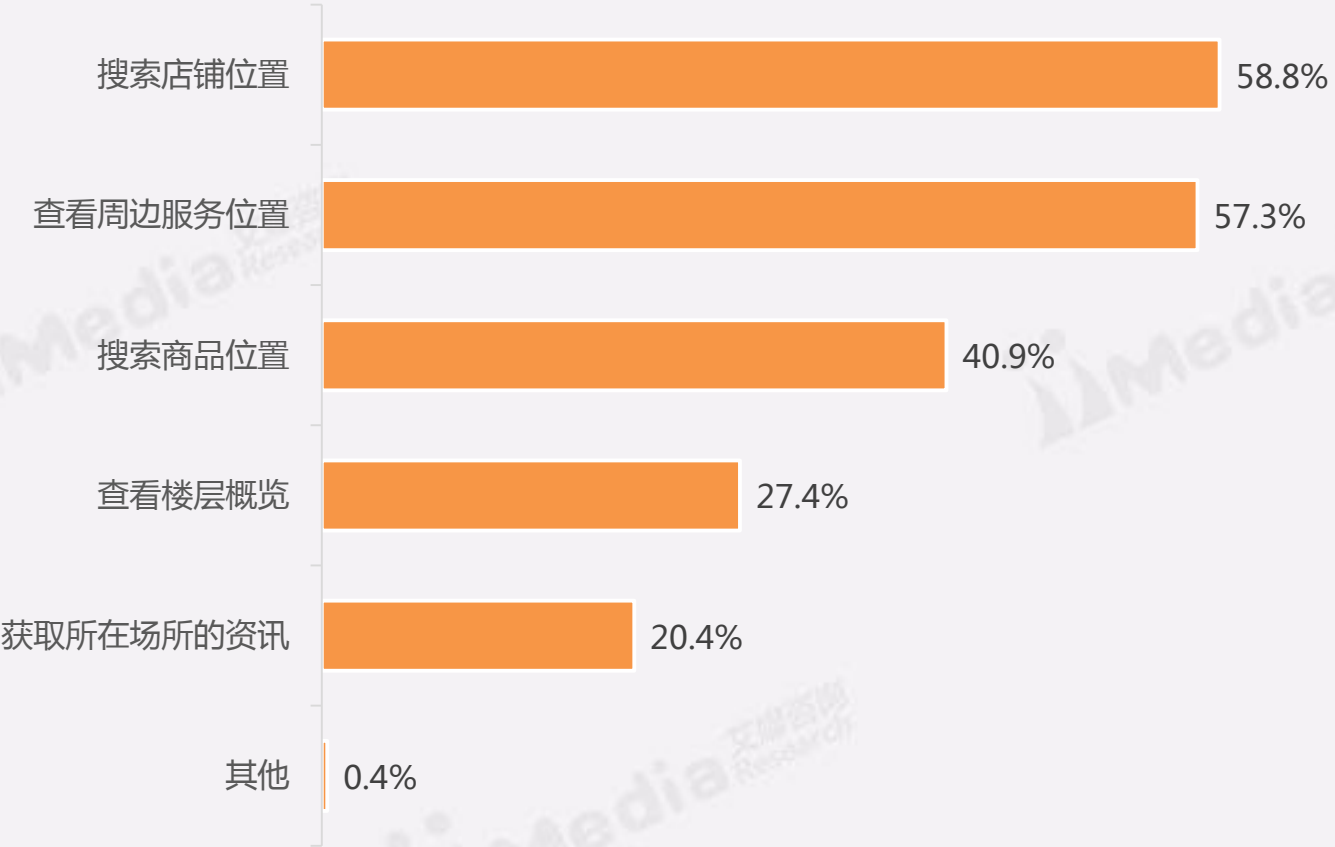
2016年中国手机网民室内地图使用场景分布



室内地图服务功能渐趋多元化

iiMedia Research (艾媒咨询) 数据显示, 58.8%的用户通常使用室内地图搜索店铺位置, 57.3%用户用于查找场景周边服务, 40.9%的用户则会利用室内地图搜索商品所在位置。艾媒咨询分析师认为, 室内地图厂商针对用户在大型室内场景的需求痛点, 提供多元化室内地图服务功能, 用户可根据需要, 进行地理位置定位、导航、寻找商品位置等, 大大提升用户室内场景购物、停车、休息等多种体验。

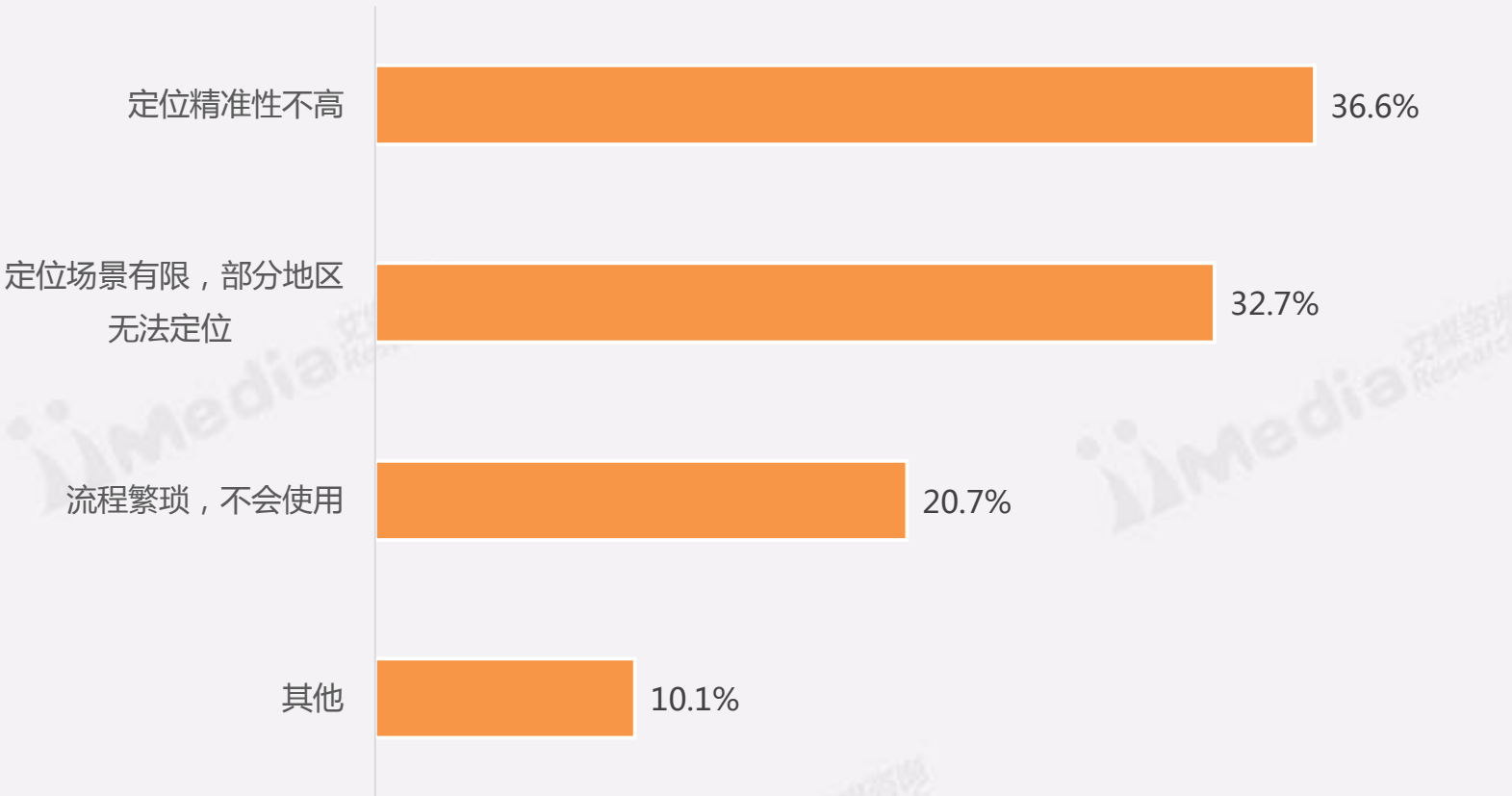
2016年中国手机网民室内地图使用情况分布



提升高精度定位能力或成室内地图破局关键

受大型建筑阻隔，信号不稳定甚至无信号现象严重影响室内地图发展。iiMedia Research（艾媒咨询）数据显示，室内地图定位精准性不高成为当前用户体验最大痛点。同时，室内地图可定位的场景有限，部分地区无法定位，以致手机地图提供的商家和位置满足不了用户需求。艾媒咨询分析师认为，当前室内地图破局关键在于提高室内地图定位技术，提升高精度定位能力，为用户带来更好的室内导航和服务体验。

2016年中国手机网民使用室内地图时常见问题分布





PART THREE

2016年中国手机地图

企业年度盘点

2016年中国手机地图市场关键词盘点



高精度



智能化



车联网



语音导航

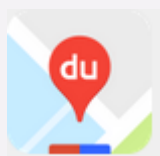


智慧出行

高精度地图



- ◆ 通过**智能云调度**，打造高鲜度+高精度+高丰富度手机地图。
- ◆ 更新4万余个路口放大图，扩大**三维实景导航**覆盖范围，导航更加直观、清晰。
- ◆ 免费向汽车合作伙伴提供高精度地图数据，推动构建**地图行业新生态**。



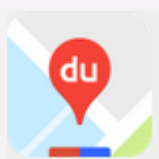
- ◆ **4K地图上线**，可以精确到人行横道、车道等交通标志线，以及道路边的每一个停车位。
- ◆ 在广东顺德，百度与长安完成地图采集车交车仪式，百度地图顺德**数据中心**首次对外开放。
- ◆ 依托Learning map平台，及时**更新高精度地图数据**，推动L3自动驾驶发展。

艾媒咨询分析师认为，伴随用户对手机地图导航与定位精确性的要求不断提高，手机地图供应商纷纷运用大数据、云智能等技术打造高精度地图，在交通标志、信号灯、行人等环境信息的全方位采集和数据的及时更新方面做得越来越好，为用户提供真实、立体的导航体验。

智能化



- ◆ 发布**AI引擎**，引入模块化机器学习，根据用户画像提供智能化地图服务。
- ◆ 增加**路口放大图**，优化图示准确性及可读性，导航更加智能化。



- ◆ 使用**AR技术**进行导航功能，方便用户辨别方向、在复杂路口做决策。
- ◆ 推出行程助手、室内外步行一体化等新功能帮助用户**智能创建行程**，并及时提醒。



- ◆ 运用**3D市街导航**，立体化道路名称、红绿灯、等途经场景，帮助用户清晰辨识道路。
- ◆ 发布新产品**搜狗智能导航**，为用户提供从搜索到导航的智能化、一体化语音服务。



- ◆ 推出**地主认证服务**，帮助商户进行位置纠错和新增标注，解决店铺位置标示错误的问题。

艾媒咨询分析师认为，手机地图厂商运用先进技术并开发手机地图新功能，使其更加智能化，不仅能基于用户数据提供个性化导航、行程规划等服务，还能为用户提供多种附加服务，成为用户生活中不可替代的工具。

车联网



- ◆ 高德发布新一代智能车载导航——**高德地图车机版 (AMAP AUTO) 2.0**。依靠AI引擎的大数据能力和机器学习能力，面向不同环境和需求，提供个性化的最优位置出行服务。



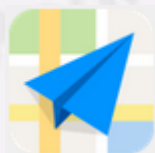
- ◆ 在第二届亚洲消费电子展上发布**百度地图汽车版、CoDriver智能语音副驾**两款产品，进一步完善百度智慧汽车的生态。



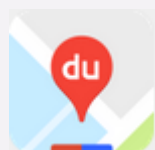
- ◆ 搜狗地图总经理孔祥来表示，未来搜狗地图在**车联网、智能穿戴设备**上将会有更多的布局，为用户提供更智能的出行方式。

受益于智能交通的发展，车联网被看作有前景的行业之一，各个手机地图供应商积极与汽车企业合作，布局车联网战略。艾媒咨询分析师认为，车联网渗透到用户O2O、娱乐、社交等领域，它能依据每个用户不同的生活习惯与交通现状提出合理出行建议，节省用户时间，最终实现无人驾驶的目标。

语音导航



- ◆ 高德地图上线锤子科技创始人**罗永浩语言包**，此前高德地图已经拥有林志玲、王俊凯、王源、易烊千玺等明星的语言包。



- ◆ 百度地图推出**韩乔生导航语音包**，用户只需手机下载离线语音包，即可边开车边听韩大嘴指路导航，体验韩式幽默。



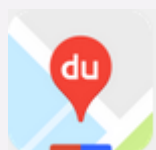
- ◆ 搜狗地图运用自有语音技术和语义理解功能，将数据重构，解放用户双手和双眼，创造**全语音智能驾驶场景**，让用户出行更安全、更便捷。

相比手动导航，语音导航具有更方便快捷的特点，目前主流手机供应商都支持语音导航，采用明星或行业名人的语言包为用户提供导航服务。艾媒咨询分析师认为，基于自身优势搜狗地图实现了全语音导航，语音交互覆盖用户整个出行过程，并且在识别用户语义、消除噪声等方面做得较好。

智慧出行



- ◆ 布局“大生态、双生态”战略，建立**智慧交通体系**。
- ◆ 高德地图发布“互联网+”交通指数，数据显示，北京以87.91的指数在“互联网+交通”发展方面独占鳌头，广州则以80.32的指数紧随其后。



- ◆ 百度地图运用人工智能提高围绕场景的智能决策服务能力，满足用户城际交通需求，顺应智慧出行时代趋势。

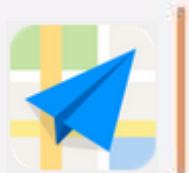


- ◆ 搜狗地图推出**智慧出行新攻略**，用户可以通过“身边”版块寻找酒店和饭店，并一键完成预定。



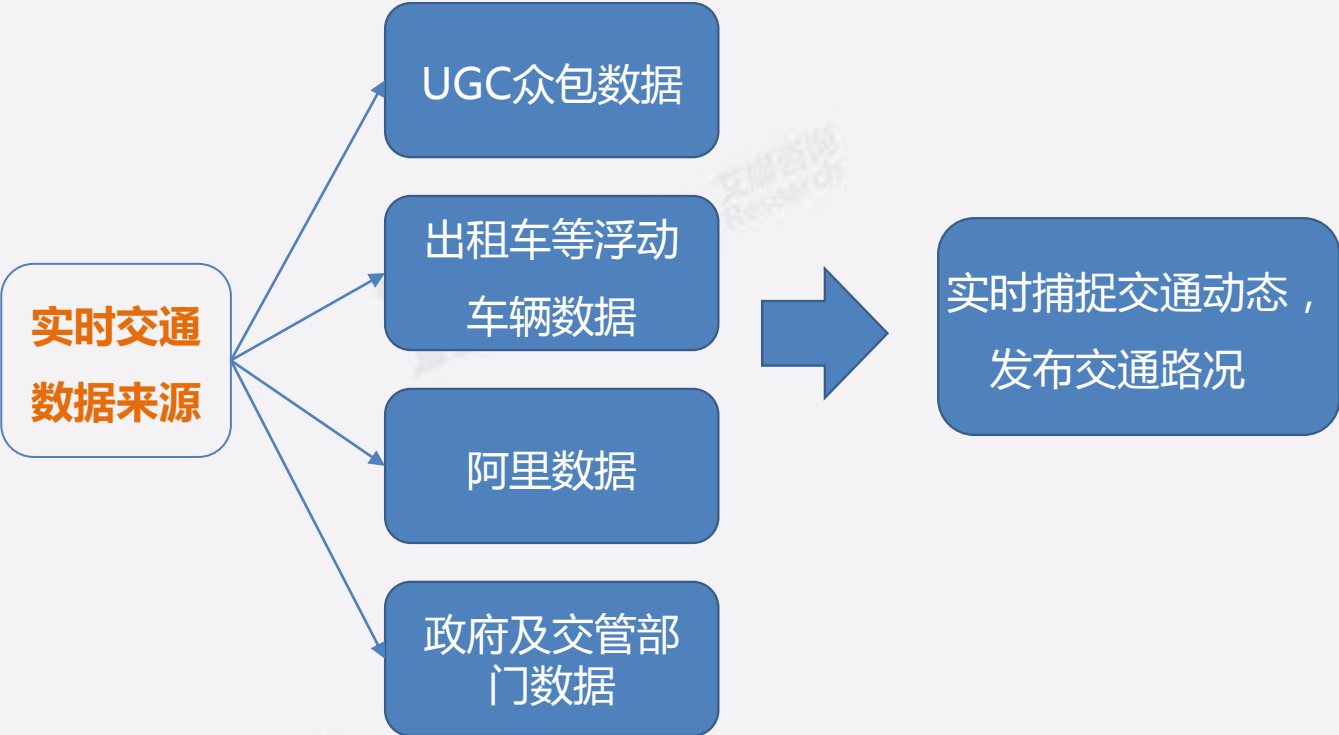
- ◆ 腾讯地图将发布“**互联网+交通**”指数，绘制国内智慧交通数字网络图。

艾媒咨询分析师认为，智慧出行是“互联网+”分享经济的一部分，手机供应商纷纷布局智慧出行，基于大数据、云计算等技术发布出行预测报告和“互联网+交通”指数，尊重每个用户，最大程度满足其个性化出行需求，助力智慧城市的建设。



高德地图依托多元大数据生成个性化地图

高德地图多元交通数据来源

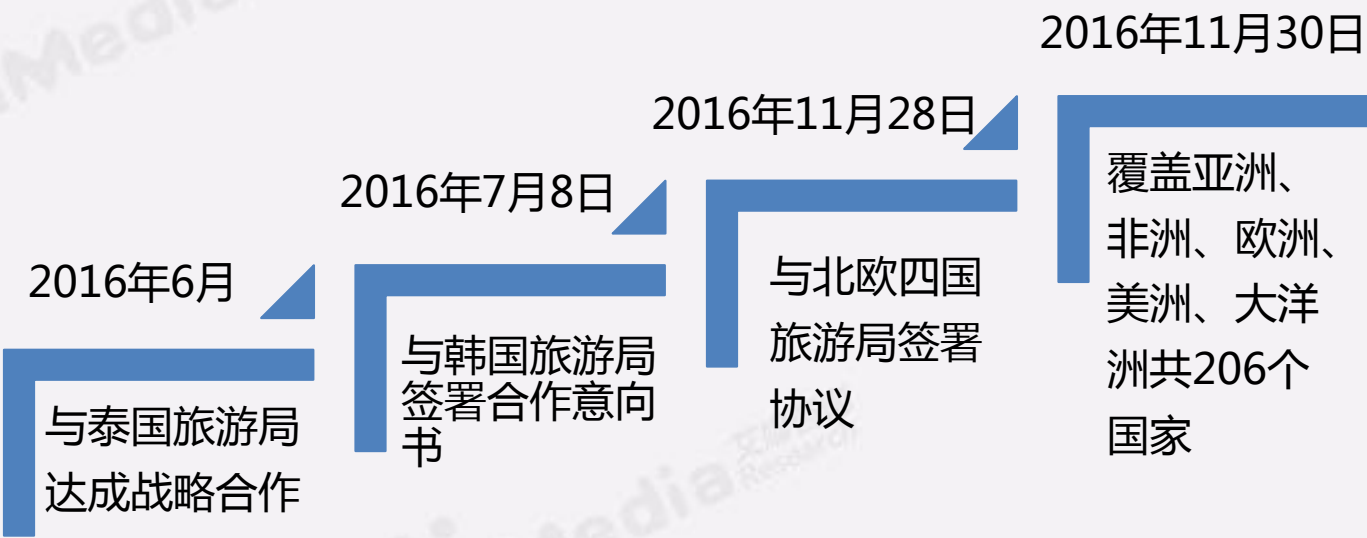


艾媒咨询分析师认为，高德地图数据来源多元化，大部分实时交通数据来源于UGC众包数据，少量来源于出租车、物流等行业浮动车辆。通过车速数据和GPS时间点间隔数据等众包数据，高德地图依托强大的算法获知道路是重度拥堵还是缓行，亦或是畅通，为用户提供智能的出行路线。随着高德地图LBS2.0高精度定位技术升级优化，数据及时性和精准性大大提高。

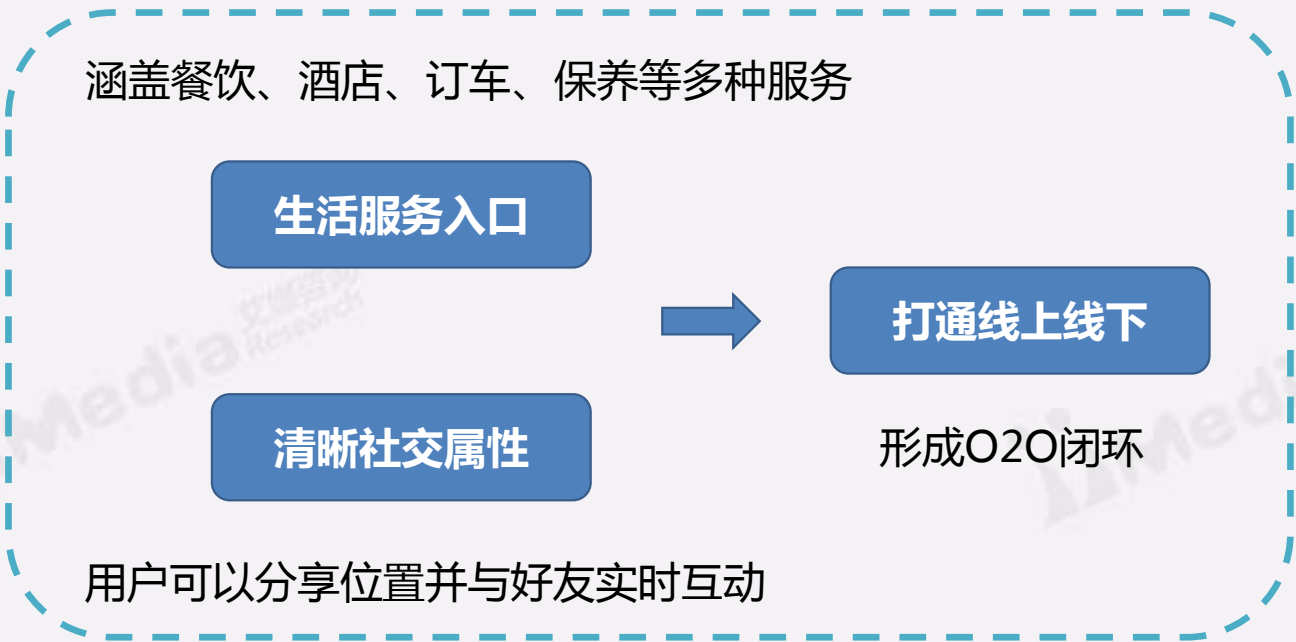


百度地图国际国内市场齐发力

拓展国际化生态圈，打造世界地图



“连接人与服务” 战略，覆盖用户生活各个领域



艾媒咨询分析师认为，百度地图将手机地图拓展为生活服务入口，为用户提供一站式服务，O2O战略版图日渐清晰。百度地图积极布局海外市场，致力于打造世界地图，不同于高德地图专注LBS，百度地图发展方向更为宽广，在国际化战略中百度地图能否保证精准优质的地图服务有待市场检验。



搜狗地图专注“工具化”路线

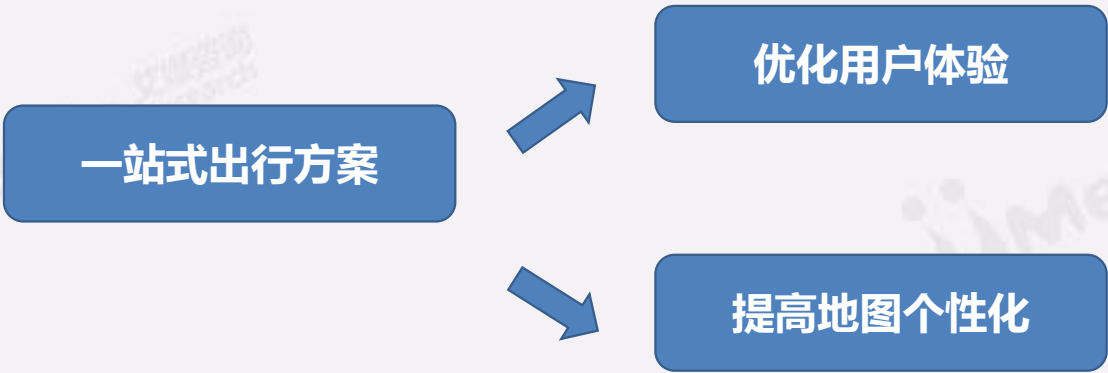
挖掘地图工具价值



基于开放平台LBS定位技术及用户数据，帮助用户了解所在城市一年中所有雾霾数据、所在位置实时空气质量，有针对性地做好防霾措施。

用户能在搜狗地图上搜索充电桩数量、闲置情况等信息，此功能不仅提高现有充电桩设备使用效率，同时推动新能源交通工具的使用，绿色环保。

为用户提供多样化导航视图选择，其中3D市街图真实地还原市区道路情况，让用户清晰了解周边与前方路况，更快速地到达目的地。



艾媒咨询分析师认为，不同于高德地图与百度地图走平台开放化道路，搜狗地图始终贯彻手机地图工具理念，不断提升用户体验，虽然在市场、运营、技术方面实力稍逊，但搜狗地图积极开发手机地图新功能，为用户出行提供贴心服务，注重用户个性化需求，未来发展值得期待。



腾讯地图积极布局 “互联网+” 生态

“互联网+” 交通

2016年，腾讯通过旗下微信、手机QQ、QQ浏览器和腾讯地图等平台，运用云计算、大数据、支付和LBS等技术，将智慧交通成果与政府、企业和用户紧密相连，为人民生活带来更多便利。



“互联网+” 急救



2016年，腾讯与中国红十字会合作发布AED地图。腾讯地图将首先收录上海、深圳的AED设备位置信息，帮助施救人员快速获取AED设备，合理规划路线，为心脏病患者争取宝贵时间，降低死亡率。

艾媒咨询分析师认为，腾讯地图是腾讯在“互联网+”战略中的重要一环，不仅在“互联网+”交通中发挥重要作用，还将地理位置信息技术运用到急救中，最大化利用电子地图资源来提升急救效率。未来腾讯地图在“互联网+”生态圈的布局将更广泛，为城市公共服务建设贡献力量。

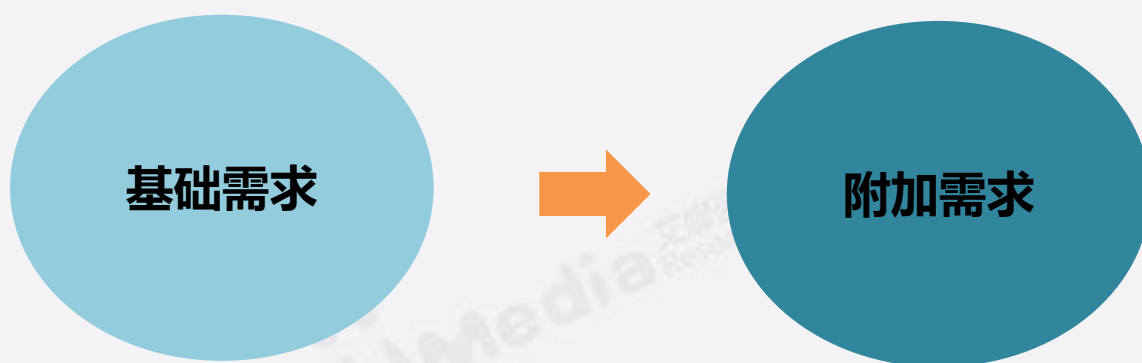


PART FIVE

2017年中国手机地图 发展趋势预测

2017年中国手机地图市场发展趋势预测

用户个性化需求加强



- ◆ 个性化导航：用户希望手机地图能基于自己出行习惯推荐个性化路线。
- ◆ 个性化信息服务：在出行中，用户希望获取准确有效的信息，对信息呈现方式上有多元化的要求。

艾媒咨询分析师认为，随着手机地图用户对手机地图使用频率大幅增加，对产品个性化程度要求也进一步提高。基础导航功能已不能满足需求，除了做好地图核心功能，手机地图用户希望手机地图能基于自己出行习惯推荐个性化路线，并能够从手机地图中获得更为智能的基于地理位置的服务信息。

2017年中国手机地图市场发展趋势预测

手机地图深入渗透用户生活各领域

平台开放性增强

硬件



互联网+

互联网+



社交



伴随手机地图平台开放性与互动性增强，如今手机地图从最初关注硬件技术到布局“互联网+”，渗透用户衣食住行各领域。艾媒咨询分析师认为，未来手机地图在社交方面将有更多发展，用户不仅能与好友及时分享出行信息，还能为手机地图提供数据，为其他人提供更多有价值的信息，全社会将形成“人人为我，我为人人”的良好氛围。

2017年中国手机地图市场发展趋势预测

手机地图从室外走向室内



受到电商产业的冲击，商场希望结合室内定位技术和线上商品信息获取更多利润，为了优化乘客体验，机场、火车站也需要运用室内定位技术提供更多服务。艾媒咨询分析师认为，手机地图在室内有较大的发展空间，未来会有更多室内场所运用手机地图将室内位置与用户需求相匹配，为用户提供导航定位、信息推荐等服务，培养用户习惯。



北极星应用统计分析平台是在广东省政府省重大科技专项支持下研发的专业、独立的第三方移动应用统计分析平台，支持Android、iOS等主流平台。

北极星系统通过专业的技术手段助力开发者统计和分析流量来源、用户行为、用户习惯、进行用户画像并与运营商大数据对接，充分利用运营商精准LBS能力、用户深度透视能力、用户消费能力，帮助开发者利用数据进行产品、运营、推广策略的决策，改善产品设计，透视运营指标，提升推广效率。

ADiiMedia艾媒移动广告监测系统由全球领先第三方数据研究机构艾媒咨询独家研发，系统针对移动端广告特性，通过全流程数据记录跟踪、复合反作弊算法，结合用户大数据标签分析，实时提供公正独立的广告监测与优化服务，帮助广告主、代理公司及数字媒体有效分析提升营销效果和投资回报。目前支持微信公众号、微博、网页、APP、H5等多种媒体广告监测。

ADiiMedia系统正在为国内外的过百家知名品牌提供产品及服务，包括微软、高通、百事、华为、联想、王老吉、格力等。

服务网址：<http://bjx.iimedia.cn/> 接入咨询：mwj@iimedia.cn

艾媒 ● 大数据解决方案

围绕“互联网+”主题，依托艾媒集团的整合传播营销与互联网行业大数据挖掘的资源优势，为寻求互联网转型的传统企业以及互联网创业企业提供业务咨询，整合资源，提升客户价值。



法律声明

本报告由iiMedia Research（艾媒咨询）调查和制作，报告版权归属于艾媒咨询集团控股有限公司（中国香港）；报告中所有的文字、图片、表格均受到中国大陆及香港特别行政区知识产权法律法规的保护，任何非商业性质的报道、摘录、以及引用请务必注明版权来源；iiMedia Research（艾媒咨询）会向国家相关政府决策机构、知名新闻媒体和行业研究机构提供部分数据引用，但拒绝向一切侵犯艾媒著作权的商业研究提供免费引用。

本报告中的调研数据均采用行业深度访谈、用户调研、桌面研究得到，部分数据未经相关运营商直接认可；同时本报告中的调研数据均采用样本调研方法获得，其数据结果受到样本的影响，部分数据可能未必能够完全反映真实市场情况。因此，本报告仅供个人或单位作为市场参考资料，本公司不承担因使用本报告而产生的法律责任。在未接受本声明前，请不要阅读本报告。



**因为专注，
所以专业！**

Since 2010, We focus on mobile Internet!



艾媒咨询集团
iiMedia Research Group

全球领先的移动互联网
大数据挖掘与分析机构