

2017Q1中国手机地图 市场研究报告

2017Q1 China Mobile Map Market Research Report

(内部精简版)



艾媒咨询集团
iiMedia Research Group



Media 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：截至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research@iimedia.cn](mailto:research@iimedia.cn)。

目录

1 / 2017Q1中国手机地图市场现状分析

2 / 2017Q1中国手机地图用户行为研究

3 / 2017Q1中国手机地图市场热点分析

4 / 2017Q1中国手机地图市场发展趋势



PART ONE

2017Q1中国手机地图 市场现状分析

2017Q1中国手机地图市场动态

分析师速评：2017年第一季度手机地图市场上，百度加强与其他企业的合作，APP接入神州专车，同时加强海外市场扩张；高德基于其数据资源优势发布路况先知系统助力用户春节出行；腾讯入股特斯拉和HERE地图，加强自动驾驶领域布局的同时强化数字地图资源。

① 腾讯地图上线微信小程序：通勤助手

1月9日，腾讯地图发布其微信小程序：通勤助手。相较于APP，通勤助手为用户提供更加直观的定制路线，并提供实时路况功能。同时通勤助手还设有“找厕所”功能，为用户寻找附近洗手间。通勤助手的上线能够为腾讯地图从微信窗口导入更多的用户。

② HERE为百度地图扩张海外市场助力

1月16日，HERE地图宣布为百度地图最近在欧洲的市场扩展计划提供更多的地图技术支持。之前，HERE地图为百度地图在东南亚等地区的服务提供技术支持。现在两家的合作将扩大到超过150个国家和地区。HERE地图在数字地图领域以及全球范围的数据收集方面的影响力为百度地图扩张海外市场提供了强大的助力。

2017Q1中国手机地图市场动态

③ 高德地图发布安全地图和路况先知系统

1月16日，高德地图在其“春节平安福计划”发布会上，推出了“安全地图”及“春运路况先知系统”，主要针对用户春节出行。基于高德历史交通大数据、公众数据和行业数据预测春节出行拥堵趋势及易拥堵时段和路段，让用户能够事先调整出行路线时段，节省花在路上拥堵的时间。

④ 神州专车正式接入百度地图

3月，神州专车正式接入百度地图，神州专车可以直接导入百度地图的用户，并享受百度地图大数据资源，更高效地调度车队资源，为客户提供更好的服务。而百度在接入神州专车后，其地图生态圈的打造更加完善，进一步提高百度在手机地图行业的地位。

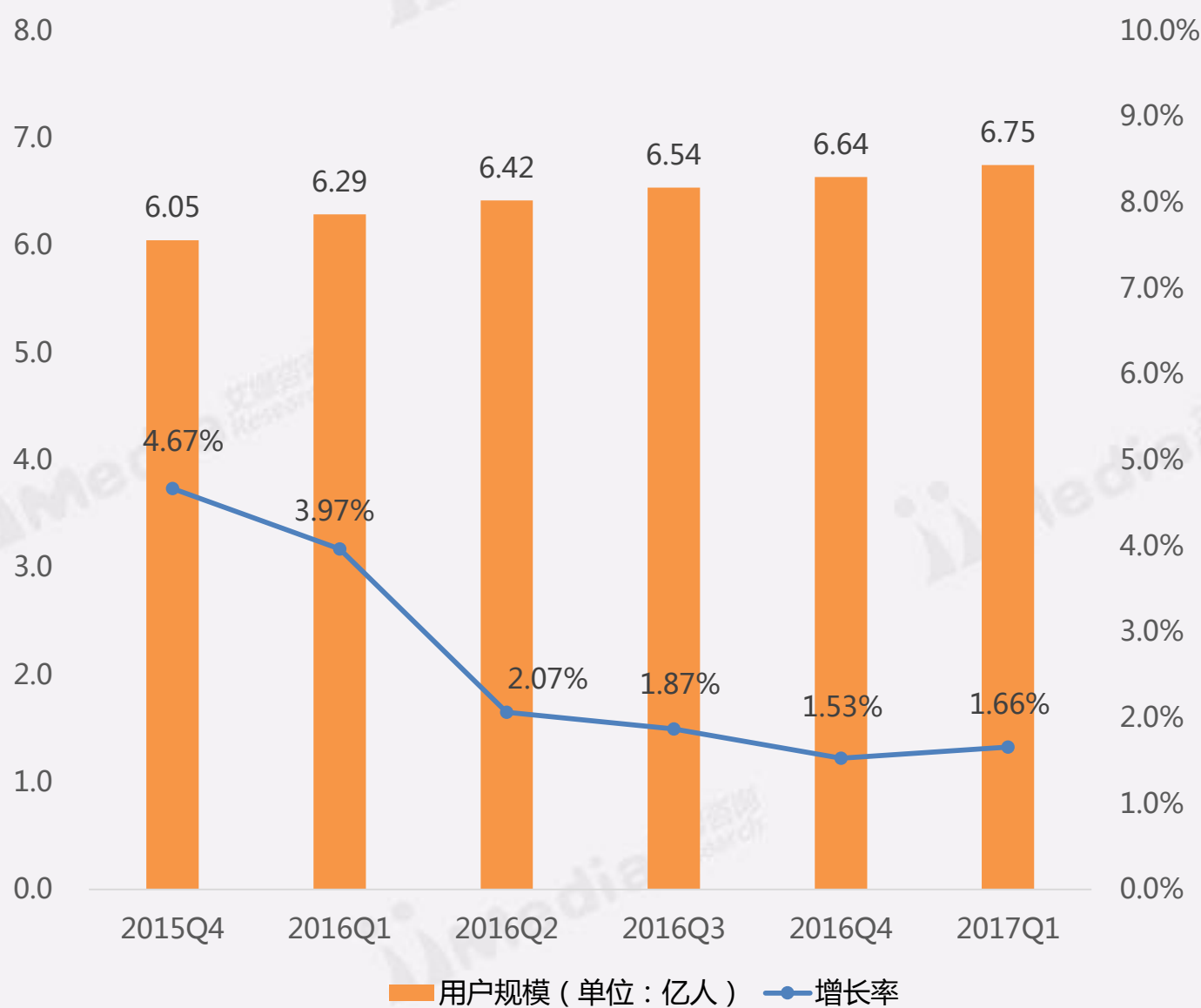
⑤ 腾讯入股特斯拉成为其第五大股东

3月28日，特斯拉提交给美国证监会的股东变动报告显示，腾讯持有其5%股权，成为其第五大股东。此前腾讯还与四维图新合作入股数字地图领域颇有影响力的HERE地图，其在无人驾驶领域的版图布局进一步扩张。

2017Q1手机地图用户规模增长趋于稳定

iiMedia Research (艾媒咨询) 数据显示, 2017年第一季度, 手机地图用户累计规模已经达到6.75亿人, 较上一季度增长了1.66%, 增长率与前两个季度相比没有明显变化。艾媒咨询分析师认为, 处于饱和状态的手机地图市场用户规模短期内仍会维持在一个稳定的低增长状态。未来市场竞争将主要集中于现有竞争者之间, 提升产品核心功能成为现阶段重点。

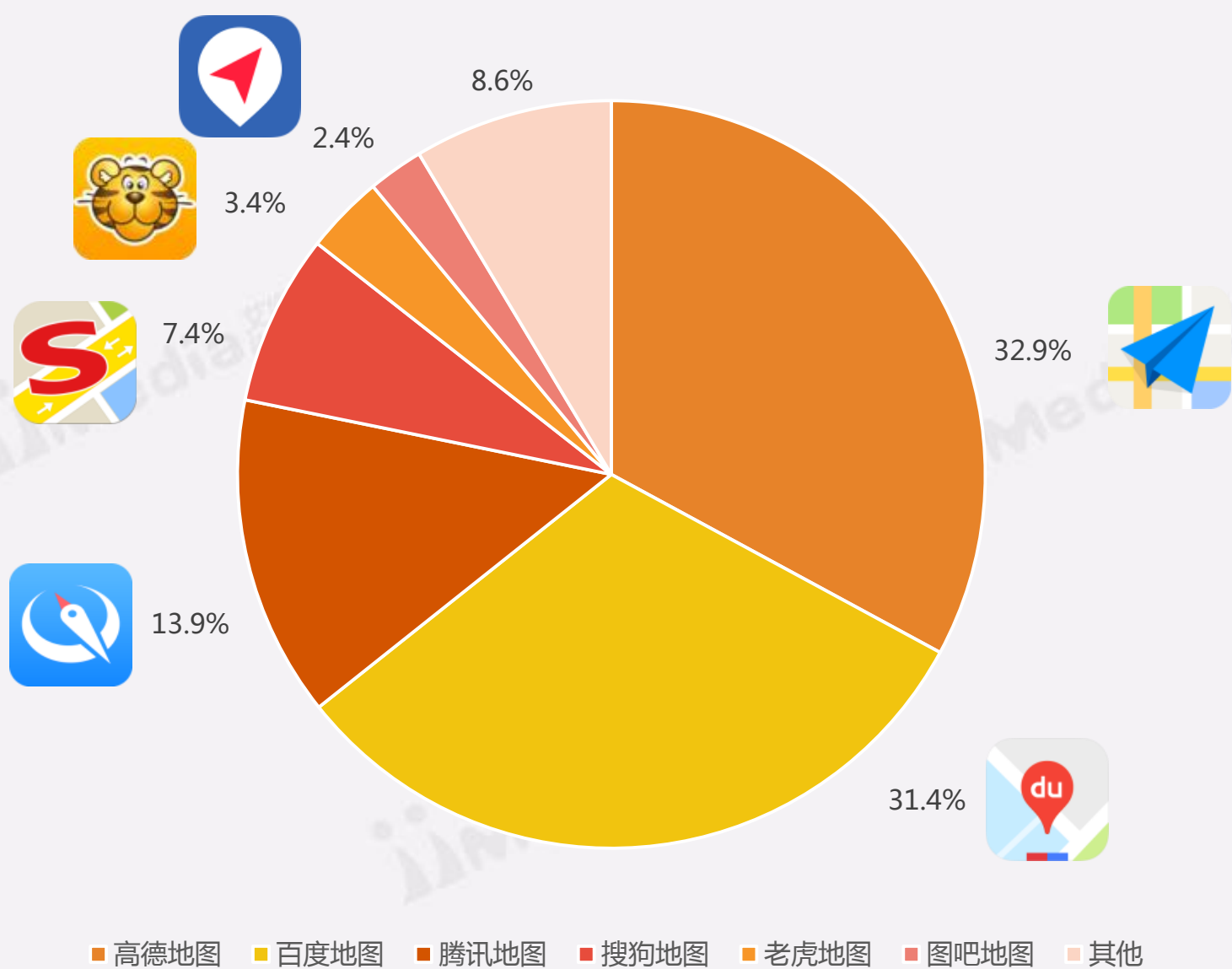
2015Q4—2017Q1中国手机地图市场用户规模



2017Q1手机地图头部双雄竞争激烈

iiMedia Research (艾媒咨询) 数据显示, 2017年第一季度, 高德地图与百度地图分别以32.9%和31.4%的市场占有率引领手机地图市场。与上一季度相比, 头部双雄之间的份额差距在缩小, 艾媒咨询分析师认为, 百度第一季度通过拓展合作渠道, 加强与其他企业的合作, 覆盖更多线下场景, 缩小与高德的差距。随着百度地图在自动驾驶等出行相关领域布局加强, 未来双雄之间的竞争将愈加激烈, 而其他几家主要企业仍未能对双雄造成大的冲击。

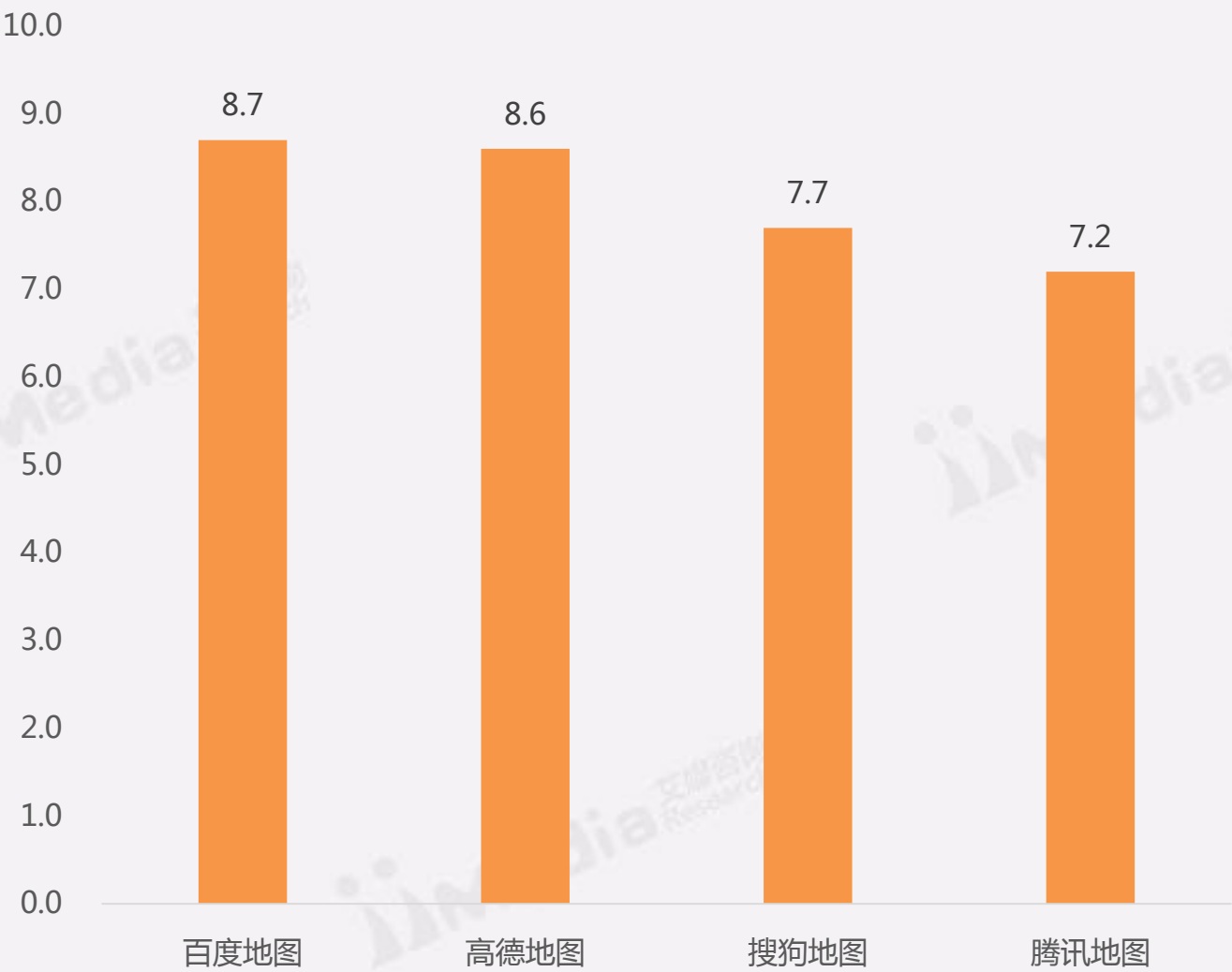
2017Q1中国手机地图应用市场格局



手机地图用户黏性排名百度占优

iiMedia Research (艾媒咨询) 数据显示, 2017年第一季度手机地图主要产品用户黏性指数排名中, 百度地图以8.7位列第一。艾媒咨询分析师认为, 百度和高德之间的激烈竞争在用户黏性排名中得到体现。凭借强大的连接线下场景功能, 百度地图得以覆盖用户生活的不同层面, 在为用户提供出行导航服务之余, 发挥着生活服务平台作用, 对成长中的年轻用户群体吸引力更强, 从而拥有更高的用户黏性。

2017Q1中国手机地图用户黏性指数排名





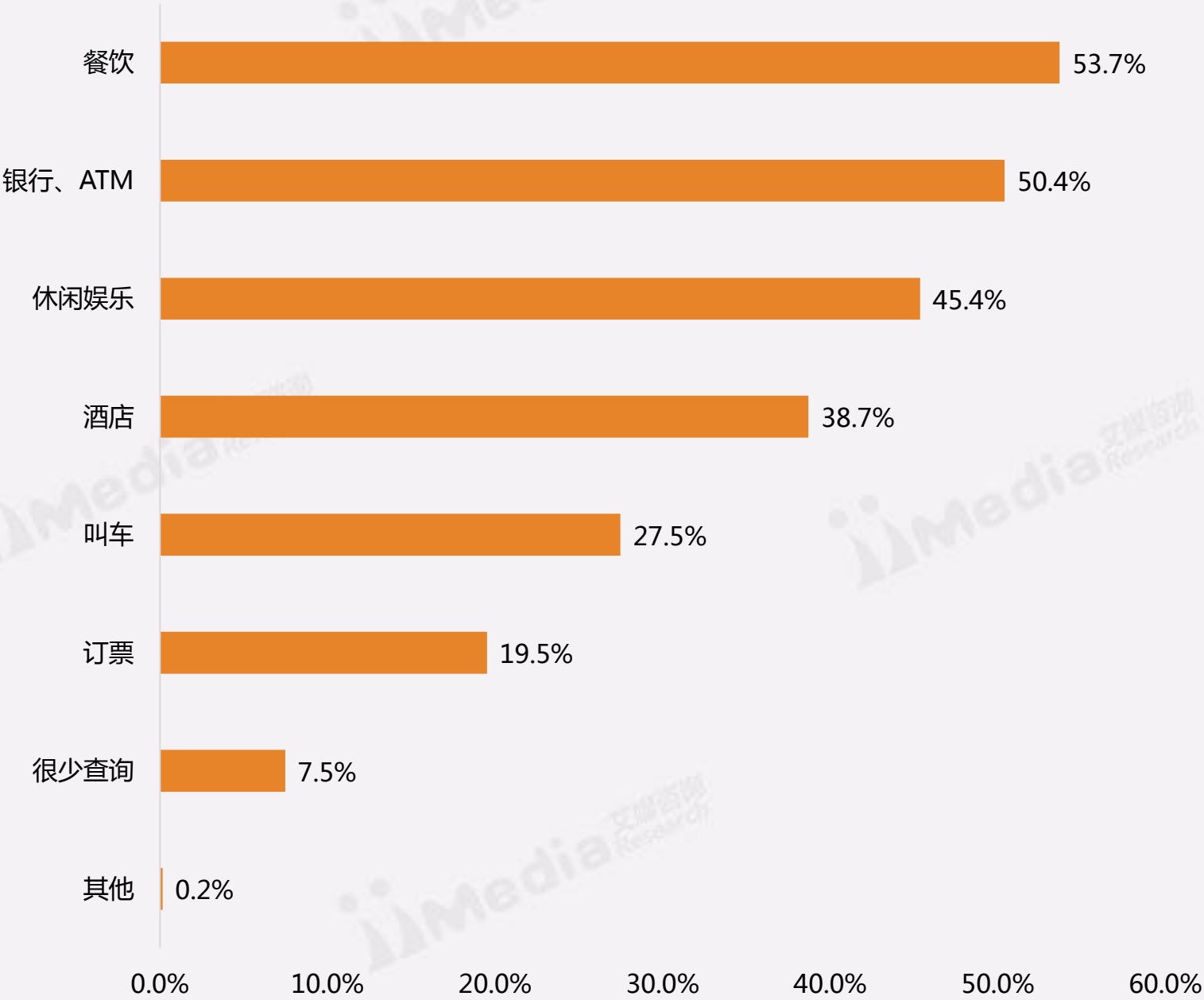
PART TWO

2017Q1中国手机地图 用户行为研究

移动互联网入口功能明显

iiMedia Research（艾媒咨询）数据显示，使用手机地图查询餐饮娱乐、金融、出行住宿等方面信息的用户比例都很高。其中查询餐饮、银行、ATM信息的用户超过五成。艾媒咨询分析师认为，随着线下场景与互联网的融合越来越深，手机地图的移动互联网入口功能会越来越明显。而成长中的年轻用户群对于移动互联网依赖加强，未来手机地图使用场景会继续增加。

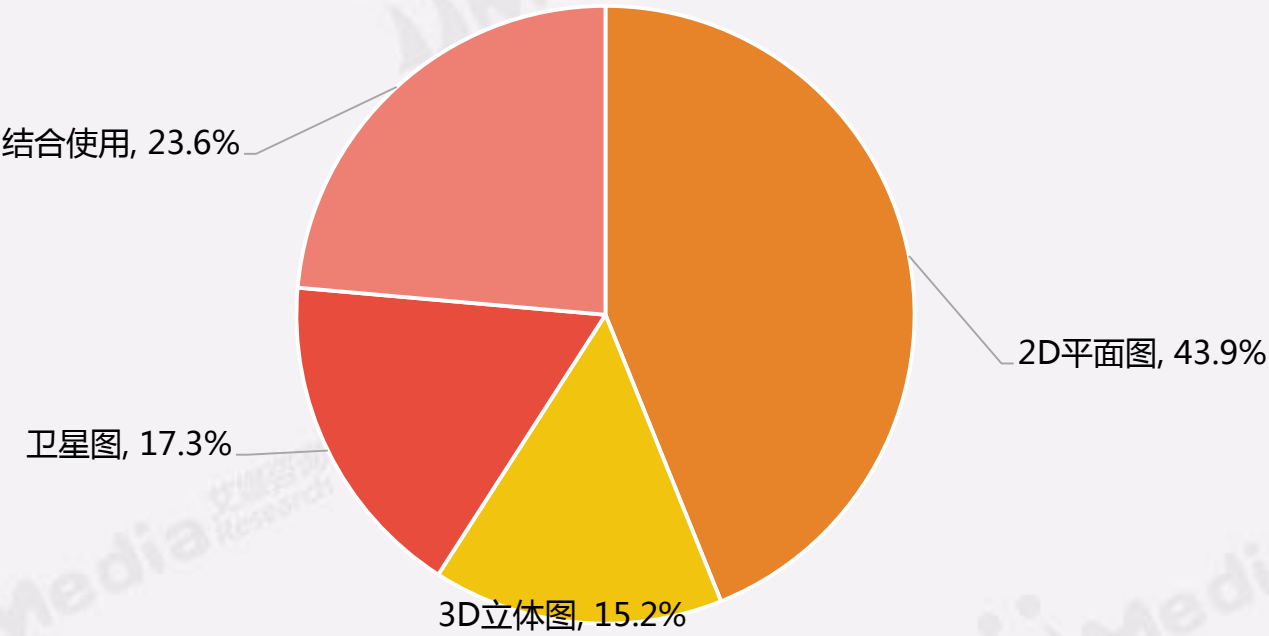
2017Q1中国手机地图用户查询信息分布



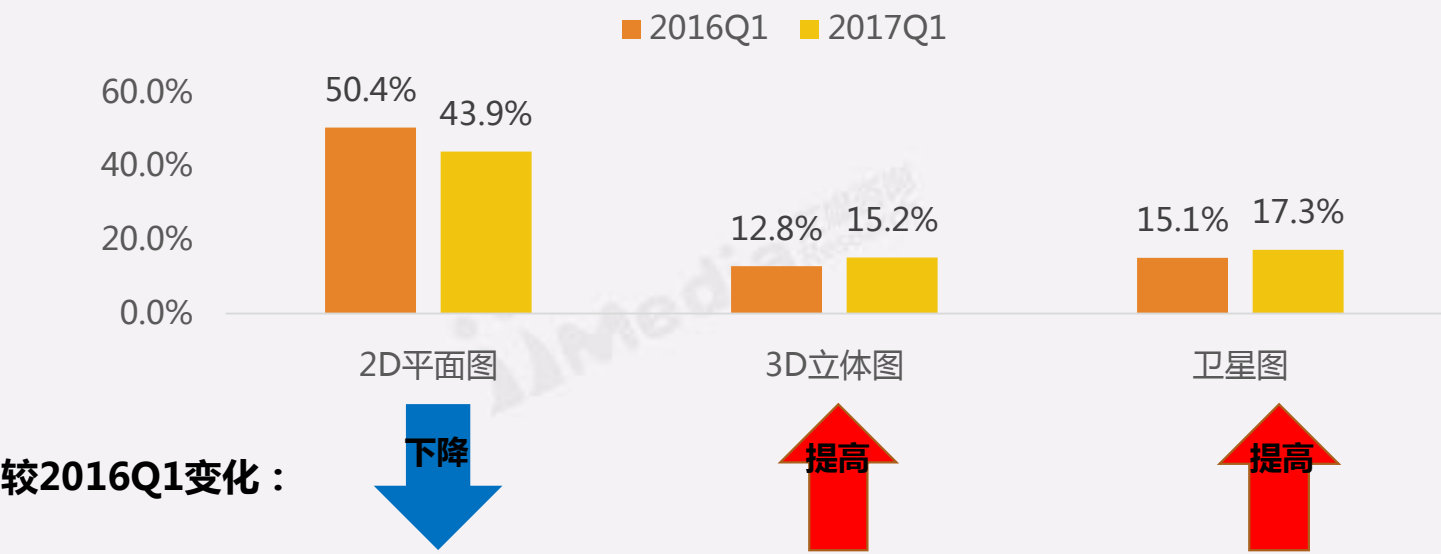
手机地图用户对实景显示需求增多

iiMedia Research (艾媒咨询) 数据显示，与2016年同期相比，手机地图用户使用产品时，选择3D立体视图及卫星视图的比例均有提升，分别有15.2%及17.3%的用户在使用这两种视图导航。艾媒咨询分析师认为，用户对于地图能够反映实景的需求不断增加，随着地图产品功能的不断完善，3D及卫星图的这种能够满足用户需求的视图模式未来使用频率会越来越高。

2017Q1中国手机地图用户地图显示模式使用分布



2017Q1中国手机地图用户地图显示模式变化对比

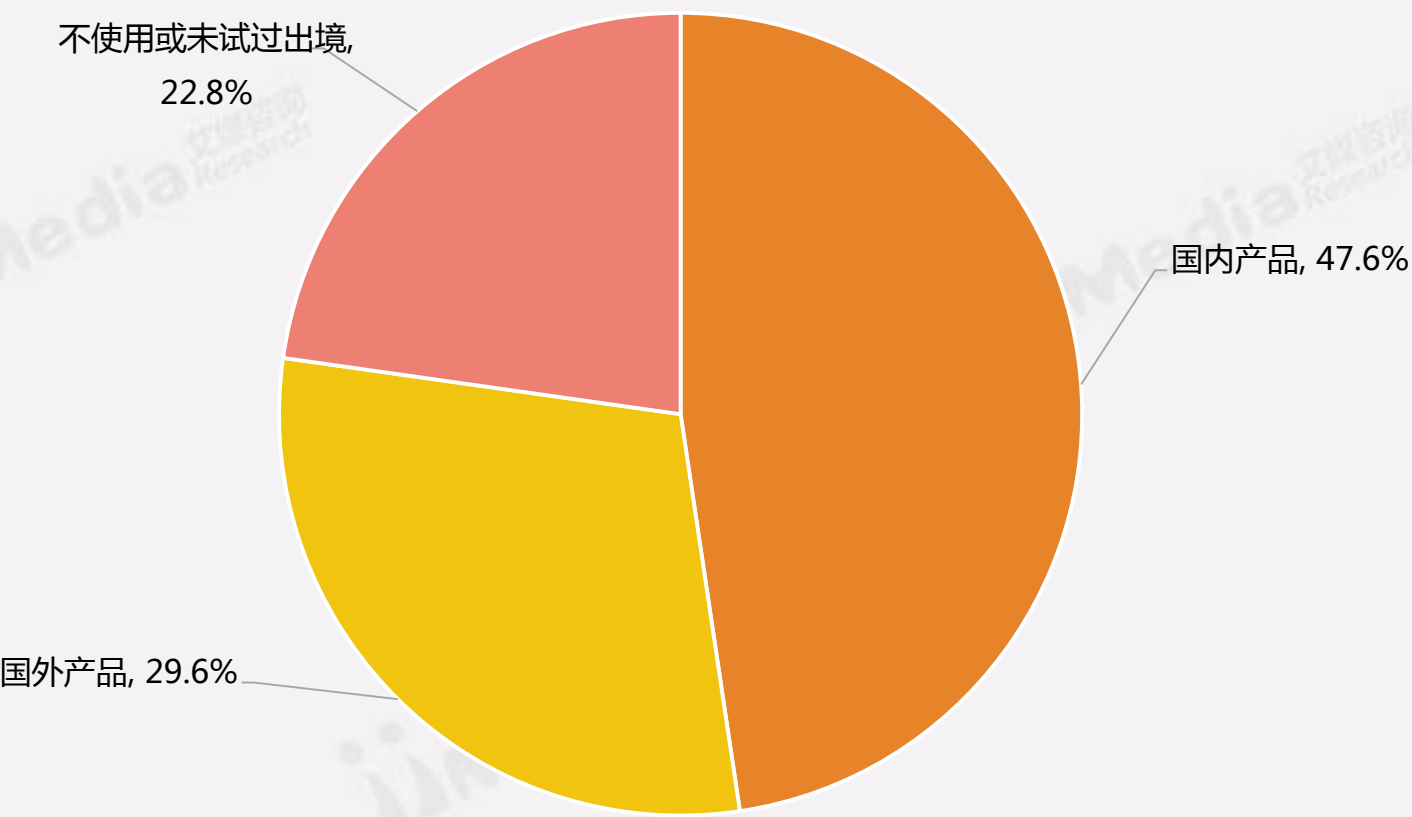


数据来源：iiMedia Research

国内手机地图商进军海外存在契机

目前国内手机地图厂商如百度、腾讯都对进军海外市场有所布局。iiMedia Research（艾媒咨询）数据显示，47.6%的用户打算在出境时选择使用国内的手机地图产品。艾媒咨询分析师认为，国内手机地图产品进军海外要面对谷歌地图的竞争，目前国内产品切入空间不大。但是随着国内出境游人数持续稳定增长，用户由于语言、使用方便等因素会倾向于继续使用国内的手机地图产品。国内手机地图商可以通过拓展境外合作，加强境外服务提供，完善用户体验来争夺出境游手机地图用户。目前国内百度地图在海外市场布局较深，通过加强与海外商家和企业合作，未来将拥有更可观的发展前景。

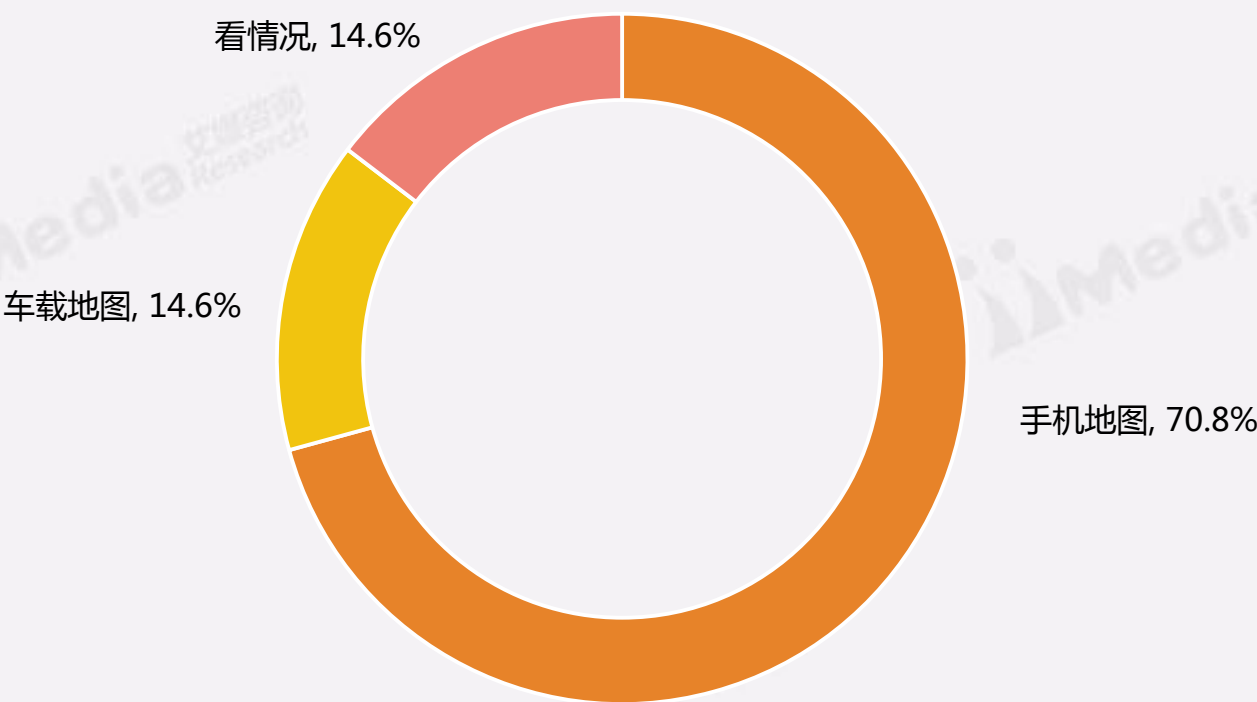
2017Q1中国手机地图用户出境使用地图产品意愿调查



手机地图商可完善车主端功能

iiMedia Research (艾媒咨询) 数据显示，现阶段超过七成的用户在驾车出行时，选择使用手机地图导航。相比较而言，使用车载地图导航的用户仅为14.6%。艾媒咨询分析师认为，随着移动互联网的普及和手机地图在功能端服务不断优化，使用手机地图行车导航的用户比例正在提升。未来地图商可以更加细化完善地图车主端功能如强化导航切换智能交互，为用户提供更优质的智能辅助驾驶服务。

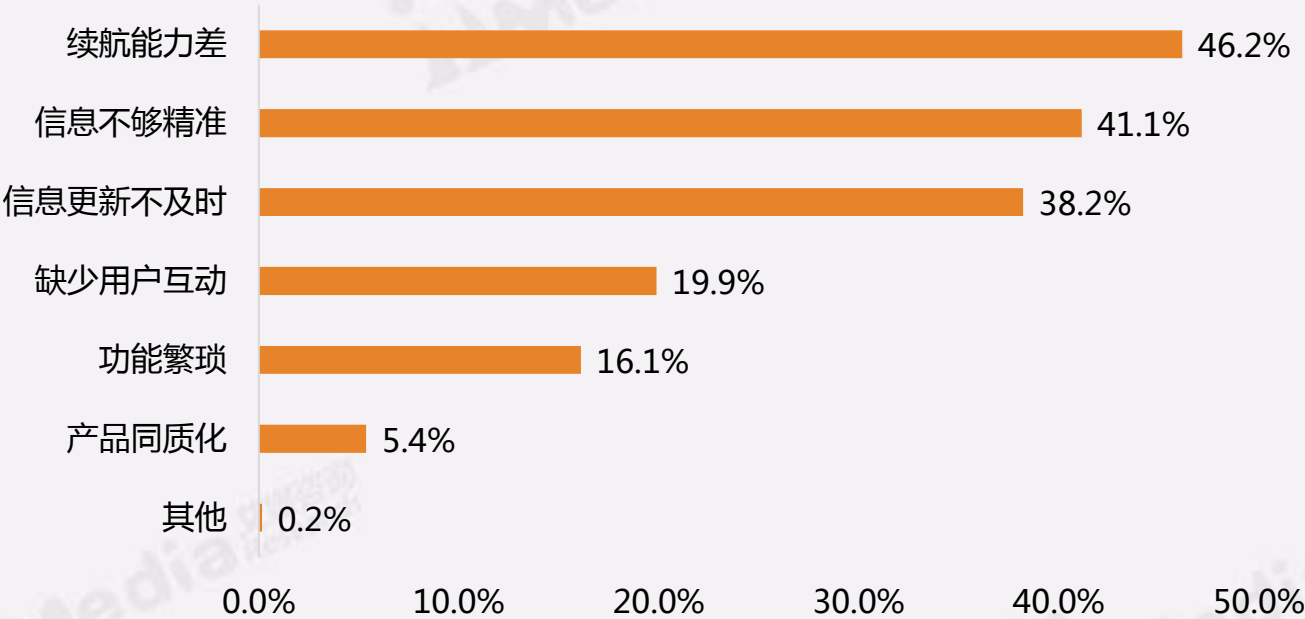
2017Q1中国手机地图用户驾车出行导航使用分布



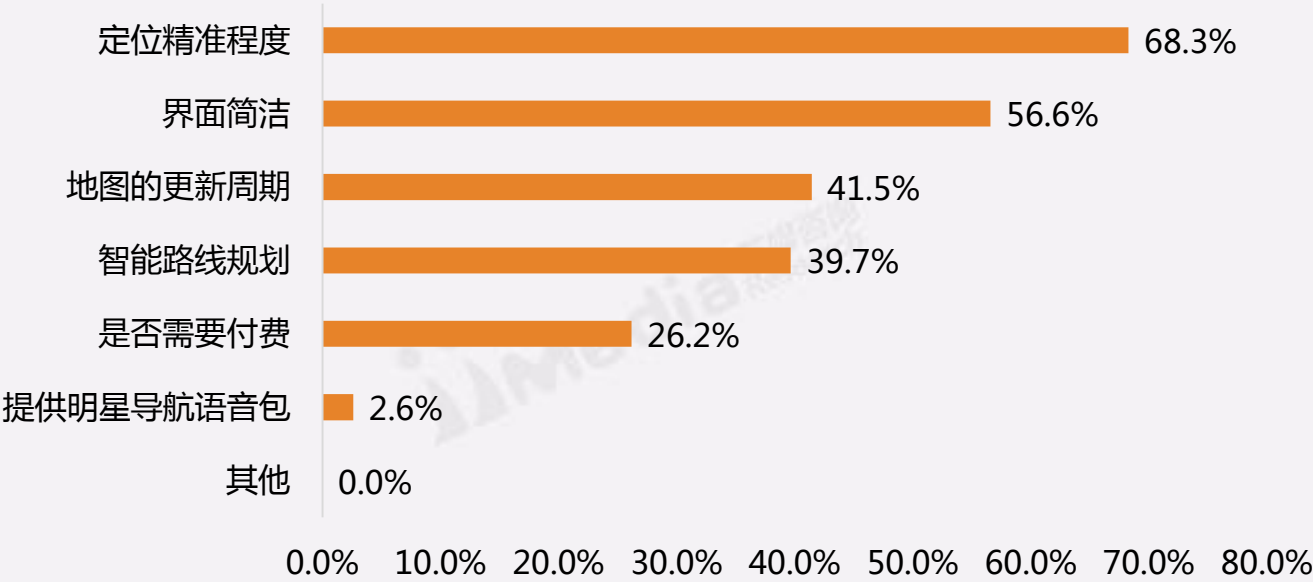
优化产品运行，加强核心功能

iiMedia Research（艾媒咨询）数据显示，46.2%的用户不满产品耗费流量和电量较多，同时41.1%和38.2%的用户分别对地图核心功能信息精准度及信息更新及时性表示不满。而在对核心功能关注点方面，精准定位及路况更新、简便的操作和智能路线规划是最受用户关注的。艾媒咨询分析师认为，优化产品运行，针对用户需求点强化核心功能，是厂商接下来需要发力的方向。

2017Q1中国手机地图用户不满意因素分布



2017Q1中国手机地图用户对核心功能关注点分布





PART THREE

2017Q1中国手机地图 企业战略分析

未来地图的构想

未来地图是怎样的？



百度答案

下一代地图应当是智能的，首先是把虚拟和现实联结在一起。

今天用户需要的是0秒更新、变态准确的地图，一张活的地图。



高德答案

艾媒咨询分析师认为，随着互联网技术和大数据应用高速发展，传统二维结构地图已经很难满足用户使用需求，未来地图发展方向是为用户提供信息无限准确的地图，准确的信息包含有贴近现实的场景引导以及即时路况反馈。而打造这种未来地图依赖于车联网技术的完善，数据调度能力和流程处理效率的提高。



百度：下一代智能地图

数据

搜索数据、用户上传、
多年积累的实景数据

人工智能技术

图像识别、抓取数
据、自动化生产技术



利用3D效果准确
还原真实世界

变革数据自动化
更新模式

交互模式从手动输
入升级到语音智能



导航

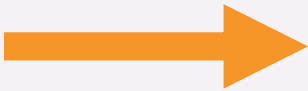
- 根据交通、气象、个人偏好
等维度智能规划路线
- 利用智能比例尺根据实际路
线调整导航视角

路况

- 根据实时路况提示用户切换
导航路线
- 利用实时实景路况向用户推
送更多信息

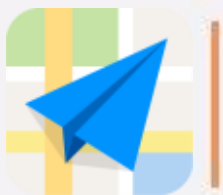


地图升维，
结合现实与
虚拟世界



地图从出行工
具升级智能出
行决策平台

百度关于下一代地图的构想，是将地图从出行工具升级为智能出行决策平台。艾媒咨询分析师认为，无论是提高数据更新效率、升级智能交互模式，还是还原反映线下场景，百度打造的地图产品都是准备以智能化的运作流程，使用户只需与地图互动就能实现最合适的出行体验。智能地图的打造也有利于拓展百度在自动驾驶领域及海外市场的布局，助力其未来发展。



高德：未来活地图

提升自主采集能力

在线化阶段：打通内外业，反馈整个联络链条，全平台在线化



自动化阶段：自动识别及处理数据，处理反馈信息，提高效率



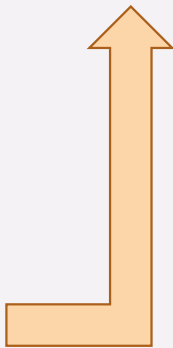
智能化阶段：积累数据建立模型，智能切分及匹配业务，调度外业采集



实现T+0：以无限短的时间将现实变化反馈给用户



**建立
“活地图”**



利用众包大数据更新地图信息：判断实时路况、识别交规信息变化、新路发掘、旧路摒除



企业：高德自身及阿里巴巴集团数据



外部：政交部门、开放平台服务的第三方数据



用户：定位数据实时回传、用户上传路况信息

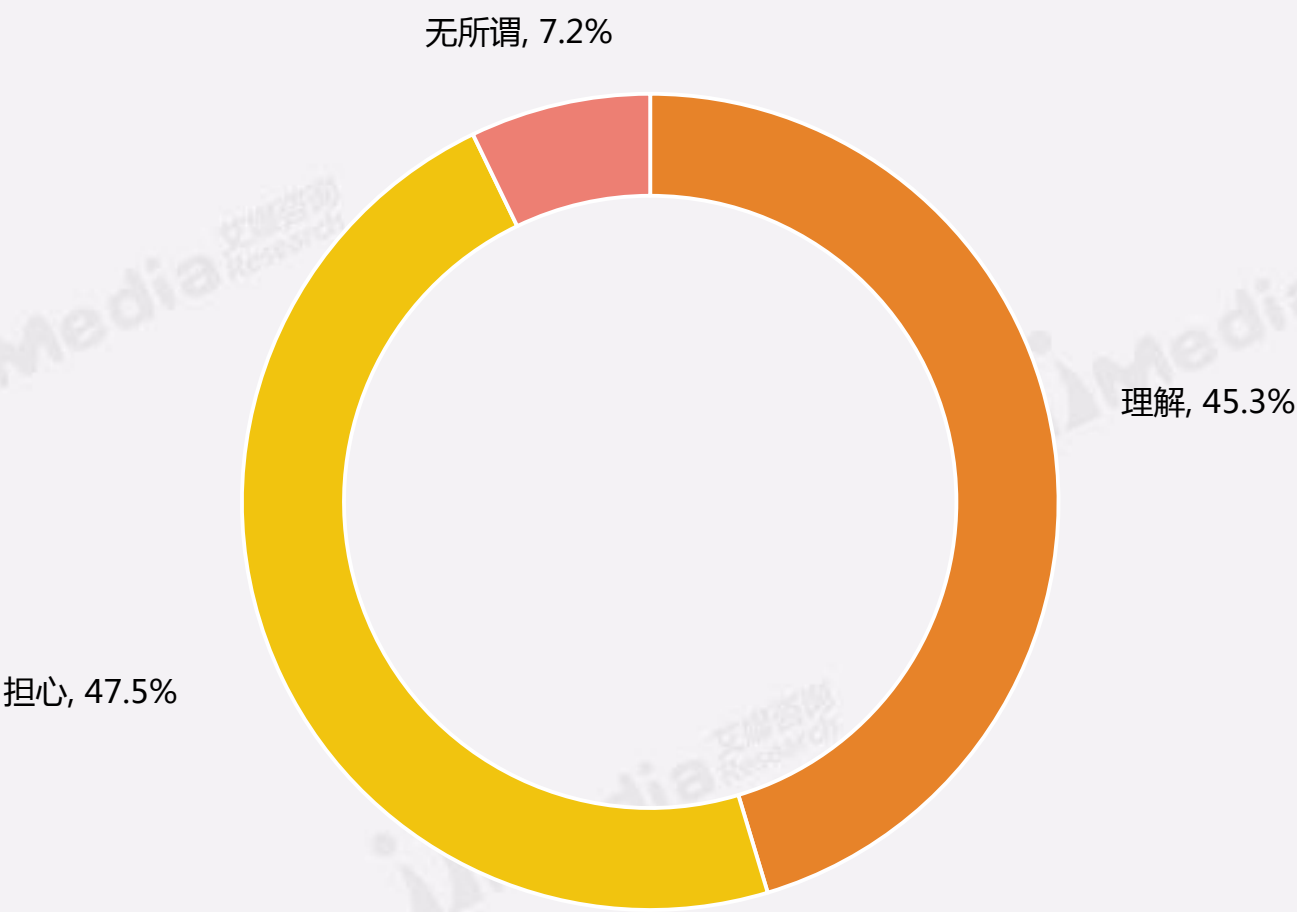
运用众包大数据

高德对于未来地图的打造主要建立在两方面，一方面在于无限缩短真实数据采集及生产流程，另一方面在于对海量大数据的应用。艾媒咨询分析师认为，在数据采集方面，百度和高德都在往智能化方向发展，全面提高数据收集效率。而在数据运用方面，高德背靠阿里集团强大的云端技术和数据资源则有助于高德打造精准化的“活地图”。

未来地图的打造，用户隐私成隐患

iiMedia Research（艾媒咨询）数据显示，有近五成的用户表示担心自己个人信息被手机地图商调用会对隐私造成影响。而2017年1月高德基于采集数据发布的分析报告中关于“凯迪拉克车主喜欢洗浴场所”、“年度野蛮驾驶排行榜中宝马mini排首位”等描述，在车主间也引起很大非议。艾媒咨询分析师认为，未来地图发展必然涉及到对用户个人数据的调度，而其中对用户隐私造成的困扰会是地图商发展面临的一大隐患。如何在利用众包数据升级智能地图的同时，保护好用户隐私，这个问题亟待各大大地图商解决。

2017Q1中国手机地图用户对企业调用个人数据观点调查



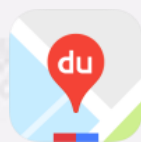
自动驾驶领域布局

自动驾驶被认为是未来科技发展的方向，而地图商和地图数据在自动驾驶领域中都是十分重要的一环。国内各大手机地图背后企业都在结合自己地图方面的优势频繁布局自动驾驶领域。



腾讯地图

- 联合四维图新入股HERE地图。这两家企业在国内的合资公司主要研究自动驾驶、车联网及高精度地图方面内容，而腾讯为其提供旗下产品积累的海量数据。
- 领投蔚来汽车、入股特斯拉。以地图商+车企的形式布局自动驾驶领域。



百度地图

- 与芯片制造商英伟达、汽车集团北汽等企业合作。百度提供云平台、地图技术与多家企业合作布局自动驾驶领域。
- 整合L3、L4事业部，成立自动驾驶事业群组（IDG）。明确百度在汽车领域的发展方向：自动驾驶、智能汽车、车联网。

虽然近段时间国际资本市场在自动驾驶领域上动作频繁，但是国内发展仍然与国际水平存在差距。即使是国内在自动驾驶领域投入较大的百度，依靠地图技术和平台结合的优势布局，但是其自动驾驶技术水平与国际领先企业相比仍有距离。艾媒咨询分析师认为，自动驾驶是未来的科技热点，也是地图商争夺的下一个高地，但是它在中国的发展时间不长，行业发展仍处于起步阶段。各大手机地图企业目前在自动驾驶领域举措，更多地是为未来的竞争作布局。



PART FOUR

2017Q1中国手机地图 市场发展趋势

2017年中国手机地图市场发展趋势分析



头部双雄竞争愈烈，搅局者难现

目前手机地图市场主旋律仍然是百度与高德两家的竞争。两家目前正在利用“活数据”，结合虚拟和现实、打造未来智能地图方面又开始新一轮的竞争。艾媒咨询分析师认为，百度和高德并没有哪一家具有明显的优势，短期内也很难出现有力的挑战者。高德数据资源更丰富，百度则通过在自动驾驶等领域的布局在年轻用户及未来发展前景上更有优势。未来仍然会是双雄的竞争，而且竞争会越来越激烈。



智能化程度提高，用户隐私成隐患

随着数据采集和运用效率不断提高，手机地图在为用户提供智能化服务方面的功能在变强，但这意味着用户实时信息和行为数据不可避免要被各企业调用，用户隐私如何保护成为重要的问题。艾媒咨询分析师认为，面对隐私问题，手机地图厂商应该注重隐私保护，隐私读取需要有度，或需经过用户授权才能使用其数据。



覆盖领域加深，移动互联网入口功能更明显

随着移动互联网技术的发展，线上世界与线下场景的融合度在不断升高，移动应用对位置、地图等产品的需求越来越高。艾媒咨询分析师认为，随着互联网生态的打造日趋完善，手机地图对各种场景及应用产品的覆盖度在提高，其作为互联网入口的功能更加明显。而成长中的年轻用户群体对移动互联网依赖更强，未来也能反哺手机地图厂商的成长。



优化驾驶导航辅助，车主端功能需细化

目前驾驶出行使用手机地图导航的用户比例在不断攀升，但相较而言，传统车载地图在不影响通话、续航能力长、定位时间短等方面具有优势。艾媒咨询分析师认为，资本市场火热的自动驾驶技术在国内发展仍不成熟，用户仍然需要优化的导航产品辅助出行，未来手机地图车主端功能需要更加细化，为用户提供更优质的智能辅助驾驶服务。

—— 艾媒咨询大数据监测体系 ——

移动应用运营监测 (bjx.iimedia.cn)

科学统计分析流量来源，
透视用户活跃留存流失，
提升推广效率降低成本。

微信微博媒体监测 (SocialiiMedia)

及时发现机器造假刷量，
评估公众号的传播实力，
识别受众兴趣与偏向。

舆情预警分析引擎

通过先进的文本分析挖掘
技术，全面满足客户各类
需求，危机预警追踪。



用户感知与体验监测 (survey.iimedia.cn)

增加精准用户画像维度，
了解用户主观消费意愿，
获取用户客观服务评价。

移动广告效果监测 (www.adiimedia.com)

ATC独家防作弊算法，全
流程用户行为跟踪，投放
策略建议与优化。

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。

报告编号：170606



因为专注， 所以专业！

We focus on New Economy!



艾媒咨询集团
iiMedia Research Group

全球领先的新经济行业
大数据挖掘与分析机构