

2006年国内电子市场地图市场分析与展望 PDF转换可能丢失图片或格式，建议阅读原文

[https://www.100test.com/kao\\_ti2020/62/2021\\_2022\\_2006\\_E5\\_B9\\_B4\\_E5\\_9B\\_BD\\_c40\\_62736.htm](https://www.100test.com/kao_ti2020/62/2021_2022_2006_E5_B9_B4_E5_9B_BD_c40_62736.htm) 随着国际互联网巨头google

发google earth以来，电子地图成了互联网新宠。从国际上msn、yahoo纷纷推出电子地图服务，到国内的google中文地图、百度地图搜索、新浪的本地、搜狐的“搜狗”地图服务相继推出。一场围绕电子地图产业的混战已在瞬间引爆。一时间电子地图成了互联网下一个金矿。既然是金矿，那来挖金矿的企业肯定越来越多，他们都挖到金子了还是即将挖到金子？下面我就来仔细分析一下这座金矿。

一、电子地图的市场到底有多大？

a) 导航电子地图市场分析：据日本一家研究机构较为保守的预测：就车载导航而言，截止到2005年底，中国拥有车载导航设备的车辆不足10万辆，而中国今年的汽车产量已经达到了500万辆，也就是说，车载导航安装率不到2%。而日本的汽车车载导航安装率高达59%，欧美约占25%。到2007年，中国至少将有60万辆汽车装备导航设备，导航设备将呈现高、中、低档并存，价格从万元到数千元不等的局面，产值至少超过200亿元人民币。就个人导航而言，随着中国移动运营商的强力推动，个人导航的发展速度，如同手机一样可能在两至三年内大大超过其他国家。一旦中国的各项技术成熟了，符合最终消费者的使用习惯，加之其便携性，个人导航将迅速兴起，其市场空间将远远超过车载导航。随着消费者对导航产品的认知度逐步提升，导航电子地图产品的不断完善，第三代移动电话技术的普及，导航市场必将进入一个全面开花的辉煌时代。

b) 普通电子地图市场分析：普

通电子地图应用主要是指非导航类的，例如：互联网地图服务、位置服务、本地信息服务；用户关心的是兴趣点的位置以及周边旅游、娱乐等信息和乘车方案等便民服务。这样的用户需求到底有多大呢？我们先来百度一下“电子地图”这个关键词，找到相关网页约18,600,000篇，我们再来看看互联网巨头都纷纷推出网络地图服务，不管自己有没有GIS技术和数据，上了地图服务再说；抢眼球、抢用户重要！这一切足以说明普通电子地图的市场；从长尾理论来分析电子地图的市场从这个长尾理论分析来看，仅中国电子地图市场还能有诞生一个google的机会。从这个角度来看，灵图之所以能被风投们看重，就不足为怪了，因为他不仅占有长尾市场中的头部，更重要的是他垄断了长尾市场。《中国电子地图》pc版，包含了全国337个城市的地图数据，而且国内仅此一家，几乎垄断了普通电子地图市场，甚至影响到了通过IE浏览电子地图的用户群。据灵图市场人员透露，仅该款软件注册用户已经超过500万，长尾市场可见一斑。

## 二、在电子地图产业中，国内面临的哪些问题

标准不统一、电子地图产业链没有细分，尤其是我国导航电子地图存在的主要问题在于以下几个方面：（一）、行业标准体系尚未建立。由于导航电子地图与普通电子地图有很大区别，所以需要制定一系列相关标准。在我国，目前除了《导航地理数据模型与交换格式》、《基本术语和数据词典》已经完成外，包括导航电子地图在内的其它标准尚在制定过程中。从社会的角度来看，电子地图没有标准造成了巨大的资源浪费，各家做各家的数据，不能做到资源互补；这样会导致用户无法得到高质量的数据，买哪家的产品，数据都不全面。（二）、出于国家安全的考虑

，我国政府对电子地图资源进行严格控制，电子地图的加密、解密也十分复杂，导致了目前国内开放的电子地图还不能满足消费者的全部需求。（三）、在发达国家，电子地图可以自由购买，而且地图内容变化不大，不需要频繁更新。而我国目前正处于大规模的交通网络建设期，每年地图内容需要更新30%~40%，这使电子地图生产厂商对地图进行更新与维护非常困难，也影响了消费者的使用效果。（四）、发达国家有先进的地形探测技术，可以自动监测路况，已形成堵车信息向导航电子地图的自动反馈，从而保证了导航的有效性，而我国还处于依靠出租车司机报送路况和堵车信息的低级阶段，导航系统有时形同虚设。100Test 下载频道开通，各类考试题目直接下载。详细请访问 [www.100test.com](http://www.100test.com)