



百度突袭高德 导航一夜进入免费时代

收费导航软件格局被颠覆，移动互联网入口争夺硝烟弥漫

一夜间，高德与百度在 LBS 定位服务业务上展开一场近身肉搏，推动导航 App 进入“免费”时代。

28 日，百度地图忽然宣布百度导航将永久免费，4 个多小时后，被抢了头彩的高德导航发声回应，同样宣布在“高德导航”和“高德地图”两个服务上推行免费政策。

当各大巨头 O2O 野心愈发明显之时，作为新的移动互联网流量入口，导航与地图服务已然成为兵家必争之地，暮气沉沉的导航软件厂商正遭遇来自互联网界的寒风。

高德“惊魂”四小时

本要大肆宣布进入导航“免费”时代的高德，万万没想到被百度抢了头彩。

8 月 28 日 15 时 14 分，百度地图官方微博突然公开宣布，原本收费 30 元的百度导航 2.0 版永久免费。百度导航相关负责人表示，依托于移动互联网的大潮，导航软件的免费化是大势所趋，收费导航软件的既有格局将被百度导航的免费彻底颠覆。

首当其冲者毫无疑问是高德。高德导航原价 50 元，针对车主提供离线导航和相关增值服务。数据显示，2013 年第二季度中国手机导航市场中，高德导航以 30.7% 的份额占据第一。高德营收的 50% 以上来自汽车导航业务。近 4 个小时后，高德导航终于在 19 点宣布免费。

百度突如其来的袭击，让以厂商付费和用户付费为商业模式的高德陷入被动。接近高德内部人士表示，导航免费是高德“一年多前”就定下的既定策略，然而此次百度却捷足先登，抢先公布了免费消息。

受此消息影响，高德股价当日大跌逾 11%。本周刚刚公布的今年第二季度财报显示，高德当季净营收和净利润双双同比下滑，其中净营收为 3820 万美元，而上年同期为 4020 万美元；净利润为 380 万美元，而上年同期为 880 万美元。

不过，百度似乎并未打算就此停手。一夜之后，百度以“穷追猛打”之势，宣布实行“全部退款”的措施。百度地图官方微博称：“我们决定为之前购买过百度导航的用户全部退款。Android 用户退款流程将于 9 月 30 日前完成。IOS 用户现在即可申请退款。”

至此，移动互联网流量入口的战火被燃起。在导航之外，高德与百度之间“基于 LBS 的生活服务搜索平台之战”的决战提前来临。而对于用户来说，一时间中国两大手机导航软件完全免费，这等“好事”实在是来得太突然，让人措手不及。

百度与阿里之战

俗语说，不打无准备之战。对于“以地图过活”的高德来说，其软件付费导航应用目前已被 7000 多万部智能手机下载和预装，截至今年第二季度末，拥有约 300 万活跃用户，免费意味着高德会损失不少收入。接下来高德会如何应对？

对此，高德董事长兼 CEO 成从武在回答记者提问时引用了一句话——“马云说，所谓追求长远，追求战略，就是牺牲眼前的利益。”

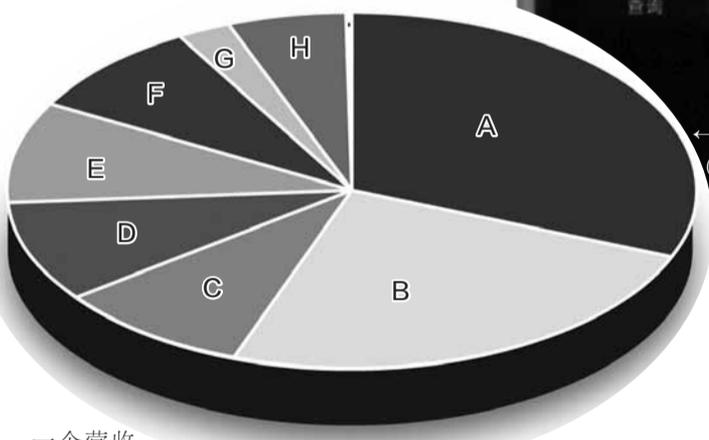
宣布免费的当晚，成从武在财报电话会议中回应称：“移动互联网的来临使得地图成为重要入口和用户不可分割服务，在这一模式下任何向消费者销售导航软件的商业模式都阻碍了人们对移动互联网的向往。”

对于免费带来的损失，成从武似乎并不担心，他认为高德仍手握 5 亿多美元的现金，足以支撑 3 年、5 年甚至 8 年。

除了依靠自己的力量，高德仰仗的还有来自阿里巴巴的资源。今年 5 月，阿里巴巴以 2.94 亿美元获得高德约 28% 股份，成为第一大股东。成从武昨日向记者表示：“阿里跟我们谈的第一天开始就提倡免费，它应该说是一个推手。”

成从武认为，对于高德来说，全部免费是需要一步一步实现的。“我们不是一个创业公司，一开始就做互联网，三五个人，没什么包袱和负担，一个人吃饱全家不愁。我们公司很大的，不是说今天向市场宣布免费了就可以做了，那是不行的。因为跟资本市场是有承诺的，跟投资者也是有承诺的。在体系化建设没有起来以前，第一是没有收入，第二是没有用户，两头都没有落实。”

可是，移动互联网时代的到来，使得暮气沉沉的导航软件厂商不得不面对来自互联网界的凛冽寒风。手机的便携性使其与地理位置有了天然的联系，地图迅速成为了移动互联网时代新的流量入口，O2O 与 LBS 成为眼下 BAT 最具想象力的



一个营收市场。

过去几年，百度大力发展百度地图、腾讯微信承载了 SOSO 地图服务、阿里则通过入股拿下了高德地图这张船票。

易观智库统计数据显示，今年第二季度，高德地图、百度地图分别以 31.3% (含 iOS 苹果地图 6.6%)、24.4% 的比例占据中国手机地图累计用户市场份额的前两名，腾讯 SOSO 地图则以 2.3% 排行第七。

在刚刚举行的百度世界 LBS 论坛上，百度 LBS 负责人沈丽宣布，百度 LBS 用户数量已经超过 2 亿，为 7 万个 APP 提供定位服务，定位请求日均高达 35 亿次。而李彦宏在大会上多次提到 LBS 产品，也意味着百度 LBS 已经成为百度最看重的移动端利器。

对于与百度的竞争，成从武表示：“生态体系的比拼我们一点也不输于对

手”。“友商本身是一个大的平台，有大量的合作伙伴，但 O2O 服务很多都是新的。如果这些服务集成到地图和导航上，我们认为我们有同样的机会，再加上我们有阿里的战略投资，阿里本身在这块做得很强，所以我们有资源可以借用。”

未成型的商业模式

未来地图的功能不仅仅是导航。地图的页面是一张图，但未来上面可能是

一个应用，是一个吃喝玩乐的，而地图只是藏在背后的底层数据。

此前高德地图与百度地图相继推出了附近搜索功能，提供了基于位置的餐饮、团购、酒店、娱乐等本地生活服务，双方都接入了大众点评、嘀嗒打车、去哪儿、艺龙等互联网服务，通过开放平台和第三方软件合作，在功能上进入高度同质化竞争阶段。

阿米巴资本合伙人、口碑网创始人李治国在接受记者采访时表示，地图只是 BAT 在 O2O 业务上竞争的开始，简单地讲是地图领域的深入竞争，但本质是生活服务的大市场竞争。“谁掌握了流量和闭环的交易，谁就能在这个行业中变成最大，百度现在是从前到后都自己做整合，阿里在导航上是通过投资的方式把高德圈进来，这也会让微信等产生新的思考。”

而在生活服务领域，李治国认为无非是两种商业模式，一种是通过类似团购这样交易性的行为来获得佣金，第二种则是广告收入，预计这两种方式长期还会并存，短期内广告的比重可能更大，因为这个行业里要控制交易和形成闭环很难。

谢睿 南都供稿