中国汽车互联网服务前装市场行业研究报告

China OEM Internet Service Report

2015 年

www.iresearch.com.cn

iResearch 艾瑞咨询

海量行研报告免费读

目录

I. 序言 3
II. 研究方法 4
III. 概念定义 5
IV. 报告正文 6
1. 中国汽车互联网服务前装市场发展环境分析 6
1.1. 中国汽车消费市场发展状况分析 6
1.2. 中国汽车互联网服务发展状况分析 11
2. 中国汽车互联网服务前装市场发展现状分析 17
2.1. 中国汽车互联网服务前装市场整体发展现状 17
2.2. 中国汽车互联网服务前装行业市场规模与竞争格局 24
2.3. 中国汽车互联网服务前装行业细分市场发展现状 36
3. 中国汽车互联网服务前装市场发展趋势分析 41
3.1. 地图数据采集模式发生较大变化 41
3.2. 应用服务拓展成为重中之重 41
3.3. 跨屏关联将逐步成为趋势 42
3.4. 云端+本地化的服务方式将成为主流 43
4. 中国汽车互联网服务前装市场典型内容提供商分析 44
4.1. 高德软件 44
4.2. 四维图新 45
法律声明 47
公司介绍 47

图表目录

图表 1.1-1 2009-2014 年中国汽车销量.....7
图表 1.1-2 2009-2014 年中国乘用车及商用车销量对比.....8
图表 1.1-3 2014 年中国汽车保有量.....9
图表 1.1-4 2009-2014 年中国乘用车销量细分.....10
图表 1.1-5 2009-2014 年中国新增道路情况.....11
图表 1.2-1 2009-2014 年中国网民/移动网民规模.....13
图表 1.2-2 2013-2015 年 BAT 互联网汽车服务布局.....14
图表 2.1-1 中国汽车互联网服务前装市场产业链分布.....18
图表 2.1-2 部分前装车载互联网服务整车厂.....19
图表 2.1-3 中国汽车互联网服务前装终端主要技术提供商.....19
图表 2.1-4 中国导航电子地图制作甲级资质企业.....21
图表 2.1-5 具备虚拟运营商资质的企业.....23
图表 2.2-1 2009-2014 年中国前装导航出货量.....24
图表 2.2-2 2009-2014 年中国前装导航市场规模.....25
图表 2.2-3 2009-2014 年中国前装导航仪渗透率.....26
图表 2.2-4 2009-2014 年中国在售车款前装导航仪装配率.....27
图表 2.2-5 2014 年中国前装车载导航市场份额.....28
图表 2.2-6 2009-2014 年中国前装交通信息服务市场占有率.....29
图表 2.2-7 高德软件汽车导航服务合作企业.....31
图表 2.2-8 四维图新汽车导航服务合作企业.....32
图表 2.2-9 高德交通服务产品示例.....34
图表 2.2-10 四维交通服务产品示例.....35
图表 2.3-1 交通信息采集示意.....38
图表 3.3-1 SDL+ALink 解决方案示意.....42

I. 序言

随着 “互联网+”形态被我国政府提出并重视，互联网服务与传统行业的融合将进一步加速，将充分发挥互联网在生产要素配置中的优化和集成作用，将互联网的创新成果深度融合于经济社会各领域之中，提升实体经济的创新力和生产力，形成更广泛的以互联网为基础设施和实现工具的经济发展新形态。

在此背景下，发展多年的汽车互联网服务必将迎来较大的发展契机，而汽车互联网服务中的车载前装服务整车厂商、互联网企业、开发者与车主多方聚合最紧密的领域，也是与车主驾驶过程接触最密切的环节，基于此，艾瑞在 2015 年初推出了《中国汽车互联网服务前装市场行业研究报告》，旨在分析该领域的行业现状与趋势，为市场发展、企业经营与投资决策提供参考。

II. 研究方法

行业研究部分艾瑞主要采用行业深度访谈和桌面研究的方法：

- 通过对行业专家、厂商、渠道进行深入访谈，对相关行业主要情况进行了解，并获得相应销售和市场等方面数据。
- 桌面研究，对部分公开信息进行比较，参考用户调研数据，最终获得行业规模的数据。
- 艾瑞获得一些公开信息的渠道：
  - ✓ 政府数据与信息
  - ✓ 相关的经济数据
  - ✓ 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

III. 概念定义

本报告的讨论重点在于：
（1）前装车载导航服务；
（2）前装车载交通信息服务 ；
（3）前装车联网服务，特指基于前装车载导航等位置服务为基础的各类整合在前装设备中的汽车互联网服务。

汽车互联网服务前装市场：
指汽车（特指一手新车）进入 4S 店等终端流通领域前（国产车一般指流水线装配完成时；进口车包括入关时装配）装配的包括车载导航、交通信息服务等集成在整车系统内的车载互联网服务所形成的市场。

兴趣点（Point of Interest, POI）：
是指用户所感兴趣的地点和地带，包括相关商务生活娱乐设施，如饭店、旅馆、购物场所、文化消费场所等。
相关信息包含：场所或设施的基本信息，如所处方位、具体地址、交通路线等；以及其扩展信息，如其对服务项目、消费水平的简介以及其他用户对它的评价。

整车厂：
指完成整车装配的生产商，如上海大众、一汽大众等。

汽车互联网服务前装供应商：
以可提供用于车载导航的地图数据源、具备提供基于车载导航服务的包括软/硬件配套的全套车载导航解决方案的服务商，按照此标准，本报告涉及市场份额部分主要包括高德软件及四维图新。

IV. 报告正文

1. 中国汽车互联网服务前装市场发展环境分析

汽车工业自 19 世纪末发展至今，一直处于技术变革推动产品更新换代的过程中，随着互联网技术的不断变化发展，传统制造业不断被互联网技术与服务渗透与颠覆。近年来，汽车正在从设计、制造、使用等不同领域同互联网技术不断融合，拥抱互联网将成为未来汽车行业发展的必然趋势。

目前我国汽车消费市场仍保持稳定增长的态势，在一定时期内仍将保持较大的销量水平，而销售占比超过八成的乘用车市场消费结构已发生变化，用户的低龄化及对于驾驶体验的追求使 SUV、MPV 等车型销量激增，由于平均售价高于普通轿车，此类车型配备互联网服务前装终端的比例相对较高。

同时在深耕多年后，汽车互联网服务领域在 2014 年迎来较大发展，互联网对汽车行业的渗透已从一般驾驶服务、汽车后服务、新车/二手销售等汽车工业下游领域逐渐延伸至汽车制造等上游领域，国内意识较领先的整车厂和互联网企业已经从汽车底层设计开始将互联网服务加载至整车装配中，将大大拓展互联网服务在汽车驾驶过程中的服务能力与服务场景。

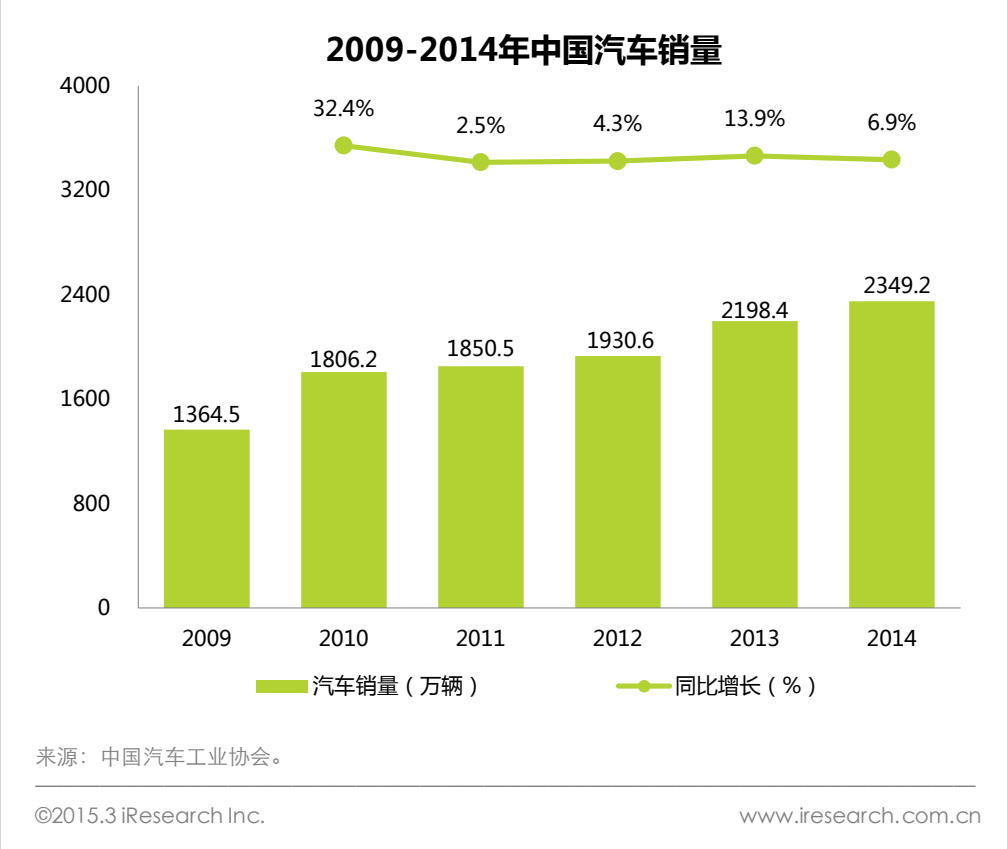
基于此，艾瑞认为随着网络基础设施建设与网络技术应用的发展，基于网络各类服务在其他领域已经出现了较大的发展，而汽车互联网服务领域目前已经在手机等手持设备上取得了一定程度的发展，考虑到欧美等发展国家同业发展趋势，中国汽车互联网前装市场将在未来取得较大发展。

1.1. 中国汽车消费市场发展状况分析

国内汽车消费市场的稳定增长将保证汽车前装市场有足够的市场空间可以拓展，消费者偏好变化引发的汽车产品向智能、舒适方向发展进一步提升了前装市场增长的可能性，艾瑞认为，基于中国汽车消费市场整体的发展趋势，汽车互联网服务前装市场将在未来有较大发展。

汽车消费市场依然火爆，汽车互联网服务前装市场增量可期

2014 年中国汽车市场消费依然强劲，虽然销量增速较 2013 年放缓，但仍然以 2349.2 万辆的水平，连续六年保持全球销量最大市场的地位，其中乘用车销量为 1970.1 万辆，较 2013 年增长 9.9%，商用车销量为 379.1 万辆，较 2013 年有 6.5%的下滑。



图表 1.1-1 2009-2014 年中国汽车销量

预览已结束，完整报告链接和二维码如下：
https://www.yunbaogao.cn/report/index/report?reportId=1_21768