

百度地图布局海外 加速全球化

有望成“世界地图”

打开手机上的地图APP,只是找路线?那太简单。现在,你可以用到更多。比如,通过地图搜寻和预订酒店、寻找附近的餐饮、购物中心,一键叫车、叫外卖,甚至,“你还可以挑选Uber上会讲中文的司机”。

近日,来自百度地图的消息显示,百度地图已完成亚太18个国家和地区的“登陆”,预计年底将覆盖全球150多个国家和地区。百度总裁张亚勤在接受采访时表示,“百度地图国际化是百度全球化战略布局的重要一步”。

青年报 王霞



■ 资讯

滴滴发布长三角城市智能出行报告 上海难打车且堵

青年报 王霞

本报讯 上海人民夜生活丰富程度居然低于苏杭?上海最受欢迎的购物胜地居然是日月光。

近日,滴滴出行、第一财经商业数据中心联合发布《长三角城市智能出行大数据报告》,覆盖上海、南京、无锡等25个长三角城市,基于滴滴出行平台全量数据,从智能出行覆盖规模、渗透率、城市拥堵情况等维度解读长三角地区智能出行,并通过智能出行情况反映城市民生现状。

报告数据显示,一季度长三角地区智能出行超2.3亿人次,其中,杭州智能出行渗透率最高,上海打车难度最大也最堵。

“毫无疑问,‘迷宫’一般的陆家嘴轻松成为上海地区最难打车之首,其它地区则为环人民广场地标,依次为上海电视台、淮海路、外滩、南京路步行街;而拥堵高架路段依次为南北高架、延安高架、内环高架、逸仙高架、沪闵高架,”滴滴大数据指出。

我们来看“加班狗”的分布。报告显示,江浙沪3地平均最晚下班时间排行中,张江高科仅以19:56“勉强挤入前10”,而上海地区另一入榜的环贸广场则以20:38位列第6。

有趣的是,报告中提及的出行参数也在一定程度上反映了城市教育、医疗等公共事业的现状。报告显示,长三角主要城市“最奔波的小学TOP10”中上海独占6席,以民办丽英小学和卢湾第二中心小学为代表;在“最奔波的中学TOP10”中上海更是霸占8席,以向明中学浦江校区、世界外国语中学国际部为代表。

而大学生们的自由度相对高许多,其中,上海财经大学浙江学院冠绝长三角,餐饮娱乐购物偏好指数为52.8%,而上海交通大学成为本地区出行最活跃的高校。

“我们希望从智能出行的角度出发,解读长三角城市群就业、教育以及医疗等民生现状,为研究该地区城市发展提供全新的视角,”滴滴出行相关负责人表示。

“上线了”助用户快速建站

青年报 王霞

本报讯 无论你是否会写代码,10分钟创建自己网站的梦想已经可以实现。近日,Strikingly专门针对中国市场,发布其中国版产品“上线了 SXL.CN”,通常情况下,通过该平台,经过选择模板、输入内容、一键上线三个环节,“代码小白”甚至盲人可在10分钟内创建公司官网、产品主页、在线商城或

个人品牌网站等,最终网页成品形式为类似Apple官网采取的单页式设计。作为YCombinator孵化的首个中国团队,Strikingly创始人陈海沙在接受采访时表示,“互联网的力量,将激发每一个人的潜力,每一个想法都应该有机会变成现实。为此,我们一直努力打破互联网的技术壁垒,从让所有人都能在10分钟内创建一个网站开始。”

康师傅与英雄互娱跨界合作

青年报 王娟

本报讯 4月7日,康师傅爱鲜大餐宣布与手游公司英雄互娱展开合作,以情境营销的模式为玩家还原办公室中爱鲜大餐专属人物“鲜鲜”激战运送外食的僵尸的激烈场面,以传递康师傅爱鲜大餐较外卖更安全、是白领族群“健康、美味、低负担”的优选。据悉,作为业内首家与手游合作的品牌,康师傅爱鲜大餐着眼于年轻消费群体的娱乐方向,将爱鲜大餐拟人化作为游戏的角色与游戏情节有机

地融合到了一起。

康师傅方便面事业产品经理张辉煌表示:就像《僵尸侠》游戏中各路英雄保护世界不被僵尸侵占一样,在现实生活中爱鲜大餐将全面保障消费者的食品安全。现代白领工作压力大,就餐时间紧张,一日三餐几乎只能通过外卖来将就。可是,食材来源不明确,烹饪环境恶劣,久而久之影响身体健康。爱鲜大餐不仅希望提供消费者健康美味低负担的一餐,更希望消费者能重视食品安全,呼吁健康饮食。



加速国际化 覆盖率“野蛮生长”

据数据研究机构易观智库发布的《2015年第四季度中国手机地图市场研究报告》显示,在当前中国手机地图APP市场中,百度地图的活跃用户覆盖率已达70%。

“海外业务近几年发展很快,一方面由于百度本身技术的发展以及对于车联网领域的接入,另一方面,国人出境游自由人数的增加,市场增量也有明显增长,”百度地区事业部总经理李东旻在接受采访时表示,预计2020年,百度地图将有50%的用户来自海外,有望成为一张“世界地图”。

据百度地图透露,其国际化战略将分“三步走”:第一阶段,面向1亿中国出境游用户提供地图服务,并在2016年覆盖全球150多个国家和地区;第二阶段,选择合适的目标市场提供本地语言版本的地图服务,提升百度地图在当地的影响力;第三阶段,将百度地图打造成全球知名品牌。

“不到两年时间覆盖如此广泛,百度地图的海外扩张速度堪称‘野蛮’,而攫获用户之众,又为迅速扩张增加了‘护栏’,令其发展相对稳固,”东方证券传媒与互联网首席分析师张良卫在

接受采访时表示,在占领国内大部分市场的背景下,地图全球化业务将帮助提升百度全球服务平台的竞争能力,也将增强长线投资者对百度未来的信心。

早在2014年,百度地图便开始国际化的探索。当年11月,百度地图率先上线中国港澳台地区服务,并加快了国际化步伐。2016年春节前夕,上线了日本、韩国、泰国、新加坡四国版本。清明节前夕,百度地图推出了亚太11个国家的地图服务,包括马来西亚、马尔代夫、菲律宾、文莱、越南、印度尼西亚、斯里兰卡、尼泊尔、印度、澳大利亚和新西兰。截至目前,百度地图国际化服务已上线18个国家和地区。

“就百度本身而言,地图也是‘连接人与服务’战略中最重要的入口级产品之一,”李东旻表示,这与去年百度从“连接人与信息”到“连接人与服务”的战略升级不谋而合。

提升服务性 构建国际化生态圈

据统计,目前国内旅游市场,自由行的比例高达60%-70%的,其中,自由行出境游的比例也逐渐增加。

在出境自由用户群体中,使用百度地图已不仅是满足“找路线”的需求,使用地图接入的服务之人群也呈明显增长趋势。

“根据我们的大数据统计数据显示,在境外,百度地图中餐饮场所的评价对用户的决策影响非常明显,”百度地图事业部国际化总经理张少宇透露,地图的海外用户中,有超过一半的人会使用其中的服务项目。

其中,餐饮、购物的服务使用和参考率相对较高,“而酒店服务的使用率略低,因为酒店预定行为通常发生在出行之前,”李东旻说,“我们首先告诉用户哪里好吃哪里好玩,然后告诉他们这个地方离他有多远,怎么去方便,打车还是步行。只有将这种体验做好,用户才真正认可,才会使用。”

他表示,用车服务也将成为未来建设的重点之一,“我们正在尝试增加Uber在海外地区的本地人任务,例如,通过百度地图,用户可以查看到当地Uber司机哪些会讲中文等。”

官方数据显示,截至2015年,百度国际化已经覆盖全球200个国家和地区,月活用户数超过3亿,累计下载量达16亿。

据透露,未来,除使用自身先进的采集技术,百度地图还将通过采用用户UGC众包方式,不断进化定位基础数据,实现全球最精准的定位。同时,百度地图将逐步支持多语言检索,并全球推出公交、驾车路线规划等服务。