

高德地图官宣出海 发布AutoSDK国际版

来源：余哲维 发布时间：2025-11-12 19:45:41

继中国车企加速出海布局全球市场之后，国内领先的数字地图服务商高德地图也迈出关键一步。11月3日，阿里巴巴旗下高德地图正式宣布进军海外市场，并发布高德AutoSDK国际版，这家深耕中国市场十余年的图商首次系统性地走向全球化。

此次发布的AutoSDK国际版，集成了定位、搜索、地图渲染、路线规划、基础导航等全链路在线能力，同时支持离线导航和ISA（智能速度辅助）信息播发等核心功能，旨在为中国汽车品牌在海外市场的智能化升级提供底层支撑。目前，该产品已覆盖欧洲、东南亚、中东、南美、澳新、中亚及非洲等超过170个国家和地区，并支持英语、西班牙语、法语、德语、阿拉伯语等19种主流语言。

高德汽车事业中心总经理江睿表示：“车企都需要一张地图，这是行业共识。”高德将依托在国内服务超40家车企、100多个品牌的丰富经验，以及200余个并行交付项目的工程化能力，助力中国智能汽车在全球落地生根。



值得注意的是，此次出海的背后，是高德地图历经漫长寒冬后的战略反攻。

自2014年被阿里巴巴收购以来，高德持续投入大量资源进行技术研发与生态建设，尤其在高精地图、智能驾驶等领域深度布局。然而，作为典型的轻资产但重投入行业，高德在过

去十年间始终处于连续亏损状态，即便拥有高达8亿月活跃用户的庞大基数，也未能实现盈利。

这一局面直到2025年才迎来转折。在今年2月公布的阿里2025财年第三季度财报电话会上，阿里高管透露，高德地图首次实现盈利，为公司后续的战略拓展提供了坚实的资金保障和信心支撑。

然而出海之路并非坦途。当前，整个地图行业的生存环境正经历深刻变革。

近年来，随着智能驾驶技术发展，越来越多车企选择摆脱对高精地图的依赖，转向无图或轻图方案。特斯拉、小鹏、理想、蔚来等头部新势力纷纷宣布停用高精地图，转而依靠纯视觉+BEV感知+自动标注的技术路径。

这一趋势使得曾被视为自动驾驶标配的图商地位急剧下滑。曾经炙手可热的高精地图业务迅速降温，图商们面临订单减少、增长乏力、研发投入难以回收的困境。

在此背景下，出海成为图商寻找新增长点的重要方向。此前，四维图新早在2011年便通过并购方式试水海外；百度也为特斯拉FSD提供国内高精地图服务；荷兰TomTom则反向进入中国市场，与中国本土玩家正面竞争。

相较之下，高德虽起步稍晚，但凭借在国内车载导航领域的领先地位和技术沉淀，此次出海更具体系化和规模化特征。

面对Google Maps、Apple Maps、Garmin以及HERE Technologies等国际巨头的垄断格局，高德并未采取激进的独立开拓策略，而是选择了更为务实的搭便车式出海，即优先服务已经扬帆出海的中国车企。

数据显示，2025年1-9月，我国汽车整车出口量达495万辆，同比增长14.8%，其中新能源汽车出口达175.8万辆，同比暴涨89.4%。伴随中国汽车加速走向世界，其智能化需求也随之延伸至海外。

高德敏锐捕捉到这一趋势，提出“立足中国，服务全球”的战略目标。通过将AutoSDK预装在中国品牌车型上，随车出海后再进行本地化适配，大幅降低单独开拓海外车企客户的成本与风险。

此外，高德已与全球知名位置服务公司HERE Technologies达成战略合作，确保海外地图数据的权威性与合规性。同时，公司在欧盟、东南亚设立独立运营主体，并在德国、新加坡建立数据中心，强化本地服务能力。

尽管路径清晰，但高德仍面临严峻挑战。一方面，各国地理数据政策严格，如欧盟GDPR、中东数据主权法规等，均对数据采集、存储与使用提出极高要求；另一方面，不同地区的道路结构、交通规则、用户习惯差异巨大，极易造成水土不服。

更关键的是，在自动驾驶逐渐去地图化的全球趋势下，高德所擅长的地图渲染、高精定位等传统优势是否仍具竞争力，仍有待验证。

可以预见的是，未来图商的价值或将从提供静态地图转向动态服务+工程赋能。谁能在快速迭代、低成本交付、跨区域协同方面建立壁垒，谁才能真正站稳脚跟。

从连续十年亏损到如今盈利出海，高德地图走过了漫长的蛰伏期。站在新的起点，它不再只是中国的出行助手，更试图成为全球智能汽车产业的幕后推手。但前方风高浪急，能否真正破局，仍需时间检验。

HTML版本： [高德地图官宣出海](#) [发布AutoSDK国际版](#)