

2019中国在线车主服务白皮书

平安好车主案例分析

你

目录

CONTENTS

01  中国在线车主服务行业现状分析

02  中国在线车主服务市场需求及行业痛点分析

03  中国在线车主服务解决方案分析

04  中国在线车主服务行业趋势分析

PART 1



中国在线车主服务行业现状分析

© Analysys 易观

www.analysys.cn

中国在线车主服务市场界定

近年来中国在线车主服务市场涌现大量成熟的互联网企业，他们通过线上线下服务协同的方式，推动车主服务升级，带动行业服务效率提升。尤其是在用车出行、车辆维修保养、汽车金融、二手车交易等领域。本次专题分析将集中在车险服务、用车出行、养车服务三个大领域进行分析。

车险服务



在线投保



在线续保



保单管理



在线理赔

出行服务



在线停车



违章查缴



行车安全管理



在线加油



道路救援



在线充电

养车服务



车辆维保



汽车洗美



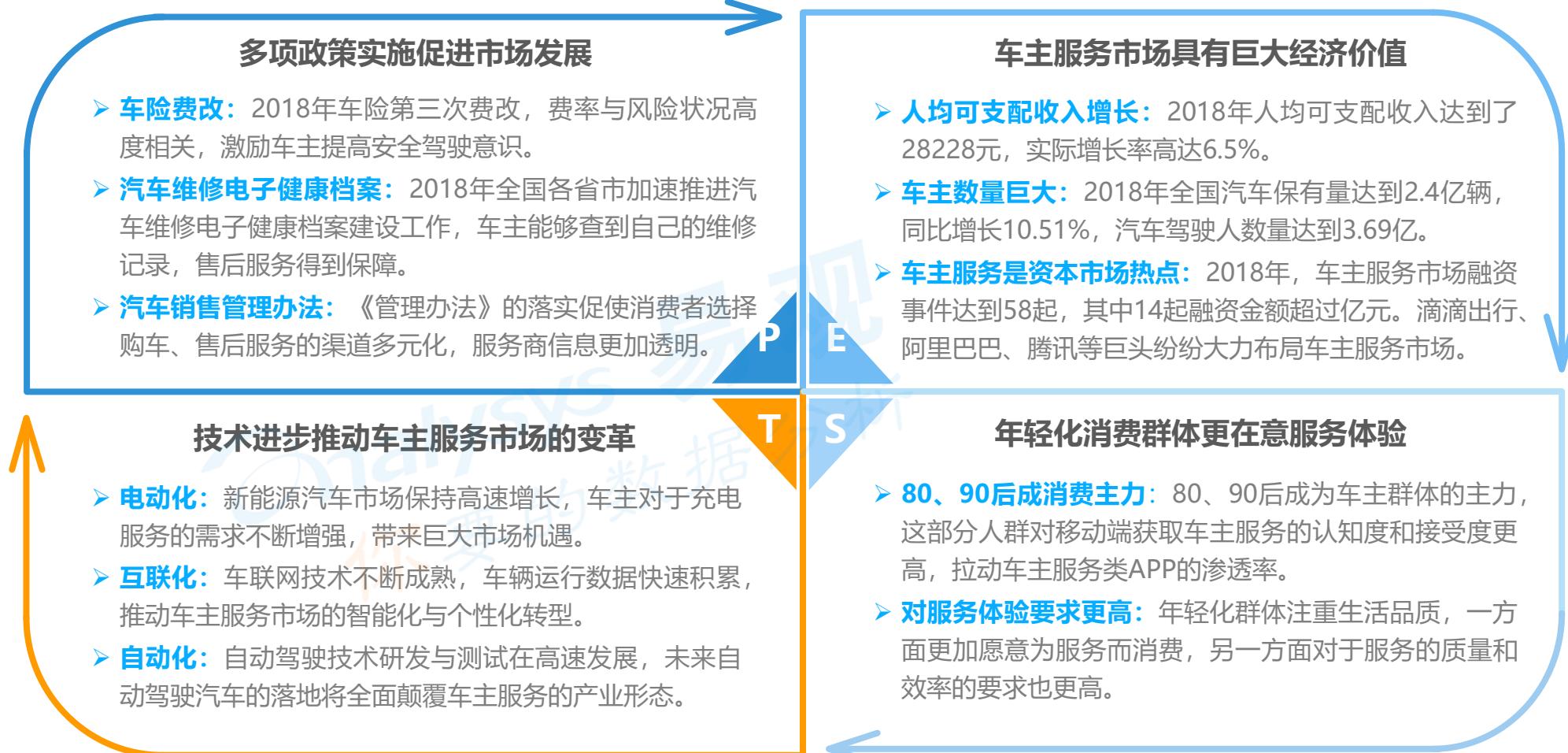
汽车内容



汽配电商

车主服务市场迎来在线化转型机遇

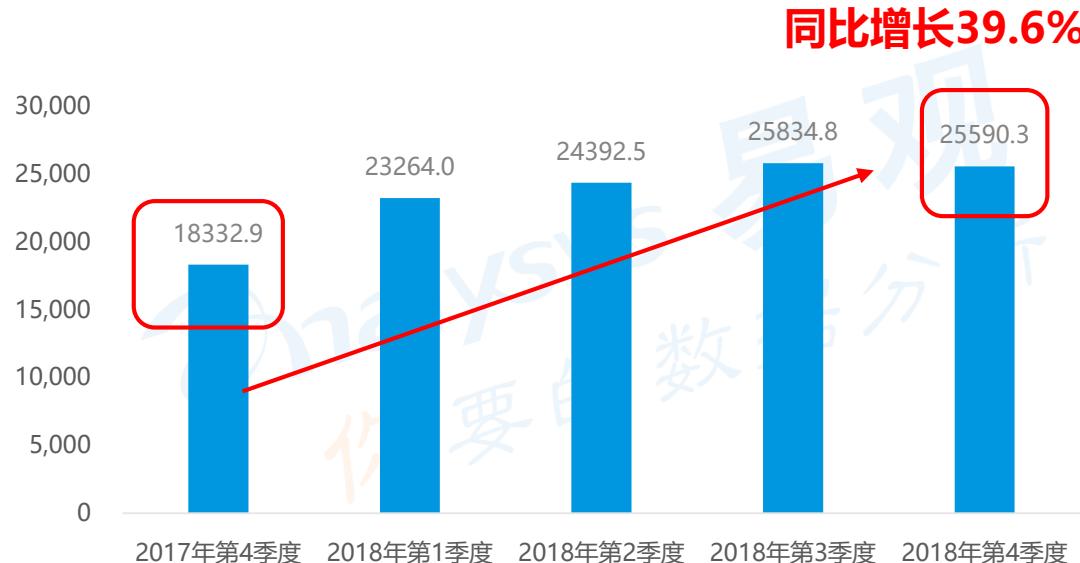
2018年中国车主服务市场PEST分析



在线车主服务市场增长潜力巨大

- 车主在线使用习惯逐步形成：**根据易观千帆，在线车主服务领域活跃用户规模2018年第四季度同比增长39.6%，表明车主用户在线使用及在线消费习惯逐步养成
- 车主群体不断扩大，催生更大市场增长空间：**截至2018年底，私家车保有量增至1.89亿，驾驶人数量增至3.69亿。车主群体不断扩大，将催生多元化汽车生活需求，这将在一定程度上推动车主服务市场交易规模增长

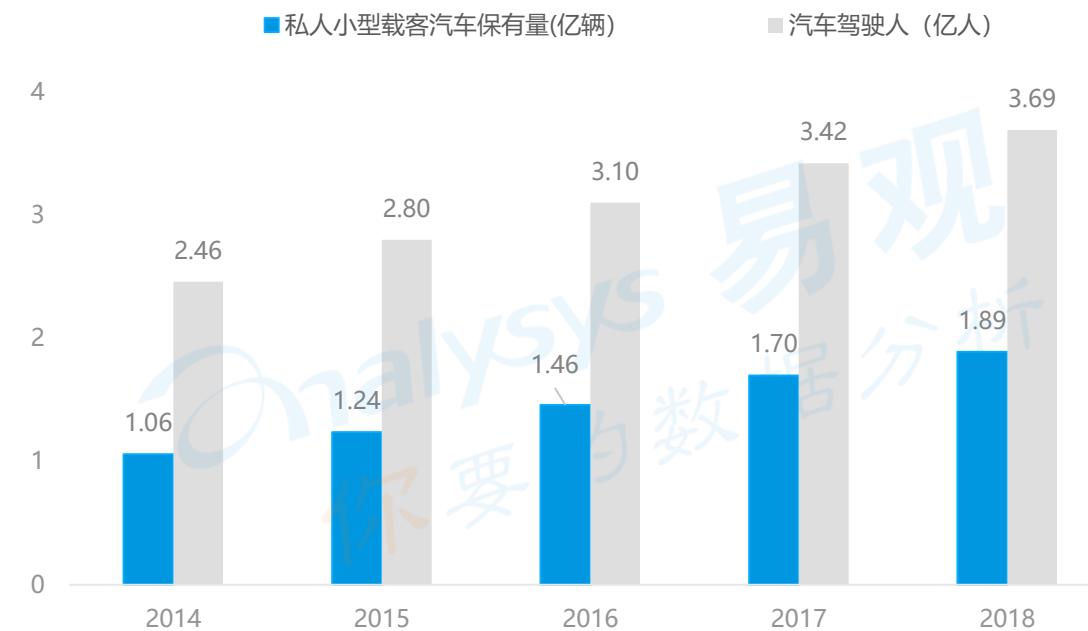
2017年Q4-2018年Q4在线车主服务领域活跃用户规模(万)



© Analysys 易观·易观千帆

www.analysys.cn

2014-2018年中国私家车保有量及汽车驾驶人数量



© Analysys 易观·公安部交管局

www.analysys.cn

| 多方资本入局在线车主服务领域，将加剧市场竞争



- Analysys易观认为，主机厂、互联网公司、保险机构三大资本主体进入车主服务领域，将推动该领域服务创新及技术升级，并加速淘汰中小型车主服务平台

➤ 互联网公司

鉴于原有业务流量饱和，互联网公司布局车主服务领域以**开拓新赛道**。并基于自身流量优势侧重**汽车交易、汽配及维保电商**领域布局

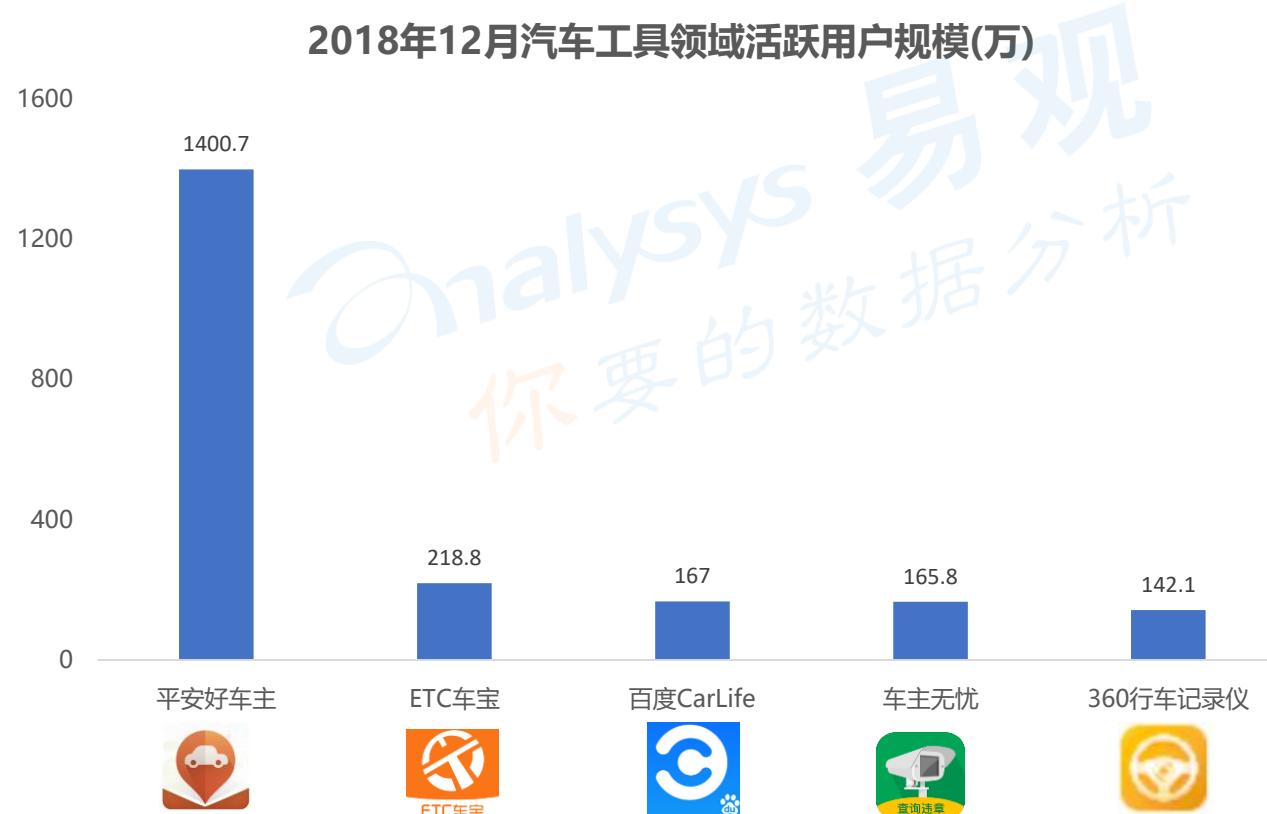
➤ 保险机构

保险机构通过布局**综合车主服务**领域，**积累车主用户群体**，凭借个性化推荐方式提高保险产品销量，提升自身风控能力

➤ 主机厂

主机厂布局**维修保养及车主社区**等业务，在新车销量低迷之际开拓新**盈利增长点**；并增加**C端车主触点**，为车联网时代蓄势

| 在线车主服务市场多数厂商专注在细分垂直领域



- **市场竞争格局:** 平安好车主、ETC车宝、百度CarLife分别以1400.7万、218.8万、167万活跃用户规模位居2019年1月中国汽车工具领域活跃用户榜单前三名
- **专注细分领域:** 除平安好车主外，多数头部厂商仍专注在各自细分领域。汽车生活服务与线下场景联系紧密，对企业，尤其是综合服务类平台的线下资源、资金实力及线下服务管控能力考验较大

PART 2



中国在线车主服务市场需求及行业痛点分析

© Analysys 易观

www.analysys.cn

| 车主用户存在信息获取、便捷、安全、消费等多元化需求

需求分析

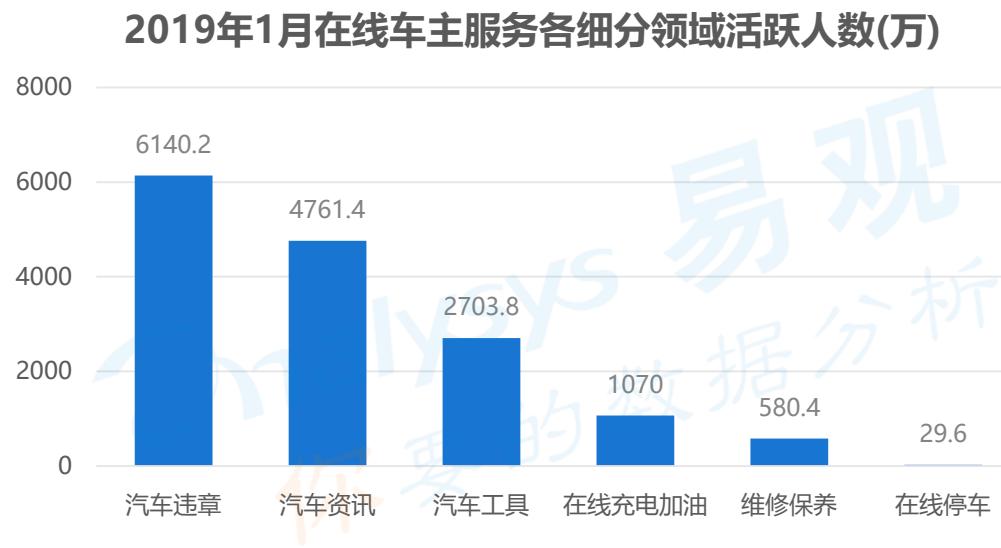
行业痛点

痛点分析

痛点分析



- 根据易观千帆，违章查询、汽车资讯、充电加油等车主服务细分市场活跃用户均保持在百万量级，表明车主用户在信息查询、车务代办、汽车消费等方面需求较大



© Analysys 易观·易观千帆

www.analysys.cn

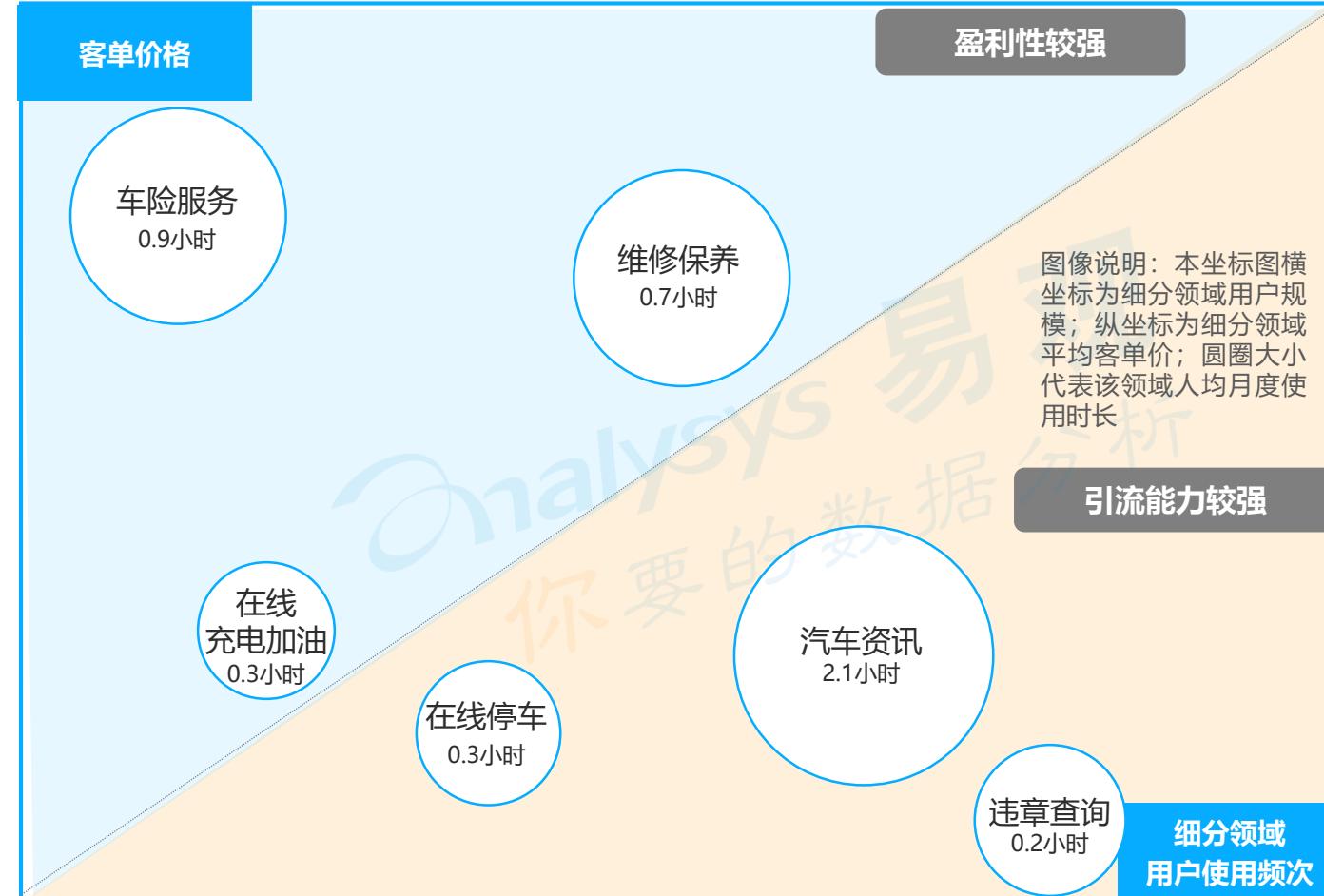
车主服务需求多元化



车主服务企业面临用户流失率高、盈利性差等经营难题

需求分析
行业用户
经营痛点
行业企业
痛点分析
车险服务
痛点分析
用车服务

车主服务各垂直细分领域在客单价及用户消费频次上存在差异



车主服务领域平台运营痛点



消费周期长，用户流失率高
经营车险服务、维修保养等业务的企业面临用户消费频次较低，难以锁定已有用户群体等痛点

盈利模式尚不清晰
专注于在线停车、在线违章查询、车务代办等服务的平台面临如何将流量变现的难题

工具类应用，用户黏性较低
车主服务平台作为工具类型APP，普遍面临用户“用后即走”，用户粘性较低，人均使用时长较短，平台后续商业化发展空间受限的问题

数据来源：各细分领域人均月度使用时长依据易观千帆2019年1月数据；平均客单价及用户想使用该服务频次参考公开资料

互联网车险渐成新趋势，移动端用户规模稳步提升

- 移动端用户规模持续增长：**受到商车费改、互联网保险风险专项整治及投资性保险产品管控等一系列政策影响，2017年互联网保险保费收入出现下滑且用户规模的增长率不稳定。但是在保险行业大趋势影响下，移动端用户依旧保持增长态势
- 保险企业互联网参与度加深：**2017年经营互联网保险业务的保险公司数量增至131家，保险公司推出经过备案的互联网渠道销售保险产品数量大幅增加，保险企业对互联网保险市场的深度进一步提升

数据来源：中国保险行业协会

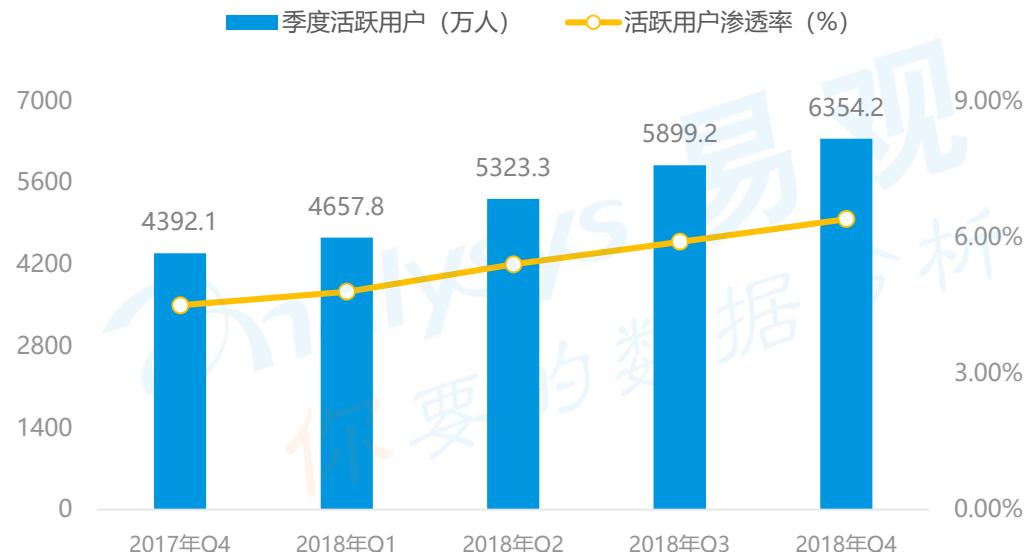
需求
分析
用户

经营
企业
痛点

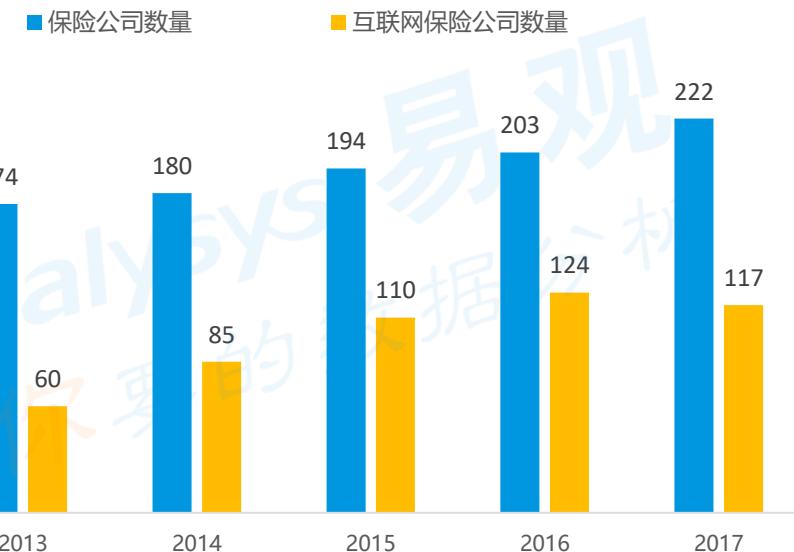
车险
服务
痛点
分析

用车
服务
痛点
分析

2018年保险服务领域移动端活跃用户



2012-2017年保险公司及经营互联网保险公司数量对比



车险行业面临产品同质化、盈利性不足、购买不便捷、理赔满意度低等痛点

B端车险机构遭遇产品同质化、盈利性不足、获客成本高等挑战

需求分析
行业用户

经营痛点
行业企业

痛点分析
车险服务

痛点分析
用车服务

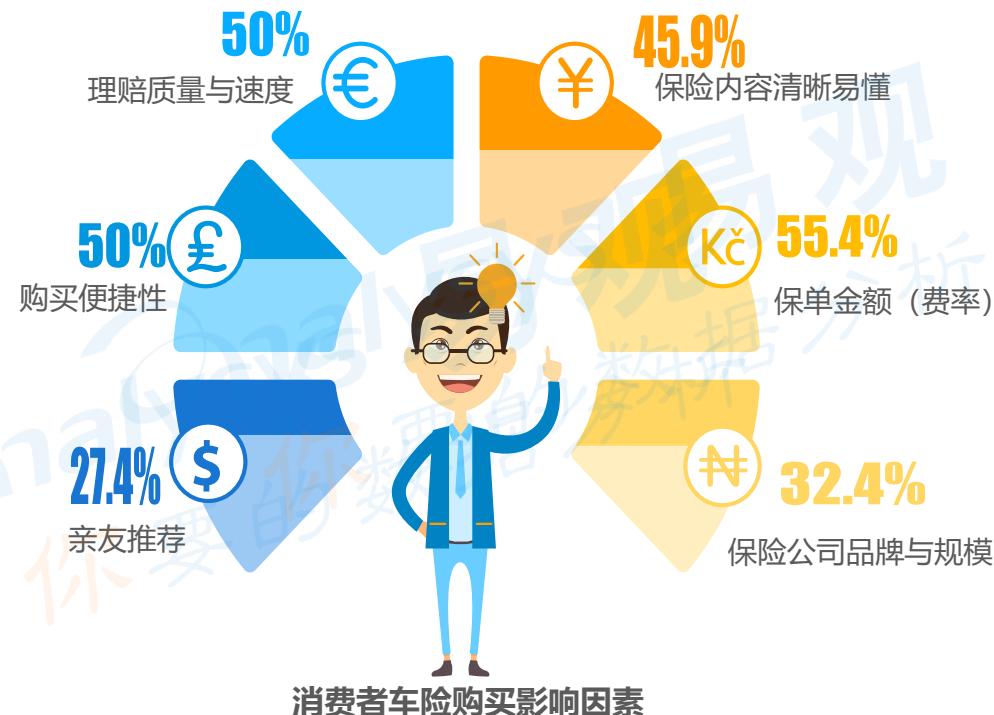


数据来源：中国保险统计年报2018

2019/3/25

C端消费者面临购买不便捷、理赔满意度低、保险条款难懂等问题

- 根据调研，购买车险便捷度、理赔速度与质量、保险条款清晰易懂是消费者做出车险购买决策时的重要影响因素

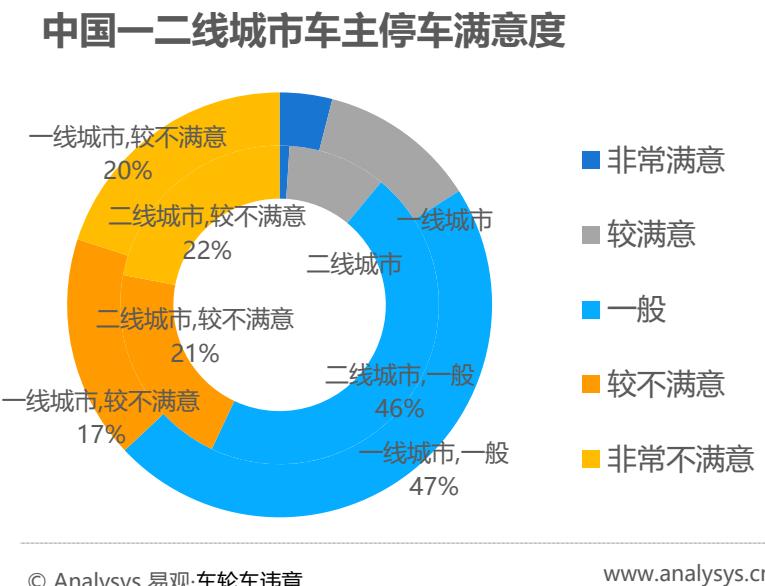
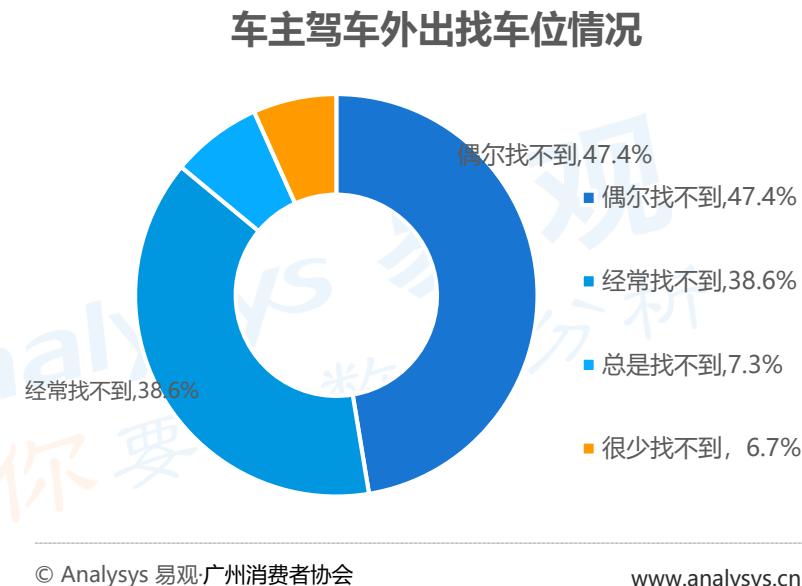


数据驱动精益成长

13

停车位难寻、价格高成为中国城市车主外出停车难题

- 数据显示，高于84%的一、二线城市车主认为城市停车体验不佳
 - 根据调研，车主平均每次找车位花费18分钟；67%的车主驾车外出时担心没有停车位；超六成私家车车主认为停车费用较高



传统停车痛点

- 找车位时间长
 - 停车收费不透明
 - 私家车违规停车占车位
 - 收费流程繁琐
 - 停车场进出取还卡流程繁

停车互联网化升级

- 车位信息实时化
 - 车位价格实时化
 - 停车费用在线支付
 - 到达停车场路线导航

我国道路救援存在等待时间长、服务不规范等诸多问题

- **传统线下道路救援服务存在以下痛点：**等待时间较长、救援队较为零散分散，救援电话繁多不便查询、救援服务不规范
- **道路救援服务是保险公司重要增值服务：**根据调研，45%的车主遇到非交通事故类的车辆抛锚事件，会选择使用保险公司救援，因此道路救援是保险公司重要增值服务

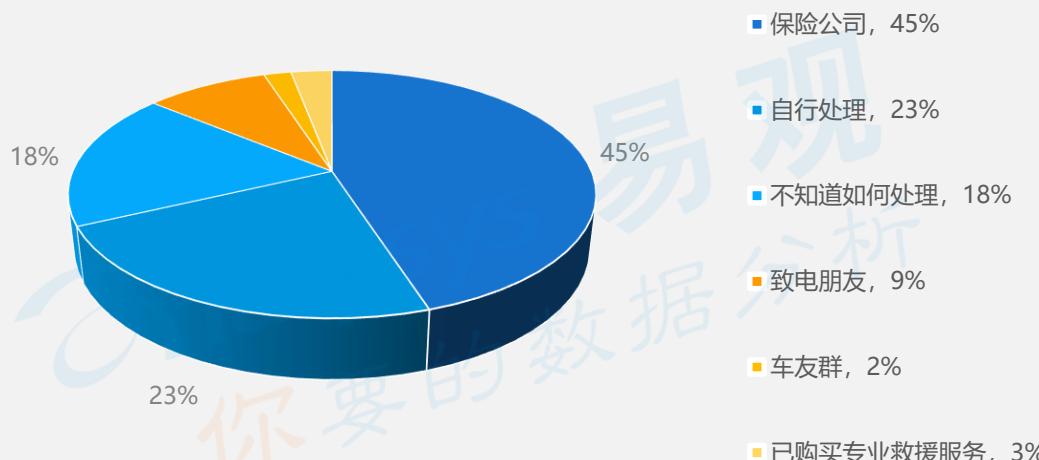
需求
分析
用户

经营
痛点
企业

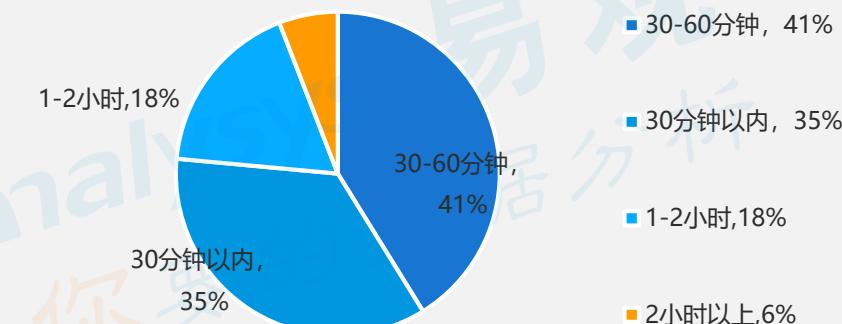
痛
点
分
析
服
务

痛
点
分
析
用
车
服
务

车主非交通事故车辆抛锚处理方式



城市车主使用道路救援服务等待时长分布



PART 3



中国在线车主服务解决方案分析

© Analysys 易观

www.analysys.cn

平安好车主不断丰富服务矩阵，提高用户留存与平台盈利能力

局
平
台
服
务
解
决
方
案
布

解
决
方
案
车
险
服
务

解
决
方
案
用
车
服
务

解
决
方
案
养
车
服
务

多维服务矩阵提高用户留存与平台盈利能力

平安好车主凭借违章查询、移动端停车·缴费、车务代办、汽车内容社区等高频业务聚集用户。高用户流量进一步推动保险业务、车主商城、油卡充值等盈利性较高的产品销量增长

产品场景化创新满足用户个性化需求

平安好车主针对不同场景，不断推出领先于行业的新服务，如基于车主驾驶行为，帮助车主改善不良驾驶习惯的“**开车赚钱**”功能；基于大数据技术“一人一车一额度”的极速理赔的“**信任赔**”服务；同时，平台推出“**车主公益**”“**活动中心**”板块，将公益活动融入车主生活，满足用户多样化需求。

作为平安产险服务流量入口之一为用户提供全方位保障

平安好车主为用户提供包括意外险、旅游险、出行险、家庭险、健康险在内的**全方位保险服务**；并基于用户画像实现智能化推荐保险解决方案。凭借移动端流量优势，平安好车主持续为**平安产险客户画像构建**，及产险客户**精细化运营**提供有力支持



数据来源：平安好车主；

数据说明：一键挪车数据为18年11月-12月数据；停车·缴费、油卡充值、道路救援、年检代办、“车圈”数据为2018年7月~12月内数据；“车主公益”数据为2018年5-12月数据

车险服务

观易
你要的数据分析
anlaysys

平安好车主提供在线投保续保及保单管理服务，提高用户满意度

Analysys 易观
你要的数据分析

平台解决方案布

解决车险服务

用车解决方案

养车解决方案



投保前



承保中



保险服务到期

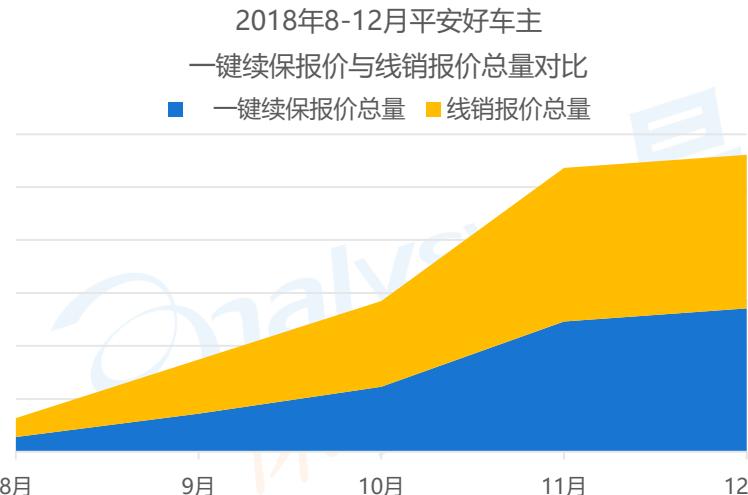


- 个性化推荐，成单率高：基于用户消费偏好及车辆使用情况，个性化推荐车险解决方案
- 智能顾问，免除购险顾虑减少人工成本：AI智能机器人解读保险条款、及时高效
- 快速精准定价：基于用户画像提供线上30秒内精准定价

- 在线保单管理，节约用户时间成本：多张保单统一在线管理、查询、修改
- 线上线下协同服务，提高服务满意度：门店查询与预约、工作人员远程视频服务

- 一键续保，提升服务效率：无需二次填写信息
- 跟踪车主保险动态，把握营销事件节点，提高用户复购率：基于保险动态与用户购险偏好，及时推送产品信息，促进用户复购、减少老客流失

- 2018年12月使用一键续保报价功能的用户规模，相比于同年8月，实现7.57倍增长；可见，**用户在线续保需求较大**
- 12月，使用线上报价功能的用户中81%属于续保报价查询。可见，在**提升保险用户复购率方面，平安好车主平台起到重要作用**



平安好车主凭借在线化、智能化手段提升理赔效率、创新理赔模式

局
平
台
解
决
方
案
布

车
险
服
务

解
决
方
案

用
车
服
务

解
决
方
案

养
车
服
务

平安好车主 在线理赔流程



✓ 根据平安好车主数据显示2018年第四季度，理赔功能活跃用户保持快速增长，环比增长 **17.4%**，线上理赔方式正在被更多车主用户接受



© Analysys 易观 · 平安好车主

www.analysys.cn



平安好车主在线理赔缓解车险服务中存在的
定损慢、理赔流程繁琐等痛点

用车服务

平安好车主通过移动端停车·缴费与挪车功能，节约用户时间成本

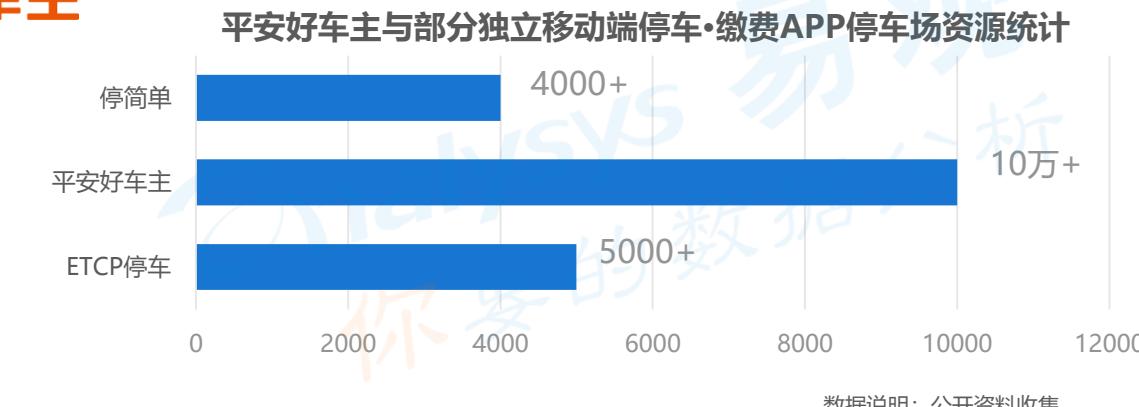
平台解决方案布

解决服务方案

用车解决方案

养车解决方案

- **移动端停车·缴费业务，线下资源丰富**: 截至2018年12月，平安好车主停车·缴费服务已覆盖在全国60座城市，与超10万停车场合作；仅2018年下半年，平台已累计为平台90万+用户提供便捷停车服务
- **一键挪车功能，受到用户欢迎**: 2017年~2018年，平安好车主一键挪车功能受到车主用户欢迎，覆盖城市范围由浙江省扩大至全国范围，相比2017年，实现727%用户规模增长



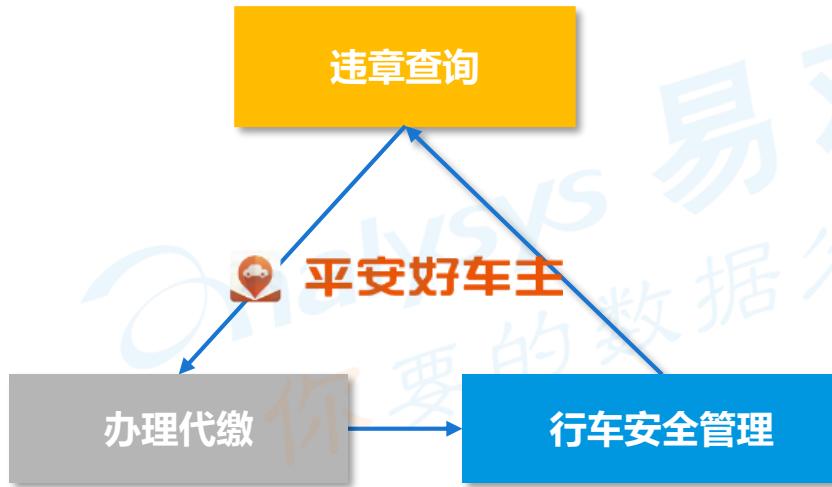
© Analysys 易观 · 平安好车主

www.analysys.cn

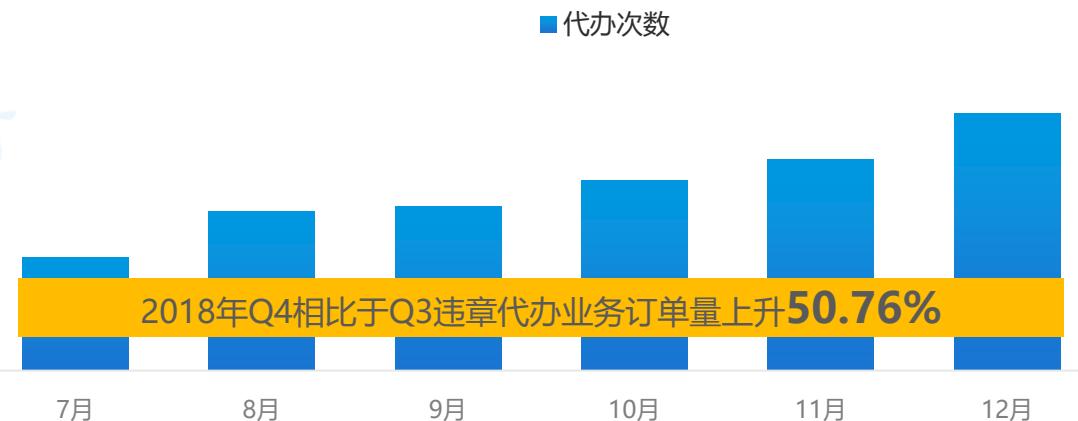
数据说明：2017年一键挪车用户数量，为截至2017年6月平安好车主在浙江省试点一键挪车业务数据；2018年服务用户数量为平安好车主2018年正式上线一键挪车业务后，全国范围11月-12月用户数据

平安好车主凭借违章查询代办积累垂直车主用户群体

局
平
台
解
决
方
案
布
解
决
方
案
用
车
服
务
解
养
车
方
案



2018H2平安好车主违章代办次数月度分布



违章查询引入高频流量

- ✓ 2018年下半年提供**3.3亿次**查询
- ✓ 违章查询功能带来的较大流量与平台其他使用频次较低的服务（如车险、车辆维修保养）形成互补

“开车赚钱”车主驾驶行为管理

- ✓ “开车赚钱”功能，基于移动设备与海量算法模型，管理车主日常驾驶行为，生成驾驶周报，对车主不良驾驶习惯及时作出提示

基于大数据的车险定制化

- ✓ 车主日常驾驶行为及违章记录将助推车险定制化发展

数据来源：平安好车主

平安好车主道路救援线上线下形成协同效应，优化救援流程，缓解用户等待焦虑

局
平
台
解
决
方
案
布

解
车
险
方
案

解
用
车
方
案

解
养
车
方
案

平安好车主 道路救援	传统道路救援	线上救援优势
<ul style="list-style-type: none"> 平安好车主APP 平安车险小程序 拨打救援电话 	<ul style="list-style-type: none"> 拨打救援电话 	减少查找救援电话带来的不便
<ul style="list-style-type: none"> 救援人员位置与到达时间实时显示 	<ul style="list-style-type: none"> 呼救后原地等待 	缓解用户等待救援中的焦虑
<ul style="list-style-type: none"> 线上点评 	<ul style="list-style-type: none"> 服务不满意便捷反馈渠道 	线上反馈便于救援服务规范化

2018H2平安好车主道路救援服务订单分布情况



© Analysys 易观 · 平安好车主

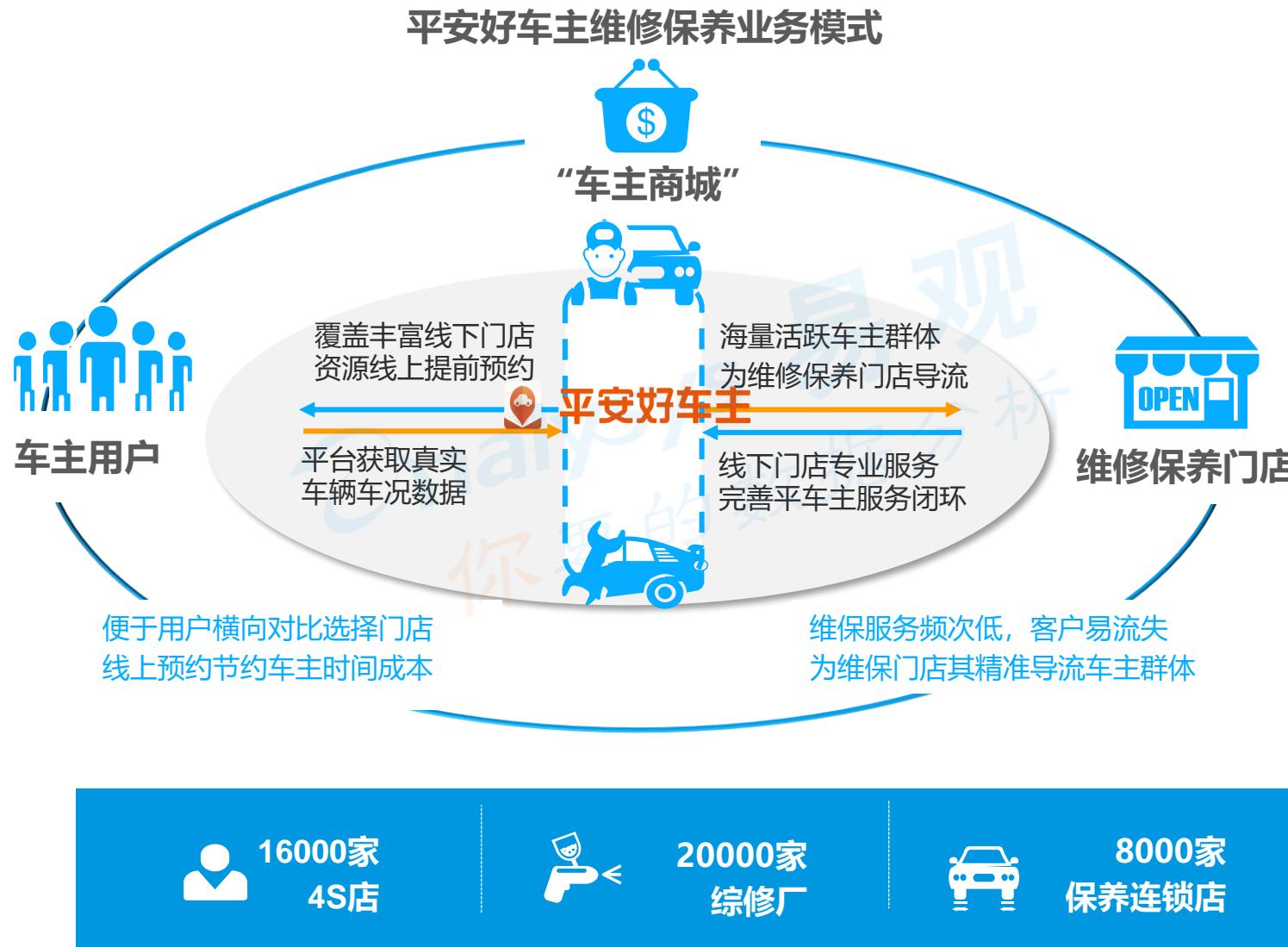
www.analysys.cn

- 线上救援方式增速较快：**2018年第四季度线上方式救援案件数量相比上一季度增长12.5%，可见，线上救援方式受到用户欢迎
- 极端天气下在线救援服务呈现小高峰：**8-12月出现道路救援小高峰，可见，平安好车主在线道路救服务，已经成为用户在极端天气下以及遭遇行车事件时可靠的求助对象

养车服务

平安好车主布局线下门店，为用户提供及时专业维修保养服务

平台解决方案布
局
解
决
方
案
用
解
决
方
案
养
解
决
方
案



数据说明：数据截至2017年12月

平安好车主搭建汽车资讯及社交平台，丰富车主服务生态

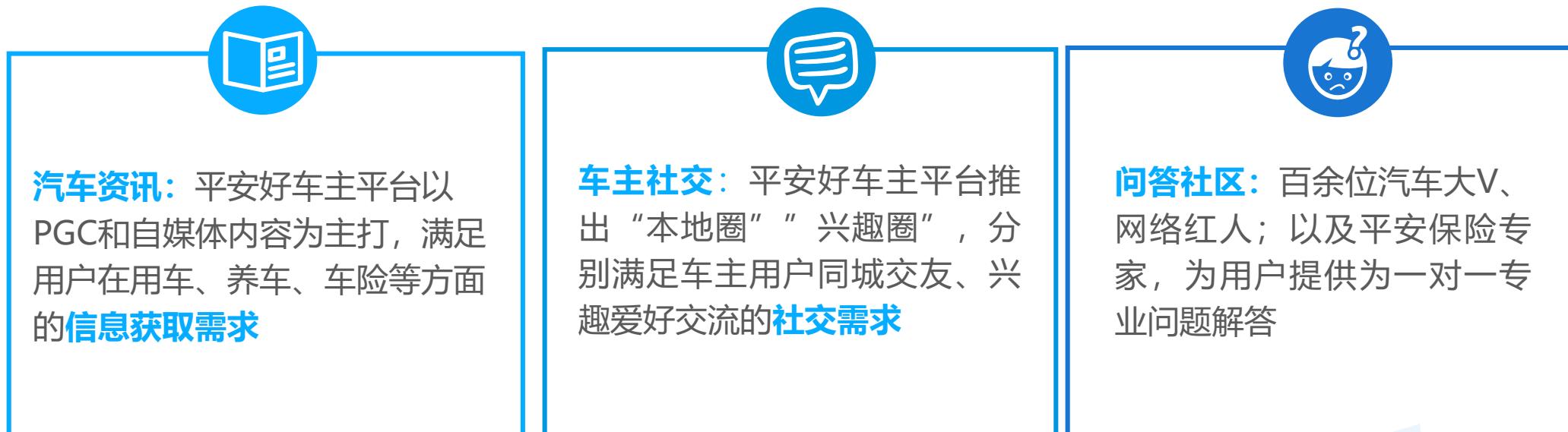
平安好车主 “车圈” 三大板块

局
平
台
解
决
方
案
布

解
决
方
案
服
务

解
决
方
案
用
车
服
务

解
决
方
案
养
车
服
务



平安好车主丰富媒介形式满足多元化需求



数据说明：车圈板块活跃用户规模数据为2018年7月至12月数据

2018年H2平安好车主 “车圈” 板块活跃用户规模(万人)



© Analysys 易观 · 平安好车主

www.analysys.cn

PART 4



中国在线车主服务行业趋势分析

© Analysys 易观

www.analysys.cn

| 在线车主服务行业不断进行场景延伸，提升服务质量，完善车主数据



构建车主服务生态圈 实现不同功能协同联动

车主服务市场不同服务将不断延伸整合，高频、盈利性较低的服务将与低频、高客单价服务场景结合，形成优势互补

行业将由比拼服务范围 逐步转向比拼服务质量

目前行业存在服务同质化问题，未来各平台将通过强化线下资源把控能力、应用大数据、人工智能等技术的方式，提高服务效率、创新服务模式

垂直用户群体与精准完整的用户数据 将成为平台核心竞争力

行业内各玩家累积的垂直车主用户群体，以及基于车主生活的精准、完整的人车画像，将成为平台未来发展汽车交易、汽车金融等业务，创新服务模式的有力支撑

车主服务生态各环节数据的打通，将重塑车险行业业态

基于综合服务平台获取用户全生命周期数据



传统保险渠道获取数据特点

低频 弱感知 不全面

线上渠道获取数据特点

多维度 实时 可持续

数据赋能保险行业

个性化推荐，降低获客成本

个性化推荐
产品场景化

- 基于车主多元化需求，提供个性化保险解决方案
- 基于不同场景用户消费偏好，对平台保险产品进行创新

定价市场化，核保精准化

市场化定价
智能核保

- 通过分析用户自身数据，提升风险评估精准度；丰富用户画像维度，实现精准定价
- 基于车辆、将车主驾驶行为等数据进行智能分析、量化风险

基于海量数据，优化服务模式

创新理赔模式
优化服务流程

- 如基于车主日常驾车行为、出险情况等数据，通过AI数据分析，设立信任理赔额度
- 基于平台海量车主数据，对保险查勘调度、图片视频定损模型不断优化

数据驱动精益成长

● 易观方舟



易观方舟试用

● 易观千帆



易观千帆试用

● 易观万像



易观订阅号