

Analysys 易观  
指数成长的比特动能



# 中国汽车工具类移动 APP 年度综合报告 2016



本产品保密并受到版权法保护

Confidential and Protected by Copyright Laws

## 研究背景

数据显示，近五年来中国机动车驾驶人数量保持稳定增长，与此同时，私家车保有量也在屡创新高。截至 2015 年底，机动车驾驶人数量达 3.2 亿人，中国私家车数量达 1.24 亿辆。车主群体的不断扩大，为汽车生活服务市场带来更大的发展空间，私家车保有量的持续增长，使得汽车生活场景更加丰富化。消费者和消费需求的同时增加，推动了汽车生活服务市场的快速发展。但目前中国汽车生活尤其是用车生活服务市场，存在诸多弊端，影响行业健康有序地发展，行业急需中间平台进行整合，在政策的不断完善中逐步推动行业的标准化和规范化。

本报告涉及的关键字为：汽车生活、汽车工具类移动 APP、驾考类 APP、查违章 APP。

本报告研究范畴为：汽车后市场、汽车工具。

本报告涉及的厂商包括：车轮互联、木仓科技、微车、橙牛汽车管家、58 同城等。

本报告研究的国家和地区主要包括：中国大陆，不包括港澳台地区。

## 研究方法

本报告主要通过运用定性和定量方法，研究市场的一手和二手信息得到相关结论。

报告中运用 Analysys 易观的产业分析模型（例如 AMC 模型），并结合市场研究、行业研究和厂商研究，能够反映当前市场现状、趋势和规律，以及厂商的发展现状。

报告中的一手数据和信息主要有两个来源：

第一个来源，通过易观千帆针对移动端 APP 监测结果进行统计分析。千帆只对独立 APP 中的用户数据进行监测统计，不包括 APP 之外的调用等行为产生的用户数据。截止 2016 年第 1 季度易观千帆基于对 7.5 亿累计装机覆盖、1.5 亿移动端月活跃用户的行为监测结果。采用自主研发的 enfoTech 技术，帮助您有效了解数字消费者在智能手机上的行为轨迹。

第二个来源，采用深度访谈的方式与业内资深人士和相关企业高管进行了深入交流，相关信息如下：

- 驾考类 APP 企业资深人士 4 位；
- 查违章 APP 企业资深人士 3 位；
- 汽车社交类 APP 企业资深人士 2 位。

## 易观发现和建议

### 易观发现

Analysys 易观研究发现，汽车生活的全生命周期中存在多个场景，各个场景下车主消费者或多或少都面临一些痛点，整个汽车生活市场急需第三方平台的整合。在市场巨大需求的推动下，各平台纷纷从不同的用车场景去切入，促使汽车生活中的考驾照、查违章、找停车位、代驾、代泊等市场，不断地向更加标准化、规范化以及便捷化的方向发展。随着行业政策不断完善，车主消费者的中国汽车工具类移动 APP 市场发展将呈现多场景、全平台的一个趋势。

### 易观建议

结合易观对于中国汽车工具类移动 APP 市场及中国汽车后市场的发展趋势研究，易观推荐工具类移动 APP 企业需要关注用户的多场景需求，进行 APP 功能和服务的多场景化拓展，增强用户粘性并且提高用户流量的转换率。

# 正文目录

<b>1 汽车工具类移动 APP 发展基本情况</b>	<b>9</b>
1.1 研究背景	9
1.1.1 机动车驾驶人数量不断增长，车主群体不断扩大	9
1.1.2 私家车保有量持续增长，促进用车场景更加丰富化	10
1.1.3 车主用车过程痛点多，用车生活需要平台整合	10
1.2 行业定义及生态图谱	11
1.2.1 细分领域定义	11
1.2.2 车工具类移动 APP 行业 PEST 分析	14
1.2.3 汽车工具类移动 APP 行业发展影响因素	14
1.3 汽车工具类移动 APP 的发展阶段	15
1.3.1 探索期	16
1.3.2 市场启动期	16
1.3.3 高速发展期	16
1.3.4 应用成熟期	16
<b>2 报告摘要汽车工具类移动 APP 商业模式</b>	<b>17</b>
2.1 驾考类 APP	17
2.2 查违章 APP	19
2.3 汽车社交类 APP	20
2.4 停车类 APP	21
2.5 加油类 APP	23
<b>3 汽车工具类移动 APP 案例——车轮互联</b>	<b>25</b>
3.1 企业介绍	25
3.2 商业模式	26
3.3 企业运营分析	27
3.4 SWOT 分析	28
<b>4 汽车工具类移动 APP 行业用户研究</b>	<b>29</b>
4.1 汽车工具类移动 APP 行业用户	29
4.2 细分领域用户研究——驾考类 APP	37
4.3 细分领域用户研究——查违章 APP	40
<b>5 2015 年汽车工具类移动 APP 热点事件</b>	<b>43</b>
5.1 投融资事件	43
5.1.1 汽车工具类移动 APP 投融资阶段分布	43

5.1.2	汽车工具类移动 APP 投融资项目规模分布 .....	44
5.1.3	2015 年投融资项目情况一览 .....	44
5.2	企业事件.....	46
5.2.1	2015 年 2 月 27 日, 58 同城全资收购驾校一点通 .....	46
5.2.2	e 代驾被神州专车宣布达成战略合作 .....	46
5.3	行业事件.....	46
5.3.1	交通运输部将“推行机动车驾培机构培训服务模式改革” .....	46
5.3.2	16 市试点自学直考 .....	46
5.3.3	《中共中央国务院关于进一步加强城市规划建设管理工作的若干意见》指出优化街区路网结构.....	47
5.3.4	商务部发布《代驾经营服务规范》行业标准, 代驾行业进入规范时代 .....	47
<b>6</b>	<b>汽车工具类移动 APP 发展趋势 .....</b>	<b>48</b>
6.1	汽车工具类移动 APP 的功能将逐渐融合, 同一 APP 能满足车主多场景的需求 ....	48
6.2	集中经营覆盖车主多场景需求的主 APP, 更有利于提高用户活跃度、增强用户黏性	48
6.3	汽车工具类移动 APP 行业未来将有几家企业脱颖而出, 占据行业龙头地位.....	48
	<b>易观版权声明 2016 .....</b>	<b>49</b>
	<b>关于易观.....</b>	<b>50</b>
	<b>易观主要特色.....</b>	<b>50</b>

# 图 目 录

图 1-1 2011-2015 年中国机动车驾驶人数量 .....	9
图 1-2 2011-2015 年中国私家车保有量 .....	10
图 1-3 车主用车生活痛点 .....	11
图 1-4 汽车工具类移动 APP 行业生态图谱 .....	13
图 1-5 汽车工具类移动 APP 行业 PEST 分析 .....	14
图 1-6 汽车工具类移动 APP 行业 AMC 模型 .....	15
图 2-1 汽车工具类移动 APP 商业模式 .....	17
图 2-2 驾考类 APP 商业模式 .....	18
图 2-3 查违章 APP 商业模式 .....	19
图 2-4 汽车社交类 APP 商业模式 .....	20
图 2-5 停车类 APP 商业模式 .....	22
图 2-6 加油类 APP 商业模式 .....	23
图 3-1 车轮互联商业模式 .....	26
图 3-2 车轮互联 SWOT 分析 .....	28
图 4-1 2016 年 2 月汽车工具类移动 APP 用户活跃度排名 .....	29
图 4-2 2016 年 2 月汽车工具类移动 APP 用户启动次数排名 .....	30
图 4-3 2016 年 2 月汽车工具类移动 APP 用户地域结构 .....	31
图 4-4 2016 年 2 月汽车工具类移动 APP 用户年龄结构 .....	32
图 4-5 2016 年 2 月汽车工具类移动 APP 用户性别结构 .....	33
图 4-6 2016 年 2 月汽车工具类移动 APP 用户职业结构 .....	34
图 4-7 2016 年 2 月汽车工具类移动 APP 用户收入结构 .....	35
图 4-8 2016 年 2 月汽车工具类移动 APP 相关性 .....	36
图 4-9 驾考类 APP 用户分时点活跃用户渗透率 .....	37
图 4-10 驾考类 APP 用户分时点人均使用时长 .....	38
图 4-11 驾考类 APP 用户分时点人均启动次数 .....	39
图 4-12 查违章 APP 用户分时点活跃用户渗透率 .....	40
图 4-13 查违章 APP 用户分时点人均使用时长 .....	41
图 4-14 查违章 APP 用户分时点人均启动次数 .....	42
图 5-1 汽车工具类移动 APP 投融资项目阶段分布 .....	43

图 5-2 汽车工具类移动 APP 投融资项目规模分布 .....44

# 表 目 录

表 1-1 汽车工具类移动 APP 行业发展影响因素.....	15
表 2-1 驾考类 APP 行业关键指标分析 .....	19
表 2-2 查违章 APP 行业关键指标分析 .....	20
表 2-3 汽车社交类 APP 行业关键指标分析 .....	21
表 2-4 停车类 APP 行业关键指标分析 .....	23
表 2-5 加油类 APP 行业关键指标分析 .....	24
表 3-1 车轮互联融资情况 .....	27
表 5-1 2015 年汽车工具类移动 APP 行业投融资项目情况一览.....	44

# 1 汽车工具类移动 APP 发展基本情况

## 1.1 研究背景

### 1.1.1 机动车驾驶人数量不断增长，车主群体不断扩大

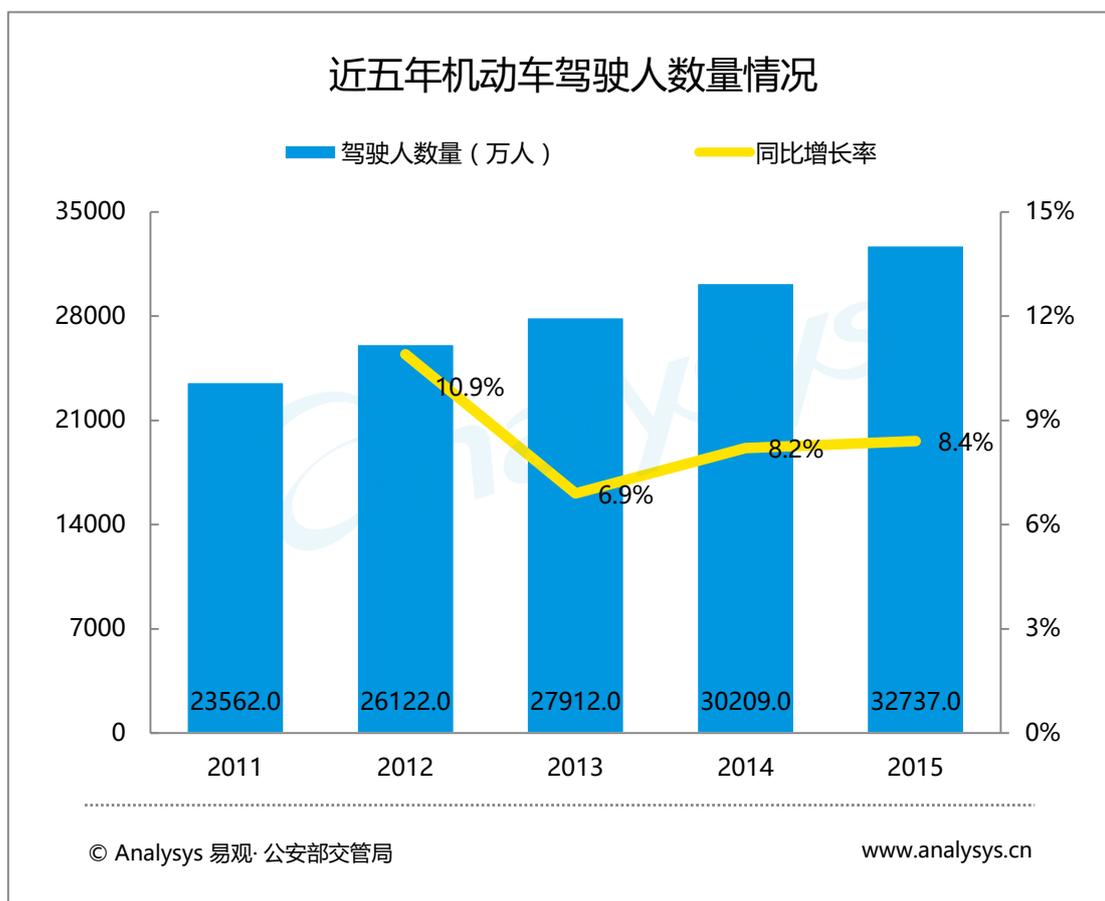


图 1-1 2011-2015 年中国机动车驾驶人数量

据公安部交管局统计：截至 2015 年底，全国机动车驾驶人数量超 3.2 亿人，汽车驾驶人 2.8 亿人，全年新增汽车驾驶人 3375 万人。从驾驶人驾龄看，驾龄不满 1 年的驾驶人 3613 万人，占驾驶人总数的 11.04%。男性驾驶人 2.4 亿人，占 74.29%，女性驾驶人 8415 万人，占 25.71%。

Analysys 易观认为，随着机动车驾驶人数量的不断提升，会有更多的人加入汽车生活的生态圈，车主群体的不断扩大，将给汽车生活服务带来更大的市场空间。

### 1.1.2 私家车保有量持续增长，促进用车场景更加丰富化

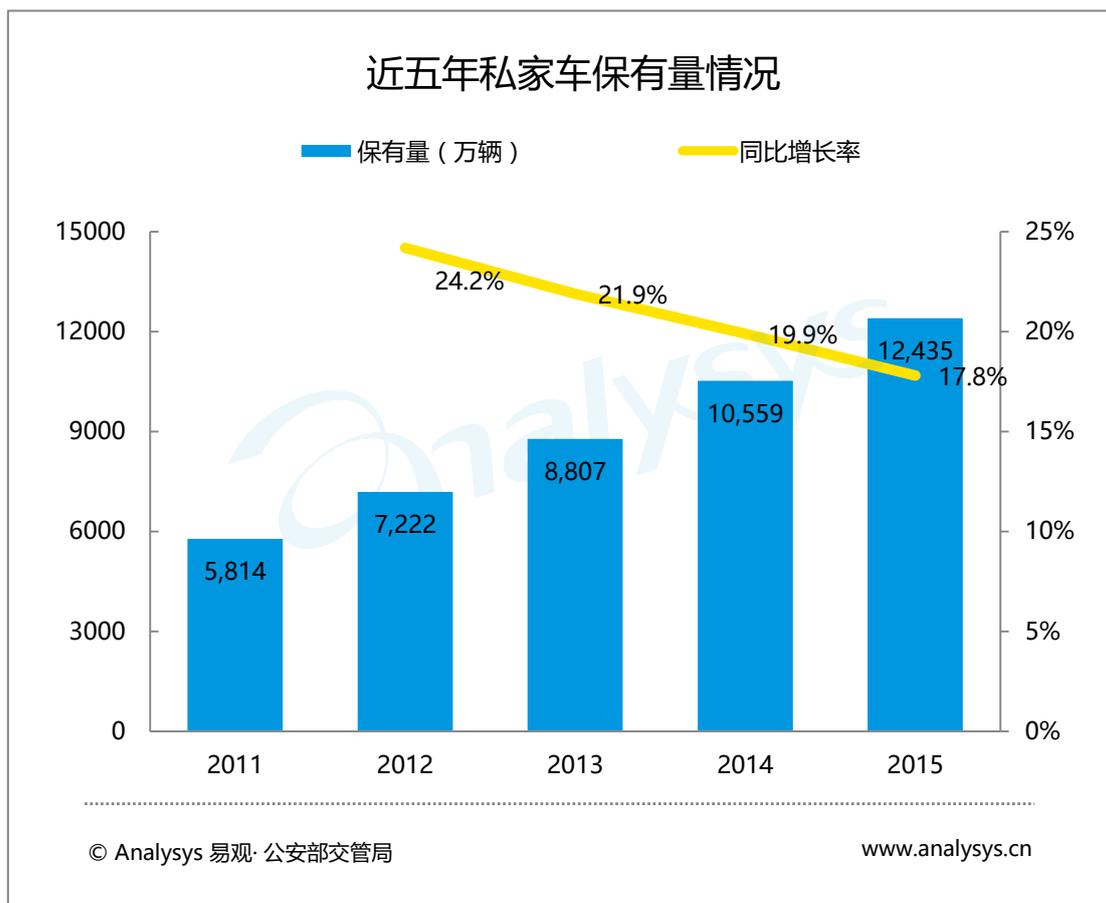


图 1-2 2011-2015 年中国私家车保有量

据公安部交管局统计：截至 2015 年底，全国机动车保有量达 2.79 亿辆，其中汽车 1.72 亿辆，以个人名义登记的小型载客汽车（私家车）达到 1.24 亿辆，汽车新注册量和年增量均达历史最高水平。

Analysys 易观认为，私家车保有量的持续增长，意味着用车场景更加丰富化，用车场景的丰富将催生出更大的汽车生活服务市场需求。

### 1.1.3 车主用车过程痛点多，用车生活需要平台整合

目前我国在车主用车服务市场表现出诸多问题，例如驾校管理不规范、违章查缴繁琐费时、油价负担过高、外出停车位紧张等等。车主面临信息不对称、时间成本高、服务体验差等痛点，作为产业链上的弱势群体，需要平台来对行业进行整合。通过平台对这些问题进行改进，可以为车主提供更加价格透明、服务优质、安全便捷的用车服务。

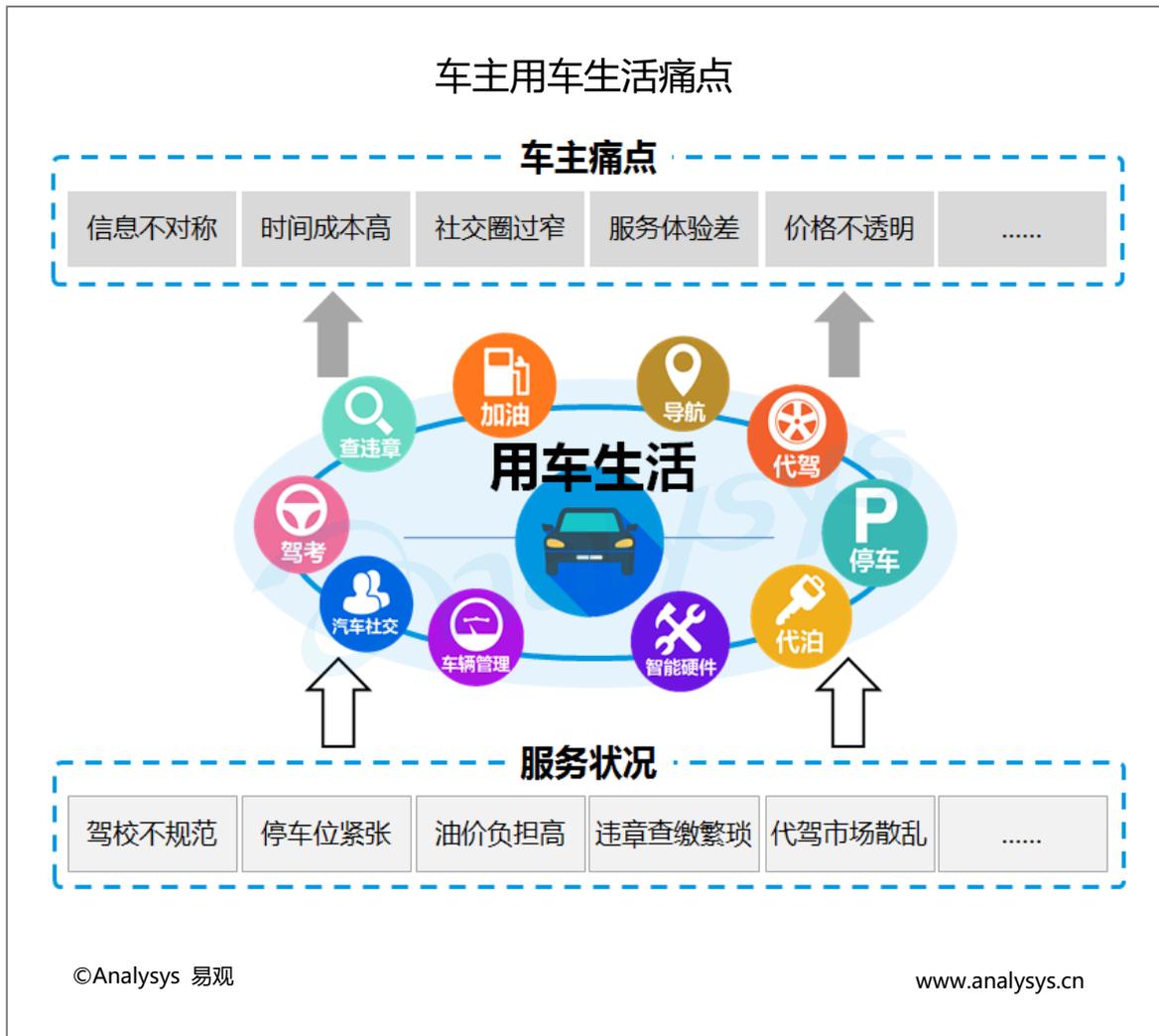


图 1-3 车主用车生活痛点

## 1.2 行业定义及生态图谱

汽车工具类移动应用是指针对车主在用车过程中产生的需求，如查违章、找停车位、代泊、代驾、驾考、找加油站、导航、汽车社交、车辆管理等，利用互联网/移动互联网技术开发的 O2O 产品。

### 1.2.1 细分领域定义

汽车工具类移动 APP 主要包括驾考类 APP、查违章 APP、停车类 APP、代驾类 APP、代泊类 APP、导航类 APP、车辆管理 APP、加油类 APP、智能硬件 APP、汽车社交类 APP 等十大类。

**驾考类 APP:** 指为用户提供在手机端进行驾考类各科目的学习，并在线进行模拟考题的测试等一系列功能的移动端应用。诸如：驾考宝典、驾校一点通、车轮考驾照、元贝驾考、小巴学车、好好学车、快来学车、易驾考等。

**查违章 APP:** 指为车主用户提供在手机端查询车辆违章情况，进而进行违章缴费、违章高发点共享等功能的移动端应用。诸如：车轮考驾照、全国违章查询（木仓科技）、违章查询助手、全国违章查询

(cheyooh)、微车违章查询、橙牛汽车管家、58 违章查询等。

**停车类 APP：**指为车主用户提供在手机端查询和使用停车相关服务的移动端应用。诸如：停车百事通、无忧停车、停车宝、丁丁停车、随行随停等。

**代泊类 APP：**指为车主用户提供代泊服务的移动端应用。诸如：e 代泊、飞泊通等。

**代驾类 APP：**指为车主用户提供代驾服务的移动端应用。诸如：e 代驾、爱代驾、滴滴代驾等。

**加油类 APP：**指为车主用户提供手机端的加油站信息查询、加油付费等服务的移动端应用。诸如：喂车车、车到加油、加油宝等。

**导航类 APP：**指为车主用户提供手机端的路线导航、GPS 定位等服务的移动端应用。诸如：百度地图、高德导航等。

**智能硬件 APP：**基于车联网技术，为车主用户在用车过程中提供行车记录、车况检测等服务的移动端应用。诸如：图吧汽车卫士、喵小瞳、极路客等。

**车辆管理 APP：**基于车联网和 GPS 定位等技术，为车主提供对车辆的远程实时监控，信息查看等服务的移动端应用。诸如：Drivvo 车辆管理、OCar 智能车辆管理系统等。



### 1.2.2 车工具类移动 APP 行业 PEST 分析

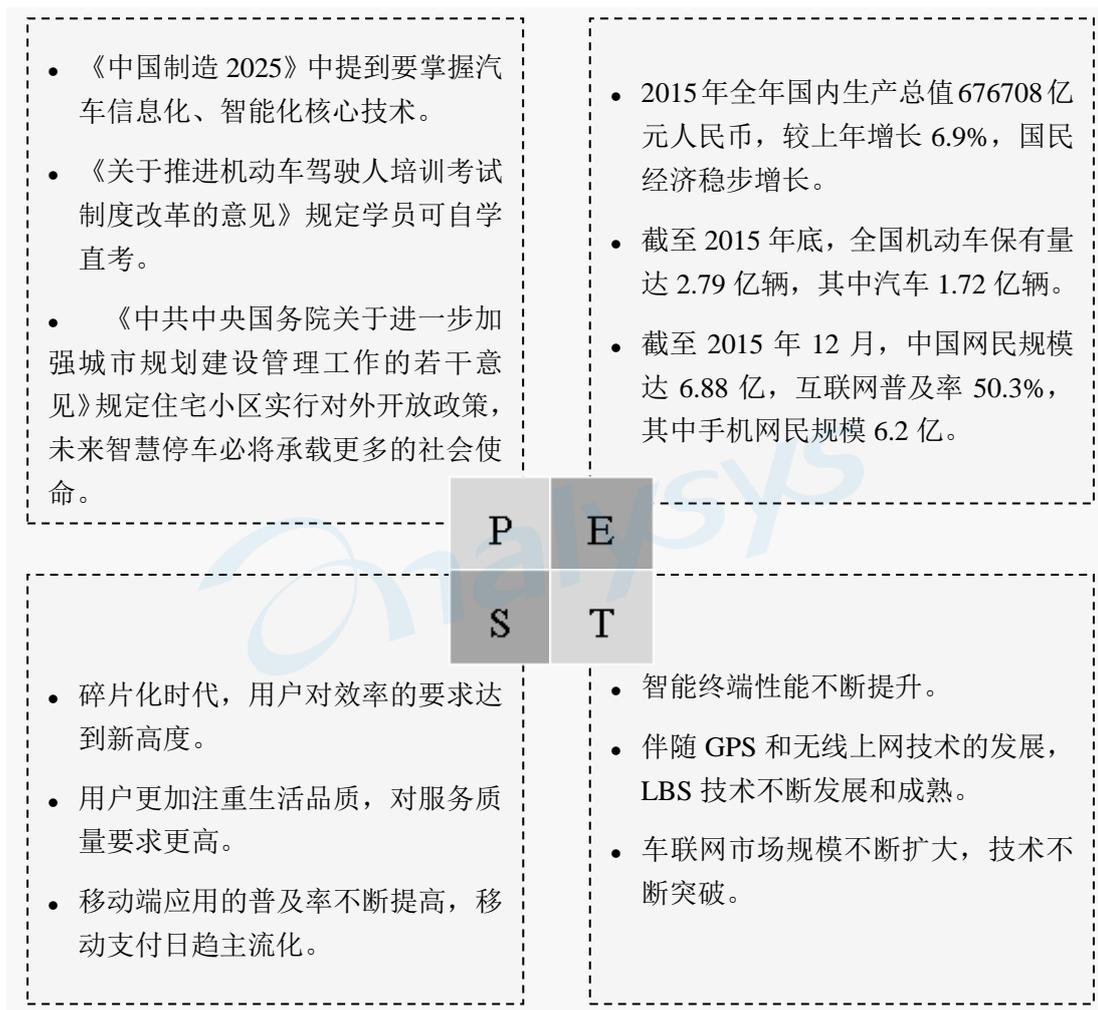


图 1-5 汽车工具类移动 APP 行业 PEST 分析

受政治环境、经济环境、社会环境、技术环境这四大因素影响，用车生活服务市场已经具备互联网化转型的各项基本条件，汽车工具类移动 APP 市场存在巨大的市场需求和发展空间。

### 1.2.3 汽车工具类移动 APP 行业发展影响因素

行业发展影响因素主要考虑两方面：促进因素和阻碍因素。

汽车工具类移动 APP 行业发展促进因素主要包括四个方面。第一，传统用车服务行业中车主面临诸多痛点，引入互联网模式，能够促进传统企业进行变革，提高用户体验。第二，各项政策的相继出台，给互联网企业带来了更多的市场机会和更大的发展空间。第三，汽车生活服务作为一个轻量化的有效获取用户流量的入口，被资本市场看好，资金大量注入推动行业发展。第四，移动端应用普及程度的大幅提高，移动支付市场的快速发展，为汽车工具类移动 APP 行业发展奠定了基础。

汽车工具类移动 APP 行业发展阻碍因素主要包含两方面。一方面，行业进入门槛低，各领域 APP 的同质化现象严重，厂商依靠烧钱来吸引用户流量，消费者忠诚度偏低，市场竞争激烈。另一方面，互

联网巨头拥有资金、技术、流量等多方面优势，容易影响市场格局，创业型厂商进入后面临较大的威胁。

表 1-1 汽车工具类移动 APP 行业发展影响因素

促进因素	阻碍因素
互联网模式促进传统企业变革	行业进入门槛低，市场竞争激烈
政策机会明显	
资本市场看好	互联网巨头容易影响市场格局
消费者对移动应用的接受程度提高	

来源：易观 2016

### 1.3 汽车工具类移动 APP 的发展阶段

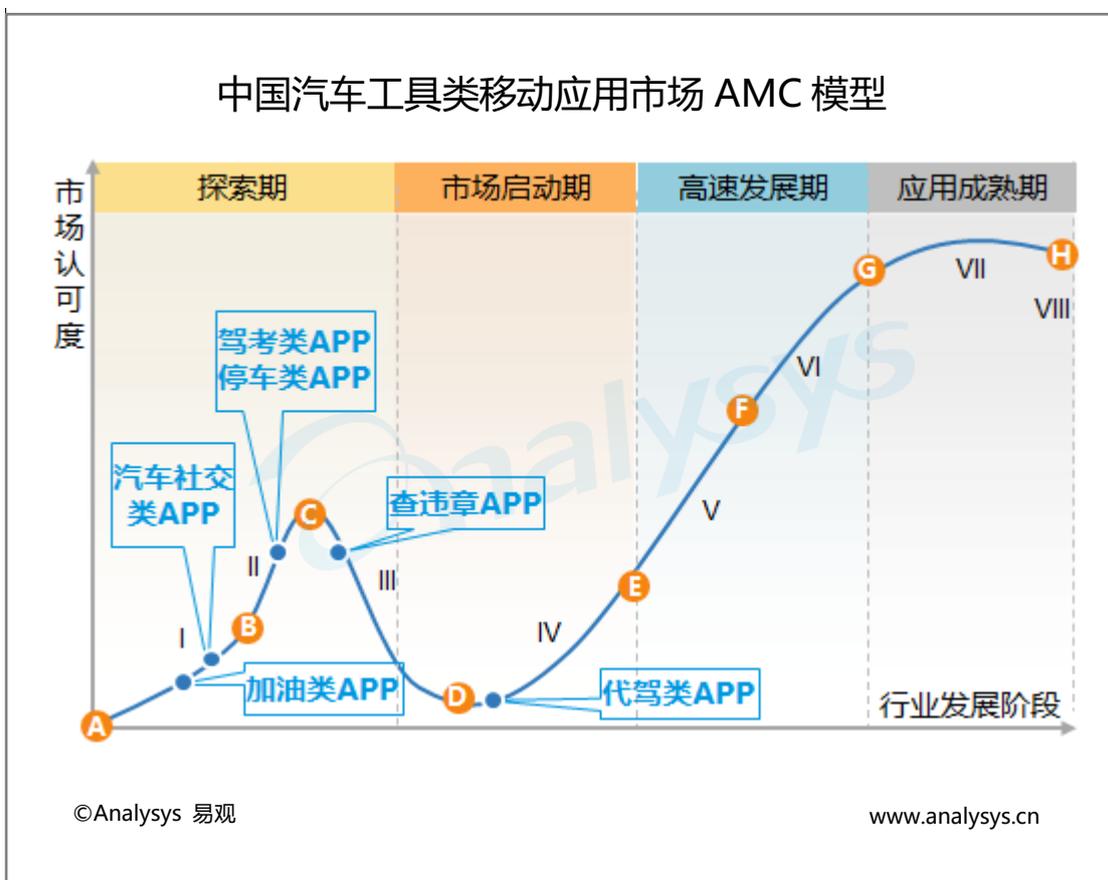


图 1-6 汽车工具类移动 APP 行业 AMC 模型

AMC（应用成熟度曲线）模型是以时间为参照系，从市场价值等多个维度对产业发展成熟度及产业发展阶段进行分析的模型，基于 AMC 曲线可以对所有市场发展成熟度进行精准刻画，定义市场发展阶段，描述市场特点及未来发展趋势。

针对汽车工具类移动 APP 的 AMC 模型，Analysys 易观认为其发展可以分为四个阶段，即探索期、市场启动期、高速发展期和应用成熟期。这一模型能大致描述汽车工具类 APP 市场的发展现状并预测未

来的发展趋势。

### 1.3.1 探索期

处在探索期的汽车工具类移动 APP 行业，未能形成成熟清晰的商业模式。在这一阶段各相关企业需要进行不断探索和创新，同时资本层面也需要进一步的扶持。目前驾考类 APP、查违章 APP、汽车社交类 APP、停车类 APP、加油类 APP 等多数细分领域均处于探索期，行业普遍存在同质化现象严重的问题。以驾考类 APP 和停车类 APP 的细分领域，在 2015 年正处于众多初创型企业争相涉足并探索新模式的热潮期，资本市场的追捧也相应开始升温。查违章 APP 的部分厂商正在积极转型其他汽车相关领域，处于探索期的后期阶段，商业模式还有待成熟。加油类 APP 行业相对起步较晚，目前商业模式尚不清晰，但出于稳步上升阶段，投资者开始积极关注该市场。汽车社交类 APP 由于场景化属性较弱，发展较为缓慢。

### 1.3.2 市场启动期

资本的追捧推动更多的创业者和企业进入该领域，但最终能够脱颖而出的企业（汽车类垂直网站、大型经销商集团、主机厂等）必须具备核心竞争力（充足的资金实力、巨大的用户流量和更高的用户黏性），而其他大部分并不具备优势但盲目进入的企业将被逐步淘汰。该阶段，将有可能出现 1-2 家最有实力的汽车工具类移动 APP 企业实现 IPO。同时，汽车工具类移动 APP 市场的商业模式的发展也将出现多元化，不同于探索期内仅仅通过导流、广告等方式来获取收益，这一时期，汽车工具类移动 APP 企业在汽车金融、汽车交易、数据服务等方面将建立各自的优势，并形成清晰有效的盈利模式。目前，代驾类 APP 正处在市场启动期。

### 1.3.3 高速发展期

高速发展阶段，汽车工具类 APP 行业的市场格局会更加集中，行业巨头将有可能在该阶段出现。用车服务市场各领域的政策规范更加完善，各 APP 功能更加完善。目前还没有任何一个汽车工具类移动 APP 进入该阶段。

### 1.3.4 应用成熟期

这一阶段，市场发展达到顶峰，相关厂商收入稳定，企业开始探索新的产品和应用。

## 2 报告摘要汽车工具类移动 APP 商业模式



图 2-1 汽车工具类移动 APP 商业模式

Analysys 易观认为，汽车工具类 APP 作为导流平台更容易产生流量入口效应。从截止到 2016 年第一季度的汽车工具类移动 APP 市场情况来看，用车生活中各细分场景都有几个用户流量较大的 APP 产品。这些产品在获得初期的流量后，通常会向其他的用车场景延伸，同时接入汽车电商、汽车维修保养等第三方服务，来增强入口的黏性、提高用户忠诚度。

### 2.1 驾考类 APP

国内驾考市场规模将达千亿元人民币，而传统的线下驾校普遍存在“吃、拿、卡、要、等”等诸多

问题，用户痛点多、体验差。互联网企业通过提高服务质量，提高价格透明度，能够有效改善传统驾校的各项问题，同时给用户带来更好服务体验，在驾考行业能够挖掘出巨大的市场空间。

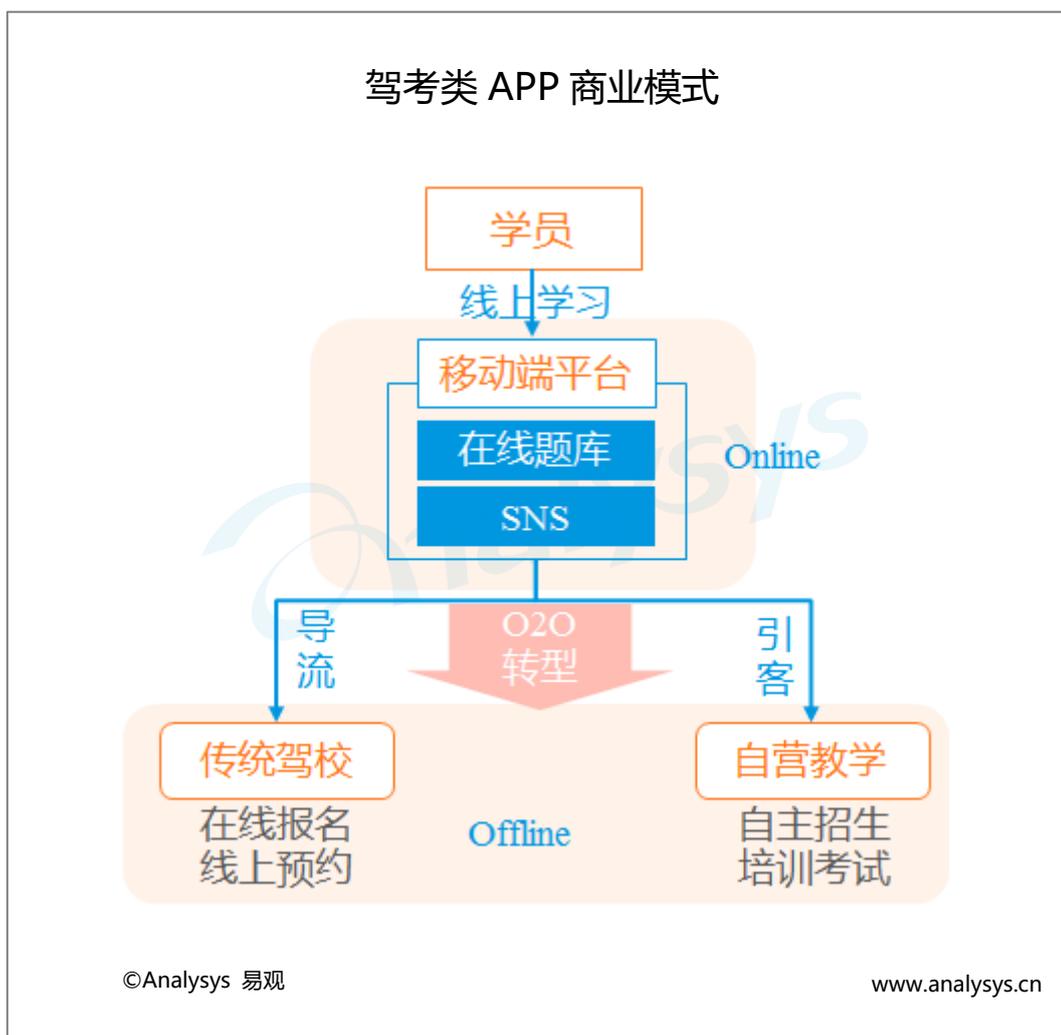


图 2-2 驾考类 APP 商业模式

驾考类 APP 商业模式是导流和自营为主，移动端线上平台主要向学员提供免费的在线题库和学员互动服务，学员可在线上进行考题学习、在线测试、学员互动等。2015 年是驾考类 APP 的转型年，各厂商正在从免费线上题库向线下驾校导流进行 O2O 转型。

**导流模式：**驾考类 APP 平台与线下传统驾校相对接，为用户提供线下驾校的驾校选择、教练选择、在线报名、订金支付等一系列服务，学员在传统驾校进行试驾学车。较为典型的导流模式的驾考类 APP 有驾考宝典、车轮考驾照等。

**自营模式：**驾考类 APP 的运营厂商在线下自营驾校，并形成线上线下打通的 O2O 闭环，该类 APP 平台的用户在考题学习之后，被引流至自营驾校，由自营驾校向学员提供试驾、陪练等服务。较为典型的自营模式驾考类 APP 平台有猪兼强、好好学车、58 学车等。

表 2-1 驾考类 APP 行业关键指标分析

指标	指标内容
服务	免费在线题库、SNS、在线报名、线上预约
价值	获得学员流量，导流生源
痛点	用户留存度低
盈利模式	广告收入、导流线索收入

来源：易观 2016

## 2.2 查违章 APP

从我国私家车保有量来看，违章查询市场规模巨大，而目前传统的违章查缴流程繁琐，时间成本较高，给车主带来诸多不便。查违章 APP 向车主提供移动端的在线违章查询和代缴服务，有效解决了用户痛点，市场需求大。

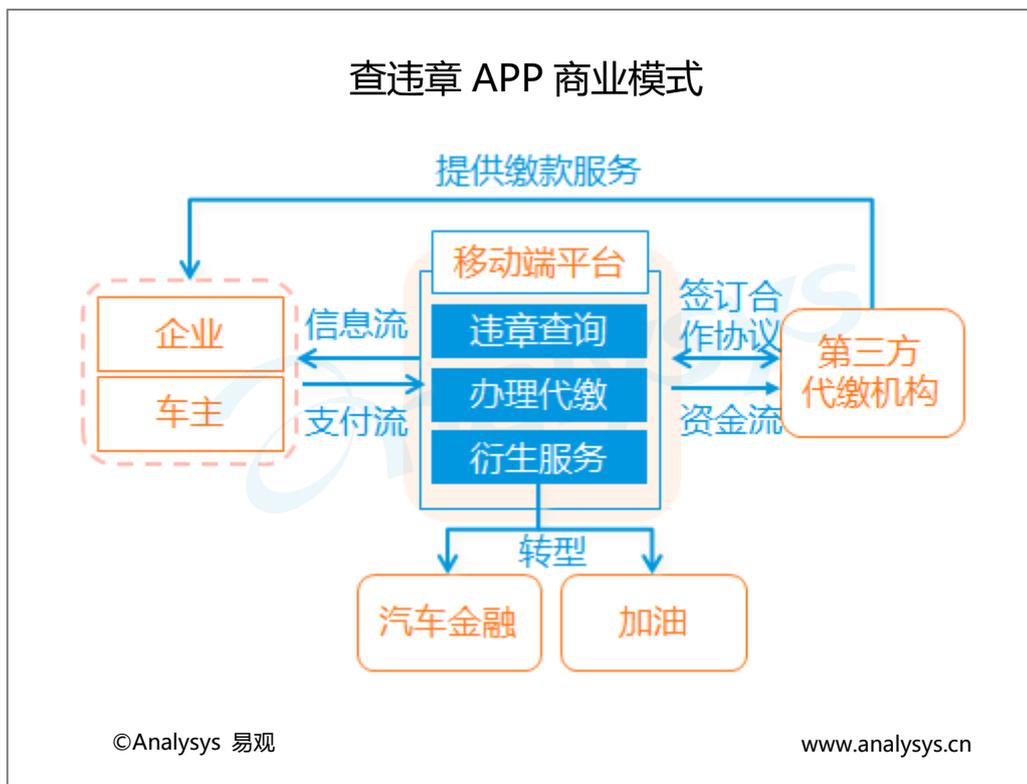


图 2-3 查违章 APP 商业模式

查违章 APP 主要作为获取用户流量和用户画像信息的入口型平台，商业模式以向提供免费的违章查询服务和付费办理代缴服务为入口，获取车主用户流量和有效的用户画像信息，同时，在 APP 中增加车主社交板块，能够促进车主自发分享违章高发点，增强用户黏性。用户在查违章 APP 进行违章情况查询，并可直接办理代缴，可以大大降低时间成本，APP 厂商通过与专业的第三方代缴机构进行长期合作，赚取一部分手续费差价。查违章 APP 在获取用户流量和画像信息后，进行流量变化，通过大数据进行营销推广或衍生汽车金融、加油等汽车相关服务来实现流量变现。较为典型的进行衍生服务查违章 APP 有微

车、橙牛汽车管家等。

表 2-2 查违章 APP 行业关键指标分析

指标	指标内容
服务	免费违章查询功能，付费违章代缴功能
价值	获取用户流量和画像信息
痛点	同质化现象严重，流量转化率低
盈利模式	导流线索收入、代缴服务费

来源：易观 2016

### 2.3 汽车社交类 APP

垂直社交能够满足车主相同的兴趣爱好和服务需求，而汽车社交经历了从 PC 端的汽车资讯、论坛类以平台为核心的一对多模式，到移动端以车主自媒体为核心的多对多模式，更符合车主社交新方式，但目前来看，行业发展较为缓慢。

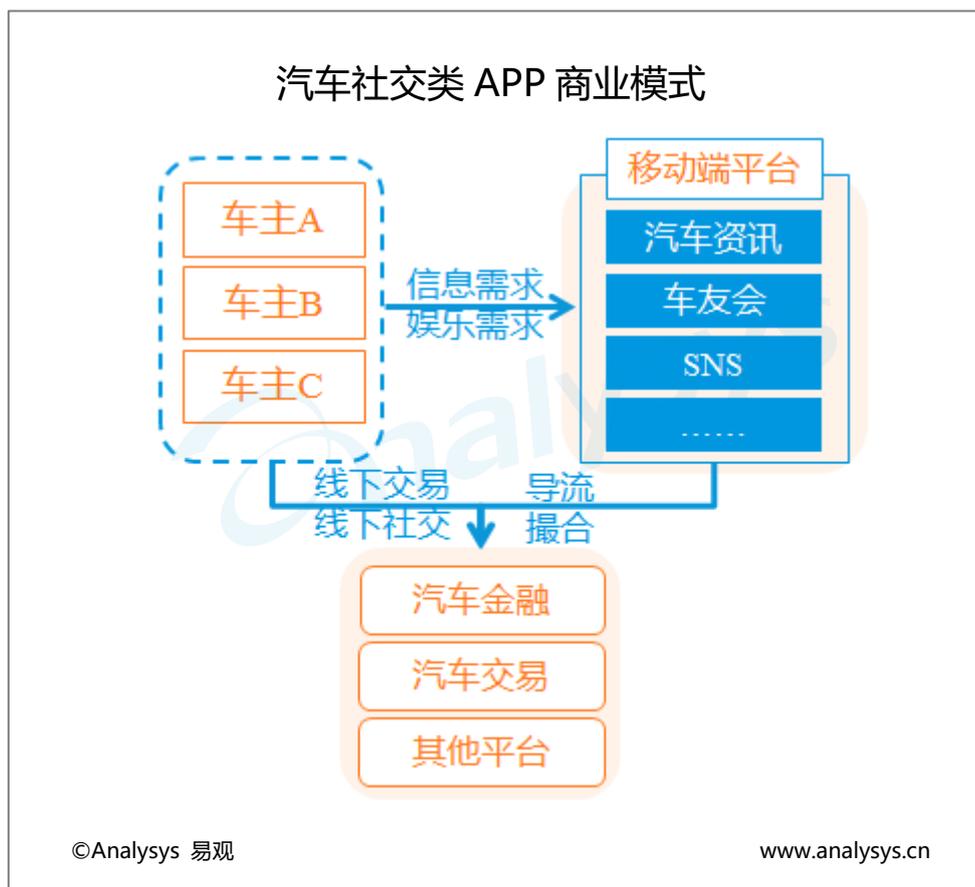


图 2-4 汽车社交类 APP 商业模式

汽车社交类 APP 主要向车主提供线上交流互动平台，引入汽车相关资讯、以车友会等板块，促进用

户积极分享车生活中的点滴，以获取用户流量，增强用户黏性。同时，通过接入汽车金融、汽车交易等途径来实现流量变现，或对接企业其他的 APP 平台，打通企业各 APP 产品之间的界限，实现用户流量互通。

**表 2-3 汽车社交类 APP 行业关键指标分析**

指标	指标内容
服务	提供汽车资讯、车主互动平台
价值	获取用户流量
痛点	场景化属性弱，不能及时满足用户需求
盈利模式	广告收入、导流线索收入

来源：易观 2016

## 2.4 停车类 APP

我国仅私家车的停车市场规模即达 3000 亿元人民币，停车位存在严重缺口。停车类 APP 通过整合线下各停车场及路边停车资源，为车主用户提供停车场及停车位的实时数据查询，能够充分利用空闲车位，实现车位资源共享，具备很大的发展潜力。

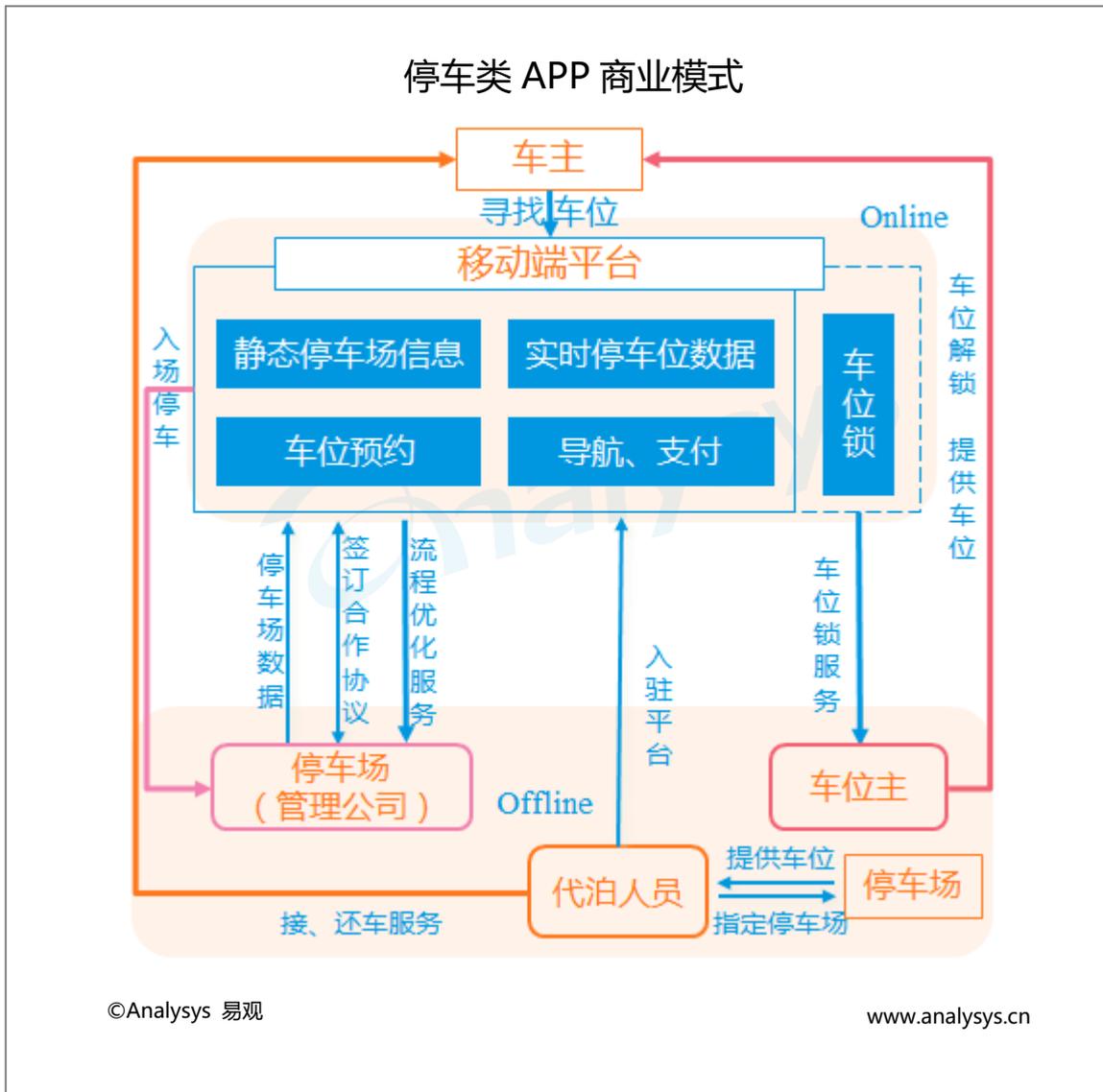


图 2-5 停车类 APP 商业模式

停车类 APP 行业目前存在两大类商业模式。

第一类模式类似于 B2C 模式，是 APP 平台与停车场合作，对接停车场的车位数据，并优化停车场的服务流程。车主在停车 APP 上可查看静态停车场信息、实时停车位数据，进行车位预定，停车 APP 会为车主进行导航，车主还可直接在 APP 上进行支付操作，一定程度上节省了车主的时间，提高了车位的利用率。

第二类模式类似于 C2C 模式，并且可以进一步细分为两种模式。第一种是代泊人员入驻停车类或代泊类 APP 平台，车主到达目的地后，由专业的代泊人员进行停车服务，车主可以免去寻找停车场、寻找车位等诸多手续，大大降低了车主时间成本。第二种是停车类 APP 向车位主提供车位锁服务，需要停车的车主可以通过平台进行预定、支付等操作，车位主在 APP 端进行解锁，便可将闲置时间的车位进行共享。

表 2-4 停车类 APP 行业关键指标分析

指标	指标内容
服务	停车场车位信息和停车方案
价值	获取用户流量
痛点	线下资源整合难度大，投入成本高
盈利模式	导流线索收入、广告收入

来源：易观 2016

## 2.5 加油类 APP

传统加油行业呈现寡头垄断的状况，目前加油类 APP 主要通过折扣优惠的方式来吸引用户流量，在当前的市场环境下，这种模式发展空间受到一定的限制，未来可能需要进行适当转型，而对于很多通过金融理财产品进行流量变现的盈利模式，存在一定的风险。

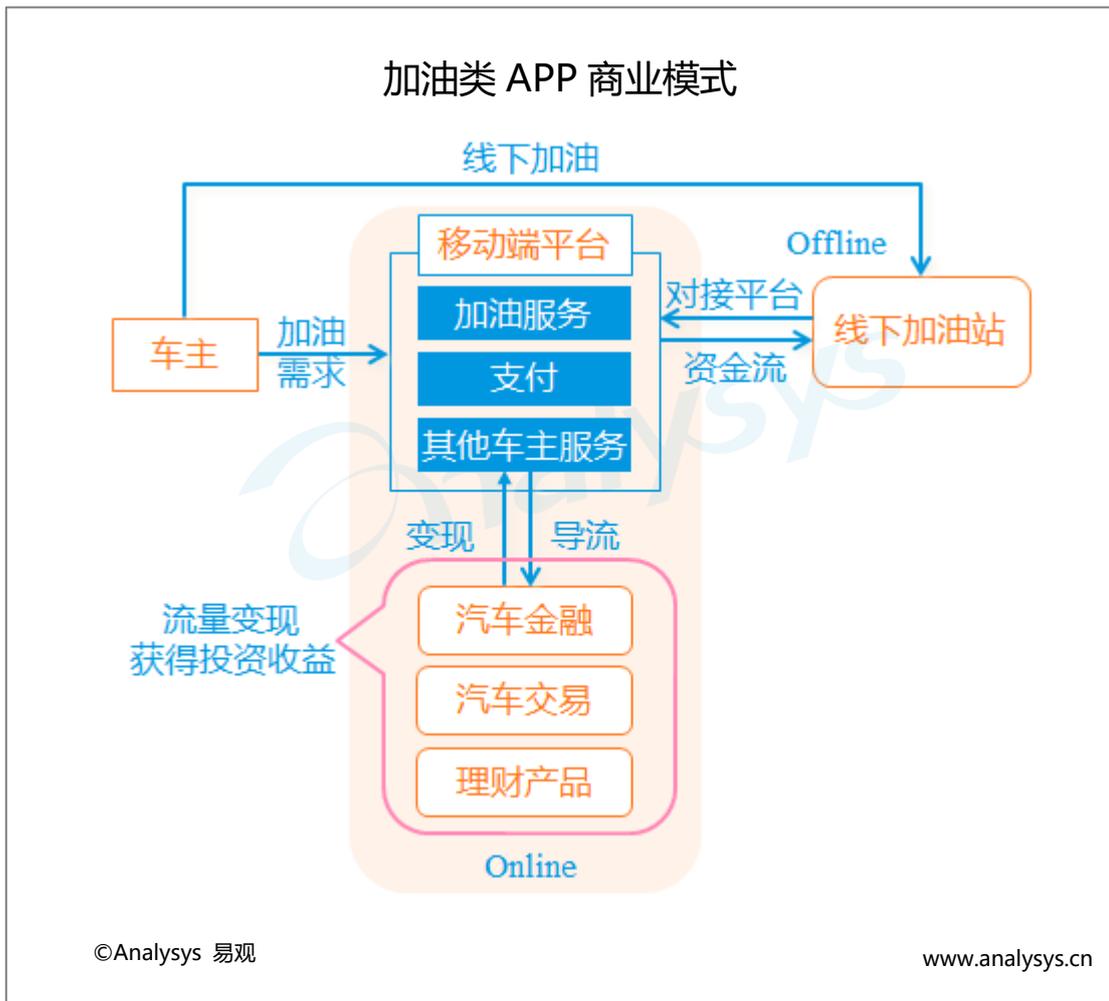


图 2-6 加油类 APP 商业模式

加油类 APP 主要是通过加油的折扣或补贴等方式吸引用户流量，通过线上支付等措施来提高车主用

用户的效率。通过引入汽车金融、汽车交易或理财产品等方式来实现流量变现。

加油类 APP 行业整体起步较晚，尚未形成清晰的商业模式，行业暂未实现盈利。

**表 2-5 加油类 APP 行业关键指标分析**

指标	指标内容
服务	提供加油优惠或补贴
价值	获取用户流量
痛点	线下加油行业寡头垄断，发展空间有限
盈利模式	理财收入，广告收入

来源：易观 2016

## 3 汽车工具类移动 APP 案例——车轮互联

### 3.1 企业介绍

车轮互联（原上海易点时空网络有限公司）成立于 2012 年 9 月，是一家垂直汽车类移动互联网公司。车轮互联旗下产品有车轮考驾照、车轮查违章、车轮社区、车主福利大全、去哪儿买车、车轮找车位、车轮行车记录仪、汽车通缉令、汽车账本等。公司主要产品为：车轮考驾照、车轮查违章、车轮社区。

创始人兼 CEO 介绍：吴峰，此前为游久网联合创始人，兼任游久数码科技有限公司总经理。游久网为国内三大游戏资讯门户网站之一，吴峰在移动互联网领域及第三方平台方面均有较多的资源和经验。

### 3.2 商业模式

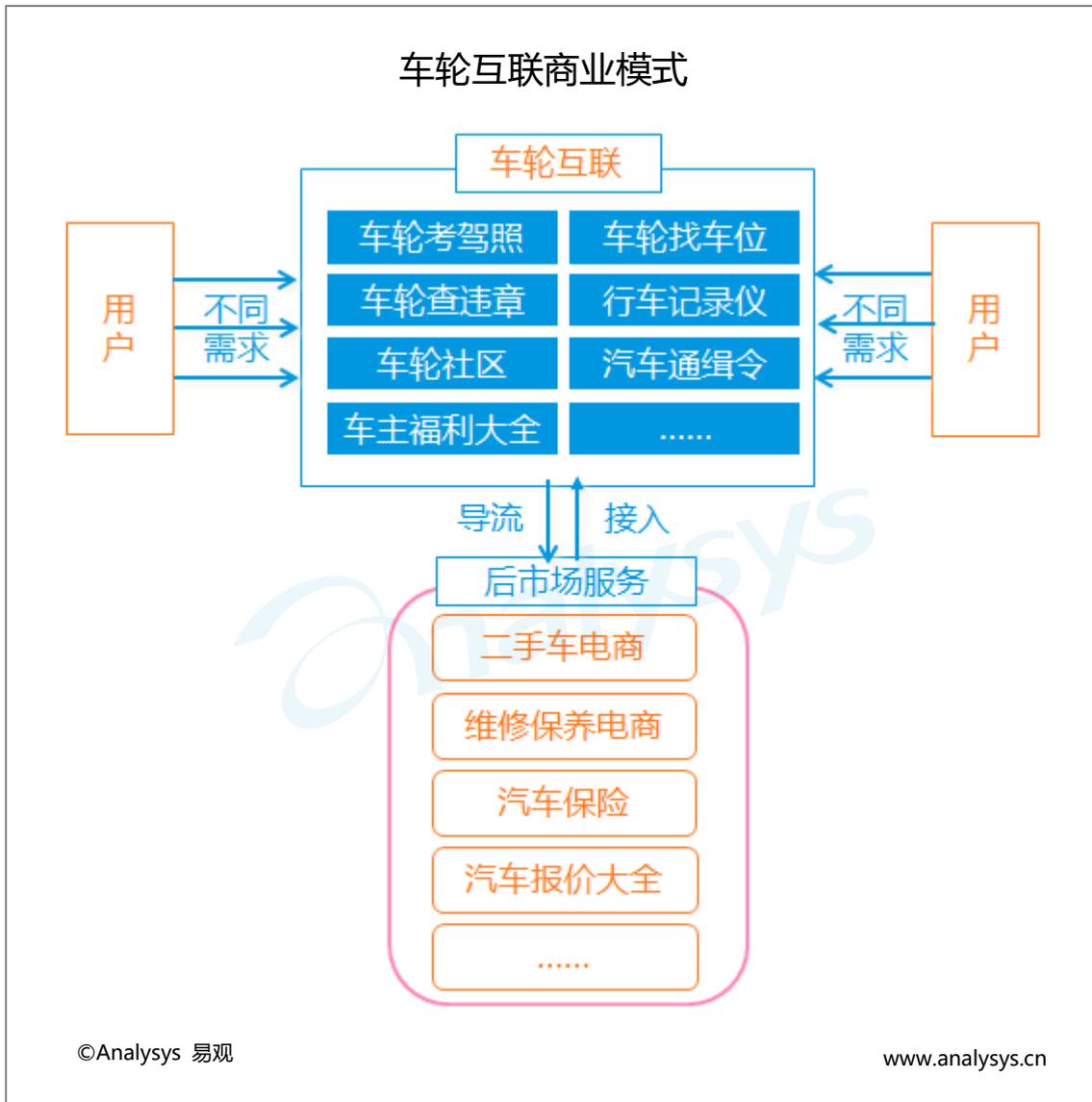


图 3-1 车轮互联商业模式

车轮互联的发展路径为“用车工具——汽车社区——后市场平台”，以车轮查违章、车轮考驾照为入口，逐步切入汽车后市场领域；凭借公司现有活跃用户规模作为核心竞争力加入汽车社交板块，提高旗下各 APP 产品的用户黏性；接入第三方汽车服务平台，如汽车保险、维修保养电商、二手车电商等。

车轮互联的收入来源以广告业务为主，车轮旗下流量较高的 APP 产品车轮查违章和车轮考驾照等 banner 位置已经置入了汽车类、保险类广告。此外，车轮还互联在尝试利用入口优势带来分成收入。车轮的几款 APP 作为汽车垂直类流量较高的产品，有较强的入口效应，接入第三方服务可以有分成收入。如已接入的易车“汽车报价大全”功能，为其提供销售线索，还接入了二手车买卖等第三方服务。

车轮互联主要服务对象包括终端用户、汽车厂商、第三方服务商。为车主用户提供贯穿整个汽车生活场景的 O2O 平台，实现服务交付的协同；为汽车厂商、广告主等提供精确的用户数据。

### 3.3 企业运营分析

2013 年 8 月，车轮互联获千万级天使轮融资；2014 年 1 月，车轮互联完成 A 轮融资；2014 年 6 月，车轮互联完成 A+轮融资；2014 年底，车轮互联完成 A+轮投资；2016 年 4 月，车轮互联完成 B+C 轮 5.5 亿元人民币。

2015 年 7 月，“车轮查违章”用户破亿，2015 年营收过亿。

表 3-1 车轮互联融资情况

时间	轮次	金额	投资方
2013年8月	天使轮	1000万人民币	德讯投资
2014年4月	A轮	数千万美元	易车网、嘉御基金
2014年12月	A+轮	数千万美元	君联资本
2016年4月	B+C轮	5.5亿人民币	好望角投资、景林投资、上汽投资（尚欣资本）

来源：易观 2016

### 3.4 SWOT 分析

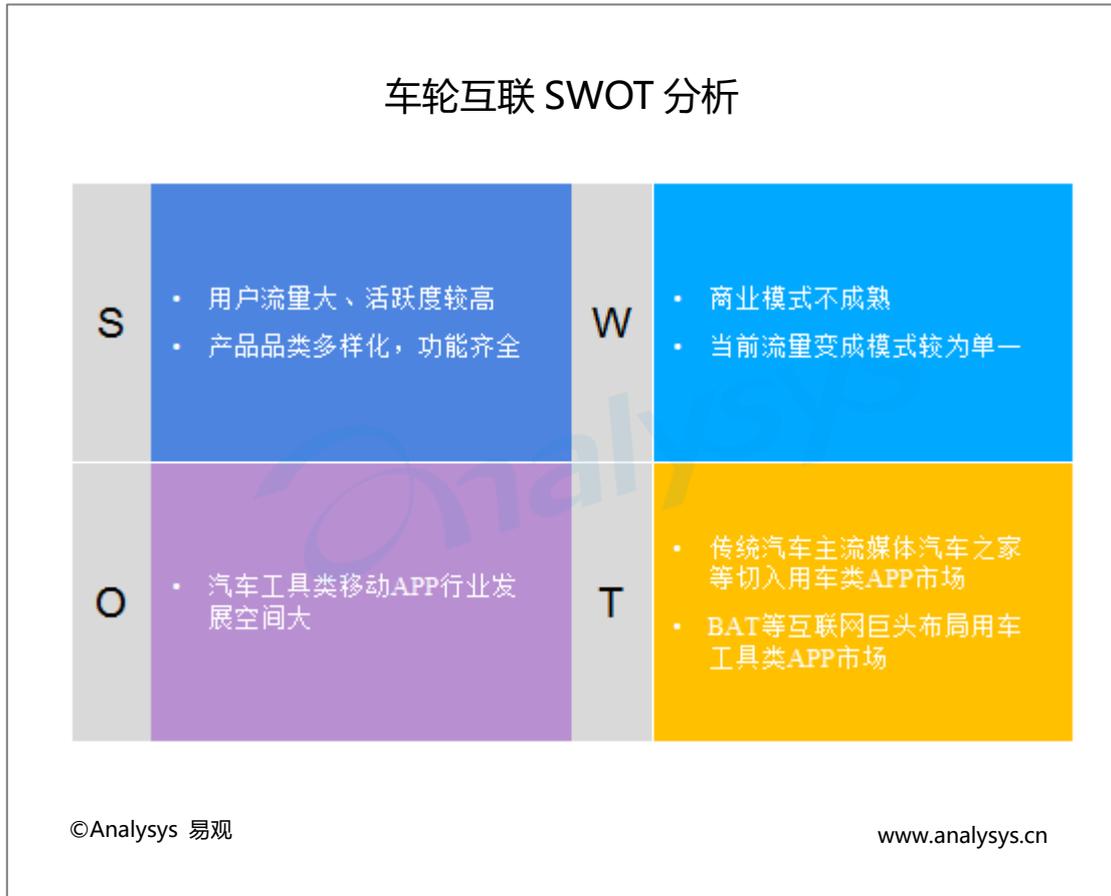


图 3-2 车轮互联 SWOT 分析

## 4 汽车工具类移动 APP 行业用户研究

### 4.1 汽车工具类移动 APP 行业用户

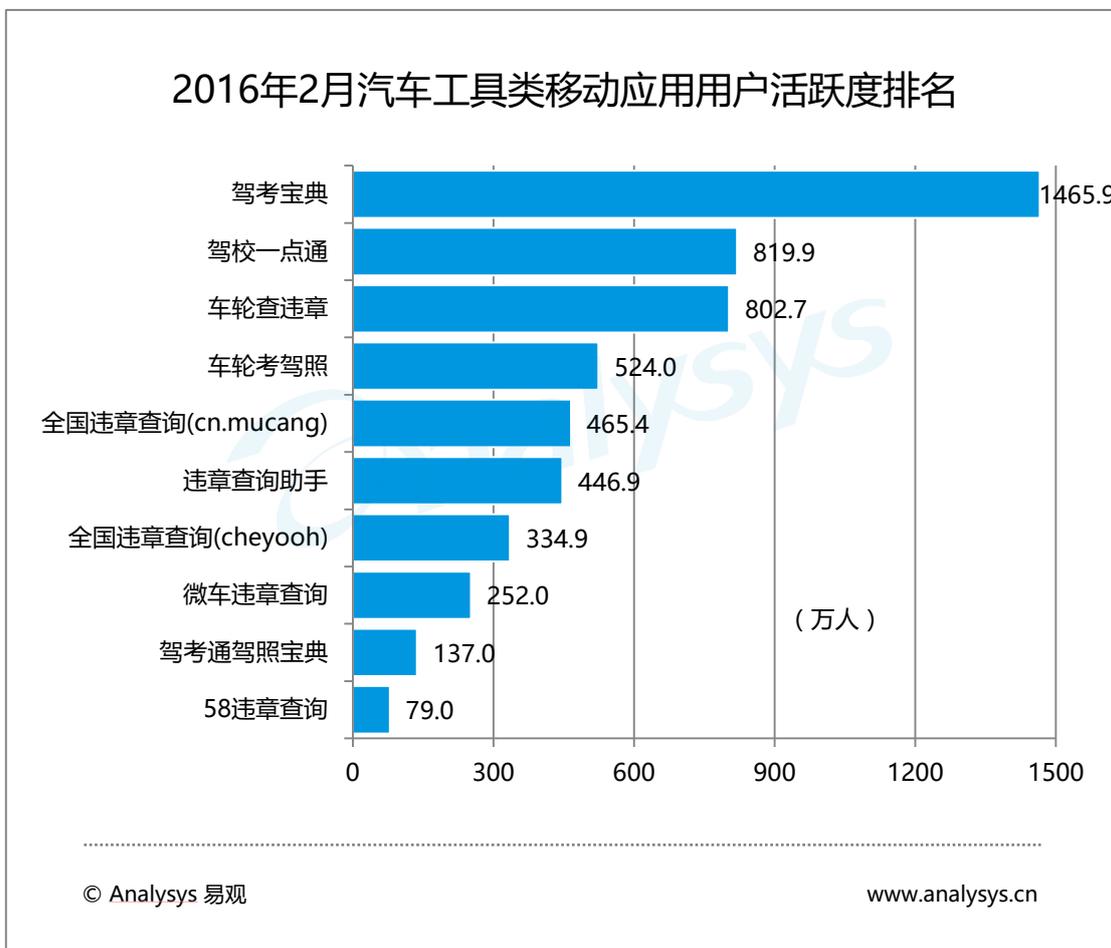


图 4-1 2016 年 2 月汽车工具类移动 APP 用户活跃度排名

数据来源：千帆只对独立 APP 中的用户数据进行监测统计，不包括 APP 之外的调用等行为产生的用户数据。截止 2016 年第 1 季度易观千帆基于对 7.5 亿累计装机覆盖、1.5 亿移动端月活跃用户的行为监测结果。采用自主研发的 enfoTech 技术，帮助您有效了解数字消费者在智能手机上的行为轨迹。

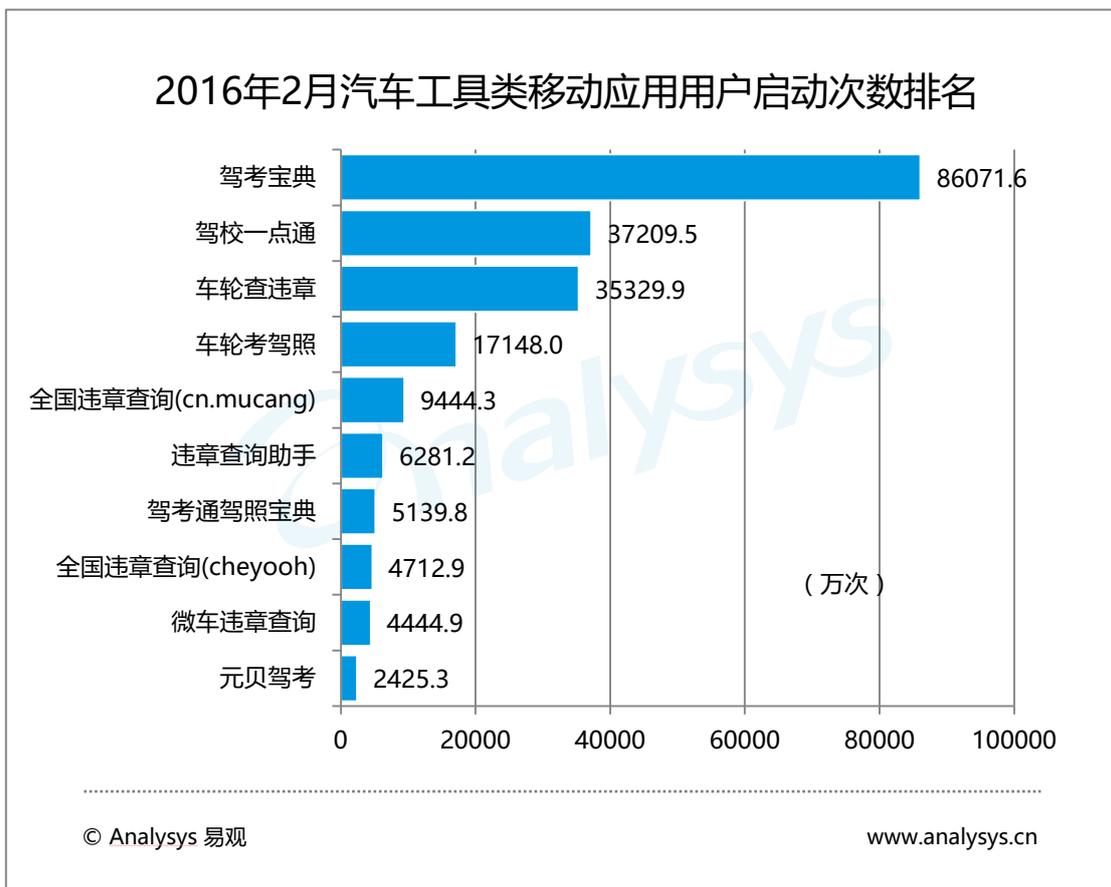


图 4-2 2016 年 2 月汽车工具类移动 APP 用户启动次数排名

数据来源：千帆只对独立 APP 中的用户数据进行监测统计，不包括 APP 之外的调用等行为产生的用户数据。截止 2016 年第 1 季度易观千帆基于对 7.5 亿累计装机覆盖、1.5 亿移动端月活跃用户的行为监测结果。采用自主研发的 enfoTech 技术，帮助您有效了解数字消费者在智能手机上的行为轨迹。

图 4-1 和图 4-2 的数据表明，汽车工具类移动 APP 行业的驾考类 APP 和查违章 APP 两大细分领域在用户活跃度和启动次数上均领先于其他细分领域，是用车生活中更能获取用户流量的移动 APP。

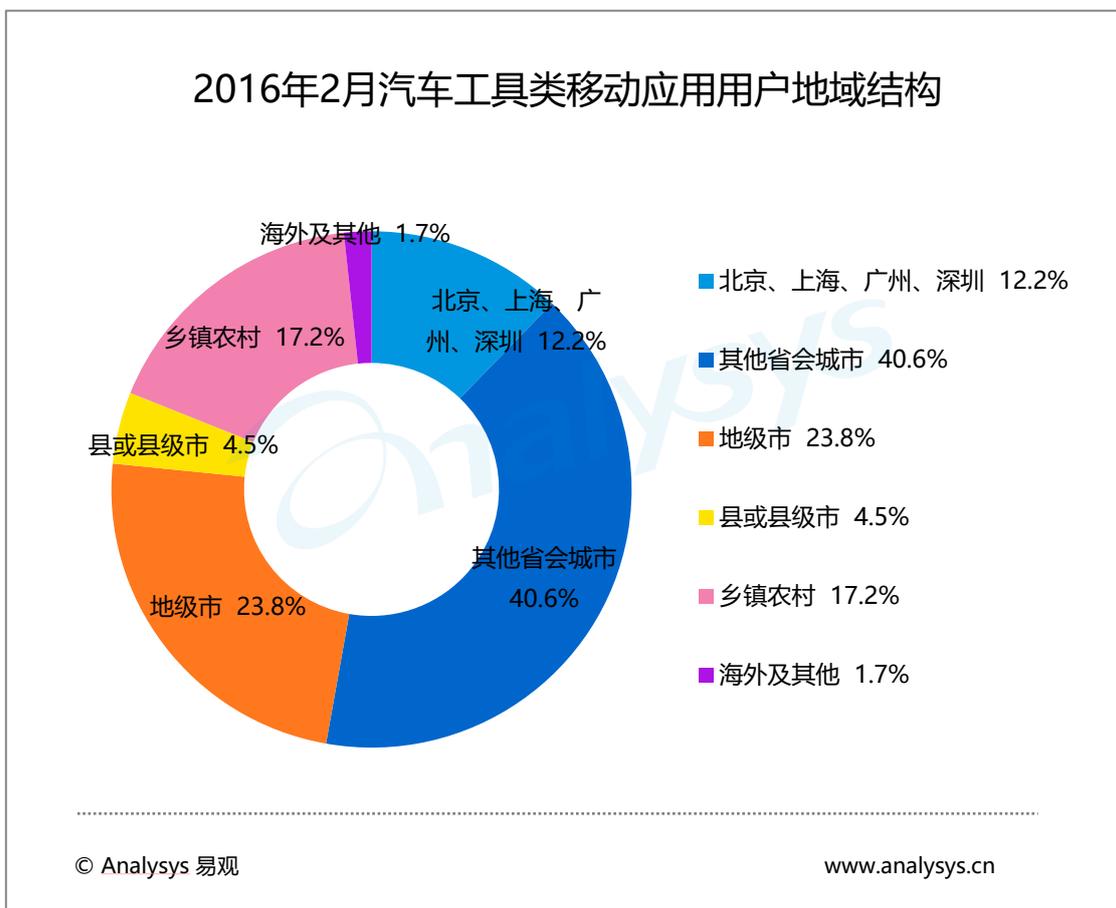


图 4-3 2016 年 2 月汽车工具类移动 APP 用户地域结构

数据来源：千帆只对独立 APP 中的用户数据进行监测统计，不包括 APP 之外的调用等行为产生的用户数据。截止 2016 年第 1 季度易观千帆基于对 7.5 亿累计装机覆盖、1.5 亿移动端月活跃用户的行为监测结果。采用自主研发的 enfoTech 技术，帮助您有效了解数字消费者在智能手机上的行为轨迹。

汽车工具类移动应用用户在其他省会城市、地级市这些二三线城市和乡镇农村的集中度超过 80%。

Analysys 易观认为，目前汽车工具类移动应用用户分布与用车市场的服务质量存在较为密切的关系，二三线城市以及乡镇农村等地区，经济条件较为落后，用车服务市场痛点更为明显，因此对汽车工具类移动应用表现出更强的需求。

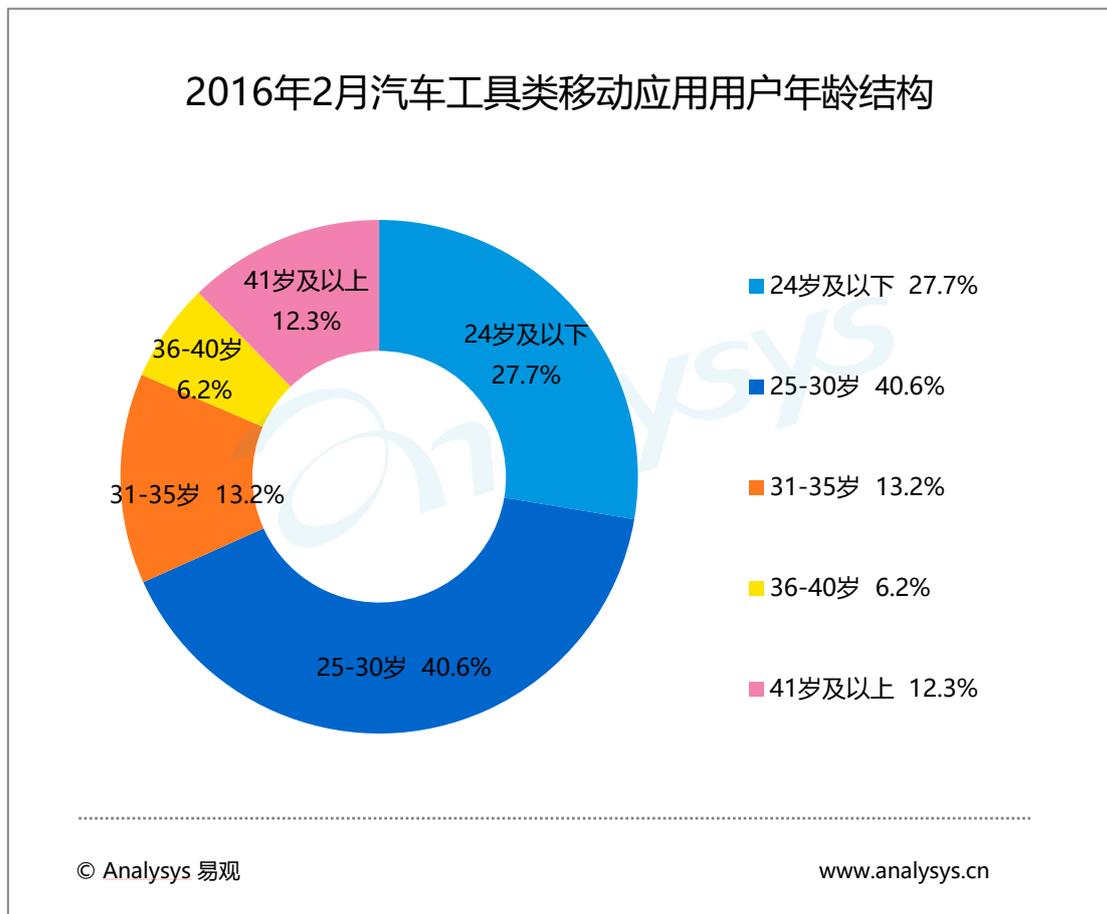


图 4-4 2016 年 2 月汽车工具类移动 APP 用户年龄结构

数据来源：千帆只对独立 APP 中的用户数据进行监测统计，不包括 APP 之外的调用等行为产生的用户数据。截止 2016 年第 1 季度易观千帆基于对 7.5 亿累计装机覆盖、1.5 亿移动端月活跃用户的行为监测结果。采用自主研发的 enfoTech 技术，帮助您有效了解数字消费者在智能手机上的行为轨迹。

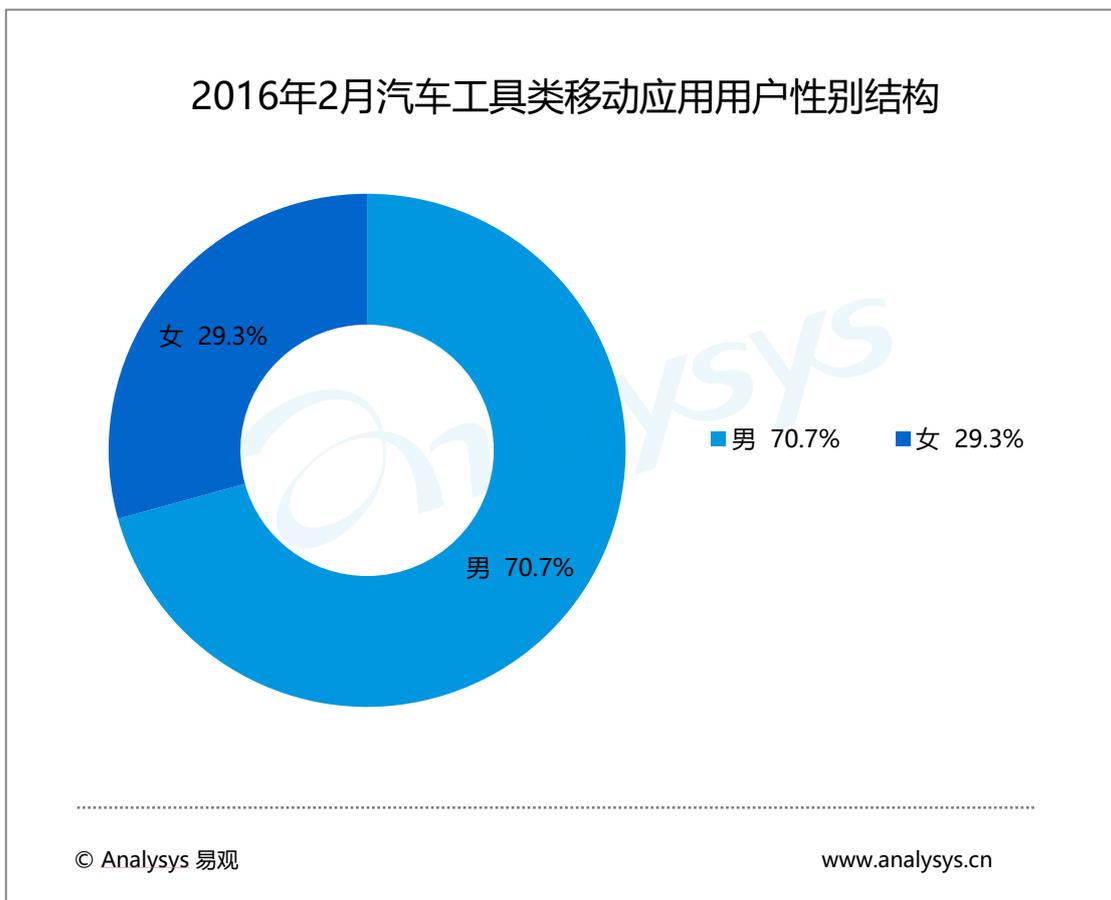


图 4-5 2016 年 2 月汽车工具类移动 APP 用户性别结构

数据来源：千帆只对独立 APP 中的用户数据进行监测统计，不包括 APP 之外的调用等行为产生的用户数据。截止 2016 年第 1 季度易观千帆基于对 7.5 亿累计装机覆盖、1.5 亿移动端月活跃用户的行为监测结果。采用自主研发的 enfoTech 技术，帮助您有效了解数字消费者在智能手机上的行为轨迹。

图 4-4 和图 4-5 的数据表明，汽车工具类移动 APP 用户以 80 后、90 后的男性为主，这一类人群更能接受新技术新产品，尤其对手机移动端的新产品更愿意去尝试。

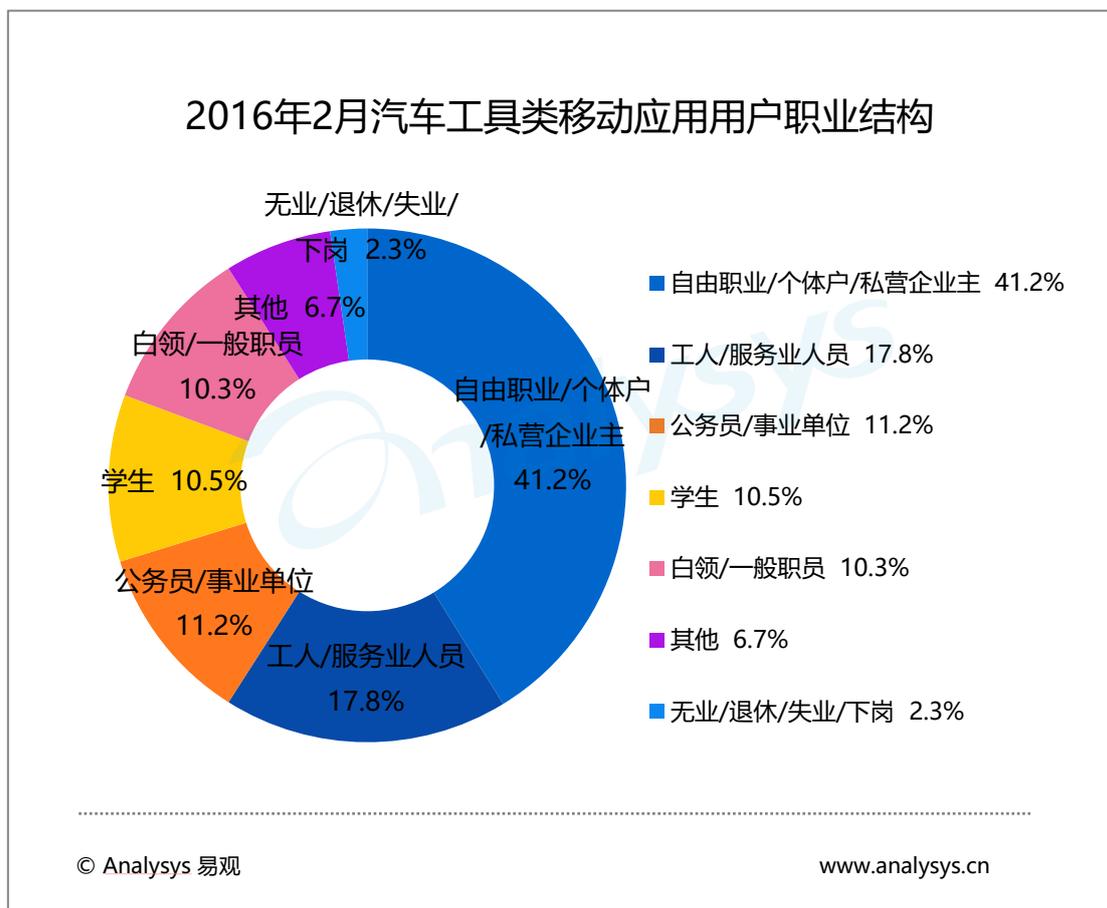


图 4-6 2016 年 2 月汽车工具类移动 APP 用户职业结构

数据来源：千帆只对独立 APP 中的用户数据进行监测统计，不包括 APP 之外的调用等行为产生的用户数据。截止 2016 年第 1 季度易观千帆基于对 7.5 亿累计装机覆盖、1.5 亿移动端月活跃用户的行为监测结果。采用自主研发的 enfoTech 技术，帮助您有效了解数字消费者在智能手机上的行为轨迹。

从汽车工具类移动 APP 用户职业结构来看，自由职业/个体户/私营企业主占比为 41.2%，处于绝对领先的地位。Analysys 易观认为，这些职业的用户有更多的用车需求，因此对汽车工具类移动 APP 的依赖性更强。

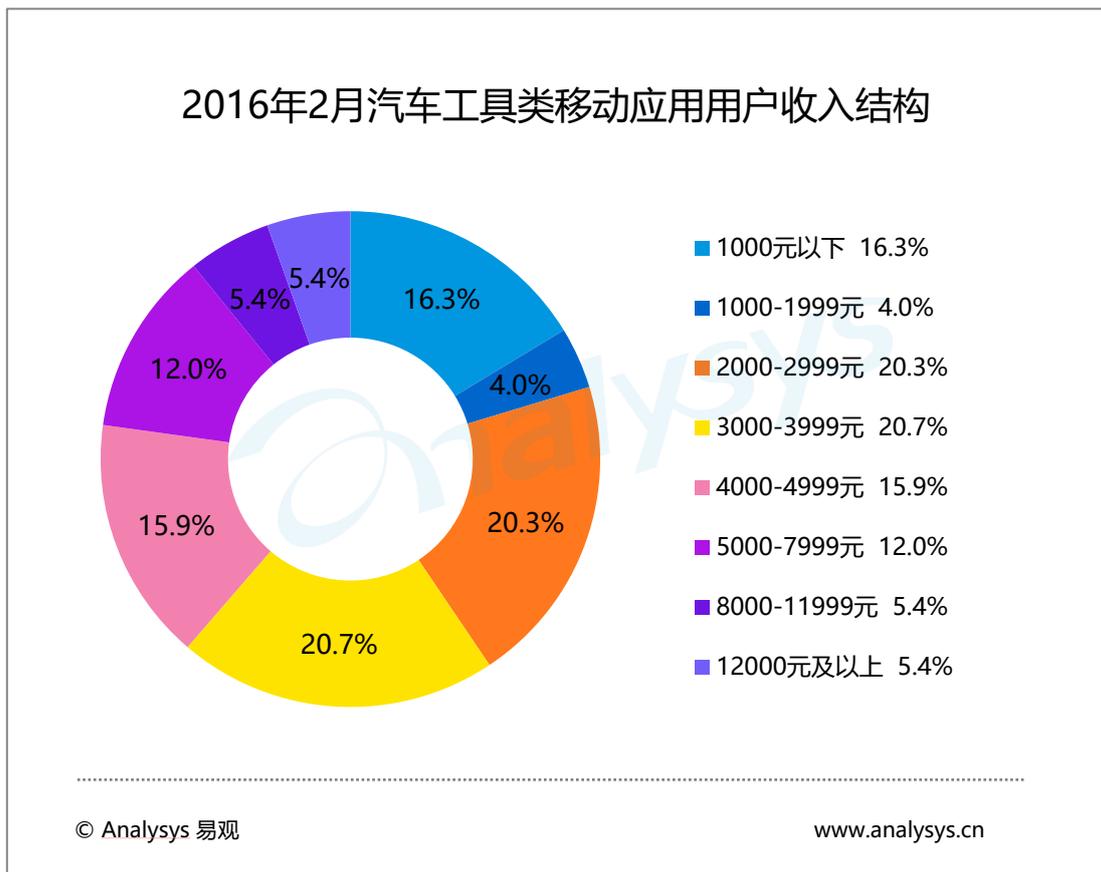


图 4-7 2016 年 2 月汽车工具类移动 APP 用户收入结构

数据来源：千帆只对独立 APP 中的用户数据进行监测统计，不包括 APP 之外的调用等行为产生的用户数据。截止 2016 年第 1 季度易观千帆基于对 7.5 亿累计装机覆盖、1.5 亿移动端月活跃用户的行为监测结果。采用自主研发的 enfoTech 技术，帮助您有效了解数字消费者在智能手机上的行为轨迹。

从汽车工具类移动 APP 用户的收入结构来看，收入在 2000-4999 的中等偏低水平的收入群体占比超过 50%，表明汽车工具类移动 APP 用户中有过半数的用户是中等收入，这部分群体多是出于对便捷性、优惠折扣、价格透明等方面的需求，会更多愿意使用汽车工具类移动 APP 来节省时间和经济成本。

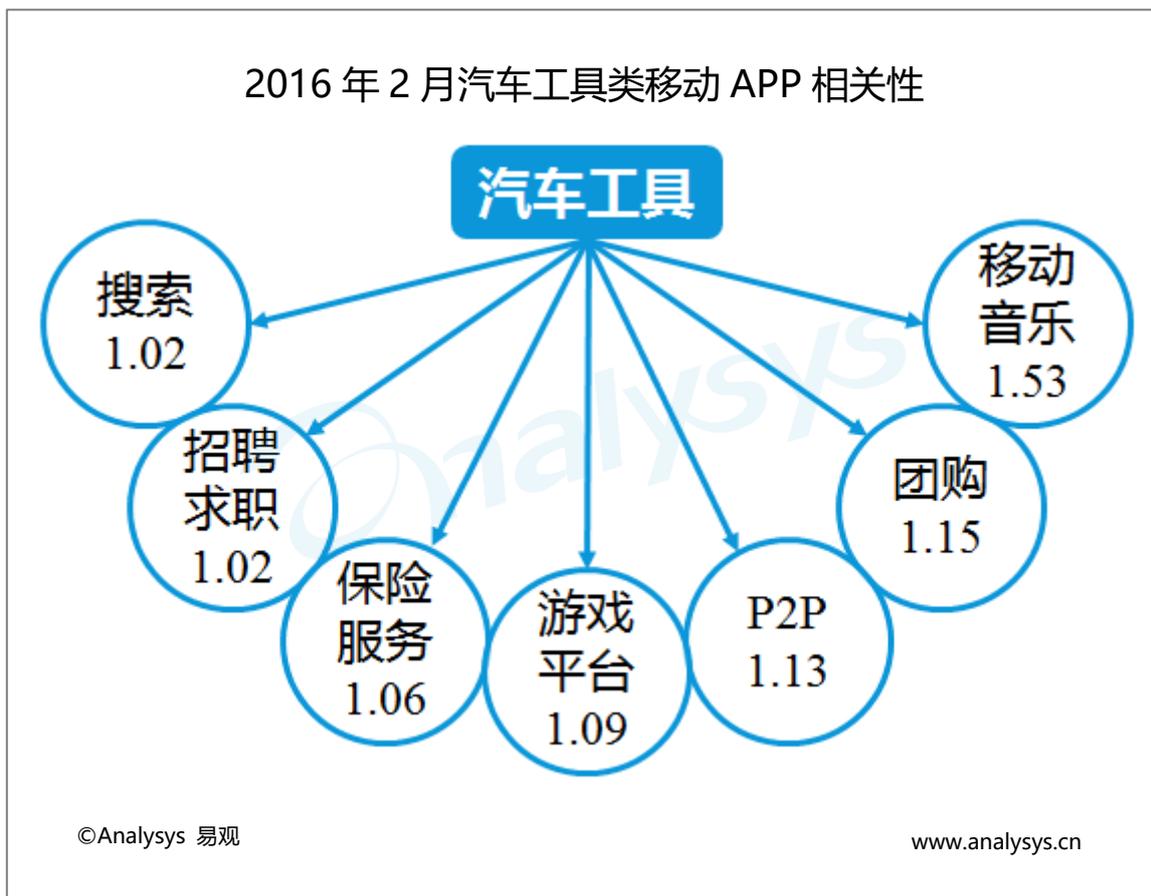


图 4-8 2016 年 2 月汽车工具类移动 APP 相关性

数据来源：千帆只对独立 APP 中的用户数据进行监测统计，不包括 APP 之外的调用等行为产生的用户数据。截止 2016 年第 1 季度易观千帆基于对 7.5 亿累计装机覆盖、1.5 亿移动端月活跃用户的行为监测结果。采用自主研发的 enfoTech 技术，帮助您有效了解数字消费者在智能手机上的行为轨迹。

Analysys 易观认为，汽车工具类移动 APP 的强相关领域涉及娱乐、购物、金融、求职等领域。较多关注团购和理财产品说明用户收入水平中等，追求高性价比的生活服务。对娱乐应用情有独钟，说明用户在用车场景中有更多娱乐需求。

$$TGI(\text{领域}_B) = \frac{\text{领域}_A \text{和领域}_B \text{的重合用户数} / \text{领域}_B \text{的 AU}}{\text{领域}_A \text{的渗透率}}$$

注释：TGI 指数（即目标群体偏好度指数）可反映目标群体在特定研究范围内的强势或弱势偏好。AU 即领域活跃用户数。渗透率指在被调研的对象中，一个品牌（或品类）的产品，使用者的比例（此处专指领域月活用户占整体移动互联网活跃用户的比例）。

## 4.2 细分领域用户研究——驾考类 APP

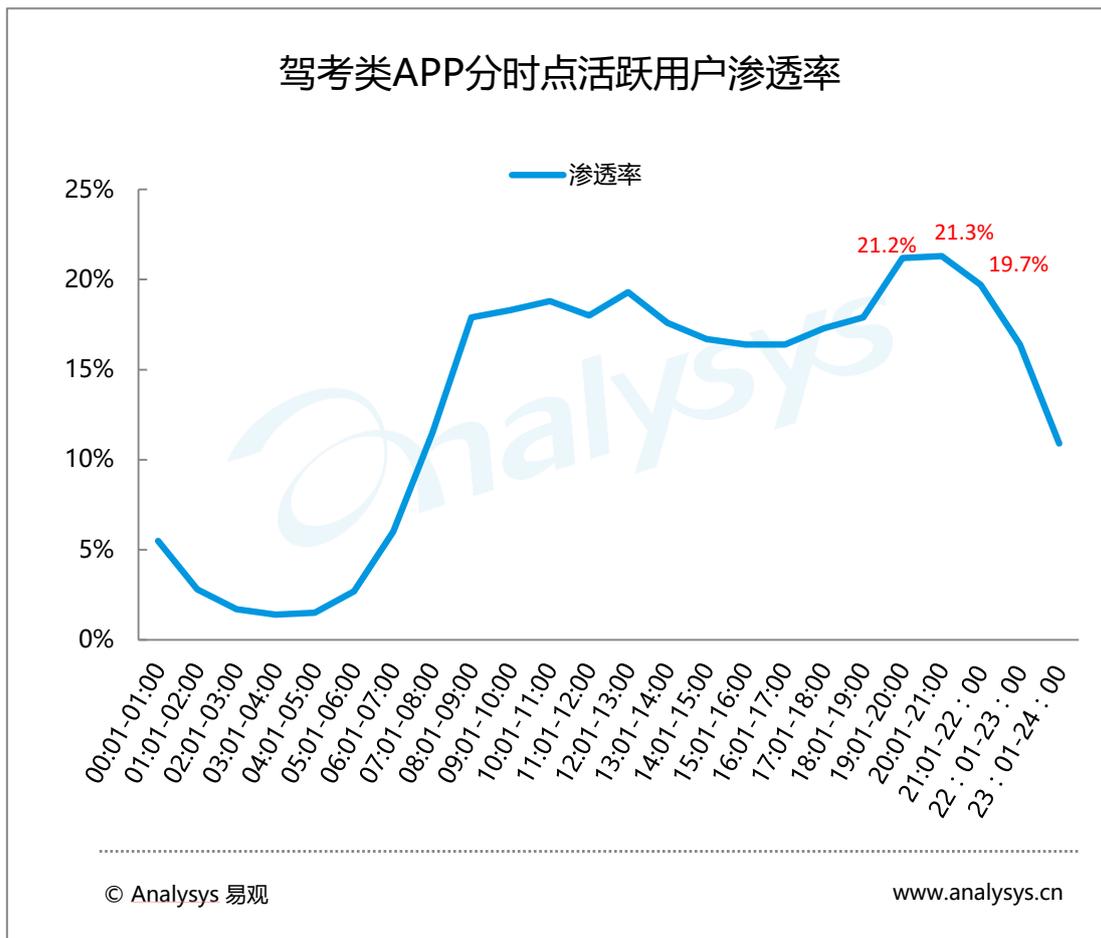


图 4-9 驾考类 APP 用户分时点活跃用户渗透率

数据来源：千帆只对独立 APP 中的用户数据进行监测统计，不包括 APP 之外的调用等行为产生的用户数据。截止 2016 年第 1 季度易观千帆基于对 7.5 亿累计装机覆盖、1.5 亿移动端月活跃用户的行为监测结果。采用自主研发的 enfoTech 技术，帮助您有效了解数字消费者在智能手机上的行为轨迹。

根据易观千帆监测，驾考类 APP 用户在使用高峰时段在 19:00-22:00 之间。

Analysys 易观认为，驾考类 APP 以在线题库学习为主，白天的时间通常以工作或学校课程为主，在晚上 19:00 以后基本结束了一天的工作和课程，在 19:00-22:00 这段时间是该类用户的黄金学习时间，相应使用集中度最高。

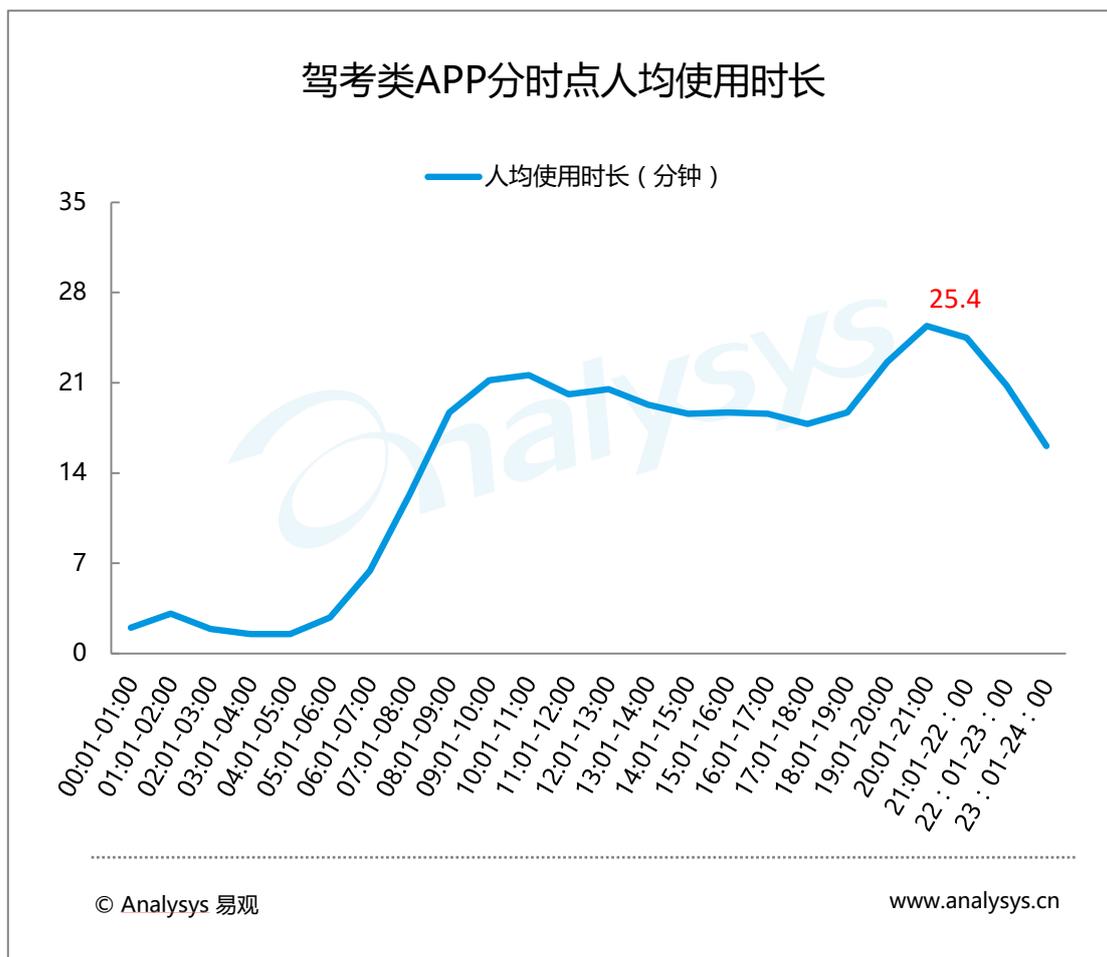


图 4-10 驾考类 APP 用户分时点人均使用时长

数据来源：千帆只对独立 APP 中的用户数据进行监测统计，不包括 APP 之外的调用等行为产生的用户数据。截止 2016 年第 1 季度易观千帆基于对 7.5 亿累计装机覆盖、1.5 亿移动端月活跃用户的行为监测结果。采用自主研发的 enfoTech 技术，帮助您有效了解数字消费者在智能手机上的行为轨迹。

根据易观千帆监测，驾考类 APP 用户使用时长高峰接近半小时。

Analysys 易观认为，根据人体生理机能活动变化规律，成人能够保持注意力集中的时间在半小时到一小时之间，这段时间内成人能够保证最佳的集中注意力和最高的学习效率。超过半个小时，人体的注意力集中程度开始下降，身体开始疲劳，此时用户会选择退出应用，选择其他 APP 或进行一些身体伸展活动，因此人均使用时长在半小时左右。

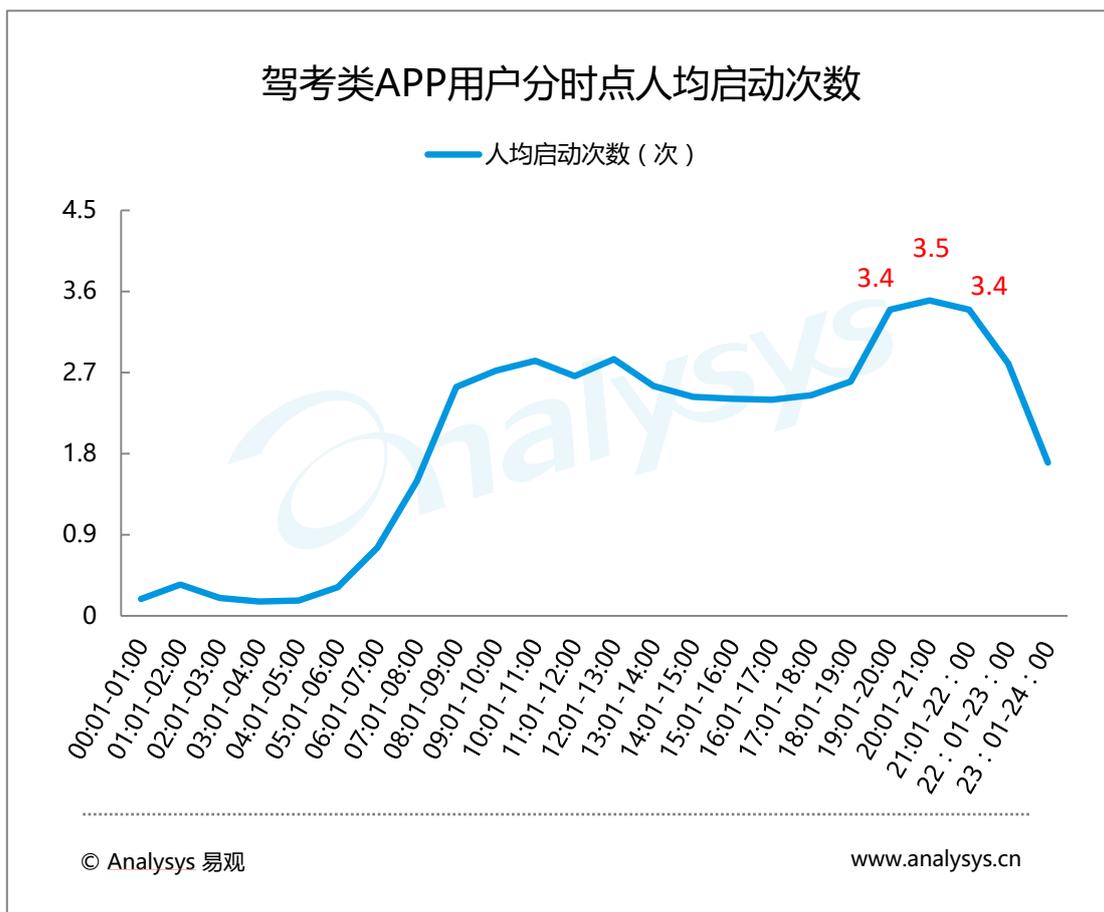


图 4-11 驾考类 APP 用户分时点人均启动次数

数据来源：千帆只对独立 APP 中的用户数据进行监测统计，不包括 APP 之外的调用等行为产生的用户数据。截止 2016 年第 1 季度易观千帆基于对 7.5 亿累计装机覆盖、1.5 亿移动端月活跃用户的行为监测结果。采用自主研发的 enfoTech 技术，帮助您有效了解数字消费者在智能手机上的行为轨迹。

根据易观千帆监测，驾考类 APP 用户在使用高峰时段启动次数 3-4 次，期间表现出短时跳转现象。

Analysys 易观认为，在晚间学习黄金时段，用户每学习时长达半小时之后，身体会感到疲劳需要适当调节，劳逸结合的学习方法能够保证较高的学习效率。短时的 APP 跳转后又回到驾考类 APP 的现象也相应表明，在 3 小时的黄金时段内，用户平均启动次数能够在 3-4 次。

### 4.3 细分领域用户研究——查违章 APP

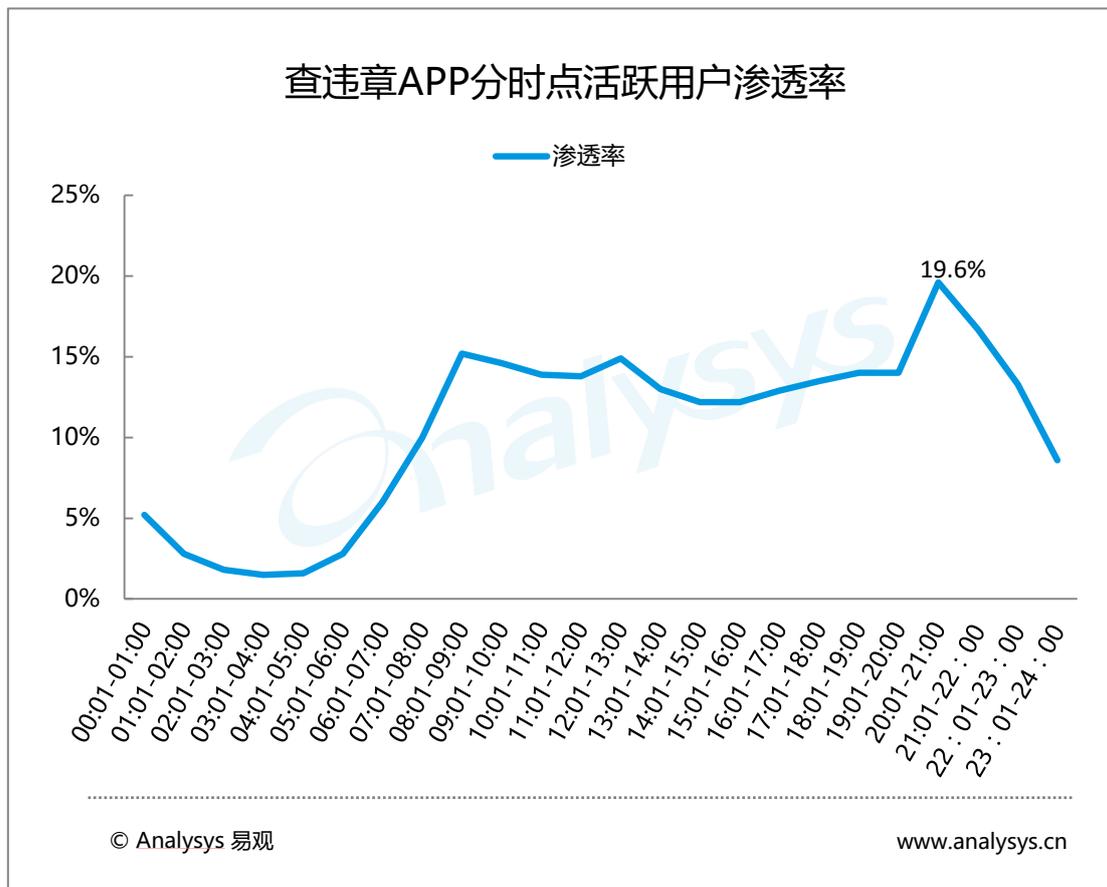


图 4-12 查违章 APP 用户分时点活跃用户渗透率

数据来源：千帆只对独立 APP 中的用户数据进行监测统计，不包括 APP 之外的调用等行为产生的用户数据。截止 2016 年第 1 季度易观千帆基于对 7.5 亿累计装机覆盖、1.5 亿移动端月活跃用户的行为监测结果。采用自主研发的 enfoTech 技术，帮助您有效了解数字消费者在智能手机上的行为轨迹。

根据易观千帆监测，每天 20:01-21:00 之间是查违章 APP 用户使用集中度最高的时段。

Analysys 易观认为，查违章 APP 属于高频应用，车主用户更多倾向于在当天用车需求完全结束后查询车辆违章情况，而当天用车在 20:00 左右已基本结束，相应出现使用集中度的高峰值。

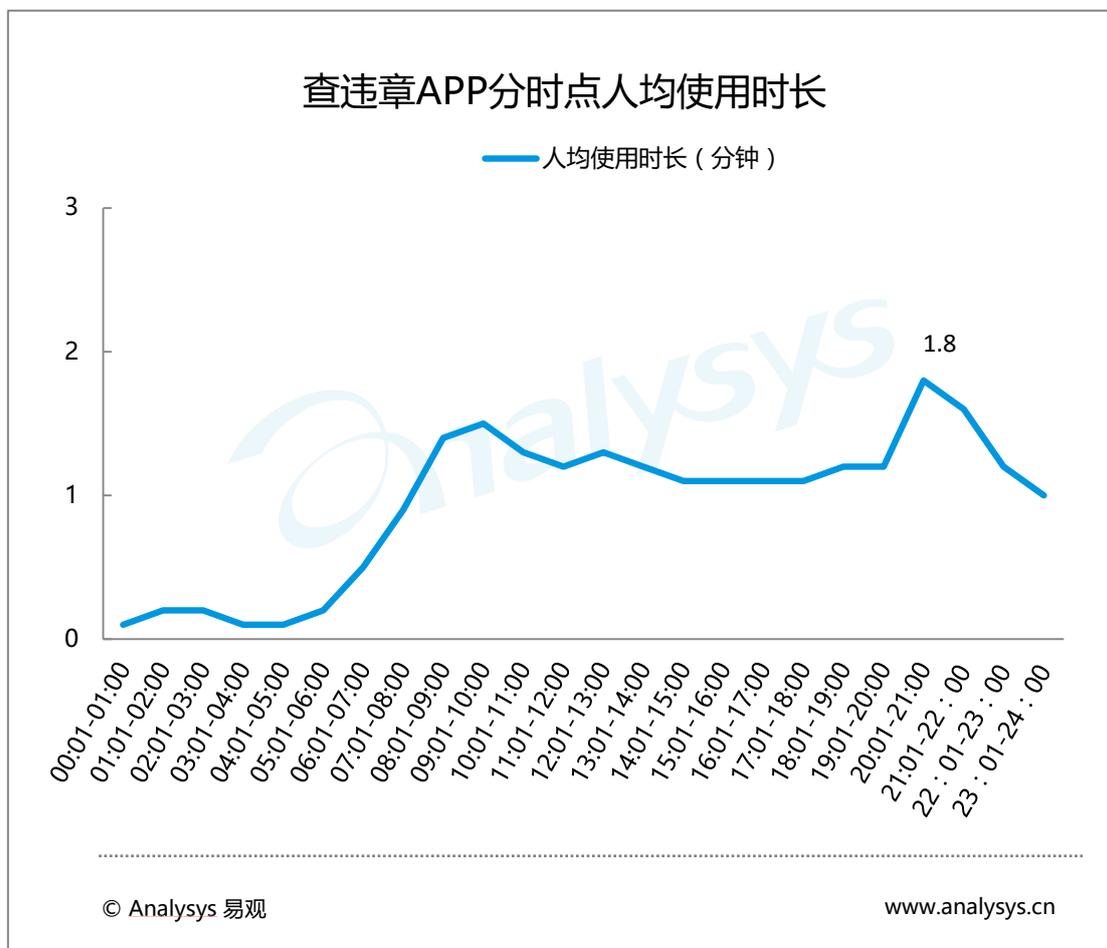


图 4-13 查违章 APP 用户分时点人均使用时长

数据来源：千帆只对独立 APP 中的用户数据进行监测统计，不包括 APP 之外的调用等行为产生的用户数据。截止 2016 年第 1 季度易观千帆基于对 7.5 亿累计装机覆盖、1.5 亿移动端月活跃用户的行为监测结果。采用自主研发的 enfoTech 技术，帮助您有效了解数字消费者在智能手机上的行为轨迹。

根据易观千帆监测，查违章 APP 使用时长峰值为 1.8 分钟。

Analysys 易观认为，用户启动查违章 APP 目的明确，单次违章查询耗时 1-2 分钟，查询结束即退出应用，应用的跳转率高。

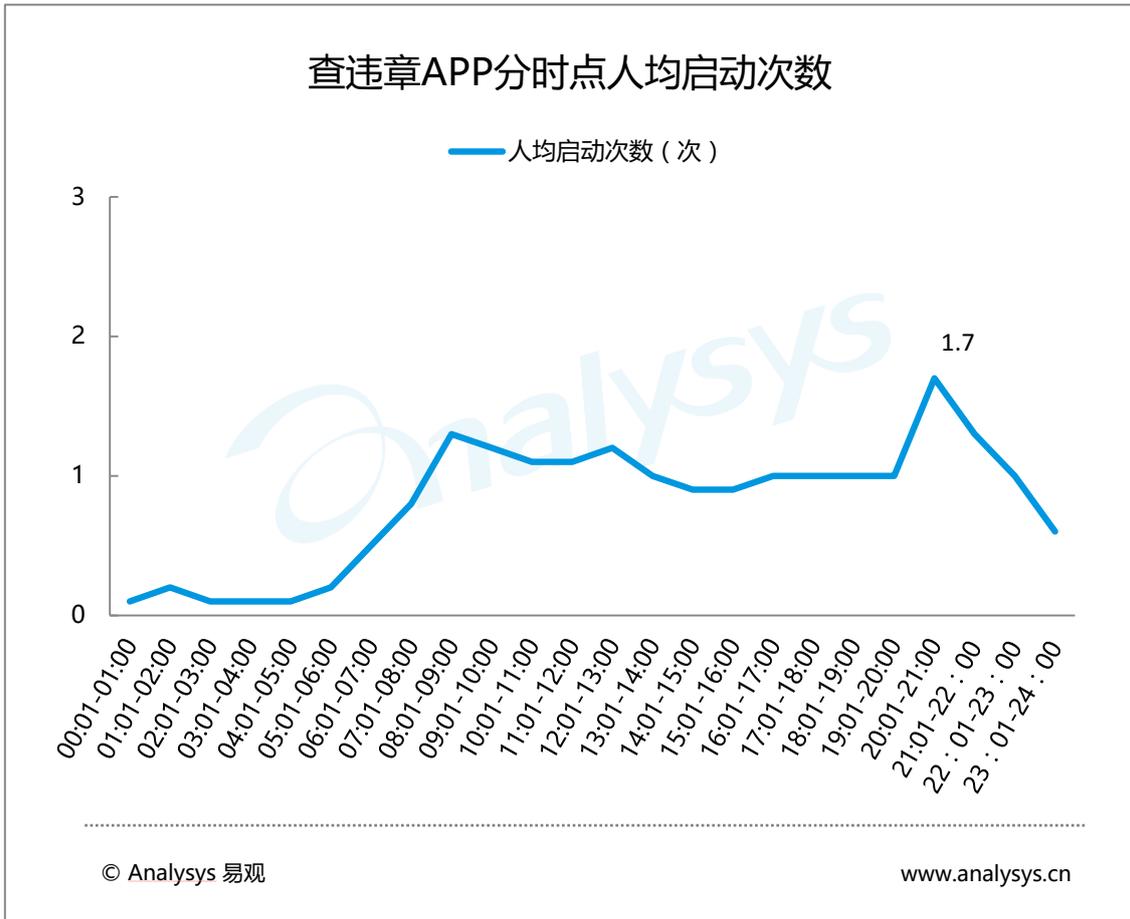


图 4-14 查违章 APP 用户分时点人均启动次数

数据来源：千帆只对独立 APP 中的用户数据进行监测统计，不包括 APP 之外的调用等行为产生的用户数据。截止 2016 年第 1 季度易观千帆基于对 7.5 亿累计装机覆盖、1.5 亿移动端月活跃用户的行为监测结果。采用自主研发的 enfoTech 技术，帮助您有效了解数字消费者在智能手机上的行为轨迹。

根据易观千帆监测，查违章 APP 用户高峰时段的用户启动次数 1.7 次。

Analysys 易观认为，由于查违章 APP 方便快捷的查询功能，部分多车家庭用户在给自己的爱车查询违章情况之后，会为亲人查询违章情况。

## 5 2015 年汽车工具类移动 APP 热点事件

### 5.1 投融资事件

#### 5.1.1 汽车工具类移动 APP 投融资阶段分布

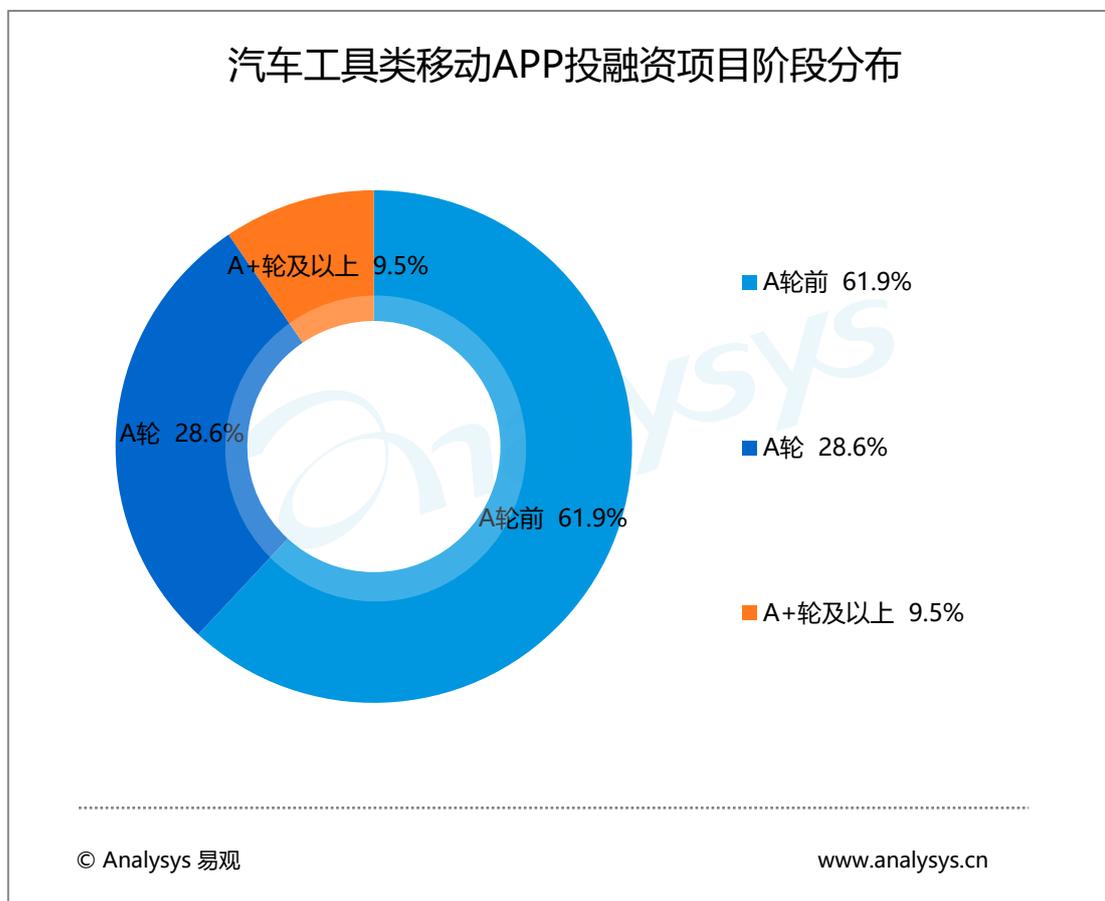


图 5-1 汽车工具类移动 APP 投融资项目阶段分布

从汽车工具类移动 APP 市场投融资的阶段分布情况来看，超过 60% 以上的融资项目是处在 A 轮前阶段的，表明汽车工具类移动 APP 行业在 2015 年有较多新进入者参与进来，并且资本市场开始积极关注工具类移动 APP 行业。

### 5.1.2 汽车工具类移动 APP 投融资项目规模分布

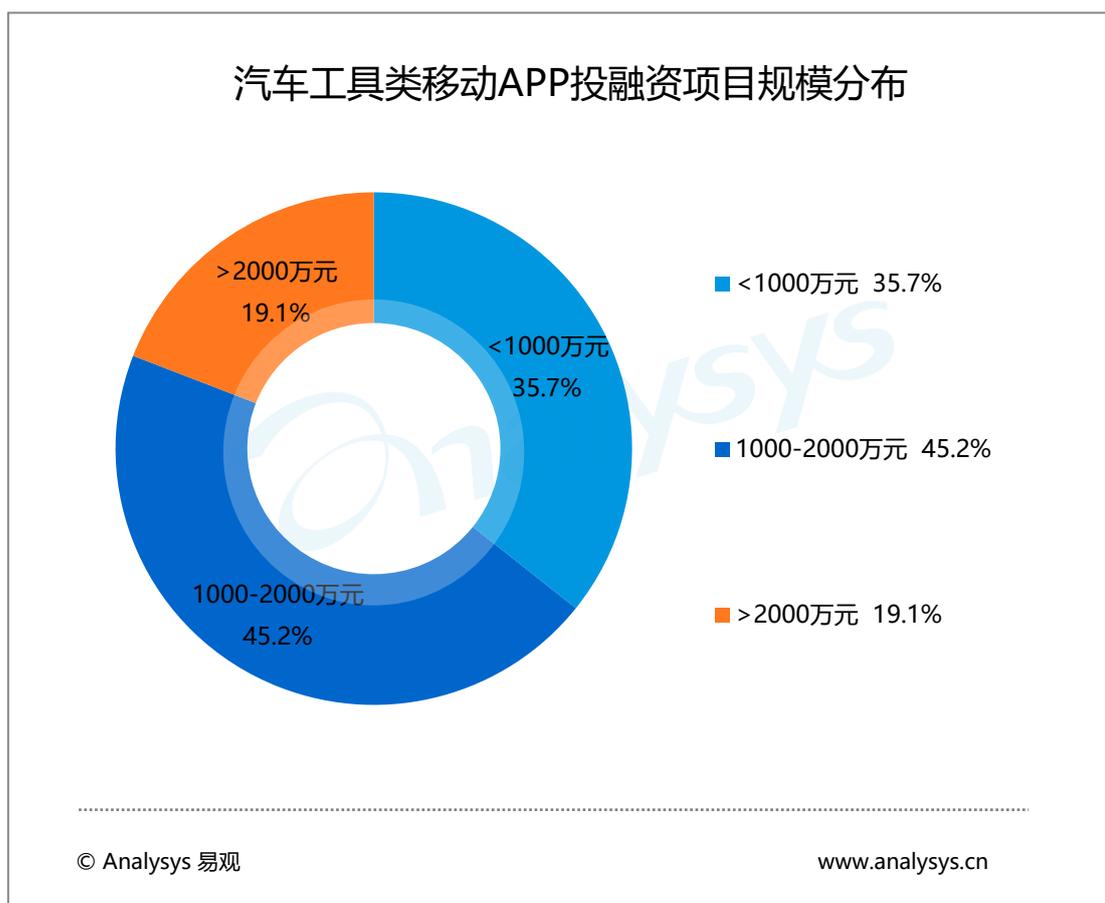


图 5-2 汽车工具类移动 APP 投融资项目规模分布

根据统计公开可查的关于汽车工具类移动 APP 市场投融资情况，2000 万元规模以下的融资项目占比超过 80%，其中“1000-2000 万元”的项目笔数略高于“<1000 万元”的项目笔数，说明工具类移动 APP 行业整体来看较为轻量化，而行业处于起步探索阶段，资本市场表现还较为慎重。

### 5.1.3 2015 年投融资项目情况一览

表 5-1 2015 年汽车工具类移动 APP 行业投融资项目情况一览

领域	时间	公司/APP	轮次	金融	投资者
驾考类	2015年2月	学车帮帮	天使轮	数千万元	未知
	2015年2月	驾考团	A轮	数千万元	未知
	2015年4月	易驾考	天使轮	300万元	未知
	2015年7月	58汽车陪练	A轮	3100万元	华创资本、58同城
	2015年9月	91恋车	天使轮	2000万元	深圳股权交易中心、金诺投资
	2015年8月	好好学车 (驾趣网络)	天使轮	100万元	未知
	2015年10月	趣学车	天使轮	500万元	梅花创投、安芙兰资本

	2015年11月	好好学车 (亿学车科技)	天使轮	800万元	e袋洗众创共享基金
查违章	2015年3月	橙牛汽车管家	A轮	3000万元	如山创投、德同资本、盈动资本
	2015年10月	车行易	天使轮	数千万元	同创伟业、富德基金
停车类	2015年2月	随行随停	天使轮	数百万元	逐鹿资本
	2015年3月	无忧停车	A轮	数千万元	天域资本
	2015年4月	停简单	天使轮	数百万元	峰瑞资本
	2015年5月	丁丁停车	Pre-A轮	数百万元	未知
	2015年6月	ETCP停车	A轮	5000万美元	SIG、易车网、 源码资本、经纬中国
	2015年6月	好停车	天使轮	1000万元	极客帮创投、乐动卓越
	2015年7月	小强停车	天使轮	数百万元	未知
	2015年8月	车钥匙	天使轮	数百万元	磐谷创投
	2015年9月	停易停	A轮	6750万元	湖畔山南资本
	2015年9月	停简单	A轮	2000万美元	峰瑞资本
	2015年10月	微泊停车	天使轮	200万元	未知
2015年10月	易米停车	Pre-A轮	数千万元	前海首润资本	
代泊类	2015年3月	e代泊	A轮	1600万元	平安创投、涌铎投资
	2015年9月	e代泊	A+轮	数千万元	赛马资本、国信君安创投
	2015年9月	e泊车	天使轮	数百万元	凯业投资、无量资本
	2015年10月	航旅车邦	天使轮	1000万元	老鹰基金、易一天使
	2015年12月	飞泊通	天使轮	1000万元	个人投资
汽车 社交类	2015年5月	车印	天使轮	数百万元	阿米巴资本
	2015年9月	车plus	天使轮	数百万元	深圳前海百诺国际并购基金
	2015年11月	车蜘蛛	天使轮	200万元	汽车用品商家酷斯特
代驾类	2015年5月	e代驾	D轮	1亿美元	华平投资、经纬中国、光速安振
	2015年7月	爱代驾	C轮	数千万美元	易车网
加油类	2015年2月	车到加油	天使轮	150万美元	真格基金
	2015年5月	车到加油	Pre-A轮	100万美元	真格基金
	2015年7月	易加油	A+轮	2000万元	深创投
	2015年9月	车到加油	A轮	790万美元	人人公司、真格基金
	2015年9月	菜鸟加油站	天使轮	500万元	个人投资
	2015年9月	喂车车	A轮	数千万元	未知
	2015年9月	恒大车时代	Pre-A轮	2000万元	薛蛮子、真格基金徐小平、牛文文、恒大高新、弘泰互融基金
智能 硬件	2015年5月	车萝卜	天使轮	1200万元	思必驰、启迪创投、联想之星
	2015年7月	极路客	A轮	数千万元	真格基金
	2015年11月	车萝卜	A轮	数千万元	京东

来源：易观 2016

## 5.2 企业事件

### 5.2.1 2015 年 2 月 27 日，58 同城全资收购驾校一点通

2015 年 2 月 27 日，58 同城官方微博确认全资收购驾考平台驾校一点通，具体金额暂未透露。收购以后，驾校一点通仍保持原有团队运营，在此基础上，58 同城将协助其加强技术及综合运营实力，进行新服务板块的开发。通过对接营销体系，帮助驾校一点通进行线下营销网络的补充。

“驾校一点通”注册于 2005 年 11 月，为学员提供学车动态、学车指南、驾驶常识、模拟考试、新车报价、驾校信息等全方位驾考服务，是一个为驾驶初学者、驾驶培训机构服务的专业型平台。

事件点评：58 同城以本地生活服务平台起家，具有较大的用户流量基础。此次收购意味着 58 同城围绕车主在用车生活全产业链上的进一步完善。收购驾校一点通使得 58 形成了驾考和查违章的两大流量入口，并将用户向线下学车和旗下的汽车后市场以及二手车市场导流。同时，58 同城于 2014 年投资 e 代驾也进一步体现了其在汽车生活全产业链全场景的战略布局。

### 5.2.2 e 代驾被神州专车宣布达成战略合作

2015 年 10 月 15 日，e 代驾与神州专车宣布达成战略合作。联合后双方将从以下 5 大层面进行业务布局：1.用户层面，打通会员体系；2.司机层面，共建培训体系；3.产品层面，开放 API 接口；4.市场层面，品牌联合推广；5.资本层面，神州专车入资 e 代驾。

事件点评：总体来看，目前代驾市场由 e 代驾、爱代驾、滴滴代驾三分天下，而专车市场由滴滴出行、Uber 和神州专车三者占据市场龙头地位。e 代驾和神州专车进行合作，一方面可以实现双方优势互补，发挥强大的协同效应；另一方面将对行业竞争格局产生重大影响，刺激其他企业寻找合作伙伴应对更加激烈的市场竞争。

## 5.3 行业事件

### 5.3.1 交通运输部将“推行机动车驾培机构培训服务模式改革”

2016 年 2 月 25 日，交通运输部在媒体通气会上表示，将推行机动车驾培机构培训服务模式改革。2016 年目标是使推行计时培训、按学时收费、先培训后付费服务模式的驾驶培训机构覆盖率达到 50% 以上。

事件点评：“计时培训、按学时收费、先学后付”的政策能够在一定程度上解决驾考行业价格不透明、服务质量差等问题，为驾考类 APP 提供了更多的盈利机会和商业模式转型机会。驾考类 APP 平台让学员能够在工作学习的闲暇事件进行在线题库学习和模式考试，也可以通过平台进行驾校报名、预约学车、教练选择等，大量节省学员的时间成本。

### 5.3.2 16 市试点自学直考

2016 年 4 月 1 日起，在天津、包头、长春、南京、宁波、马鞍山、福州、，吉安、青岛、安阳、武汉、南宁、成都、黔东南、大理、宝鸡等 16 个试点城市，正式开始试行《机动车驾驶证申领和使用规定》（公安部令第 139 号）中的“自学直考”的驾考改革政策。

事件点评：“自学直考”政策的试行为驾考类 APP，尤其是自营型驾考类 APP 带来了大量的学员市场。自营型驾考类 APP 平台由于较传统驾校有舒适的学车环境、良好的服务态度、透明的学车价格和灵活的时间安排等，给消费者带来更好的消费体验。

### 5.3.3 《中共中央国务院关于进一步加强城市规划建设管理工作的若干意见》指出优化街区路网结构

《中共中央国务院关于进一步加强城市规划建设管理工作的若干意见》第十六条指出，要优化街区路网结构，逐步打开住宅小区和单位大院，实现内部道路公共化，解决交通路网布局等问题，促进土地节约利用。加强自行车道和步行道系统建设，倡导绿色出行。合理配置停车设施，鼓励社会参与，放宽市场准入，逐步缓解停车难问题。

事件点评：合理配置停车设施，环节停车难问题，需要智慧停车承载更多社会使命。停车类 APP 通过整合线下停车资源，实时获取出行周边的停车位情况，在线上实现停车场数据、停车位数据共享，鼓励市民车位共享，共同打造共享经济新模式。

### 5.3.4 商务部发布《代驾经营服务规范》行业标准，代驾行业进入规范时代

2015 年 11 月，商务部发布 2015 年第 58 号公告，《代驾经营服务规范》（标准号 SB/T 11137-2015）等 23 项国内贸易行业标准已经通过商务部审核，正式发布实施。这次《规范》的发布与实施，将彻底改变代驾服务行业“无主管单位、无准入门槛、无统一标准”的“三无”状态，引导代驾企业树立以人为本、服务至上、安全第一、效率优先的经营理念，推动代驾行业整体经营管理及服务质量的提升，维护代驾市场规范化有序运转，促进代驾行业的健康成长和持续发展。

事件点评：《代驾经营服务规范》行业标准的发布标志着代驾行业正式进入规范化时代。对于刚进入市场启动期的代驾类 APP 行业，《服务规范》的发布能够有效抑制小型不规范企业的恶性竞争，提高行业准入门槛，同时对于已成一定规模的 e 代驾、爱代驾等企业能够更加规范经营服务标准，有效参与市场竞争，实现良性发展。

## 6 汽车工具类移动 APP 发展趋势

### 6.1 汽车工具类移动 APP 的功能将逐渐融合, 同一 APP 能满足车主多场景的需求

用车生活中包含了从考驾照、查违章到加油、代驾、停车、代泊、汽车社交等诸多场景, 车主在用车生活的不同场景会出现不同的需求。从车主的使用便捷性考虑, 未来汽车工具类移动 APP 的发展必将出现各项功能的融合, 车主在整个用车过程中只需要打开一个 APP 就可以满足所有的用车服务需求。

### 6.2 集中经营覆盖车主多场景需求的主 APP, 更有利于提高用户活跃度、增强用户黏性

过多的 APP 产品会分散企业的用户流量, 而分散的用户流量会增加企业的经营难度, 也会限制流量变现的效果, 降低企业的盈利能力。因此将来对企业而言, 集中经营企业 1-2 个主 APP 能够提供更高的用户体验, 更有利于产品提高用户活跃度, 增强用户黏性, 同时也更能实现流量变现。

### 6.3 汽车工具类移动 APP 行业未来将有几家企业脱颖而出, 占据行业龙头地位

汽车工具类移动 APP 行业普遍存在产品同质化现象严重的状况, 商业模式尚未成熟, 盈利能力有限。企业之间的竞争主要通过烧钱方式来获取用户流量, 再对流量进行变现。未来行业的发展将对企业的运营能力、精细化服务能力等方面提出更多要求, 在进入市场启动期和高速发展期这两个阶段后, 诸多小企业会逐步被淘汰, 最终出现为数不多的几家企业脱颖而出, 占据行业龙头地位。

## 易观版权声明 2016

1. 本报告包含的所有内容（包括但不限于文本、数据、图片、图标、研究模型、LOGO、创意等）的所有权归属易观（Analysys，以下称“本公司”），受中国及国际版权法的保护。对本报告上所有内容的复制（意指收集、组合和重新组合），本公司享有排他权并受中国及国际版权法的保护。对本报告上述内容的任何其他使用，包括修改、发布、转发、再版、交易、演示等行为将被严格禁止。
2. 本报告及其任何组成部分不得被再造、复制、抄袭、交易，或为任何未经本公司允许的商业目的所使用。如果正版报告用户将易观提供的报告内容用于商业、盈利、广告等目的时，需征得易观书面特别授权，并注明出处“易观”，并按照中国及国际版权法的有关规定向易观支付版税。如果用户将易观提交的报告用于非商业、非盈利、非广告目的时，仅限客户公司内部使用，不得以任何方式传递至任何第三方机构、法人或自然人。如果本公司确定客户行为违法或有损企业的利益，本公司将保留，包括但不限于拒绝提供服务、冻结会员专有帐户、追究刑事责任的权利。
3. 本公司对报告中他人的知识产权负责。如果你确认你的作品以某种方式被抄袭，该行为触犯了中国及国际版权法，请向本公司做版权投诉。
4. 本报告有关版权问题适用中华人民共和国法律。我们保留随时解释和更改上述免责事由及条款的权利。

## 关于易观

Analysys 易观是易观国际旗下的大数据分析与评级公司。通过大数据的产品、工具和分析，助力企业在线业务的成长。Analysys 易观常年为中大型互联网公司及初创开发团队、投资机构以及品牌企业提供可信、可靠、有效的数据和服务，已成为他们了解市场、提升数字用户资产价值的首选大数据服务提供商。

## 易观主要特色

- ◆ 帮助客户认知宏观经济环境的发展变化趋势；
- ◆ 帮助客户了解产业环境和市场发展趋势；
- ◆ 帮助客户洞悉现有或潜在的竞争对手与合作伙伴；
- ◆ 帮助客户掌握竞品的发展变化情况及创新产品动态；
- ◆ 帮助客户探求用户需求和行为变化。



官方网址：[www.analysys.cn](http://www.analysys.cn)

客服电话：4006-515-715

电子邮件：[co@analysys.com.cn](mailto:co@analysys.com.cn)

