



www.leadleo.com

2021年 中国汽车智慧运营行业概览

2021 China Automobile Intelligence Operation
Industry Overview

2021年中国自動車の知恵運營業界概要

概览标签：汽车、数字化、智慧运营

报告主要作者：吴天天

2021/04

头豹研究院简介

- ◆ 头豹是**国内领先的原创行企研究内容平台和新型企业服务提供商**。围绕“**协助企业加速资本价值的挖掘、提升、传播**”这一核心目标，头豹打造了一系列产品及解决方案，包括：数据库服务、行企研报服务、微估值及微尽调自动化产品、财务顾问服务、PR及IR服务，以及其他企业为基础，利用**大数据、区块链和人工智能**等技术，围绕**产业焦点、热点问题**，基于**丰富案例和海量数据**，通过开放合作的增长咨询服务等
- ◆ 头豹致力于以优质商业资源共享研究平台，汇集各界智慧，推动产业健康、有序、可持续发展



四大核心服务

企业服务

为企业提供定制化报告服务、管理咨询、战略调整等服务

云研究院服务

提供行业分析师外派驻场服务，平台数据库、报告库及内部研究团队提供技术支持服务

行业排名、展会宣传

行业峰会策划、奖项评选、行业白皮书等服务

园区规划、产业规划

地方产业规划，园区企业孵化服务

研报阅读渠道

1、头豹科技新闻网(www.leadleo.com): PC端阅读**全行业、千本**研报



2、头豹小程序: 微信小程序搜索“**头豹**”、手机扫上方二维码阅读研报

3、行业精英交流分享群: 邀请制, 请添加右下侧头豹研究院分析师微信



图说



表说



专家说



数说



扫一扫
实名认证行业专家身份

详情咨询



客服电话

400-072-5588



上海

王先生: 13611634866

李女士: 13061967127



南京

杨先生: 13120628075

唐先生: 18014813521



深圳

李女士: 18049912451

李先生: 18916233114

摘要

大数据与AI技术助力汽车智慧运营飞速崛起

汽车智慧运营指通过深度学习、智慧算法、大数据平台等AI技术，为汽车主机厂提供集主机厂的触点、IT、数据中台、业务平台以及场景应用算法于一体的场景化数据驱动运营服务。汽车智慧运营业务聚焦于汽车行业“研发、生产、供给、销售”四个部分中的销售体系，其主要产品范围包括CRM、DCM、Operation、Training。中国汽车智慧运营行业产业链具备技术壁垒高的特点，其产业链上游参与者以提供相关核心技术的供应商为主，中游参与者为提供汽车智慧运营解决方案的厂商，下游为汽车企业。根据头豹分析师测算，中国汽车智慧运营行业将有望于2025年达到1,447.3亿元的市场规模。

1. 得益于中国新能源利好政策的推行，行业将迎来发展时期

- 为响应国家政策，车企通过快速倾销已有库存燃油车进行资本回笼以研发新能源车进行更新换代，在提供汽车智慧运营解决方案的企业可助力车企转变销售模式、提高产品流通率的背景下，车企快速销售燃油车的需求促使汽车智慧运营行业迎来发展良机。

2. 中国主机厂广告费用的缩减为主要驱动力

- 中国主机厂缩减后的广告费用将投放在数字化与运营，其费用退坡驱动数字化需求提升，汽车智慧运营行业规模有望于2025年达到1,061.3亿元。汽车智慧运营解决方案以技术为导向，且智慧运营较依赖于机器学习算法、大数据分析等技术，在机器算法应用技术提升以及在中国规模化的车企数字化需求增长趋势下，汽车智慧运营的发展有望迎来爆发期。

3. 汽车智慧运营行业存在高技术壁垒

- 汽车智慧运营行业具备数据与AI技术密集等特点，行业内企业以提供在汽车营销领域一些系列的智慧运营解决方案为主，中游企业与下游车企客户粘性较强，相较于传统汽车营销行业，其在技术、数据等多方面存在较高壁垒。

目录

CONTENTS

| | | |
|-------------------|-------|----|
| ◆ 名词解释 | ----- | 08 |
| ◆ 中国汽车智慧运营行业综述 | | |
| • 定义与分类 | ----- | 10 |
| • 商业模式与成本分析 | ----- | 11 |
| • 关键技术 | ----- | 12 |
| • 市场现状 | ----- | 13 |
| ◆ 中国汽车智慧运营行业产业链分析 | ----- | 15 |
| • 上游：算法平台、广告投放 | ----- | 16 |
| • 中游：汽车智慧运营厂商 | ----- | 18 |
| • 下游：汽车企业 | ----- | 19 |
| ◆ 中国汽车智慧运营行业市场规模 | ----- | 21 |
| ◆ 中国汽车智慧运营行业竞争格局 | ----- | 22 |
| ◆ 中国汽车智慧运营行业驱动因素 | | |
| • 驱动因素：车企加速淘汰燃油车 | ----- | 23 |
| • 驱动因素：降低车企成本 | ----- | 24 |
| ◆ 中国汽车智慧运营行业发展趋势 | | |
| • 智慧门店赋能汽车智慧运营 | ----- | 25 |
| ◆ 中国汽车智慧运营行业投资价值 | ----- | 26 |
| ◆ 中国汽车智慧运营行业企业推荐 | ----- | 27 |
| ◆ 专家观点 | ----- | 30 |
| ◆ 鸣谢页 | ----- | 31 |
| ◆ 方法论 | ----- | 32 |
| ◆ 法律声明 | ----- | 33 |

目录

CONTENTS

| | | |
|---|-------|----|
| ◆ Terms | ----- | 08 |
| ◆ Overview of Automobile Intelligence Operation Industry | | |
| • Definition of Automobile Intelligence Operation | ----- | 10 |
| • Business Model and Cost Analysis | ----- | 11 |
| • Key Technology | ----- | 12 |
| • Current Situation of Market | ----- | 13 |
| ◆ Industry Chain Analysis of Automobile Intelligence Operation | ----- | 15 |
| • Upstream: Algorithm Platform、Advertising | ----- | 16 |
| • Midstream: Manufacturers | ----- | 18 |
| • Downstream: Automobile Enterprise | ----- | 19 |
| ◆ Market Scale of Automobile Intelligence Operation | ----- | 21 |
| ◆ Competitive Analysis of Automobile Intelligence Operation | ----- | 22 |
| ◆ Analysis on Driving Factors of Automobile Intelligence Operation | | |
| • Driving Point: Driven by Decrease in Automobile Cost and Policies | ----- | 23 |
| ◆ Industry Risk Analysis of Automobile Intelligence Operation | ----- | 24 |
| ◆ Analysis of Development on Automobile Intelligence Operation | | |
| • Smart Shop | ----- | 25 |
| ◆ Automobile Intelligence Operation Industry Investment Value | ----- | 26 |
| ◆ China Automobile Intelligence Operation Enterprise Recommendation | ----- | 27 |
| ◆ Expert Opinion | ----- | 30 |
| ◆ Thanks Page | ----- | 31 |
| ◆ Methodology | ----- | 32 |
| ◆ Legal Statement | ----- | 33 |

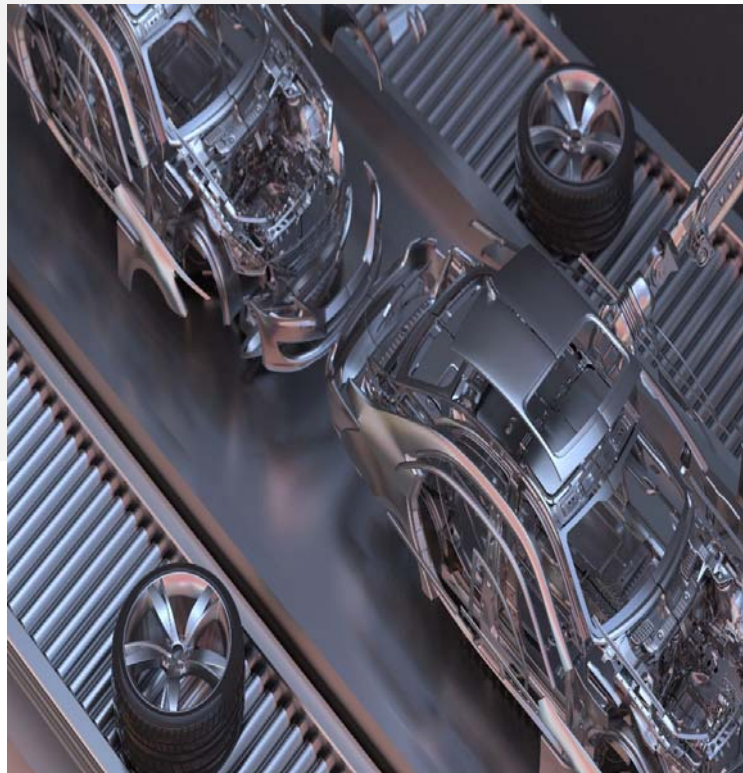
图表目录

List of Figures and Tables

| | | |
|------------------------------|-------|----|
| ◆ 图1 汽车智慧运营商业模式 | ----- | 11 |
| ◆ 图2 2021年汽车智慧运营解决方案成本 | ----- | 11 |
| ◆ 图3 中国乘用车销量，2013-2020年 | ----- | 13 |
| ◆ 图5 中国汽车经销商盈利情况，2018-2020年 | ----- | 13 |
| ◆ 图6 2019年中国AI开放平台竞争格局 | ----- | 16 |
| ◆ 图7 中国AI开放平台市场规模，2016-2020年 | ----- | 16 |
| ◆ 图8 2020年中国主要广告形式排名 | ----- | 17 |
| ◆ 图9 中国内地营销市场规模，2016-2020年 | ----- | 17 |
| ◆ 图10 数字化技术在汽车行业应用比例 | ----- | 18 |
| ◆ 图11 中国汽车制造企业数量 | ----- | 19 |
| ◆ 图12 中国车企广告投放总额，2015-2019年 | ----- | 24 |
| ◆ 图13 用户成交周期与整车成交成本变化 | ----- | 24 |

名词解释

- ◆ **CRM:** (Customer Relationship Management, 客户关系管理), 指利用相应的信息技术以及互联网技术协调企业与顾客间在销售、营销和服务上的交互, 从而提升其管理方式, 向客户提供创新式的个性化的客户交互和服务的过程。
- ◆ **REID盒子:** (Person re-identification, 行人识别技术), 指利用计算机视觉技术判断图像或者视频序列中是否存在特定行人的技术。
- ◆ **MA:** (Marketing Automation, 营销自动化), 指能帮助企业选择与细分客户、追踪客户联系、衡量联系结果以及能在将来更有效地针对客户而将客户链信息模式化的应用软件。



什么是汽车智慧运营，有哪些类别？



汽车智慧运营综述

- 汽车智慧运营定义与分类
- 汽车智慧运营商业模式与成本
- 汽车智慧运营关键技术
- 汽车智慧运营市场现状

汽车智慧运营——定义与分类

汽车智慧运营业务聚焦于汽车行业“研发、生产、供给、销售”四个部分中的销售体系，其技术与数据的应用可提升汽车经销商在潜客保客、私域、智慧运营以及销量等方面的竞争力

汽车智慧运营定义及概述

定义

汽车智慧运营指通过深度学习、智慧算法、大数据平台等AI技术，为汽车主机厂提供集主机厂的触点、IT、数据中台、业务平台以及场景应用算法于一体的场景化数据驱动运营服务。

汽车智慧运营业务聚焦于汽车行业“研发、生产、供给、销售”四个部分中的销售体系，其主要产品范围包括CRM、DCM、Operation、Training。

主要产品分类

| | |
|-----------|---|
| CRM |  |
| DCM |  |
| Operation |  |
| Training |  |

描述

CRM（客户关系管理）：利用信息技术与互联网技术提升车企与客户在销售、影响与服务方面的交互，增加客户容量

DCM（动态消费营销）：利用大数据技术挖掘并分析规模化、动态化的消费者数据，可开拓市场与降低客户成本

Operation（运营）：运营包括建立健全的汽车领域产业业态，整合汽车营销系统各个环节，提高产品附加值

Training（培训）：以销售培训辅导与4S店其他业务培训及辅导为主的销量提升解决方案

汽车行业解决方案

潜客保客

线索转化解决方案：通过对潜在客户进行智能管理及服务、潜在客户业务运营管理、培训及辅导，达到潜客挖掘与保客目的

私域运营

私域运营解决方案：其特点在于结合智慧大脑与MA营销自动化，通过获取、培训及转化私域流量并构建智能化私域平台

智慧运营

智慧运营解决方案：搭建基于交易为导向的电商运营与会员运营的智慧运营平台，其中包括数据、内容平台、活动搭建以及精准数据投放

销量提升

销量提升解决方案：通过对门店内软硬件设施进行智能化升级，并对店内各运营管理业务如新产品或衍生业务进行培训辅导

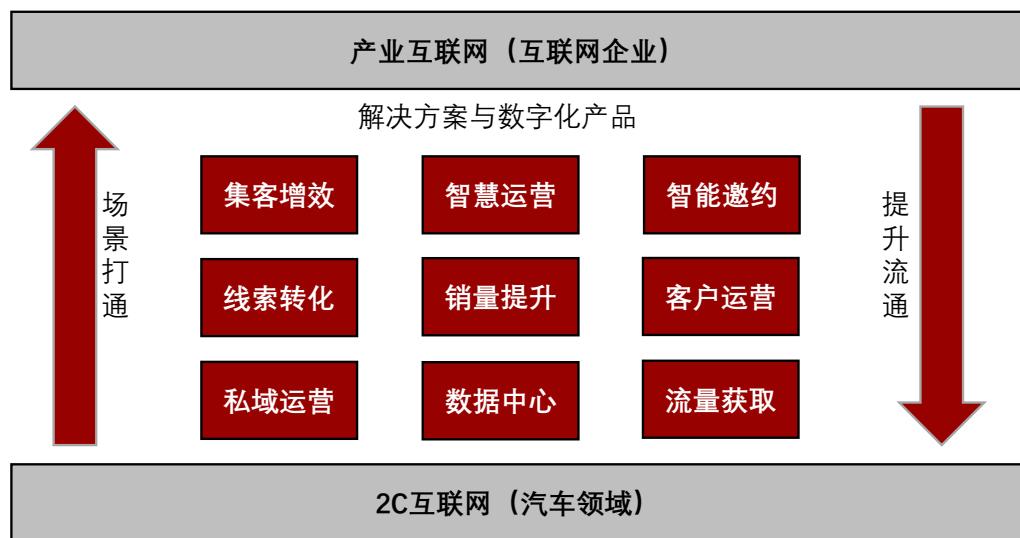
来源：北京圣承官网、头豹研究院编辑整理

©2021 LeadLeo

汽车智慧运营——商业模式与成本分析

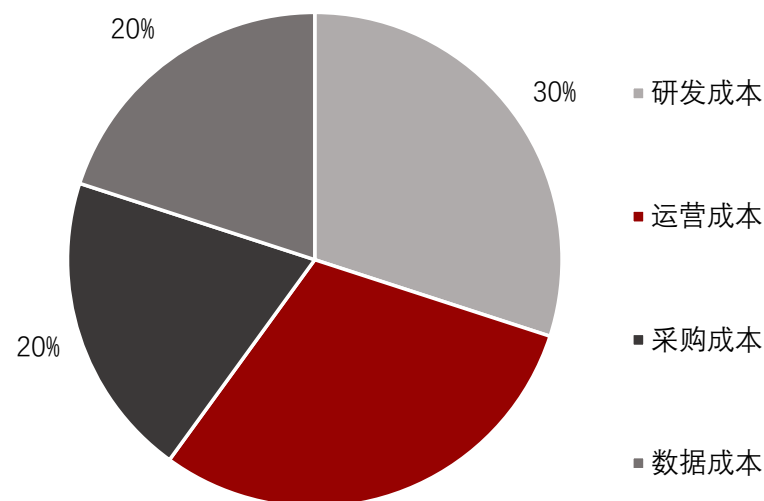
汽车智慧运营的商业模式为构建产业互联网与2C互联网间的流通桥梁，助力主机厂产品流通率提升，其中其解决方案成本占比最高的为研发成本和运营成本

汽车智慧运营商业模式



- ❑ 汽车智慧运营商业模式主要为搭建产业互联网与2C互联网（如垂直类汽车领域）之间的“桥梁”，帮助汽车主机厂从其研、产、供、销的上游端到用户端建立流通渠道，将主机厂的重资本（即提前生产的车辆）快速地倾销给用户，以**达到提升主机厂产品的流通效率的目的**。
- ❑ 汽车智慧运营不仅聚焦于将消费者转变为用户，还聚焦于用户被营销后的服务，如广告集客后的转化到店、保客服务、车联网出行服务以及再保险等服务。

2021年汽车智慧运营解决方案成本



- ❑ 按照标准汽车智慧运营的解决方案成本划分，其解决方案成本包含研发类成本、运营成本、采购成本（奖励给用户的成本）以及使用数据源的数据成本（智慧运营需使用大量的数据源）。
- ❑ 由于解决方案包含软硬件定制开发部分，其人力成本难以被标准化，同时研发的软硬件需投入人力进行运维，汽车智慧运营解决方案研发成本与运营成本占比较高，两者占比合计约**60%**。

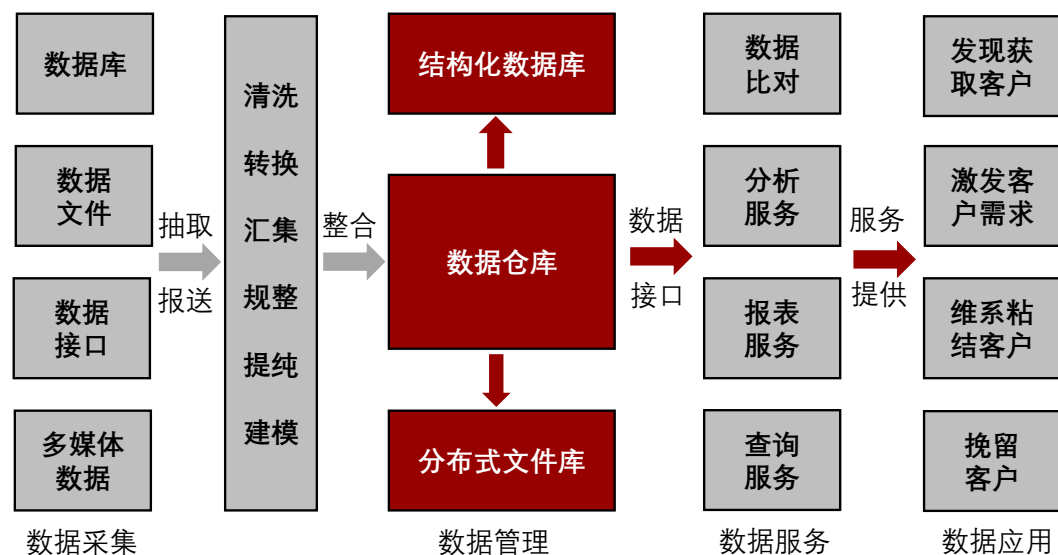
来源：头豹研究院编辑整理

©2021 LeadLeo

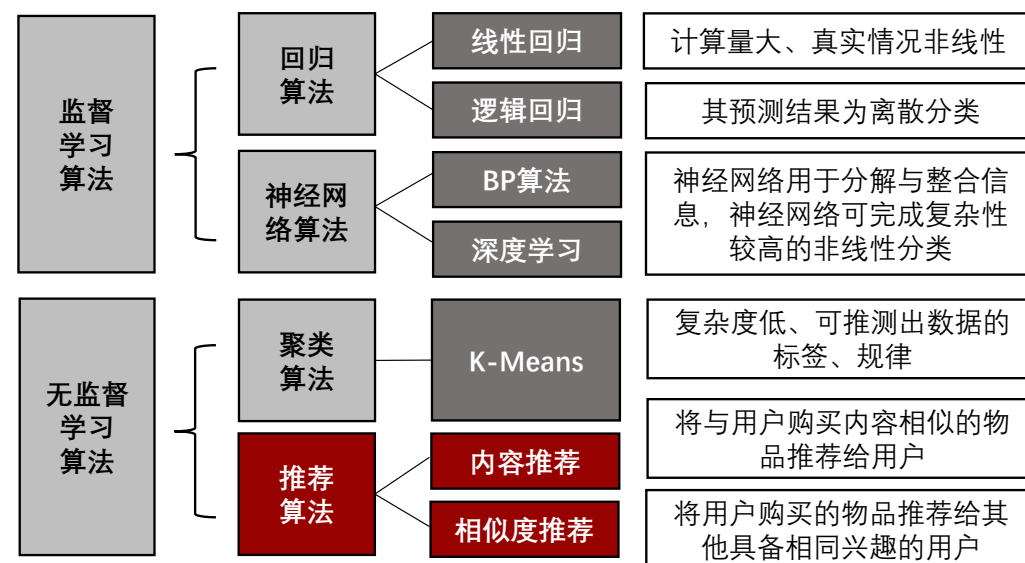
汽车智慧运营——关键技术

由于大数据应用可辅助汽车经销商实现成交转化目的以及机器学习算法可提升用户运营转化效率，大数据与算法应用为实现汽车智慧运营的关键技术

汽车智慧运营大数据应用架构



机器学习算法分类



- ❑ **业务管理与商业分析支持：**中央数据库为中的大数据平台中可进行数据管理、数据储存、数据分析等，可为汽车经销商门店提供数字化营销转型基础，包括数据挖掘、商业分析、业务处理等。
- ❑ **客户端决策支持：**客户相关数据的有效应用可辅助汽车企业在获取客户、激发客户需求、维系粘客户以及挽留客户等方面做出精准决策，同时数据可应用于车企客户流量从公域到私域的引流转化以及筛查价值用户，从而实现成交转化目的。

- ❑ **基于推荐算法的汽车智慧运营：**机器学习算法主要分为监督学习算法与无监督学习算法，在汽车智慧运营中应用的为推荐算法中的内容推荐与相似度推荐，可用于向用户推送不同的内容进行分层转换，提升用户运营的转化效果。
- ❑ **大数据与算法应用助力提升客转化率：**汽车智慧运营中机器学习算法对原始数据样本质量要求较高，同时基于机器学习算法与大数据的场景化数据算法应用可提升汽车经销商的客户转化效率，因此大数据与算法为实现智慧运营的关键技术。

来源：计算机的潜意识、头豹研究院编辑整理

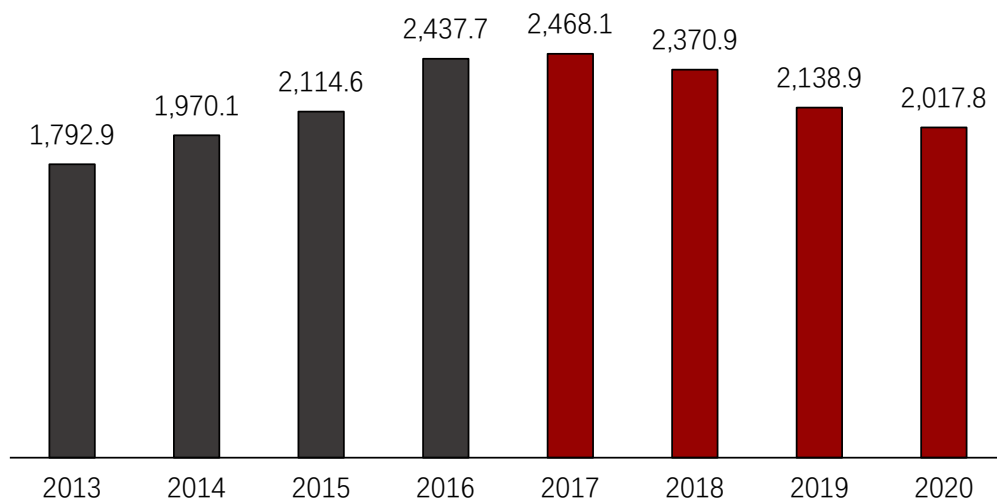
©2021 LeadLeo

汽车智慧运营——市场现状

中国乘用车销量下滑与中国汽车经销商亏损数量的高占比为汽车智慧运营带来市场空间，营销数字化可为车企或经销商带来降本增效、增加消费者触点等优势

中国乘用车销量，2013-2020年

[万辆]

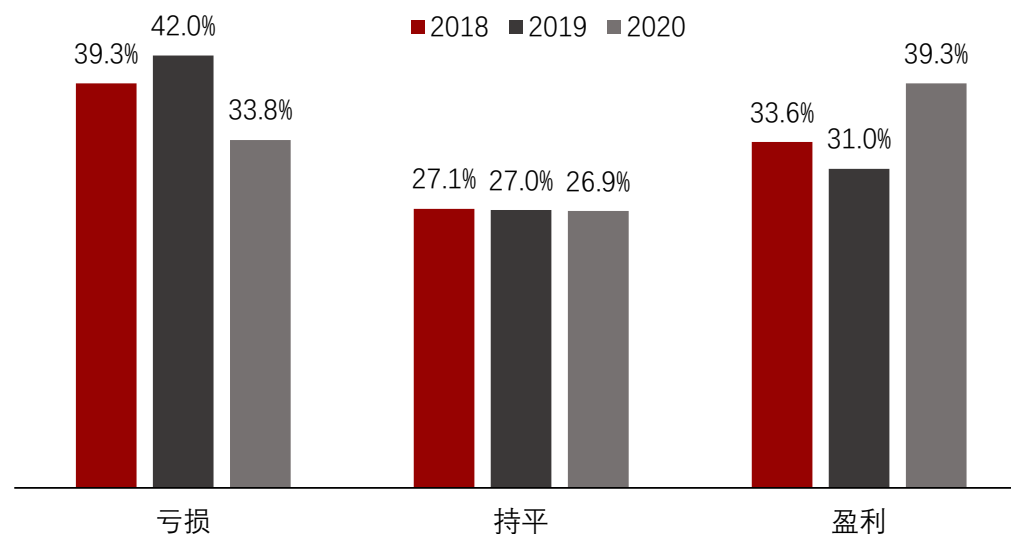


- ❑ 乘用车包括轿车、MPV、SUV、专用乘用车与轿车型乘用车，由于中国宏观经济增速下降、城市新增人口下滑以及共享出行发展受限等因素，中国乘用车销量从2017年的2,468.1万辆下降至2020年的2,017.8万辆，4年间累计下降22%。
- ❑ 营销数字化可通过直接与用户构建触点为车企带来**改变自身商业模式、降本增效等优势**，同时在研发、生产、销售以及服务等环节的数字化转型可提升整个汽车行业10%-30%的营收。因此中国乘用车销量持续的下降将驱动车企在营销环节的数字化转型。

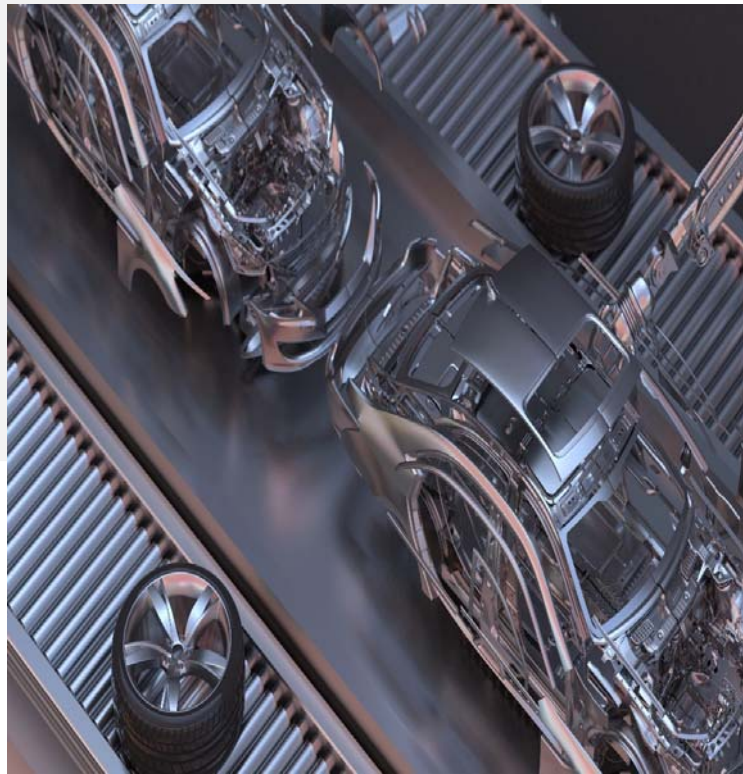
来源：中国汽车工业协会、头豹研究院编辑整理

©2021 LeadLeo

中国汽车经销商盈利情况，2018-2020年



- ❑ 随着中国乘用车销量持续下滑，汽车行业参与者众多导致的产品同质化现象严重以及市场经营环境逐渐恶化，尽管盈利企业数量于2020年小幅度增长，但其亏损数量占比仍较高，2018-2020年中国汽车经销商平均亏损企业数量约为38%。
- ❑ 头豹洞察：汽车经销商的**潜客转化率低、获客线索成本高、营销成本高**为制约其盈利增长的主要痛点，引入营销数字化的汽车经销商可通过引入数字中台、云计算与物联网等技术实现消费者**线上线下触点打通**，同时可利用算法识别用户的消费行为实现**广告、个性化内容的精准投放**，形成车企-用户的营销闭环。



汽车智慧运营产业链包含什么？



汽车智慧运营产业链

- 产业链分析
- 上游分析——算法平台、广告投放
- 中游分析——汽车智慧运营企业
- 下游分析——汽车企业

汽车智慧运营——产业链

中国汽车智慧运营产业链上游为技术与广告渠道商，中游为提供汽车智慧运营解决方案的厂商，下游为汽车制造企业与汽车经销商等，产业链具备技术壁垒高、中下游粘性强等特点

中国汽车智慧运营行业产业链



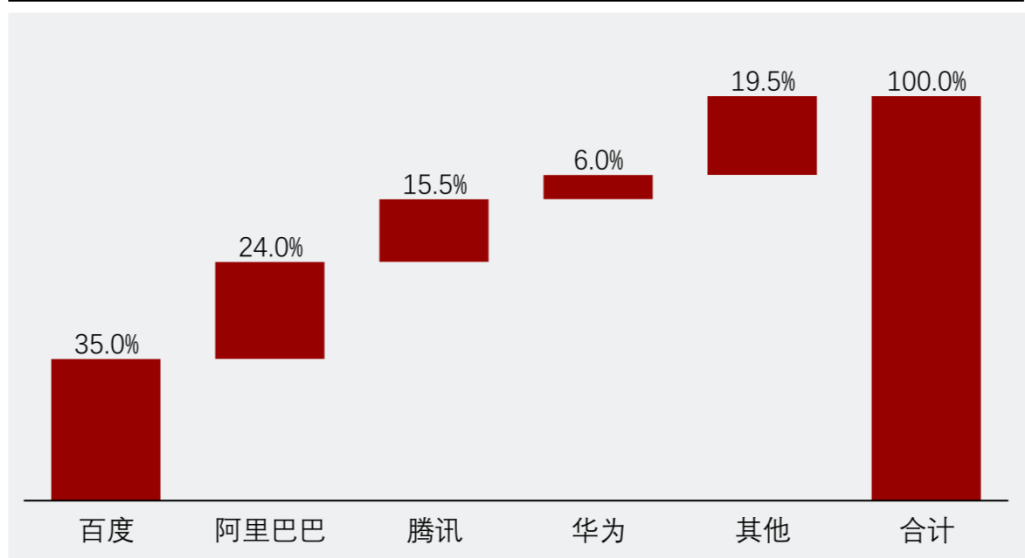
免费扫码查看高清图片

<https://www.leadleo.com/pdfcore/show?id=60c8482120410ee41d95ee83>

汽车智慧运营——产业链上游：算法平台

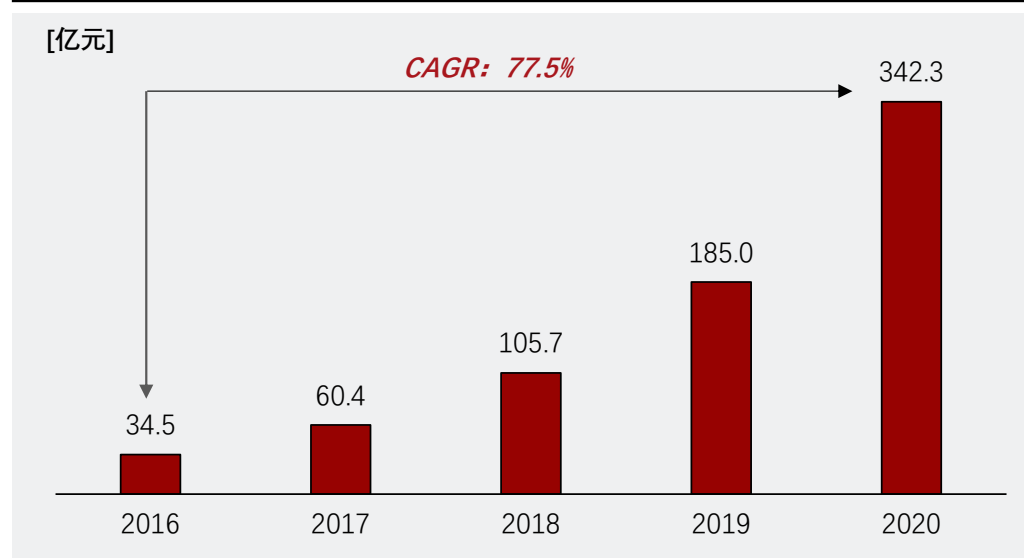
中国AI开放平台市场集中度较高，头部四家企业市场份额合计达80.5%，拥有自身算法研发团队且不依赖于AI开放平台的汽车智慧运营厂商具备较强竞争力

2019年中国国产AI开放平台市场竞争格局



- ❑ **市场集中度高：**中国AI开放平台市场竞争格局处于相对稳定和成熟时期，头部4家中国AI开放平台厂商集中度为80.5%，呈现强者恒强局面。
- ❑ **龙头厂商具备规模效应：**中国头部四家AI厂商基于其海量数据积累、全栈生态下的高用户粘性以及定价优势，在行业内已构建高准入壁垒。
- ❑ **百度AI开放平台占据中国市场第一：**截至2019年，百度AI平台开发者数量超160万，其开放AI能力数量为228项，为AI开放平台领导者，其市场份额为35%。

中国AI开放平台市场规模，2016-2020年



- ❑ **中国AI开放平台市场规模持续增长：**由于中国大力推进中国AI产业建设、AI平台应用场景拓宽以及芯片性能水平提升促使平台算法、算力成本降低等因素，中国AI开放平台市场规模于2020年已达342.3亿元，2016-2020年CAGR为77.6%。
- ❑ **头豹洞察：**由于汽车智慧运营解决方案成本占比最高的为大数据算法研发成本（30%），用于开发算法的AI开放平台对中游厂商议价权较高，同时自身拥有算法研发团队的汽车智慧厂商具备较强竞争力，且具备一定行业话语权。

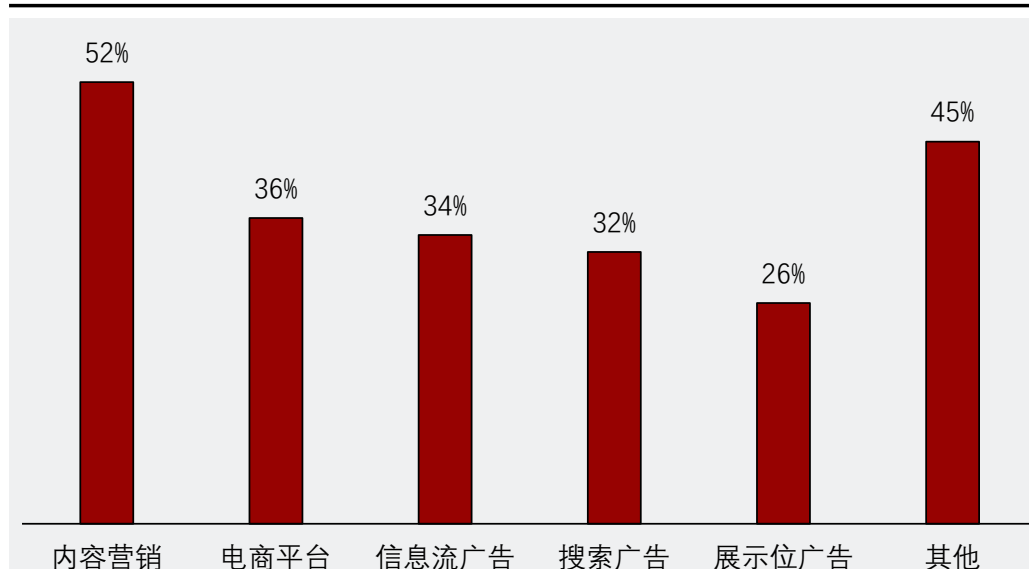
来源：头豹研究院编辑整理

©2021 LeadLeo

汽车智慧运营——产业链上游：广告投放

汽车智慧运营产业链上游为广告投放商，其中广告投放形式以内容营销为主，其市场规模的增长与发展有望助力中游领域市场拓宽

2020年中国主要广告形式排名

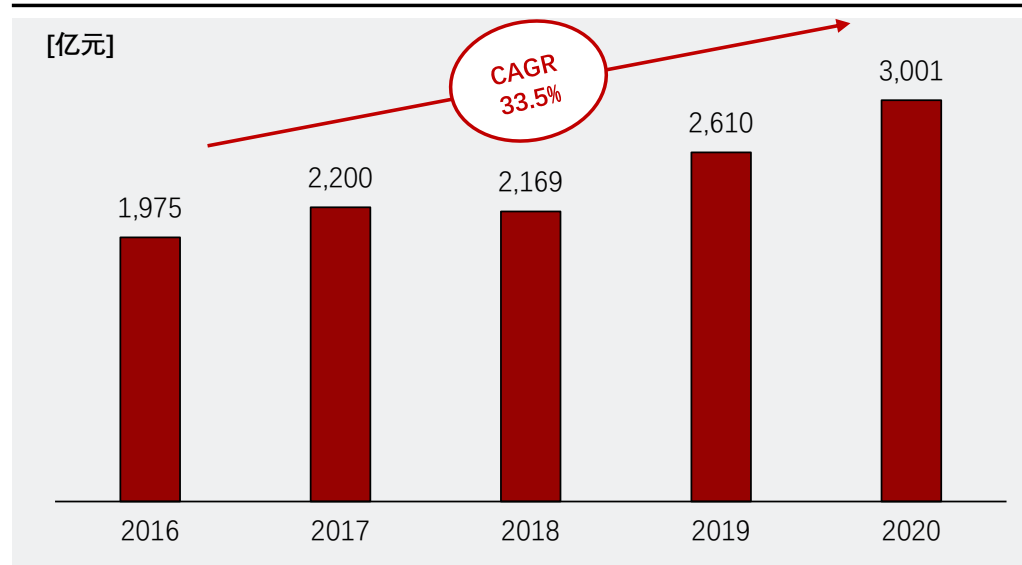


- 广告投放方式主要分为内容营销、电商平台、信息流广告、搜索广告等，其中内容营销方式具备以**品牌为导向**、**成本较其他方式较低**、**客户转化率较高等优势**，其成为品牌方广告投放首选方式，占比达**52%**。
- 由于用户的购车的整个生命闭环始于广告，汽车智慧运营行业的上游端为广告投放类公司（如新意互动、联蔚数科等），同时内容营销与传统营销差异性在于用户交互行为，内容营销的双向沟通、社交众创内容等特点可提升潜在汽车消费者在体验上的真实感。

来源：天风证券、头豹研究院编辑整理

©2021 LeadLeo

中国内容营销市场规模，2016-2020年

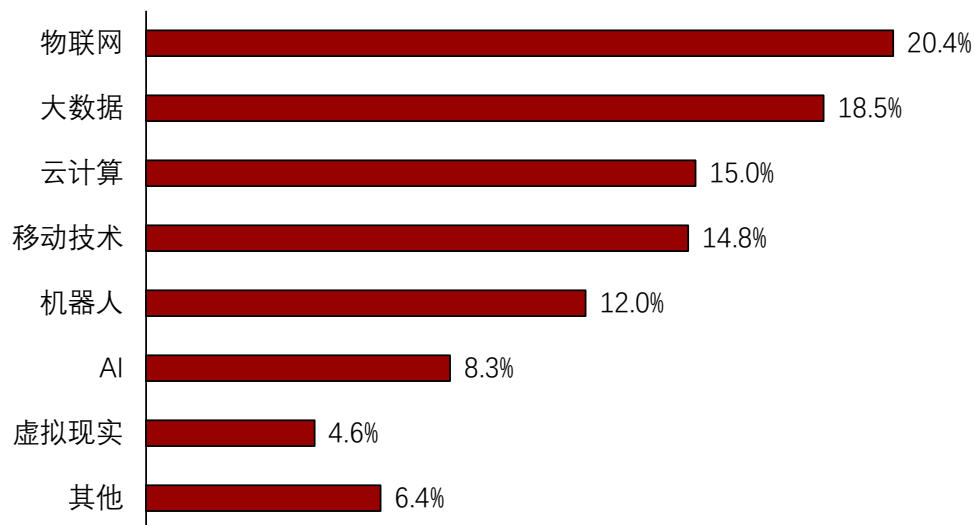


- 由于中国经济增长的推动、广告行业的持续发展，广告业务需求增长，中国内容营销行业市场规模从2016年的**2,046.2亿元**增长至2020年的**6,494.2亿元**，CAGR为**33.5%**。在大数据与AI算法的赋能下，内容营销衍生出的新模式将促使内容营销行业持续发展。
- 内容营销方式可塑造汽车内容多元化场景，包括明星驾驶日常、特定场景分享、生活使用场景、专业人士试驾分析等，同时内容营销可满足汽车品牌转型升级的营销目的，因此内容营销市场的发展可进一步助力中游汽车智慧运营市场拓宽。

汽车智慧运营——产业链中游：汽车智慧运营企业

汽车智慧运营产业链中游为提供汽车智慧运营解决方案的企业，其数字化技术应用比例较高包括物联网、大数据等，其市场竞争壁垒包括数据壁垒、技术壁垒以及经验壁垒

数字化技术在汽车行业应用比例，2020年



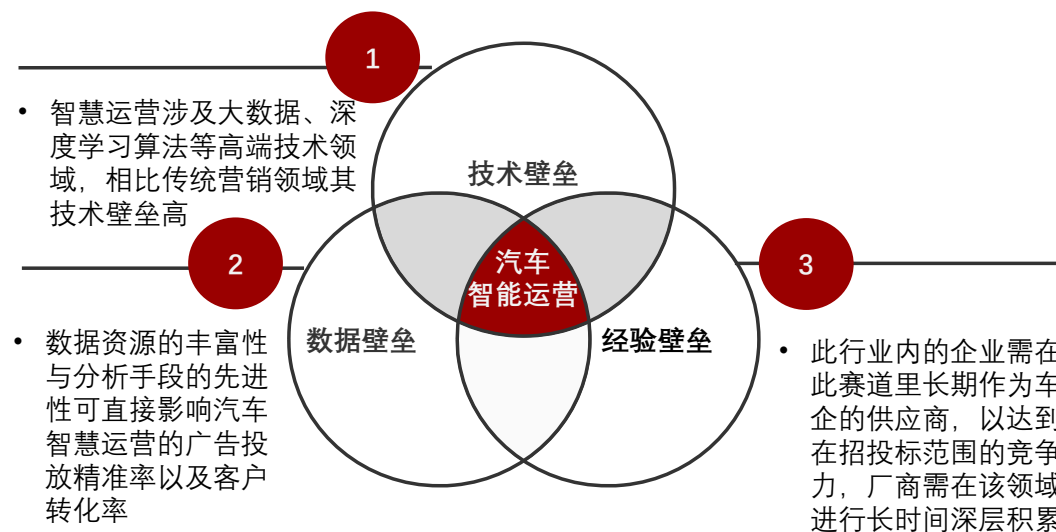
截至2020年，中国汽车行业面临全球经济下滑导致的客户对汽车需求量下降、车企转型生产新能源车导致其燃油车产量、存量过剩以及新零售商业模式下的获客难等挑战，多方挑战促使汽车行业通过引入技术进行数字化转型。

中国汽车行业中数字技术应用比例最高的为物联网与大数据技术，由于汽车结合物联网技术可将区分和定位后的特定人群纳入销售渠道和汽车营销依赖整合与分析数据的CRM系统，两者在汽车智慧运营中应用比例超50%，随着其应用场景拓宽，利用物联网、大数据等数字技术的中游汽车智慧运营企业数量将逐渐提高。

来源：北大光华管理学院、头豹研究院编辑整理

©2021 LeadLeo

中国汽车智慧运营行业竞争壁垒



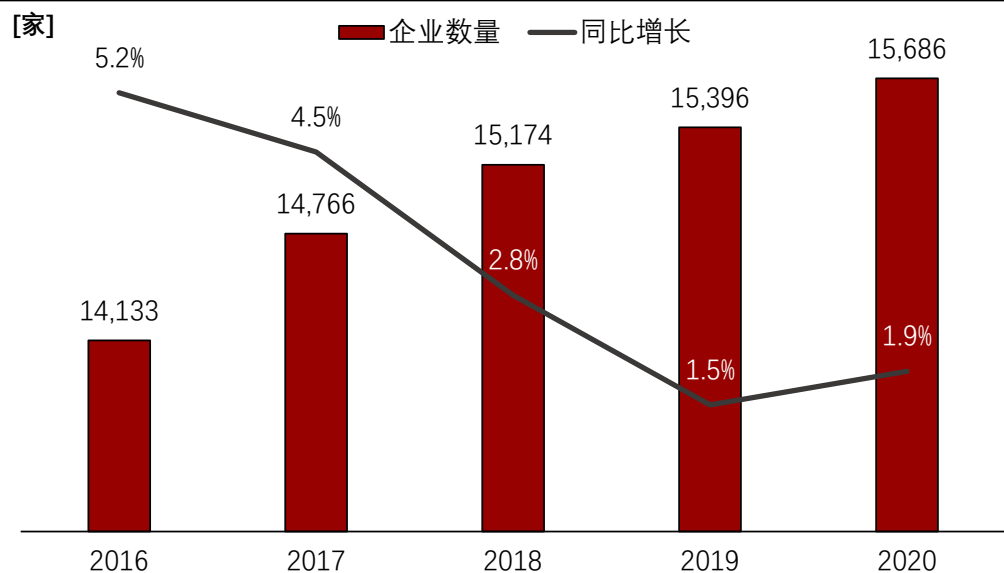
汽车智慧运营行业具备数据与技术密集等特点，行业内企业以提供在汽车营销领域一些系列的智慧运营解决方案为主，中游企业与下游车企客户粘性较强，相较于传统汽车营销行业，其在技术、数据等多方面存在较高壁垒。

头豹洞察：由于中国汽车经销商盈利能力下降、获客成本高等痛点凸显，数据为解决行业痛点的数字化前提，下游客户对汽车智慧运营企业数据平台技术要求较高。智慧运营解决方案不仅聚焦于运营层面，还聚焦于大数据分析、AI算法等技术，因此构建数据分析、清洗以及应用能力的壁垒可提高中游厂商的核心竞争力。

汽车智慧运营——产业链下游：汽车企业

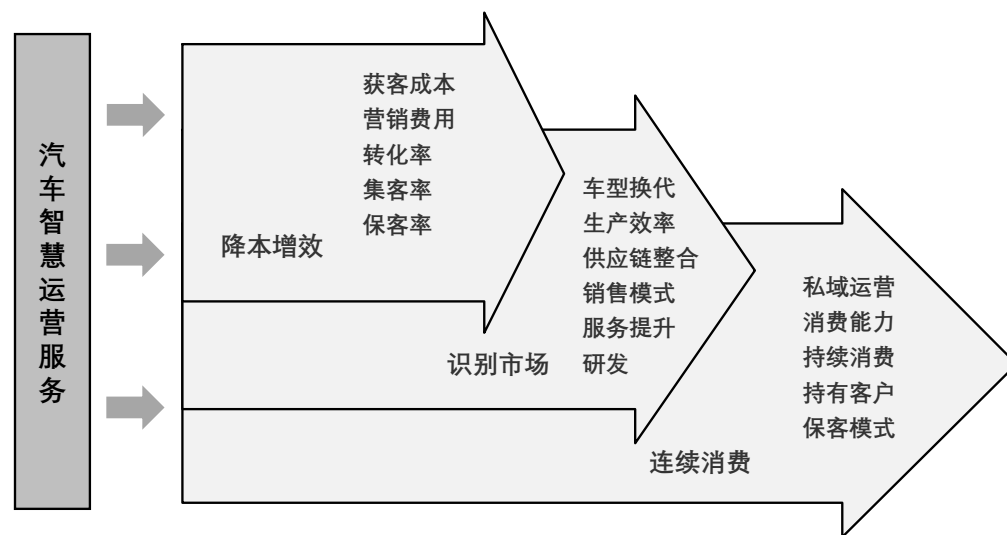
汽车智慧运营产业链下游主要为汽车制造企业、经销商等，下游客户购买中游企业产品的驱动力来源于降本增效、快速识别市场以及刺激用户消费等方面

中国汽车制造企业数量，2016-2020年



- 随着中国人均可支配收入的提升（从2016年的23,821元增长至2020年的32,189元），中国居民对汽车产品需求日益提高，促使中国汽车制造企业数量在2016-2020年间保持持续增长趋势，5年CAGR为2.6%，其中增长率稳定在3.2%，行业已进入饱和状态。
- 汽车智慧运营产业链下游包括汽车制造企业、经销商等，其下游客户数量规模化增长有利于汽车智慧运营企业进入黄金发展期。

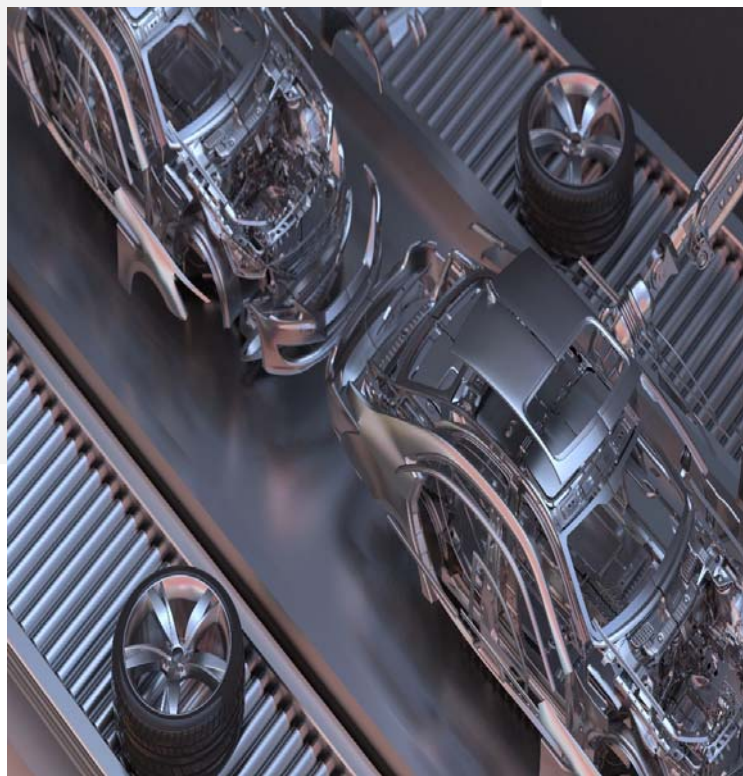
下游企业购买汽车智慧运营服务的驱动力



- 产业链下游企业购买汽车智慧运营服务的驱动力来源于三个方面。首先对于主机厂而言，汽车智慧运营产品可节省主机厂年均广告费用，主机厂可花费较少的资金去销售更多的车辆，在提升集客转化效率的同时降低其成本与单价。其次中游汽车智慧运营厂商出售给下游客户的营销工具可助力其识别市场用户的整体走势变化，主机厂可根据其工具进行车型的更新换代、调整研发思路与生产模式。最后，主机厂可通过汽车智慧运营企业与用户形成的私域运营池刺激用户进行二次消费，从而助力主机厂长期持有客户。

来源：国家统计局、头豹研究院编辑整理

©2021 LeadLeo



汽车智慧运营行业未来是否可期



汽车智慧运营行业现状及未来

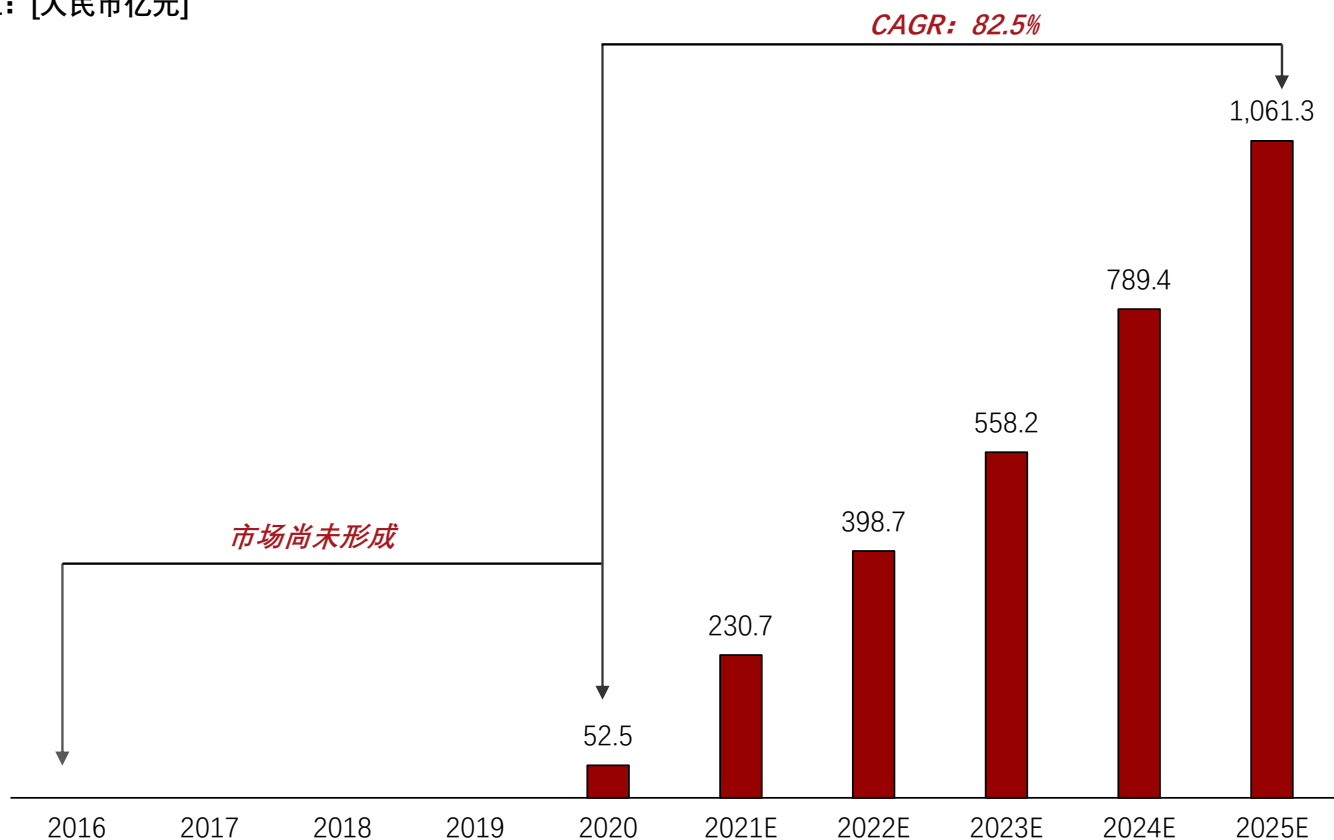
- 市场规模
- 竞争格局
- 驱动因素
- 投资亮点
- 发展趋势

汽车智慧运营——市场规模

汽车智慧运营行业基于中国主机厂广告费用的缩减以及车企营销数字化需求提升，未来3-5年将迎来市场增长爆发期，其市场规模将于2025年超1,000亿元

中国汽车智慧运营市场规模（按交易量），2020-2025年预测

单位：[人民币亿元]



来源：头豹研究院编辑整理

©2021 LeadLeo

描述

- 中国汽车智慧运营行业市场规模将于未来5年保持增长：中国汽车智慧运营行业产业链具备准入技术壁垒高、规模效应强等特点，据头豹研究院数据报告，其行业尚处于发展萌芽期，其交易量于2020年已达52.5亿元，在未来连续5年将呈现爆发式增长趋势。
- 中国主机厂广告费用的缩减为汽车智慧运营市场规模增长的主要驱动力：随着中国主机厂广告费用退坡，其缩减后的广告费用将投放在数字化与运营，其费用退坡驱动数字化需求提升，汽车智慧运营行业规模有望于2025年达到1,061.3亿元。
- 车企数字化需求与AI技术快速发展为汽车智慧运营行业提供增长基础：汽车智慧运营解决方案以技术为导向，且智慧运营较依赖于机器学习算法、大数据分析等技术，在机器算法应用技术提升以及在中国规模化的车企数字化需求增长趋势下，汽车智慧运营的发展有望迎来爆发期。

汽车智慧运营——竞争格局

汽车智慧运营市场形成较晚，尚未形成明确竞争格局，其主要参与者包括专注于企业赛道的垂直类企业与全行业布局的非垂直类企业，未来更多跨界参与者如互联网企业、新零售企业将进入此行业

中国汽车智慧运营行业市场参与者概览

中国汽车智慧运营市场形成较晚，尚未形成明确竞争格局，根据其主营业务与产品布局等可分为三类企业：

| 分类 | 部分典型企业 | 特点 |
|--------|-------------|--|
| 垂直类企业 | 北京圣承 | <ul style="list-style-type: none">• 进入汽车行业较早• 以垂直类产品为主• 技术性强 |
| | 大摩博悦 | |
| | 数果智能 | |
| 非垂直类企业 | 宏路Hyper | <ul style="list-style-type: none">• 全行业布局• 竞争者较多• 较少通过算法应用场景赋能 |
| | Convert Lab | |
| | Gio | |
| 互联网企业 | 今日头条 | <ul style="list-style-type: none">• 数据规模大• 与用户场景化触点较多• 技术架构能力强 |
| | 四维图新 | |
| | 滴滴 | |

□ **垂直类企业特征：** 此类参与者具备布局汽车行业较早、单一布局汽车赛道等特征，并实现通过互联网思维融入汽车营销价值链管理业务，其大数据平台业务毛利率在60%-80%区间。短期内品牌、技术竞争壁垒较高，与主机厂客户粘性较强，尚未面临较大竞争者威胁。

□ **非垂直类企业特征：** 此类企业的业务不局限于汽车赛道，其产品同时布局各行业解决方案，如医疗、快消、金融等。同类竞争者多，竞争较激烈。

□ **互联网类企业特征：** 此类企业基于其海量用户场景化触点，在大数据与算法方面具备较强优势，有利于客户增值营销。

备注：先后顺序不代表排名

来源：头豹研究院编辑整理

©2021 LeadLeo

汽车智慧运营竞争趋势

随着中国汽车智慧运营市场价值链逐步形成，未来更多跨界参与者将进入此行业，根据其企业性质等可分为三类：

| 分类 | 部分典型企业 | 特点 |
|--------|--------|--|
| 互联网企业 | 百度 | <ul style="list-style-type: none">• AI算法研发能力较强• 资金壁垒高• 用户规模化效应较强 |
| | 腾讯 | |
| | 阿里巴巴 | |
| 新零售企业 | 京东 | <ul style="list-style-type: none">• 多元化用户消费触点• 品牌壁垒高 |
| | 天猫 | |
| | - | |
| 金融服务企业 | 蚂蚁金服 | <ul style="list-style-type: none">• 用户支付场景触点多• 与主机厂需求吻合 |
| | 微众银行 | |
| | - | |

□ **互联网企业：** 具备较成熟的算法与大数据技术的互联网企业在未来将采取与汽车智慧运营企业合作的方式布局此行业，并同时建立大数据应用场景的服务中心，汽车智慧运营企业通过互联网企业的技术背书与高品牌壁垒进行营销模型开发，以实现其解决方案在车企的快速落地。

□ **新零售企业：** 此类企业如京东、天猫等具备用户在各类消费支付场景下的数据，此类碎片化、多元化的用户触点有利于新零售企业与主机厂需求融合。

□ **金融服务类企业：** 此类企业亦具备广泛的用户接触频次与触点，同时其用户拥有投资买卖需求，有利于此类企业与用户深度结合。

备注：先后顺序不代表排名

汽车智慧运营——驱动因素：车企加速淘汰燃油车

随着中国新能源汽车利好政策发布，燃油汽车淘汰在即，车企倾销现有燃油车库存需求助力汽车智慧运营行业迎来发展良机

中国燃油车&新能源车相关政策，2017-2020年

| 政策 | 时间 | 颁布主体 | 主要内容及影响 |
|-----------------------|------|---------------|---|
| 《节能与新能源汽车技术路线图2.0》 | 2020 | 工信部、中国汽车工程协会 | 提出2035年新能源汽车将逐渐成为主流产品，汽车产业基本实现电动化转型，至2030年，新能源汽车占比总销量40%，混动新车占传统能源车75%以上；至2035年，新能源汽车市场占比超50%，燃料电池汽车保有量达到100万辆左右，节能汽车全面实现混合动力化 |
| 《海南省清洁能源汽车发展规划》 | 2019 | 海南省政府 | 中共海南省委书记、海南省人大常委会主任刘赐贵指出，为实现海南全岛使用清洁能源，海南将于2030年不再销售燃油汽车，公共服务领域的公务车、公交车等领域自规划发布之日起，新增和更换车辆100%使用新能源汽车或清洁能源汽车，发挥示范带头作用 |
| 《柴油货车污染治理攻坚战行动计划》 | 2019 | 生态环境部、工业和信息化部 | 文件指出至2020年底，将初步形成绿色低碳、清洁高效的交通运输体系，同时包含“国六2019年7月1日提前实施”、“加快推进公共领域及物流配送加快推进新能源汽车”、“加快老旧柴油货车淘汰并制定运营补贴”、“中央财政给予地方污染治理成效方面资金支持”等政策。 |
| 《关于促进绿色消费的指导意见》 | 2019 | 发改委、中宣部 | 2020年，交通运输行业要实现“交通运输污染防治攻坚战任务圆满完成”的既定目标。推广使用新能源汽车，2020年底，重点区域的直辖市、省会城市、计划单列市建成区公交车将全部更换为新能源汽车 |
| 《汽车产业投资管理规定》 | 2018 | 国务院 | 提高投资项目准入标准，严格控制新增传统燃油汽车产能，进一步提高新建纯电动汽车企业项目条件，积极引导新能源汽车健康有序发展 |
| 《政府核准的投资项目目录（2016年本）》 | 2017 | 国务院 | 严格控制新增传统燃油汽车产能，原则上不再核准新建传统燃油汽车生产企业。积极引导新能源汽车健康有序发展，新建新能源汽车生产企业须具有动力系统等关键技术和整车研发能力，符合《新建纯电动乘用车企业管理规定》等相关要求 |

□ 随着中国新能源电动车利好政策发布，新能源汽车将于未来5-10年成为汽车行业主流产品，同时传统燃油车迎来逐渐淘汰阶段，如到2025年中国境内将限制部分燃油车生产以及到2035年中国境内部分地区将禁止销售燃油车。

□ **头豹洞察**：为响应国家政策，车企通过快速倾销已有库存燃油车进行资本回笼以研发新能源车进行更新换代，在提供汽车智慧运营解决方案的企业可助力车企转变销售模式、提高产品流通率的背景下，车企快速销售燃油车的需求促使汽车智慧运营行业迎来发展良机。

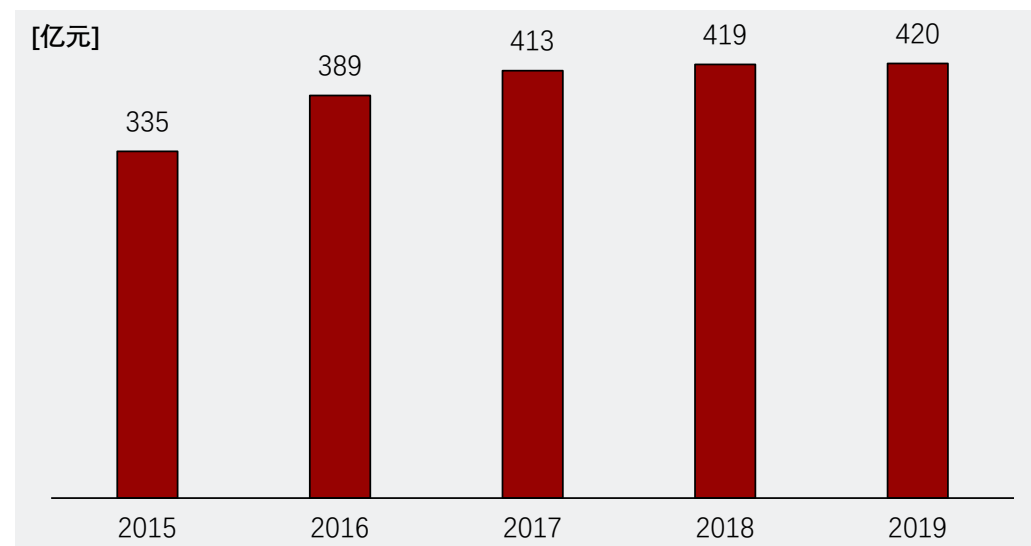
来源：头豹研究院编辑整理

©2021 LeadLeo

汽车智慧运营——驱动因素：降低车企成本

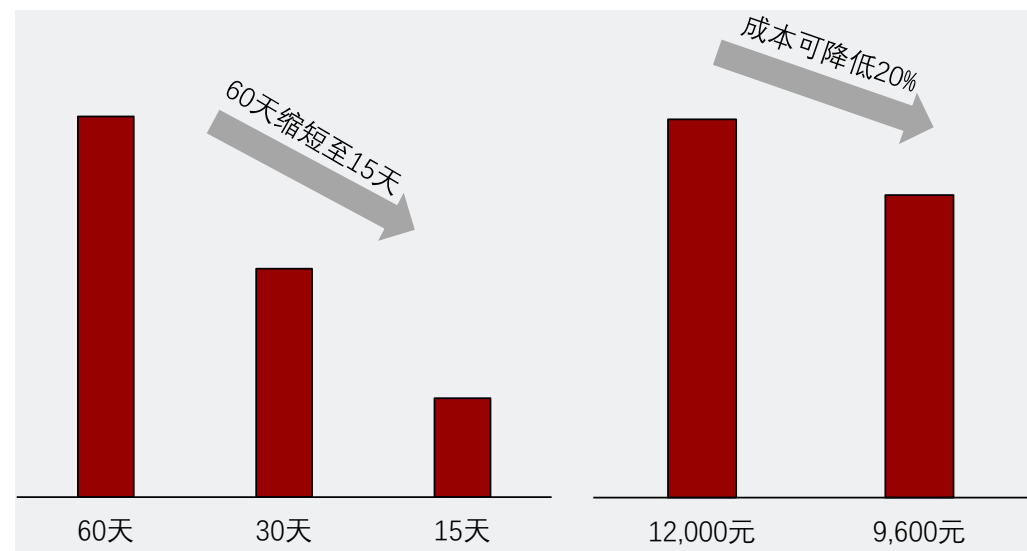
提升车企广告费用透明度、减少用户成交周期与降低整车成交成本为汽车智慧运营市场发展的三大核心驱动力

中国车企广告投放总额，2015-2019年



- 由于汽车同城同品牌经销门店数量增多，市场竞争激烈，导致经销商到店客流大幅减少与门店汽车销量增速放缓，此困境促使中国车企在包括线上与线下的汽车营销进行大力投入。中国车企广告投放总额连续五年保持持续增长趋势。
- 车企在寻求广告投放渠道的同时面临广告费用不透明且广告定价标准尚未成形等痛点，将导致其广告成本提高、转化效果不达预期。智慧运营营销工具可使车企广告费用透明化、获客结果可视化，因此在智慧运营的营销解决方案可颠覆行业痛点与潜规则的背景下，其需求将得以提升。

用户成交周期与整车成交成本变化



- 汽车智慧运营基于AI算法技术与大数据的应用，汽车营销的内容与形式可更具针对性地触达到用户端，同时其精准化、高效率化的数字广告营销模式可助力车企在从用户衡量需求阶段到成交阶段的60天缩短至30天或15天，整体集客转化周期可缩短200%。
- 从整车成交成本来看，汽车智慧运营解决方案的精准营销优势与人力优化可使整车成交成本降低20%（以整车成本12,000元为例，可降低至9,600元），因此车企为减少用户成交周期与成交成本的需求将驱动智慧运营市场发展。

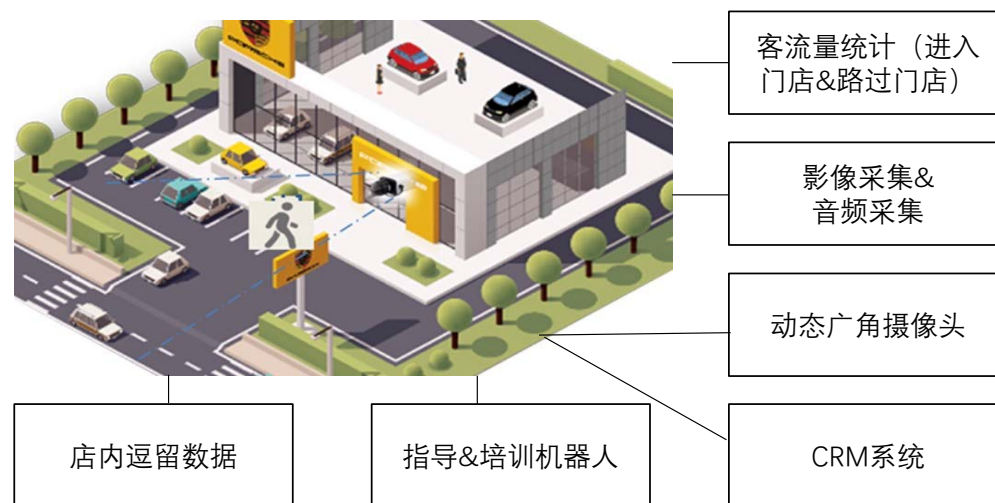
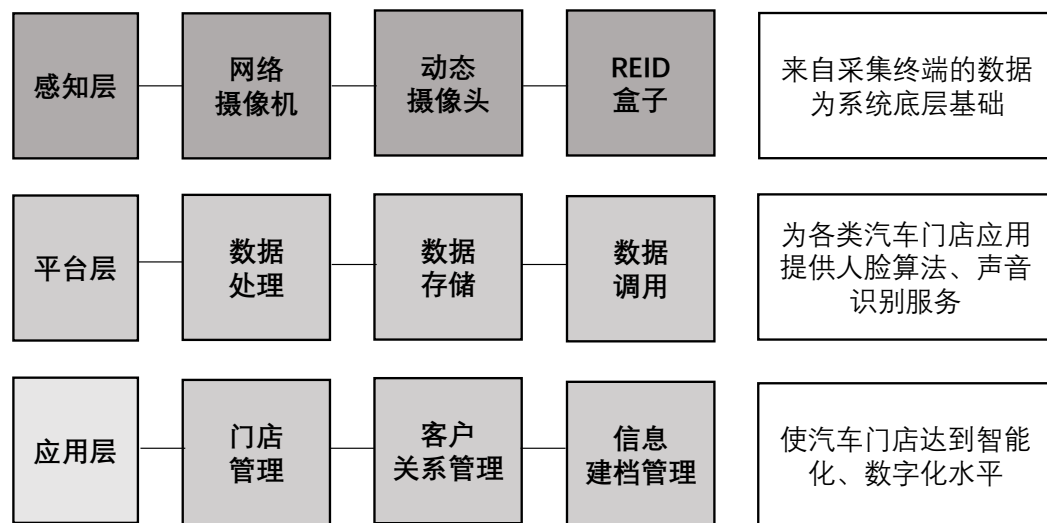
来源：CIC、头豹研究院编辑整理

©2021 LeadLeo

汽车智慧运营——发展趋势：智慧门店

随着数据平台与各类采集终端设备技术的发展，传统汽车门店将通过对其软硬件设施智能化升级的方式转型至智慧门店

汽车智慧门店软硬件升级架构&相关功能



- ❑ 汽车经销商的智慧门店指通过对门店软硬件优化升级的方式使其达到数字化、智能化运营效果，其整体架构基于感知层、平台层以及应用层三个层面，其中感知层以硬件升级为主，平台层以软件升级为主。
- ❑ 从硬件方面来看，主要以门店内动态广角摄像头实现对客户的影像与音频数据采集，其中影像升级需将过去传统流媒体转变为数字媒体，并将其知识信号转变为数字信号，使其清晰度达到720p或1,080p以上；音频升级主要通过借助基于语音转文本的语音分析，从而做出断句判断。

- ❑ 从软件层面来看，车企过去拥有自身的PC端与移动端的CRM系统，PC端与移动端的错乱重复使用导致CRM系统录入效率降低，车企需将CRM系统移动化、统一化使其数据录入效率提升并减少重复录入等无法避免的人为失误。
- ❑ 同时，店端的销售顾问可通过语音录入的方式在CRM系统中快捷给用户建档，随后将录入的语音进行自动文本转换，门店人员从而可在接待客户的同时完成录入建卡环节，其在节省其处理台账工作的同时提升其店内接待效率。因此，CRM系统移动化与信息录入、客户接待等环节的整合打通为软件层优化的核心。

来源：云从科技、头豹研究院编辑整理

©2021 LeadLeo

汽车智慧运营——投资价值

从行业发展特性与投资回报价值角度来看，中国汽车智慧运营投资价值在于其与车企合作共赢实现的市场增量和较低的投资回报风险

中国汽车智慧运营行业投资价值分析

汽车智慧运营厂商与车企实现共赢、投资回报风险低衍生行业投资价值



来源：头豹研究院编辑整理

©2021 LeadLeo

头豹洞察

- 从行业发展及特点来看，汽车智慧运营行业可助力具有国资背景的车企在汽车营销方面降低成本与控制支出，同时在国家发布利好政策的背景下扶持此类车企进行数字化转型，如一汽集团、广汽集团，因此提供汽车智慧运营解决方案的企业在赋能车企的同时助力其**节省国有资本**，帮助车企实现更多的资金规划、生产规划、供应链管理等，在使车企收益的同时国家将**给予车企更利好的政策与收入权益**，从而形成与车企合作共赢局面。
- 从投资回报价值来看，汽车智慧运营行业使用的技术包括**普适性技术（80%）与前沿性技术（20%）**，可针对传统车企的低下生产力进行改造，作为传统行业的充分必要条件，其风险度较低。同时车企可利用更高效的生产方式以及生产工具解决生产力痛点，其人效、收入与毛利可大幅度提高，在行业内从业多年的专家规避、解读并识别投资风险以及在汽车智慧运营市场容量清晰的情况下，其投资回报率可精细地被测算。

行业内哪些企业值得我们关注？



汽车智慧运营行业企业推荐

- 北京圣承
- 专家观点

汽车智慧运营企业推荐——北京圣承（1/2）

北京圣承基于大数据与人工智能技术在汽车数字营销领域的应用，可为客户提供完整一体化智慧运营全案服务及解决方案，在数据采集、加工与营销运营上具备多项行业优势

北京圣承方略咨询有限公司

企业介绍

企业名称：北京圣承方略咨询有限公司

成立时间：2009年

总部地址：北京市

对应行业：汽车智慧运营



北京圣承方略咨询有限公司（以下简称“北京圣承”），其总部位于北京，成立于2009年，一家为车企提供营销数字化以及智慧运营解决方案的企业，其业务以场景为切入点，通过平台数据驱动营销效果服务，包括数智化技术战略咨询、大数据平台构建、业务培训、IT应用系统开发、定制化营销解决方案以及业务落地辅导等。

业务领域及优势

| | | |
|----------------|---|---|
| 数字化新基建 | 北京圣承通过数智平台与数智技术，深度融合企业业务中台与数据中台且同时赋能数据采集端与数据输出端以驱动企业营销数字化转型，可全渠道打通用户、场景与产品。 | <ul style="list-style-type: none">精准营销：数字化数据与业务中台赋能精准化供应与营销运营能力强大：对海量用户与场景数据统一配置、统一管理SaaS功能强大：智慧引擎服务深度覆盖多类场景 |
| 数字化智能应用 | 北京圣承数字化基建深耕大数据与人工智能技术，并将其在第一方数据采集、数据计算以及数据应用等领域创新应用。其数据中台解决方案打通企业全链路与应用平台。 | <ul style="list-style-type: none">数据采集链短：可在各类系统与平台直接采集一手数据数据深度加工：可对各个阶段的用户进行画像分级数据深度应用：涵盖获取、激发、维系与挽留客户全周期数据应用 |
| 数智化运营 | 北京圣承推出的基于泛私域用户生态运营平台的解决方案，从提高流量捕捉、多元化媒体渠道矩阵以及各类用户运营体系等维度实现从私域流量到转化的效果营销。 | <ul style="list-style-type: none">近流量入口：流量获取渠道较宽、矩阵完善产品联动效应：产品功能涵盖多类用户触点，具备联动效应形成体系闭环：通过产品布局与运营体系构建私域流量池 |

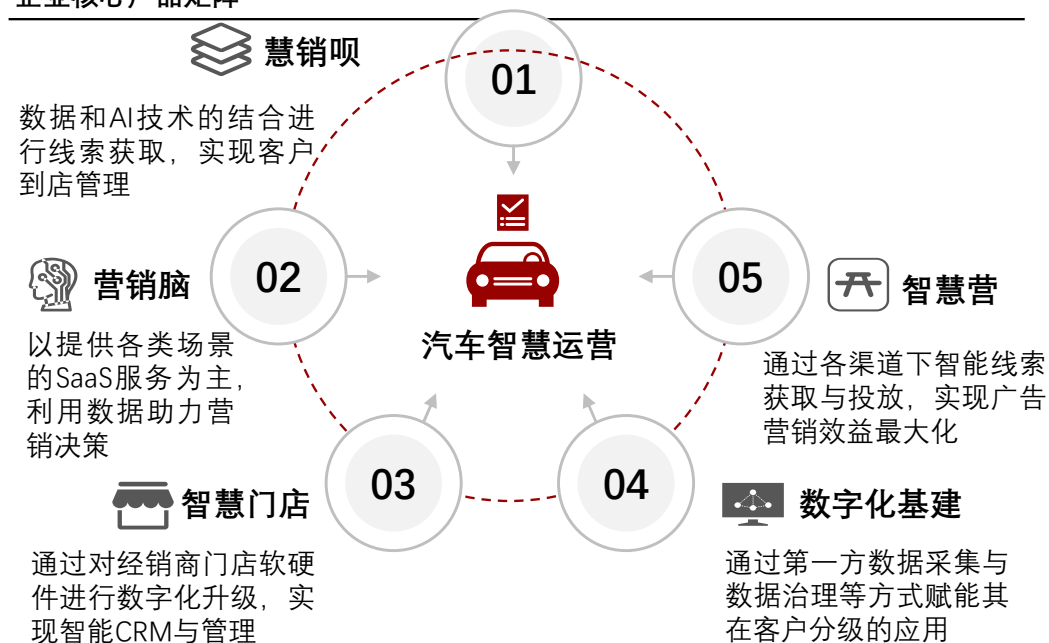
来源：北京圣承官网，头豹研究院编辑整理

汽车智慧运营企业推荐——北京圣承 (2/2)

北京圣承核心产品覆盖从线索获取至成交全链路生命周期，其在品牌、市场、技术以及产品等方面具备较强竞争力

北京圣承方略咨询有限公司

企业核心产品矩阵



- 北京圣承五大核心产品服务线覆盖从线索获取至成交全链路生命周期。
- 五大核心产品以北京圣承自主专利“智慧营销大脑”为中心，在数据、平台与AI技术赋能下可提升车企在营销端的落地效果与盈利能力。

来源：北京圣承官网、头豹研究院编辑整理

©2021 LeadLeo

企业投资亮点

- 1 品牌优势**
北京圣承深耕数智化技术营销领域**10余年**，聚焦于B-B-与O2O模式相融合体系，涵盖战略咨询、数字化系统开发、大数据应用在汽车营销领域的全覆盖，北京圣承截至2019年车企合作品牌为**56个**，同时与中国销量前十汽车品牌中**7家**为战略合作关系，具备品牌优势。
- 2 先发优势**
北京圣承相较于同行业内其他布局营销全行业、全赛道参与者具备市场先发优势，北京圣承专注于汽车行业营销赛道，在汽车智慧运营行业**领先同领域竞争者半年至一年**。
- 3 技术优势**
汽车智慧运营行业较依赖大数据、AI算法等技术，其行业技术壁垒较高，北京圣承自身具备大数据中心研发团队，其大数据与算法工程师超**50人**，可实现自行研发与运维，其技术竞争力较高。
- 4 产品优势**
北京圣承通过车企项目中优先抢占包括官网、微信等C端平台开发，相较于专注于运营层面的同类参与者在**大数据、产品设计与算法应用**具备优势，同时北京圣承与腾讯合作共创解决方案落地，其产品竞争力在汽车智慧运营领域较强。

汽车智慧运营——专家观点

汽车智慧运营行业的深度学习算法、神经网络以及高阶数学模型等技术门槛较高，此类技术结合较强的技术架构能力与行业标准制定能力，可为企业构建高准入壁垒



专家简历

此专家在汽车行业以及汽车数字化转型具备多年从业经验，就职于某汽车智慧运营厂商，熟悉汽车营数字化、了解汽车相关产品，包括整机厂、汽车经销商、汽车后服务领域核心产业链研究，并具备相关领域产品渠道建设、行业解决方案的工作经验。

专家观点

该行业技术门槛包括哪些

除去大部分厂商可达到的大数据采集、分析等基本技术门槛，更高的技术门槛包括深度学习算法、神经网络以及高阶的数学模型，此类技术均需8-10年的技术沉淀，且为企业打造高技术壁垒的核心竞争力。

哪些方面可体现此行业内企业价值

1. **技术研发能力**，包括汽车赛道的行业咨询能力与技术架构能力，且连续3-5年专注在汽车行业的数据服务与算法领域。
2. **行业内标准制定能力**，主要体现在企业是否具备在制定模型与数据的市场先发地位以及是否与主机厂粘性较强。

行业内技术发展趋势主要体现在哪些方面

汽车智慧运营的技术在未来将以实时计算、在线学习以及深度学习的方式去运行，同时将引入更多大数据科学与用户研究应用，并通过云储存、云计算、云安全、云部署以及云实施实现一云多生态，所有产品化将在云上完成。

从投资角度来看，需规避哪些风险

从行业投资角度来看，投资者需规避具备交付属性的项目，即基本运营类的工作，此类项目成本较高且毛利较低同时具备较高技术风险，因此需规避参与这类项目，尽量与生态伙伴共建为主。

特别鸣谢

感谢北京圣承在本次报告 写作中给予的支持

北京圣承



北京圣承方略咨询有限公司成立于2009年，是中国领先的汽车智慧运营解决方案提供商，业务涵盖大数据平台构建、业务培训、IT应用系统开发、定制化营销解决方案以及业务落地辅导等。

www.scominfo.com



www.leadleo.com

方法论

- ◆ 头豹研究院布局中国市场，深入研究10大行业，54个垂直行业的市场变化，已经积累了近50万行业研究样本，完成近10,000多个独立的研究咨询项目。
- ◆ 研究院依托中国活跃的经济环境，从汽车行业、智慧运营、算法应用等领域着手，研究内容覆盖整个行业的发展周期，伴随着行业中企业的创立、发展，扩张，到企业走向上市及上市后的成熟期，研究院的各行业研究员探索和评估行业中多变的产业模式，企业的商业模式和运营模式，以专业的视野解读行业的沿革。
- ◆ 研究院融合传统与新型的研究方法，采用自主研发的算法，结合行业交叉的大数据，以多元化的调研方法，挖掘定量数据背后的逻辑，分析定性内容背后的观点，客观和真实地阐述行业的现状，前瞻性地预测行业未来的发展趋势，在研究院的每一份研究报告中，完整地呈现行业的过去，现在和未来。
- ◆ 研究院密切关注行业发展最新动向，报告内容及数据会随着行业发展、技术革新、竞争格局变化、政策法规颁布、市场调研深入，保持不断更新与优化。
- ◆ 研究院秉承匠心研究，砥砺前行的宗旨，从战略的角度分析行业，从执行的层面阅读行业，为每一个行业的报告阅读者提供值得品鉴的研究报告。

法律声明

- ◆ 本报告著作权归头豹所有，未经书面许可，任何机构或个人不得以任何形式翻版、复刻、发表或引用。若征得头豹同意进行引用、刊发的，需在允许的范围内使用，并注明出处为“头豹研究院”，且不得对本报告进行任何有悖原意的引用、删节或修改。
- ◆ 本报告分析师具有专业研究能力，保证报告数据均来自合法合规渠道，观点产出及数据分析基于分析师对行业的客观理解，本报告不受任何第三方授意或影响。
- ◆ 本报告所涉及的观点或信息仅供参考，不构成任何投资建议。本报告仅在相关法律许可的情况下发放，并仅为提供信息而发放，概不构成任何广告。在法律许可的情况下，头豹可能会为报告中提及的企业提供或争取提供投融资或咨询等相关服务。本报告所指的公司或投资标的的价值、价格及投资收入可升可跌。
- ◆ 本报告的部分信息来源于公开资料，头豹对该等信息的准确性、完整性或可靠性不做任何保证。本文所载的资料、意见及推测仅反映头豹于发布本报告当日的判断，过往报告中的描述不应作为日后的表现依据。在不同时期，头豹可发出与本文所载资料、意见及推测不一致的报告和文章。头豹不保证本报告所含信息保持在最新状态。同时，头豹对本报告所含信息可在不发出通知的情形下做出修改，读者应当自行关注相应的更新或修改。任何机构或个人应对其利用本报告的数据、分析、研究、部分或者全部内容所进行的一切活动负责并承担该等活动所导致的任何损失或伤害。

头豹领航者计划介绍

头豹共建报告

2021年度
特别策划

Project
Navigator
领航者计划



每个季度，头豹将于网站、公众号、各自媒体公开发布**季度招募令**，每季公开**125个**招募名额



头豹诚邀各行业**创造者、颠覆者、领航者**，知识共享、内容共建



头豹诚邀**政府及园区、金融及投资机构、顶流财经媒体及大V**推荐共建企业

沙利文担任计划首席增长咨询官、江苏中科院智能院担任计划首席科创辅导官、财联社担任计划首席媒体助力官、无锋科技担任计划首席新媒体造势官、iDeals担任计划首席VDR技术支持官、友品荟担任计划首席生态合作官……



1

企业申请共建

2

头豹审核资质

3

确定合作细项

4

信息共享、内容共建

5

报告发布投放

备注：活动解释权均归头豹所有，活动细则将根据实际情况作出调整。

©2021 LeadLeo



头豹
LeadLeo

400-072-5588

www.leadleo.com

头豹领航者计划与商业服务

研报服务

共建深度研报
撬动精准流量



传播服务

塑造行业标杆
传递品牌价值



FA服务

提升企业估值
协助企业融资



头豹以**研报服务**为切入点，
根据企业不同发展阶段的资本价值需求，依托**传播服务**、**FA服务**、**资源对接**、**IPO服务**、**市值管理**等，提供精准的商业管家服务解决方案

资源对接

助力业务发展
加速企业成长



IPO服务

建立融资平台
登陆资本市场

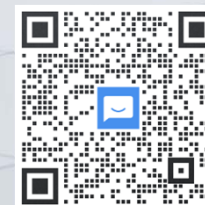


市值管理

提升市场关注
管理企业市值



扫描二维码
联系客服报名加入



读完报告有问题？ 快，问头豹！你的智能随身专家



扫描二维码即刻联系你的
智能随身专家

