

车企迎来车险发展新机遇

# 中国新能源车险生态共建 白皮书

©2021.12 iResearch Inc.

变革：迎接汽车新能源时代到来

1

机遇：新能源车险生态洞察

2

共建：新能源车险生态创新案例

3

展望：新能源车险生态发展趋势

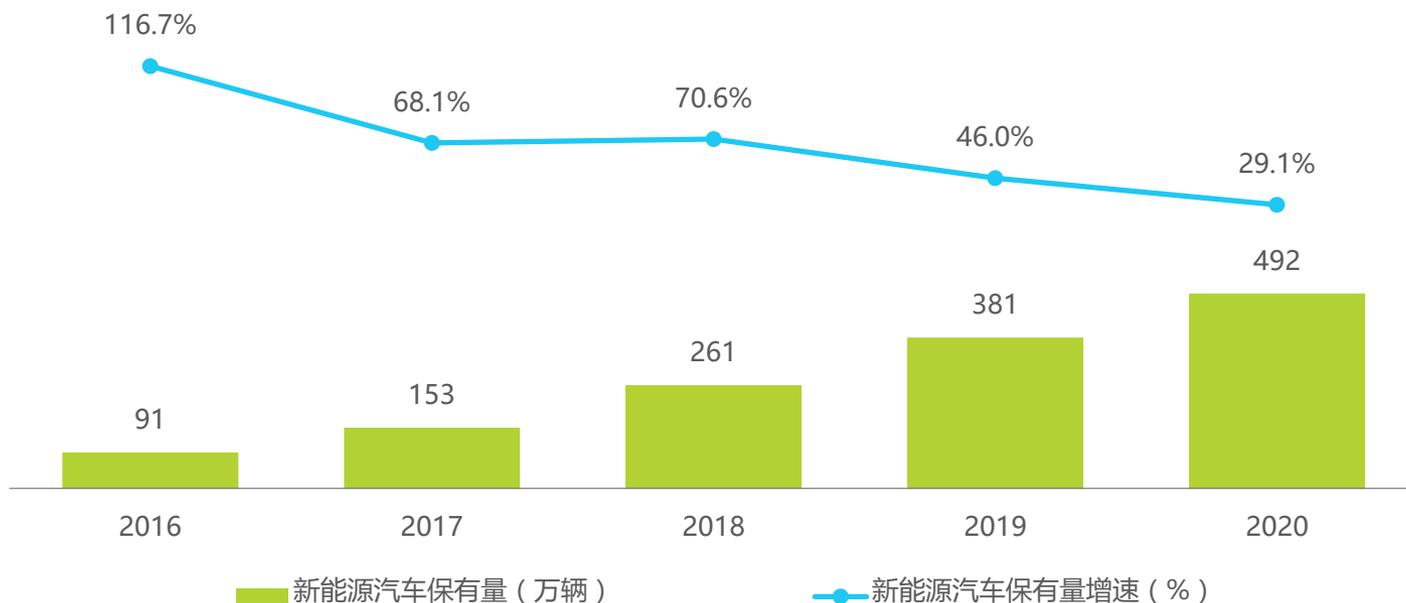
4

# 汽车新能源时代序幕拉开

## 新能源汽车保有量快速增长，汽车产业迎百年之变局

如今，绿色可持续已经成为地球发展的重要课题，能源革命和数字革命交叠着推动全球汽车产业进入新能源时代。聚焦中国市场，这次历史性变局为汽车产业带来前所未有的赶超机遇。国家战略过去十年给予行业充分支持，市场规模得以爆发式增长。根据公安部统计数据，2020年新能源汽车保有量达到492万辆，同比增长29.1%，面对疫情展现强大韧性。放眼全球，中国新能源汽车保有量占比近5成，持续扮演引领者角色。艾瑞咨询认为，在政策鼓励、技术能力提升、基础设施完善、汽车增换购需求提升等因素推动下，新能源汽车保有量持续增长，汽车产业加速变革。

### 2016-2020年中国新能源汽车保有量



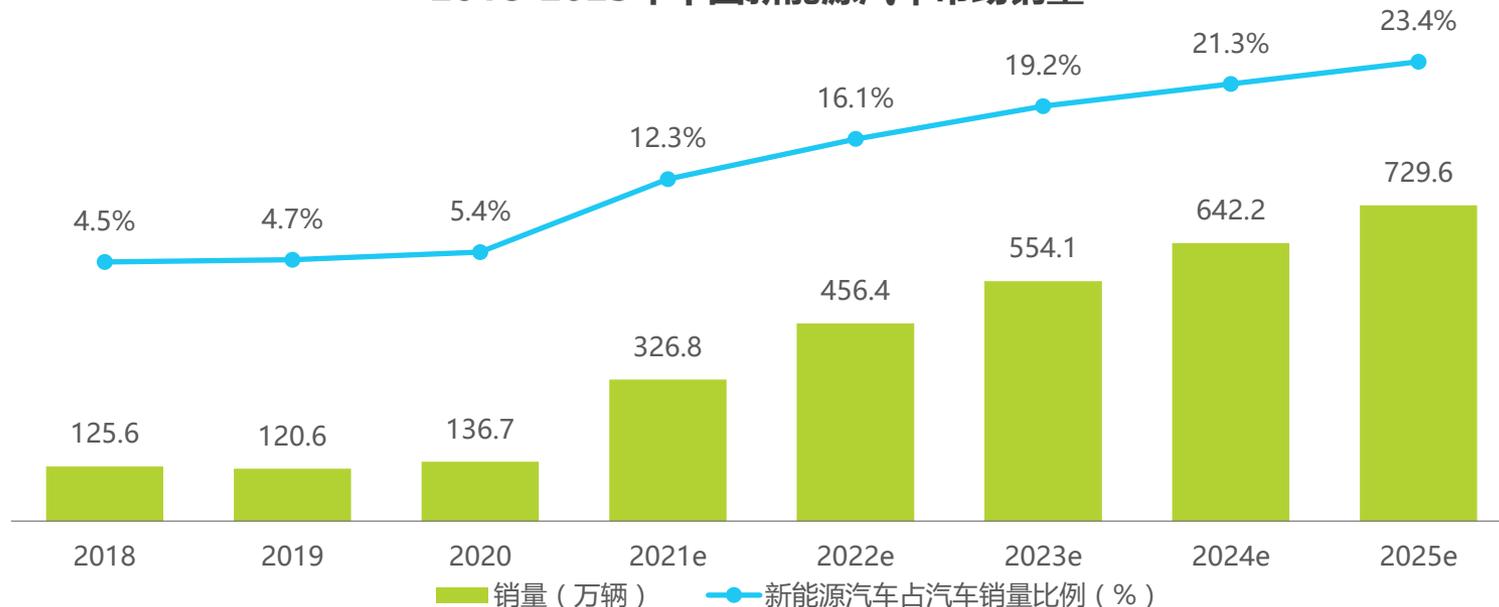
来源：公安部，艾瑞咨询研究院自主研究及绘制。

# 新能源汽车销量增长势如破竹

## 新能源汽车销量高速增长，2025年有望突破700万辆

2019年到2020年年初，受补贴退坡与疫情双重打击，我国新能源汽车销量阶段性下滑。不过在疫情得到快速有效控制以及补贴政策延期等利好因素刺激下，销量快速反弹至全年136.7万辆，占比整体汽车销量达到5.4%。同时，根据中汽协数据，2021年1-11月新能源汽车销量完成299万辆，成绩亮眼。在此基础上，根据艾瑞数据测算，预计全年销量326.8万辆，占比汽车销量12.3%。另外，参照《新能源汽车产业发展规划（2021-2035）》中2025年新能源汽车销量占比达到20%左右的发展愿景，结合绿色经济预期目标、技术成熟度提高、成本进一步下降以及消费者需求驱动力上升等利好条件，我们预计2025年我国新能源汽车销量突破700万大关，2020-2025年CAGR为39.8%。

### 2018-2025年中国新能源汽车市场销量



来源：专家访谈、中汽协、工信部，艾瑞咨询研究院自主研究及绘制。

# 三大要素助新能源汽车成时代强音(1/3)

艾 瑞 咨 询

## 有形之手强化市场决心，改革深化助力绿色发展

2020年9月，我国提出了力争2030年前达到碳峰值以及2060年前实现碳中和的气候目标，推动新能源替代迫在眉睫。然而，这对于百年产业并非易事，离不开政策这一“有形之手”的助力。过去十年，全面有力的政策支持为中国新能源汽车行业注入强心剂，行业因此取得一定先发优势。其中，行业规划统领目标预期、布局方向等宏观要素；市场方面从供需两端出台补贴刺激方案，支持供给侧转型的同时对消费者进行引导，从而逐步提升市场供需驱动力量。当然不可否认的是，整体行业仍处在发展初期，政策的有形之手将继续“护航”改革深化进程。

### 新能源汽车行业重点政策

	绿色发展	2020.09 75届联合国大会	<ul style="list-style-type: none"><li>中国二氧化碳排放力争于2030年前达到峰值，努力争取在2060年前实现碳中和；在商用车领域推动氢能与燃料电池产业的发展和应用具有重要意义——“30，60”双碳目标</li></ul>
	行业纲领	2020.10 新能源汽车产业发展规划 (2021-2035)	<ul style="list-style-type: none"><li>2025年新能源汽车销量占比达到20%左右；</li><li>纯电动乘用车平均电耗12.0kWh/100km，插电式动力乘用车新车平均油耗降至2.0L/100km</li><li>完善充换电、加氢基础设施建设；放宽市场准入，完善双积分政策。</li><li>2035年纯电动车成为新车销售主流，燃料电池车实现商业化应用。</li></ul>
	供给支持	2020.06 《关于修改〈双积分管理 办法〉的决定》	<ul style="list-style-type: none"><li>积分标准趋严，2021-2023年新能源汽车积分比例要求分别为14%、16%、18%；降低单车实际积分均值水平，对新能源汽车销量增长提出要求；“接力”补贴政策加速车企转型进程。鼓励发展低油耗车型，回归节能减排实质。</li></ul>
	需求刺激	2020.04 《关于完善新能源汽车推广 应用财政补贴政策的通知》	<ul style="list-style-type: none"><li>将新能源汽车推广应用财政补贴政策实施期限延长至2022年底，平缓补贴退坡力度；提高了整车耗能和纯电续航里程门槛——<b>延长补贴，提高里程门槛</b></li></ul>

来源：综合公开资料整理，艾瑞咨询研究院自主研究及绘制。

# 三大要素助新能源汽车成时代强音(2/3) iResearch 艾瑞咨询

## 技术成熟且成本下降，保障行业具备发展核心要素

“三电”系统指电动汽车的电池、电机和电控，是新能源汽车的核心技术要素且成本占比过半。因此，三电系统发展水平决定了电动汽车的性能指标，也是降低整车成本的重要抓手。其中，电池成本占比整车成本四成左右，其成本控制至关重要。根据GGII数据，近年来电池成本快速下滑，2020年动力电池平均售价下降到0.81元/Wh，过去5年复合平均下降速度超20%。我们预计2025年电池平均成本下降到0.5元/Wh。不仅如此，纯电动车能量密度不断上升，意味着续航里程的提升，极大缓解里程焦虑。未来，三电系统、车联网、自动驾驶等相关技术始终是行业发展的最核心要素。

### 2016-2025年中国动力电池平均售价



### 2016-2020年纯电动乘用车系统能量密度



来源：GGII、wind，艾瑞咨询研究院自主研究及绘制。

来源：工信部，艾瑞咨询研究院自主研究及绘制。

# 三大要素助新能源汽车成时代强音(3/3) iResearch 艾瑞咨询

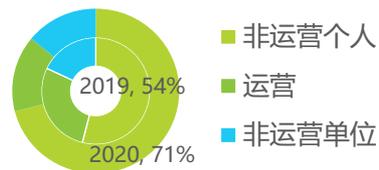
## C端痛点逐步满足，用户需求成行业发展引擎

2020年后期新能源汽车销量快速回暖，这离不开补贴政策延期的利好，也受益于用户观念的转变。交强险数据显示，2020年新能源车对私销售占比高达71%，在非限购地区的纯电动汽车销量也显著提升。另外，根据对新能源汽车用户相关的调研，我们发现52%的车主因为认可新能源理念和环保意识而选择购买新能源汽车。因此，销量数据和调研结果都证明了消费者自主需求逐渐成为市场驱动力之一。当然，用户满意度上升主要归因于痛点得到缓解：数据显示，2020年纯电动乘用车平均续航里程达到382.4km，公共充电桩数量达到80.7万台，逐渐抹平与燃油车的差距。综上，随着用户痛点逐一解决、未来汽车产品升级及使用环境的优化，行业进入市场驱动的快速发展阶段。

2020年新能源用户调研部分结果

HOW		WHY		WHY NOT	
缩短充电时间	62.7%	认可理念	52%	续航里程短	49.7%
提升电池容量	62.7%	用车成本低	46.4%	电池寿命短	48.1%
提升续航能力	64.0%	有补贴	45.4%	公共充电设施覆盖率低	47.4%
				充电时间长	40.3%

2019-2020年新能源车销量结构



2014-2020年平均纯电动乘用车续航里程



2016-2020年中国公共充电桩保有量



样本：N=928，于2020年9月通过艾瑞iClick在线平台调研获得。

来源：《免征车辆购置税的新能源汽车车型目录》，充电联盟，综合公开资料整理，艾瑞咨询研究院自主研究及绘制。

# 新能源汽车市场竞争格局

## 群雄逐鹿，百家争鸣，共同推动市场繁荣发展

新能源汽车市场仍处于发展初期，因其具有较高的增长确定性和相对较低的门槛，多方参与者涌入。当下，市场参与方分为造车新势力、传统车企两大阵营。造车新势力凭借更强的电动化和智能化技术能力、以用户为中心的营销和运营理念等优势扮演挑战者的角色，典型企业包括特斯拉、蔚来、小鹏等；而传统车企作为守擂者，其优势在于深厚的历史底蕴、高品牌认可度以及产品条线完善，典型企业包括比亚迪、北汽、一汽大众等。其次，以华为、小米为代表的互联网企业进入新能源汽车市场处于起步阶段，凭借其科技能力布局汽车生产和智能网联战场，在与多方合作的前提下可输出差异化服务。同时，当前市场参与者众多，头部玩家市占波动浮动较大，处于强竞争阶段。但无论如何，我们定将迎来万亿新能源汽车市场的繁荣。

### 新能源汽车市场竞争格局

	典型企业	产品情况	营销、销售与运营	品牌认知	技术能力
造车新势力		<ul style="list-style-type: none"> <li>以A+级车型为主进入市场，产品定位侧重高端市场。主打年轻消费群体，竞品燃油车型的替代效应明显</li> <li>自动化、智能化特征明显，OTA升级速度较快；</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>以线上订购、线下体验店、加盟店、直营店形式为主，公司直接对门店进行管理</li> <li>以用户体验为核心提供服务，实现高效运营</li> </ul>	智能化 高科技 年轻化	具备互联网的基因，在电动化、智能化、数字化等方面具备优势，而在整车制造，产品质量把控上仍存在一定的短板。
传统车企		<ul style="list-style-type: none"> <li>产品线较为完善，包含A0到B级纯电及混动轿车、SUV，可满足不同用户需求</li> <li>现象级产品：比亚迪推出混动产品，分食经济燃油车市场；上海通用五菱推出宏光mini主打价格优势</li> </ul>	“填鸭式”的经销模式：传统4S店、经销商模式为主，渠道优势和规模效应明显。用户与车企的连接性较弱，服务体验不佳	安全 高品质 有底蕴	传统制造能力和供应链能力优势明显，产品质量有保障；电动化、智能化能力相对起步较晚。

挑战者

守擂者

来源：专家访谈、艾瑞咨询研究院自主研究及绘制。

变革：迎接汽车新能源时代到来

1

机遇：新能源车险生态洞察

2

共建：新能源车险生态创新案例

3

展望：新能源车险生态发展趋势

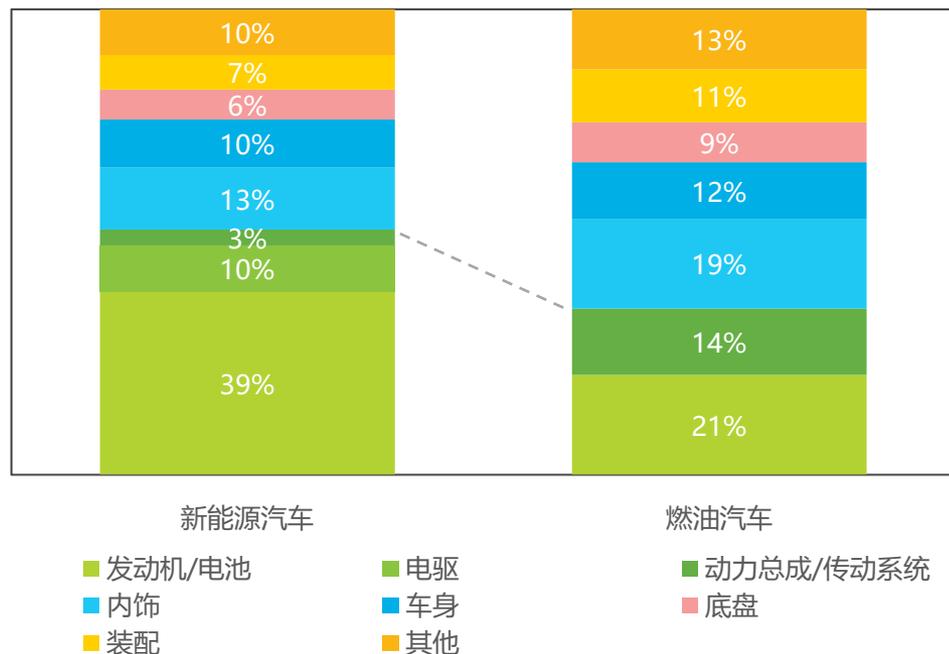
4

# 变化1：新能源汽车风险特性发生转变

## 传统车险无法满足新能源汽车保障需求

新能源汽车与传统燃油车在成本结构上大不相同，因此新能源汽车在风险结构、风险成本上存在较大变化。新能源汽车的核心动力系统是由电池、电机和电控组成，替代了燃油汽车的发动机、变速箱等装置，因此传统车险关于汽车核心部件的保障已不适配新能源汽车；另外传统车险条款中的责任范围无法覆盖新能源汽车面临的特定风险因素，包括电池故障、充电故障责任等，因此在发生风险后新能源车主将难以索赔。同时，对保险公司而言，新能源车出险频率和赔付率都高于传统燃油汽车，沿用传统车险产品长期来看不利于车险行业的良性发展。

### 2020年新能源车与燃油汽车成本结构对比



#### 成本结构

新能源汽车成本结构变化，导致其风险结构和风险成本与传统燃油汽车不同。

#### 风险因素

传统车险条款无法覆盖新能源汽车特定的风险因素。

#### 费率厘定

新能源汽车出险频率和赔付率较高，沿用传统车险不利于行业发展。

来源：World Electric Vehicle Journal，艾瑞咨询研究院自主研究及绘制。

# 机遇1：新能源专属车险破局保障痛点

## 新能源专属车险政策出台为行业带来增量发展新机遇

随着《中国保险行业协会新能源汽车商业保险专属条款（试行）》的发布，车险行业迎来了发展新机遇。《专属条款》的变化主要有：一、在传统商业车险条款的基础上，扩大了保障范围，针对性的保障了新能源汽车“三电”系统及其相关风险；二、明确了免除责任范围及新能源车险折旧率；三、针对新能源汽车特性，定制了包括电网、充电桩在内的四项专属附加险。总的来说，在当前车险行业存量竞争激烈，经营利润微薄的背景下，新能源专属车险无疑打开了全新的增量市场。对保险公司而言，新能源专属车险有助于更精准的定价，从而缓解赔付压力、提升经营利润；对消费者而言，新能源专属车险填补了传统车险保障不足的痛点，有助于消除消费者购车疑虑并提升消费者的用车体验。

### 新能源专属车险的主要变化



#### 扩大保障范围

明确意外事故包含起火燃烧；  
新增（1）车身；（2）电池及储能系统、电机及驱动系统、其他控制系统；（3）其他所有出厂时的设备。使用包括行驶、停放、充电及作业。



#### 明确免责/折旧率

**免除责任：**电池衰减以及充电期间外部电网故障导致的汽车损失；  
**折旧系数：**整体高于传统车险，纯电动新能源汽车采用按汽车价值梯级递减的折旧系数，降低保险金额。



#### 新增专属附加险

（1）附加外部电网故障损失险；（2）附加自用充电桩损失保险；（3）附加自用充电桩责任保险；（4）附加新能源汽车增值服务特约条款。

# 变化2：人、车、厂关系重构

## 造车新势力重构营销关系，智能网联汽车改变人车交互模式

特斯拉在直销模式上的成功，带动了造车新势力以及传统车企在创新渠道建设上发力的决心，国内汽车产业的流通方式正在迎来传统的4S经销商模式向直销模式转变的拐点。车企重构营销关系反映了车企急于与用户建立连接，改变过去服务链条短、用户感知力弱等痛点的期望。另外随着汽车电子、车载软硬件及通信传输技术的发展，智能网联汽车逐渐成重要的交互终端，车企通过新一代的座舱电子系统能够与车主建立更加紧密的纽带关系，从而延展更多服务范围。因此，在新能源汽车时代下，人、车、厂关系正在重构。在传统模式下，车企往往只承担汽车生产制造任务，交付、维修、增值服务都由经销商承担，车企与用户连接较弱。而在现有模式下，车企正在渗透汽车产业价值全链条，成为消费者用车综合服务的主要提供方。

### 人、车、厂关系重构前后对比：综合服务重心由经销商向车企转移



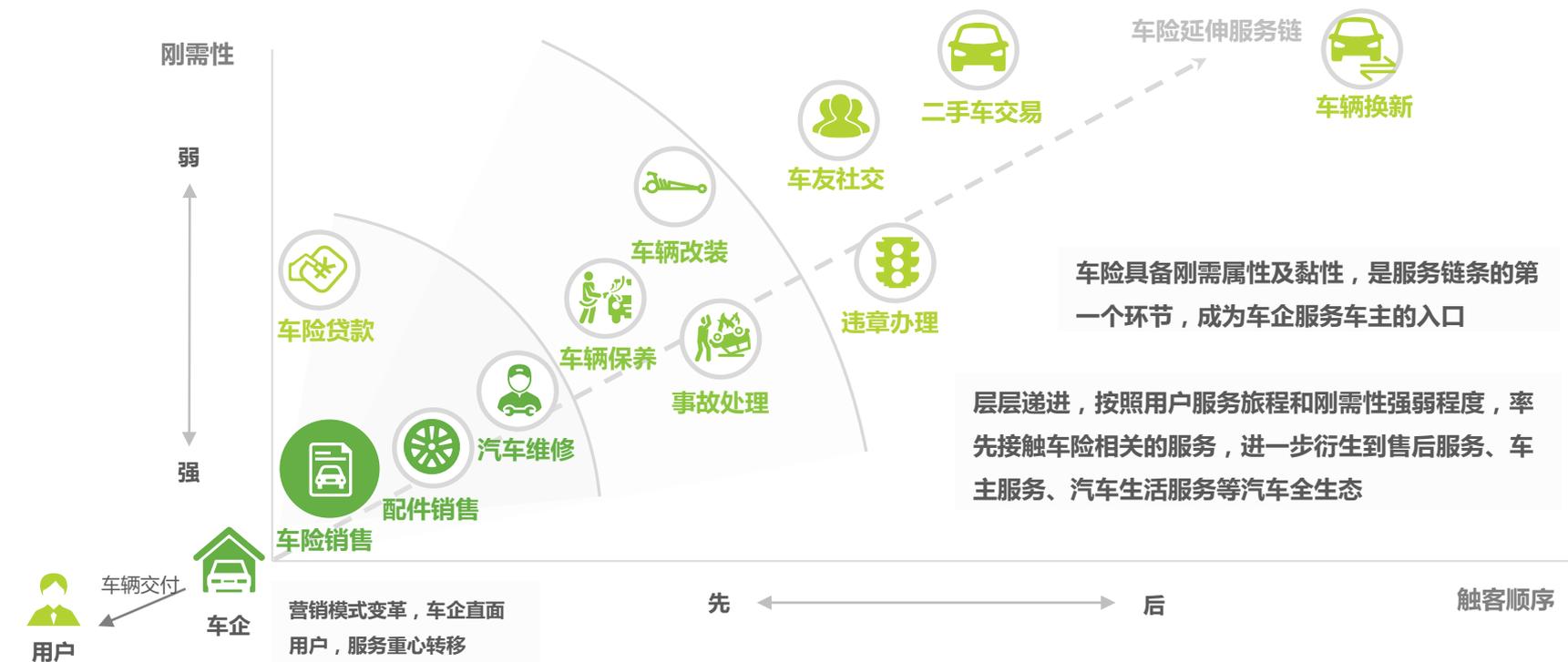
来源：艾瑞咨询研究院自主研究及绘制。

# 机遇2：车险成为车企服务车主的入口

## 以车险为服务抓手拓展汽车生态服务

车险是消费者购车接触到的第一个服务类产品，过去汽车销售终端主要由经销商集中掌控，因此车商渠道也成为车险最重要的销售渠道（尤其新车车险）。车险的刚需属性及黏性使得经销商得以掌控车主服务入口，从而拓展汽车保养、理赔维修、汽车金融等汽车后市场业务。通常，汽车后服务市场的利润率远高于汽车生产制造环节，因此其创造的利润价值往往占整个汽车产业链的50-60%，但是在传统服务模式下车企的参与度却十分有限。在当前“去中介化”以及新能源汽车“人、车、厂”关系重构的背景下，车企有望在直销模式以及汽车网联化的基础上直面终端消费者，未来车辆交付仅是车企创造价值的起点，后续以车险为服务抓手，车企能够开拓更多车后生态、车主权益等服务体系。

### 以车险为服务抓手拓展汽车生态服务



来源：艾瑞咨询研究院自主研究及绘制。

# 变化3：新能源汽车带动汽车产业智能化 iResearch 艾瑞咨询

## 汽车产业的智能化正在改变车险商业逻辑

新能源汽车的发展对车险行业的影响不止体现在专属产品和营销关系上，从产业全局角度来看，在上游相关技术成熟的背景下，新能源汽车以其特殊的电气特征成为汽车智能化落地的最佳载体，同时伴随着互联网造车新势力先进设计理念的渗透以及逐渐成熟释放的产能，高度智能化的新能源汽车以鲶鱼效应的方式推动传统车企加快智能汽车技术发展。智能汽车意味着搭载了更精密的传感器和控制器，行车时系统实时运行数据流并提供辅助决策，在此背景下车险的商业逻辑将发生变化。

### 汽车产业的智能化改变车险商业逻辑



汽车  
保险

汽车的智能化正在改变 车险 定价模式、风险特征与理赔体验。

降低事故发生率

#### 智能驾驶辅助系统



防擦碰系统

前碰预警

驾驶员疲劳/分神监测

异常行为检测

道路偏离预警

环视系统

...

#### 智能汽车电子电气



决策层

处理器

算法

感知层

摄像头

激光雷达

毫米波雷达

红外传感器

GNSS

MEMS传感器

...

提供多元定价、理赔依据

#### 车联网大数据



汽车外部数据

道路设备数据

智慧城市数据 (V2V/V2I等)

...

汽车内部数据

行车数据采集

事件数据记录系统(EDR)

车载视频行驶记录系统(DVR)

...

数据流

来源：艾瑞咨询研究院自主研究及绘制。

# 机遇3：智能汽车重新定义车险

## 数据价值使车企占据车险经营核心战略高地

传统车险经营模式是以渠道为核心，产品同质化现象严重，虽然在车险综改背景下，保险公司一定程度上掌握了定价自主权，能够根据自身经营情况进行差异化定价，但是由于保险公司无法掌握车主用车数据，因此在产品设计上仍然是“从车”的离线定价方式。而在智能汽车时代，数据的价值将会被最大程度的利用，在数据安全合规的前提下，车主的驾驶行为、行驶里程、用车时长都将成为车险定价的重要依据，从而提供给车主个性化的车险产品。另外基于传感器数据及人工智能算法解析，智能汽车能够有效干预危险驾驶行为，从而降低事故发生率，控制车险赔付率。在理赔阶段，行车过程数据能够辅助保险公司远程认责定损并推荐修理厂，从而提升保后服务效率。因此在全新的车险服务链条下，车企将成为重要的参与者，占据车险运营的主导权。

### 智能汽车重新定义车险



来源：艾瑞咨询研究院自主研究及绘制。

# 车企入局车险业务的三大挑战

## 车企布局车险说易做难，“专家”引路助其占领先机

汽车新能源时代的到来为车险变革带来机遇，车企将扮演重要角色。以车险为抓手的服务生态是新时代车企的必备能力和竞争武器。同时，中国车险行业过去快速发展且经历了数次改革，行业向着精细化和数字化转型，新进入者门槛较高。因此，无论是传统大型车企还是造车新势力，入局车险行业将面临诸多痛点：首先，车企为开展车险业务获得必备的经营牌照存在一定难题；其次，直销的模式要求车企必须具备功能完善的线上系统，不仅建设成本大、时间周期长，而且与保司系统对接复杂。再者，车险具备属地化特征，全国范围线下服务网络是其保证用户服务的触角，需要长期积累。因此，无论是百年传统车企还是造车新势力都不具备车险行业经验，都需要花费大量的人力、财力去跻身车险赛道，更不用说现在汽车销售战犹酣，精力有限。所以，车企若想抢占车险市场先机，还需与具备能力的服务商优势互补，合作共赢。

### 车企入局车险业务三大挑战



#### 牌照/合约

**牌照：**全国性保险代理牌照是车企开展车险业务的必备经营资质，同时需要设立区域分支机构才能满足属地化经营的条件，以顺利实现业务拓展。因此，牌照获取对于车企来说只是“敲门砖”。

**合约：**车险属地化运营，不同产品有不同的定价及费用政策，车企不具备快速储备大量产品合约的能力。



#### 服务网络

当下，我国车险数字化进程尚浅，本地化出单、结算服务随着车企服务市场范围不断扩大和下沉，是车险机构必备能力。其次，为了给用户提供优质的理赔、维修、车主服务，要求车企与大量的线下服务网点达成协作或自建庞大的服务网络体系，都会需要大量时间和资金成本，准备不足可能影响用户的服务体验。



#### 系统搭建

为了实现车企在车机和移动端的车险业务开展，必须具备一套成熟的线上系统，具备报价、支付、出单、理赔、结算、管理等功能，同时实现与保险公司报价、核保核心系统的深度对接。然而，一般情况下，不同省市不同公司接口存在差异，短时间很难实现与大量的系统对接，全国只有少数从业机构具备这样的能力，

“

“汽车公司试图在保险领域获得成功如同保险公司在汽车行业获得成功一样困难”

——沃伦·巴菲特

”

“The success of the auto companies getting into the insurance business is probably as likely as the success of the insurance companies getting into the auto business”

——Warren Buffett

来源：综合公开资料整理，专家访谈，艾瑞咨询研究院自主研究及绘制。

变革：迎接汽车新能源时代到来

1

机遇：新能源车险生态洞察

2

共建：新能源车险生态创新案例

3

展望：新能源车险生态发展趋势

4

# “用户企业”直击理赔服务痛点，智能汽车重塑车险价值链

蔚来汽车是中国新能源造车新势力的代表企业，在科技与服务双轮驱动下取得领先优势。根据公司年报，2021年上半年交付41956台汽车，同比增长196.1%。销量表现优异离不开其“用户企业”的发展愿景，这也成为车险创新的核心优势。一直以来，蔚来深谙车企具备定损、风控理赔等方面的优势；而其长期深耕的用户体验恰好补齐传统车险服务短板。因此，蔚来布局车险既能满足用户服务诉求又能改善保司车险运营。为推动车险业务进程，蔚来完成系统对接、产品设计以及铺设了全国范围的服务网络。推出保险、服务组合包产品——服务无忧，得到市场强力反响（服务无忧1.0用户渗透率超90%）。再之后不断迭代服务无忧内容和推出保险无忧包，成为车企车险创新的典型案例。另外，蔚来也努力在电池租赁和车载软件相关方向积极推动车险产品创新。

## 蔚来汽车车险业务情况

### 系统搭建

对报案、定损、理赔、保单管理、增值服务都进行接口管理，同时和车主APP强关联。

### 服务网络

服务中心有ASC和NSC两种模式，提供汽车维修、保养等服务，网点资质与专业能力都由蔚来把关以求保证服务质量。截止2021年5月31日，全国21个城市33个NSC；120城市159个ASC。

ASC - 授权服务中心 NSC - 蔚来服务中心

### 产品设计

运营团队通过对服务内容、成本、维修成本、佣金收入进行严密的测算，平衡蔚来维保服务和保司理赔的成本和价格



### 合作模式

蔚来通过保险代理牌照进行合作公司车险代销，获取佣金收入；其次，在理赔服务环节，蔚来主要协助保司做定损工作，并且维修服务由蔚来的服务中心提供。



### 理赔服务合作模式示意



报案  
(蔚来)

估损  
(蔚来/保司)

定损 (保司)

赔付 (保司)

服务中心  
(蔚来)

**保险内容：**交强险、三者险（200万保额）、车损险、驾乘意外险

**价格：**根据车型定价不同，新购价格11600元起

**服务内容：**全年车辆维修全包，漆面维修累计多至6个面；每年6万公里内车辆保养全包；维保代步出行服务（蔚来原因超24小时不限天数；事故其他原因7天）；不限次数上门补胎、维保取送车服务；35张增值服务券（洗车、代驾、代泊）；年检代办服务



服务无忧



保险无忧

**保险内容：**交强险、三者险（200万保额）、车损险、驾乘意外险

**价格：**根据车型定价不同，新购价格11600元起

**服务内容：**全年车辆维修全包，漆面维修累计多至6个面；每年6万公里内车辆保养全包；维保代步出行服务（蔚来原因超24小时不限天数；事故其他原因7天）；不限次数上门补胎、维保取送车服务；35张增值服务券（洗车、代驾、代泊）；年检代办服务

来源：专家访谈、公司年报、综合公开资料整理，艾瑞咨询研究院自主研究及绘制。

## 通过数字技术推动保险行业的变革与转型

车车科技是一家国内领先的保险科技公司，公司成立于2014年，先后获得腾讯、顺为等多家知名风投数十亿的投资。作为国内最早从事车险数字化交易的保险科技公司，经过7年多的发展，车车科技不仅拥有领先的交易系统，而且建立了覆盖全国28个省市的线下服务网络，2020年车险保费交易规模突破150亿，合作伙伴包括滴滴、京东、高德等多家互联网公司。另外，车车科技利用技术积累和数据洞察力开发多款保险SaaS系统，为保险公司和中介机构提供全面的核保系统解决方案和IT基础设施，以满足企业的数字化转型需求。

### 车车科技保险数字化图谱



来源：艾瑞咨询研究院自主研究及绘制。

## 凭借保险行业深厚积累赋能车企建立全流程车险服务体系

车车科技在车险交易系统、服务网络、理赔维修、车主服务、保险牌照等5个方面建立了标准、透明、合规、智能的新能源车险解决方案，免费向全行业开放服务。车车科技凭借自身在保险行业深厚的积累，助力车企建立车险服务体系。车车科技与国内某知名车企达成战略合作，为其提供10+保险公司报价出单系统，全国200个城市的落地业务服务，连接5000家维修保养公司提供理赔维修服务，提供全流程智能运营服务。

### 某新能源车厂合作案例展示



变革：迎接汽车新能源时代到来

1

机遇：新能源车险生态洞察

2

共建：新能源车险生态创新案例

3

展望：新能源车险生态发展趋势

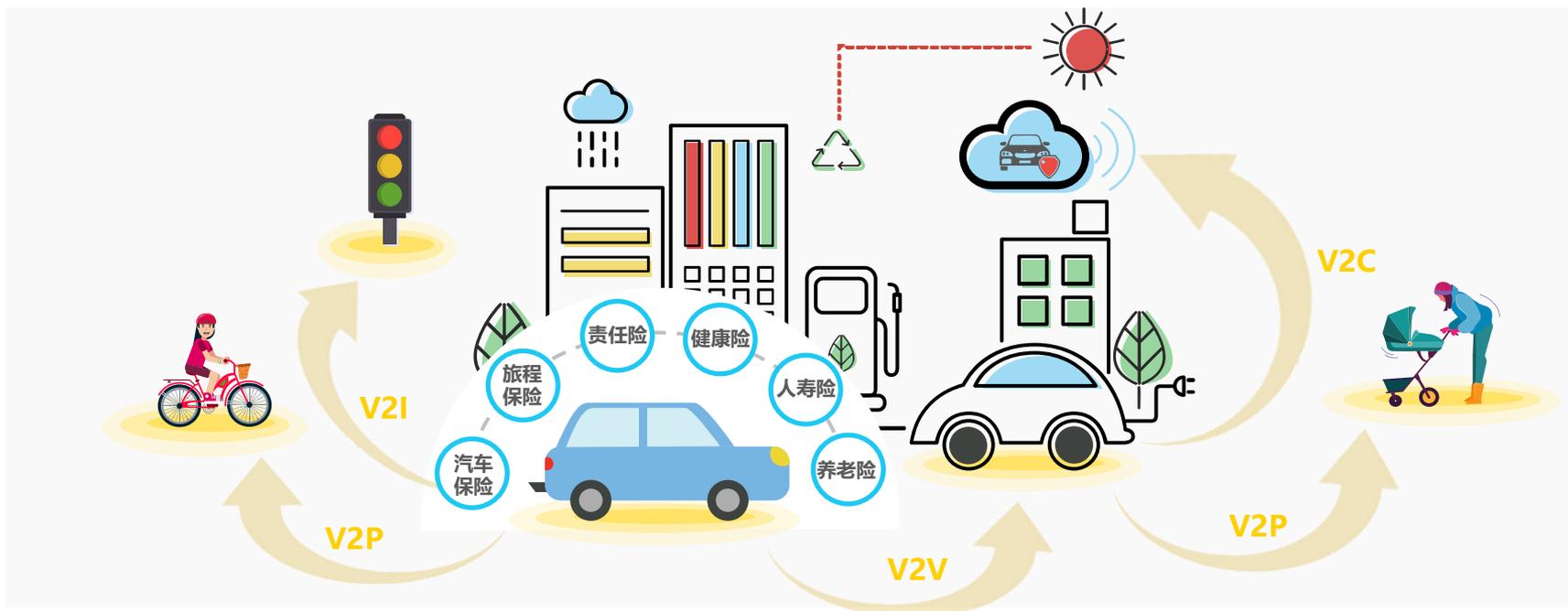
4

# 构建人、车、生活全保障新生态

## 基于出行场景延展车主风险保障范围

出行是人们生活当中最重要的场景之一，随着汽车智能化和自动驾驶技术的发展，未来车企在解放车主双手的同时也能够聚焦于为出行用户提供更加全面的保障服务，例如根据客户的目的地、地理位置或消费场景等触发推荐相应的保险产品，另外在车载终端提供车险交互界面时交叉销售保障车主自身的人身险产品。在车联网和大数据的基础上，这些愿景并非遥不可及，欧洲的保险科技独角兽Wefox Group便是根据IoT数据、客户习惯和地理位置等信息为客户提供一站式的保险服务，同时Wefox采用模块化设计让客户根据自身的需求和偏好挑选产品，例如客户在输入出行目的地后5分钟就可以获得针对性的保险套餐，创新科技的应用使得Wefox成为首家盈利的保险科技公司。

### 构建人、车、生活全保障新生态



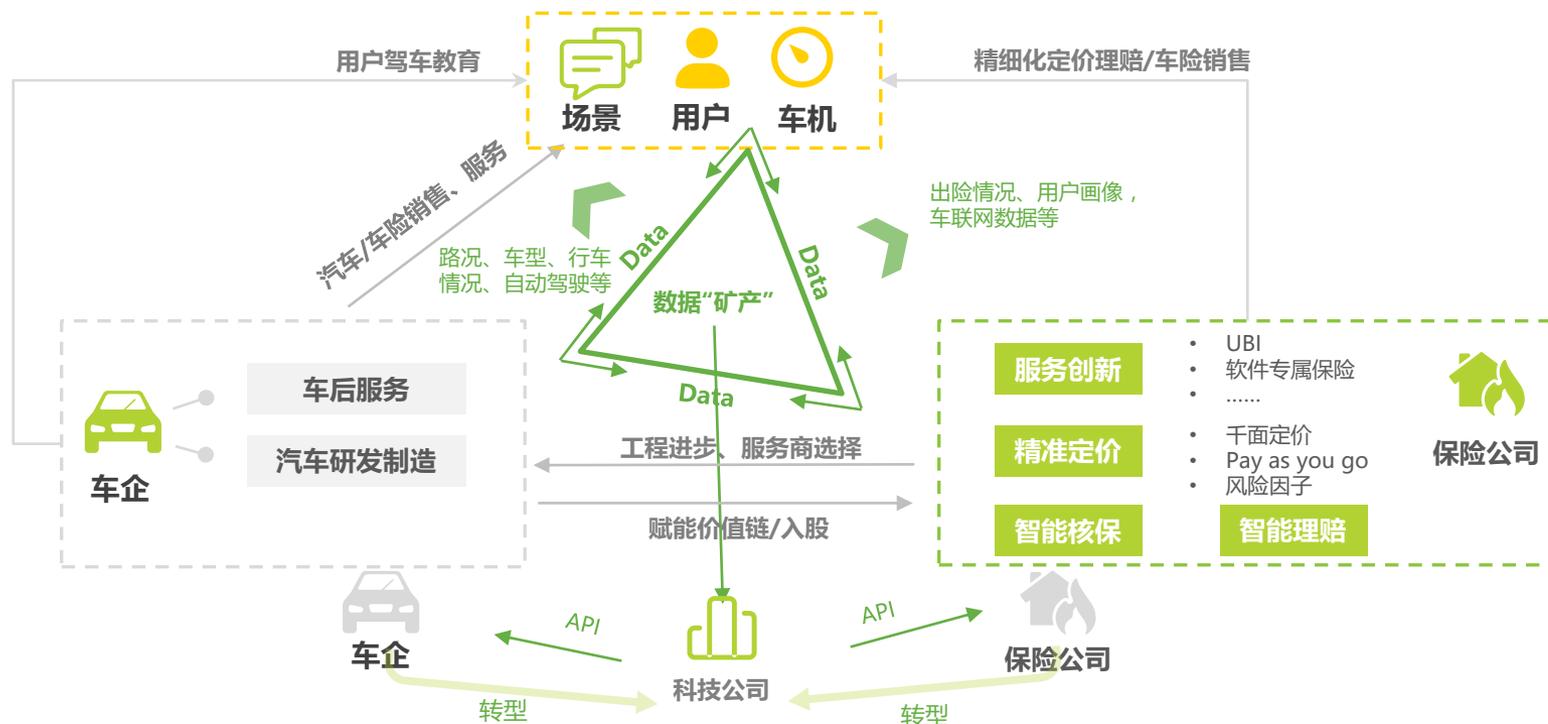
来源：艾瑞咨询研究院自主研究及绘制。

# 车险数据向资源化发展

## 挖掘车险全域数据“矿产”，保持行业发展能量

汽车行业变革给车险带来发展机遇，当然现阶段仍处于初期。随着技术进步、市场扩张，各端数据维度更丰富、及时数据处理要求更高。数据将成为所有参与方的宝贵资产，有效运用才能推动各方的利益最大化。对于用户，数据使用赋权至关重要；对于车企，数据将帮助其了解客户、改善运营；对于保险公司，汽车产业的认知更充分，自身有望升级数据科技公司，协同实现理赔精细化、定价千面化，创新针对自动驾驶的条款和险种。未来，数据“矿产”将成为行业前进的能源，而各方将协同扮演引擎角色，推动深度数字化转型。

### 未来车险行业数据“矿产”开采价值



来源：专家访谈、综合公开资料整理，艾瑞咨询研究院自主研究及绘制。

# 艾瑞新经济产业研究解决方案



## 行业咨询

- 市场进入 为企业提供市场进入机会扫描，可行性分析及路径规划
- 竞争策略 为企业提供竞争策略制定，帮助企业构建长期竞争壁垒



## 投资研究

- IPO行业顾问 为企业提供上市招股书编撰及相关工作流程中的行业顾问服务
- 募 投 为企业提供融资、上市中的募投报告撰写及咨询服务
- 商业尽职调查 为投资机构提供拟投标的所在行业的基本面研究、标的项目的机会收益风险等方面的深度调查
- 投后战略咨询 为投资机构提供投后项目的跟踪评估，包括盈利能力、风险情况、行业竞对表现、未来战略等方向。协助投资机构为投后项目公司的长期经营增长提供咨询服务

# 关于艾瑞



艾瑞咨询是中国新经济与产业数字化洞察研究咨询服务领域的领导品牌，为客户提供专业的行业分析、数据洞察、市场研究、战略咨询及数字化解决方案，助力客户提升认知水平、盈利能力和综合竞争力。

自2002年成立至今，累计发布超过3000份行业研究报告，在互联网、新经济领域的研究覆盖能力处于行业领先水平。

如今，艾瑞咨询一直致力于通过科技与数据手段，并结合外部数据、客户反馈数据、内部运营数据等全域数据的收集与分析，提升客户的商业决策效率。并通过系统的数字产业、产业数据化研究及全面的供应商选择，帮助客户制定数字化战略以及落地数字化解决方案，提升客户运营效率。

未来，艾瑞咨询将持续深耕商业决策服务领域，致力于成为解决商业决策问题的顶级服务机构。

## 联系我们 Contact Us

 400 - 026 - 2099

 [ask@iresearch.com.cn](mailto:ask@iresearch.com.cn)



企 业 微 信



微 信 公 众 号

# 法律声明

## 版权声明

本报告为艾瑞咨询制作，其版权归属艾瑞咨询，没有经过艾瑞咨询的书面许可，任何组织和个人不得以任何形式复制、传播或输出中华人民共和国境外。任何未经授权使用本报告的相关商业行为都将违反《中华人民共和国著作权法》和其他法律法规以及有关国际公约的规定。

## 免责条款

本报告中行业数据及相关市场预测主要为公司研究员采用桌面研究、行业访谈、市场调查及其他研究方法，部分文字和数据采集于公开信息，并且结合艾瑞监测产品数据，通过艾瑞统计预测模型估算获得；企业数据主要为访谈获得，艾瑞咨询对该等信息的准确性、完整性或可靠性作尽最大努力的追求，但不作任何保证。在任何情况下，本报告中的信息或所表述的观点均不构成任何建议。

本报告中发布的调研数据采用样本调研方法，其数据结果受到样本的影响。由于调研方法及样本的限制，调查资料收集范围的限制，该数据仅代表调研时间和人群的基本状况，仅服务于当前的调研目的，为市场和客户提供基本参考。受研究方法和数据获取资源的限制，本报告只提供给用户作为市场参考资料，本公司对该报告的数据和观点不承担法律责任。

# 为商业决策赋能

EMPOWER BUSINESS DECISIONS

