

中国智能行车记录仪市场专题分析2017

2017年9月

本产品保密并受到版权法保护

Confidential and Protected by Copyright Laws

Analysys 易观
实时分析驱动用户资产成长



定义

分析定义

- 智能行车记录仪：不仅具有传统的基本功能，还能提供一键实时上传分享及举报、APP管理、照片及视频云存储功能，提供全方位的信息交换功能，帮助车辆通过通讯网络与外部保持信息畅通交流，并为车辆提供车联网数据采集入口，车辆管理更加高效省时，具有高度人性化的行车空间。



分析范畴

- 本次分析主要针对中国智能行车记录仪市场进行分析。
- 本次分析涉及的关键字为：智能行车记录仪、人工智能、车联网等。
- 本次分析的国家和地区主要包括：中国大陆，不包括港澳台地区。






数据说明

- 数据来源：易观根据市场公开数据和行业访谈以及相关数据模型估算。
数据来源：易观-360、易观-易观千帆、易观万象
数据说明：易观千帆只对独立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2017年第2季度易观千帆基于对20.7亿累计装机覆盖及4.8亿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。

目录

CONTENTS

- 01  智能车载行业发展现状
- 02  智能行车记录仪市场现状分析
- 03  智能行车记录仪产品及用户分析
- 04  典型厂商分析
- 05  智能行车记录仪未来发展趋势

PART 1



智能车载行业发展现状

© Analysys 易观

www.analysys.cn

宏观利好政策促进智能车载行业进一步发展

政策环境

- 2015年3月5日，国务院印发了《关于积极推进“互联网+”行动的指导意见》
- 2015年5月20日，国务院印发《中国制造2025》，统筹布局 and 推动智能交通工具等产品研发产业化
- 2016年9月，国家相关部门联合发布《推进“互联网”便捷交通促进智能交通发展的实施方案》

社会环境

- 随着文化水平和自我意识提高，车主对生命及财产安全也有了更高的要求
- 近十年，中国汽车市场将保持每年20%的增速，保有量的大幅增长给汽车服务市场带来巨大商机
- 80后90后成为主流消费人群，对智能化产品的需求增加



经济环境

- 国民人均收入及消费支出持续增加，消费升级带动产品升级
- 供给侧结构性改革不断释放的改革红利成为经济可持续增长的重要动力源泉
- 利用互联网的边际优势的红利，实现用户体验跨越式增长，成为智能交通企业前进的方向

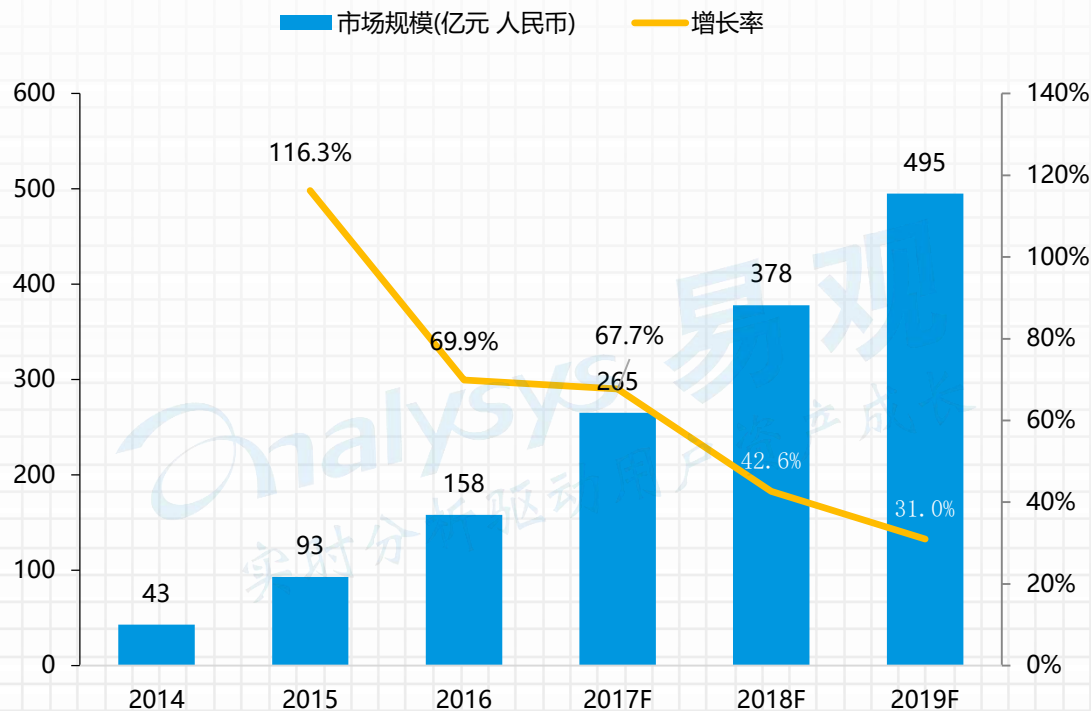
技术环境

- 互联网的快速发展为智能车载的发展提供了技术支持
- 人工智能应用领域愈发广泛，技术革新趋于成熟
- 物联网技术发展迅速，推动车联网产业落地

2017年中国智能车载设备市场规模增长67.7% 达265亿元

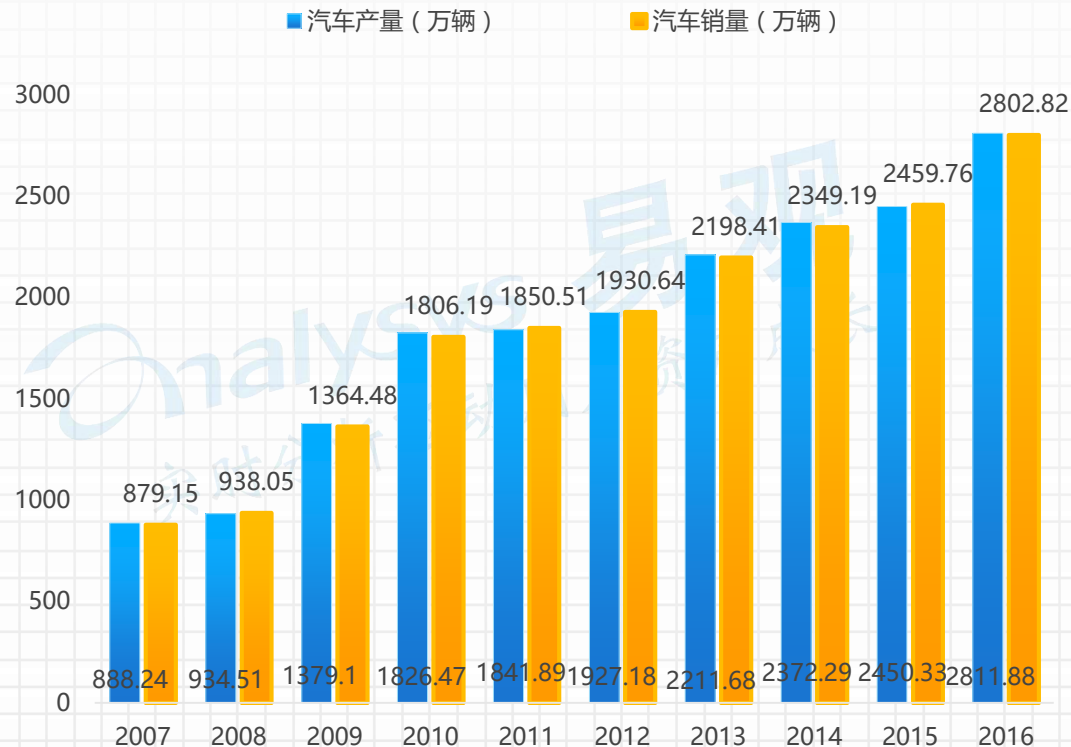
消费者乘用车数量稳中有升，助力智能车载设备市场快速发展

2017-2019年中国智能车载设备市场规模预测



数据说明：易观根据市场公开数据和行业访谈以及相关数据模型估算

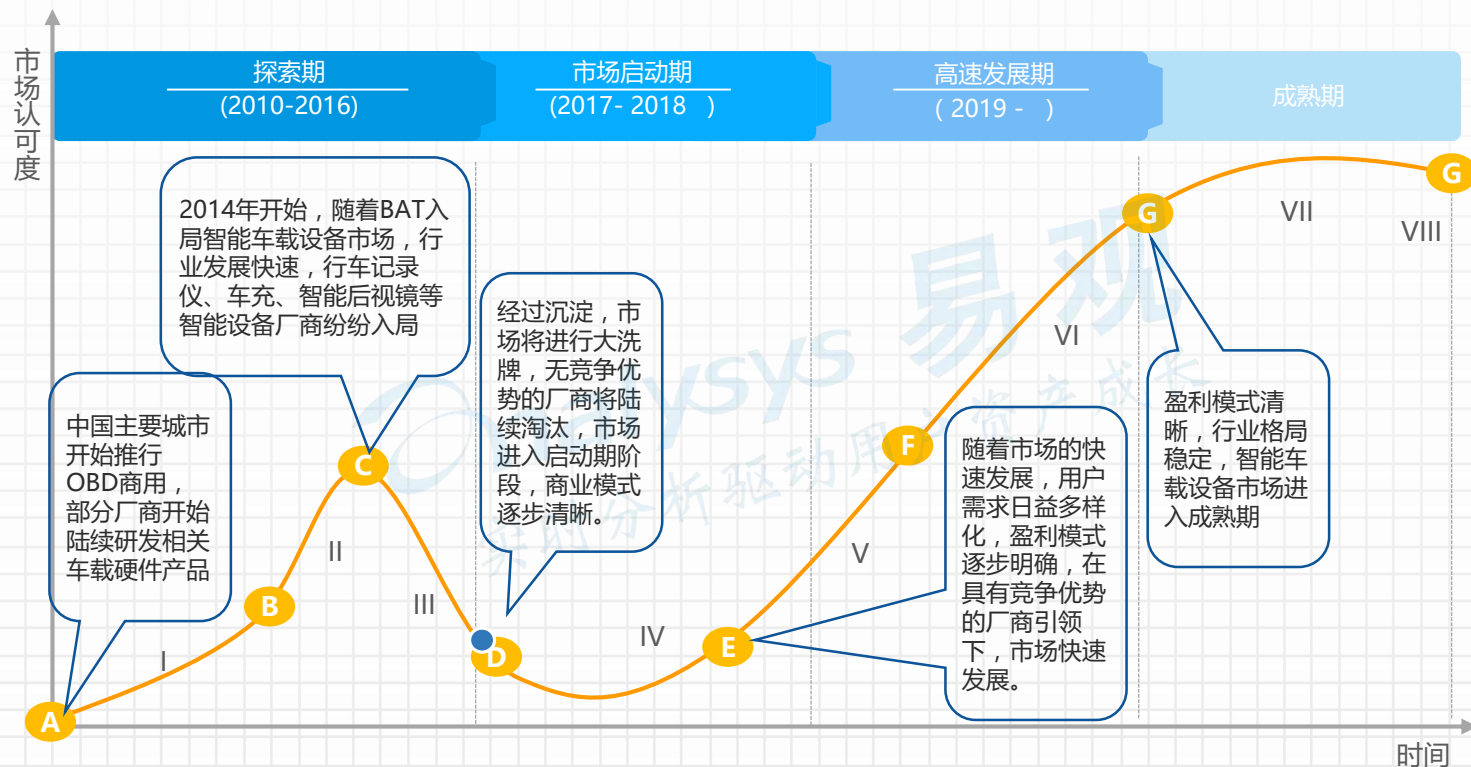
2007-2016年中国汽车产销规模情况



数据说明：易观根据市场公开数据和行业访谈以及相关数据模型估算

随着巨头厂商的加入以及商业模式的发展，中国智能车载设备市场在2017年进入市场启动期

2017年中国智能车载设备市场AMC模型

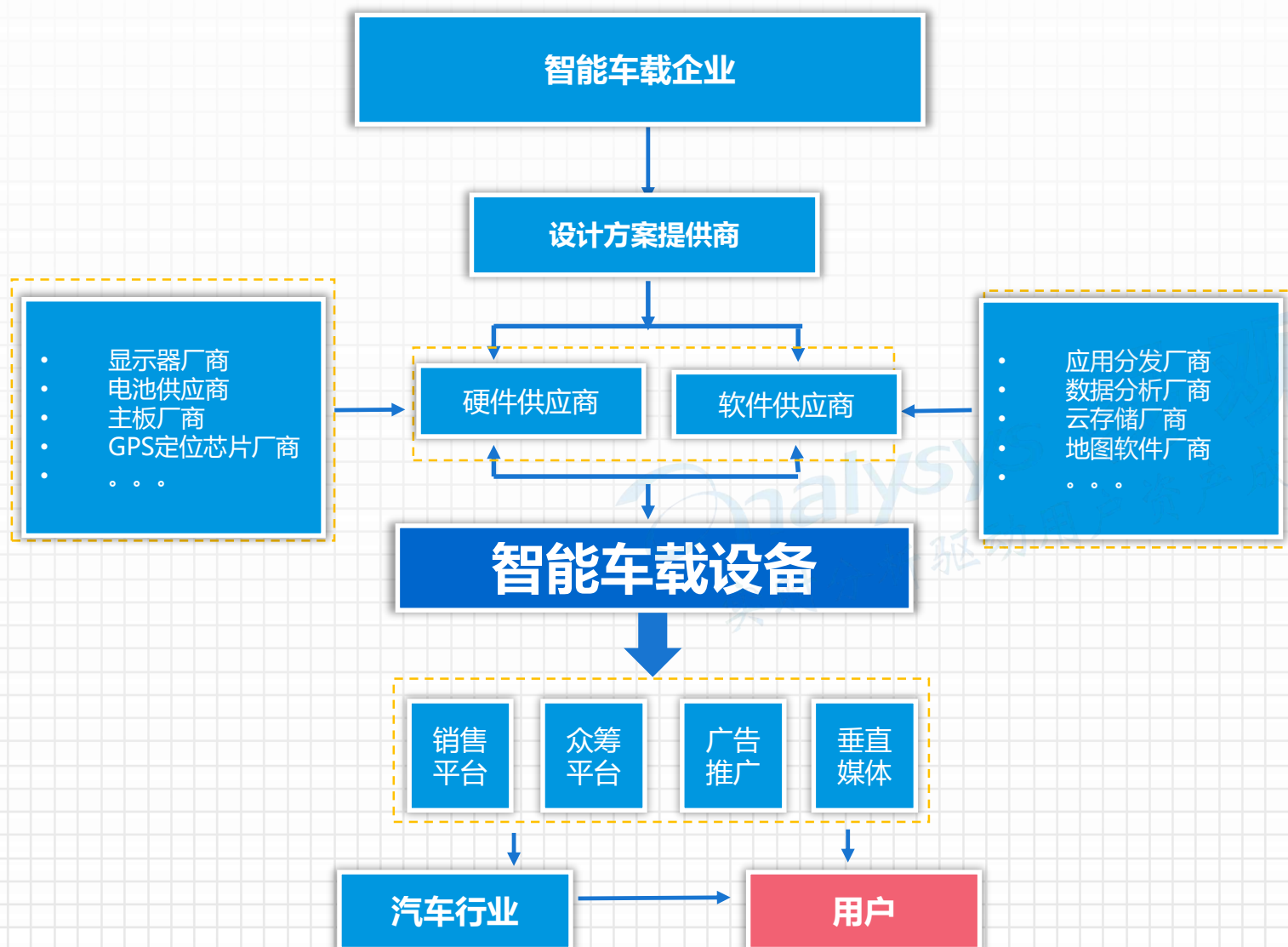


©Analysys 易观

www.analysys.cn

- 智能车载设备市场在2017年进入市场启动期，行车记录仪、智能后视镜、智能HUD等产品进入汽车后装市场，并向前装市场发展。
- 随着人工智能和物联网技术的发展，智能车载设备成为现阶段推动车联网落地的重要产品，在提升传统车辆的智能化水平同时，未来以车载设备为平台，接入第三方应用，将提供给车辆使用者更多服务。

智能车载设备品类日趋多样化，智能行车记录仪是重要组成部分



智能后视镜



智能行车记录仪



OBD



智能网络电台



智能充电



智能车载机器人

PART 2



智能行车记录仪市场现状分析

© Analysys 易观

www.analysys.cn

行车记录仪产品经过一系列演进历程，产品形态越发丰富，产品功能越发智能，智能行车记录仪渐成主流



单镜头行车记录仪

塑料外壳，160度广角
RMB150左右
安装方式简单粗暴



单镜头行车记录仪进阶版

金属外壳，170度广角
RMB200左右
安装方式采用隐匿布线



隐藏式行车记录仪

170度广角
不占用点烟器，RMB300左右
不影响行车视线



专车专用隐藏式行车记录仪

170度广角
不占用点烟器，专车专用
模具生产成本低，价格贵

后视镜行车记录仪（单摄像头）

单摄像头，170度广角
RMB300-700
图像在后视镜中间部分显示



后视镜行车记录仪（双摄像头）

双摄像头，170度广角
RMB300-1000
图像在后视镜左边或右边呈现



一体机式行车记录仪

后视镜行车记录仪的形态
配有导航，倒车雷达，语音上网，看视频，听音乐等多功能
综合一体机



360全景行车记录仪

360度全景
隐藏安装4个摄像头
RMB 2000+



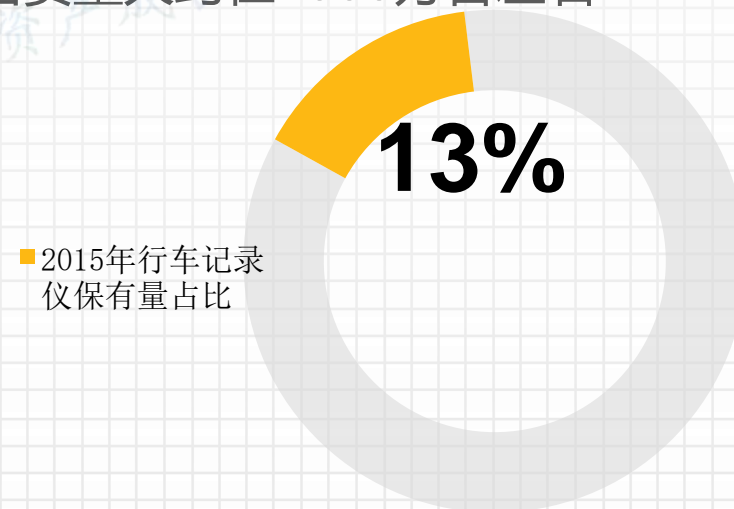
成都“殴打女司机”事件引爆行车记录仪市场；2017年行车记录仪保有量约13%，市场前景广阔，呼唤更多智能行车记录仪出现

2015年行车记录仪市场出现引爆点

- 2015年5月3日成都“殴打女司机”事件的冲突全过程视频彻底引爆车主痛点，行车记录仪的搜索量直线上升



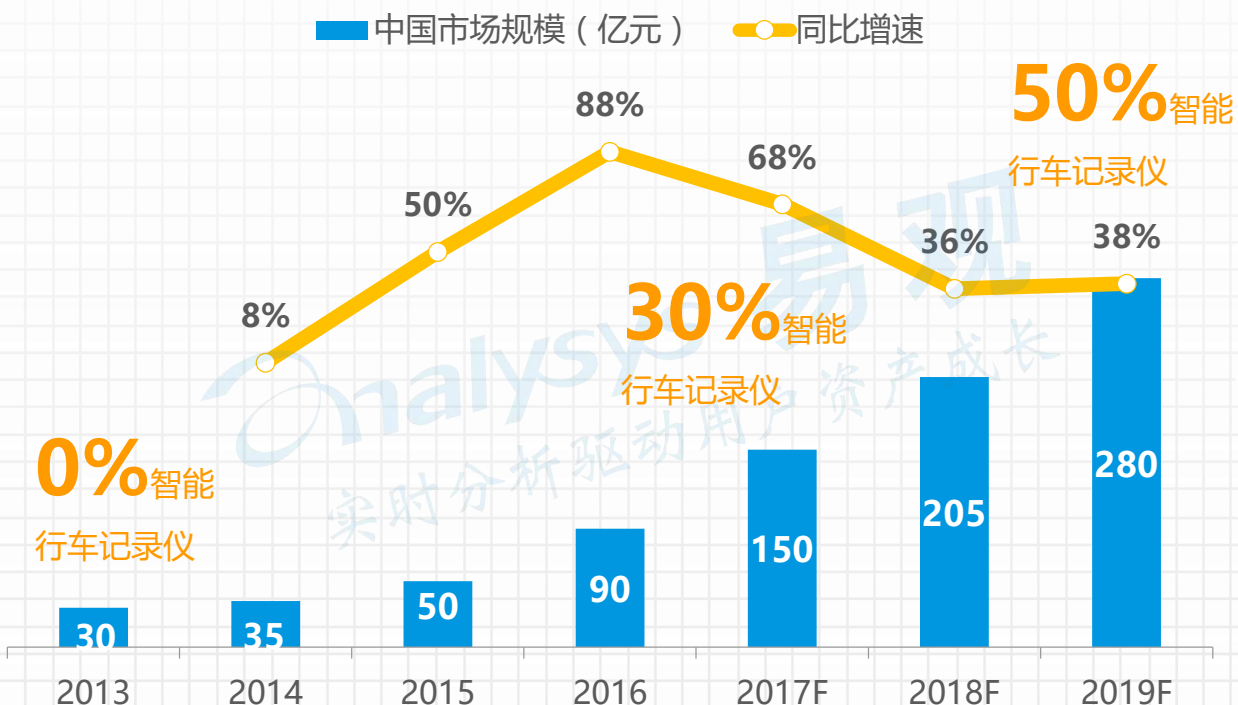
- 行车记录仪近几年才开始在国内兴起，尤其是在2012年、2013年以后，它的销量开始出现井喷式增长
- 跟庞大的汽车保有量相比（全国大概1.5亿辆左右），行车记录仪的绝对市场份额并不大，年出货量大约在1000万台左右



数据说明：易观根据市场公开数据和行业访谈以及相关数据模型估算

2016年行车记录仪将持续保持增速态势，市场愈发成熟；智能行车记录仪的占比不断提升，预计到2019年智能行车记录仪占比超50%

2017-2019年中国行车记录仪设备市场规模预测



数据说明：易观根据市场公开数据和行业访谈以及相关数据模型估算

© Analysys 易观

www.analysys.cn

- Analysys易观分析认为，智能行车记录仪市场处于市场启动期，预计到2017年，市场规模将达到150亿元，同比增长68%。到2019年，智能行车记录仪市场规模有望达到280亿元人民币。
- 智能行车记录仪随着交通出行领域的智能化发展，在汽车后装市场中发挥了较大的作用，在人工智能、物联网等技术的发展带动下，智能车载设备将在出行过程中提供更为多样的人机互动和个性化服务，通过大数据与云服务为车联网的搭建奠定基础。未来智能车载设备将保持稳定增长态势。

线上渠道是智能行车记录仪的主要销售渠道，另外女性客户因安装问题更信赖线下实体店

渠道选择

汽配城
20%~30%

电脑城+街边店
5%~15%

4S店
0%~10%

线上渠道
55%~65%

渠道占比



渠道	汽配城	电脑城+街边店	4S店	线上渠道
Strength	<ul style="list-style-type: none">◆ 专业◆ 选择多◆ 方便安装和售后	<ul style="list-style-type: none">◆ 价格便宜◆ 相对于汽配城，街边店和电脑城的数量多，方便购买	<ul style="list-style-type: none">◆ 专业，高端◆ 方便安装和售后	<ul style="list-style-type: none">◆ 可选种类丰富◆ 价格透明
Weakness	<ul style="list-style-type: none">◆ 价格贵，较比线上贵20%左右，较比电脑城贵30%~50%不等	<ul style="list-style-type: none">◆ 销售人员大多不负责安装，特别是暗线的安装	<ul style="list-style-type: none">◆ 实际4S店里负责安装行车记录仪的大多数是4S店外包出去的装饰库	<ul style="list-style-type: none">◆ 售后需要二次消费

线上购买渠道可通过线下全国安装点或者选择对应门店进行实体安装，但通常需要支付80-100元安装费。另外，部分线上渠道通过客服指导，让消费者自行安装

快修先生

- 所有网购配件车主将可以通过淘宝O2O地图或快修先生APP进行在线选店，到店安装，车主只需支付安装工时费就可以享受专业的安装服务。



线上线下合作模式

- ◆ 线上销售，线下安装，安装分品牌安装和街边店，安装费用80-100块左右



汽配城是线下渠道智能行车记录仪销售的主流，既负责代理分 销，又配有零售安装

渠道	代理分销	分销+零售	零售+体验服务
典型代表			
主要渠道	<ul style="list-style-type: none"> ◆ 汽配渠道（汽车用品店、4S店、美容潢店） ◆ IT渠道（数码电子卖场） ◆ 综合性商超 	<ul style="list-style-type: none"> ◆ 汽配渠道（汽车用品店、4S店、美容潢店） ◆ IT渠道（数码电子卖场） 	<ul style="list-style-type: none"> ◆ 汽配渠道（汽车用品店、4S店、美容潢店）
具体方式	<ul style="list-style-type: none"> ◆ 各汽配市场需找二级代理批发商 ◆ 寻找承包或给4S店供货的装潢美容店推销产品 ◆ 与汽车用品专用网店合作，借池养鱼 	<ul style="list-style-type: none"> ◆ 通常容易出航单。如走访IT电脑城采访到的安尼泰科分销商为例，北京抓夜晚飙车的警车安装的就是这个牌子的行车记录仪 	<ul style="list-style-type: none"> ◆ 加强进店成交量，运用人际营销技巧进行推销，辅以体验服务

PART 3



智能行车记录仪产品及用户分析

© Analysys 易观

www.analysys.cn

智能行车记录仪不仅具有传统的基本功能，还能提供更加高效省时、具有高度人性化的行车体验，主打中高端市场

- 行车记录仪目前可以大致分为如下三类：

带显示屏CDR

1

带显示屏CDR的行车记录仪是最早形式的行车记录仪，主打中低端市场
特点是方便安装，价格优惠



无屏Wifi 记录仪

2

无屏Wifi行车记录仪是带显示屏行车记录仪的进阶版本，主打中高端市场
特点是不影响行车视觉效果，不占点烟器



智能后视镜行车记录仪

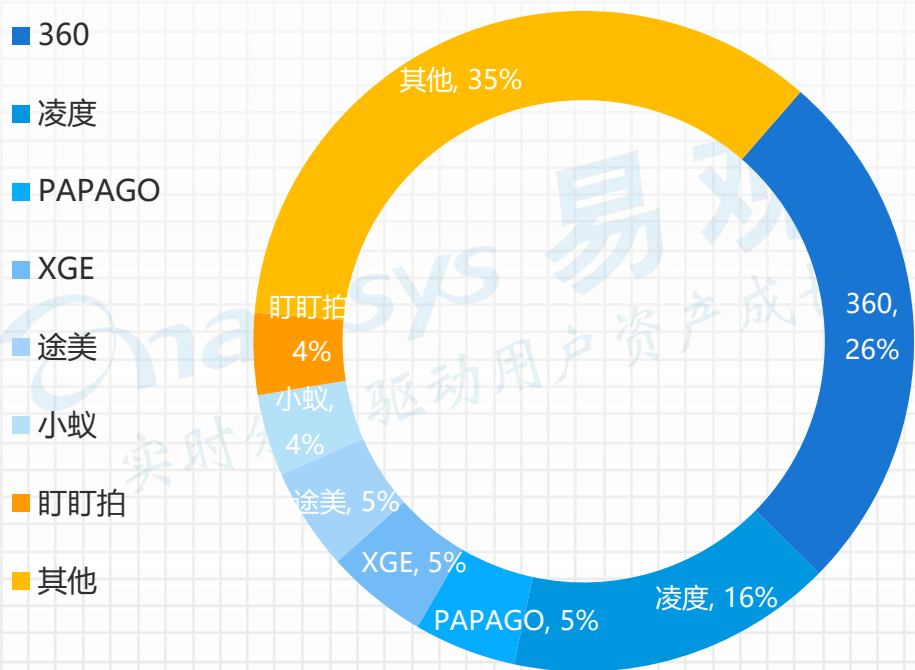
3

智能后视镜行车记录仪是变形形式的行车记录仪，主打中高端市场
特点是良好的隐蔽性且后视镜的视野增大不少



智能行车记录仪呈现品牌分散化特点，360凭借产品优秀口碑占据行业领头羊位置

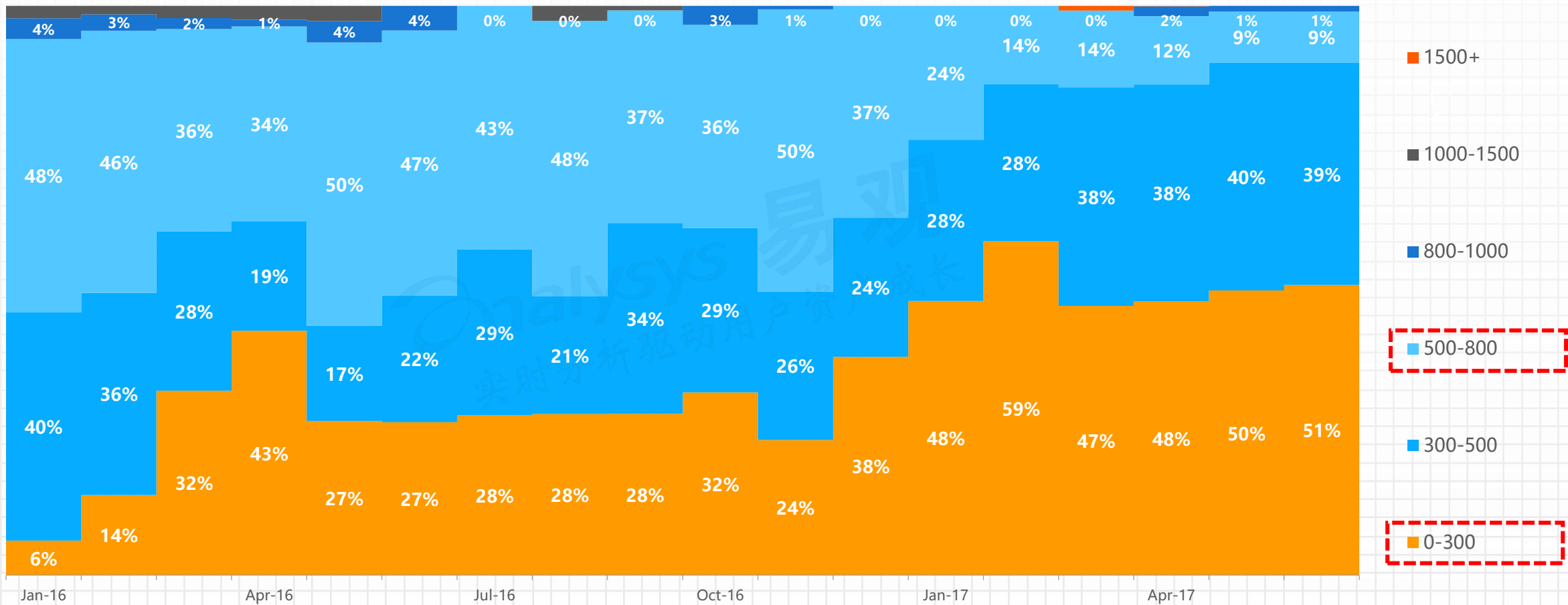
2016年H2 -2017年H1线上智能行车记录仪品牌市场表现情况



- Analysys易观分析认为，智能行车记录仪市场市场集中度相对较低，传统车企、车载电子厂商、互联网厂商、地图厂商等多类企业同场竞技，占据不同优势，其中360凭借互联网品牌效应和优秀的用户口碑，占据行业销量第一位置。
- 智能行车记录仪相较于传统行车记录仪产品，在硬件性能上不断创新的同时，通过联网接入更多服务，互联网服务及内容服务借助智能行车记录仪打开新的流量入口。未来，既掌握硬件技术，又有软件资源的生态型企业，将更具有发展优势。

数据说明：易观根据市场公开数据和行业访谈以及相关数据模型估算

智能行车记录仪线上最受欢迎价格段从500-800元转移到500元以下，整个市场经历洗牌



数据说明：易观根据市场公开数据和行业访谈以及相关数据模型估算

行车记录仪产品技术发展呈现出层次化，阶梯化和分散化的特点，智能行车记录仪功能的增加和分类的细化是产品升级和进阶的通途

关键配置的提升 软件的优化

• 硬件配置提升:

- 1440P的超高分辨率
- 智能防抖
- HDR高效防眩光
- 超强夜视

• 软件优化:

- 微信语音功能
- ADAS智能辅助驾驶功能
- 用户体验提升

产品升级和进阶

智能行车记录仪增加的功能

- | | |
|----------|--------|
| ✓ 一键寻车 | ✓ 防碰系统 |
| ✓ Wifi上网 | ✓ 测速雷达 |
| ✓ GPS | ✓ 语音交互 |
| | ✓ 智能空调 |

智能行车记录仪分类（安装位置）



→ 后视镜位置

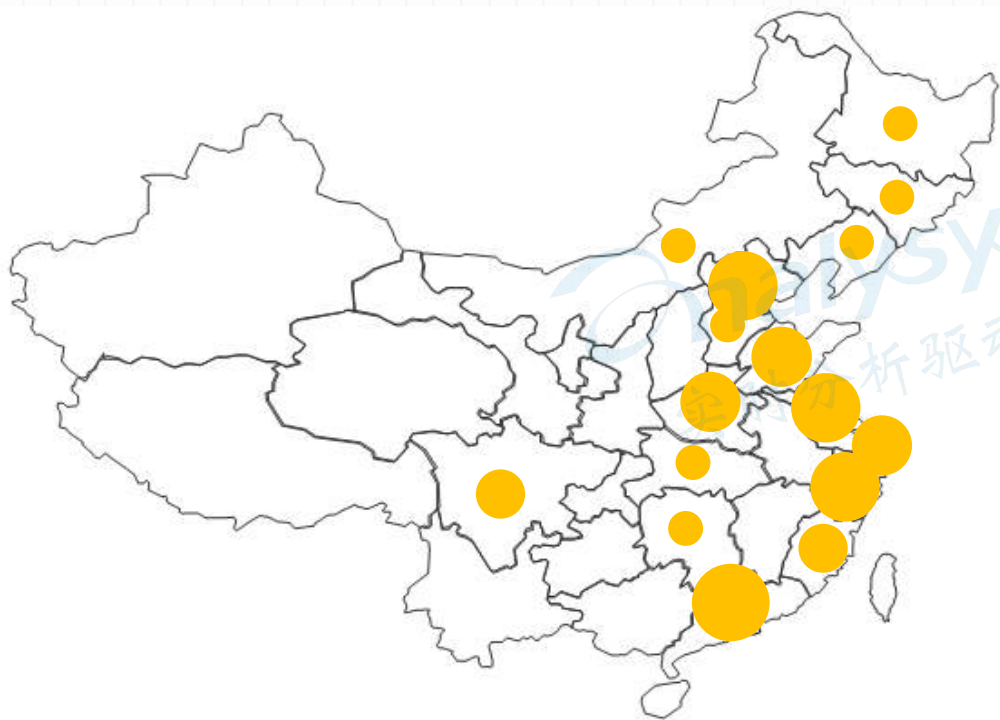
→ 中控室位置

→ 仪表盘位置

智能行车记录仪用户属性分析

——聚焦31-45岁中高收入男性用户

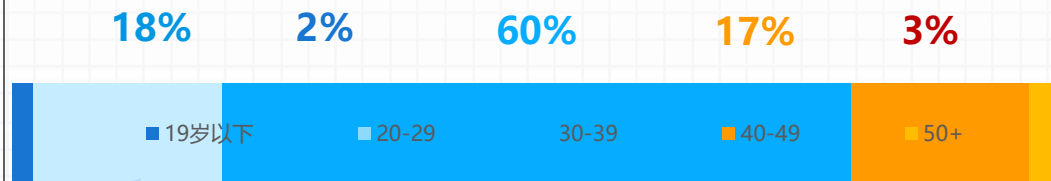
广东、北京、上海、江苏和浙江是行车记录仪搜索“重灾区”



数据来源：易观千帆

数据说明：易观千帆只对独立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2017年第2季度易观千帆基于对20.7亿累计装机覆盖及4.8亿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。

31-45岁是行车记录仪的主要搜索人群年龄段



男性是行车记录仪的主要搜索人群性别



中高收入人群更关注行车安全



智能行车记录仪用户行为分析

——更加关注汽车工具、即时通讯、新闻资讯和体育用品领域 汽车消费和日常消费为其主要消费

自然属性标签

智能行车记录仪

31-45岁

男性

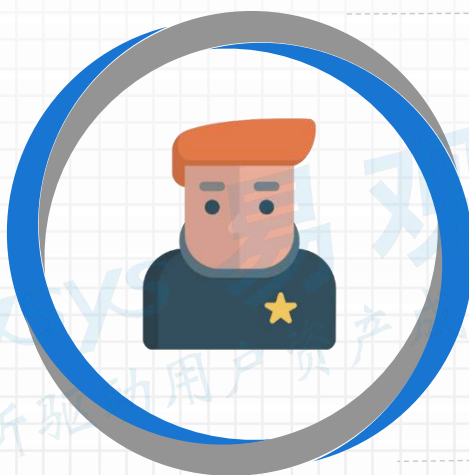
中高收入

居住在一二线城市

以上海、广州、北京为主

苹果手机用户为主，移动用户

APP通用下载渠道主要为应用宝



用户行为标签

用户线上浏览行为的分类和规整，细分类型用户

汽车工具

即时通讯

社交网络

新闻资讯

网络游戏

财政金融

体育运动

体育用品

虎扑体育

天涯论坛

朋友圈

用户消费偏好

综合用户行为和相关标签，总结用户消费偏好

用车消费

日常消费

移动消费

医疗消费

数据来源：易观千帆

数据说明：易观千帆只对独立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2017年第2季度易观千帆基于对20.7亿累计装机覆盖及4.8亿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。

智能行车记录仪用户需求分析

——用户对夜视效果要求较高，对屏幕大小追求不高，更注重分辨率

用户对行车记录仪产品的功能需求



90%夜视拍摄效果

90%拍摄清晰、角度广

78%通过手机APP查看效果

57%电子狗功能

用户对显示屏尺寸需求



67%认为分辨率高，尺寸无所谓

11%认为不需要屏幕，分散注意力

数据来源：360行车记录仪

PART 4



典型厂商分析

© Analysys 易观

www.analysys.cn

进驻智能行车记录仪行业的企业驳杂，当前市场鱼龙混杂，主要可以划分为六大厂商类型

电子硬件厂商

- 代表厂商：惠普、飞利浦、海尔、联想、方正及白牌（贴牌）
- 厂商特点：贴牌生产，价格低、服务和品控较好。



互联网厂商

- 代表厂商：360、腾讯、阿里巴巴、小米、友浩车联网
- 厂商特点：规格小、价格低、强调与手机APP配套使用，注重分享与互动



车载电子厂商

- 代表厂商：e路航、征途、善领、征服者、任e行、纽曼、PAPAGO!、互联移动
- 厂商特点：通常集成了导航和电子狗，产品质量较好



代表企业



整车厂

- 代表厂商：比亚迪、凯迪拉克CT6
- 厂商特点：将记录仪集成到后视镜中

记录仪专业厂商

- 代表厂商：凌度、捷渡、仙人指路、凌速、聚影、第1现场、安尼泰科、乐驾、包黑子、盯盯拍、极路客
- 厂商特点：注重功能开发，重视智能后视镜与行车记录仪的一体化开发



地图厂商

- 代表厂商：凯立德
- 厂商特点：产品质量比较好，支持GPS轨迹记录



360：立足360大安全品牌基因，打造全新「智」出行方案 产品中低高端覆盖全面

公司战略

- 360行车记录仪产品全面覆盖低、中、高端市场；
- 360行车记录仪打造智能出行方案，注重产品安全；
- 360行车记录仪智能化特征明显；
- 360行车记录仪独创360 OS for Car操作系统，安全管理软硬件结合。

产品线分布

低端产品



360记录仪一代升级版J501C ¥309



360记录仪M302 ¥369



360记录仪M301 ¥349

中端产品



360记录仪美猴王领航版 ¥469



360智能云镜S600 ¥799



360行车记录仪后视镜版J521 ¥499

高端产品



360智能云镜S900 ¥2199

01

Strength优势

- 产品团队核心成员均有着10年以上的软硬件开发经验及互联网从业经历，专业水准高；
- 立足360大安全品牌基因，有强大的市场推广力；
- 硬件质量过硬，功能齐全多样。

03

Opportunity机会

- 人工智能及车联网发展迅速推动智能化车载设备发展；
- 国民生活水平提高，对生命财产安全要求日益加强，推动为行车记录仪提供巨大商机和市场。

02

Weakness劣势

- 产品价位相对偏高，不利于打开中低端消费市场；
- 产品内置电池性能和夜间清晰度是尚需攻克的技术难题。

04

Threat威胁

- 传统企业、互联网企业和国外企业纷纷进驻智能车载领域，竞争压力加剧；
- 消费者对产品性能要求越来越高，厂商需加大创新力度。

小蚁：背靠小米生态链，拥有多元化的智能电子产品

公司战略

- 小蚁科技为小米生态链企业，致力于智能硬件产品的研发；
- 小蚁科技专注于探索智能、可穿戴、移动化的新型视频类智能电子产品开发，并不断有令人尖叫的新产品推出；
- 小蚁科技是一个国际化的团队，不止创造产品，更致力于打造一种全新的“智”感生活方式。

产品线分布

低端产品



小蚁行车记录仪动力版¥ 249.00



小蚁智能行车记录仪¥ 279.00

中端产品



小蚁智能后视镜领航版¥499



小蚁 (YI) 行车记录仪2.7K王者版¥ 499.00



小蚁智能后视镜青春版¥899

01

Strength优势

- 立足于小米生态链企业，易产生品牌力，具有强大的市场推广力；
- 产品智能，功能多样，性价比高，在同等价位产品中竞争优势明显。

03

Opportunity机会

- 80后、90后成为当下主要消费群体，对智能化设备抱有极大地好奇和兴趣；
- 国家一系列扶持互联网与人工智能政策，为国内车联网行业带来机遇。

02

Weakness劣势

- 产品型号类别单一，用户可选择程度低；
- 在价格低廉的情况下，硬件水平不够高，不可避免的出现质量问题。

04

Threat威胁

- 各大厂商纷纷推出新产品，消费者选择众多，市场竞争激烈；
- 产品安装及售后是各大厂商尚待完善的一大难题，全方位无忧服务为厂商提出更高要求。

凌度：注重与运营商的合作，布局车联网；专注于行车记录仪

致力于打造国内领先品牌

公司战略

- 凌度拥有独家产品实验室，注重产品品质；
- 致力打造智能车伴侣
- 推出全屏智能云镜
- 注重与运营商的合作，布局移动智能车载行业

产品线分布

低端产品



凌度行车记录仪F6 ¥299



凌度行车记录仪HS710 ¥499-759

中端产品



A305凌度智能行车记录仪 ¥449



凌度拽猫X7潮牌系列行车记录仪 ¥499



凌度HS970C 安卓导航行车记录仪 ¥699



凌度行车记录仪安霸A12 ¥499

01

Strength优势

- 产品分为微单、后视镜、隐藏式、专车产品、车联网、运动DV等六个系列，包括一百多种产品，功能多样；
- 价位从200-5000不等，符合不同收入人群的消费水平，市场范围广阔。

03

Opportunity机会

- 国家发布《推进“互联网”便捷交通促进智能交通发展的实施方案》，推动市场发展；
- 各大交通服务行业相继提出安装行车记录仪的需求，市场前景广阔。

02

Weakness劣势

- 产品售后保障程度不高，导致口碑有一定下降；
- 出现较多产品功能损坏问题，由此可见产品自身硬件质量尚待提高。

04

Threat威胁

- 产品硬件尚且存在一定程度的技术壁垒，急需攻克，以拉开与其他厂商的竞争优势；
- 智能车载领域厂商逐渐增多，竞争压力加剧。

捷渡：线下渠道布局比较完善，欲通过国际品牌开启国际化战略

公司战略

- JADO捷渡作为一家专业的行车记录仪公司，拥有自身全部的知识产权，公司获得了超过100项专利以及认证；
- 注重细分领域的探索，打造专车专用行车记录仪
- 携手霍尼韦尔，JADO捷渡中国国际化战略已经开启

产品线分布

中端产品



高端产品



01

Strength优势

- 产品多样，分为后视镜、微单、远界、MINI等多个系列；
- 针对部分品牌车辆推出了相对应记录仪产品，实现一定的专业定制功能；
- 产品线上销售渠道多样，对占领市场具有明显优势。

03

Opportunity机会

- 年轻的消费人群是市场的后续力量，智能化产品前景光明；
- 国民生命财产安全警惕性，以及对交通法律法规的了解，促使行车记录仪产业发展。

02

Weakness劣势

- 产品质量参差不齐，各型号产品口碑不一，低价位产品有待进一步优化；
- 摄像清晰度是一个硬件难关，有待克服。

04

Threat威胁

- 随着消费群体知识水平的提高，对产品不断提出更高要求；
- 急速发展的道路交通，使得路况等不断发生变化，精确定位与智能提醒愈发难以保证。

飞利浦：主打中高端市场，着力记录清晰影像

公司战略

- 飞利浦一直致力于智能互联照明领跑物联网和智慧城市建设
- 飞利浦行车记录仪一直主打中高端市场
- 注重品牌的影响力，提出专业行车记录仪口号
- 超高标准的原装设备质量，着力记录清晰影像

产品线分布

中端产品



飞利浦行车记录仪
ADR800s ¥ 489



利浦行车记录仪
ADR710 ¥ 499



飞利浦行车记录仪
ADR810 ¥ 699



飞利浦行车记录仪
ADR810s ¥ 799

高端产品



飞利浦新款行车记录仪
ADR900 ¥ 1399



飞利浦 (PHILIPS) 后视镜行车记录仪ADRM1X1

01

Strength优势

- 飞利浦作为一家大型跨国公司具有较强的品牌优势，在家庭电器等方面已积攒下了良好的口碑；
- 产品具有相当完善的生产链，电子元器件水准高，质量有很好的保障。

03

Opportunity机会

- 国家推出一系列扶持互联网与人工智能的政策，使得中国智能行车记录仪市场前景广阔；
- 中国经济发展与人民生活水平的提高为智能化产品的出现奠定了坚实的经济基础。

02

Weakness劣势

- 产品智能化程度不够，类别单一，造型刻板，缺乏创新性；
- 产品价格贵，消费人群定位中高端，不可避免的失去了普通消费人群的市场。

04

Threat威胁

- 消费者对产品性能要求日益提高，智能化产品的创新性及个性化使用不容忽视；
- 中国本土厂商发展迅速，商业模式日益完善，竞争实力增强。

惠普：作为传统PC厂商的大品牌惠普，跨界制造高配置行车记录仪

公司战略

- 惠普公司专注于打印机、数码影像、软件、计算机与资讯服务等业务；
- 惠普下设三大业务集团：信息产品集团、打印及成像系统集团和企业计算及专业服务集团；
- 注重工艺要求，成就标准科学化

产品线分布

中端产品



惠普HP LC200W
行车记录仪 ¥ 699



惠普HP F760 行
车记录仪 ¥ 699



惠普HP F860 行
车记录仪 ¥ 799

高端产品



惠普HP F770行
车记录仪 ¥ 999



惠普HP F890G 行
车记录仪 ¥ 1399



惠普HP S900行
车记录仪 ¥ 2980

01

Strength优势

- 惠普作为一家全球性的科技资讯公司，具有强大的品牌优势；
- 产品的具有较为完善的售后服务系统，深得消费者信赖；
- 具备较为完善的生产线，研发专业高效。

03

Opportunity机会

- 目前智能行车记录仪市场还没有出现一家独大的局面，产品差异不大，惠普自身发展存在无限可能；
- 强大的国家政策支持为市场发展提供保障。

02

Weakness劣势

- 产品智能化不够，品类单一，创新性不强，产品严重库存不足，信息模糊。
- 外来企业在中国本土布局上会有些欠缺，需加强对中国消费者的了解。

04

Threat威胁

- 目前国内各厂商纷纷推出高度智能化的产品，市场极大程度的得到丰富，惠普品牌优势得到冲击；
- 消费者对产品性能和价格提出更为严苛的要求。

PART 5



智能行车记录仪未来发展趋势

© Analysys 易观

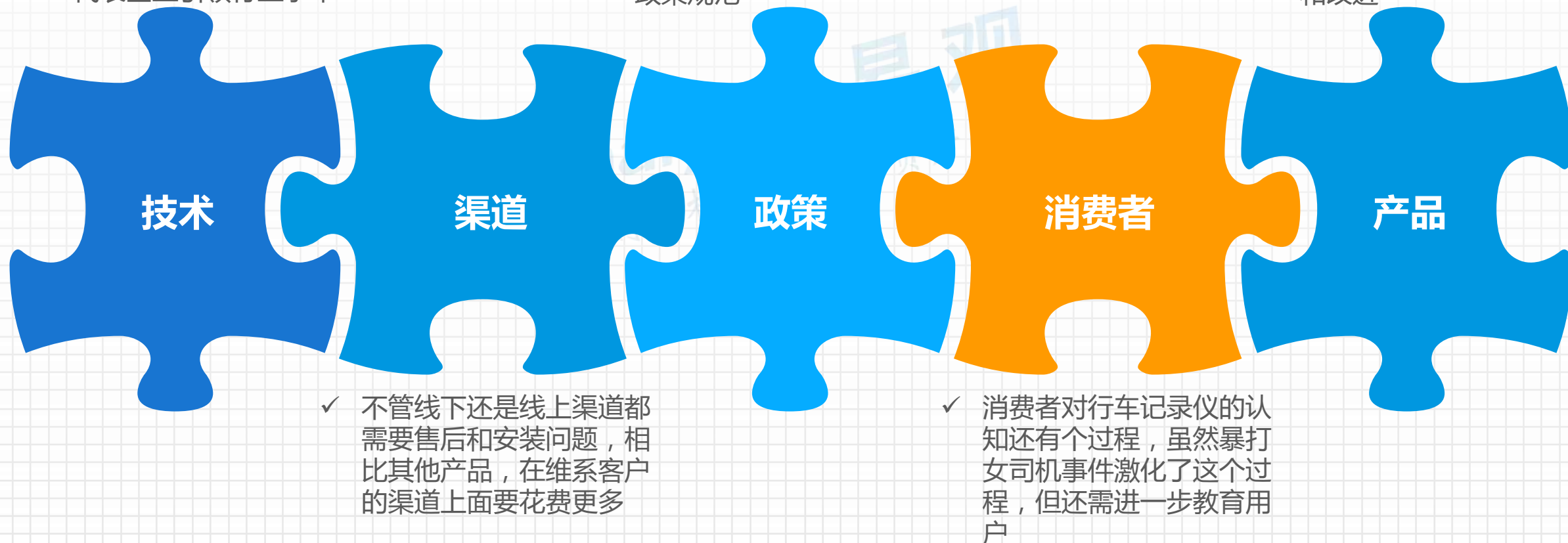
www.analysys.cn

趋势一：行车记录仪的市场壁垒有待被打破,产品日益智能化

- ✓ 各家不同代表类型厂商在技术水平上参差不齐，行车记录仪专业厂商，特别是Base在深圳等技术区的代表企业引领行业水平

- ✓ [2016全国两会]石文先委员提出汽车出厂前应强制安装行车记录仪的议案，但该提议还未通过，智能行车记录仪市场缺乏相应的政策规范

- ✓ 产品还在不断进阶，不断趋向于智能化，需要更加稳定的售后保障，和行业人对产品的进一步的研究和改进



趋势二：智能行车记录仪的营销方式有待创新，突破传统营销方式

行车记录仪营销费用远低于汽车行业营销水平

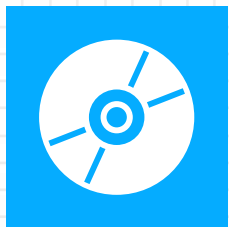
数字媒体时代+智慧营销



打通渠道



名人代言



互动营销



竞价推广

突破传统营销方式

数字媒体时代，通过大数据聚焦关键人群，利用数字媒介，进行有针对性的销售，突破传统营销方式，提升智能行车记录仪销量

趋势三：企业间跨行业、跨领域、跨部门合作追求共赢之道，做大市场，激发更多智能行车记录仪使用场景



跨行业合作

M&A (传统硬件+车载电子+移动互联网服务)

传统硬件企业与技术提供商、服务提供商展开合作，产品软硬件结合，提供更优质的用户体验



跨领域合作

M&A (互联网企业+专业厂商)

互联网企业的平台优势、营销优势与传统企业的生产链优势互通有无：

- 1) 将智能后视镜从小屏跨越到全屏；
- 2) 从电子产品标准到车规级标准；
- 3) 从封闭的应用系统跨越到车规级车联网开放系统



跨部门合作

与交警、路政部门 连接，举报有奖

交警路政等部门接入行车记录仪产品中，既保证安全，又让车主获利，在一定程度上提升未购买消费者购买欲望，激发大家讨论这个话题的热度，进一步促进厂商销量。另一方面政府机构的入局，为互联互通的车联网发展奠定了基础



实现厂商互利共赢

激发更多使用场景 促进消费者购买

智能行车记录仪产品日益多样化，平台已搭建完成，随着智能行车记录仪标准的统一，产品之间互联互通成为可能，在不同场景中，可以满足用户不同诉求。实现跨行业，跨领域和跨部门的合作，能在盈利模式上提升产品的利润

实时分析驱动用户资产成长

• 易观千帆 • 易观万像 • 易观方舟 • 易观博阅



易观订阅号



易观千帆试用