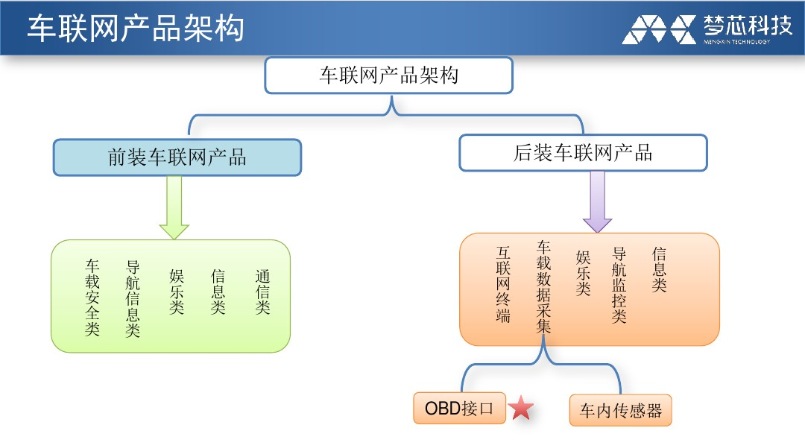
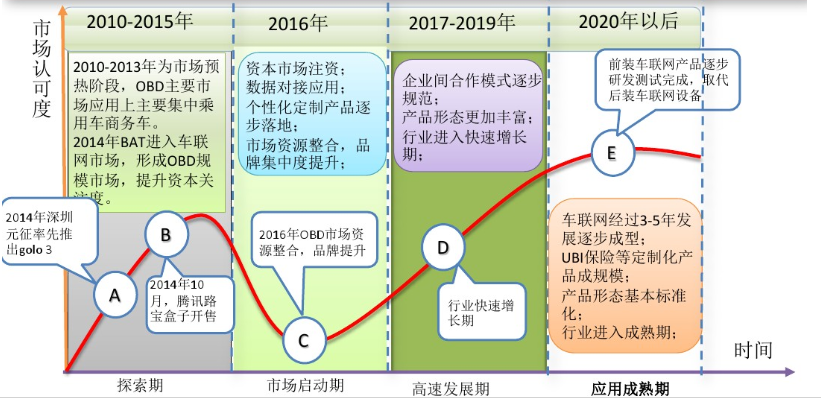
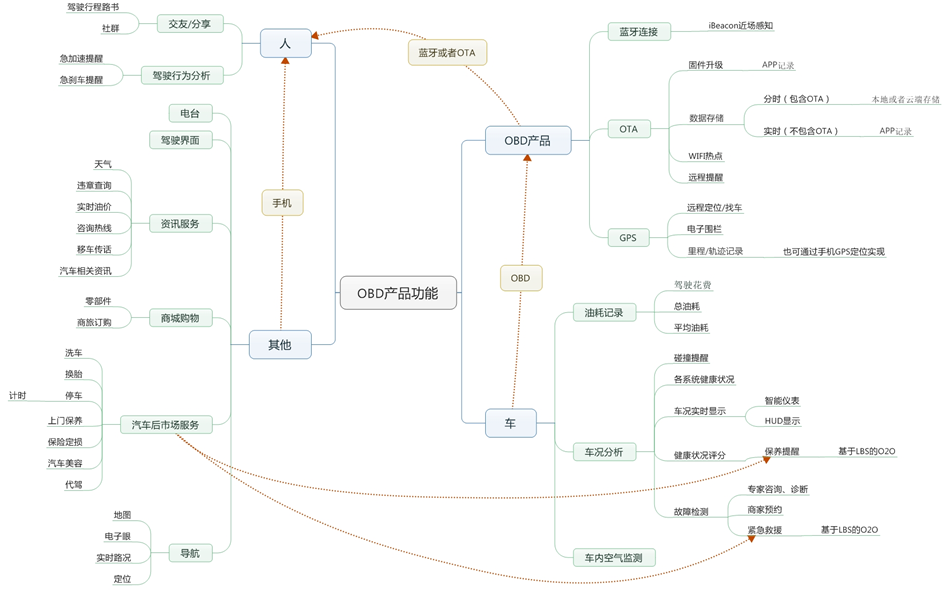
1. 车联网产品架构



前装：是指主机厂商为整车厂做配套，就类似刹车片、三滤、雨刮这些，大多都是配件厂来配套的。

后装：是指主机厂家生产的产品通过经销商来走量，以渠道销售为主。





竞品信息





OBD产品不断革新，已然车联网（车辆网目前的定义是要达到车与车、车与路、车与网、车与人的交互）中“车与人”交互的一种途径。为了更好地发挥OBD产品的价值，我们必须了解OBD接口的弊端：1）数据不全。目前，我们能读取的都是公共协议的内容，OEM厂商不会轻易开放最有价值的私有故障代码，以至于通过OBD进行车况检测的价值下降。同时，汽车车窗、电气等相关数据是无法从OBD读取的，这使得极有价值的电气、车门等提醒服务也无法完成。（除非和OEM合作）；2）OBD接口只能读取不能写入。只读不写就只是单向的，不能算作一种交互。以至于脑海中远程控制汽车的美好画面就变成了浮云；3）OBD产品功耗问题。在汽车停车后，OBD产品进入低功耗模式可以解决这个问题。但是一旦进入低功耗模式，车主离车后较有价值的电子围栏、远程找车等功能就无法实现（此点只是主观臆断，有待证实）。笔者认为，在车联网时代，车载系统将成为最终赢家，而OBD产品只会是一个车联网时代的过渡产品。但这个过渡产品不是没有价值，OBD产品和车载系统的玩法不一样，但其想要实现本质（车联网）是一样的。我们可以在它身上积累经验，搭建服务体系，它可以成为我们最终实现车联网的跳板。

可行性分析<https://wenku.baidu.com/view/b85ee4dd79563c1ec4da71b9.html>

供需情况<https://wenku.baidu.com/view/694bbae4de80d4d8d05a4f04.html>

OBD产品市场研究报告

1. 车联网市场分析

车联网是指车与一切物体（V2X）的交互，包括车与人（V2P）、车与车（V2V）、车与基础设施（V2I）等交互，实现车辆与公众网络通信的动态移动通信系统。

## 车联网生态发展

2009-2010

2011-2013

2014-2015

未来

车厂主导，服务单一，商用为主

政策扶持，制定标准，技术迭代，入口之争

资本关注，大佬进入，模式探索，竞争加剧

产业融合，生态完备，长尾价值，持续获利

监控、救援、导航

OBD 车载娱乐 LBS 实时导航

智能硬件 车载系统 T-BOX 远程控制

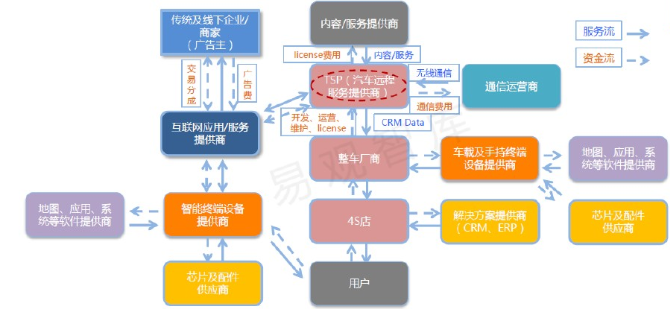
智能交通 汽车金融 自动驾驶 智慧城市

以前车联网应用服务单一，商用为主，主要用于监控、救援、导航等。而从2011年开始，车联网已被国家列入重大专项，成为了“十三五”期间的重点项目，车联网标准制定上升至国家层面。

2013年到2015年市场发展杂乱，大多数公司集中在手机互联、OBD、汽车后装市场；2016年到2018年，开始有汽车公司、互联网公司、专业语音和导航公司开始合作，市场环境初步形成。与此同时，随着5G商用推进和自动驾驶技能的成熟，车联网将迎来新的发展阶段。

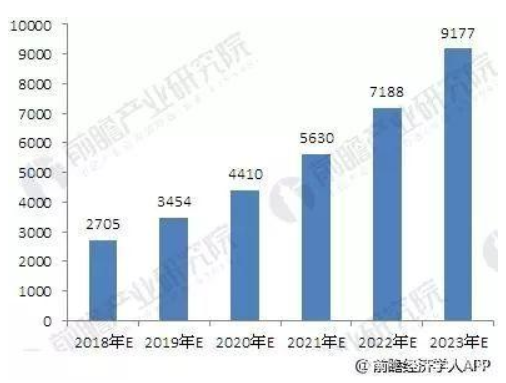
## 车联网产业链





## 市场需求旺盛

我国汽车产量及保有量一直保持上升的趋势。2017年，我国汽车产量达2901.54万辆，汽车保有量在年中已突破2亿辆。根据我国目前汽车产业的发展速度，预计2023年中，我国汽车保有量将超过4亿辆。庞大的汽车市场为中国的车联网服务的增长提供了强有力的基础。中国车联网正面临着全产业的爆发性发展机会。



1. OBD产品市场现状分析

远程诊断成为2012年车联网行业发展的另一个主要关键词，OBD加手机APP的产品形态成为2012年流行的产品形态。目前OBD类产品有两大阵营。一大阵营是基于ELM327的蓝牙OBD产品，这类产品的特点是成本低，但做二次开发如里程统计、油耗分析等功能比较麻烦。蓝牙OBD加APP的产品形态更适合于发烧友使用，没有建立相应的生态链，纯属于移动互联网向车联网渗透的另类产品。还有一个主要的问题在于基于ELM327的OBD功耗太大，容易造成馈电。另一大阵营是基于自主方案的OBD产品，这类产品虽然价格相对较高，但可以做一些增值的服务，可扩展性比较强。

对车主而言，车辆的故障诊断、油耗分析、行程分析等功能相对比较实用，也是车联网的主要服务内容。另一方面，随着手机应用的不断发展，基于手机的导航应用已经被大多数年轻用户所接受，手机上有导航，再增加一些与车有关的服务。另外，和传统的DVD导航车机相比，此类产品的最大特点是价格便宜、免安装，可以迅速形成用户规模。

OBD产品分析