

以用户为支点撬动产业链

中国互联网加油产业发展机遇2016



Analysys 易观
实时分析驱动用户资产成长

本产品保密并受到版权法保护

Confidential and Protected by Copyright Laws



研究背景

- 中国传统加油行业存在较多痛点，用户体验差、加油站运营效率低，互联网化有利于提高行业效率，提升用户体验。2014年开始，互联网加油企业陆续上线，互联网加油的概念开始被车主消费者所接受。经过近几年的发展，消费者通过线上平台选择加油站、完成线下支付的消费习惯初步养成。随着行业的发展，众多互联网加油平台开始向更大的汽车生活生态圈进行业务扩张，使满足消费者一站式的汽车生活成为可能。同时也有部分互联网加油平台开始将业务向B端延伸，为加油站提供内部运营、CRM系统、供应链等服务成为行业的主要发展趋势。

研究定义

- 中国互联网加油行业：由互联网企业搭建的线上加油服务平台，利用互联网/移动互联网技术并结合线下的加油站等多项资源为车主消费者提供线上加油站搜索、加油支付、加油站评价等多项服务项目。

数据来源

- **易观千帆**：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3季度易观千帆基于对12亿累计装机覆盖、2.78亿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。
- **数据算法更新说明**：数据基于易观千帆A2.0算法，较A1.0算法做了如下优化：1.对数据采集方式进行了优化，采集用户行为更全面；2.加强了数据防作弊体系管理，提高数据的完整性和真实性；3.增加机器学习算法，对用户标签、用户属性指标进行计算。

研究范畴

- 研究对象：中国互联网加油行业，仅对互联网企业在移动加油行业的业务进行研究，不包括传统企业的APP产品。
- 本报告涉及的关键字：互联网加油、石油产业、汽车生活生态圈、商业模式、发展趋势等。
- 本报告的国家/地区主要包括：中国大陆，不包括港澳台地区。

目录

CONTENTS



中国互联网加油服务产业生态分析



中国互联网加油服务市场现状分析



中国互联网加油服务商业模式分析



中国互联网加油服务市场趋势分析

PART 1



中国互联网加油服务产业生态分析

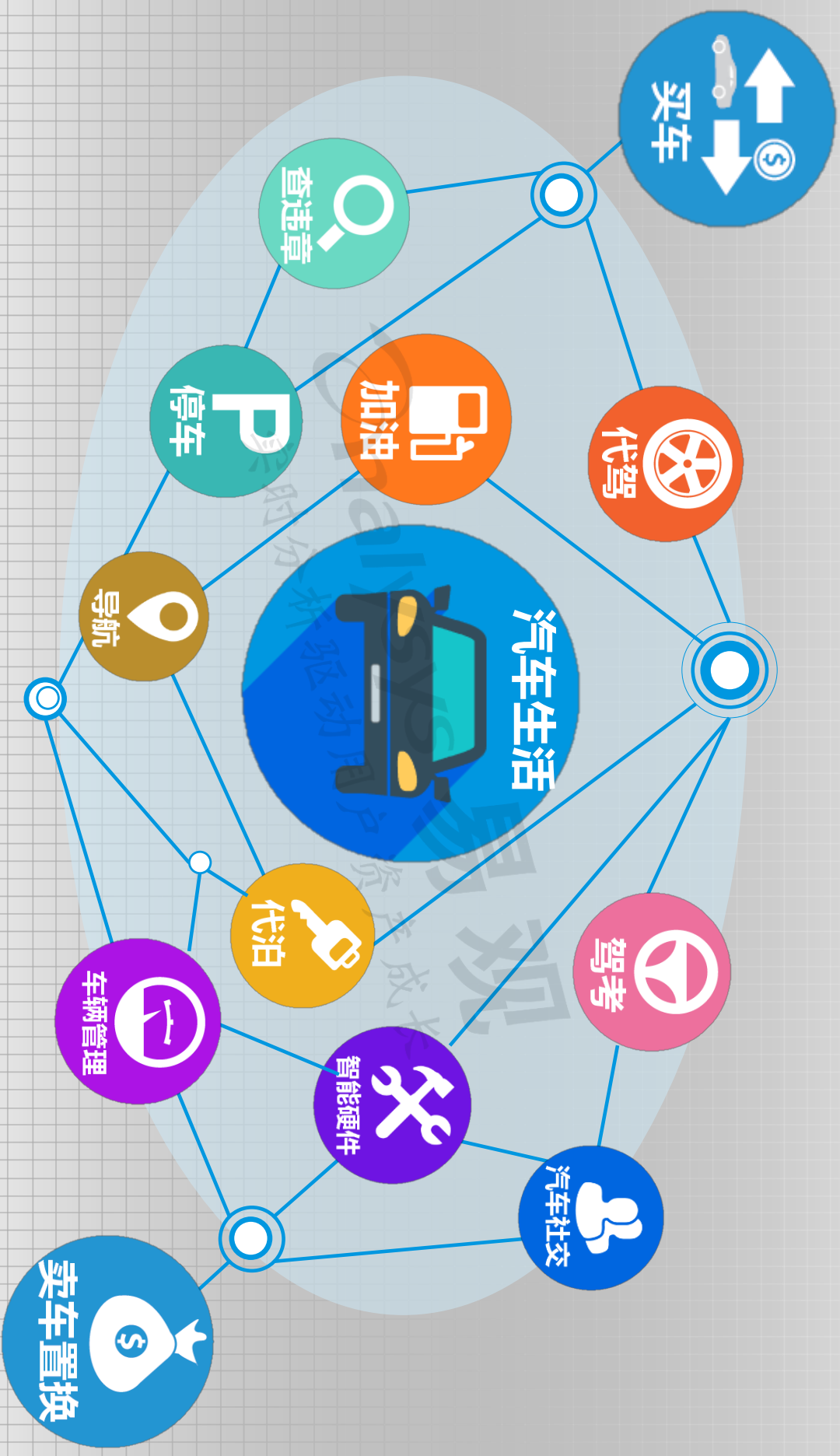
© Analysis 易观

www.analysis.cn

2016/12/13

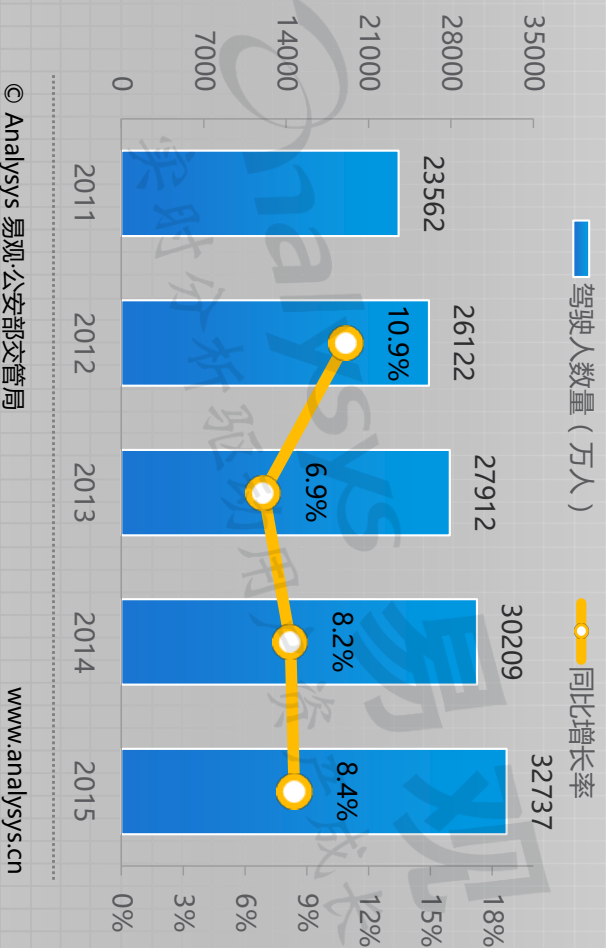
实时分析驱动用户资产成长

汽车生活生态场景图谱

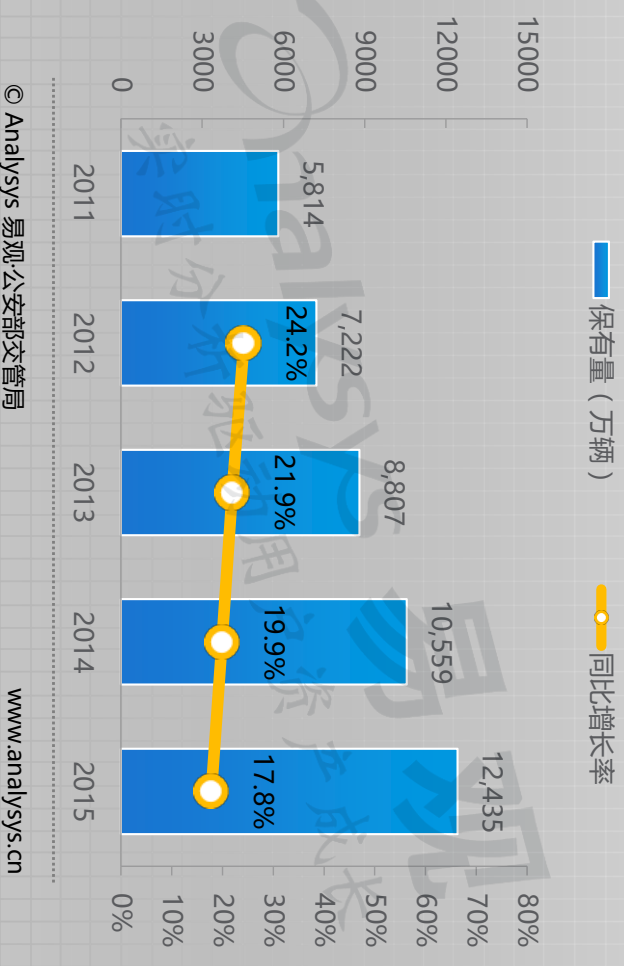


车主规模稳步提升，加油行业市场规模巨大

2011-2015年中国机动车驾驶人数量



2011-2015年中国私家车保有量



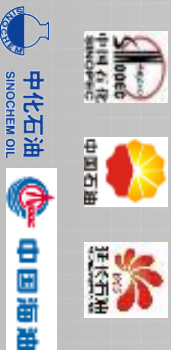
32737万人 机动车驾驶人数量

12435万辆 私家车保有量

■ 据公安部交管局统计，截至2015年底中国机动车驾驶人数量和私家车保有量均保持稳步提升的态势。Analysys易观分析认为，车主消费群体规模及私家车保有量的稳步增加表明未来汽车生活生态圈和用车场景将更加丰富。加油作为汽车生活中的典型场景之一，存在巨大的市场空间。

民营加油站市场占有率低，急需进行互联网转型

国有企业



资金实力强
具有一定垄断地位
油站分布广

.....

外资油企



品牌知名度高
资金实力强
管理水平先进

.....

民营企业

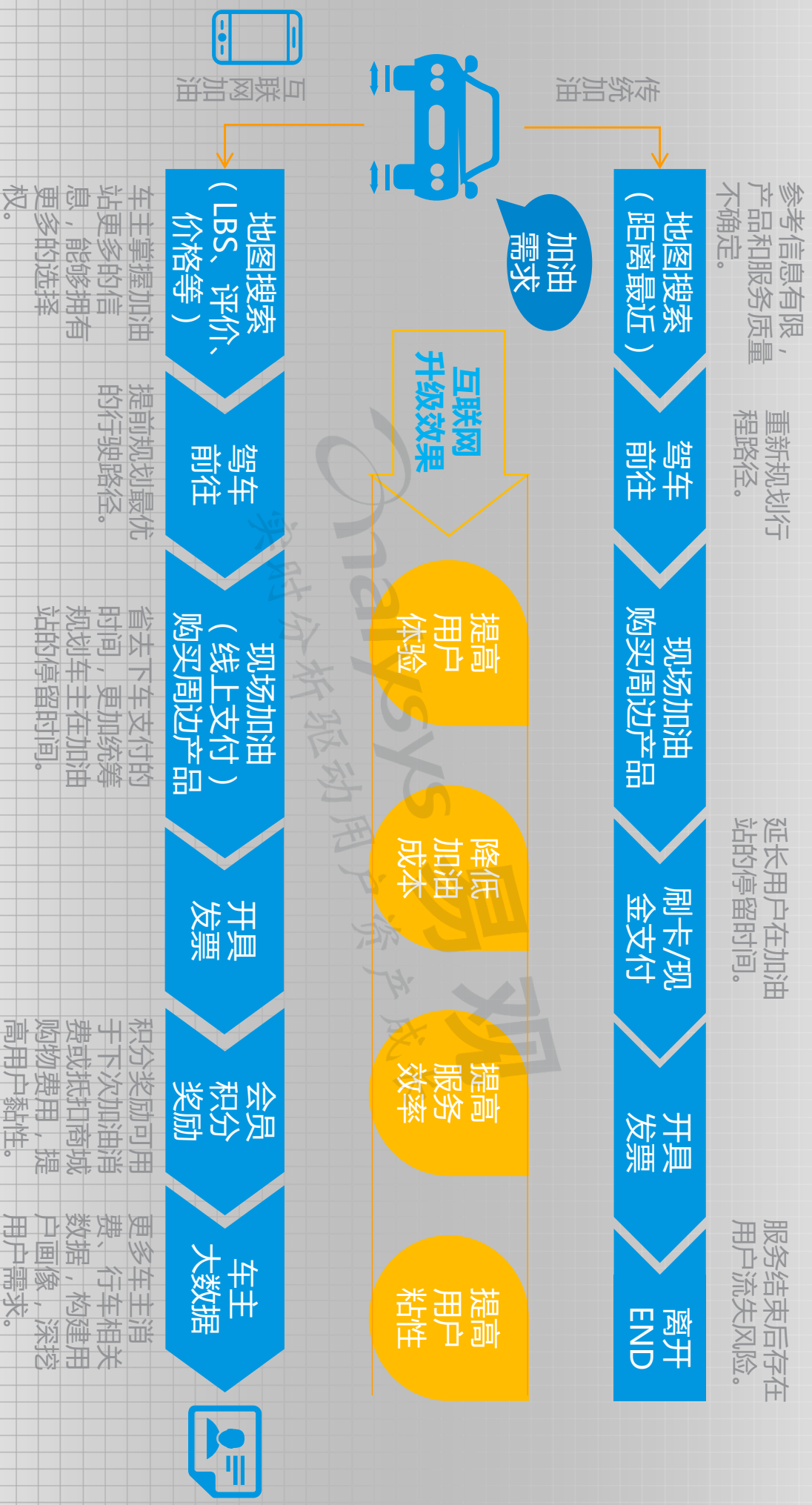


经营规模小
资金压力大
品牌知名度低
服务体验较差

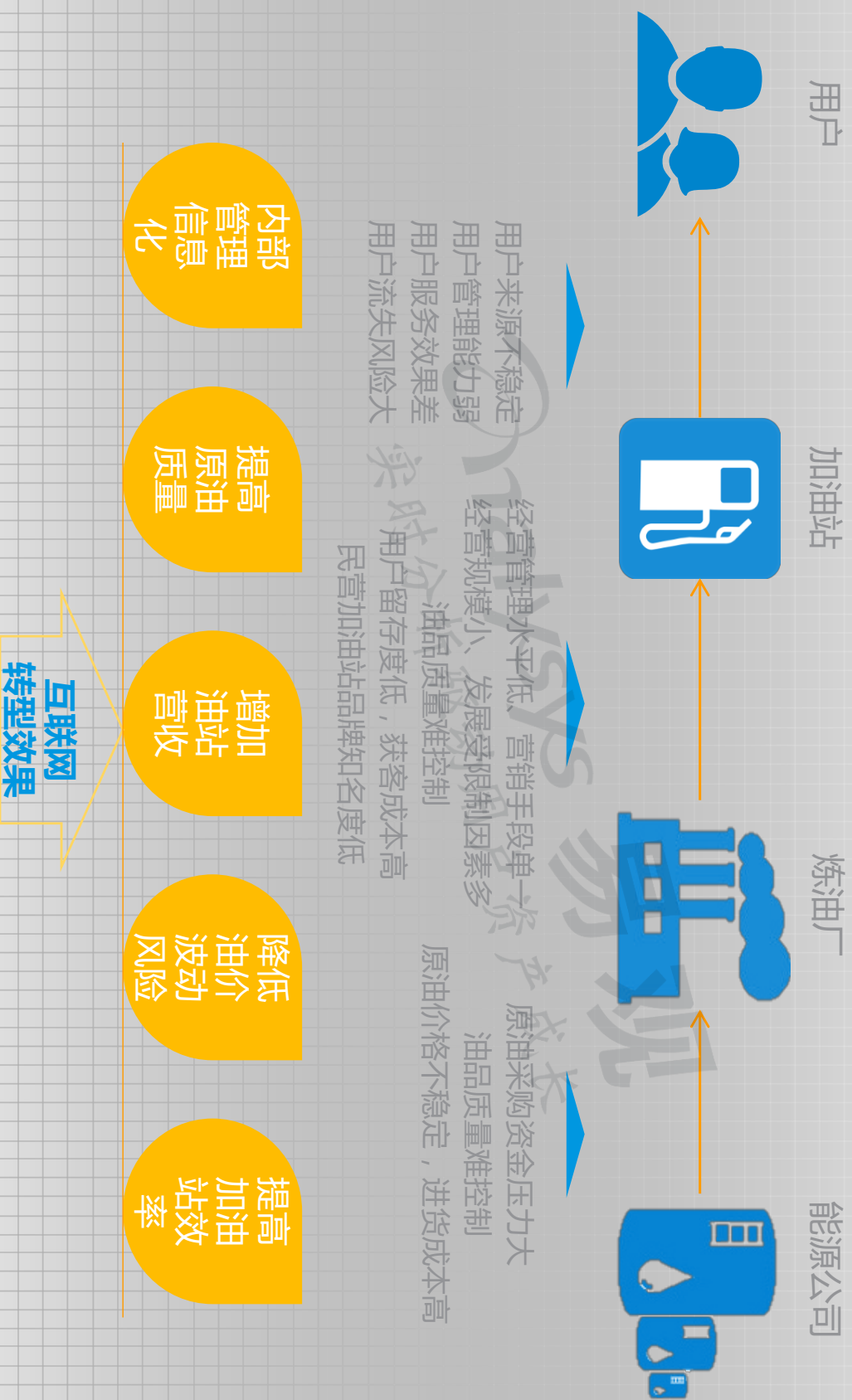
.....

- 根据Analysys易观统计测算，中国加油市场规模巨大，年加油交易额约3万亿人民币，但一半以上的市场被国有企业和外资油企所瓜分，民营企业发展受到诸多限制，市场占有率低。
- Analysys易观分析认为，互联网转型将有利于民营企业提高自身管理水平，降低企业经营成本，提高企业盈利能力，同时也给消费者带来更好的消费体验。

互联网加油服务升级，提升用户加油体验



互联网优化成品油产业链，提升加油站运营效率



行业洗牌效果显现，市场格局初步形成



最新融资轮次

2015.9.13 A轮

2015.9.25 Pre-A轮

2014.1.10 A轮

2016.8.18 A+轮

2016.4.19 B轮

累计融资金额

数千万人民币

2000万人民币

757万人民币

1.7亿人民币

超2亿人民币

上线时间

2014.8

2014.8

2015.2

2015.4

2015.7

2014.7

2014.8

2014.8

2015.3

2015.6



最新融资轮次 2014.12.1 天使轮
(已倒闭)

2016.1.7 A轮

2016.3.29 A轮

2015.10.21 A轮

2015.9.5 天使轮

累计融资金额 500万人民币

7000万人民币

数千万人民币

1100万人民币

500万人民币

数据来源：根据市场公开信息统计整理

2016/12/13

实时分析驱动用户资产成长

PART 2



中国互联网加油服务市场现状分析

© Analysis 易观

www.analysis.cn

2016/12/13

实时分析驱动用户资产成长

宏观环境良好，利于中国互联网加油行业快速发展

P（政治因素）

- 工信部《工业和信息化部关于贯彻落实〈国务院关于积极推进“互联网+”行动的指导意见〉的行动计划（2015 - 2018年）》提出，到2018年，互联网与制造业融合进一步深化，制造业数字化、网络化、智能化水平显著提高。

E（经济因素）

- 截止2016年9月，中国机动车保有量已经达到2.8亿左右，汽车保有量1.8亿左右。
- 前三季度全国居民人均可支配收入117735元，涨幅8.4%。
- 截止2016年9月，中国移动电话用户数13.09亿，其中手机网民数达到10.04亿户。

S（社会因素）

- 前三季度石油价格总体上涨，油价负担水平较高，汽车使用成本较高。
- 用户移动互联网消费习惯逐步养成，并逐步成为主流消费方式。

T（技术因素）

- 智能终端性能提升。
- 伴随GPS和无线上网技术的发展，LBS技术不断发展和成熟。

互联网企业与传统巨头共同推动加油行业互联网化



促进因素

阻碍因素

国家颁布政策支持互联网+，积极推进传统产业与互联网融合。

用户互联网消费习惯已经形成，支付方式多样化让生活带来方便。

传统巨头企业积极拥抱互联网，通过互联网+方式弥补自身不足。

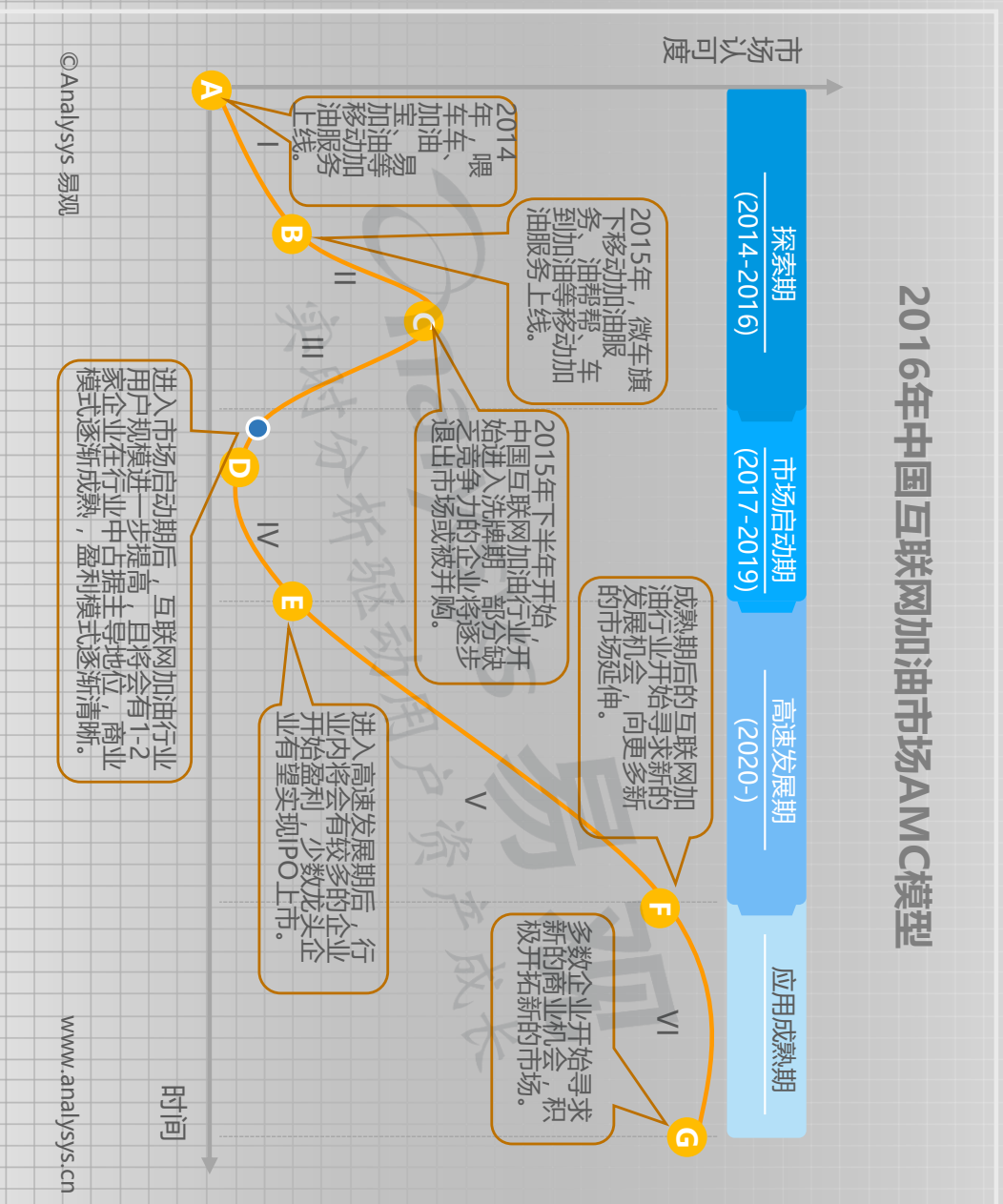
行业洗牌之后资本市场更加慎重，移动加油服务企业获取资金难度加大。

传统国有企业仍占据垄断地位，民营企业口碑较差。

经营模式仍在探索当中，单一加油模式盈利困难。

互联网加油行业仍处于探索期，行业洗牌期开始

2016年中国互联网加油市场AMC模型



■Analysys易观分析认为，进入2017年后，中国互联网加油市场将进入市场启动期，在启动期的前期行业洗牌仍将继续。当前中国互联网加油行业的商业模式逐渐清晰，但各平台的盈利模式还有待进一步探索。

■Analysys易观分析预测，进入启动期后的互联网加油行业将会有1-2家的企业逐渐在行业中占据主导地位，盈利模式也将逐渐清晰。

2016年中国互联网加油行业动态盘点



互联网加油平台移动端用户活跃情况

2016Q3中国互联网加油平台移动端活跃用户TOP5



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年第三季度**易观千帆基于对**12亿**累计装机覆盖、**2.78亿**移动端月活跃用户的行为监测结果。采用自主研发的iengTech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·易观千帆

www.analysys.cn

- 根据Analysys易观千帆监测显示，2016年第三季度中国互联网加油移动端活跃用户规模以微车的760.5万人居首。

- Analysys易观分析认为，互联网加油移动端活跃用户规模的快速提升，表明车主消费者通过第三方平台选择加油站、完成加油、支付等一系列服务的习惯已初步形成，在巨大的车主和准车主规模的背景下，互联网加油行业发展迅速，市场潜力巨大。

中国互联网加油移动端活跃用户覆盖率

2016Q3中国互联网加油平台移动端活跃用户覆盖率TOP5



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年第三季度**易观千帆基于对**12亿**累计装机覆盖、**2.78亿**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·易观千帆

www.analysys.cn

- 活跃用户覆盖率：即定义周期内，至少使用过一次该服务的用户在至少使用过一次该领域任一服务的用户中的占比。
- Analysys 易观千帆监测显示，在2016年第三季度中国互联网加油移动端活跃用户覆盖率榜单中，微车以70.4%居首。
- Analysys 易观分析认为，微车凭借双流量入口在行业中占据有利地位，通过整合车主群体在汽车生活中的多场景需求，有效搭建互联网平台，满足车主一站式需求。

PART 3



中国互联网加油服务商业模式分析

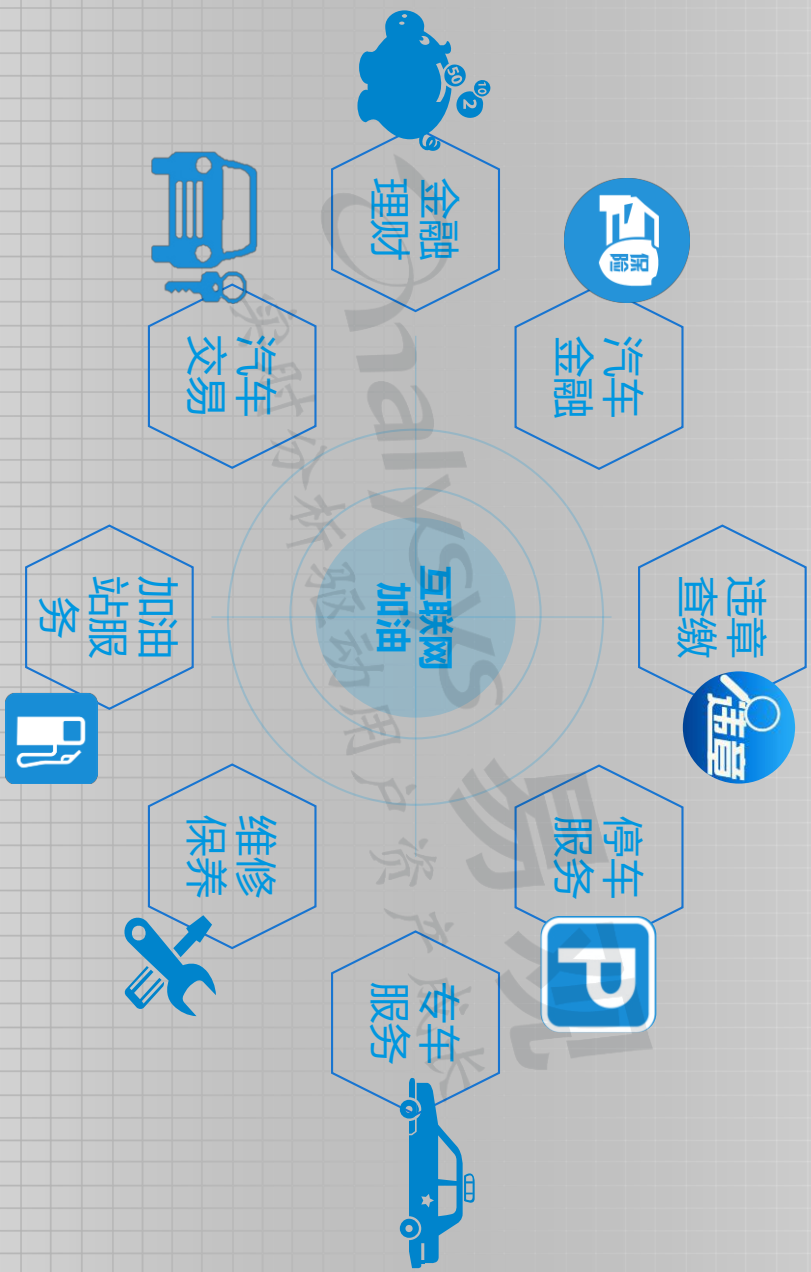
© Analysis 易观

www.analysis.cn

2016/12/13

实时分析驱动用户资产成长

互联网加油入口属性强，多元化商业模式形成



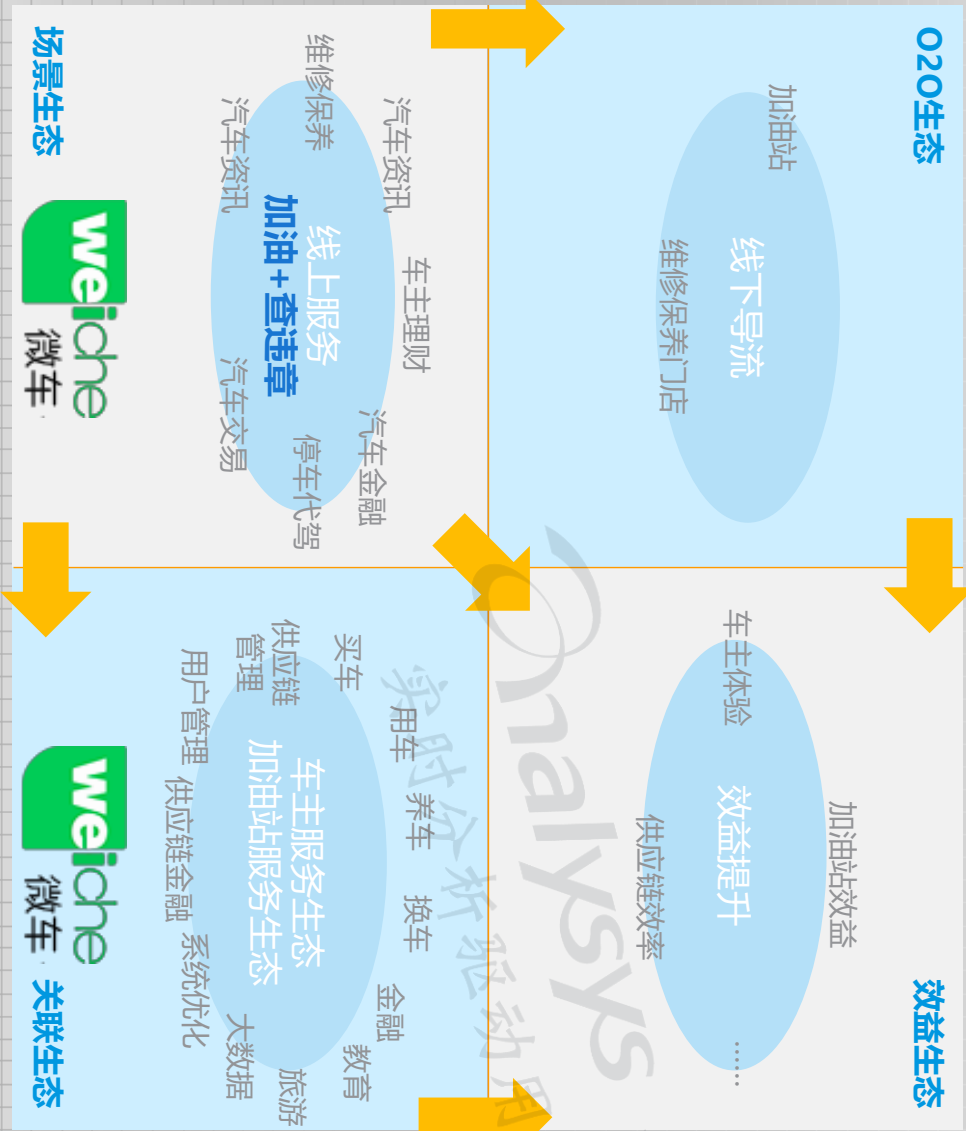
■ To C：围绕车主的汽车生活生态圈展开全面布局，将服务内容向汽车后市场、汽车交易、汽车金融及个人理财等场景进行业务延伸，形成完整的汽车产业生态化布局。

商业模式多样化 多渠道流量变现

■ To B：在满足车主用户加油需求的同时，向加油产业链上游延伸，从内部运营、营销服务、金融服务等多方面入手，深度服务B端加油站。

双入口流量优势，微车产业链延伸布局生态系统

不断提高车主服务体验，最大化地为车主提供优惠



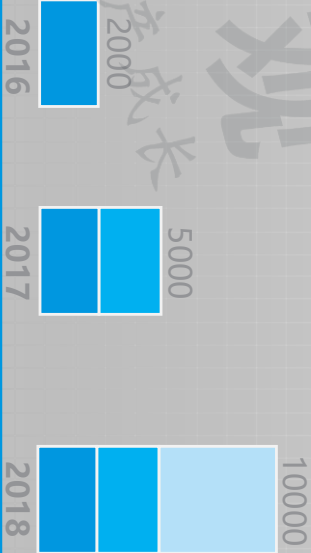
纵向深入布局加油查违章两条业务线

提高加油站的运营效率，降低成本，提高收入

用户布局

- 深度布局加油和查违章两条主业，形成双入口用户流量优势。

线下加油站布局



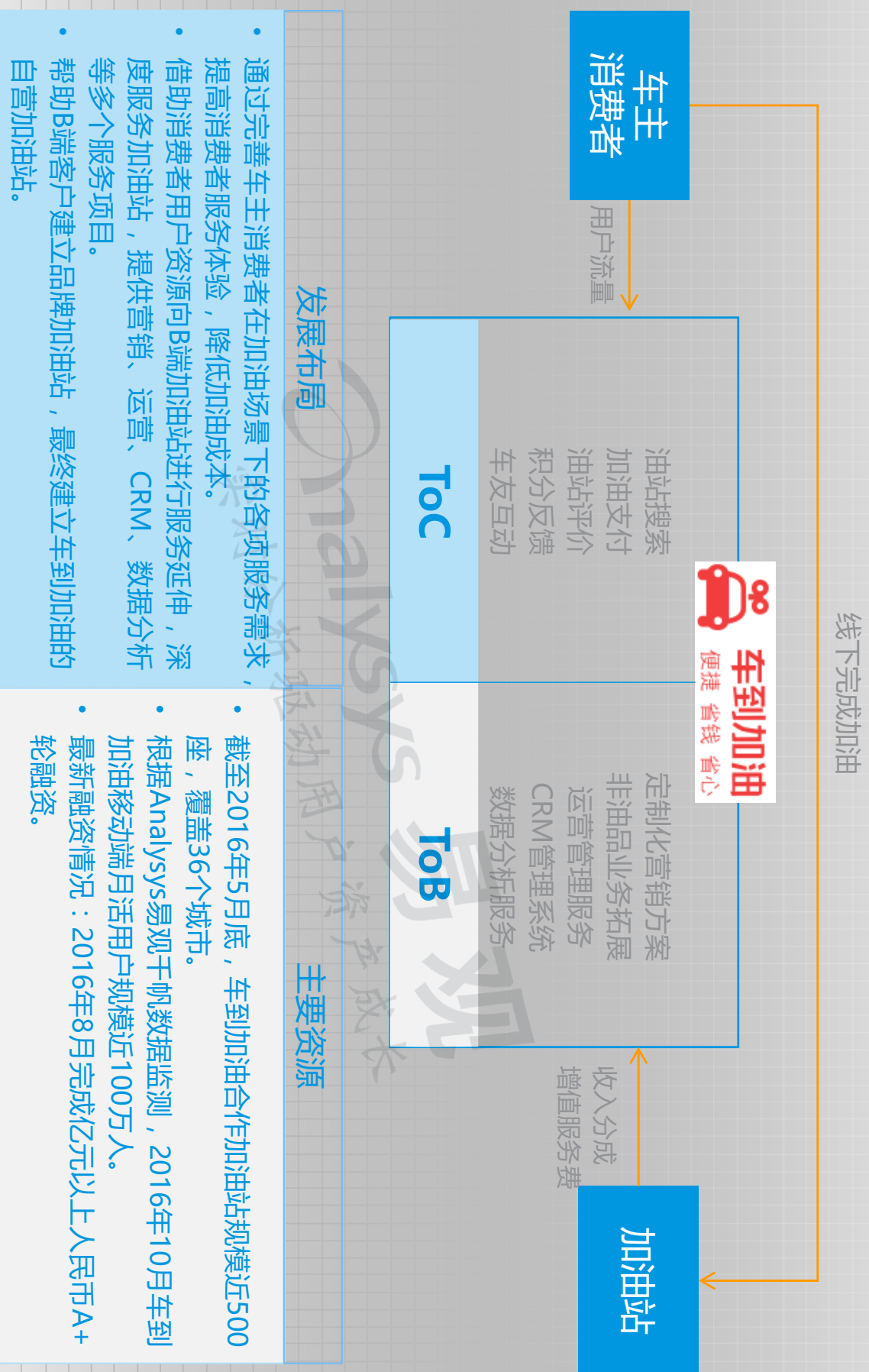
供应链布局

- 两大中心：石油贸易中心和石油零售中心
- 一个系统：供应链管理系统

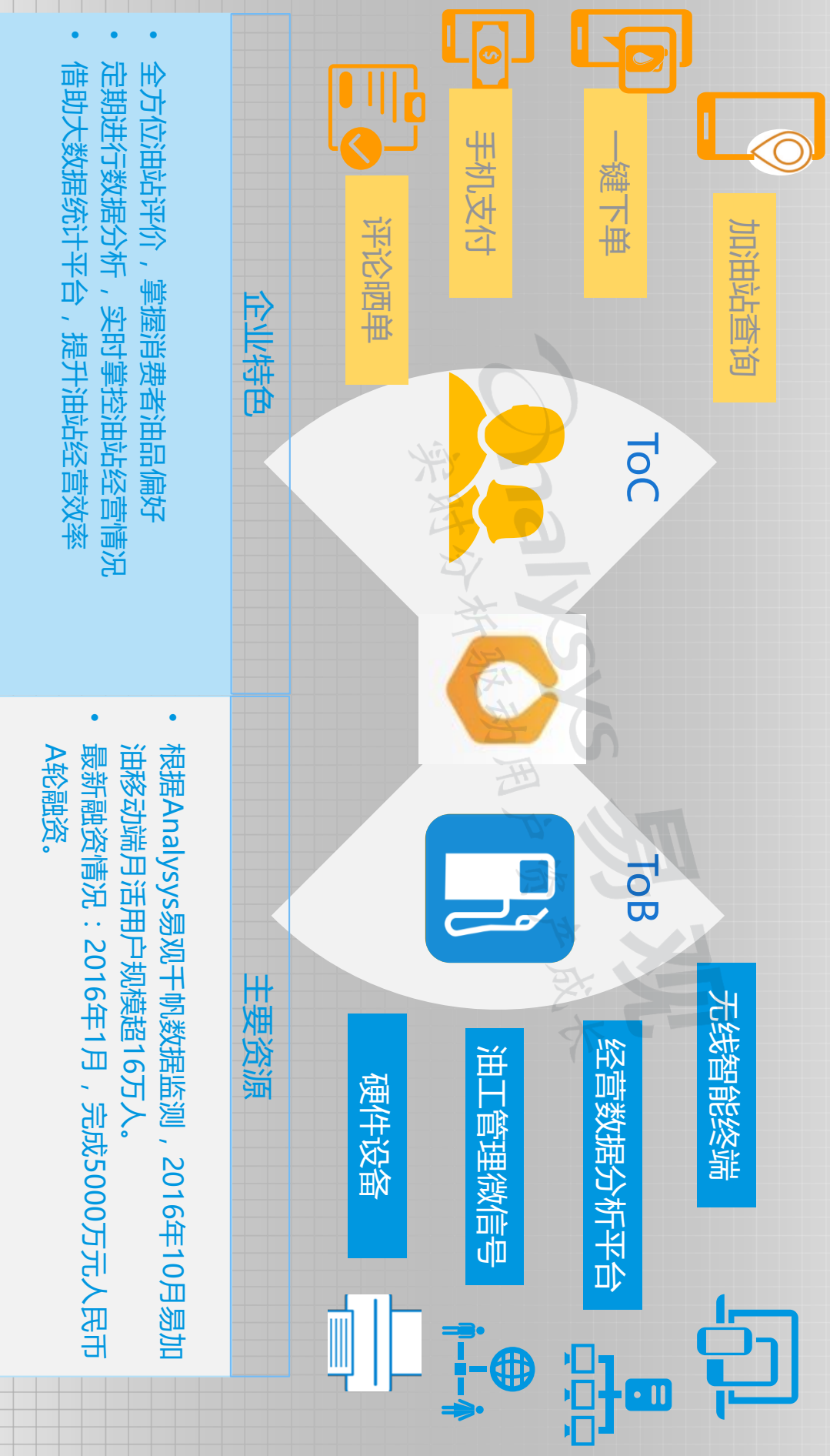
其他主要资源

- 根据Analysys易观千帆监测，2016年10月微车移动端月活用户规模达549万人。
- 最新融资情况：2016年4月完成1.52亿元人民币B轮融资。

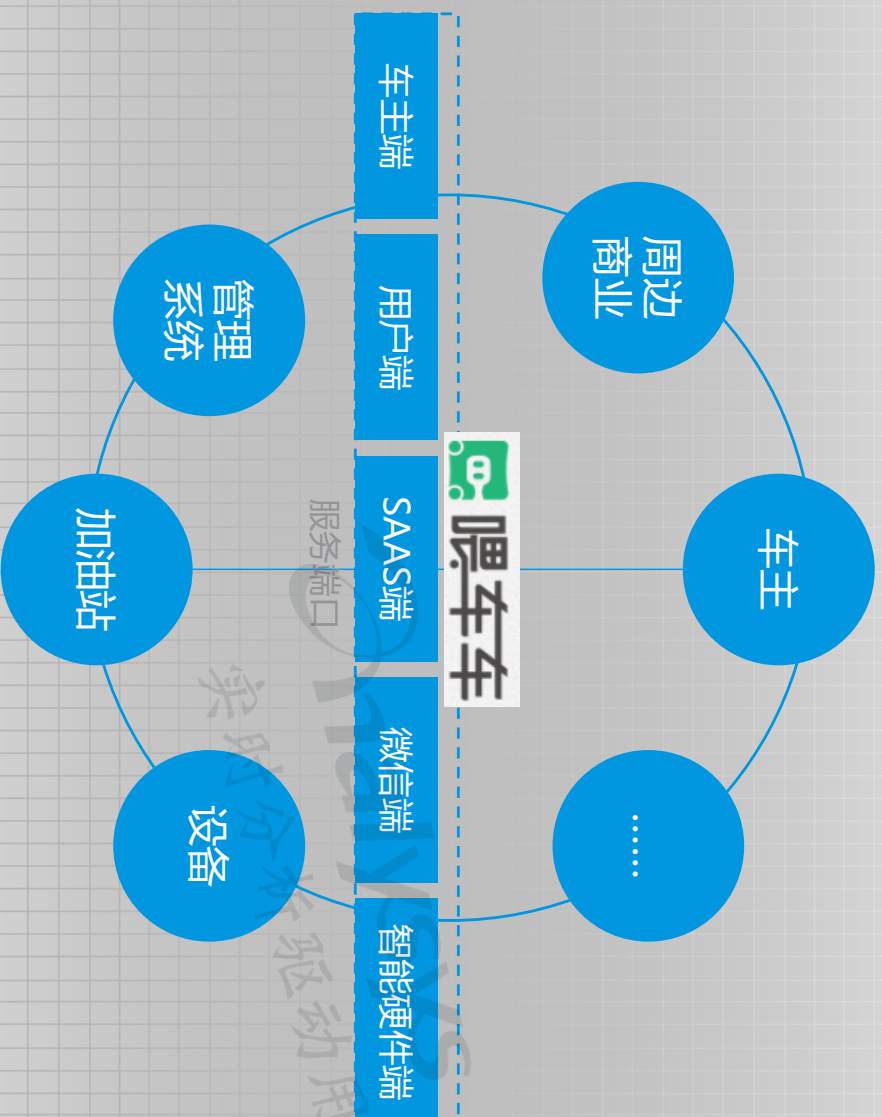
车到加油以车主服务切入，深耕B端加油站市场



易加油借助互联网改造加油市场，提升用户体验



喂车车多端口多技术提升加油站经营管理水平



- 最新融资情况：2015年9月完成数千万元人民币A轮融资

互联网

提高加油服务效率，提高用户体验

顾问式运营

深度服务加油站，为企业提供顾问式运营服务

管理系统

推出加油站零管系统“喂OS”

喂车车“加油站+”三级系统

PART 4



中国互联网加油服务市场趋势分析

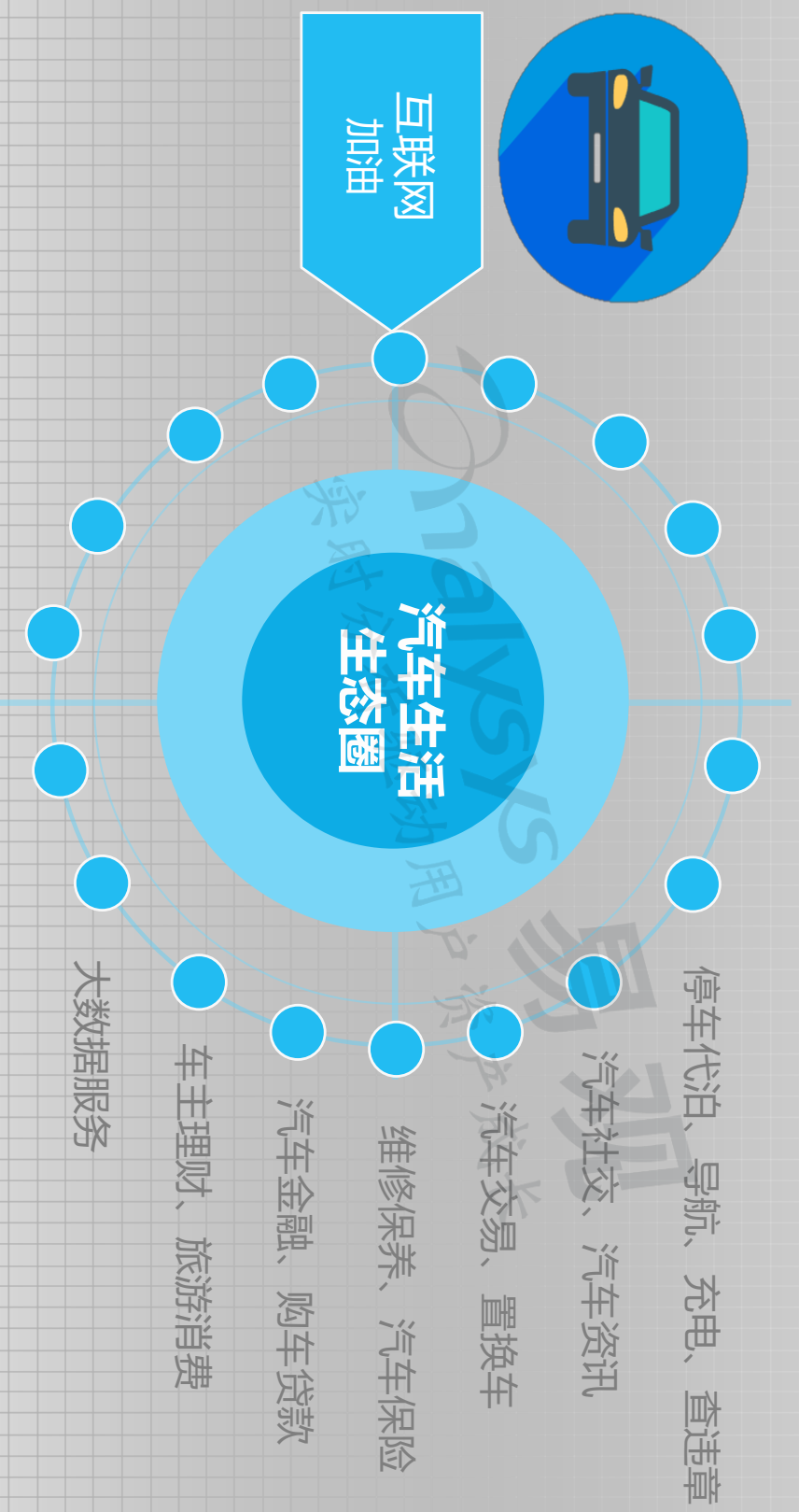
© Analysis 易观

www.analysis.cn

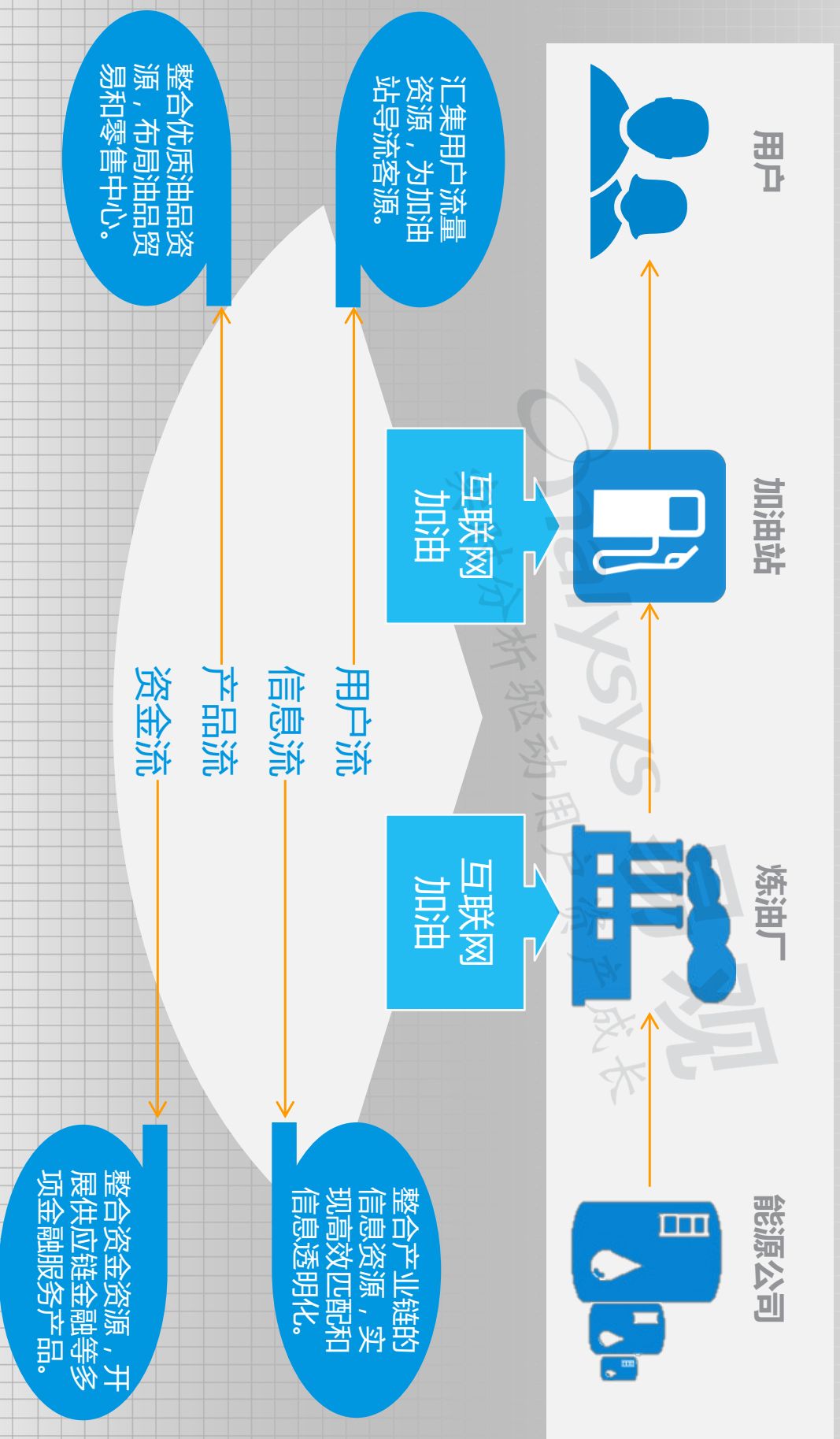
2016/12/13

实时分析驱动用户资产成长

互联网加油将持续优化用户体验，生态化平台化趋势满足消费者一站式的汽车生活

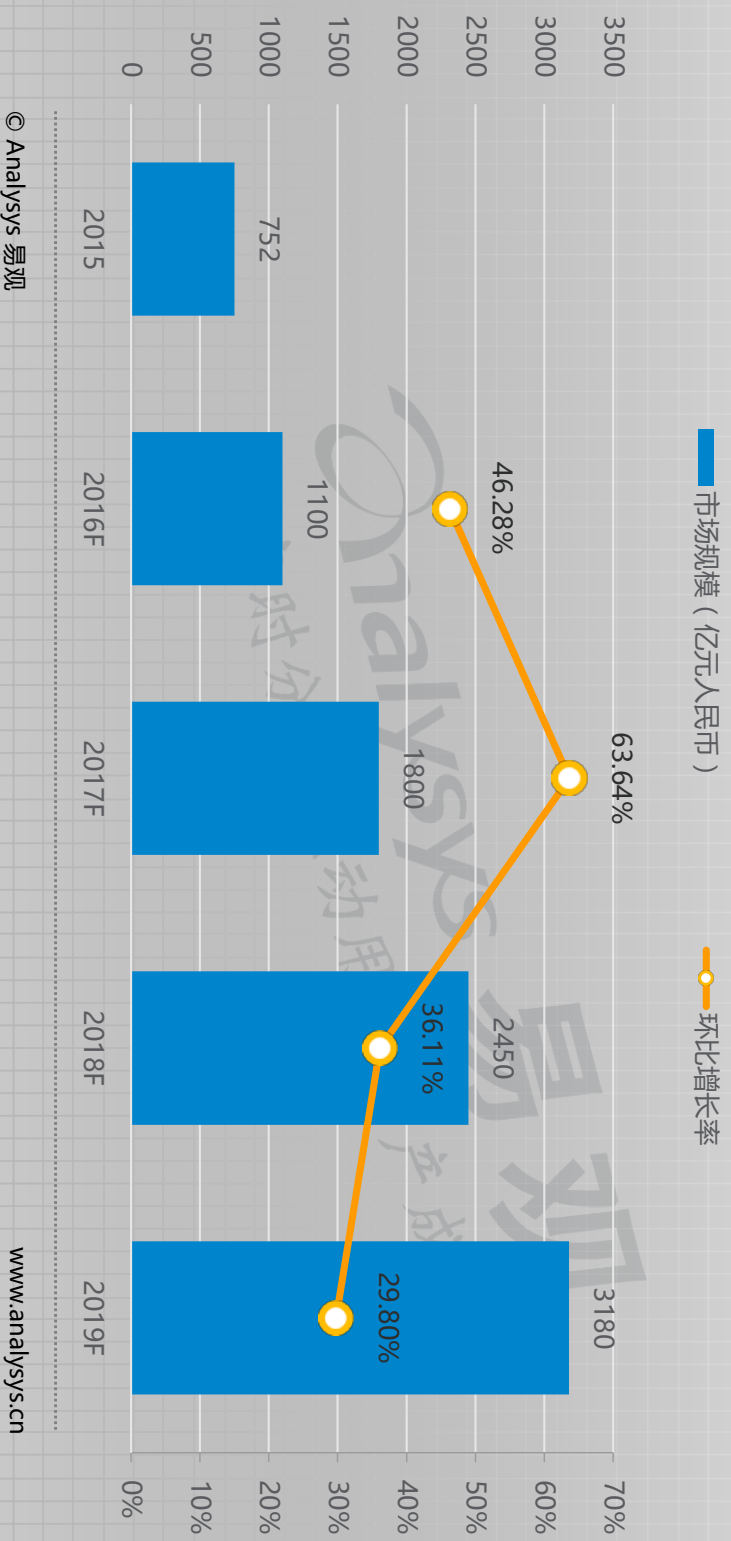


互联网加油企业持续优化加油站服务效率，服务向产业链上游延伸



中国互联网加油市场规模预测

2016-2019年中国互联网加油市场规模预测



■ 汽车加油行业是一个相对刚需的市场，在我国每年汽车保有量缓慢增长的情况下，加油市场也相对稳定。Analysys易观分析预测，2016年互联网加油市场将达到1100亿元人民币。而随着电商用户渗透率的不断提高，Analysys易观分析认为，会有更多的车主消费者选择互联网方式进行加油，并完成支付以及周边产品消费。因此，在万亿级的市场规模下，互联网加油行业将会表现出巨大的发展前景。

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

