



三次站上风口， 小生意穿上科技“盔甲”瞬间起飞

——访广东传奇机动车服务有限公司总经理凌帆洋

每天，中山的马路上汽车川流不息，越来越多的人成为了有车一族。而汽车保有量的快速增长并不是最近才开始的，早在十余年前已经出现。那个时候，资深保险人士凌帆洋敏锐地抓住了这个机遇，创办了广东传奇机动车服务有限公司，为保险企业提供车主代办业务。

只是，他无论如何也想不到，仅仅几年之后，随着移动互联网和智能手机时代的到来，小小的代办业务居然会成长为帮金融机构做客户增值服务的平台大生意，年销售额轻松破亿元。

文/记者 李红 图/记者 洪喜鹏

看见汽车“快增时代”到来 选择开不一样的代办公司

学计算机专业的凌帆洋在走出校门的时候，应该不会想到，他的职业生涯居然会围绕“保险”行业展开，而不是像他的多数同学那样，成为技术员或者码农。

不过，在2001年进入中山一间国有保险企业的时候，他确实是应聘到技术部门，做技术维护工作。只是，乐于和人打交道的性格，让他不甘于技术岗位，也想尝试一下保险业务。正好，领导也有此意向，于是，在做了一年多的技术工作后，凌帆洋就被调到了业管部，“业管部不直接做业务，而是管理业务的运营，可以让我全面地了解整个业务链条，熟悉各个部门的运作。”

在业管部从一线干到管理岗位，凌帆洋积累了丰富的保险业经验。大概从2006年开始，凌帆洋注意到，市场上汽车销售正在进入快速增长期，跟随而来的车险保费增速也越来越快。更因为保险企业的不断增加，各个企业对于车险客户的竞争也日趋激烈。也是在这个时候，保险公司开始为客户提供各种购买车险的增值服务，简单的有实物礼品、洗车券以及各种代办业务等，“那个时候的代办包括代理年审、违章、保养，甚至洗车之类。”

凌帆洋当时有一种直觉，他觉得汽车增长如此之快，保有量越来越大，围绕汽车展开的服务必将会是一个大市场，并且这个市场只会越来越大，而不用担心它变小或者消失。到2009年的时候，凌帆洋开始考虑自己出去创业了，瞄准的方向就是服务车主。当然，他也并不是去开一间洗车店或者维修厂，而是锁定老本行保险行业，将创业的切入点缩小到为保险公司提供车主增值服务。

凌帆洋记得很清楚，他的第一间公司是在2009年的国庆节期间开业的，选在东区一个偏僻的地方，包括他在内，只有3个人，与市面上大大小小的代办公司相比并无太多不同。所幸，因为对保险行业熟悉，凌帆洋每年都能够拿到保险公司的批量“订单”，“平均每天要服务几十个车主，维持生存一点问题也没有，就相当于挣点劳务费吧。”

有趣的是，那时候的服务方式相当简单粗暴，凌帆洋先印一批“违章券”“年审券”“保养券”之类给保险公司，然后车主拿过来兑换“服务”，他再找保险公司结算。“现在听上去有点好笑，但前两年我们就是这么办的。后来我觉得太混乱，常常对不上数，就自己开发了一个简单的内部管理系统，这样发了多少券，核了多少就一目了然了。”



人物档案

- 企业家：凌帆洋
- 行业：新兴业态、服务业
- 展望：走出广东，铺向全国

人力服务前景有限 投入百万元开发车主增值服务平台

大动干戈的创业却止步一间代办公司，这显然不是凌帆洋的目标。

开了几年代办公司后，他希望可以为保险公司提供更全面的增值服务套餐，来解决他们的资金利用效率以及增值服务吸引力等痛点问题。“可能是一种干技术的天然敏感，我开始有一种想法——做一个网络平台，将我们提供的所有增值服务都呈现在上面，然后保险公司可以购买虚拟额度给车主，车主上去根据自己的需要挑选服务。这就是我最初的构想。”

凌帆洋的构想得到了客户的认

可。接下来，他开始着手请技术人员搭建网络平台，自己去寻找和采购各种资源，“动手之后我才发现，这个事情居然这么难，并且这么烧钱。这不是做个企业宣传网页那么简单的事情，而是将我们未来可能提供的加油充值或者洗车、保养、代办等各种服务都能够上面兑换，涉及衔接、规则和安全性等各种问题。”

经过两次推倒重来，从2012年启动，一直到2013年底，被命名为“车传奇”的汽车服务平台终于上线，凌帆洋悬着的一颗心总算落地。“要知道，到这个时候，我已经投入了100多万元，

其中光技术开发就花了三四十万元，其他用来搭建平台资源了。”

车传奇网络平台推向市场后，保险公司还是比较认可的，因为他们只需要订购一定数额的车传奇服务权益卡，就可以提供给车主更丰富的服务，这样免去他们采购资源的麻烦，并且不会过多占用资金。只是，凌帆洋却没有开心起来，因为网站推广的速度远远低于他的预期，还是有很多车主表示没听过，不想用，不想选。“用户量增长相当慢，带来的后果就是‘车传奇’在市场上的影响力不够，自然吸引力也有限。”

智能手机时代不期而至 车主平台瞬间“起飞”，年销售额过2亿元

正在凌帆洋苦恼的时候，继汽车销售高速增长之后，车传奇的下一个风口居然就这么不期而至了——智能手机开始普及。

随后，国内移动互联网快速发展。凌帆洋再次凭借着一个技术员对技术趋势的捕捉能力，于2014年快速将“车传奇”电脑版转换成手机版。“但我们还是走了弯路，最开始去开发自己的APP，发现用户增长量还是不理想，后来又去试微信公众号，一下子就看到区别了，用户直接就从之前上百上千的增长发展到上万的增长了。”

紧接着在第二年，凌帆洋居然迎来了第三个风口——保险行业费率改革。“车主都知道，从2015年之后，购买车险的保费开始和上一年的出险次数挂钩，这意味着很多小额赔案车主选择不报保险，促使保险公司在对车主的其他回馈方面加大力度，而且保险公司为保持车主粘度，提供增值服务的需求更进一步加大。”

此两个风口叠加，从2015年开始，车传奇的销售进入爆发式增长。“我们快速调整了资源和服务，用来应对极速增长的市场需求，将用户的兑换范围集中到加油充值、通讯充值、网络商城购物、娱乐会员、美食和出游出

行这几大热点。客户对象也从原来单一的保险公司扩大到以保险和银行为主的整个金融行业。”凌帆洋解释，金融企业给客户回馈一定额度的车传奇用户权益，客户就可以到车传奇公众号上自主选择兑换，方便灵活，“目前车传奇用户已经增长到146万，去年全公司销售额达到2.7亿元，同比增长100%多。”

与此同时，凌帆洋还在不断加大技术投入，“我们有二十多位技术人员，不断优化平台，最重要的还要提供安全保障。要知道，我们虽然提供的是虚拟商品，但都是有价值的，并且总量很大。”去年，凭借着多个软件专利，传奇机动车服务公司获评高新技术企业，这在服务行业并不常见，正如凌帆洋所强调的，“车传奇是一间依靠技术支撑的平台企业，并不是一间常规的网络公司。”

目前，车传奇已经走出中山，业务拓展到整个广东市场，甚至省外也有地方开始使用。接下来，凌帆洋开始将市面上的洗车美容和维修店纳入旗下，组成车传奇加盟服务网点，“目前珠三角已经加盟了260多间，广东省有1000多间，接下来还会在全国铺开，为我们打入全国市场做好铺垫工作。”

对话



移动互联网为其带来发展“风口”。

● 记者：时代大背景的变迁似乎对您的事业起到了很大作用，您如何理解“风口”二字？

◎ 凌帆洋：的确，车传奇是几次市场大趋势变化下的受益者，每一次变化都给我们带来了很大的收益，公司都能上到一个新的台阶。

如果说要提前预测市场趋势或者说科技变化浪潮，我觉得并非每个人都有这个能力，甚至我自己也都不算提前预测的。我的经验就是要创新，要打开思维，重视科技，不要囿于简单的人力输出。有了这个思维，或许当变化到来时，我们自然就能跟上时代发展的步伐了。