

数据显示，中国加油站保有量近 10 万家，其中民营油站占比近五成，但民营油站运营效率低，销售额仅占市场约 26 %。在这样一个大背景下，针对民营加油站的新零售 SaaS 成为了加油站所有者们的新宠。

创立于 2016 年的「智慧油客」，是一家加油站及新能源零售系统与解决方案提供商，通过自主研发的自动化加油站运营管理系统，为加油站提供进销存业务运营、会员客户管理、自属移动互联网平台营销、聚合支付、财务管控、大数据汇聚精准分析等服务或功能，并为合作加油站提供与之配套的运营与营销团队以支持运营。

此外，利用互联网零售思维、移动支付、大数据和人工智能分析等技术，建立加油站和用户之间的全场景连接，拓展加油站和用户之间的交易和服务关系，实现加油站对车主的数字化流量获取，跟踪与转化。

创始人王一表示，SaaS 系统的售卖模式此前已在多个行业完成验证并已大规模推广，但 SaaS 平台存在的痛点也很明显——系统卖给商家后，平台大多会教授一些使用技巧，例如活动更新、优惠模式、新品上市等项目的上线操作方式，剩下的，基本就需要商家自己利用系统来优化店铺经营了。

这种“买定离手”的商业模式，对于一些并不精于运营的商家来说最终没有起到太大作用。而加油站行业由于存在高毛利等特性，所以这种系统的劣势会更加明显。

事实上，想让产品的市场裂变快且效率高，除了需要产品本身功能完善以外，还要紧贴油站业务需求与市场变化，持续定制开发与迭代升级系统。

“以系统为工具提供配套的完善专业后期服务，帮助加油站一起使系统功能充分发挥其效果，才是大部分加油站老板看中的。”王一说道，“加油站的高利润、成品油买卖的高壁垒、以及定向服务3-5公里范围的零售业态，让他们发现不能只做平台系统，因为如果系统不能充分被利用，那么其功效就不明显。”

这里的原因主要体现在加油是刚需且高频的交易，加油站又是高门槛准入的行业，过往经历中民营加油站的老板并不需要投入太多精力运营即可。但是如果需要更精细化运营，希望结合互联网创新型精准营销以抓用户提高其市场竞争力，就要求自身具备完整的专业人才团队来执行，而人才欠缺、组织能力不完善正是该行业发展的另一个核心痛点。

一位加油站老板表示，自己旗下油站接入 SaaS 平台后，需要投入很多精力去使用

系统、钻研市场规律，而成品油的交易是由相关部门把控定价的，即使把运营做的很好，增长的那一小部分利润也会让他觉得“付出了太多，得到的太少”。

智慧油客的解决方案，是针对市场反馈，在优化产品的同时，还定制了一整套培训、带教、24h\*365 运维服务、持续定制开发、后台托管操作以及运营流程，王一表示是，公司为了每一个服务加油站的外包“市场品牌部”、“营销策划部”、“IT 系统部”、“数据分析部”、“文案与设计部”等，通过标准化及事先对于行业的深度理解，智慧油客目前合作了 3000 多家加油站，只需几十名运营人员。

值得一提的是，规模化发展还可建立一个

能够为长途运输等高油耗的行业提供更好的服务体验。

王一表示，智慧油客整个系统的交易额在 2018 年已达到了 100 亿；2019 年将超过 500 亿；至 2020 年，平台的销售收入将超过 2.5 个亿，利润将超过六千万。未来，智慧油客将继续优化服务模式，提升平台工作效率及人效，服务于更多加油站。

「智慧油客」为36氪融资合伙人计划企业服务赛道的入围项目，如果您是机构投资人且对项目感兴趣，可添加微信“Coco@36Kr-融资合伙人(day1\_36Kr)”，通过36氪与项目方取得联系。