

汽车后市场

行业研究报告

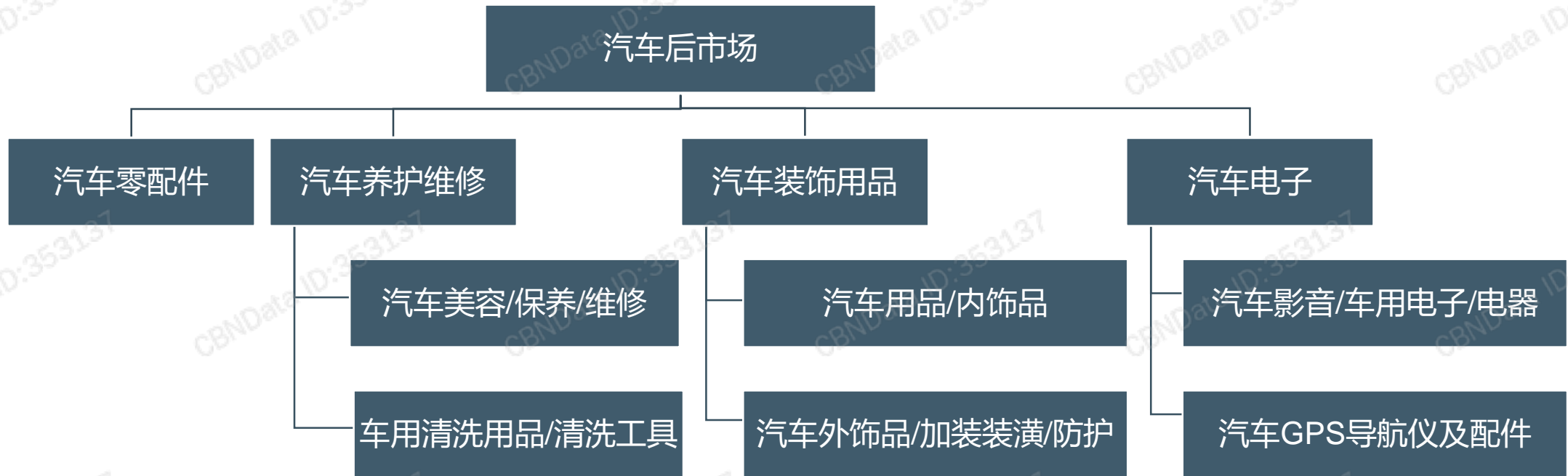


CBNData

第一财经商业数据中心

汽车后市场行业定义及研究范围

- 汽车后市场指汽车在出售之后维修和保养所使用的零配件和服务。本报告定义的汽车后市场是指汽车零配件、汽车养护维修、汽车装饰用品和汽车电子四大类别。



注：本报告所研究的汽车后市场，只包含实体产品，不包含出租/培训/代驾等服务

目录



行业概况



商品画像



消费者画像



移动趋势



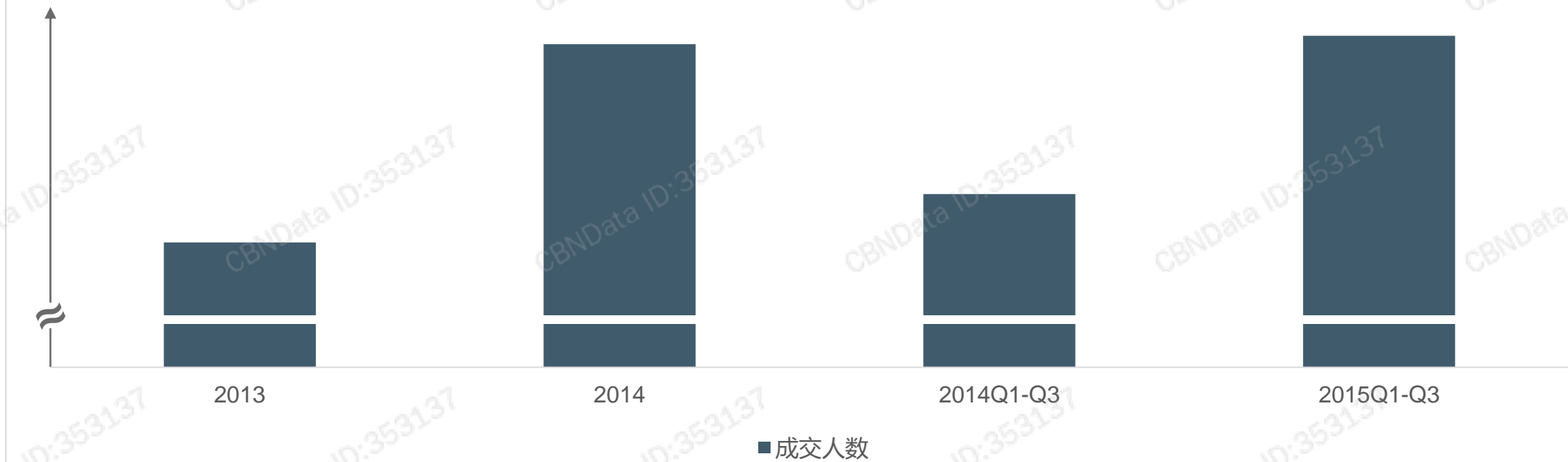
经营建议



附录

- 2014年是汽车后市场电商发展元年，增速不断上升，2015年行业增速放缓，进入平稳增长阶段
- 过去十年，我国私人汽车保有量快速增长，平均增幅近25%，线上汽车后市场仍有巨大潜力

2013-2015Q3 汽车后市场成交人数

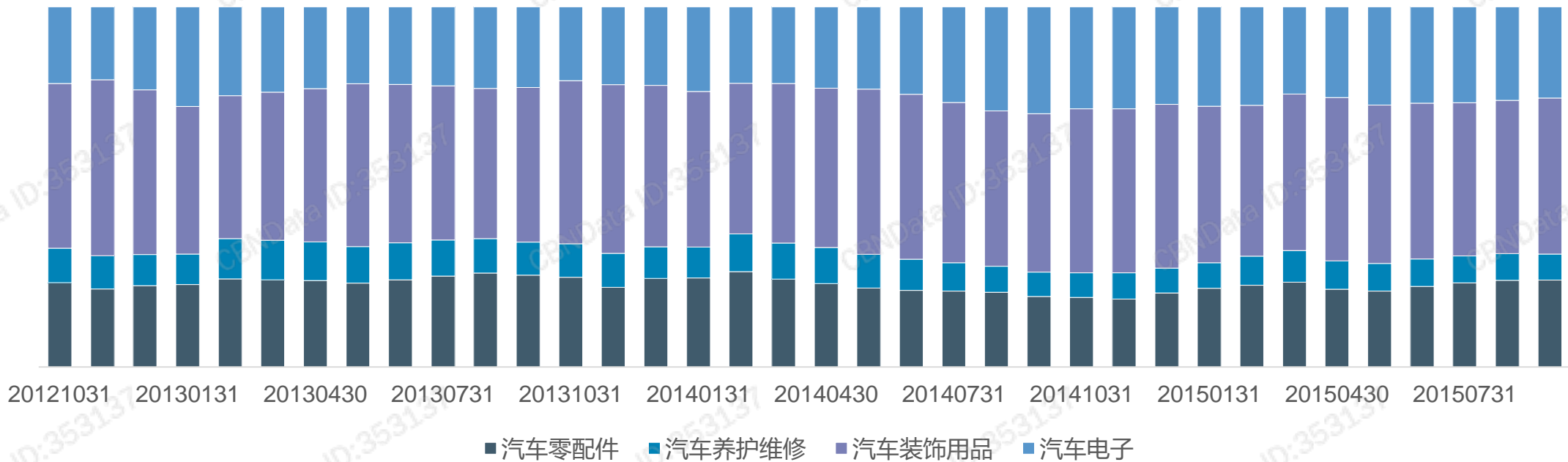


数据来源：国家统计局

商品画像 - 品类成交结构

- 分品类来看，**汽车装饰用品**因其品类的丰富和覆盖人群的广泛成为汽车后市场最重要的一个品类
- **汽车电子**的市场份额在2014年大幅增长，之后又回落到之前的水平；**汽车零配件**的趋势则恰好相反

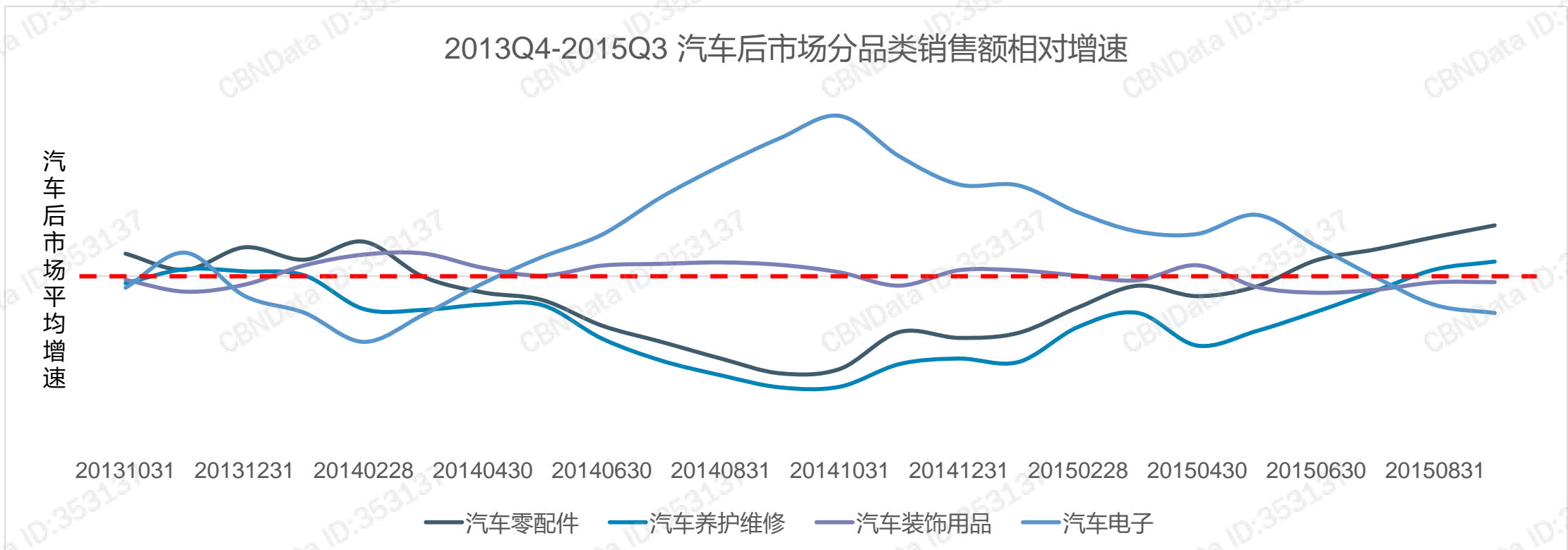
2012Q4-2015Q3 汽车后市场分品类销售额占比



商品画像 - 行业各品类成交增速

- **汽车养护维修**的增长较慢，低于汽车后市场整体增长
- **汽车电子**自2014年第二季度开始迅猛增长，成为汽车后市场中的一匹黑马，2015年中旬之后热潮渐渐退去；**汽车零配件**则在整体增速下降时，保持高增速，成为目前汽车后市场发挥最好的品类

2013Q4-2015Q3 汽车后市场分品类销售额相对增速

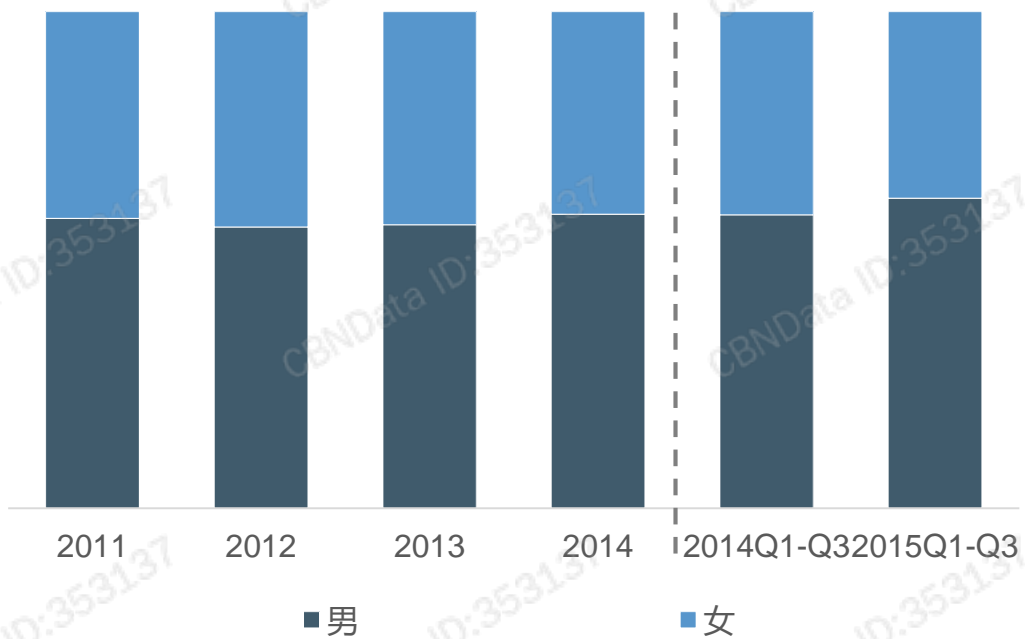


注：相对增速=品类增速-行业增速

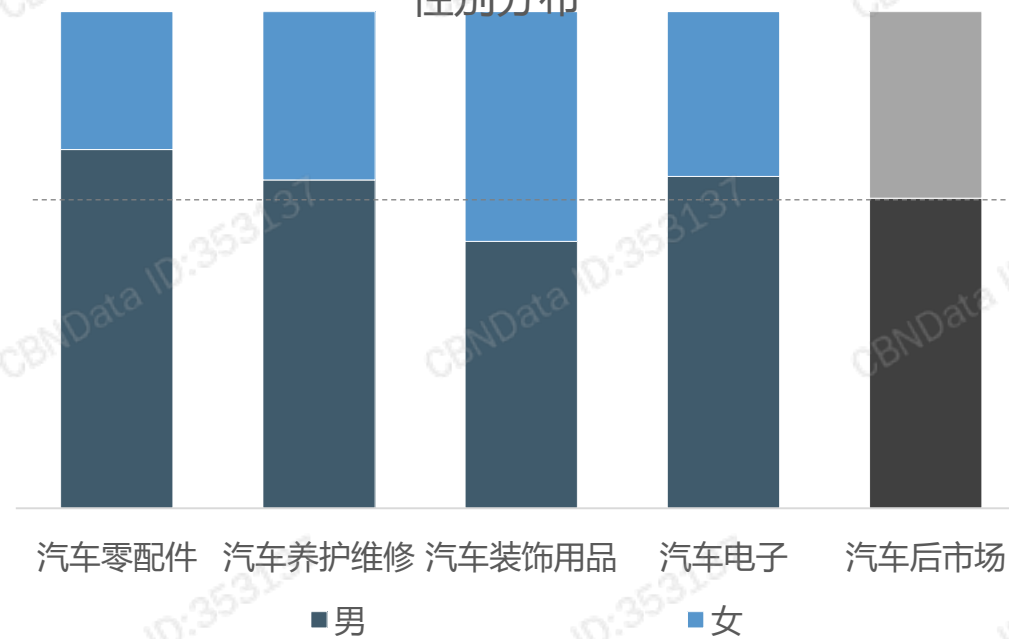
消费者画像 - 性别分布

- 消费者方面，与大盘数据不同，汽车后市场消费者以**男性**为主，与车主群体的性别分布大体一致
- 分品类来看，**汽车零配件**的男性比例最高，而**汽车装饰用品**专业性较低，覆盖人群大于车主群体，女性比例最高，远高于平均水平

2011-2015Q3 汽车后市场消费者性别分布



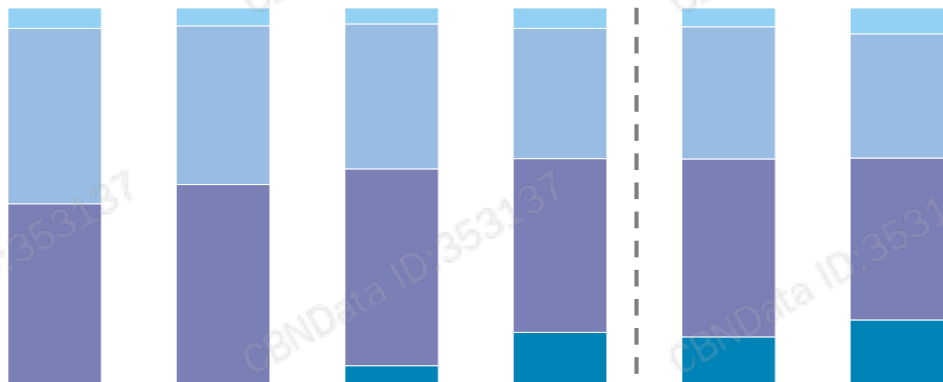
2015Q1-Q3 汽车后市场分品类消费者性别分布



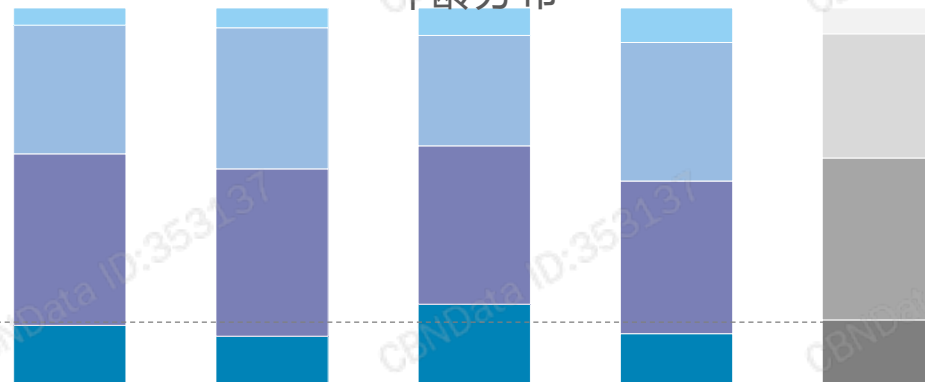
消费者画像 - 年龄分布

- 汽车后市场消费者大多为车主，因此年龄层次高于其他行业，**29-50岁**人群是汽车后市场主要消费群体，23-28岁人群的比例在逐年提高
- 分品类来看，**汽车装饰用品**消费者最为年轻

2011-2015Q3 汽车后市场消费者年龄分布



2015Q1-Q3 汽车后市场分品类消费者年龄分布



预览已结束，完整报告链接和二维码如下：

https://www.yunbaogao.cn/report/index/report?reportId=1_17331

