

车企自建型互联网养护平台

案例报告

2017年



汽车后市场互联网养护平台发展背景

1

车企自建型互联网养护平台案例-车享家

2

案例启示

3

中国汽车后市场互联网养护平台定义

定义：连接车主与商家，可进行汽车养护相关服务预约、购买等行为的在线服务平台

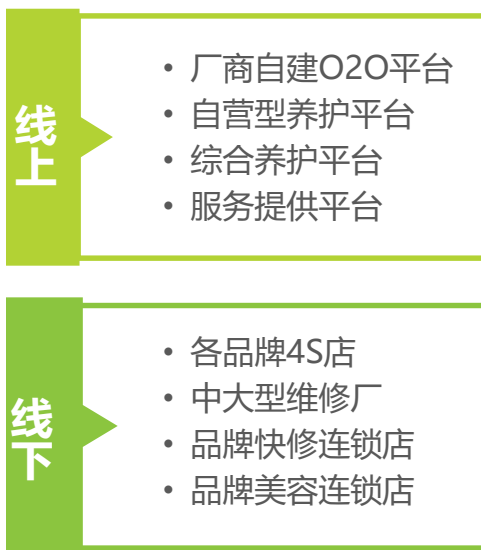
本报告对汽车后市场养护行业的定义，仅包括汽车保养、快修、美容等轻保类服务，不包括大型修理服务；且主要分析通过互联网技术手段实现的汽车后市场交易服务，不包括传统的线下实体交易；

汽车养护行业总体市场规模计算中，仅包括针对C端消费者轻保类服务市场规模，不计算针对B端的市场规模。

中国汽车后市场养护行业定义



2016年中国汽车后市场养护渠道分类



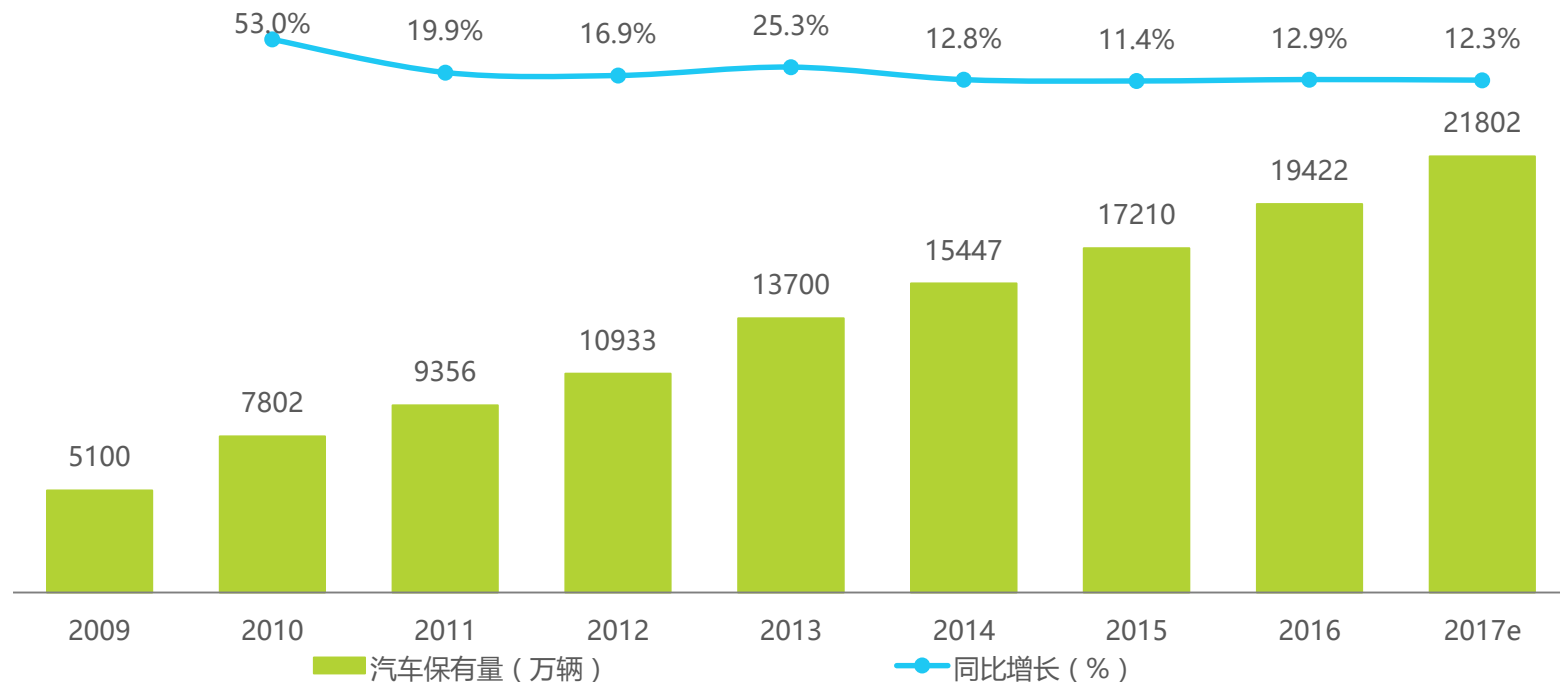
中国汽车行业背景

市场保有量持续提升，出保车辆比例增加，养护需求扩大

中国汽车流通协会数据显示，截止2016年，中国汽车保有量达到1.94亿辆，保有量稳步增长也带动了汽车后市场需求不断扩大；

同时，相比新车利润率持续降低，汽车后市场则正处于快速发展阶段，利润率较高，具有巨大的市场潜力，是当前及未来汽车行业的发展重点。

2009-2017年中国汽车市场保有率及增长率



来源：根据中国汽车流通协会数据整理所得。

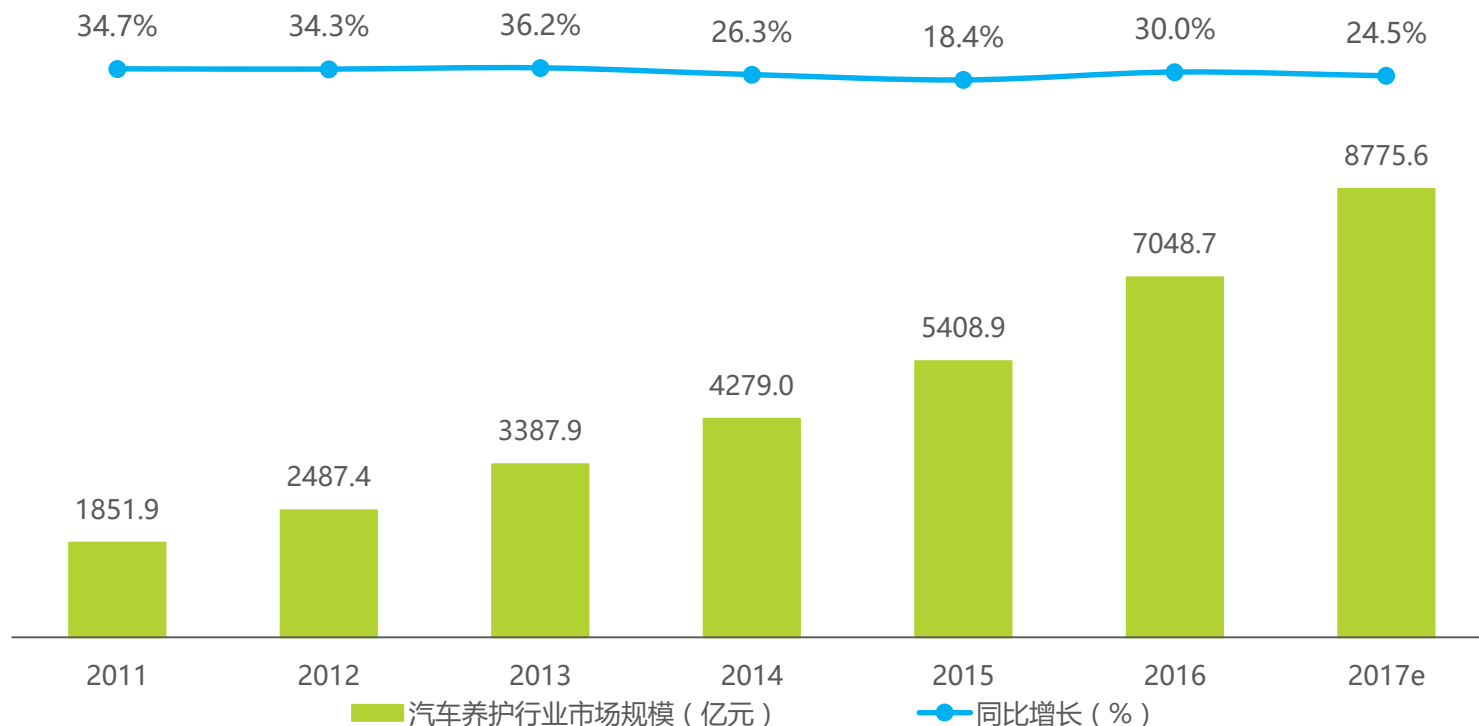
中国汽车行业背景

汽车保有量的增加及养护需求的延伸，促进行业规模增长

艾瑞数据显示，互联网养护行业规模2016年突破7000亿元，增长率达30%；

艾瑞分析认为，汽车保有量稳步增长以及车龄、出保用户的增长，以及配件市场的开放等推动了4S店以外后市场服务体系的快速发展，预计2017年汽车后市场互联网养护行业仍将保持快速增长的态势。

2011-2017年中国汽车后市场养护行业规模及增长率



来源：艾瑞咨询根据企业深度访谈，财报分析及艾瑞统计模型核。

中国汽车后市场互联网养护行业发展环境

宏观政策、数据服务、车主年轻化趋势推动互联网养护发展

2016年中国汽车后市场宏观环境分析



宏观政策促进发展

- 2016年《机动车维修管理规定》、《汽车维修技术信息公开实施管理办法》，打破经销商垄断
- 2016年实施《汽车零部件的统一编码与标识》，零部件信息公开化



技术提供保障

- 大数据、车联网技术、LBS服务为后市场养护平台发展提供技术支持，使汽车养护更加高效、便捷。

汽车养护需求量大

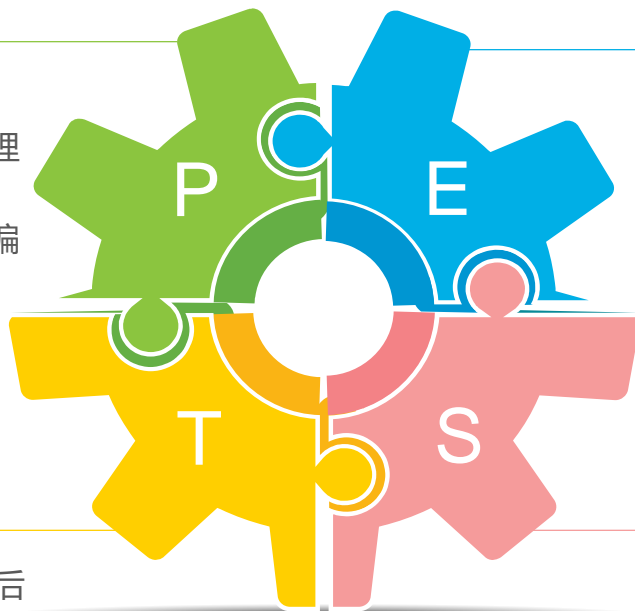


- 2016年乘用车销量超过2400万辆，汽车驾驶人超过3.1亿人，需求量稳步增长
- 2016年国民可支配收入比去年实际增长6.3%，人民消费水平稳步提升

消费群体年轻化



- 汽车市场消费主力军开始转向80后、90后，而网络消费对于80、90后普及率更高，尝试汽车养护平台可能性更高
- 中国一二线城市汽车市场开始趋于成熟，消费者汽车知识有所增加

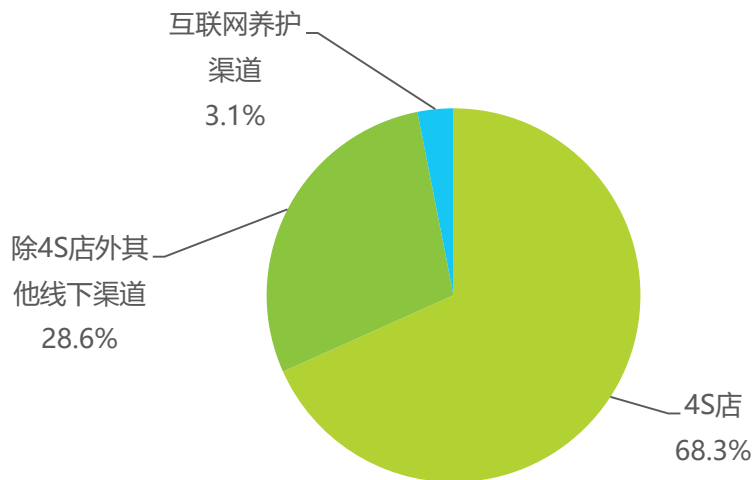


中国汽车后市场互联网养护行业渗透率 iResearch 艾瑞咨询

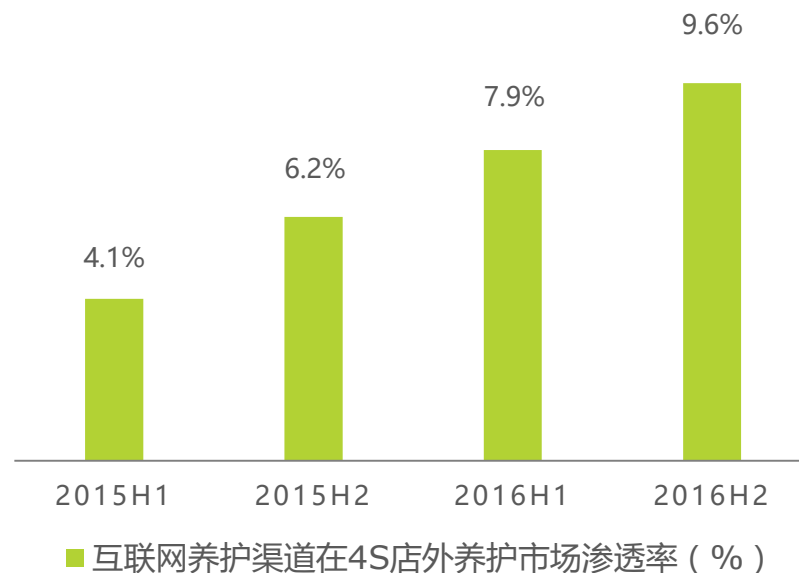
4s店仍是车辆养护的主要渠道，互联网养护渠道接受度提升

在汽车养护市场，传统的4S店养护渠道仍然占有霸主地位，但随着后市场互联网养护行业的快速发展，用户汽车知识的丰富及消费习惯的改变，汽车后市场互联网养护渠道渗透率在逐渐扩大；2016年下半年渗透率达到9.6%，相比上半年增长率达21.5%。

2016年中国汽车后市场养护行业各渠道规模占比



2016年中国互联网养护渠道在4S店外养护市场渗透率



来源：艾瑞咨询根据企业深度访谈，财报分析及艾瑞统计模型核。
注释：其他渠道指互联网养护渠道及其它线下美容店等；互联网养护指通过在线平台进行养护服务或配件购买的服务平台，包括自营型、综合型、服务型以及厂商自建型平台。

来源：艾瑞咨询根据企业深度访谈，财报分析及艾瑞统计模型核算。
注释：该渗透率指互联网养护渠道在除4s店外的其他渠道中的渗透率。

中国汽车互联网养护服务模式图谱



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_21442

