

2016年

车企电商化之路-构建一站式汽车生活服务平台

案例报告



汽车行业基本背景

1

企业实例分析

2

案例启示

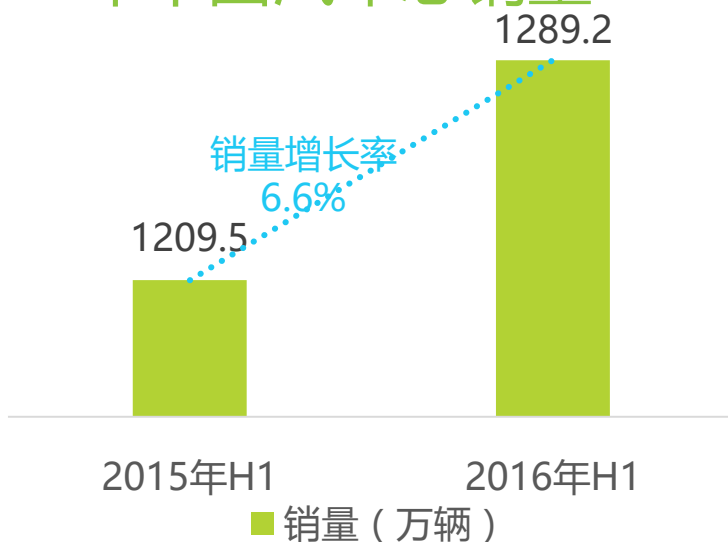
3

2016年上半年汽车销量保持良性增长，“车生活”市场不断扩大

随着居民生活质量及消费水平的提升，国家鼓励传统汽车工业、新能源及智能汽车发展，汽车逐渐成为普通百姓家庭必备的生活用品之一，居民购车需求强烈。

中国汽车保有量自2009年以来一直保持着稳定增长态势，2015年汽车新车销量再创历史新高，达到2459.8万辆，保有量超1.72亿辆。2016年上半年新车销量及保有量均保持稳定快速增长，预计2016年汽车保有量接近2亿辆。

2015-2016年中国汽车总销量

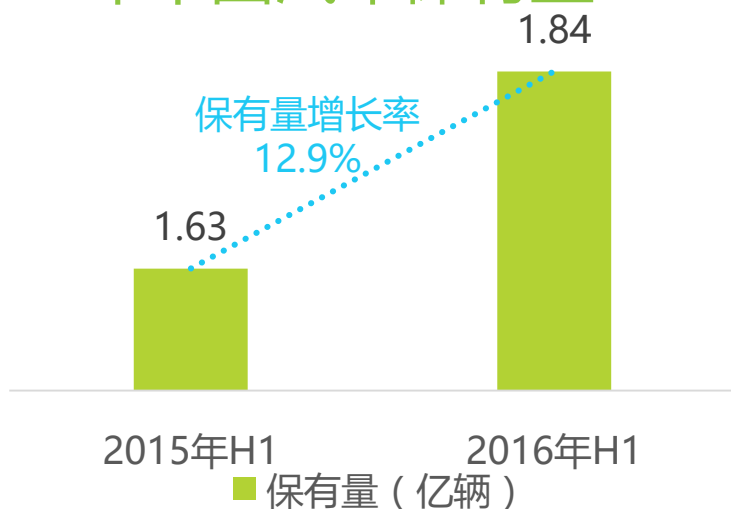


来源：中国汽车工业协会。

©2016.7 iResearch Inc.

www.iresearch.com.cn

2015-2016年中国汽车保有量



来源：中国汽车工业协会。

©2016.9 iResearch Inc.

www.iresearch.com.cn

汽车行业发展环境因素分析

《中国制造2025》鼓励实现制造强国战略目标
电动汽车接口统一，促进电动车规范化、标准化发展

全国逐步解除限迁，将打破二手车地域间的流动限制，提升二手车市场活跃程度

政策因素：

2016年4月中国居民消费价格指数连续3个月超过2%，显示我国依然处于通胀的压力之下

2015年城乡居民存款余额超过52万亿，居民消费能力持续提升

经济因素：

P E
S T

社会因素：

进入21世纪，伴随着我国加入WTO，我国消费者的消费观念有了明显的改变，多样化消费需求增加
消费信贷的快速发展与渗透，消费者对于汽车信贷的接受程度逐步提高

技术因素：

车联网、无人驾驶等智能汽车及新能源汽车技术的发展促进汽车市场繁荣
电子商务的崛起，带动汽车产业走向更加高效、透明的全新产业模式

来源：中国国家统计局，艾瑞咨询根据公开资料整理而得。

©2016.9 iResearch Inc.

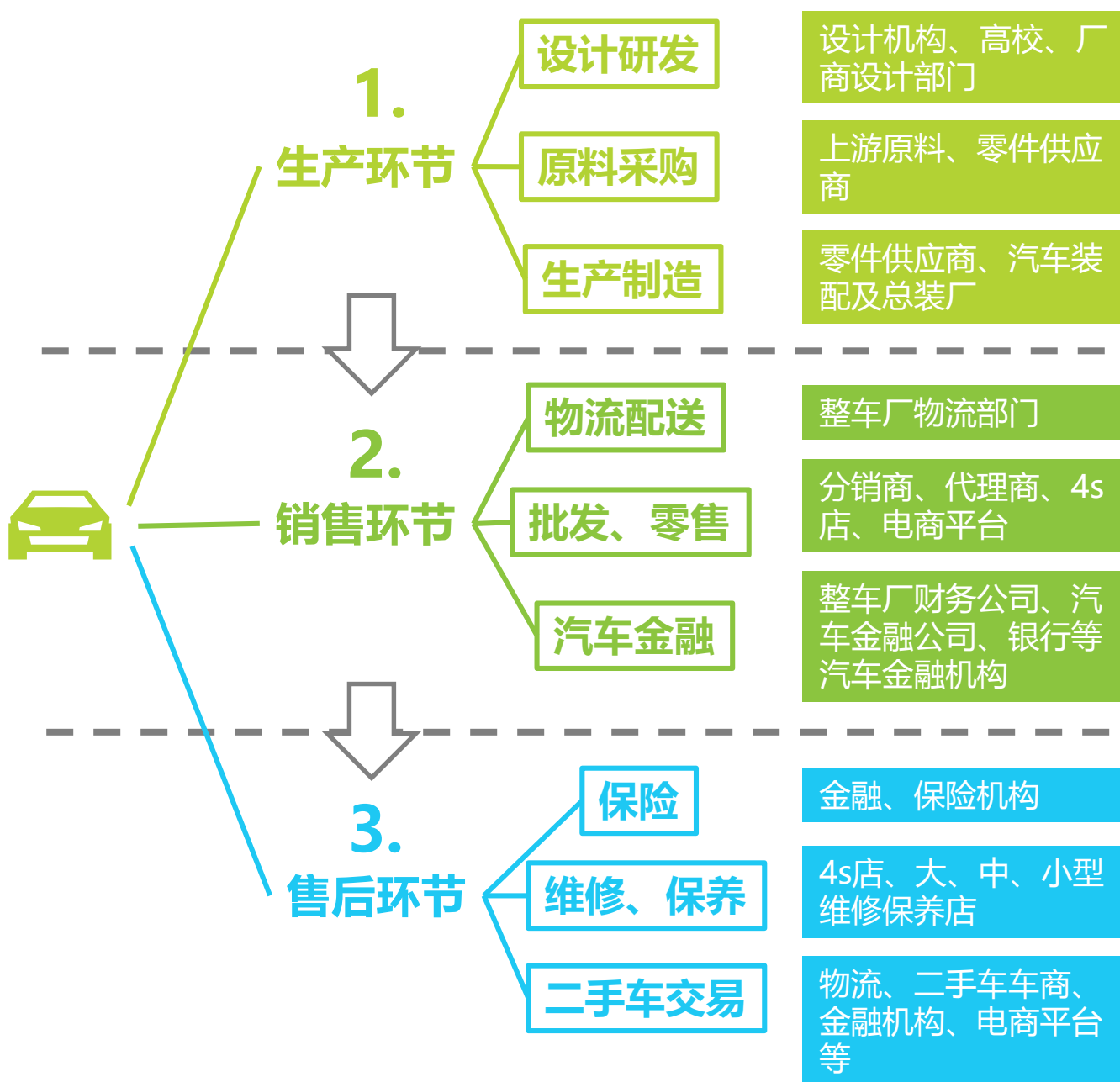
www.iresearch.com.cn

汽车行业产业链图谱

汽车行业经过上百年的发展与变革，目前已经形成了拥有庞大细分领域、完善的配套附属产业并结合高端先进生产力的产业链结构。

行业整体分三大部分，生产环节：汽车产品从一开始的设计研发到原料零件采购直至整车出厂阶段；销售环节：把汽车卖到用户手中，并完成付款、手续办理、物流、汽车金融等；售后环节：包含用户车辆使用，维修保养、汽车保险及二手车交易等。

汽车行业产业链图谱



来源：艾瑞咨询根据公开资料整理而得。

©2016.9 iResearch Inc.

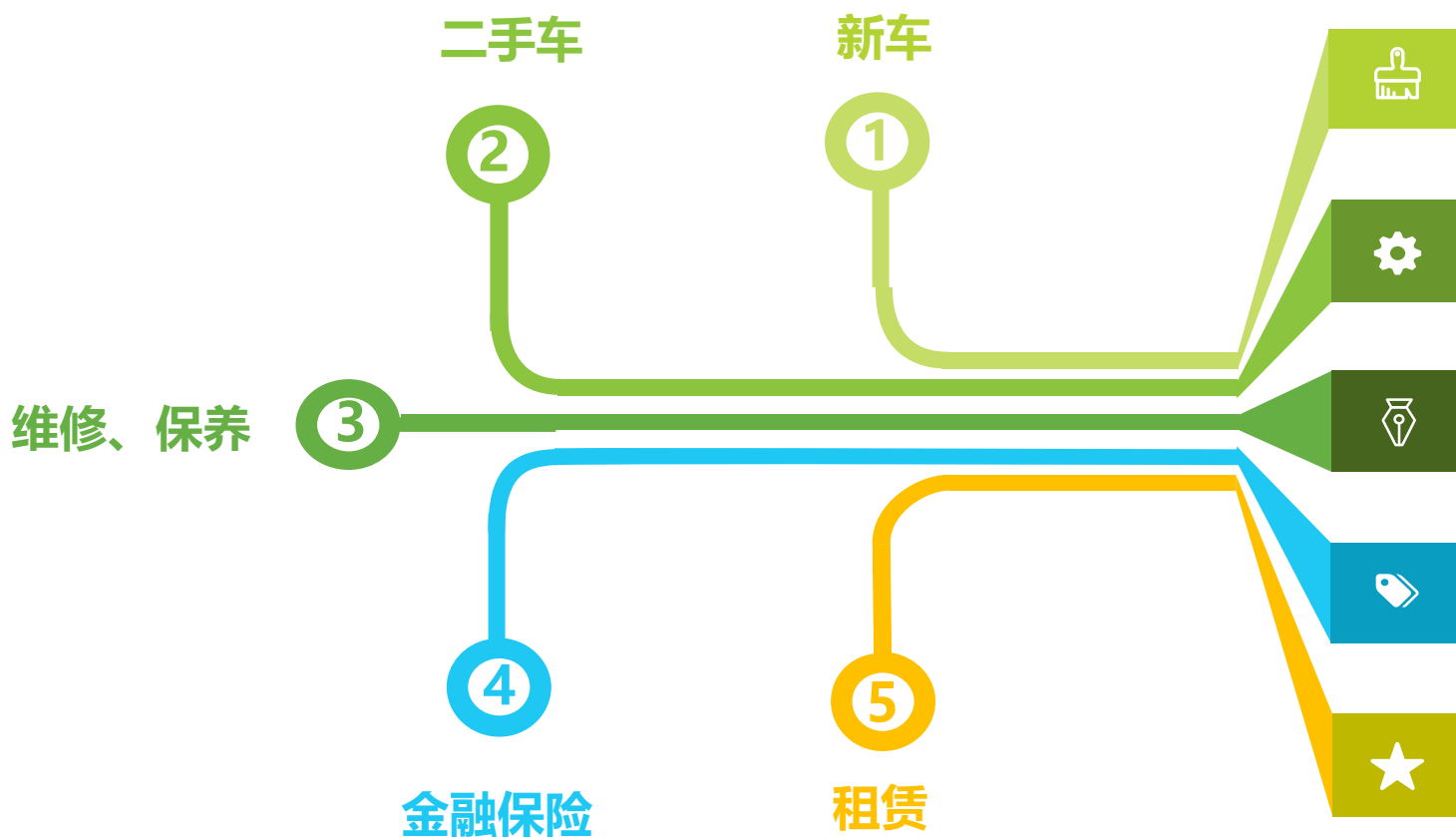
www.iresearch.com.cn

汽车服务市场逐步完善繁荣，市场规模达万亿水平

汽车产业的庞大市场规模及众多市场参与者带动了整个行业的发展进度，行业相关服务也在不断发展中逐步完善、成熟，当前汽车服务市场主要由新车、二手车、汽车金融保险、汽车融资租赁、及维修、保养等服务板块组成。

新车市场的繁荣与汽车保有量的攀升，为二手车市场发展奠定了车源基础，伴随着居民消费习惯的转变，二手车市场将迎来爆发式发展；后服务市场作为当前主要的盈利点，备受业内关注，近年来市场规模迅速扩大，预计2017年达到近万亿规模。

汽车服务市场范围



来源：艾瑞咨询综合行业专家访谈、企业数据发布及公开资料，结合艾瑞统计模型核算所得...

©2016.9 iResearch Inc.

www.iresearch.com.cn

汽车行业积极探索互联网应用模式，电商化趋势逐步渗透产业链各环节

互联网技术的快速发展及渗透，体系庞大的传统的汽车行业也逐步结合互联网开创新的行业模式，利用互联网高效、便捷、透明、传播广的优势提升汽车行业巨大产业链的整体效率。

新车电商渗透率（生产销售环节）



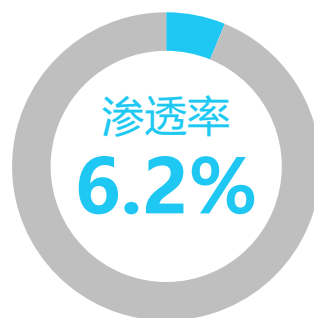
- 新车电商企业最初以导流、团购、平行进口车等切入点进入行业，各平台业务模式各不相同，主要业务流程及服务对象也有所差异，当前新车电商行业处于新盈利模式探索中、多种模式并存、玩法各异现状；
- 2015年新车电商行业渗透率为3.0%。

二手车电商渗透率（售后及销售环节）

- 2014年二手车电商平台开始上线运营，2015年二手车电商平台迅速崛起并获得大量品牌曝光率，电商平台流量及交易量随之快速增长，当前各电商平台根据自身商业模式抢占市场份额，意图通过品牌树立迅速取得行业领先地位；
- 2016年上半年二手车电商行业渗透率为13.4%。



养护电商渗透率（售后环节）



- 新车、二手车销售利润的持续走低，汽车售后服务凭借客户多频消费，持续回报价值高等特征颇受行业关注；
- 鉴于线下养护行业较为分散及不透明度较高的情况，汽车养护电商应运而生，通过零部件在线销售、线上导流线下及自建门店等形式开展服务；
- 2015年在线养护电商行业渗透率为6.2%。

来源：艾瑞咨询综合行业专家访谈、企业数据发布及公开资料，结合艾瑞统计模型核算所得。

©2016.9 iResearch Inc.

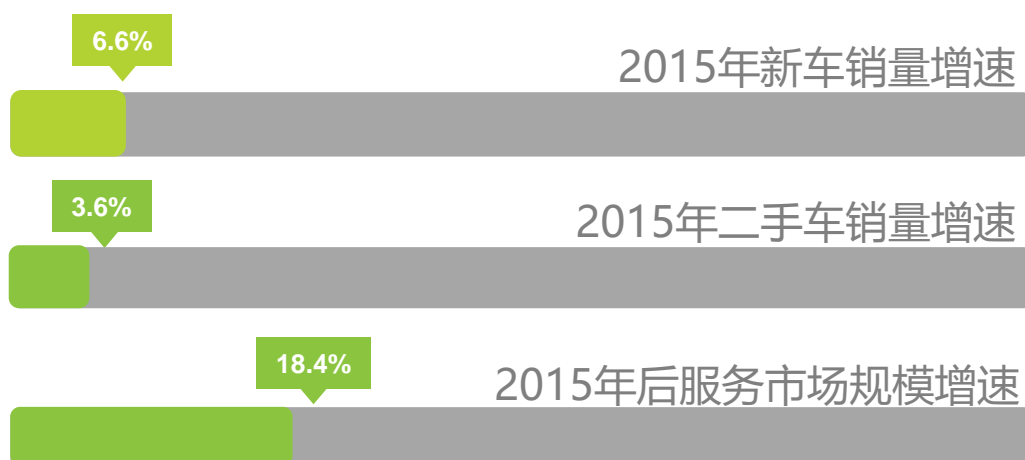
www.iresearch.com.cn

汽车服务产业增速整体放缓，行业参与者探索集中服务模式

整体来说汽车服务市场规模巨大，但近年新车、二手车销量增速逐渐放缓；在汽车保有量稳定提升的同时，汽车后服务市场规模持续扩大，保持较快增长率，但相比去年同期仍有明显减缓。

汽车交易及服务行业的利润持续减少，倒逼行业参与者探索新的服务模式-集中服务模式，充分整合企业及平台资源，一站满足用户用车全生态服务需求。

汽车行业市场规模发展现状



集中式汽车服务模式



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_21536

