

中国汽车后市场自营型养护电商行业白皮书

2015H2

www.iresearch.com.cn



海量行研报告免费读

加强线下服务建设成为在线养护行业发展重要影响因素

目前中国养护用户仍主要依赖线下渠道，**将近50%**的用户在有养护需求时首选线下养护渠道，线下服务能力成为在线养护重要影响因素，非标准服务的提供能力是长期市场竞争中的必备能力，2015年下半年自营电商平台线下合作门店数总体增长**超过60%**。

自营型养护电商的发展在一定时间内仍需要综合类电商的支持

在线养护市场格局逐渐明朗，综合类养护电商与自营型养护电商相互依托（综合类是自营型电商的销售渠道，自营型电商有更完善的线下布局与服务建设）；自营型养护电商在一定时间内离不开综合类电商的支持，但会通过强化供应链逐渐凸显其核心竞争力。

移动端成为重要流量入口

随着移动互联网的发展，2015年下半年在线养护移动端发力明显，并有望成为未来在线养护的主要流量入口，途虎养车用户月度覆盖移动端已占**近60%**比例。

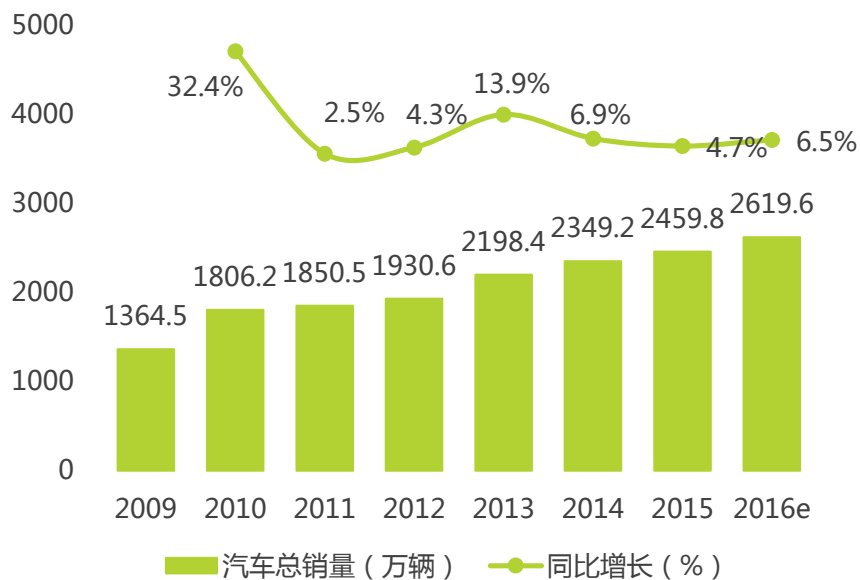
企业开始理性探索发展模式

2015年下半年在线养护行业粗放的跑马圈地和烧钱行为逐渐停止，各模式平台均开始拓展符合各自发展战略的产业链布局，探索新的盈利模式。

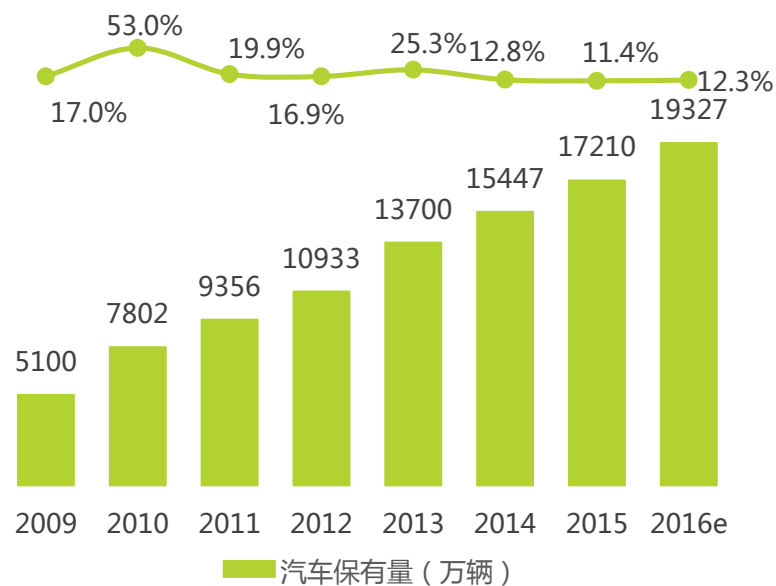
新车销量和汽车保有量的持续增长为在线养护行业带来生机

- 2015年中国新车销量持续增长，汽车保有量达1.7亿，同比增长11.4%，汽车保有量的快速增长及汽车保有结构的老化助推了汽车后市场养护行业的快速发展。
- 艾瑞分析认为，中国汽车行业重点从新车制造领域转移到汽车后市场领域，尤其是近年来养护电商发展迅猛，模式多样；后市场政策的相继出台增加了车主的养护渠道选择的可能性，为在线养护带来新的机会。

2009-2015年中国汽车总销量



2009-2015年中国汽车保有量

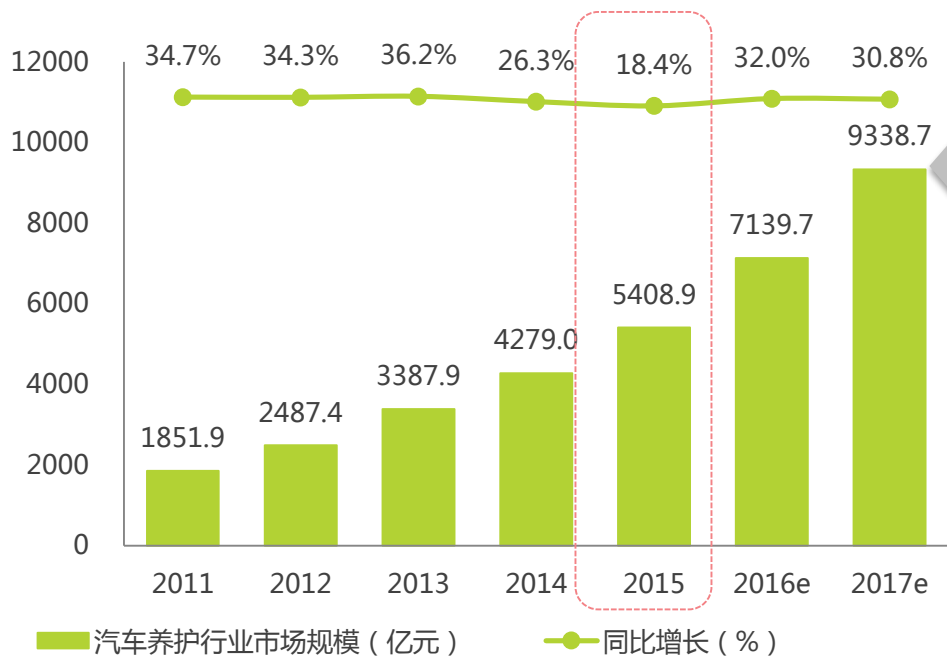


来源：中国汽车工业协会。

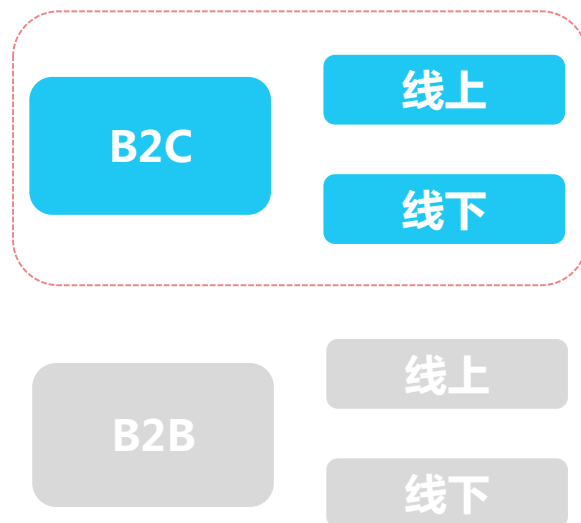
2015年中国汽车养护（针对车主）行业市场 规模突破5400亿，并保持稳定增速

- 艾瑞数据显示，中国汽车养护行业早已突破了千亿元的市场规模。2015年，中国汽车后市场养护行业突破5400亿元，预计到2017年市场规模将接近万亿元。
- 艾瑞分析认为，养护的市场增速超过汽车保有量增速，随着人们养护习惯及观念的改变，在线养护行业的发展前景十分可观。

2011-2017年中国汽车后市场养护行业市场规模及增长



本次研究范围

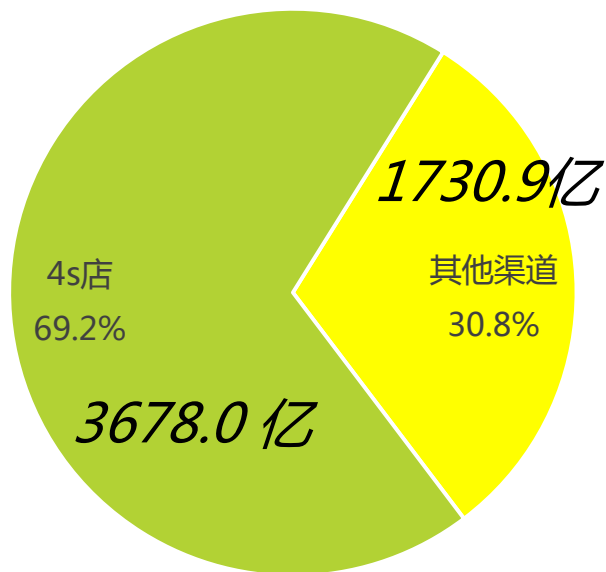


注释：以上“汽车养护行业市场规模”包括汽车保养、轻修、美容等轻保类服务，不包括二手车交易及大型修理服务，不包括针对批发商的市场规模。
来源：综合企业财报、专家访谈，根据艾瑞统计模型核算。

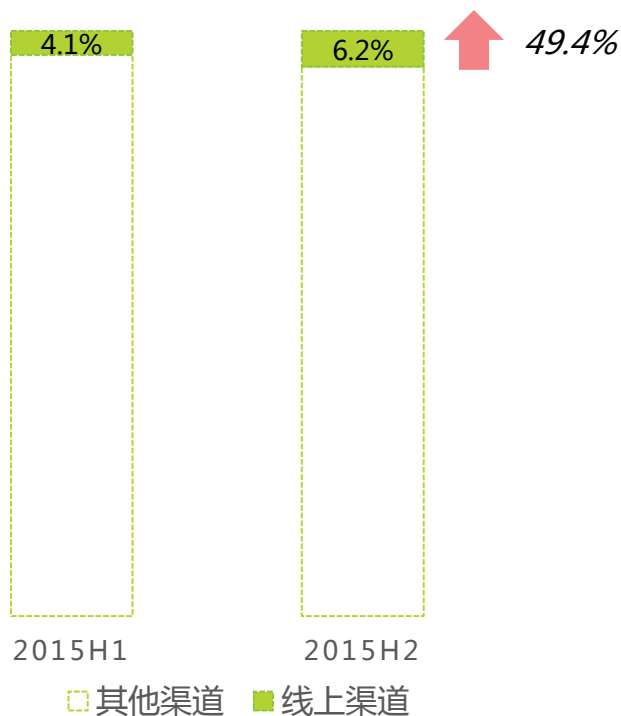
随着企业快速布局后市场和用户养护习惯的逐渐养成，下半年在线养护市场渗透率有了明显提升

- 在汽车养护市场中，4s店依然占主体地位，占比约七成；而随着电子商务的发展及用户消费习惯的改变，线上渠道的市场渗透率逐渐扩大，2015年底渗透率已达6.2%

2015年汽车养护行业市场规模



2015年在线养护行业市场渗透率



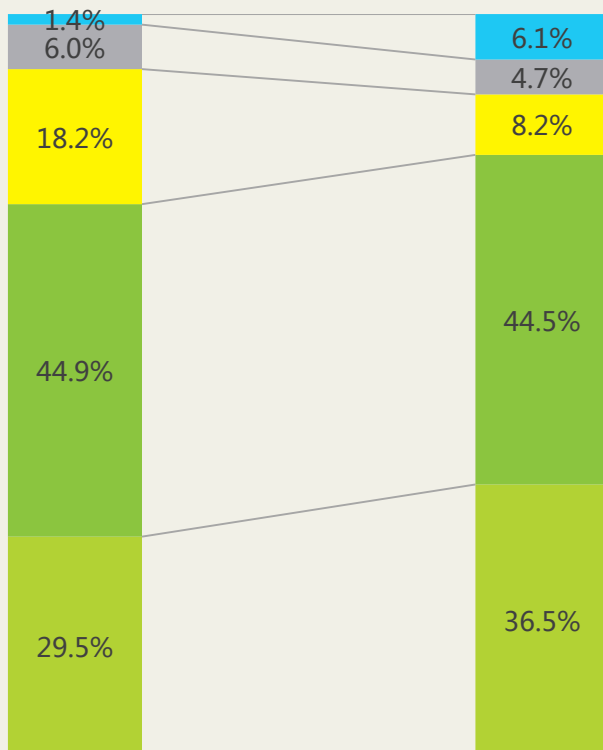
来源：综合企业财报、专家访谈，根据艾瑞统计模型核算。

注释：在线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，包括自营型电商、综合电商、上门养护、导流平台以及自建O2O服务网络。

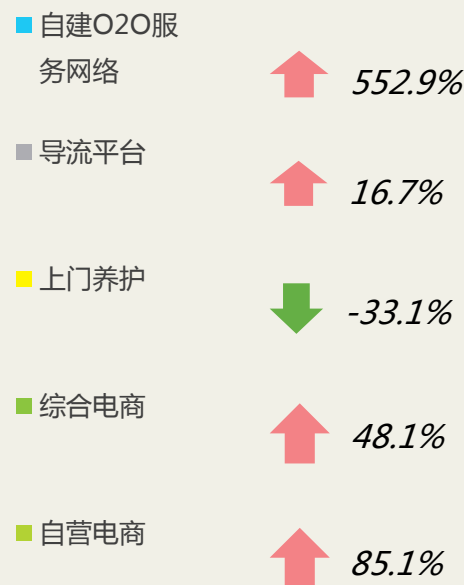
自营电商和综合电商仍是主流，下半年增速较快

- 自营电商和综合电商依旧占据了在线养护的主要市场，下半年受双节影响较大，增速均在50%左右；上门养护下半年陆续出现上门服务的创业型企业倒闭或被兼并，交易规模缩水明显；自建O2O服务网络处于起步期，下半年交易规模较上半年增幅较大。

2015年在线养护不同模式市场份额对比



2015年下半年各在线养护平台市场份额增速对比



2015H1

2015H2

来源：艾瑞咨询根据汽车流通协会数据、专家访谈，通过艾瑞模型计算所得。

注释：自营电商指在平台上进行自营配件售卖，线下通过合作门店为用户提供安装服务的养护平台；自建O2O服务网络为厂商建设线下门店，在互联网上为用户提供服务预约、支付等线上线下融合的养护服务平台；综合电商指大型综合B2C平台，如京东；上门养护指在线进行预约，线下技师团队上门为用户提供养护服务的平台；导流平台指为商家提供引流服务，将用户引导至线下门店接受养护服务的养护平台。

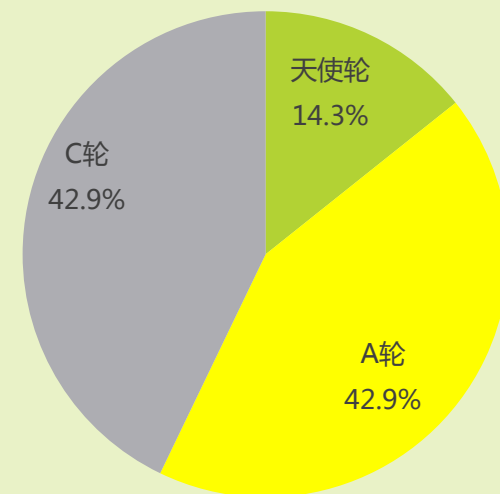
2015年下半年汽车后市场在线养护融资情况

- 从2015年8月份开始，汽车后市场的融资情况提前遭遇了“资本寒冬”，上半年汽车后市场多处于烧钱阶段，下半年便开始纷纷转型和整合，进入新的竞争局势。
- 2015年在线养护企业融资中，A轮融资占比较高，个别企业融资到C+轮，未有企业到D轮融资，大部分企业仍处于起步阶段。

2015年下半年在线养护企业融资情况

企业	模式	融贷时间	轮次	融贷数额	投资方
途虎养车	自营电商	2015.7/ 2015.10	C轮、 C+轮	近1亿美元、 5000万美元	高瓴资本、 景林投资、 远东宏信、 启明创投
典典养车	导流平台	2015.7	C轮	6000万美元	不详
安惠汽配	自营电商	2015.7	A轮	6500万	均胜电子
好胎屋	自营电商	2015.8	A轮	1亿元	上海羽时 资本领投
车宝堂	自营电商	2015.10	战略投 资	1600万	个人
牛牛车	导流平台	2015.11	天使轮	500万人民币	熊猫资本
畅途	自营电商	2015.11	A轮	数千万人民币	红杉资本

2015年下半年在线养护创业企业融资阶段



汽车后市场主要养护服务平台模式图谱



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_21619

