

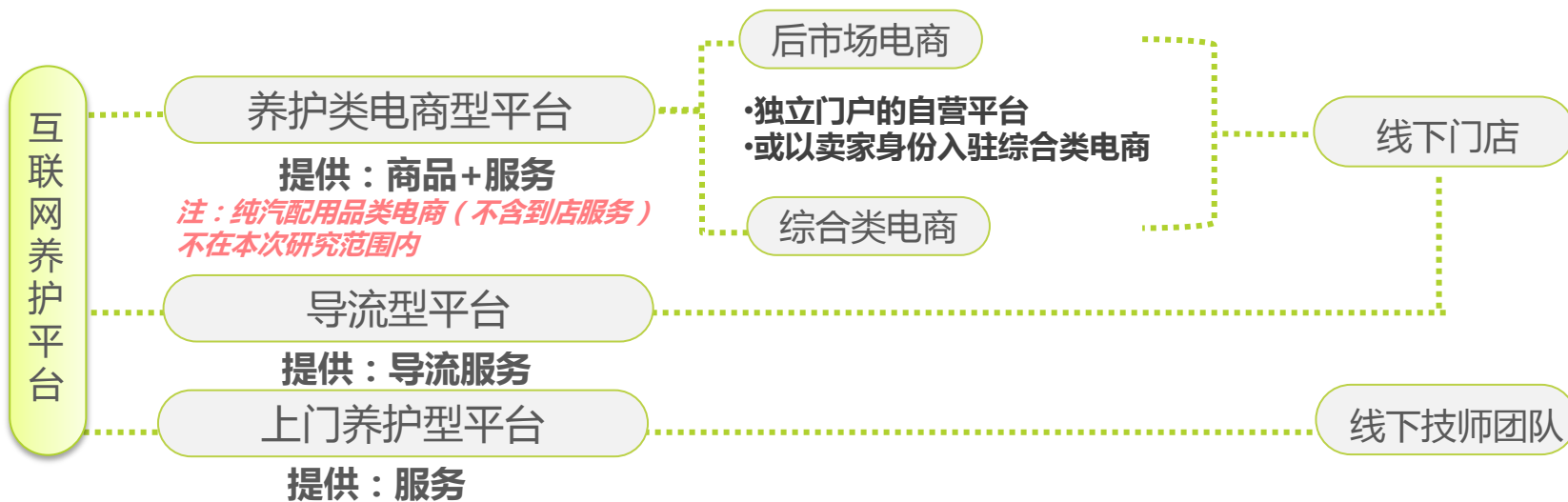
中国汽车后市场养护类电商行业白皮书 简版 2015年

www.iresearch.com.cn

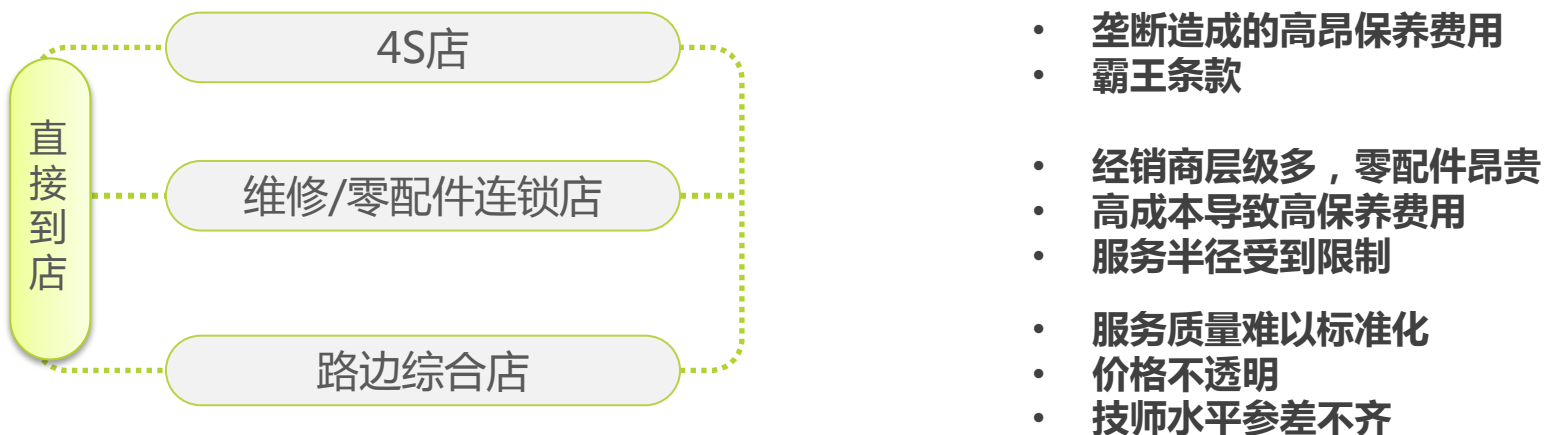


海量行研报告免费读

在线养护途径



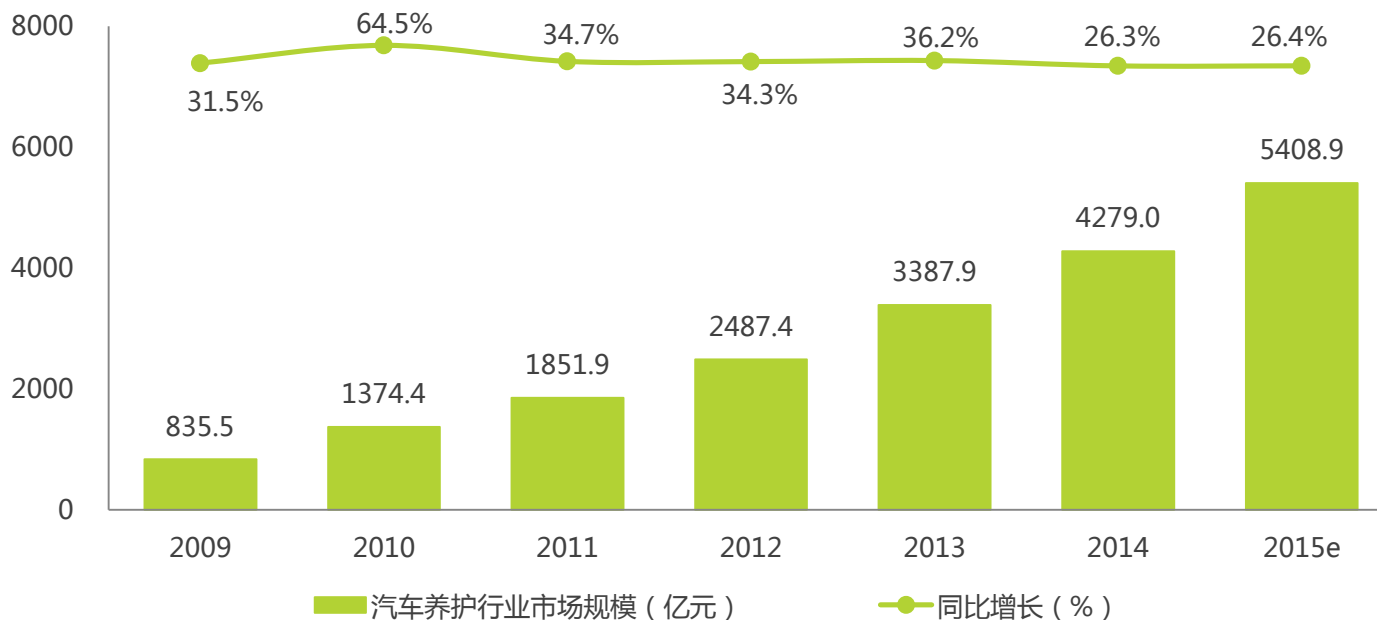
传统线下养护途径



2015年中国汽车养护行业市场规模预计突破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。2014年市场规模超过4000亿元，同比增长26.3%。预计到2015年，中国汽车后市场养护行业将突破5400亿元。
- 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。

2009-2015年中国汽车后市场养护行业市场规模及增长



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。
来源：综合企业财报、专家访谈，根据艾瑞统计模型核算。

中国汽车后市场养护行业电商化程度 不足1%

- 数据显示，汽车后市场养护电商行业在整个养护行业的渗透率为不足1%。对比服装电商行业的21%和消费品电商行业的10%，汽车后市场养护电商行业渗透率偏低。
- 艾瑞分析认为，目前中国汽车后市场养护服务电商化程度较低，但市场规模大，增长迅速，未来发展前景与空间十分广阔，在行业初期进入的企业，处于较好的发展时机。



中国服装行业电商化程度

21.0%

中国消费品行业电商化程度

10.0%

行业服务的标准化程度较为成熟，但渗透率还处于发展初期，是较好的进入该行业的时机

消费品、服装电商化程度高，行业竞争激烈，行业已出现龙头企业，为后来者建立了较高壁垒

中国汽车后市场养护类电商发展阶段

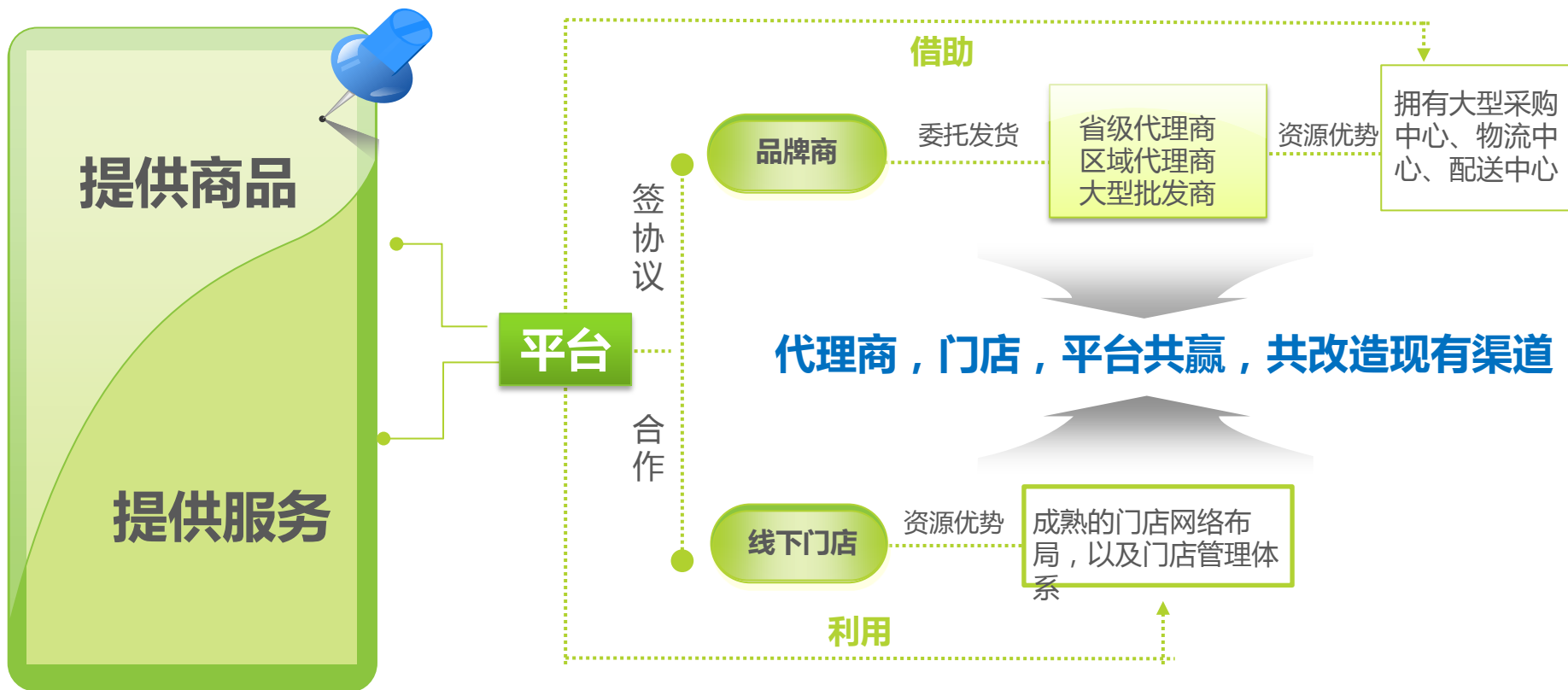
- 目前中国汽车后市场养护类电商行业处于“标准化产品与服务成熟阶段”向“业务横向布局阶段”过渡的时期。行业内的企业大多数已经拥有较为完善的标准化的产品和服务体系，部分发展较快的企业已经开始横向布局自己的生态体系。

汽车后市场养护类电商深度发展模型



后市场养护类电商行业服务模式：汽配用品售卖+服务，提升渠道效率

- 养护类电商一方面直接同品牌商合作，通过大型代理商发货，不仅降低了消费者采购成本，提升了价格透明度，同时也提高了商家利润及溢价权。另一方面与线下门店合作，建立自己的标准化服务体系，同时也为门店带来盈利。该模式最终实现的是代理商，门店，平台共赢，共改造现有渠道效率



顾客保养流程：

顾客下订单

发货到门店

在门店安装/保养

付款

汽车后市场养护类电商通过上下游的建设缓解了车主养护时价格不透明的痛点

- 数据显示，养护类电商的平均单次花费为383元，而全渠道的平均水平为519元，养护类电商的客单价较全渠道客单价低约26%。
- 艾瑞分析认为，养护类电商平台，优化了传统汽配及养护行业的渠道，提升了产业链流通效率，同时提升了价格透明度与价格对比，减少了代理商的中间加价及用户的议价权，进而降低了用户的采购成本。

养护类电商

383元

汽车
养护
平均
单次
花费

养护行业平均水平

519元

汽车后市场养护类电商行业产业链



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_21703



云报告
<https://www.yunbaogao.cn>

云报告
<https://www.yunbaogao.cn>

云报告
<https://www.yunbaogao.cn>