

中国线上养车用户专题分析2017

2017年7月

Analysys 易观
实时分析驱动用户资产成长

本产品保密并受到版权法保护

Confidential and Protected by Copyright Laws





分析定义

- 线上养车用户：是指在PC端或移动端的商城和平台选购汽车维修保养过程中所需的产品和服务的车主用户群体，这部分群体通过平台选购产品和服务，线上完成产品和服务的费用支付过程，并预约时间前往线下门店接受汽车的养护服务。



分析范畴

- 分析对象：中国线上养车用户。
- 本分析涉及的关键字：用户行为、用户偏好、线上养护等。
- 本分析涉及的国家 and 区域主要包括：中国大陆，不包括港澳台地区。



数据来源

- 千帆数据说明：易观千帆只对独立APP中的用户数据进行监测统计，不包括APP之外的调用等行为产生的用户数据。截止2017年第2季度易观千帆基于对20.7亿累计装机覆盖及4.8亿活跃用户的行为监测结果采用自主研发的enfoTech技术，帮助您有效了解数字消费者在智能手机上的行为轨迹。
- 万像数据说明：易观万像只对独立APP中的用户数据进行检测统计，不包括APP之外的调用等行为产生的用户数据。截止2017年第2季度易观万像基于对20.7亿累计装机覆盖及4.8亿活跃用户的行为监测结果采用自主研发的enfoTech技术，帮助您有效了解数字消费者在智能手机上的行为轨迹。
- 本分析内容相关数据均在易观千帆“A2”算法下提取和分析。

目录

CONTENTS

01



中国线上养车用户行为分析

02



中国线上养车用户偏好分析

03



中国线上养车平台用户分析

04



中国线上养车用户消费趋势分析

PART 1



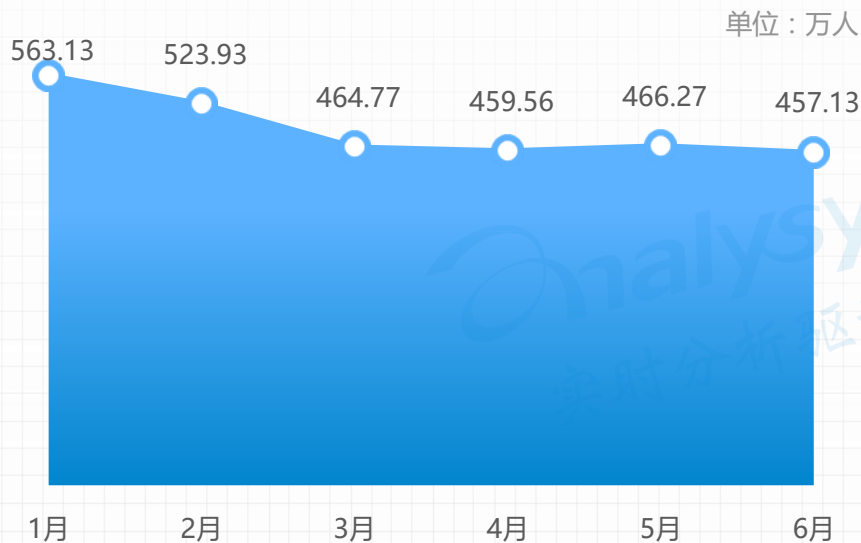
中国线上养车用户行为分析

© Analysys 易观

www.analysys.cn

线上养车习惯基本形成，移动端用户规模相对稳定

2017年上半年线上养车移动端活跃用户月度规模

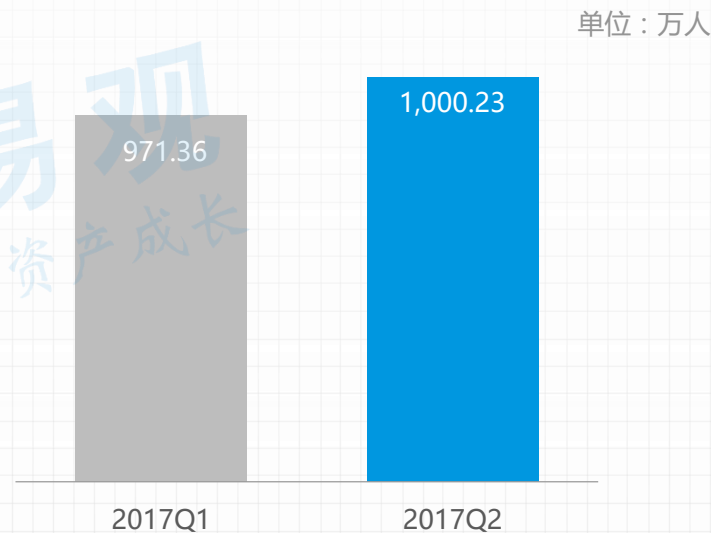


数据说明：易观千帆只对独立APP中的用户数据进行监测统计，不包括APP之外的调用等行为产生的用户数据。截止2017年第2季度易观千帆基于对20.7亿累计装机覆盖及4.8亿活跃用户的行为监测结果采用自主研发的enfoTech技术，帮助您有效了解数字消费者在智能手机上的行为轨迹。

© Analysys 易观·易观千帆

www.analysys.cn

2017年上半年线上养车移动端活跃用户季度规模



数据说明：易观千帆只对独立APP中的用户数据进行监测统计，不包括APP之外的调用等行为产生的用户数据。截止2017年第2季度易观千帆基于对20.7亿累计装机覆盖及4.8亿活跃用户的行为监测结果采用自主研发的enfoTech技术，帮助您有效了解数字消费者在智能手机上的行为轨迹。

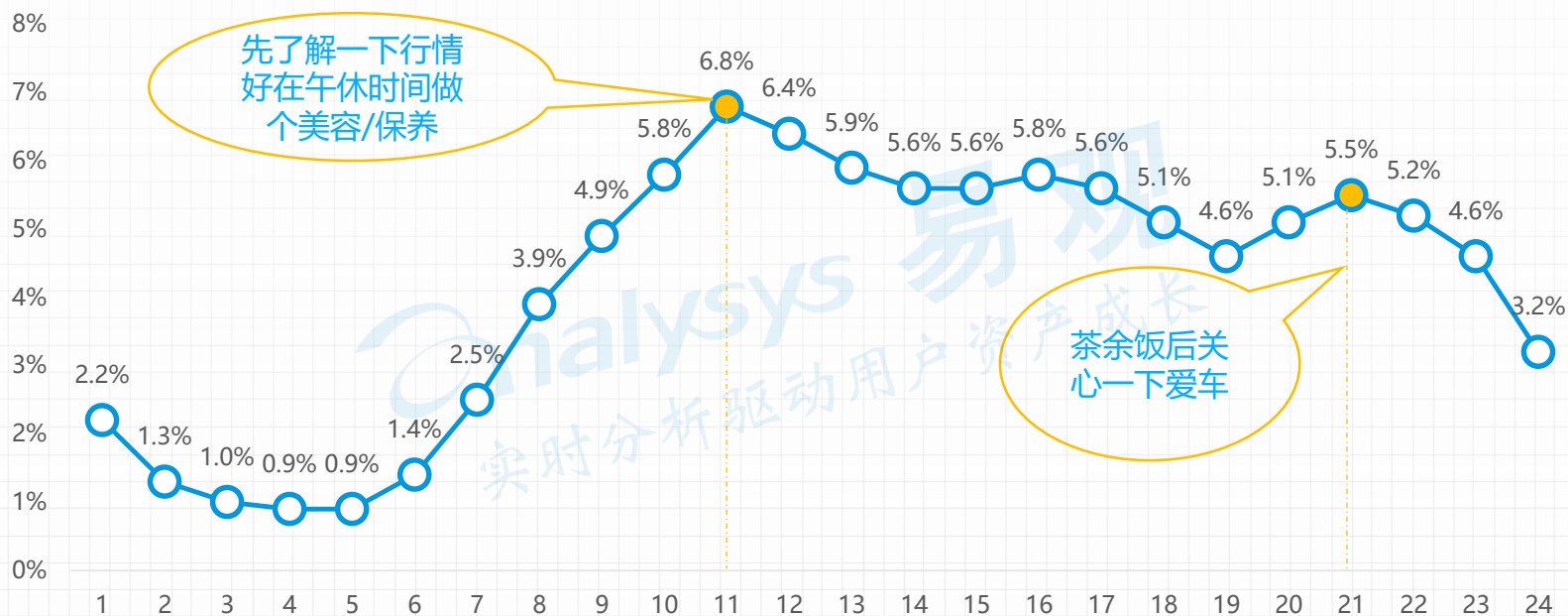
© Analysys 易观·易观千帆

www.analysys.cn

- 2017年上半年线上养车移动端用户规模均保持在450万人以上，相对稳定的同时有小幅波动。Analysys易观分析认为，车主对线上维修保养的习惯已经基本养成了，部分车主已经能够习惯性的在移动端APP上选择汽车养护方面的产品和服务。

双峰值访问时段分布，线上养车市场依然火热

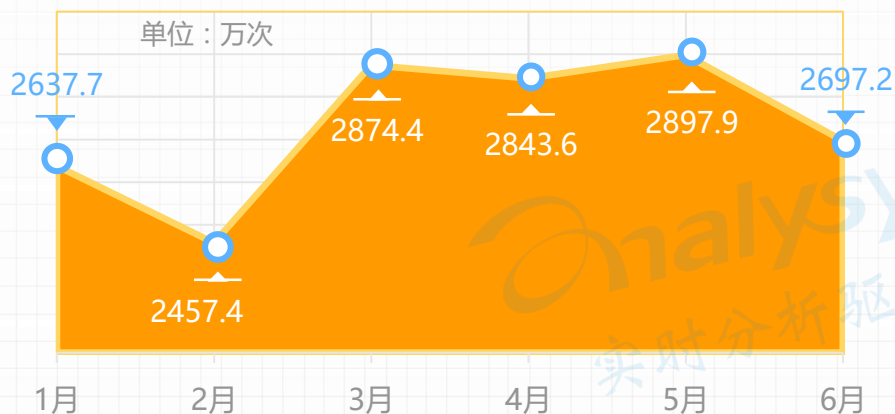
线上养车移动端用户访问时段分布



数据说明：易观千帆只对独立APP中的用户数据进行监测统计，不包括APP之外的调用等行为产生的用户数据。截止2017年第2季度易观千帆基于对20.7亿累计装机覆盖及4.8亿活跃用户的行为监测结果采用自主研发的enfoTech技术，帮助您有效了解数字消费者在智能手机上的行为轨迹。

每周至少使用一次线上养车类APP，“从轮胎机油到车品服务，总有一款适合你”

2017年1-6月线上养车移动端用户启动次数

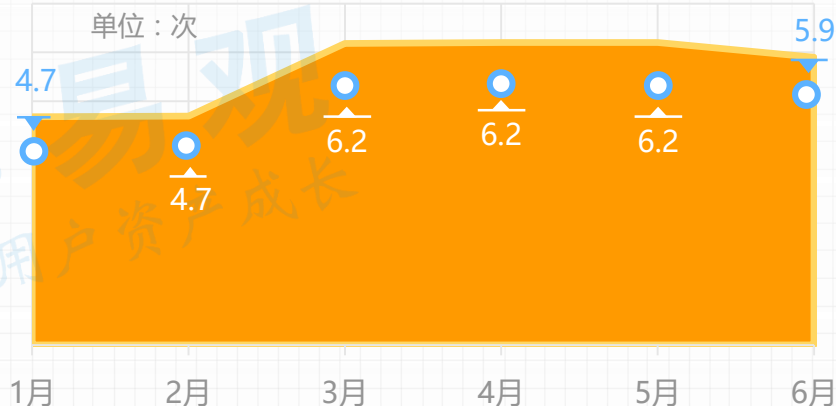


数据说明：易观千帆只对独立APP中的用户数据进行监测统计，不包括APP之外的调用等行为产生的用户数据。截止2017年第2季度易观千帆基于对20.7亿累计装机覆盖及4.8亿活跃用户的行为监测结果采用自主研发的enfoTech技术，帮助您有效了解数字消费者在智能手机上的行为轨迹。

© Analysys 易观·易观千帆

www.analysys.cn

2017年1-6月线上养车移动端用户人均启动次数



数据说明：易观千帆只对独立APP中的用户数据进行监测统计，不包括APP之外的调用等行为产生的用户数据。截止2017年第2季度易观千帆基于对20.7亿累计装机覆盖及4.8亿活跃用户的行为监测结果采用自主研发的enfoTech技术，帮助您有效了解数字消费者在智能手机上的行为轨迹。

© Analysys 易观·易观千帆

www.analysys.cn

- 线上养车平台给车主消费者提供了汽车的维修、保养、美容等服务，并延伸服务至满足车主在汽车生活中所产生的一系列保险、加油、违章查缴、资讯社区等服务需求。
- 根据Analysys易观千帆监测数据显示，车主消费者每周至少产生一次汽车的养护和周边服务的需求。Analysys易观分析认为，车后服务在汽车生态中属于相对高频的领域，随着用户越来越多的养护服务和周边消费需求通过移动端APP选购和预约，用户黏性是不断提高的。

半小时以上人均使用时长，线上养车APP服务项目更全更丰富，“只有想不到没有做不到”

2017年1-6月线上养车移动端用户使用时长

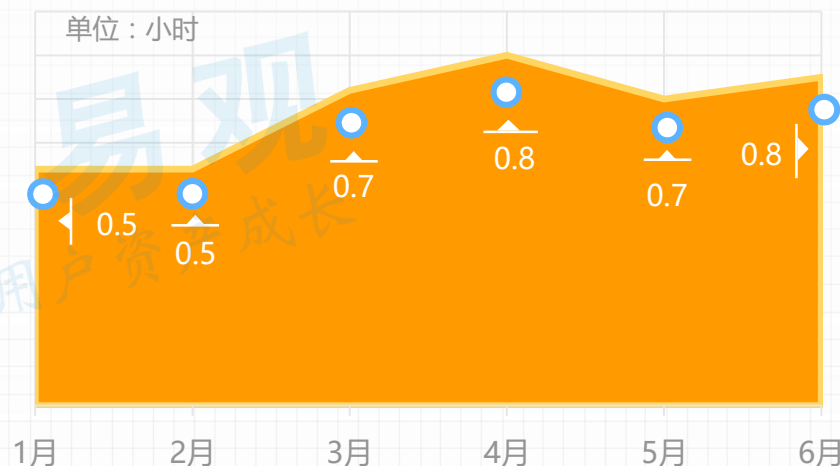


数据说明：易观千帆只对独立APP中的用户数据进行监测统计，不包括APP之外的调用等行为产生的用户数据。截止2017年第2季度易观千帆基于对20.7亿累计装机覆盖及4.8亿活跃用户的行为监测结果采用自主研发的enfoTech技术，帮助您有效了解数字消费者在智能手机上的行为轨迹。

© Analysys 易观·易观千帆

www.analysys.cn

2017年1-6月线上养车移动端用户人均使用时长



数据说明：易观千帆只对独立APP中的用户数据进行监测统计，不包括APP之外的调用等行为产生的用户数据。截止2017年第2季度易观千帆基于对20.7亿累计装机覆盖及4.8亿活跃用户的行为监测结果采用自主研发的enfoTech技术，帮助您有效了解数字消费者在智能手机上的行为轨迹。

© Analysys 易观·易观千帆

www.analysys.cn

- 随着线上养车类平台服务的不断完善和丰富，服务体验的不断提高，车主消费者在打开线上养车APP时通常会停留半小时以上，除了选购维修保养类服务和产品之外，也会参与一些资讯社区的分享和互动，增加汽车使用和保养的基础知识，甚至做一些DIY的汽车美容尝试和车品安装工作。
- Analysys易观分析认为，线上养车类平台以维修保养服务为出发点，不断与车主的汽车生活服务需求建立更多渠道的服务入口，有效提高用户服务体验的同时也提高了平台的服务效率。

PART 2



中国线上养车用户偏好分析

© Analysys 易观

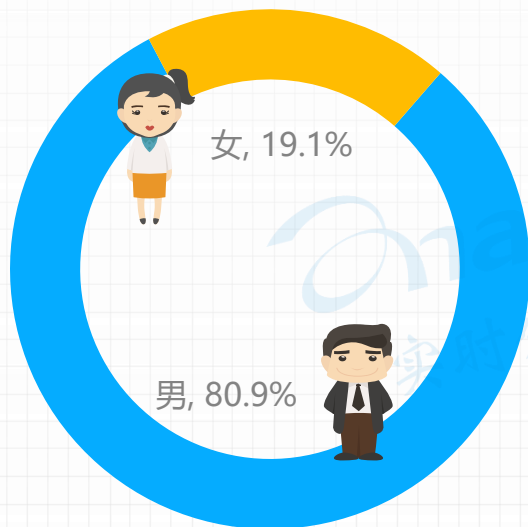
www.analysys.cn

线上养车用户以男性为主，对房产理财等消费需求更高，注重效率和健康管理



线上养车用户男性占据主导，与全网用户相比，男性对线上养车的偏好度也更高

2017年3月线上养车领域移动端用户性别分布

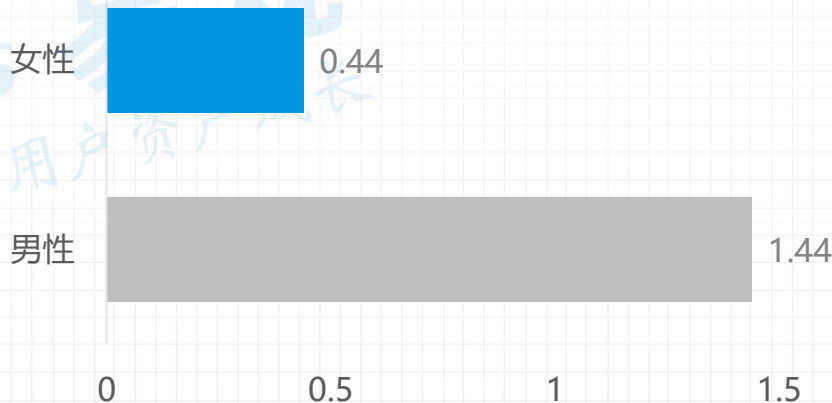


数据说明：易观千帆只对独立APP中的用户数据进行监测统计，不包括APP之外的调用等行为产生的用户数据。截止2017年第2季度易观千帆基于对20.7亿累计装机覆盖及4.8亿活跃用户的行为监测结果采用自主研发的enfoTech技术，帮助您有效了解数字消费者在智能手机上的行为轨迹。

© Analysys 易观·易观千帆

www.analysys.cn

2017年3月线上养车领域用户性别TGI



数据说明：易观千帆只对独立APP中的用户数据进行监测统计，不包括APP之外的调用等行为产生的用户数据。截止2017年第2季度易观千帆基于对20.7亿累计装机覆盖及4.8亿活跃用户的行为监测结果采用自主研发的enfoTech技术，帮助您有效了解数字消费者在智能手机上的行为轨迹。

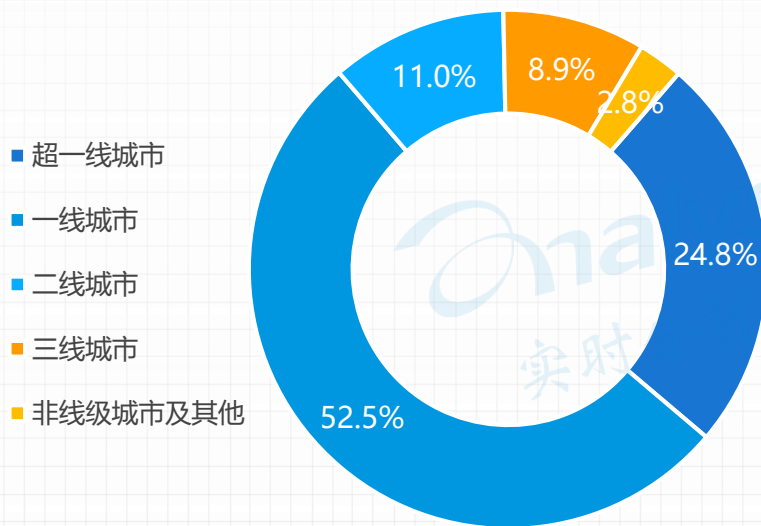
© Analysys 易观·易观千帆

www.analysys.cn

- 汽车产品具备较强的科技属性，而汽车维修保养需求用户对汽车的运行状态有一定的了解，男性用户对汽车的兴趣和DIY动手能力要明显强于女性车主。Analysys易观千帆数据监测也表明，线上养车领域中男性用户占比超八成，相对于全网用户而言也是男性用户对线上养车偏好度明显高于女性车主。

线上养车以一线和超一线城市用户为主，与全网用户相比，超一线城市对线上养车的偏好度更高

2017年3月线上养车领域移动端用户地域分布

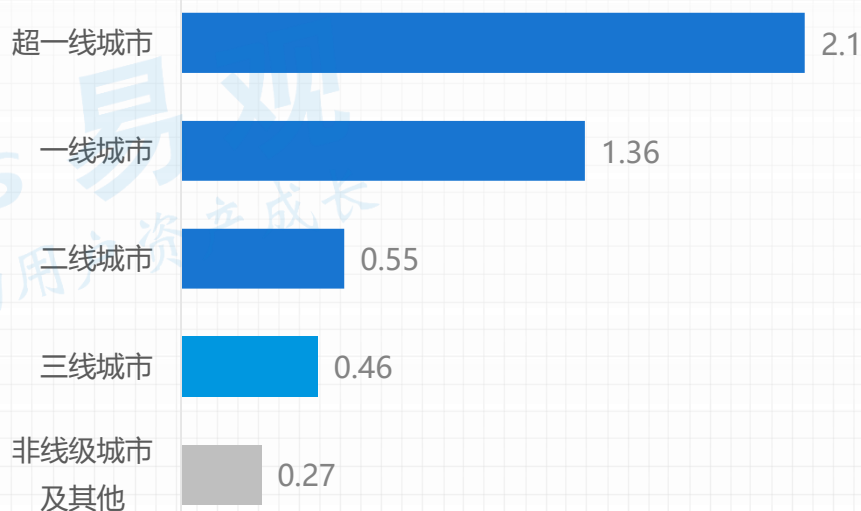


数据说明：易观千帆只对独立APP中的用户数据进行监测统计，不包括APP之外的调用等行为产生的用户数据。截止2017年第2季度易观千帆基于对20.7亿累计装机覆盖及4.8亿活跃用户的行为监测结果采用自主研发的enfoTech技术，帮助您有效了解数字消费者在智能手机上的行为轨迹。

© Analysys 易观·易观千帆

www.analysys.cn

2017年3月线上养车领域用户地域TGI



数据说明：易观千帆只对独立APP中的用户数据进行监测统计，不包括APP之外的调用等行为产生的用户数据。截止2017年第2季度易观千帆基于对20.7亿累计装机覆盖及4.8亿活跃用户的行为监测结果采用自主研发的enfoTech技术，帮助您有效了解数字消费者在智能手机上的行为轨迹。

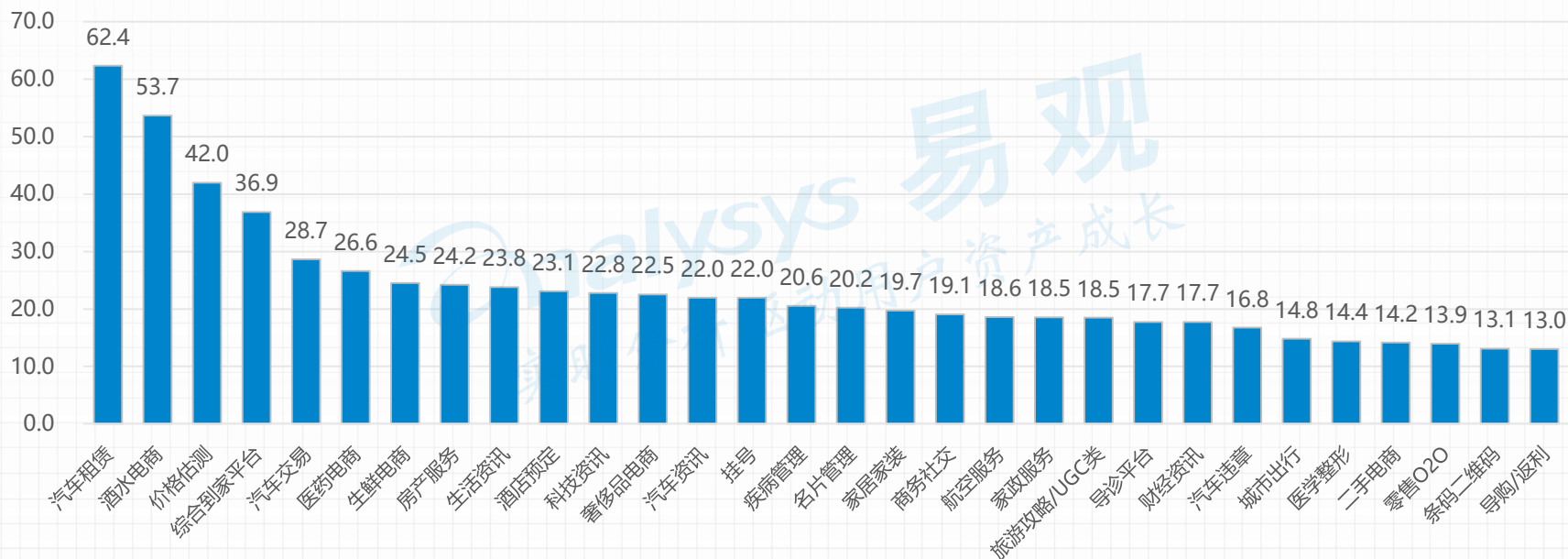
© Analysys 易观·易观千帆

www.analysys.cn

- 线上养车是通过互联网和移动互联网技术来解决传统维修保养行业的诸多问题，线上养车对用户所在地区的移动互联网化程度和消费水平、以及用户自身对移动互联网依赖和信任程度高度相关，因此超一线城市和一线城市的用户占比已达77.3%，相对于全网而言，也是超一线城市用户偏好度更高。

线上养车用户注重服务效率追求生活品质，青睐移动购物和生活服务O2O

与线上养车领域关联性较强的领域TGI TOP30



数据说明：易观千帆只对独立APP中的用户数据进行监测统计，不包括APP之外的调用等行为产生的用户数据。截止2017年第2季度易观千帆基于对20.7亿累计装机覆盖及4.8亿活跃用户的行为监测结果采用自主研发的enfoTech技术，帮助您有效了解数字消费者在智能手机上的行为轨迹。

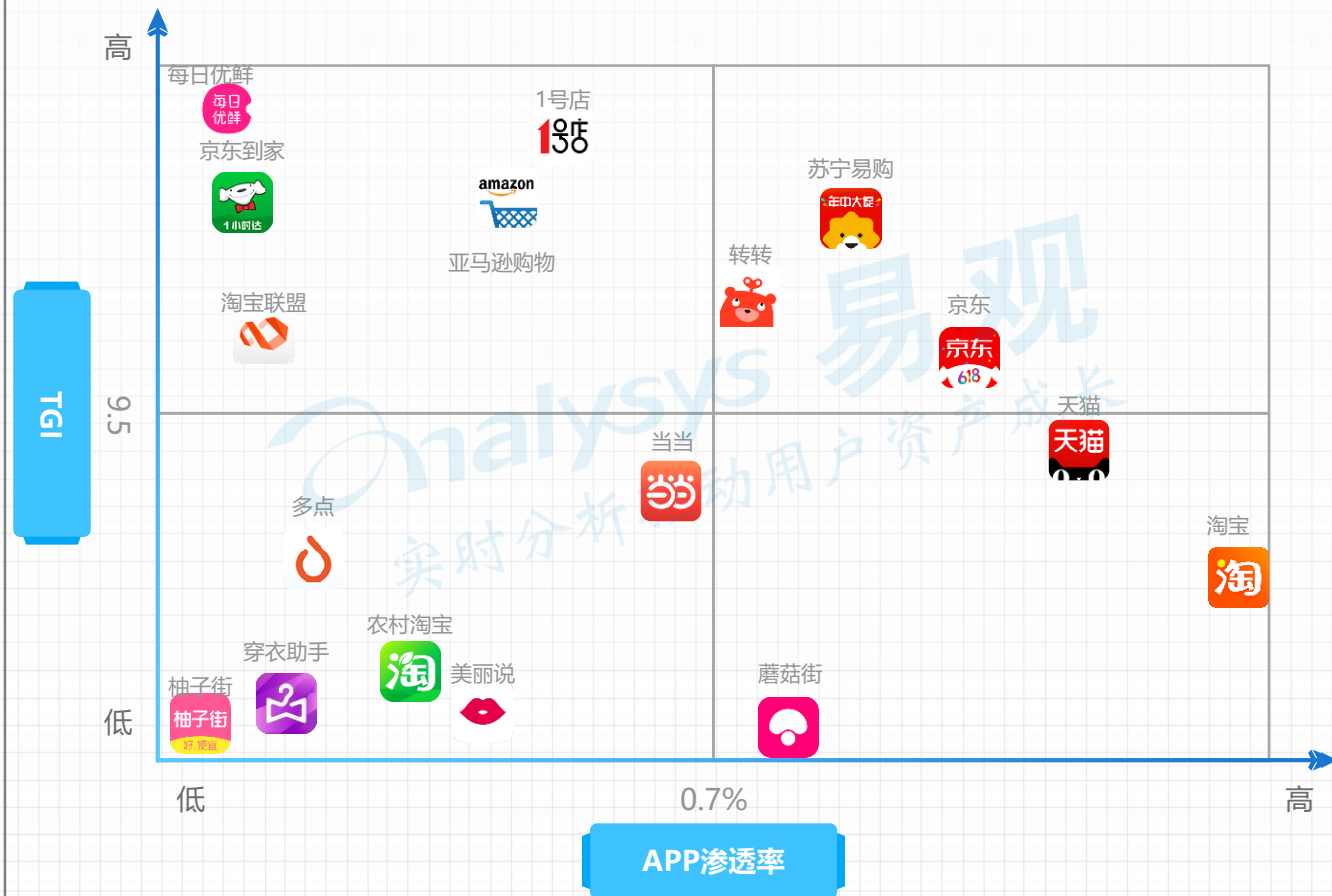
© Analysys 易观·易观千帆

www.analysys.cn

- 线上养车的强相关性领域包括：移动购物、生活服务、医疗健康、旅游等领域。从关联性较强的领域TGI TOP30总结来看，线上养车用户对移动购物和生活服务O2O等产品和服务的偏好度高，表明这部分群体工作通常较为忙碌，对高效率的线上购物和O2O生活服务需求较高，另一方面，由于高强度的工作压力，对医疗健康服务的需求也相对较高，由于有车一族的先天优势，也就有了较多的出游需求和计划安排。

线上养车用户时间观念较强，通过移动购物平台解决一站式购物需求

线上养车用户使用移动购物类APP的情况

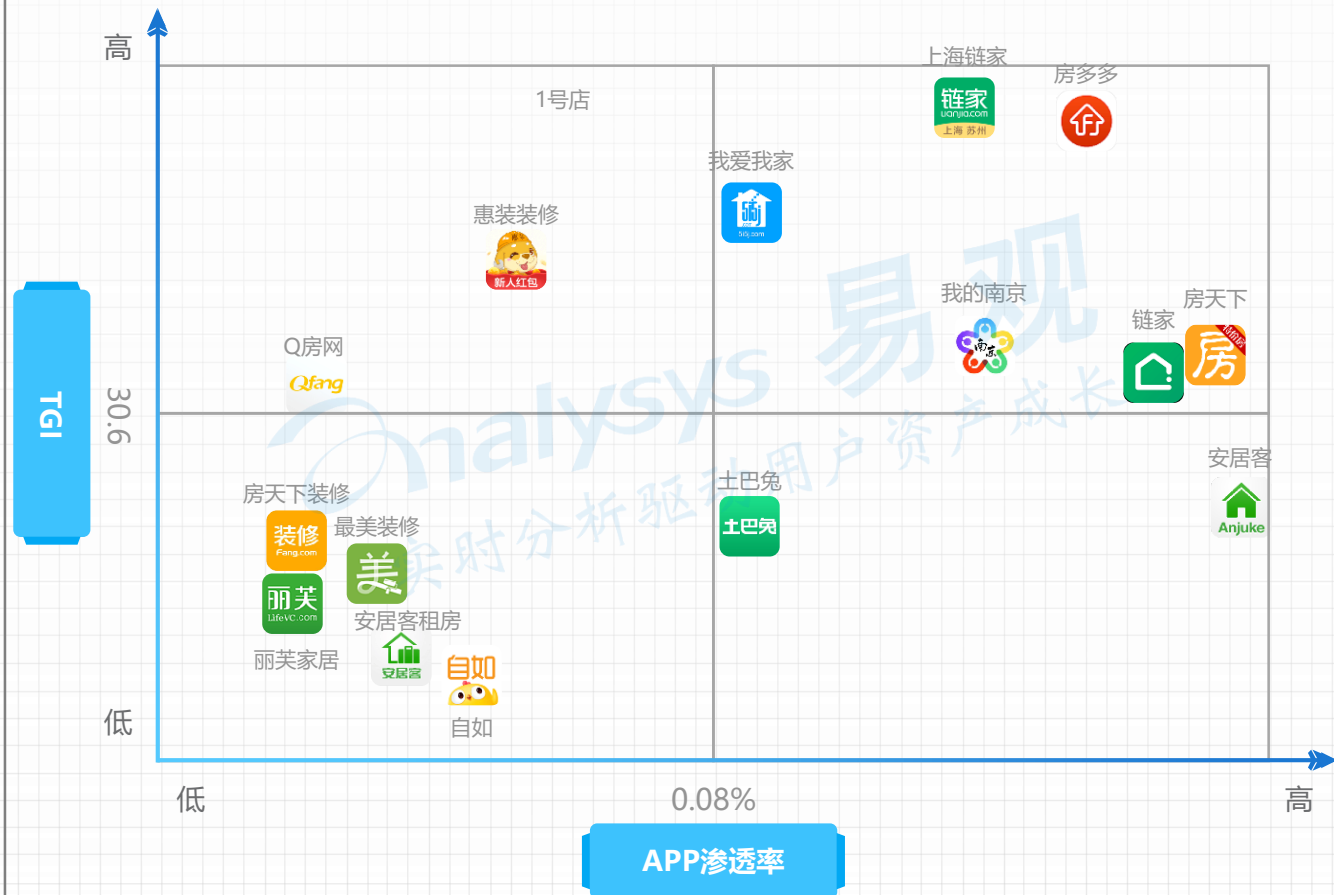


- 线上养车用户由于工作节奏和工作压力较大，时间观念强，对移动购物的偏好度更高。其中以男性为主的用户群体对诸如京东、天猫、淘宝等的综合电商类APP偏好度更高些，而较少的女性车主使得蘑菇街、穿衣助手等偏女性消费者需求的移动购物平台偏好度处于较低水平。

数据说明：易观千帆只对独立APP中的用户数据进行监测统计，不包括APP之外的调用等行为产生的用户数据。截止2017年第2季度易观千帆基于对20.7亿累计装机覆盖及4.8亿活跃用户的行为监测结果采用自主研发的enfoTech技术，帮助您有效了解数字消费者在智能手机上的行为轨迹。

线上养车用户更爱关注房产和装修类生活服务，“有车有房是迈向成功人士的第一步”

线上养车用户使用生活服务类APP的情况



- 根据易观千帆数据监测，25-40岁之间的线上养车用户占比超过60%，这部分群体正值购置首套房或置换二套房的人生阶段，因此对生活服务相关的房产和家装偏好度要明显高于其他需求。

数据说明：易观千帆只对独立APP中的用户数据进行监测统计，不包括APP之外的调用等行为产生的用户数据。截止2017年第2季度易观千帆基于对20.7亿累计装机覆盖及4.8亿活跃用户的行为监测结果采用自主研发的enfoTech技术，帮助您有效了解数字消费者在智能手机上的行为轨迹。

PART 3



中国线上养车平台用户分析

© Analysys 易观

www.analysys.cn

养车渠道多样化，线上养车平台快速完善业务布局，提供更多选择空间

车主维修保养服务选购渠道概览



维修保养服务平台



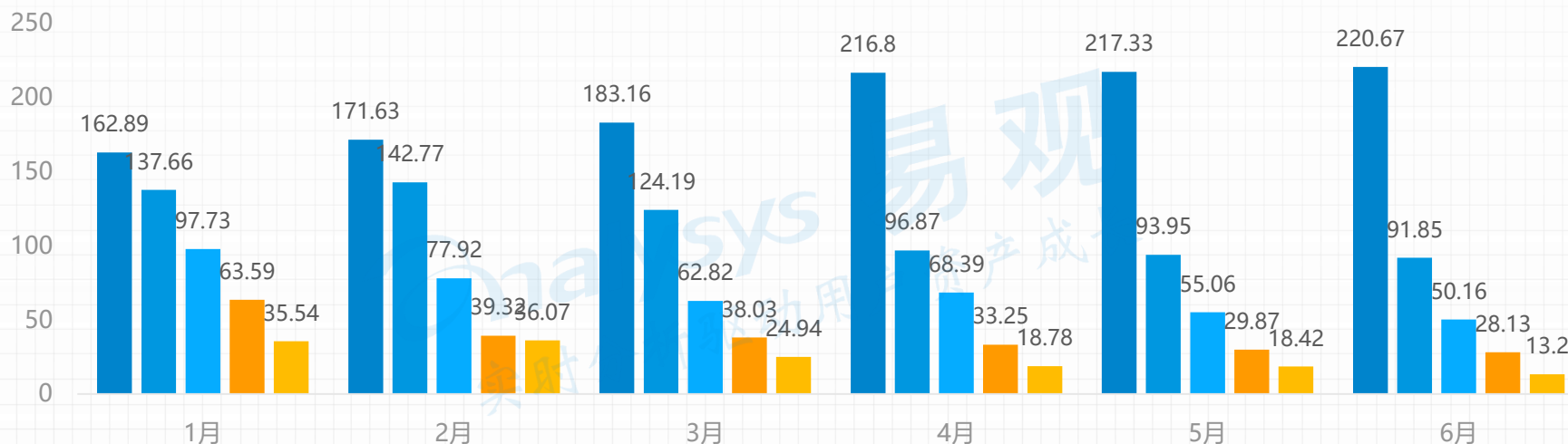
- Analysys易观分析认为，随着互联网和移动互联网技术在车后的渗透不断提高，车主消费者拥有了更多的养车可选渠道，车后服务企业快速发展，不断完善业务布局，互联网逐渐成为车主消费者养车的重要工具。

线上养车移动端用户规模格局相对稳定，途虎养车保持行业首位且呈现稳步增长趋势

2017年1-6月主流线上养车移动端活跃用户规模

■ 途虎养车 ■ 汽车超人 ■ 典典养车 ■ 车享家 ■ 乐车邦

单位：万人



数据说明：易观千帆只对独立APP中的用户数据进行监测统计，不包括APP之外的调用等行为产生的用户数据。截止2017年第2季度易观千帆基于对20.7亿累计装机覆盖及4.8亿活跃用户的行为监测结果采用自主研发的enfoTech技术，帮助您有效了解数字消费者在智能手机上的行为轨迹。

© Analysys 易观·易观千帆

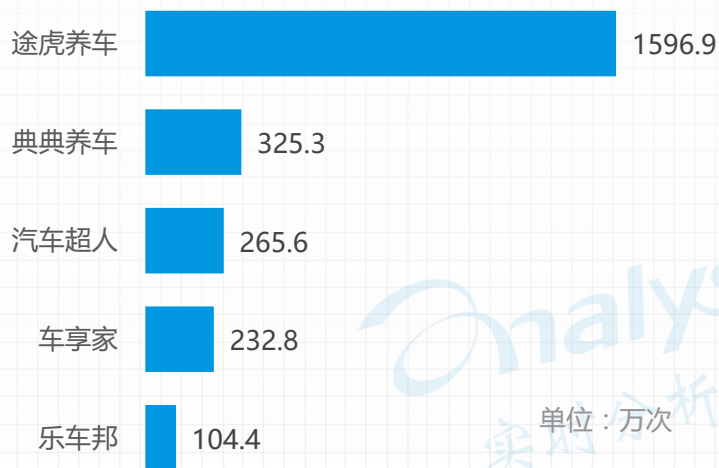
www.analysys.cn

- 线上养车类平台经过几年来的发展在用户规模上已经形成了相对稳定的格局，移动端用户规模以途虎养车为首，居于行业领先地位。Analysys易观分析认为，随着车主消费者对移动端产品的接受度不断提高，线上养车平台如何做好平台的用户管理和维护，如何激发用户更多需求，提高用户黏性和用户留存度是企业发展的重点。

注：不包含部分以洗车为主营业务的平台

途虎养车平台服务不断完善，用户黏性指标居于行业首位，用户对平台依赖度高

2017年5月线上养车移动端启动次数TOP5

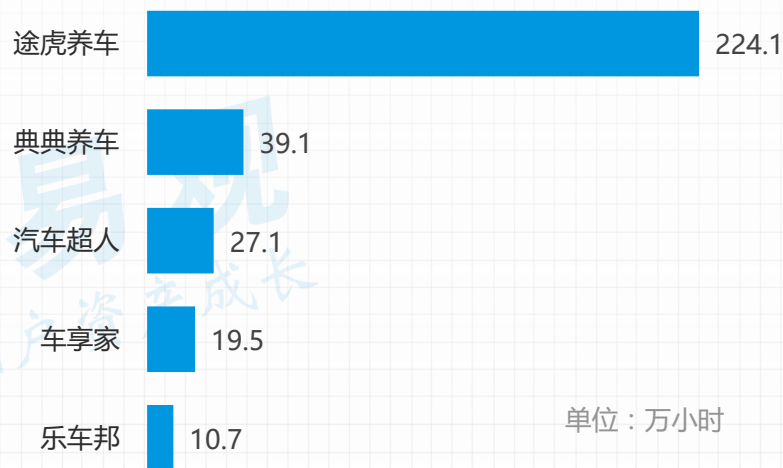


数据说明：易观千帆只对独立APP中的用户数据进行监测统计，不包括APP之外的调用等行为产生的用户数据。截止2017年第2季度易观千帆基于对20.7亿累计装机覆盖及4.8亿活跃用户的行为监测结果采用自主研发的enfoTech技术，帮助您有效了解数字消费者在智能手机上的行为轨迹。

© Analysys 易观·易观千帆

www.analysys.cn

2017年5月线上养车移动端使用时长TOP5



数据说明：易观千帆只对独立APP中的用户数据进行监测统计，不包括APP之外的调用等行为产生的用户数据。截止2017年第2季度易观千帆基于对20.7亿累计装机覆盖及4.8亿活跃用户的行为监测结果采用自主研发的enfoTech技术，帮助您有效了解数字消费者在智能手机上的行为轨迹。

© Analysys 易观·易观千帆

www.analysys.cn

- 用户启动次数和使用时长反映了用户对APP产品的粘性和依赖度，平台的服务体验和完善度是影响用户粘性的重要因素。从2017年5月用户启动次数和使用时长两大指标来看，途虎养车的移动端APP用户粘性处于行业领先水平。

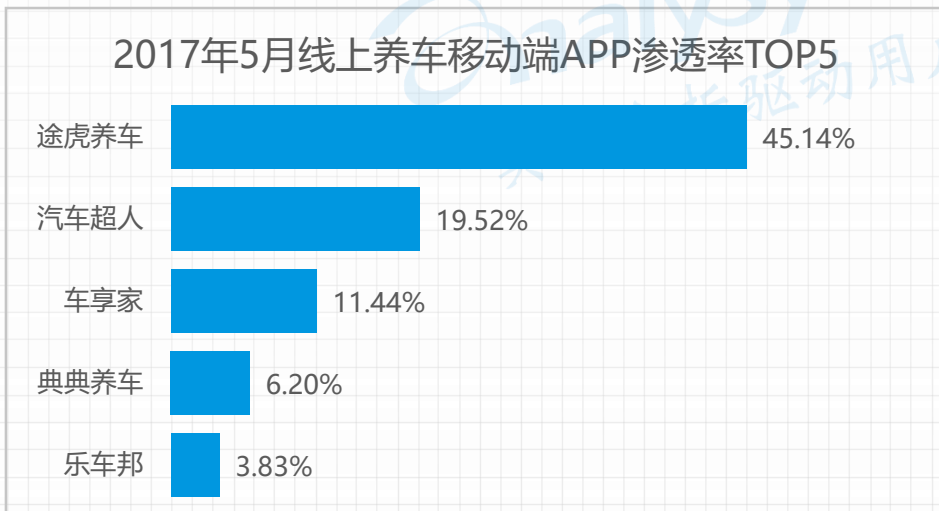
注：不包含部分以洗车为主营业务的平台

线上养车用户忠诚度高，一款APP即可满足车主一站式养车需求

2017年5月线上养车移动端APP领域独占率TOP5



2017年5月线上养车移动端APP渗透率TOP5



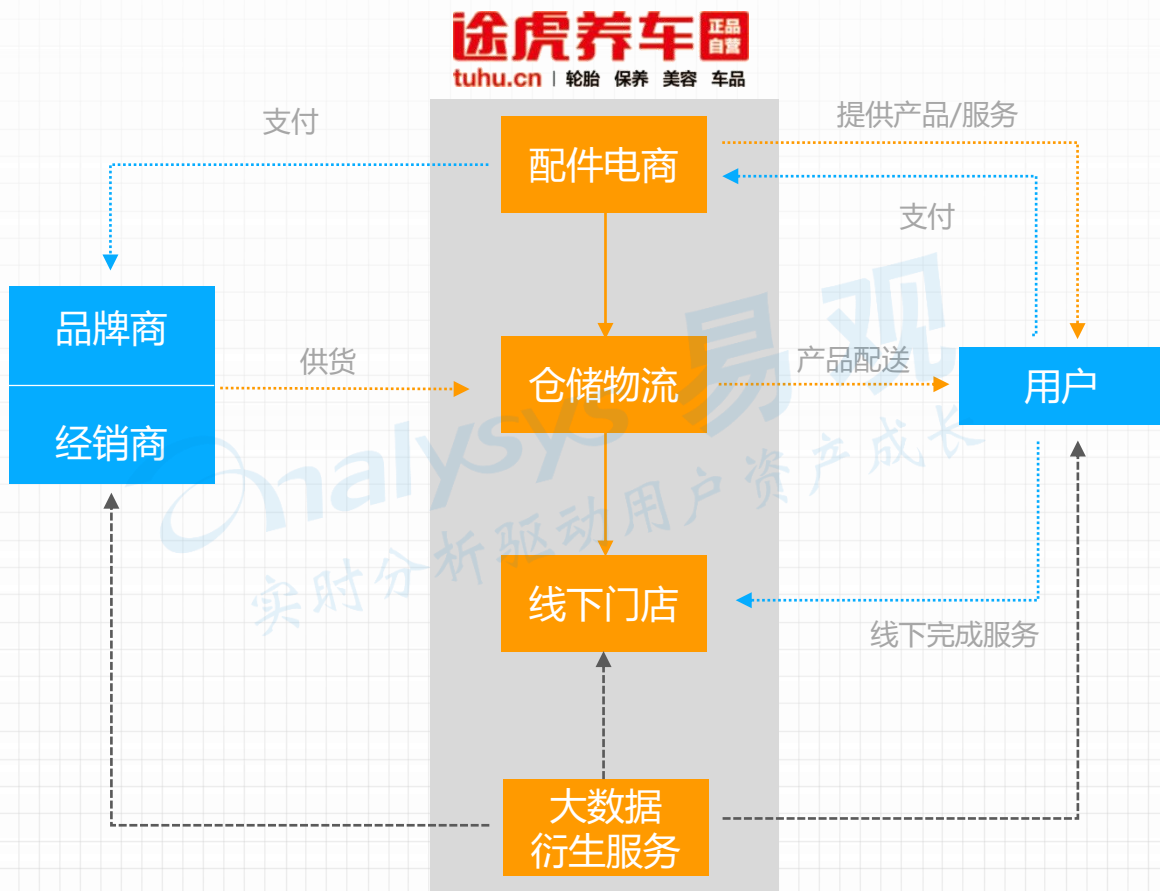
- 随着线上养车平台服务的不断完善，一款APP便能解决车主一站式的汽车养护需求，从5月份领域独占和渗透率情况可以看出，途虎养车总用户渗透率为45.14%，而其独占用户在车后服务领域的占比已超3成，可见线上养车类用户的忠诚度相对较高，一款养车类APP基本能够满足车主在汽车生活中多项需求。

注：不包含部分以洗车为主营业务的平台

数据说明：易观千帆只对独立APP中的用户数据进行监测统计，不包括APP之外的调用等行为产生的用户数据。截止2017年第2季度易观千帆基于对20.7亿累计装机覆盖及4.8亿活跃用户的行为监测结果采用自主研发的enfoTech技术，帮助您有效了解数字消费者在智能手机上的行为轨迹。

途虎养车：完整产业链布局，提高产品和服务质量

途虎养车商业模式图



- 途虎养车是汽车后市场电商中汽配B2C+维修保养O2O模式的代表企业。至今已经完成了从上游汽配经销到线下门店的完善布局，并通过自建仓储物流来保证产品流通效率，降低成本。与此同时，通过多年来的发展，已经积累了一定的数据规模，未来将通过数据商业化服务于产业链各个环节参与主体，实现提效增收降风险的效果。
- 2017年6月，途虎养车移动端活跃用户规模达220.67万人，保持行业领先，多项服务的完善和大数据的支撑将有效提高企业盈利能力。

车享家服务生态图



- 车享家是汽车后市场电商中汽配B2C+品牌自营连锁模式的代表企业。自2016年初以来车享家通过“中心店+社区店”的形式大规模布局线下网络，并通过线下门店服务带动大量用户流量不断向整车、二手车、金融、保险等多个场景进行延伸，构建车享服务生态圈。截止到2017年2月，车享家门店在全国有800多家，覆盖83个城市。
- 根据Analysys易观千帆监测显示，2017年6月车享家移动端活跃用户规模达28.13万人，车享家线下社区店的广泛布局一定程度上降低了用户对APP端产品的依赖。

PART 4



中国线上养车用户消费趋势分析

© Analysys 易观

www.analysys.cn

用户养车逐渐线上化，线上养车平台数据不断积累，提供个性化和品质化的服务方案



保养线上化



养护品质化



美容个性化

随着消费者对移动购物和线上消费的依赖度逐渐提高，越来越多的车主会选择通过电商平台选购汽车的养护服务，而线上养车类平台服务的不断完善满足了用户对一站式养车服务的便捷和高效的需求。

在当下消费者对产品和服务的品质追求不断提高的经济背景下，车主用户对汽车这一贵重资产的养护也越来越追求品质。定期不定期地养护工作能够保证车辆最佳的行驶状态和较高的保值率，也能够提高用户在汽车生活中的品质和舒适度。

汽车不仅是车主用户重要的出行工具，也是其身份和品味的象征。随着85、90后用户逐渐成为有车一族，个性化的汽车的美容和改装将是其身份和品味的重要展现方式。线上养车平台的数据积累为用户的个性化服务提供了保障和基础，能够逐渐为用户提供个性化服务。

实时分析驱动用户资产成长

- 易观千帆
- 易观万像
- 易观方舟
- 易观博阅



易观订阅号



易观千帆试用