

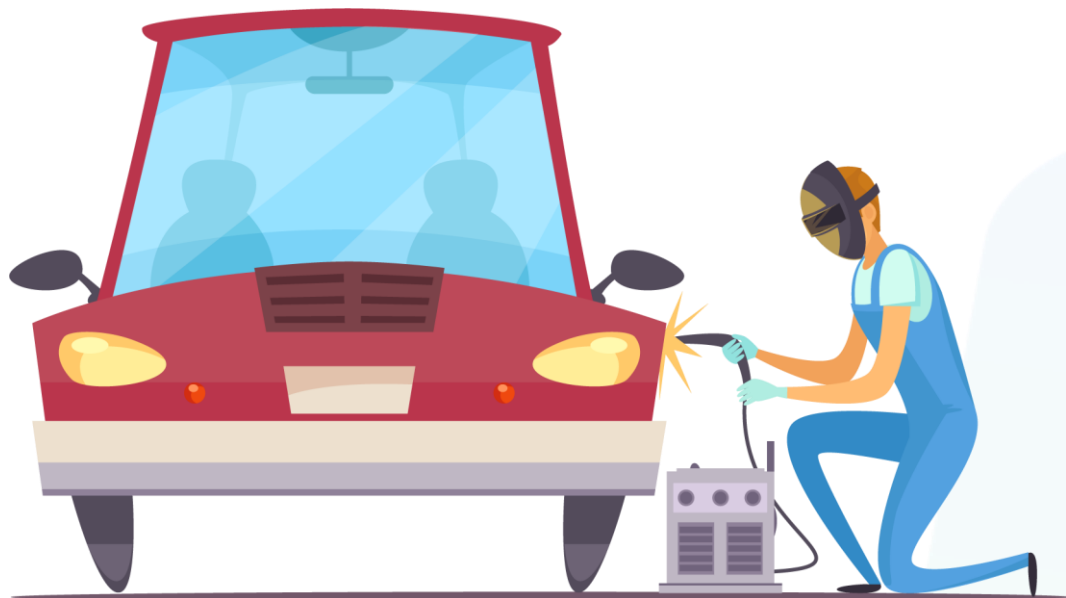
2019汽配维保行业报告

汽车后市场 • 系列篇



目录

CONTENTS



- 01. 汽配维保行业发展概况
- 02. 汽配维保行业典型企业研究
- 03. 汽配维保行业用户画像洞察
- 04. 汽配维保行业发展趋势分析

Part One

汽配维保行业发展概况



除《企业家第一课》、《企业家功成堂》外，其他公众号分享本期资料的，均属于**抄袭**！
邀请各位读者朋友尊重劳动成果，关注搜索正版号：《企业家第一课》、《企业家功成堂》

谢谢观看！

企业家第一课，专注做最纯粹的知识共享平台



关注官方微信
获取更多干货



加入知识共享平台
一次付费 一年干货

『汽车后市场』 界定

整车落地销售后，围绕汽车售后服务而产生的一系列交易活动的总称



『汽配维保』概念普及

汽配维保是汽车后市场的核心支柱，汽配和维保二者密不可分

关键词：
杂

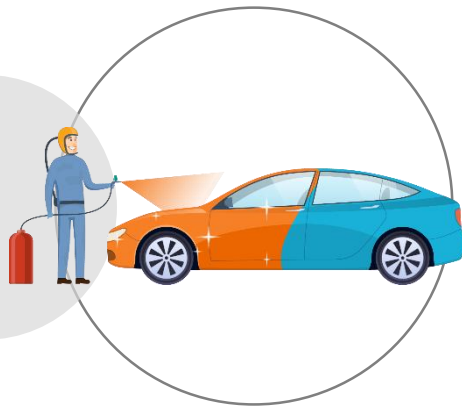


汽车配件

一辆车平均有**30000**个零部件，目前汽车配件SKU的总数已经超过**5000万**。常见的配件有：

- 行驶类配件：钢圈、轮胎。
- 冷却系配件：水泵、水管、散热器（水箱）等。
- 点火系配件：火花塞、高压线、点火线圈、点火开关等。

关键词：
美



汽车维保

汽车**维修、养护**的总称。

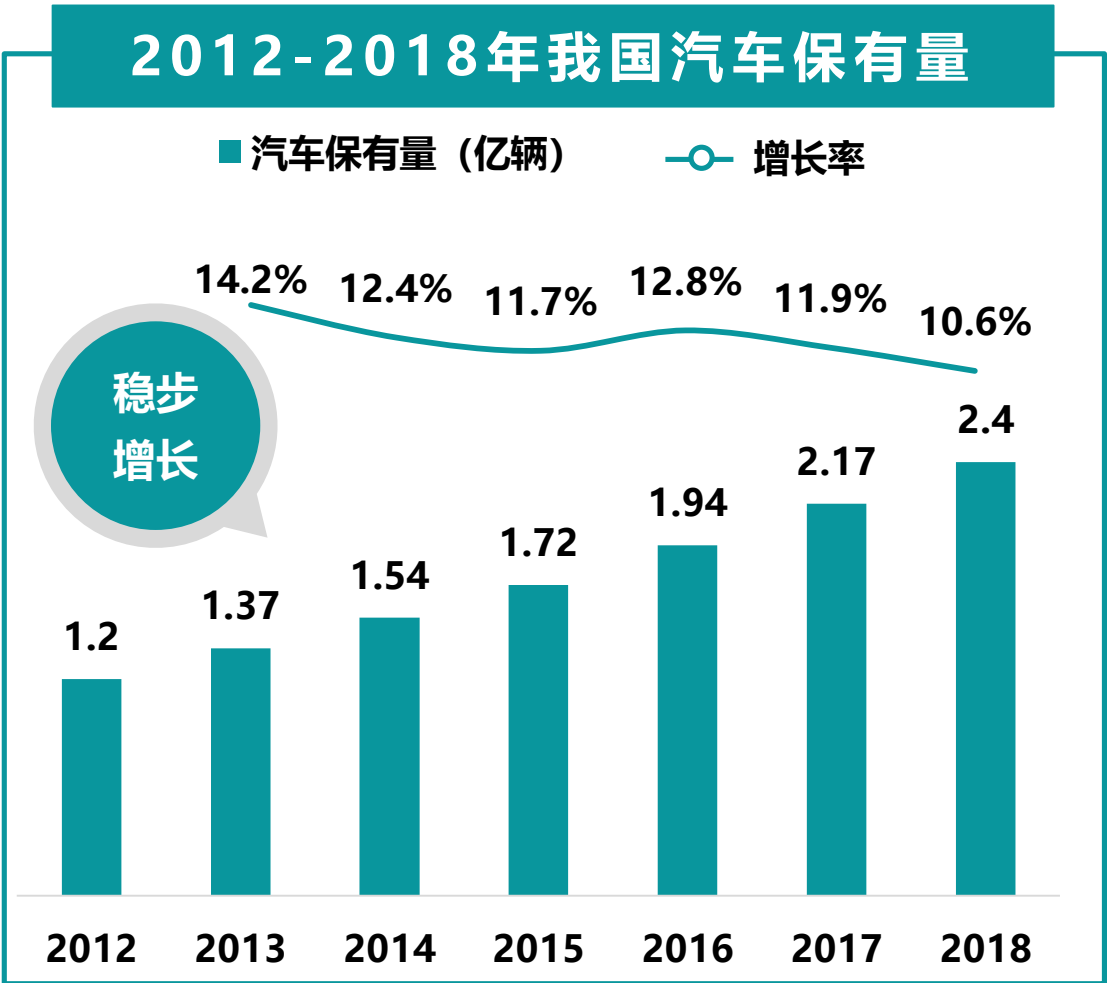
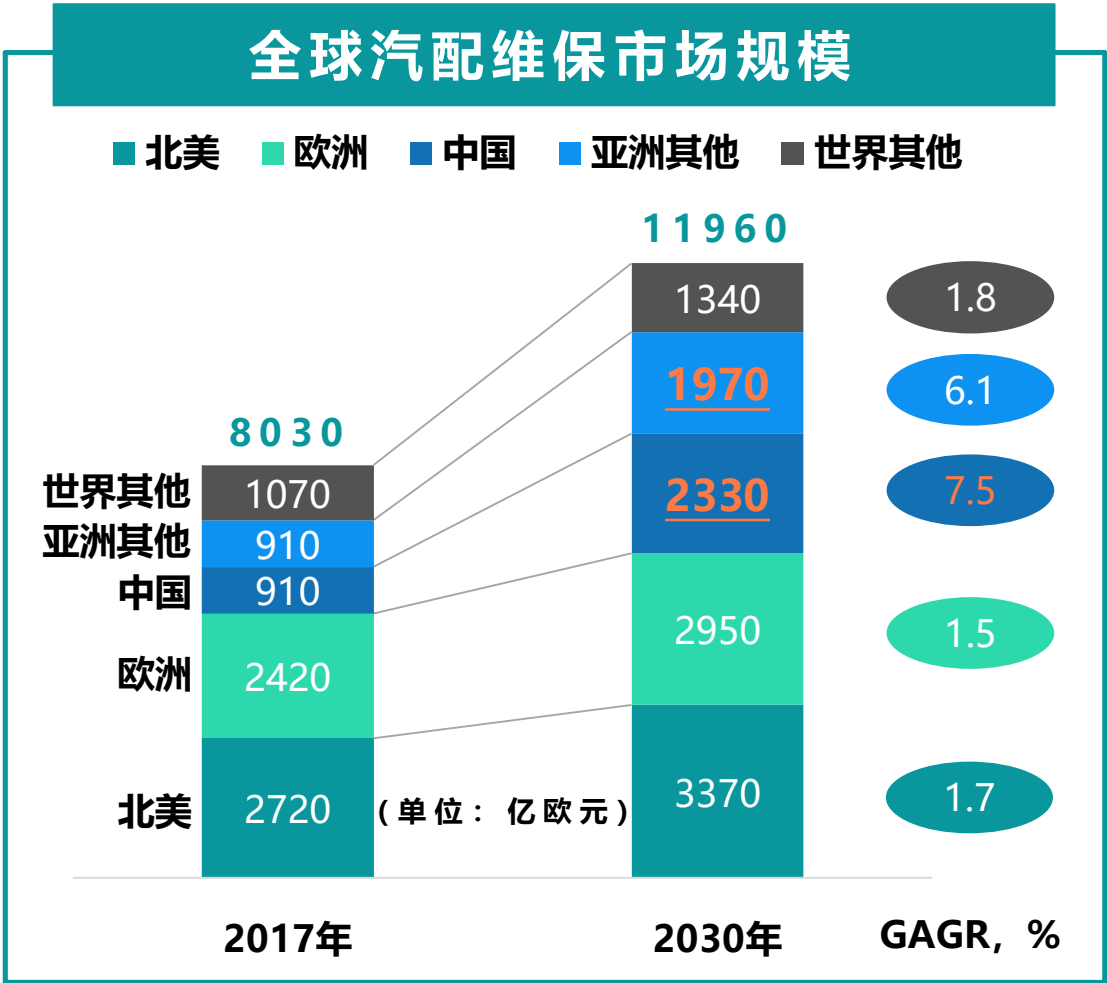
- 汽车维修：包括大小修，大修是指更换任何零部件的恢复性修理；小修是指更新个别零部件的运行性修理。
- 汽车养护：采用不同性质的专用护理材料和产品，对汽车进行全新的保养护理的工艺过程，包括汽车精品、用品、美容及改装行等。

Source: Mob研究院

注1：在企业所属行业细分方面，本报告中以维保业务为主、辅以轮胎等汽配业务的企业，计为汽车维保细分，如途虎养车等

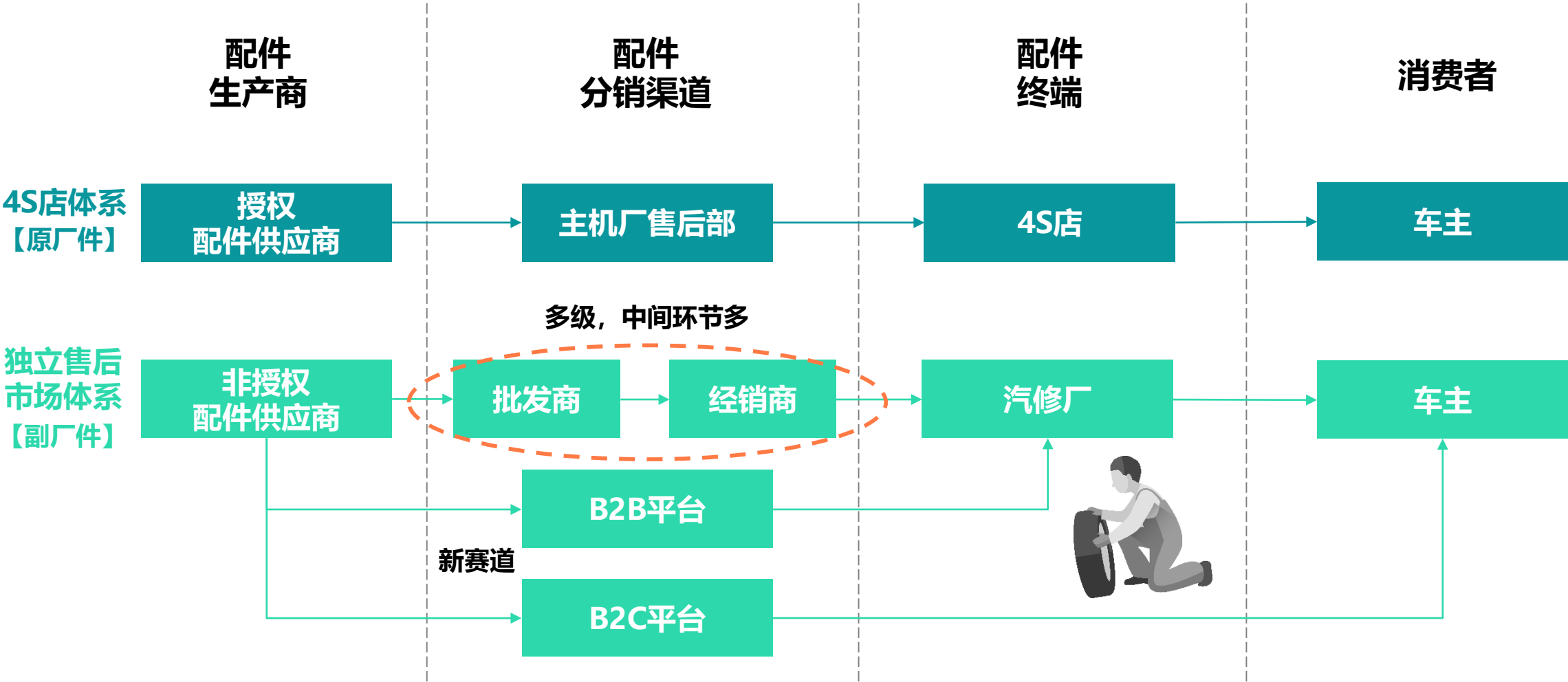
注2：汽配SKU指的是每个(套)汽车配件的基础参数，如VIN码、车型配置、原厂配件号、保养规则等

预测到2030年，我国汽配维保市场增速全球领先，将带领亚洲占据全球份额的1/3



Source: 麦肯锡报告, 公安部交管局

在独立售后市场体系中，传统赛道中间环节多，促使衍生出电商平台新赛道



市场公开度和透明度低，导致终端“买”配件难，难在价格、质量和匹配度

■ 配件商和修理厂“语言不通”

由于不同车型、不同型号、SKU都有可能影响**配件匹配**，导致修理厂（配件名称）和配件商（配件编码）之间“语言不通”，市面上迫切需要一套统一的“编码规则”

■ 配件商-4S店体系

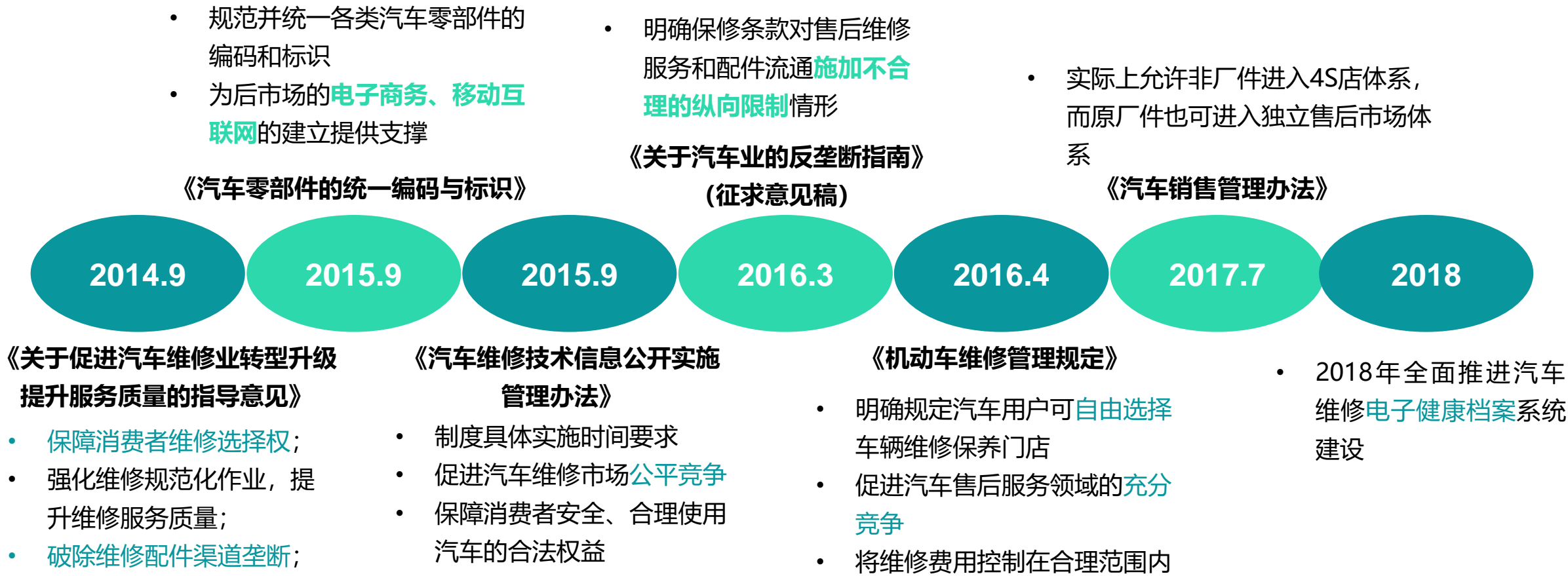
主机厂只向授权机构（4S店、特约维修店）提供配件和维修技术，**抬高原厂件售价**；4S店推荐过度保养项目，影响客户体验

■ 配件商-独立售后市场体系

零售商交易市场**中间环节过多**，平均有**3-5个**左右，导致：

- 配件服务价格不透明
- 配件质量不透明，假冒伪劣横行

政策明确要促进市场公平竞争、开放发展；要借力大数据，推动行业透明化



Source: Mob研究院
注：汽车维修电子健康档案是以车辆识别代码(VIN码)为汽车唯一标识，从购置到报废全寿命周期的汽车维修电子记录的总和

The diagram illustrates the application of Big Data in the automotive industry, structured into three main levels of stakeholders and their associated data and benefits.

主机厂 (OEM):

- 数据 (Data):** 配件名称、品牌、代码、型号、替代配件、替代关系、图示、价格等 (Part names, brands, codes, models, replacement parts, replacement relationships, diagrams, prices, etc.); 车型代码、车型名称、车型分类、排量、核定载客、厂商名称、车系名称、价格、上市年份等 (Vehicle codes, vehicle names, vehicle classifications, displacement, rated passenger capacity, manufacturer names, vehicle series names, prices, launch years, etc.).
- 数据块 (Data Blocks):** 机动车整车信息及价格数据 (Motor vehicle complete vehicle information and price data); 零部件数据 (Parts data).
- 大数据赋能 (Big Data Empowerment):** 生产制造：提效率、降成本 (Production: Improve efficiency, reduce costs); 市场营销：精准营销 (Marketing: Precision marketing).

配件商/配件电商 (Parts Supplier/Parts E-commerce):

- 数据块 (Data Blocks):** 零部件数据 (Parts data); 进销存数据 (Inventory data); 价格数据 (Price data); 销售数据 (Sales data).

汽修厂/4S店 (Repair Shop/4S Store):

- 数据块 (Data Blocks):** 维修保养数据 (Maintenance and repair data); 行驶里程数据 (Mileage data).

后市场应用 (Aftermarket Applications):

- 后市场：配件匹配 (Aftermarket: Parts matching)
- 后市场：配件质量追溯 (Aftermarket: Parts quality traceability)
- 后市场：车险评估 (Aftermarket: Insurance assessment)
- 后市场：养护成本控制 (Aftermarket: Maintenance cost control)
- 后市场：二手车估价 (Aftermarket: Used car valuation)

Part Two

汽配维保行业典型企业研究



『汽配维保』行业图谱

配件生产商



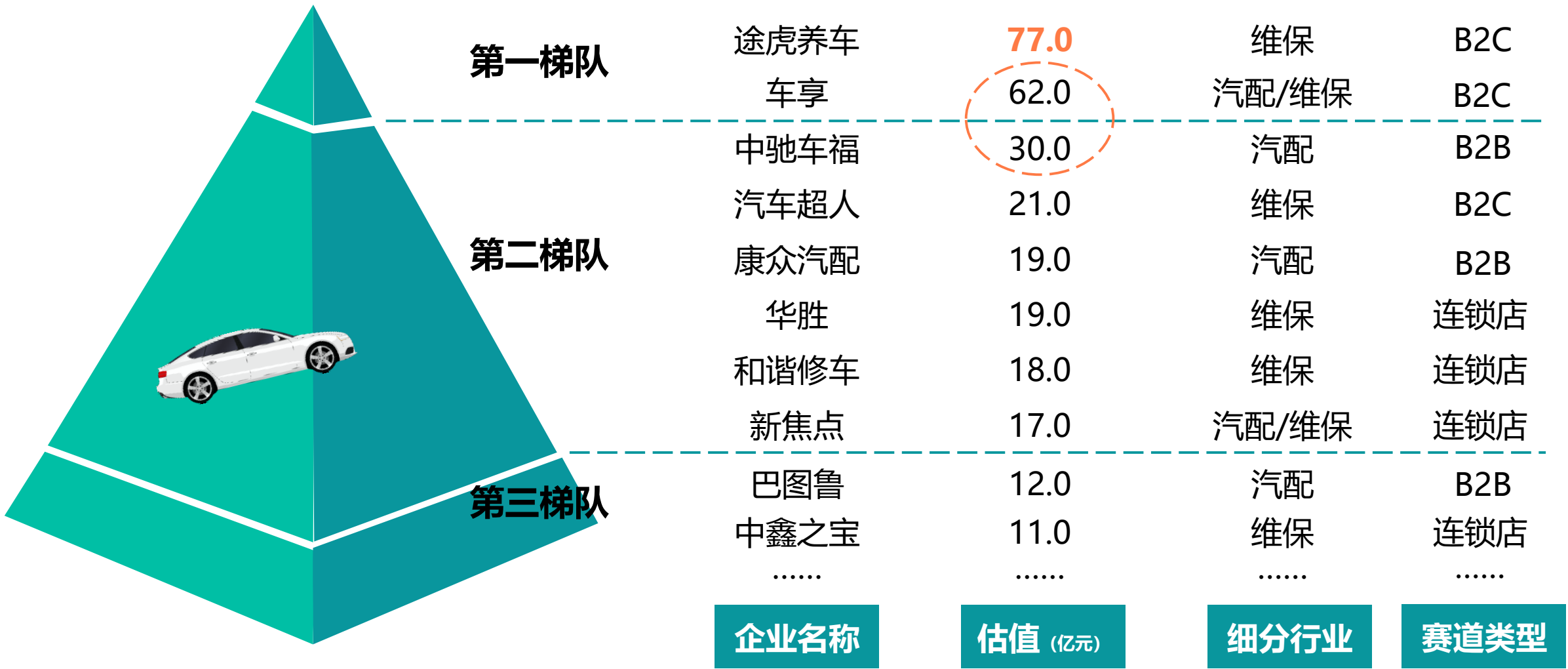
配件渠道商



配件终端



途虎养车遥遥领先，新赛道企业占据半壁江山



Source: Mob研究院
注：估值数据来源爱分析及公开资料整理

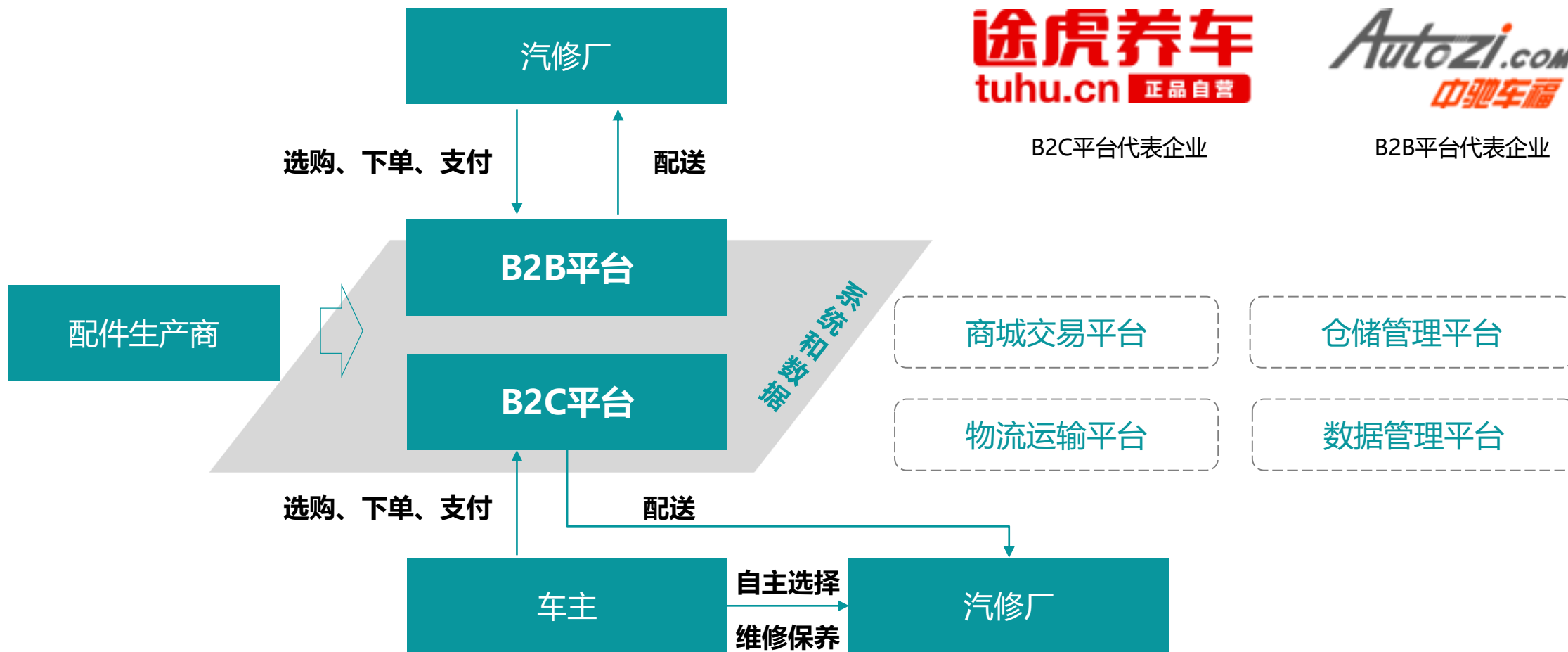
途虎养车融资成绩亮眼，2019年已有3家企业获得新融资



Source: Mob研究院
注：“最新出炉奖”指2019年拿到了融资，“走得最远奖”指融资轮次阶段最靠后，“金额最多奖”指累计融资金额最多

『汽配维保』新赛道-B2C&B2B

B2C平台代表企业——途虎养车， B2B平台代表企业——中驰车福



途虎养车——“稳中有赢，以小圈撬大圈”

一路战略合作，谨慎布局、开疆辟土，顺利平稳的走向巅峰王座

2011



- ✓ 以**轮胎业务**切入汽配维保行业
- ✓ **正式成立**

- ✓ 完成C轮、C+轮融资，共1.5亿美元
- ✓ 与**车轮公司**（万丰奥威）战略合作，**巩固**轮胎业务
- ✓ **发展壮大**

2015



2016



- ✓ 完成D轮融资，共1亿元
- ✓ 与**机油公司**（3M、美国胜牌）战略合作，**切入**机油业务
- ✓ 与**轮胎公司**（美国固铂轮胎），**巩固**轮胎业务
- ✓ **奠定行业领先地位**

- ✓ 与**汽车零部件公司**（博世、瓦尔塔）战略合作
- ✓ 与**轮胎公司**合作，**巩固**轮胎业务
- ✓ 成立途虎研究中心，发布轮胎零售大数据报告，**开始品牌造势**

2017



2018



- ✓ 完成E轮融资，共4.5亿美元
- ✓ **妥妥的行业TOP1**

以轮胎低频低盈利业务切入，圈住用户流量；进而切入高频高盈利业务，获利

生存为先，找准产品

开局弱势：

- 美国汽配维保市场B2B和B2C市场占比是9：1，途虎选择小市场开局，相对弱势

找准产品：

- 品牌知名度高
- 标准化
- 可以形成门槛

途虎选择轮胎：

- 优点：品牌强，相对标准化，客单价高，刚需
- 缺点：利润不高、相对低频、供应链重（可以形成门槛）

发展在后，厘清行业本质

本质一：实际上是服务业

- 行业的大部分产品和服务都需要场地和设备，需要门店来承载
- 技师是核心资源，要饱和资源的使用率
- 决定了“到店”优于“上门”

本质二：纯粹互联网很难显现优势

- 用补贴换用户的模式走不通，烧钱得来的用户没有忠诚度
- 决定了“自营”优于“导流”

途虎服务流程：

- 用户线上下单（自营），选择线下门店（到店），获取维保服务

筑好流量池，拓展其他业务

巩固先发优势，蓄好用户流量池

- 2010-2016年，积累大量忠诚客户，树立口碑

攻破供应链门槛，构筑护城河

- 在全国20多个城市建立了30多个仓储中心，基本完成全国重点销售区域的仓储和配送布局

切入高频高盈利业务，赚取利润

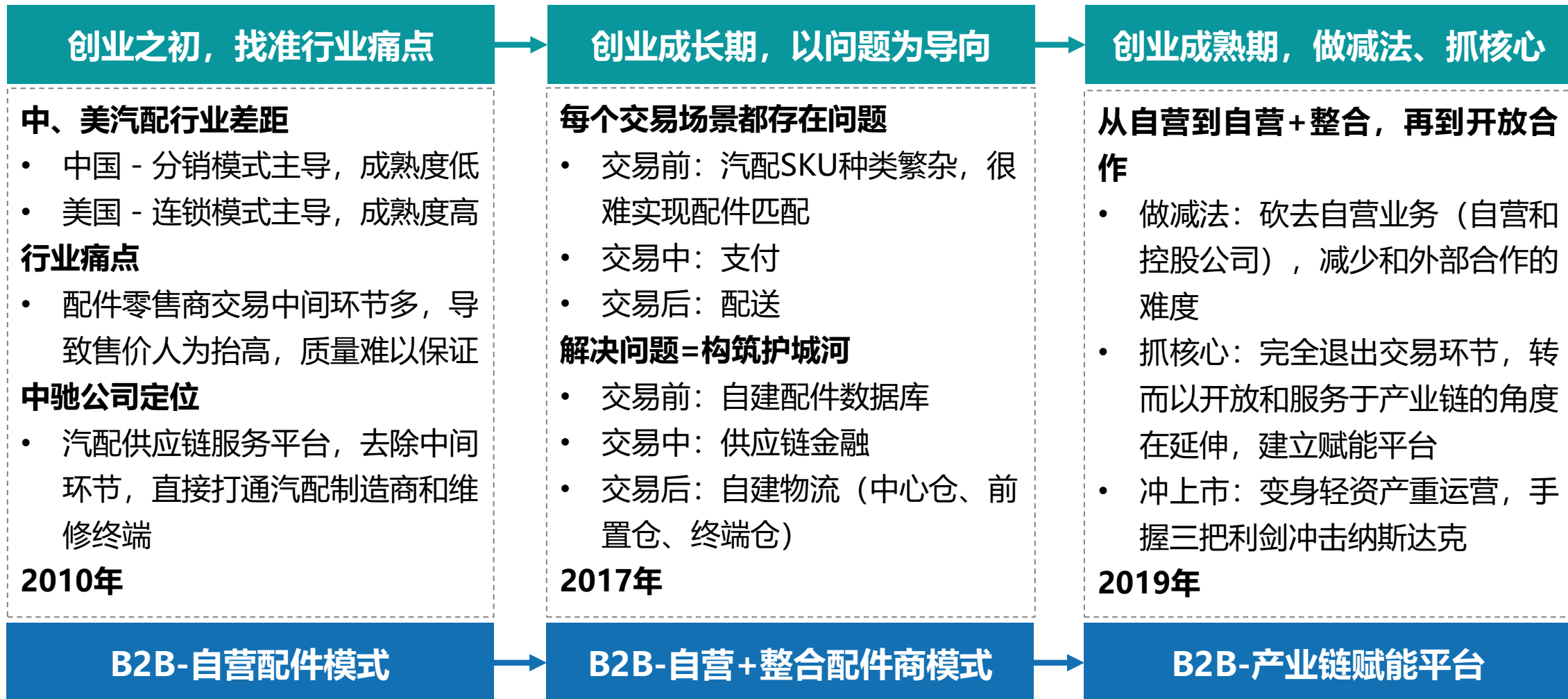
- 切入机油、保养等高频业务，及钣喷、车险等高毛利业务

途虎核心竞争优势

- 客户方，降低用户的信息获取成本，供应链做集采，服务标准化

中驰车福——“只要功夫深，铁杵磨成针”

一点一点调整业务方向，交足学费后终于“号脉”成功，现进入IPO冲刺阶段



找准行业痛点；先搞定下游，再整合上游；构筑好护城河才可放手赋能

中驰瞄准的行业痛点：配件零售商交易中间环节多



B2B-自营配件模式

B2B-自营+整合配件商模式

B2B-产业链赋能平台

先搞定下游终端

再搞定上游零售商

连接·赋能

- 行业下游极其分散，此时切入做电商平台，自营配件模式可以**直接触达下游修理厂**，帮助终端减少交易环节，让终端切实受利，中驰迅速的找到了盈利点

- 掌握了客户资源，等于掌握了和上游谈判的价码
- 整合配件零售商，**有助于形成杠杆效应**，飞速扩张，从而聚拢更多终端客户

- 整合之路，恶性竞争不可避免，进而导致企业内耗增加，而此时企业“护城河”已经建成，**数据+金融+物流**，摆在面前的路愈发清晰：连接·赋能

为何它们2019年能获得资本青睐？

百顺养车、好汽配、巴图鲁汽配铺做对了什么？



百顺养车

简介：汽车快速保养连锁店

定位：低价、快速保养

投资方观点：保养业务不同于维修业务，它能够实现**很高的工业化**，从而降低成本，低价服务。

“快餐式”汽车保养



好汽配

简介：汽配B2B交易平台

定位：专注于解决汽修店和汽配贸易商交易环节复杂、信息不对称等需求

投资方观点：看好汽车后市场赛道，看好“好汽配”轻模式

轻模式解决渠道痛点



巴图鲁汽配铺

简介：汽配B2B交易平台

定位：专注于汽车后市场的产业互联网公司

投资方观点：天时——政策鼓励；地利——巴图鲁背靠广州（中国最大的汽配集散地）；人和——巴图鲁团队

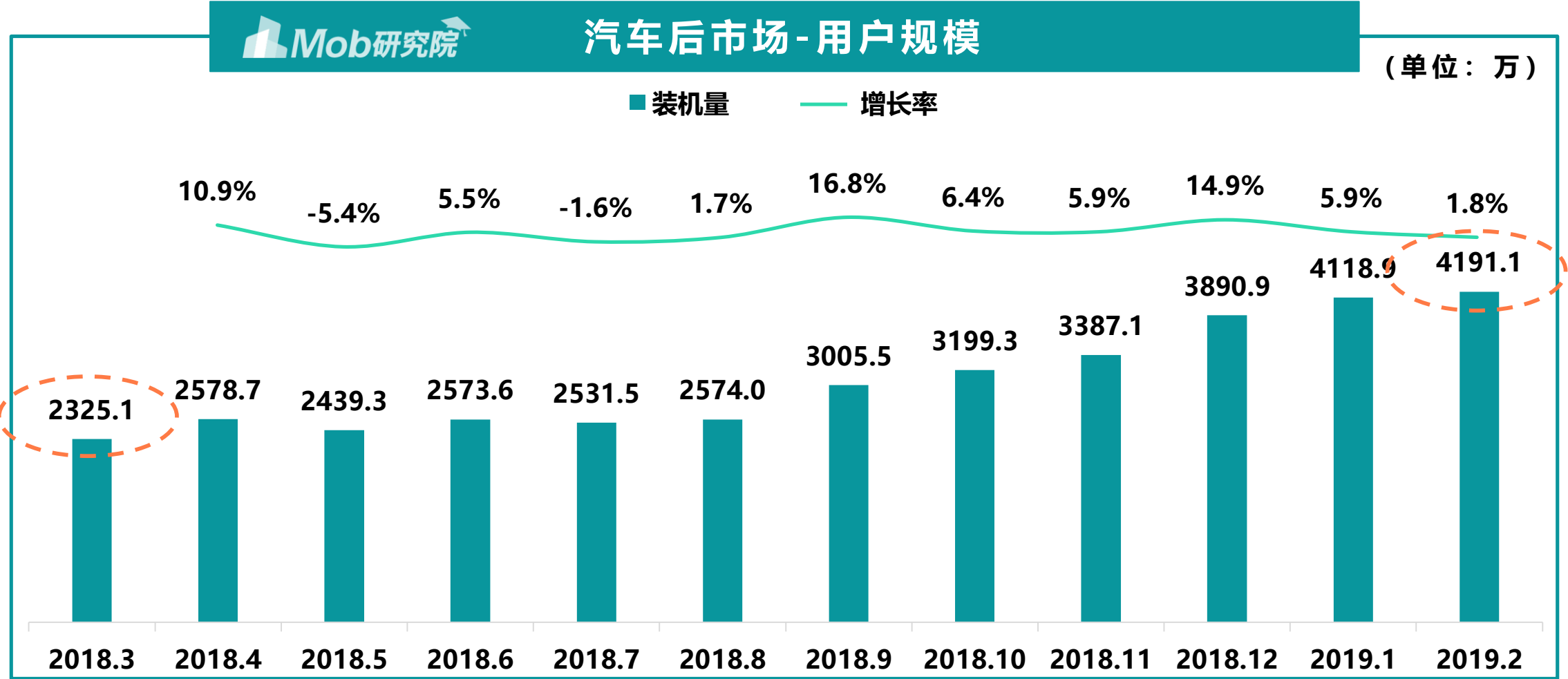
供应链整合瞄准渠道痛点

Part Three

汽配维保行业用户画像洞察

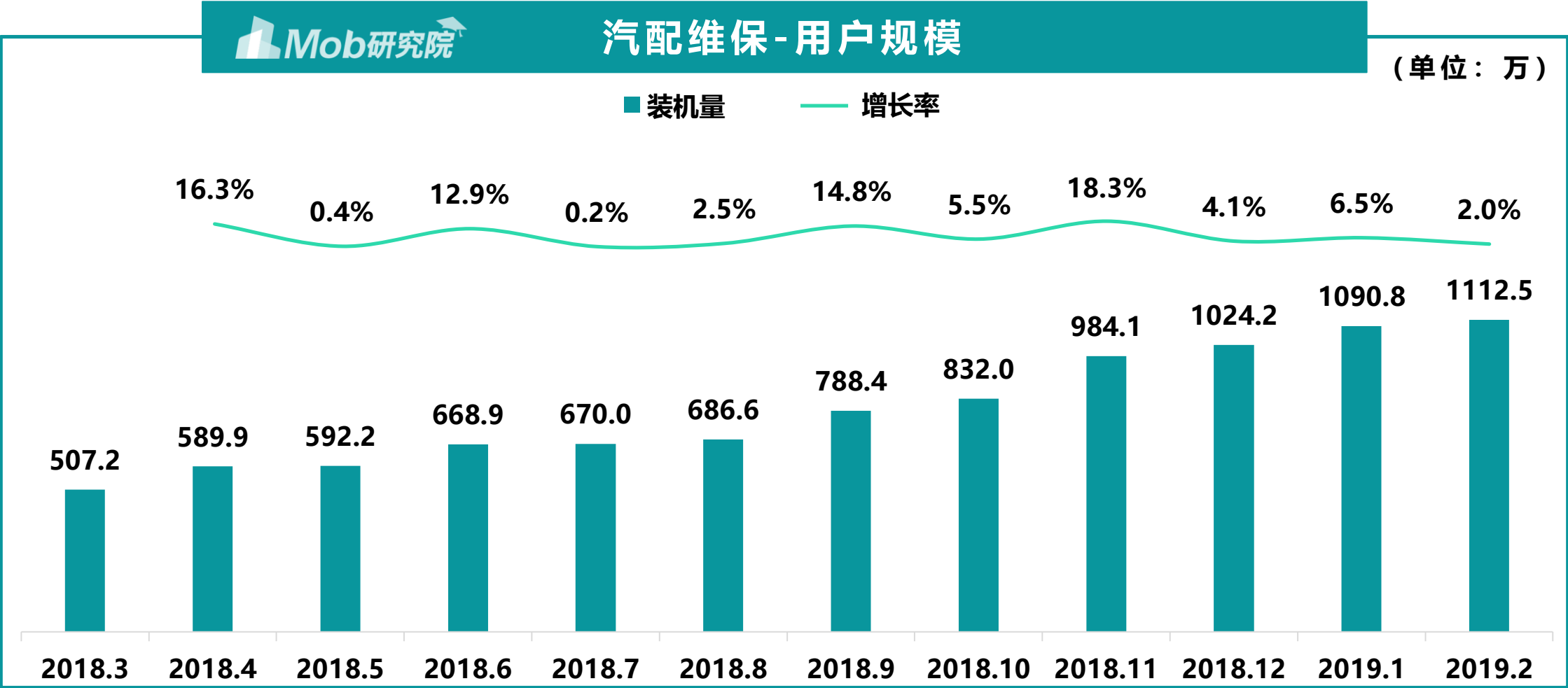


过去一年，用户规模增长近2倍，2019年初突破4千万



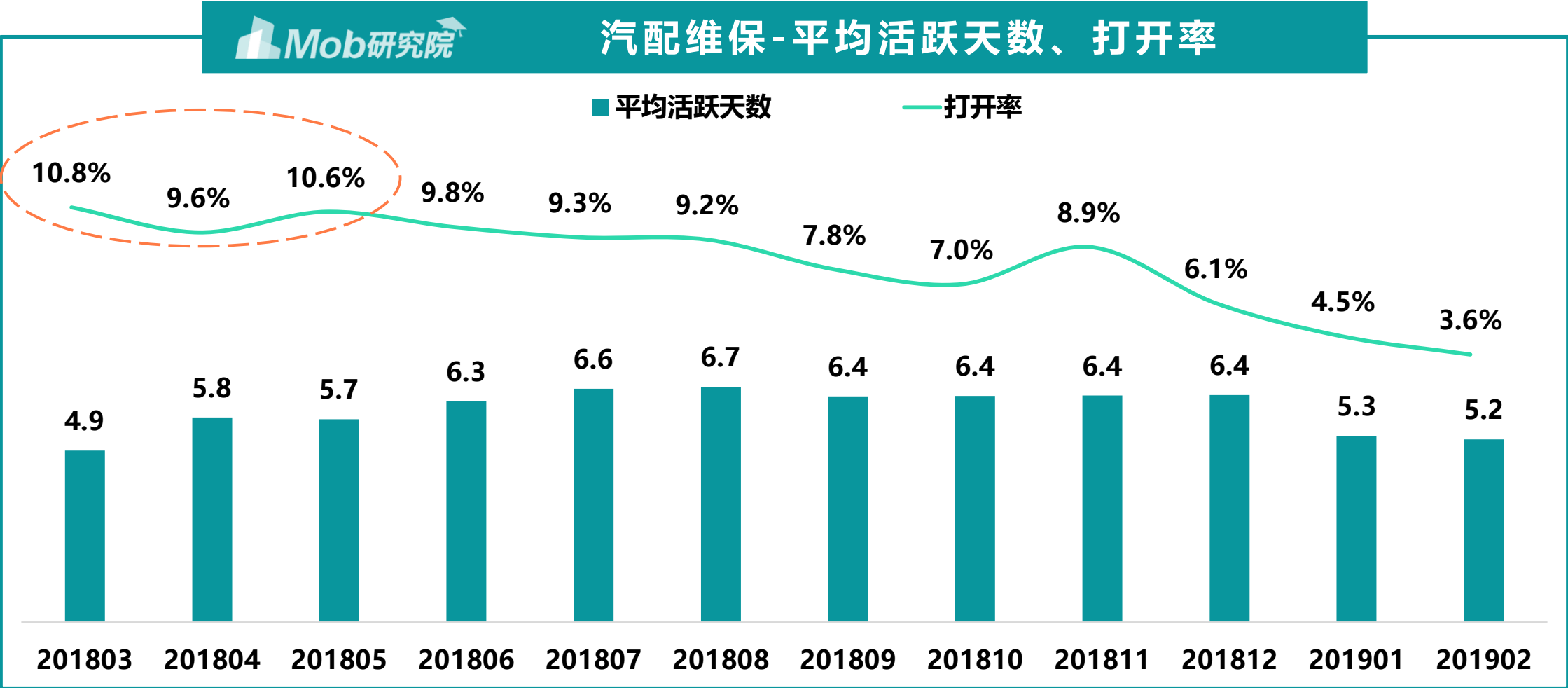
Source: Mob研究院, 2018.3-2019.2

汽配维保过去一年增长率均为正；截止到上月，汽配维保占后市场的比例超1/4



Source: Mob研究院, 2018.3-2019.2

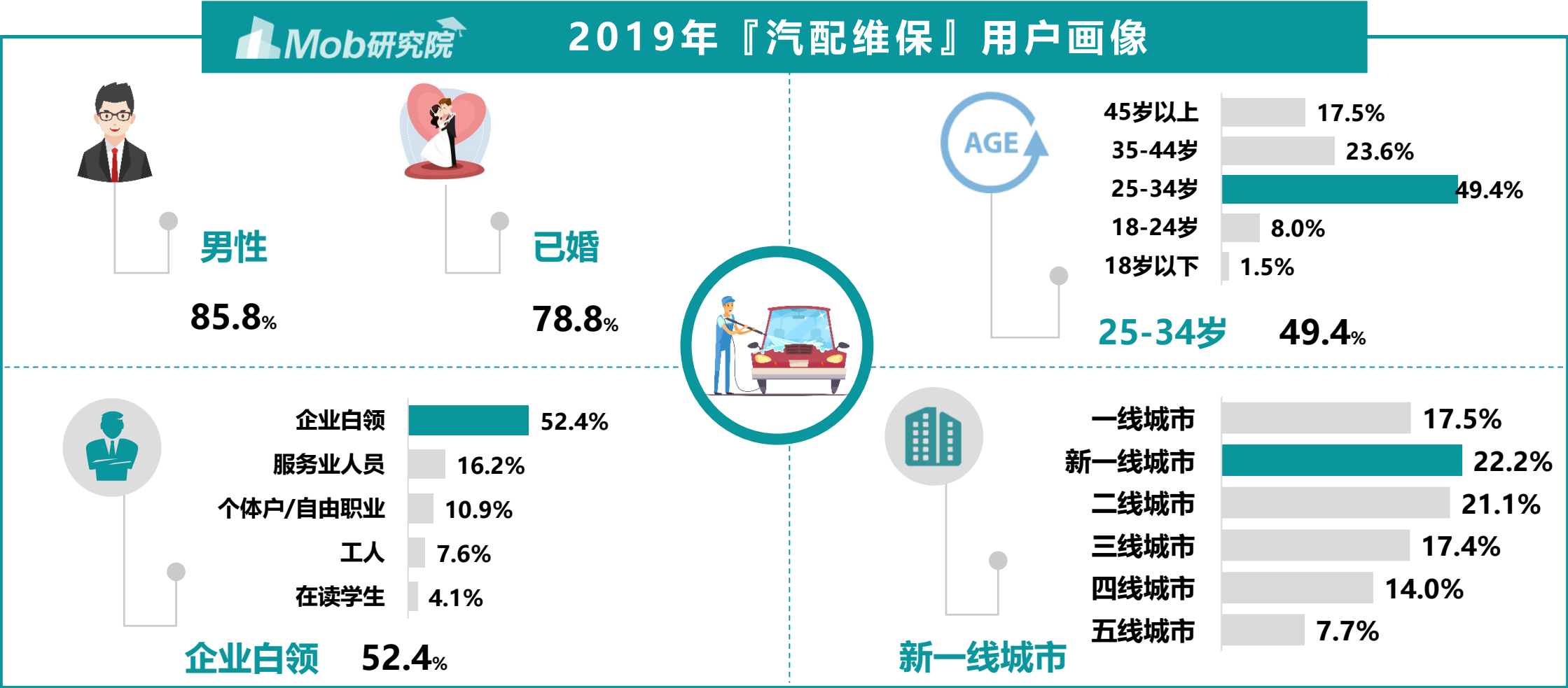
汽配维保用户的平均活跃天数在4-6天，打开率最高在10%以上



Source: Mob研究院, 2018.3-2019.2
注：平均活跃天数是指在统计周期内，该App活跃用户每月使用该App的平均天数；打开率指在统计周期内，该App的活跃设备数占该App安装设备数的比例

『汽配维保』用户画像

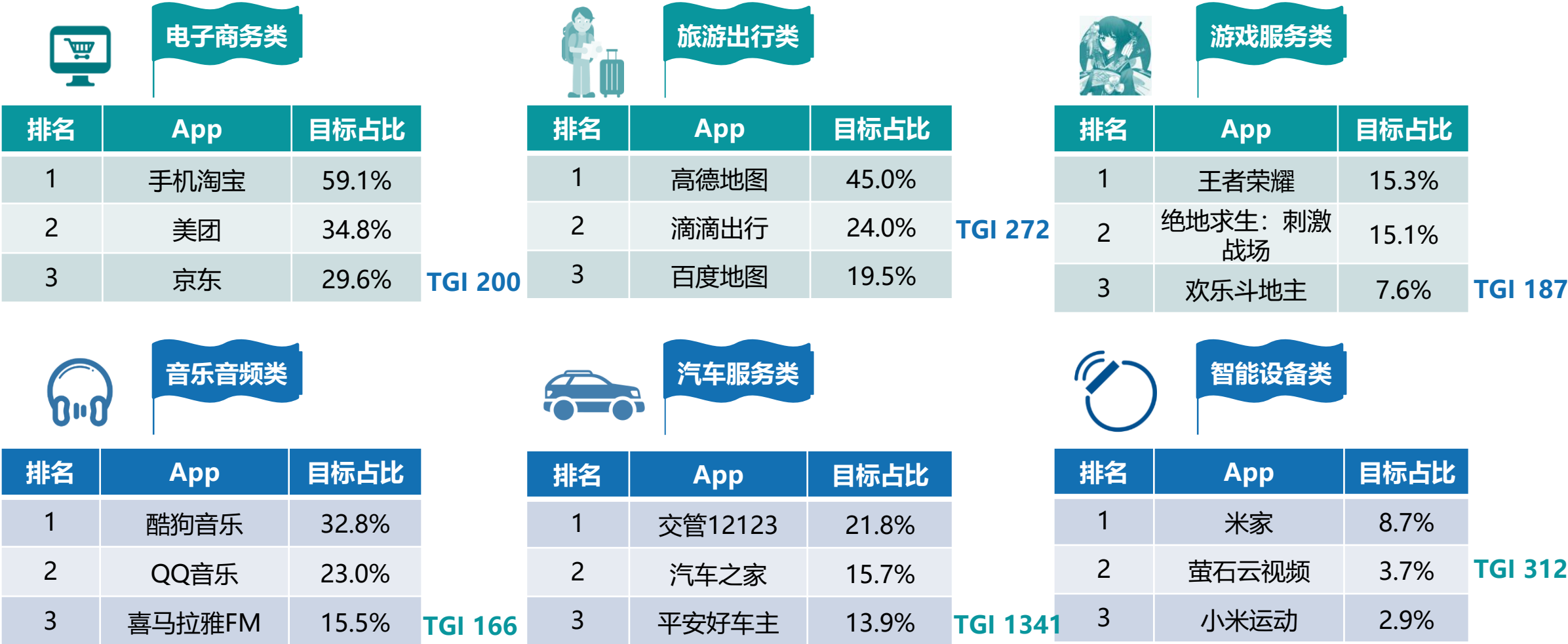
已婚男性、年龄在25-34岁、企业白领、新一线城市



Source: Mob研究院, 2018.3-2019.2

『汽配维保』媒介分布


京东、滴滴出行、平安好车主深受汽配维保用户欢迎



Source：Mob研究院，2018.3-2019.2

『汽配维保』媒介分布-汽车服务

在汽车类App中，违章查询类和汽车资讯类更受汽配维保用户关注



违章查询类

排名	App	目标占比
1	交管12123	21.8%
2	车轮查违章	3.8%
3	北京交警	1.3%



汽车资讯类

排名	App	目标占比
1	汽车之家	15.7%
2	懂车帝	4.6%
3	汽车报价大全	4.6%




汽车电商类

排名	App	目标占比
1	瓜子二手车	8.5%
2	优信二手车	3.5%
3	人人车二手车	2.5%




驾照考试类

排名	App	目标占比
1	驾考宝典	3.1%
2	驾校一点通	1.3%
3	车轮驾考通	1.5%



汽车加油类

排名	App	目标占比
1	加油广东	2.7%
2	昆仑加油卡	2.1%
3	贵州石油	1.2%

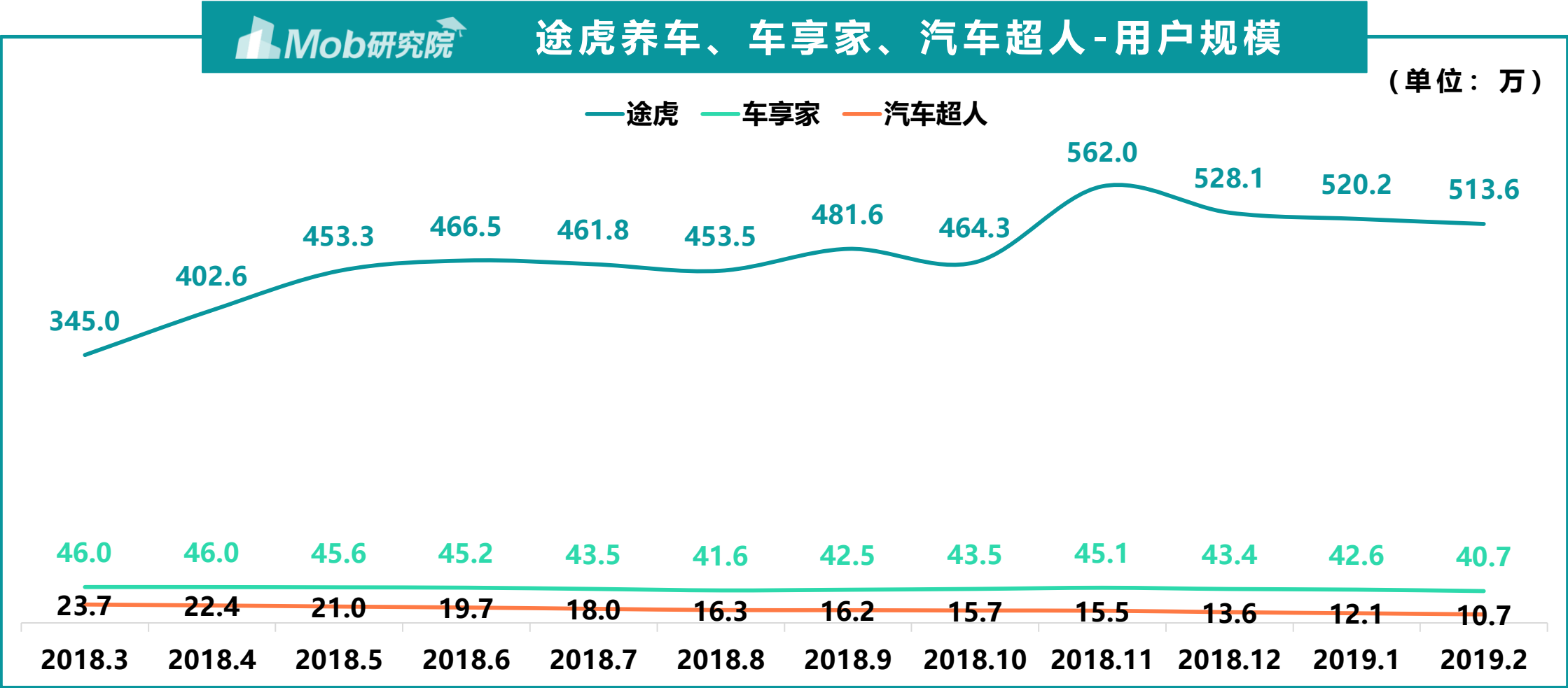


汽车社区类

排名	App	目标占比
1	老司机	2.2%
2	卡友地带	0.3%
3	长安FAN	0.2%

『汽配维保』头部B2C平台-趋势分析

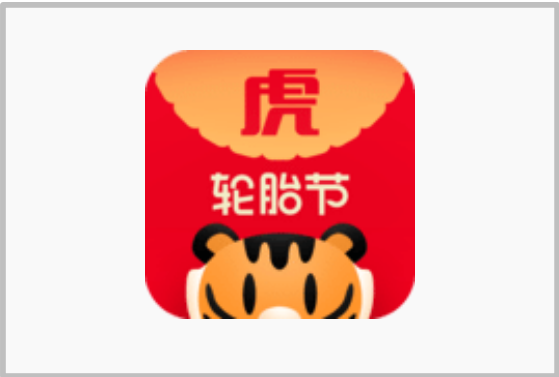
途虎养车的行业覆盖率达46.3%，用户规模突破500万大关



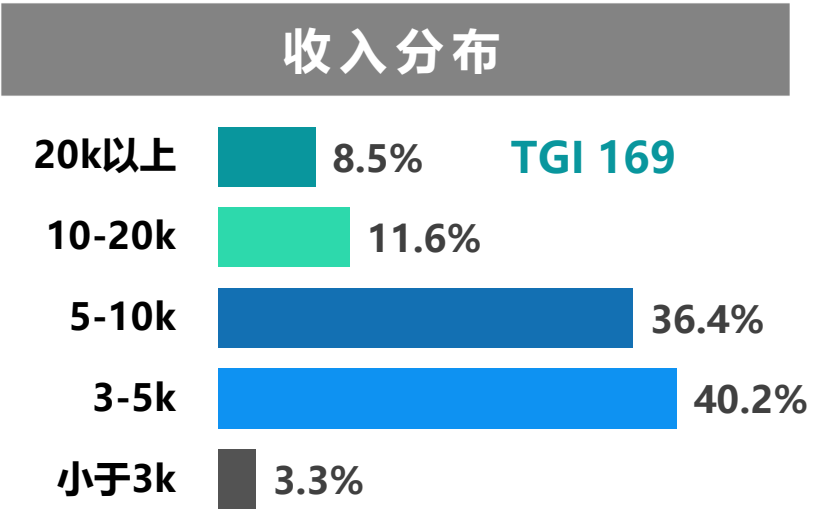
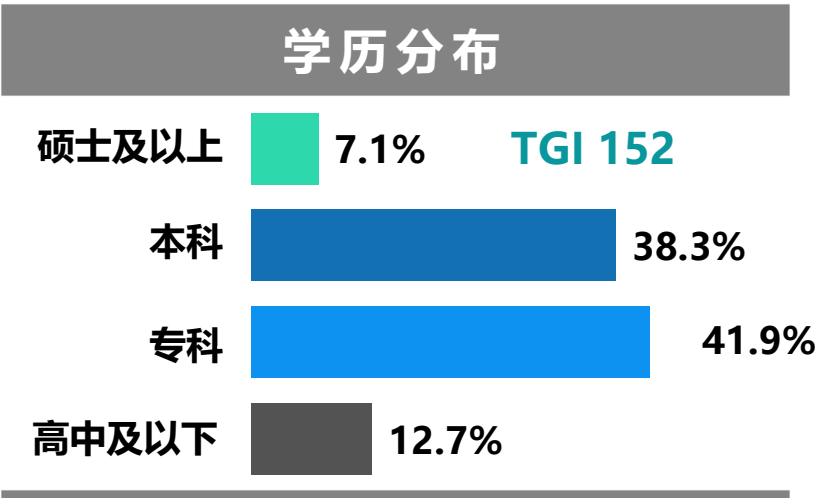
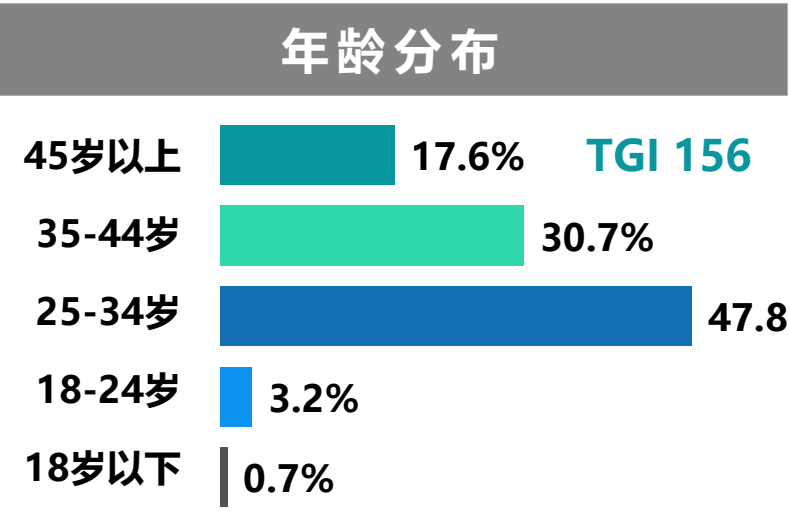
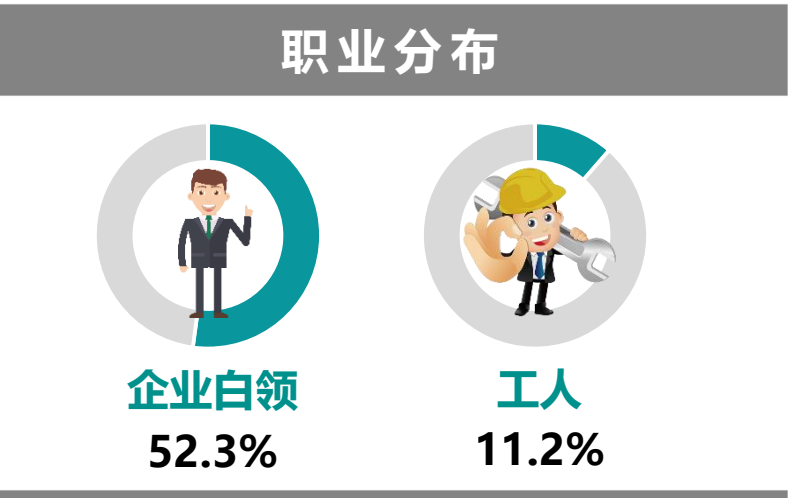
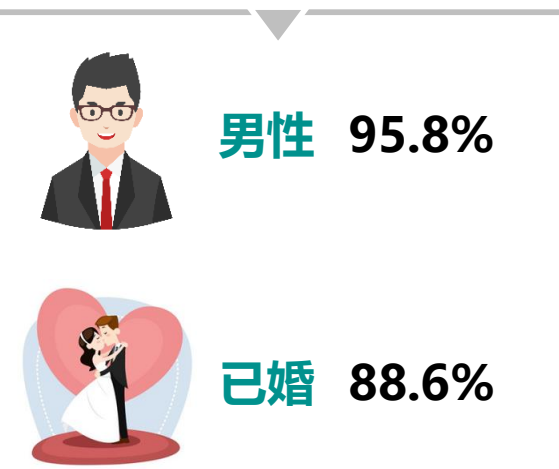
Source: Mob研究院, 2018.3-2019.2

途虎养车-吸引高龄用户

与同类App相比，45岁以上、专科及以下用户占比最大



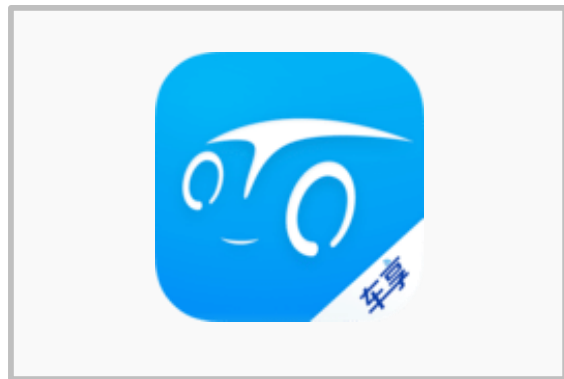
途虎养车App用户画像



Source: Mob研究院, 2019.2

车享家-更受女性、本科用户欢迎

与同类App相比，女性、本科用户占比最多，工人占比最少



车享家App用户画像



男性 88.1%



已婚 93.8%

职业分布

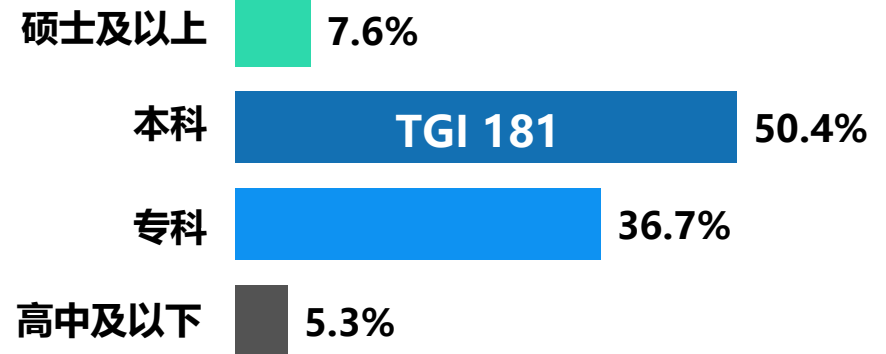


企业白领
57.9%

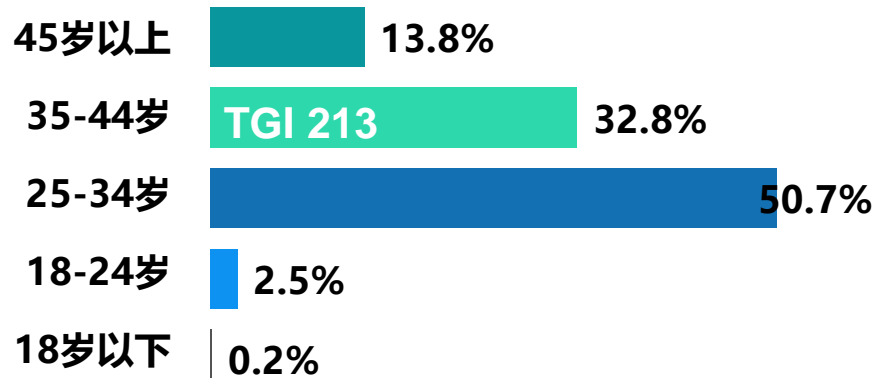


工人
3.5%

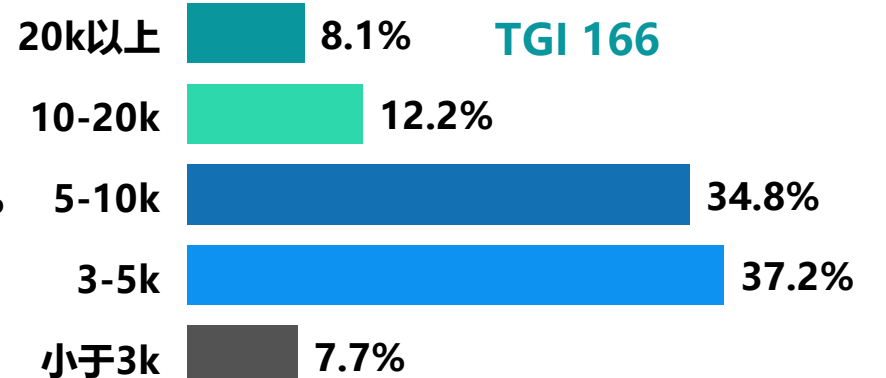
学历分布



年龄分布



收入分布



汽车超人- 学历、收入双高人群偏爱

与同类App相比，硕士及以上、收入20K以上用户占比最大、TGI最大



汽车超人App用户画像



男性 94.0%



已婚 88.7%

职业分布

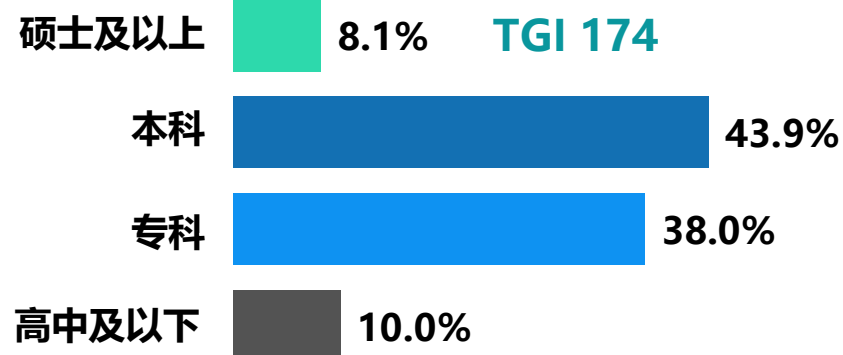


企业白领
50.9%

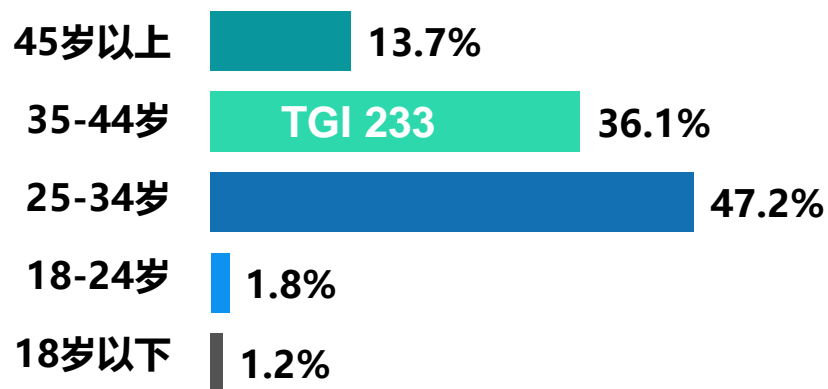


工人
14.3%

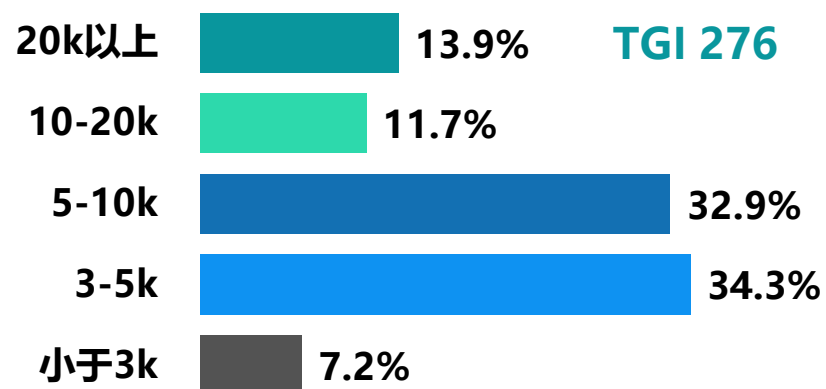
学历分布



年龄分布



收入分布



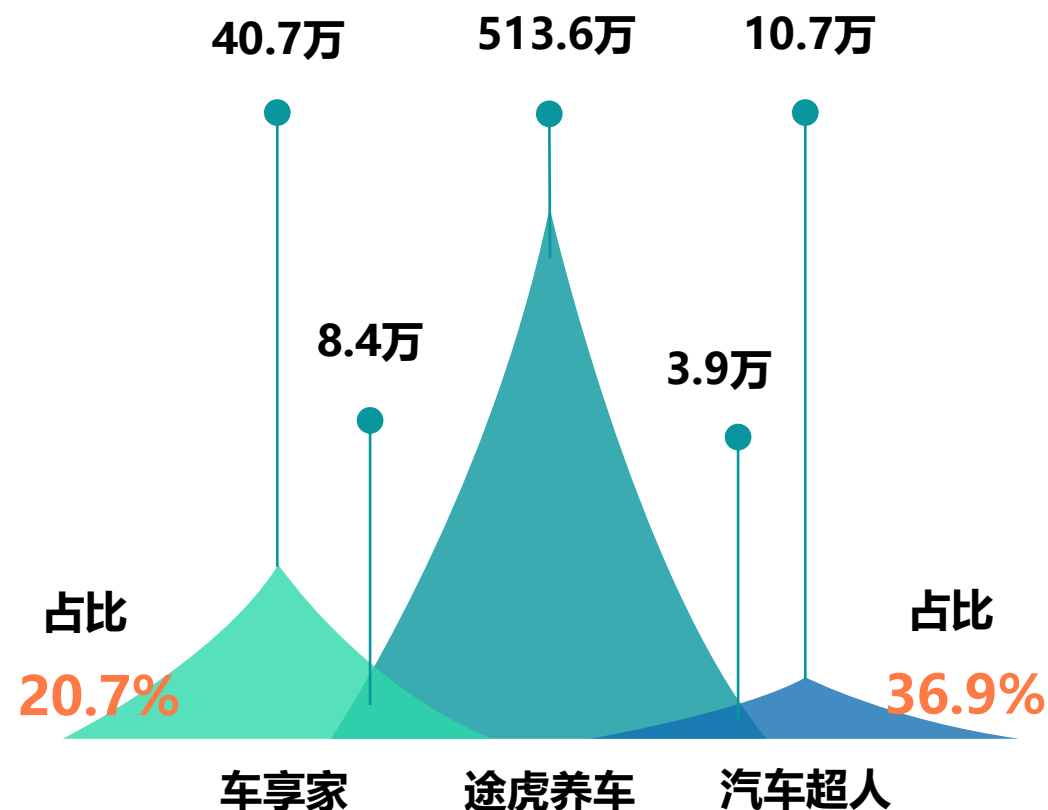
三款App竞争分析-汽超是Mini版本的途虎

汽超与途虎的用户重合度、画像相似度均很高，是良好的并购标的

途虎 - 安装/卸载关联度TOP5

App名称	安装关联度	卸载关联度
 途虎商户	79.0	19.0
 ETCP停车	72.4	24.8
 汽车超人	66.9	25.0
 友趣安驾	64.3	24.0
 典典养车	52.4	22.7

途虎、车享家、汽车超人 - 用户交叉量

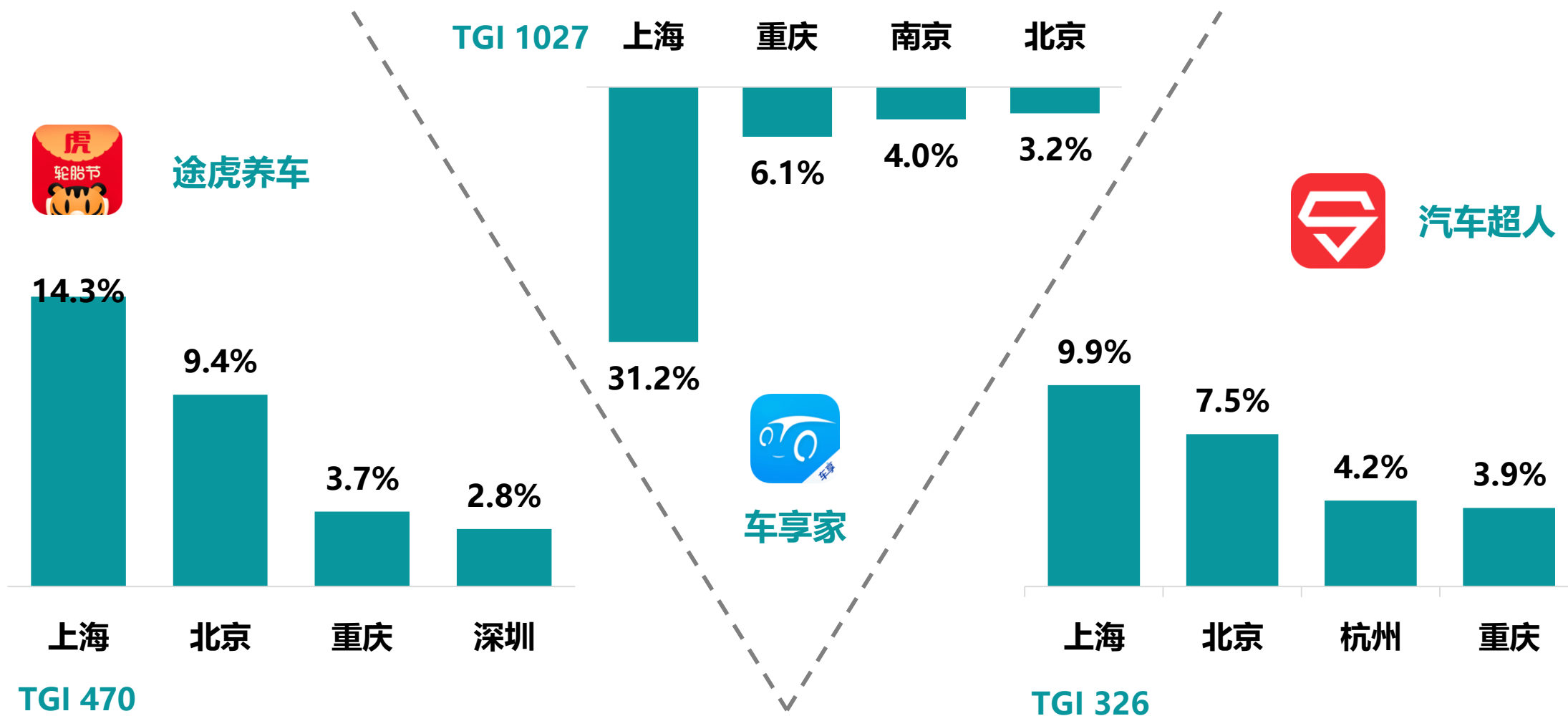


Source: Mob研究院, 2019.2

注：安装（卸载）关联度指的是在统计周期内，在关联周期3天内，安装（卸载）了该App之前（之后）新安装的App排名；数值越大，关联度越大，反之亦然

三款App地域分析-最精致的果然是上海人

上海在三款App中均排名第一，是名副其实的爱车大省



Source: Mob研究院, 2019.2

Part Four

汽配维保行业发展趋势分析



短期来看维保公司有优势，长期来看汽配公司占优势；但中国市场，一切皆有可能

汽配公司

配件数据库

供应链体系

汽配并购维保的有利点：

- < 美国成熟市场表明汽配强于维保：汽配公司发展 to 一定阶段就可以通过加盟模式横跨到维保领域，以NAPA为代表
- < 汽配本身占优势：汽配核心在于配件数据库和供应链体系，它是相对标准化的产品，便于复制扩张
- < 维保本身占劣势：门店拓展在于并购和加盟，内生增长低+服务流程标准化难，因此公司成长增速慢

维保并购汽配的有利点：

- < 中国汽车市场尚未成熟：美国市场已做到每辆汽车都有唯一的车辆识别码(VIN)，而中国刚开展汽车维修电子档案建设，这为维保企业提供了蓄力发展的时间
- < 维保企业获得先发优势：以途虎养车为代表的维保企业，其用户规模已达全行业的一半，并在资本的助力下，门店拓展、服务流程标准化双管齐下，成为行业领军企业

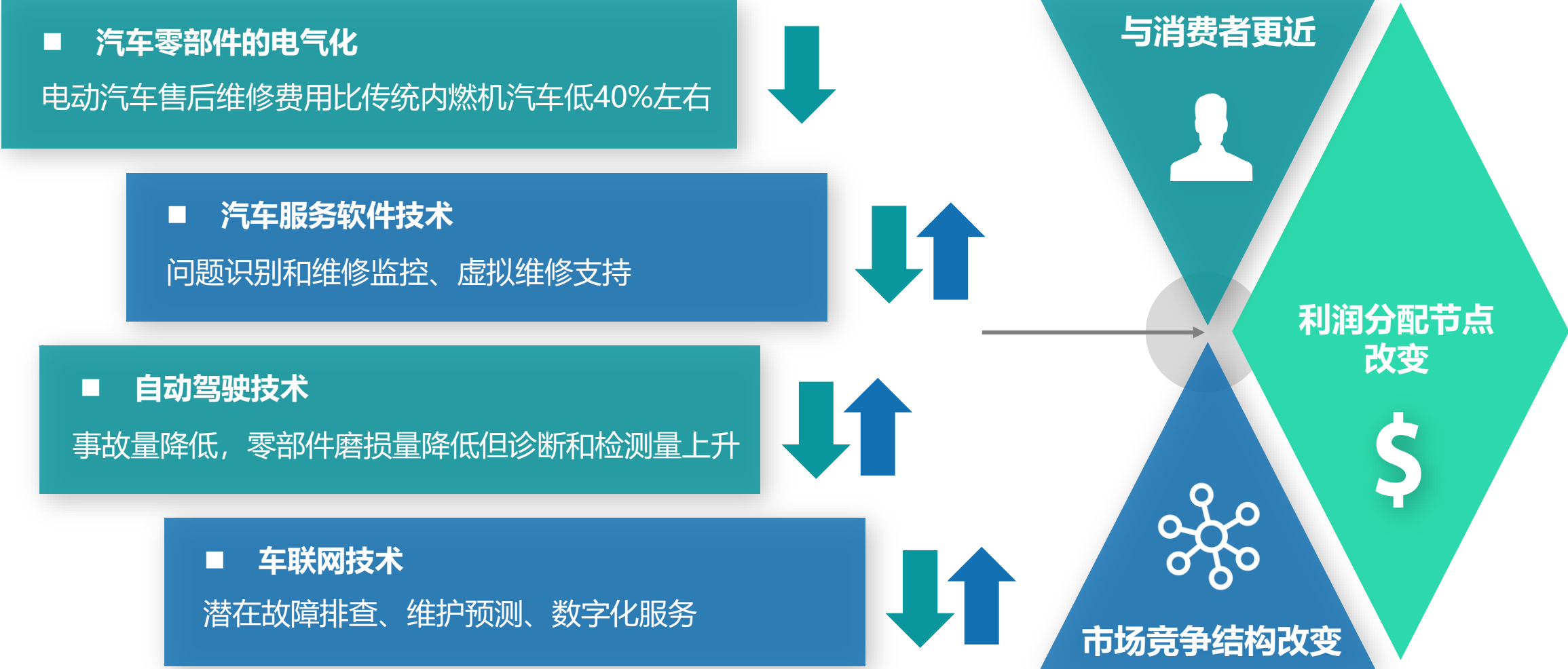
维保公司

门店运营

门店拓展

汽配维保

自动驾驶减少事故和维修量，新能源车的兴起带来行业负增长



1.数据来源

Mob研究院报告数据基于市场公开信息，MobTech自有监测数据，以及MobTech研究模型估算等来源。

2.数据周期及指标说明

报告整体时间段：2018.03-2019.02

具体数据指标请参考各页标注

3.版权声明

本报告为Mob研究院制作，报告中所有的文字、图片、表格均受有关商标和著作权的法律保护，部分文字和数据采集于公开信息，所有权为原作者所有。没有经过本公司新媒体许可，任何组织和个人不得以任何形式复制或传递。任何未经授权使用本报告的相关商业行为都将违反《中华人民共和国著作权法》和其他法律法规以及有关国际公约的规定。

4.免责条款

本报告中行业数据及市场预测主要为分析师采用桌面研究、行业访谈及其他研究方法，并且结合MobTech监测产品数据，通过统计预测模型估算获得，仅供参考。受研究方法和数据获取资源的限制，本报告只提供给用户作为市场参考资料，本公司对该报告的数据和观点不承担法律责任。任何机构或个人援引或基于上述数据信息所采取的任何行动所造成的法律后果均与MobTech无关，由此引发的相关争议或法律责任皆由行为人承担。



全球领先的第三方全景数据服务平台

研究报告合作

赵先生

zhaozhch@yoozoo.com

— 谢谢观看 —



关注我们