

中国汽车后市场养车大数据专题分析2017

Analysys易观与途虎养车联合发布

Analysys 易观
实时分析驱动用户资产成长

途虎养车
TUHU.CN

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



汽车后市场

分析定义

- 中国汽车后市场维修养护电商行业：企业将线下维修保养与线上互联网信息或交易平台结合，为消费者提供基于LBS的汽车维修保养服务，消费者可以在线上选择服务商和服务内容并完成支付，然后在线下接受到店或服务商上门的维修保养服务。

分析范畴

- 研究对象：中国汽车后市场互联网养车。
- 本报告涉及的关键字：互联网养车。
- 本报告的国家 and 区域主要包括：中国大陆，不包括港澳台地区。

数据来源

- 途虎养车：由途虎养车提供内部相关数据。
- 易观千帆：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2016年第4季度易观千帆基于对15.1亿累计装机覆盖、3.58亿移动端月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。

目录

CONTENTS

01



中国汽车后市场互联网养车背景及现状

02



中国汽车后市场互联网养车消费者洞察

03



中国汽车后市场互联网养车大数据分析

04



中国汽车后市场互联网养车趋势分析

PART 1

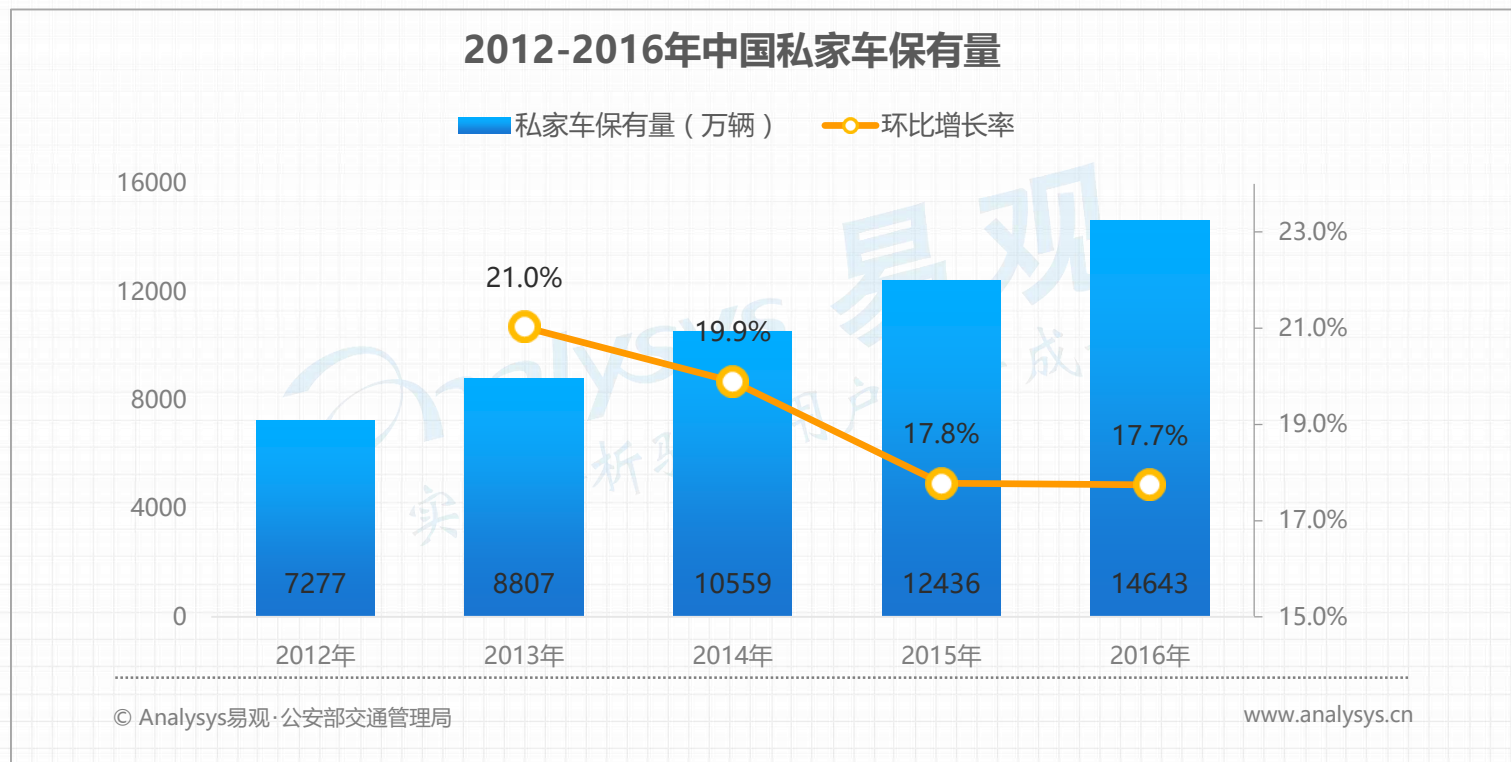


中国汽车后市场互联网养车背景及现状

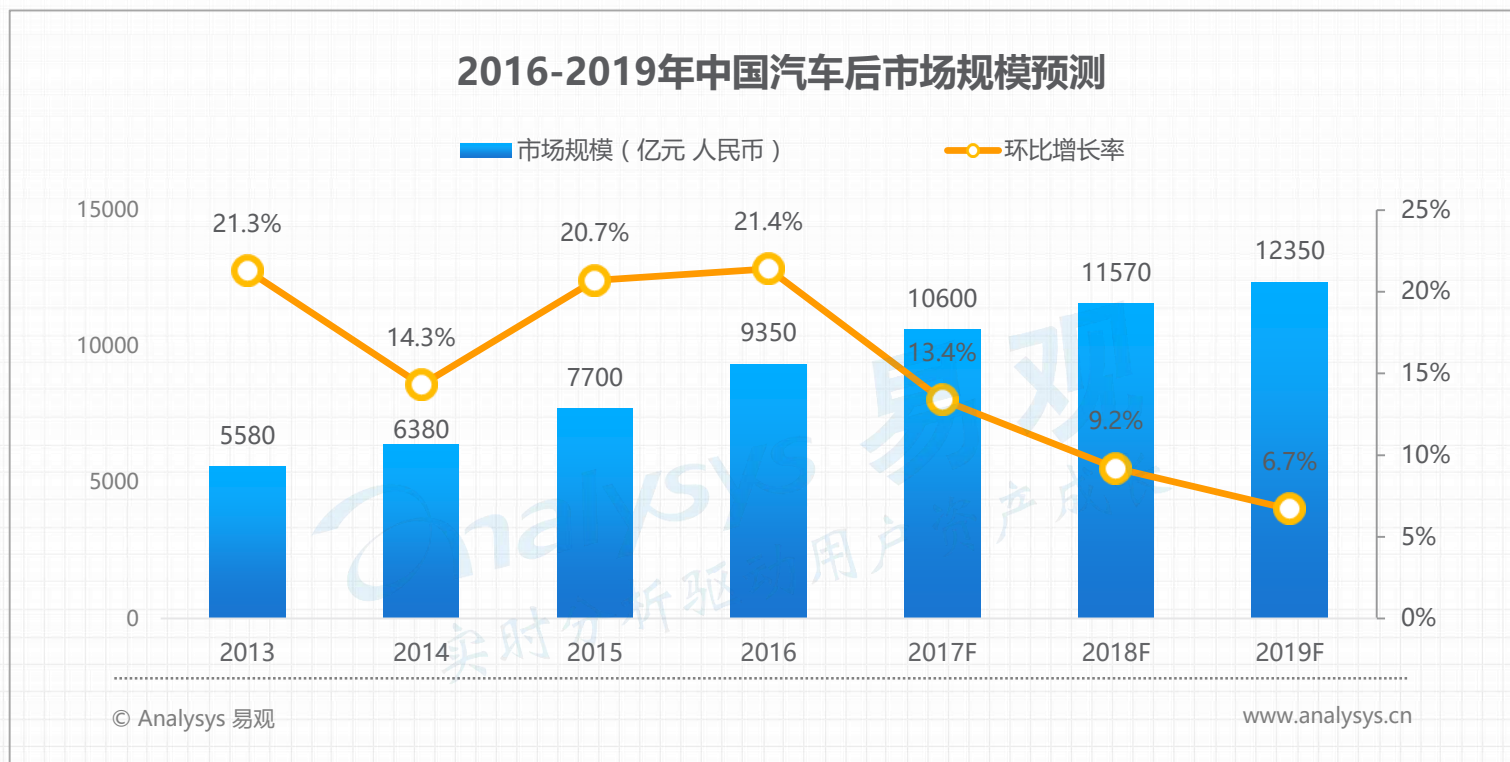
© Analysys 易观

www.analysys.cn

中国私家车保有量逐年上涨，车主规模日益扩大



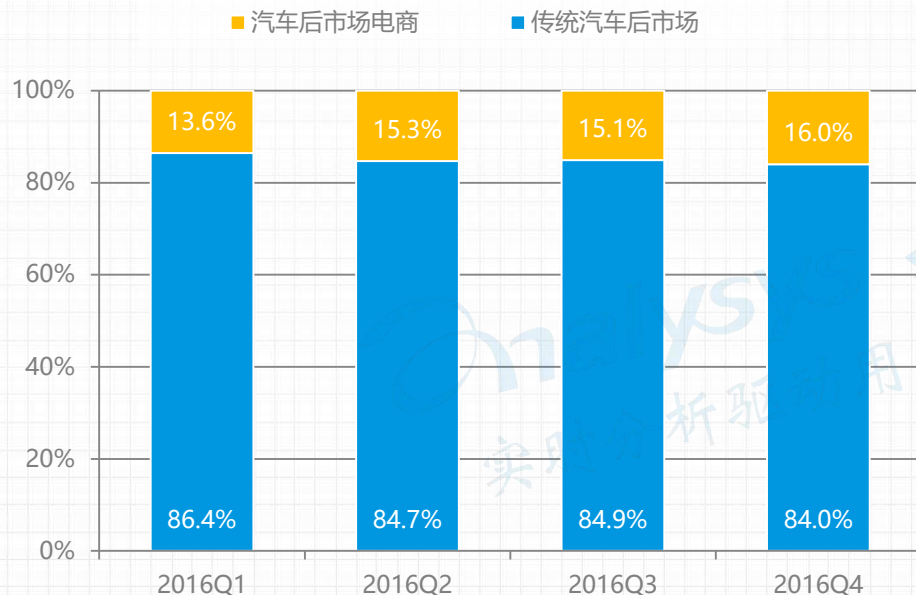
- 近五年中国私家车保有量逐年上涨，2016年私家车保有量达到1.46亿辆。拥有汽车的人越来越多，车主规模逐渐扩大。随着汽车车龄的逐步提升，预计在未来2-3年内，车主群体汽车维修、保养等方面的需求会逐渐增加。



- Analysys易观分析预测，2017年汽车后市场规模达到10600亿元（不包含汽车金融），同比增长约13.4%。预计到2019年汽车后市场规模将突破12350亿元的规模。

消费者和消费习惯双双改变，汽车后市场电商渗透率进一步提高

2016年中国汽车后市场电商用户渗透率



数据来源：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2016年第4季度易观千帆基于对15.1亿累计装机覆盖、3.58亿移动端月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

- 根据Analysys易观分析估算，2016年中国汽车后市场电商用户各季度渗透率均超过10%，并且呈现出稳步提升的趋势。
- Analysys易观分析认为，中国汽车后市场电商完成了初期的市场宣传，积累了一定的用户规模。2016年各电商平台完善线下服务，注重上游供应链的合作，保证产品服务质量，提升用户体验。在市场良好的引导和培育下，用户消费习惯和行为有所改变，行业认可度明显提高。

中国汽车后市场电商产业生态图谱

Analysys 易观

实时分析驱动用户资产成长

2016年中国汽车后市场电商产业生态图谱

汽车配件用品厂商



汽车配件用品经销商



汽配B2C电商平台



汽配B2B电商平台



维修保养服务O2O +



汽车工具



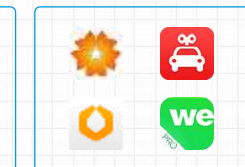
汽车社区



驾驶学习



车辆充电加油



汽车违章



汽车金融



数据服务商

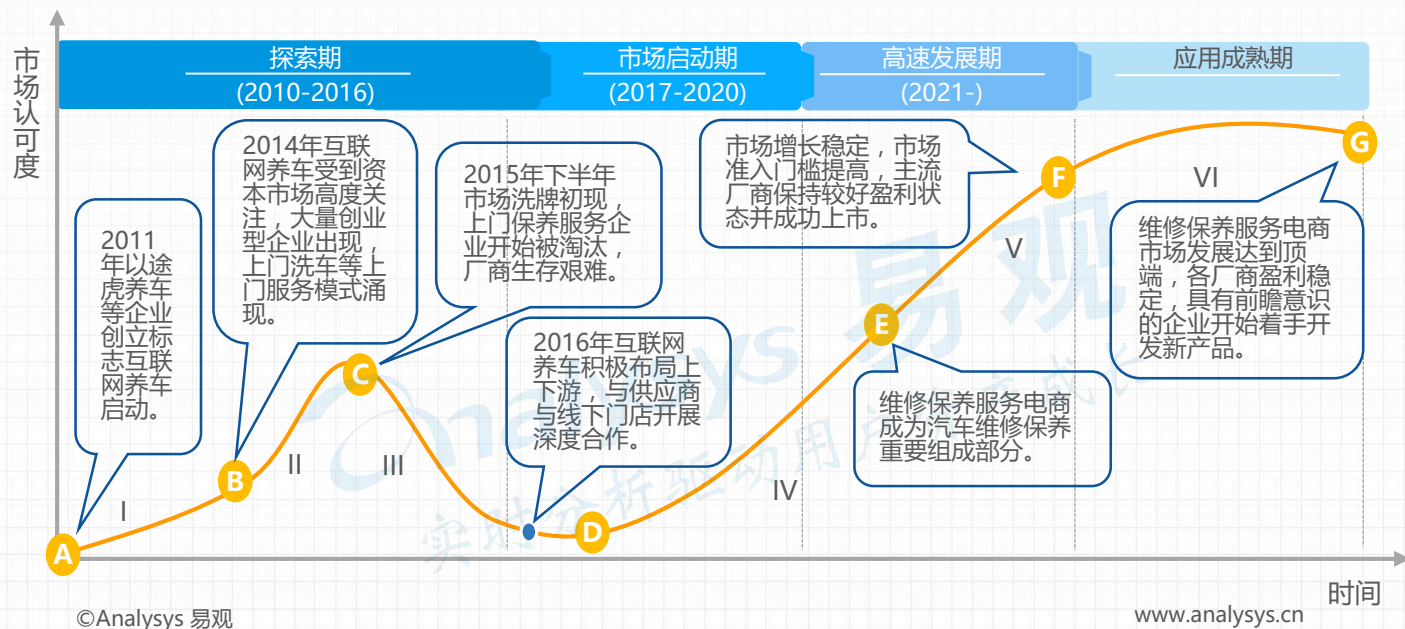


物流服务商



2017年维修保养服务O2O迎来新的发展阶段

2016年中国汽车后市场维修保养服务O2O市场AMC模型



- 汽车后市场2015年下半年开始经历资本寒冬，而2016年下半年便陆续有途虎养车、车享家、e保养等多家维修保养O2O的企业获得亿元级的新一轮融资。Analysys易观分析认为，2017年维修保养服务O2O迎来了新的发展阶段——市场启动期，行业经过多年的发展已经摸索出较为成熟的商业模式和盈利模式。

PART 2



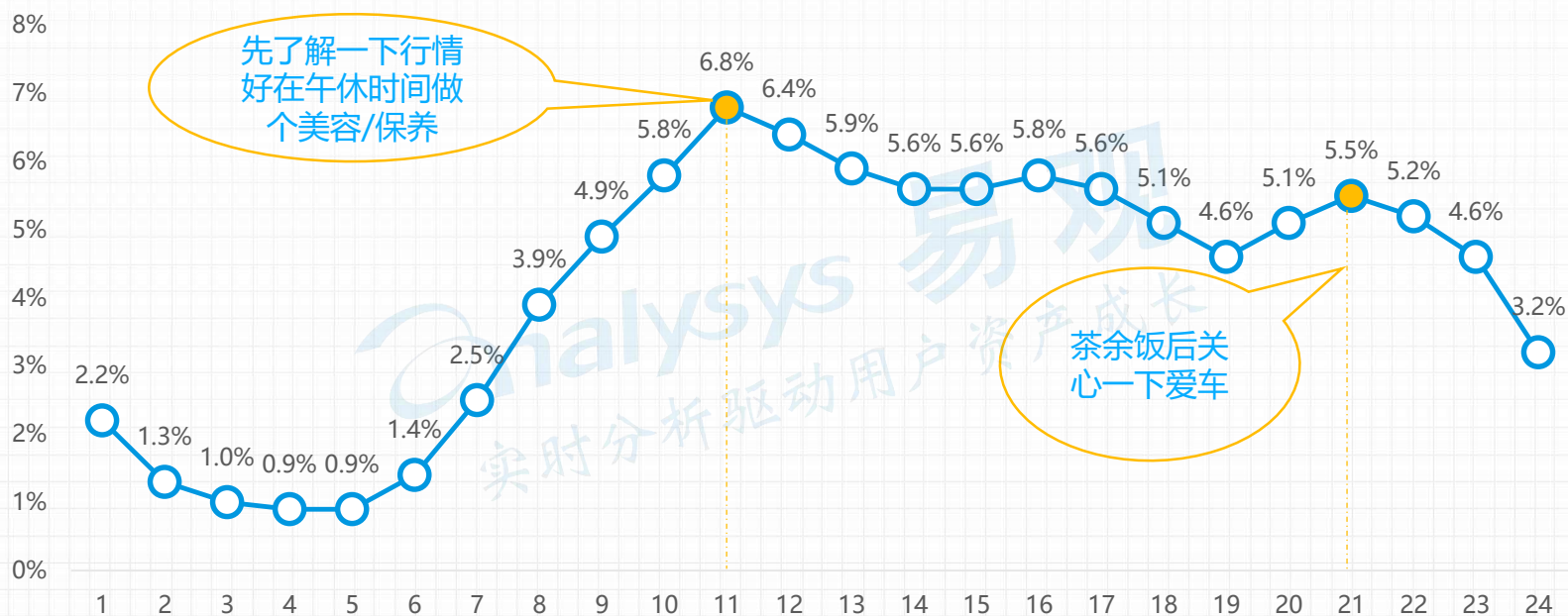
中国汽车后市场互联网养车消费者洞察

© Analysys 易观

www.analysys.cn

双峰值访问时段分布，互联网养车大有可为

2016年第4季度互联网养车移动端用户访问时段分布



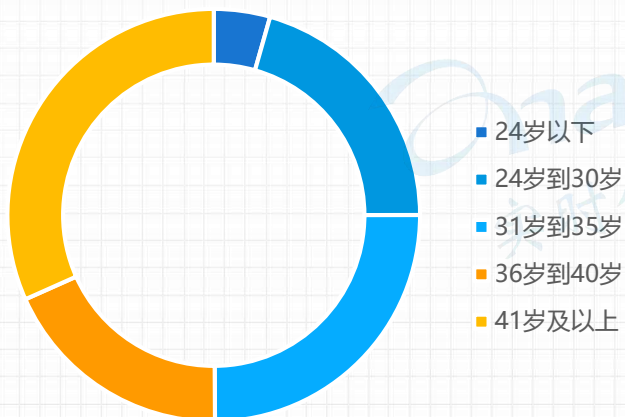
数据说明：千帆只对独立APP中的用户数据进行监测统计，不包括APP之外的调用等行为产生的用户数据。截止2016年第4季度易观千帆基于对15.1亿累计装机覆盖、3.58亿移动端月活跃用户的行为监测结果。采用自主研发的enfoTech技术，帮助您有效了解数字消费者在智能手机上的行为轨迹。

中年男性撑起互联网养车市场大半边天

2016年第4季度互联网养车移动端用户性别分布



2016年第4季度互联网养车移动端用户年龄分布



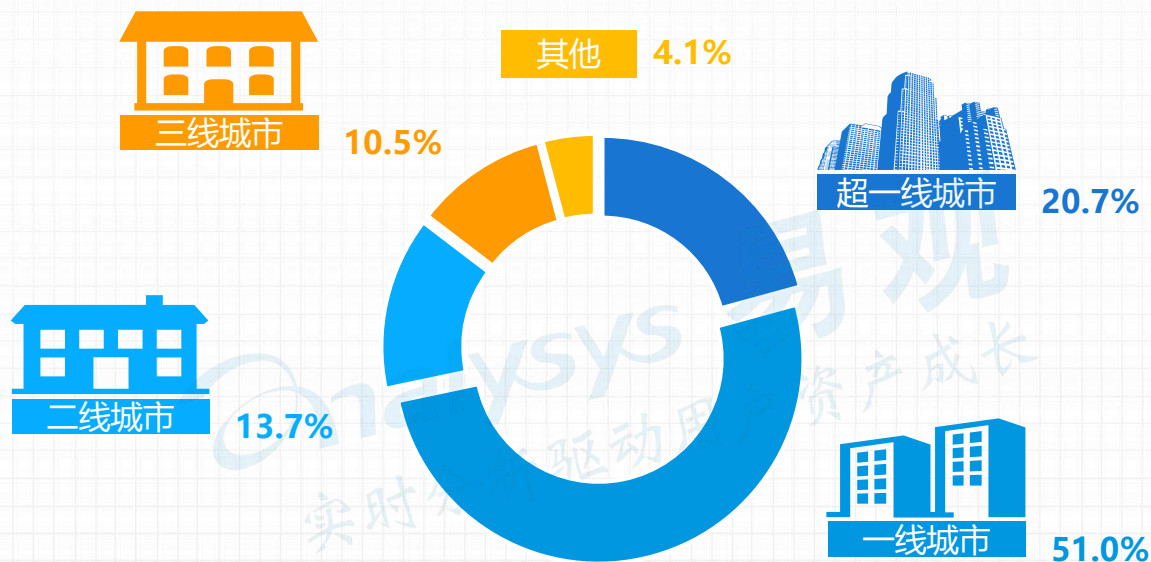
- 互联网养车移动端以中年男性用户为主。Analysys易观分析认为，车主群体以男性居多，且男性车主愿意花费更多时间在养车上。
- 中年男性在事业上已有一定成就，收入较为可观和稳定，能够在养车上花费更多。



数据说明：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2016年第4季度易观千帆基于对15.1亿累计装机覆盖、3.58亿移动端月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。

人多“势”众，一线城市是互联网养车重点区域

2016年第4季度互联网养车移动端用户地域分布



数据说明：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2016年第4季度易观千帆基于对15.1亿累计装机覆盖、3.58亿移动端月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

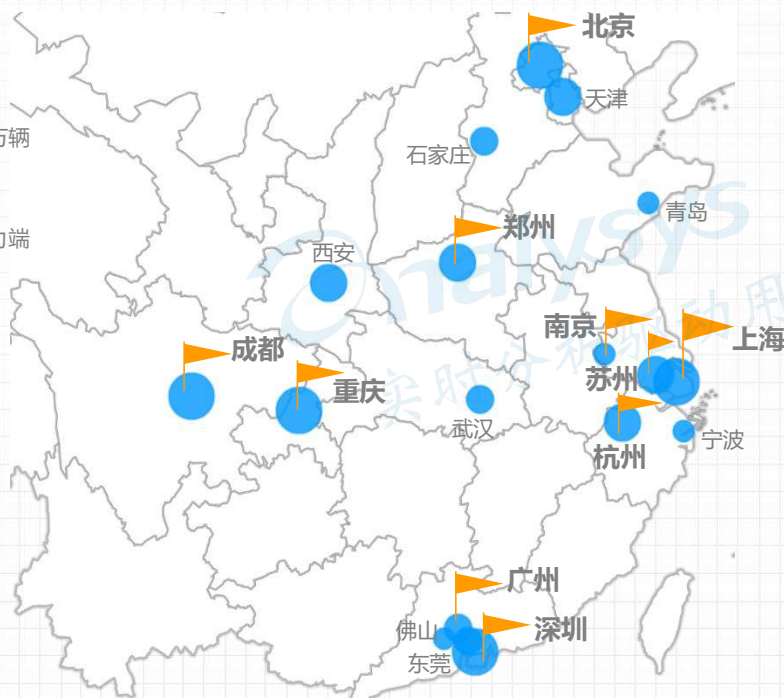
- Analysys易观分析认为，从移动互联网普及度和接受度，以及汽车维修保养需求来看，超一线及一线城市依旧是互联网养车发展的重点区域。其中一线城市由于较大的人口基础和相对较高的互联网化水平，使得其用户规模达到51%。

巨大的汽车保有量是互联网养车发展的基础

- 互联网养车移动端用户较多的城市均是汽车保有量200万辆以上城市。Analysys易观分析认为，巨大的汽车保有量是汽车后市场和互联网养车发展的前提和基础，根据Analysys易观统计分析，汽车保有量越高的地区相应的互联网养车移动端用户占比也较高。

图例

- 汽车保有量200万辆以上城市
- 互联网养车移动端用户TOP10城市



2016年第四季度互联网养车移动端用户城市分布TOP10

上海	7.9%
重庆	7.0%
北京	5.7%
杭州	4.5%
南京	4.3%
广州	4.2%
成都	3.2%
苏州	3.0%
深圳	2.6%
郑州	2.5%

数据说明：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2016年第四季度易观千帆基于对15.1亿累计装机覆盖、3.58亿移动端月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



中国汽车后市场互联网养车大数据分析

© Analysys 易观

www.analysys.cn



途虎养车于2011年创立于上海，是专注维修保养O2O+汽配B2C的电商平台，为客户提供“汽配线上产品和服务销售+线下安装服务”的养车方式。

融资情况



汽配用品销售

因轮胎认知度高、安装简单、毛利额高等优势，以轮胎切入汽车后市场，保证前期生存发展。



自建仓储物流

参考京东自建仓储物流模式，途虎已在全国建立了多个仓库，并配有相应的配送车队，有效控制成本的同时提升服务质量。



线下门店合作

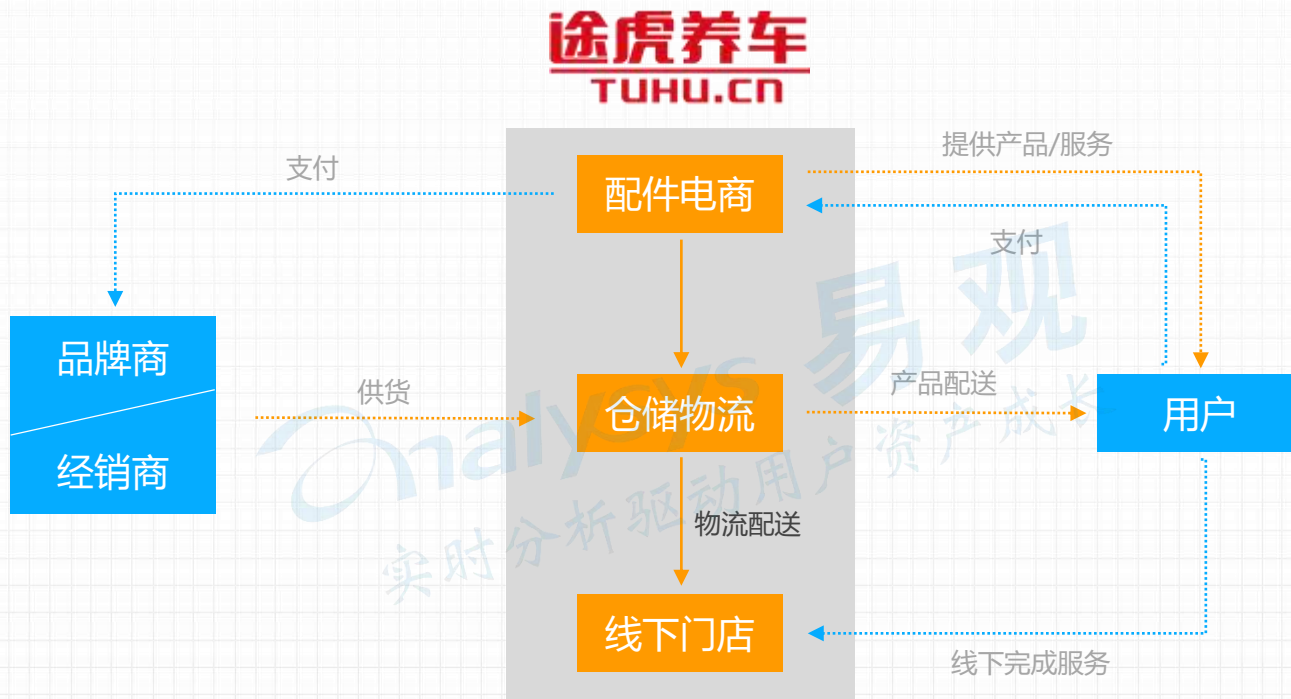
截至2016年底，途虎养车目前共有线下合作门店13000家，覆盖全国405个城市。



大数据服务

近6年的发展积累了一定的产品销售和服务数据，途虎养车借助数据优势拓展车主服务生态圈。

途虎养车维修保养O2O+汽配B2C模式稳步发展



- 途虎养车是维修保养O2O+汽配B2C模式的代表企业之一，通过完善产业链布局，为用户提供从汽配销售、仓储物流到线下维修等全面服务，缩短经销流程、降低产品和服务价格，提高用户体验。

途虎养车产业链布局已形成，数据积累将驱动更多增值服务

Analysys 易观

实时分析驱动用户资产成长

途虎养车
TUHU.CN



轮胎 增幅158.15%



保养 增幅270.89%



车品 增幅260.37%



405个城市布局



门店13000+家



单店订单量提高



单店月销量翻倍



授权品牌



20个城市



28个仓库



近百辆车

自有品牌

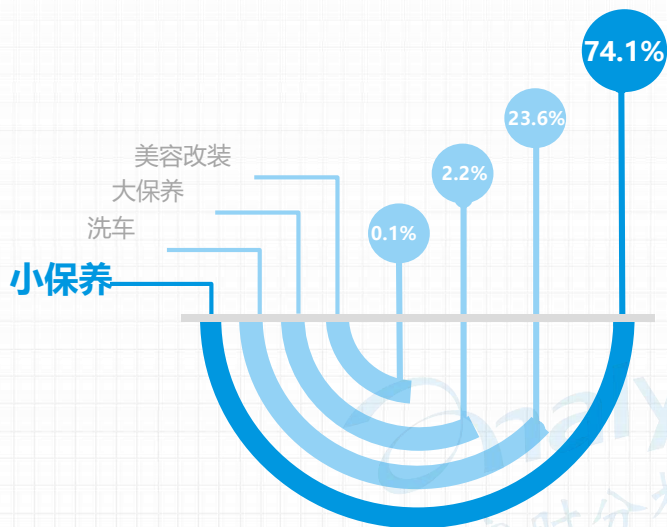
汽配龙 qipeilong.cn

数据来源：途虎养车

数据均截止至2016年底

增幅指2016年较2015年销量增幅

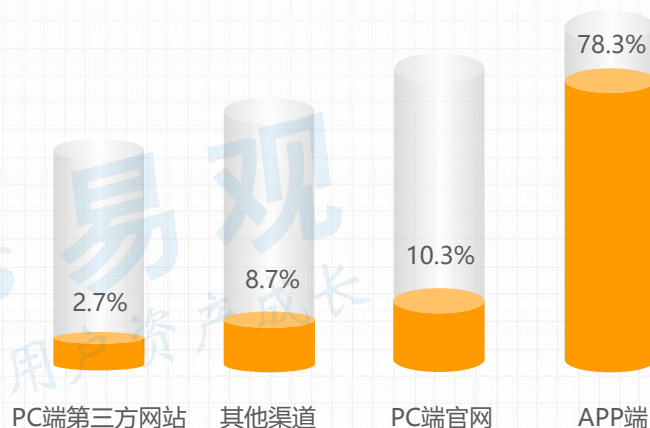
互联网养车移动端用户需求分布



小保养：一般主要包括更换机油和机油滤芯。

大保养：主要包括更换机油、机油滤芯、空气滤芯、汽油滤芯。

维修保养服务订单量来源渠道分布

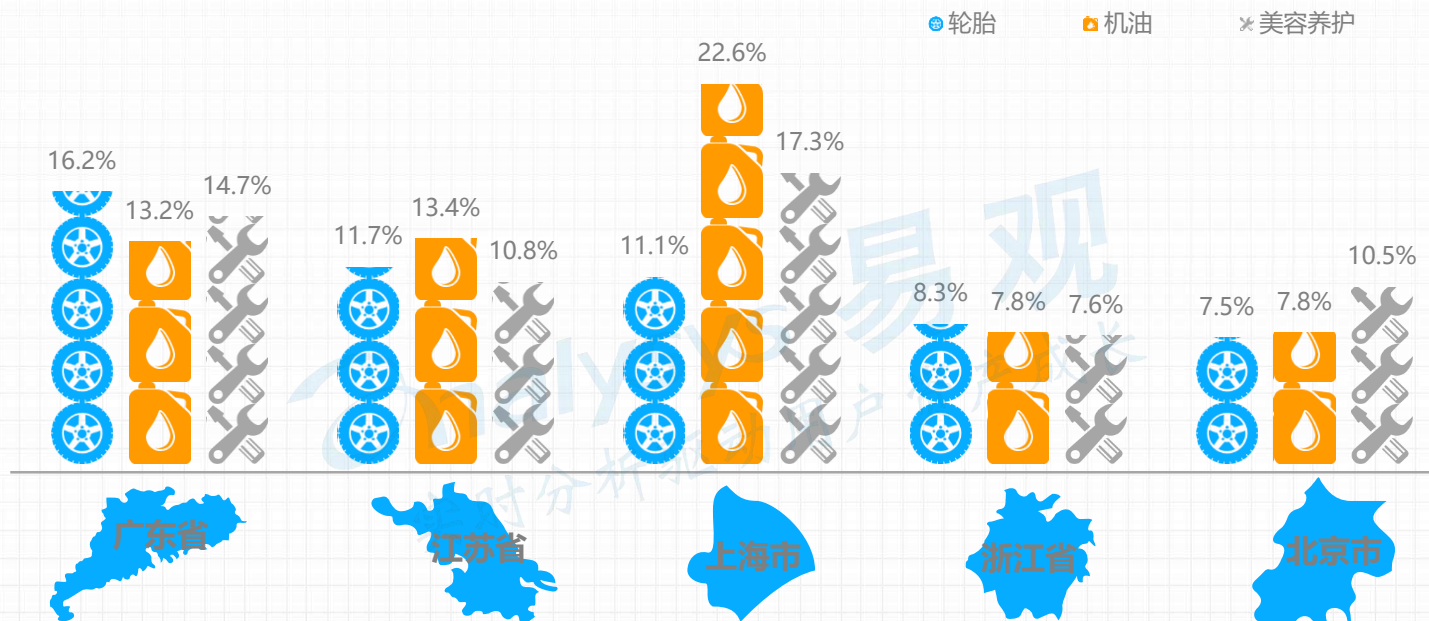


数据来源：途虎养车
数据截止至2016年底

- 移动互联网时代，APP已经是消费者进行汽车维修保养的主要选购方案，但从维修保养服务需求分布来看，电商平台中的汽车养护主要还是集中在一些更换机油和机油滤芯的小保养上，占比高达74.1%的订单量。
- Analysys易观分析认为，互联网和移动互联网技术的发展给汽车后市场带来了新的发展机遇，也给车主养车提供了更加便捷和高效的服务，消费者只需通过APP和PC即可选择所需的维修保养等相关产品和服务。但作为仍处于发展初期的互联网养车市场而言，消费者服务选购主要集中在小保养和洗车等简易常规的服务。

东南沿海地区及首都车主是互联网养车排头兵

主要产品/服务销量TOP5地区分布及销量占比

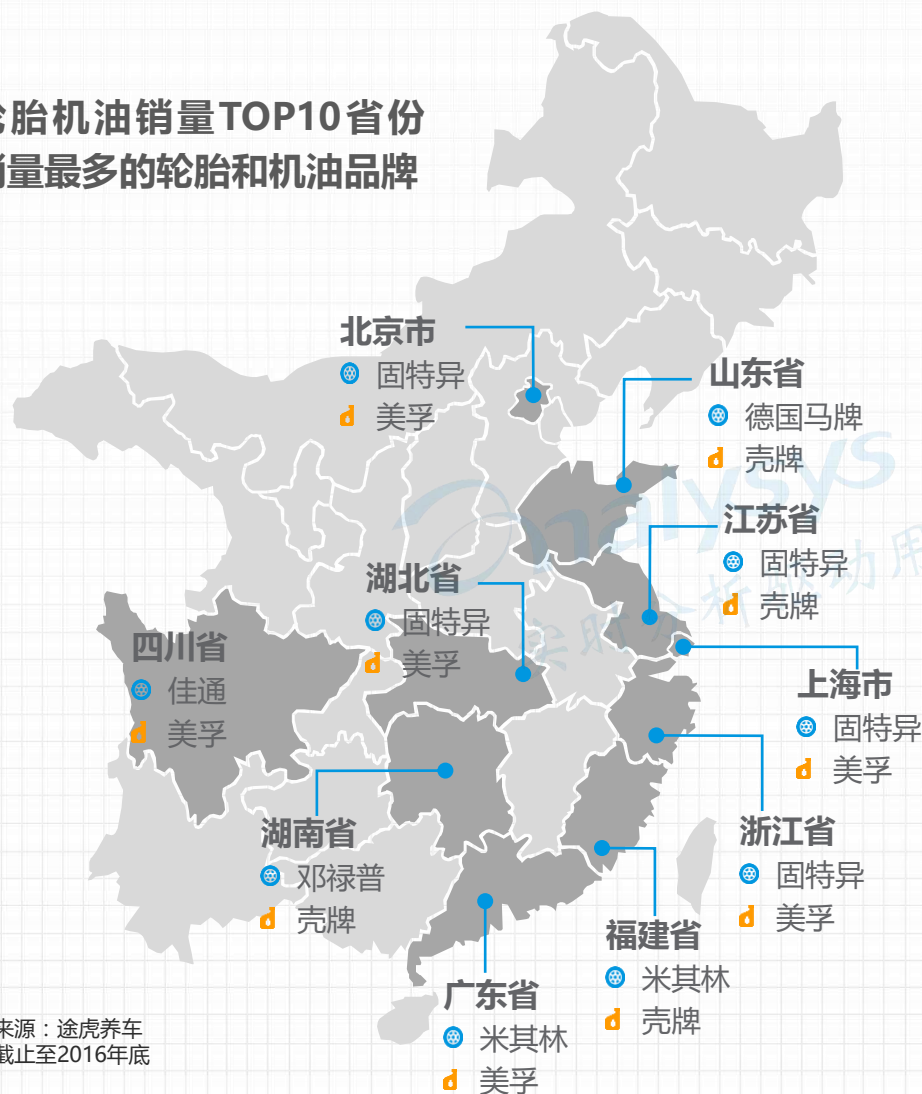


数据来源：途虎养车
数据截止至2016年底

- 从销量前五的城市分布来看，江浙沪及广东等沿海地区和北京车主在轮胎、机油、美容养护等产品和服务的需求总量超过全国平均水平。Analysys易观分析认为，这些地区经济水平较为发达，互联网化程度高，更有能力也更愿意利用互联网/移动互联网技术来对汽车进行维修保养。
- 根据行业对机油和轮胎更换周期来看，可见上海车主的短距离用车较多，而机油和美容养护高居榜首也表明上海车主对爱车更加珍视。广东车主轮胎需求最高，表明长距离用车较多。

固特异独占轮胎销售鳌头，壳牌美孚双分机油天下

轮胎机油销量TOP10省份 销量最多的轮胎和机油品牌



数据来源：途虎养车
数据截止至2016年底

- 轮胎和机油销量TOP省份中，固特异是用户较为青睐的轮胎品牌；美孚和壳牌则是最受用户欢迎的机油品牌。
- 山东、湖南和四川的用户在轮胎品牌喜好上有所差异，当地销量最高的轮胎品牌分别为德国马牌、邓禄普和佳通。
- 江浙一带用户更青睐固特异轮胎，华南沿海用户则更青睐米其林轮胎。

养车世界中不老的话题——轮胎



数据来源：途虎养车
数据截止至2016年底



用户最关心话题榜TOP10

- 1 轮胎什么时候更换
- 2 轮胎购买价格
- 3 大/小保养的价格
- 4 四轮定位的价格
- 5 如何看轮胎的生产日期
- 6 刹车片什么时候更换
- 7 轮胎有擦伤是否需要更换
- 8 轮胎什么时候做前后换位
- 9 什么时候更换防冻液
- 10 火花塞的更换周期

- 轮胎是车主在养车生活中最为关心的话题，轮胎更换的周期和价格等主题是车主社区的热点话题。
- Analysys易观分析认为，轮胎是汽配用品中用户最关心的产品，轮胎的价格、更换周期等话题也是用户讨论最多的主题，将产品和服务的销售与汽车维修保养的专业知识服务相结合更能够赢得用户青睐。

有钱就要买买买，超一线城市用户对汽车美容装饰需求更高

- 从车品销量排名来看，北上深这类超一线城市稳居车品销量的TOP3，可见超一线城市具备更高的消费能力，对汽车装饰美容的需求更高，意愿性更强。
- 从几大城市的销量最高的车品种类来看，苏沪车主注重燃油质量，更有意降低油耗，具备良好的节能环保意识，是会过日子的典范和代表。广东车主注重车辆的清洁状况，注重生活品质，形象和面子至关重要。北京车主不随大流，不放过脚下的细节才是爱车的重要表现。

注：

- 燃油宝俗称燃油添加剂，用于清除系统积碳、降低油耗、提升汽车动力。
- 车身清洁剂用于清洗车体、玻璃等上的油污，内饰清洁剂用于去除汽车内饰的污渍，并进行养护。

车品销量TOP5城市中销量最高的车品情况



PART 4



中国汽车后市场互联网养车趋势分析

© Analysys 易观

www.analysys.cn

大数据助力互联网养车市场服务升级

精细化运营

随着后市场电商渗透率进一步提高，互联网养车类平台未来将利用大数据实现精细化运营，从产品、渠道、用户等方面进行深度布局，降低运营成本，提高产品和服务质量，提高企业盈利能力。

平台化布局

随着汽车后市场电商不断沿产业链进行服务延伸，众多互联网养车类平台开始在车险、查违章、停车加油等领域展开布局，不断提高用户粘性，满足车主的用车和养车生活中的一站式需求。

个性化服务

通过大数据分析，获得车主群体精准的用户画像，全面了解用户的消费习惯和消费行为，针对不同用户群体，提供相应的定制化服务，满足不同用户的个性化需求。

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