

前路漫漫，各显神通

中国汽车后市场电商市场年度综合分析2017

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

- 汽车后市场电子商务：卖家和买家通过互联网/移动互联网技术和手段完成汽车后服务的交易流程，提高汽车后服务的流通效率，降低流通成本，实现汽车后服务的互联网化、便捷化和扁平化。

分析范畴






- 研究对象：中国汽车后市场电子商务。
- 本报告涉及的关键字：汽车后市场电商、汽配电商、维修保养服务O2O、汽车保险等。
- 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。

分析来源

- 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。

目录

CONTENTS

- 01  | 中国汽车后市场产业链分析
- 02  | 中国汽车后市场电商行业现状分析
- 03  | 中国汽车后市场电商热点事件盘点
- 04  | 中国汽车后市场电商典型厂商分析
- 05  | 中国汽车后市场电商发展趋势分析

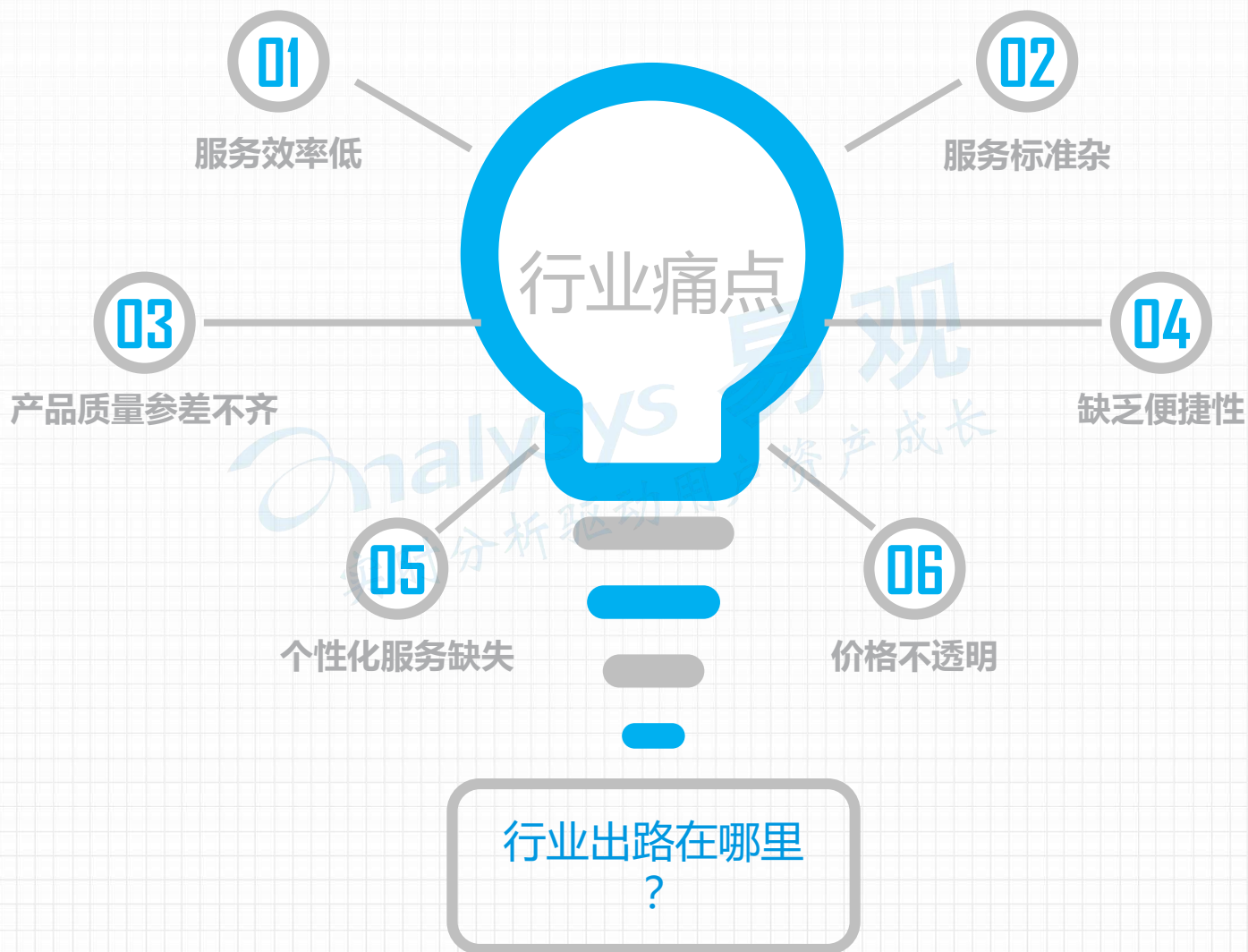
PART 1



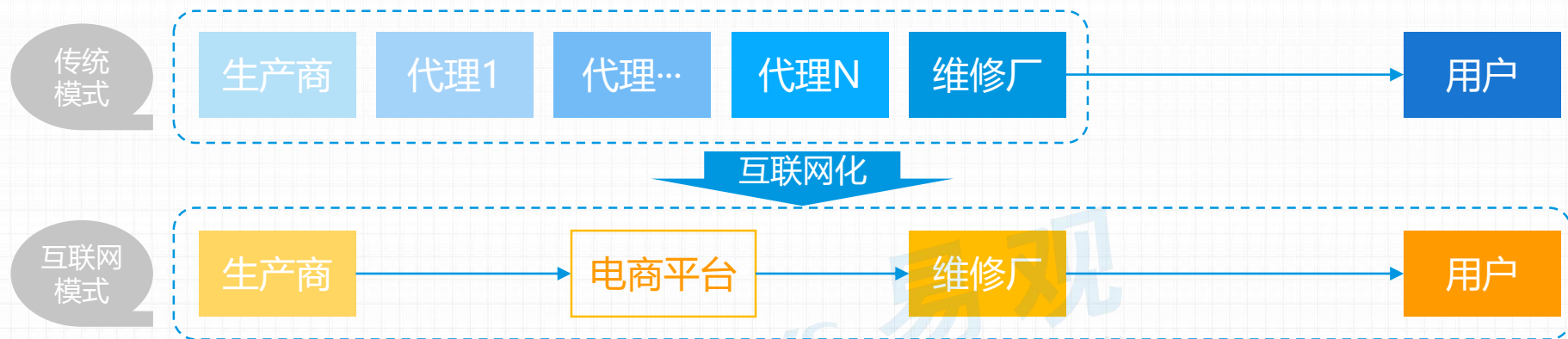
中国汽车后市场产业链分析

© Analysys 易观

www.analysys.cn



中国汽车后市场电商价值点分析



- 汽车后市场产业链长、环节众多，互联网化能够大幅缩短汽配经销流程，降低中间的流通成本，提高行业透明度，给消费者或维修厂直接供货能够形成价格优势。
- 同时，由于减少了流通环节，由平台的品牌来承担一定的担保责任，能够给消费者提供正品行货，提高产品和服务质量，提升用户体验。

01



降低流通成本

02



提高行业透明度

03



统一服务标准

04



提高服务效率

05



个性化定制服务



厂商直供保证产品质量

经销流程进一步缩短

汽车后市场电商平台积极与汽配厂商建立合作关系，形成产品的直接供应，减少流通环节，降低产品价格，保证产品质量。



维修保养服务O2O转型

维保平台向O2O+转型

线下服务是维修保养服务的落脚点，提高线下服务标准和质量才能解决车主在用车和养车生活中的痛点，2016年汽车后市场维修保养服务电商纷纷开展线下布局，“O2O+”成为行业发展的主流方向。



供应链服务平台崛起

供应链服务做深做细

供应链服务平台在仓储、物流、供应链管控系统等方面不断完善，供应链服务需求进一步提高，成为汽车后市场电商平台的重要组成部分。



车险与维修保养结合

车险企业布局后市场

2016年众多车险平台通过合作或自主布局形式涉足汽车后市场，将车险业务与维修保养相结合，维修保养与车险之间存在着数据契合点，将车险与维修保养服务相结合能够在数据上形成互补优势。

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



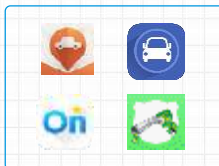
汽配B2B电商平台



维修保养服务O2O +



汽车工具



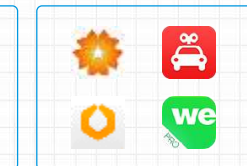
汽车社区



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



PART 2

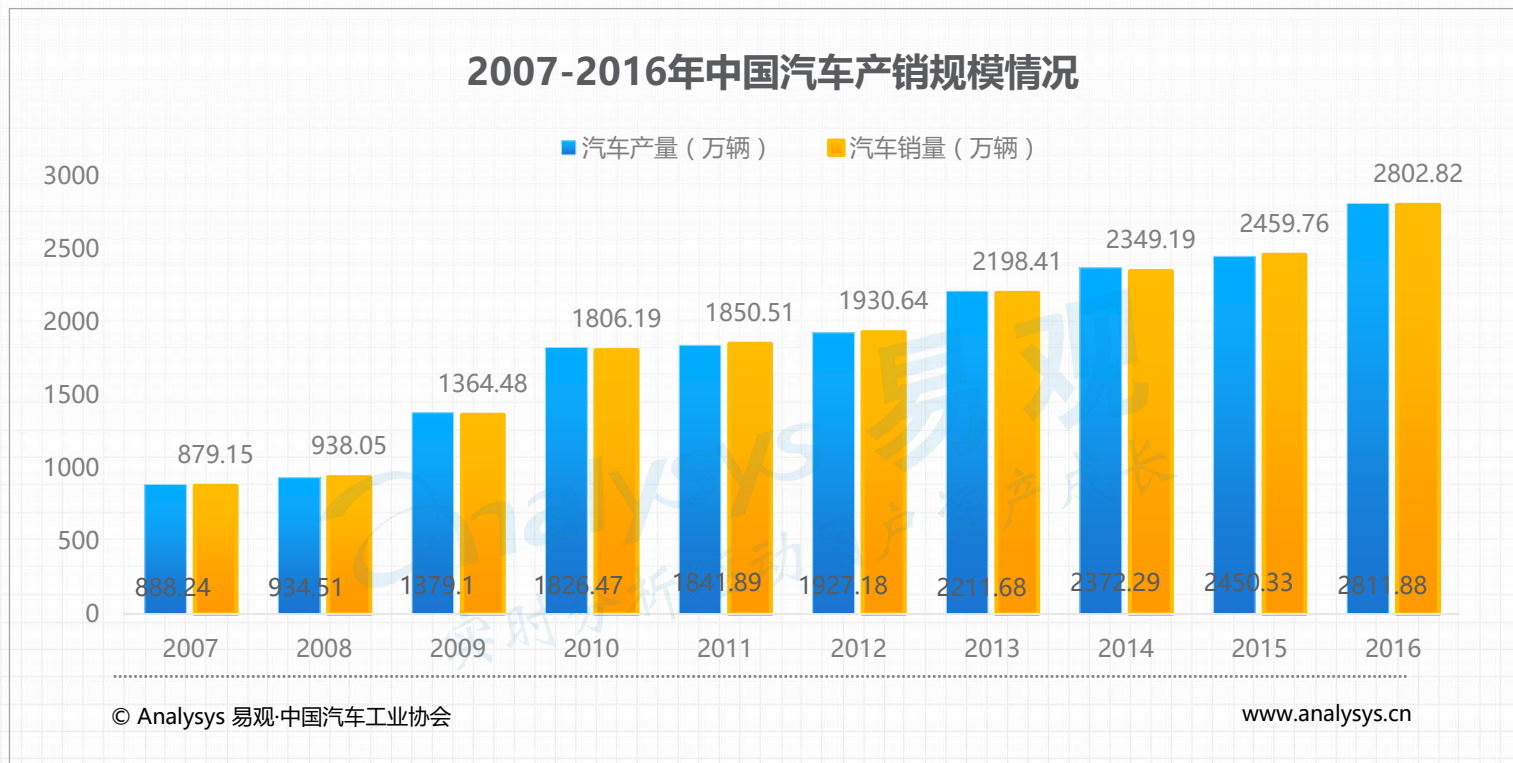


中国汽车后市场电商行业现状分析

© Analysys 易观

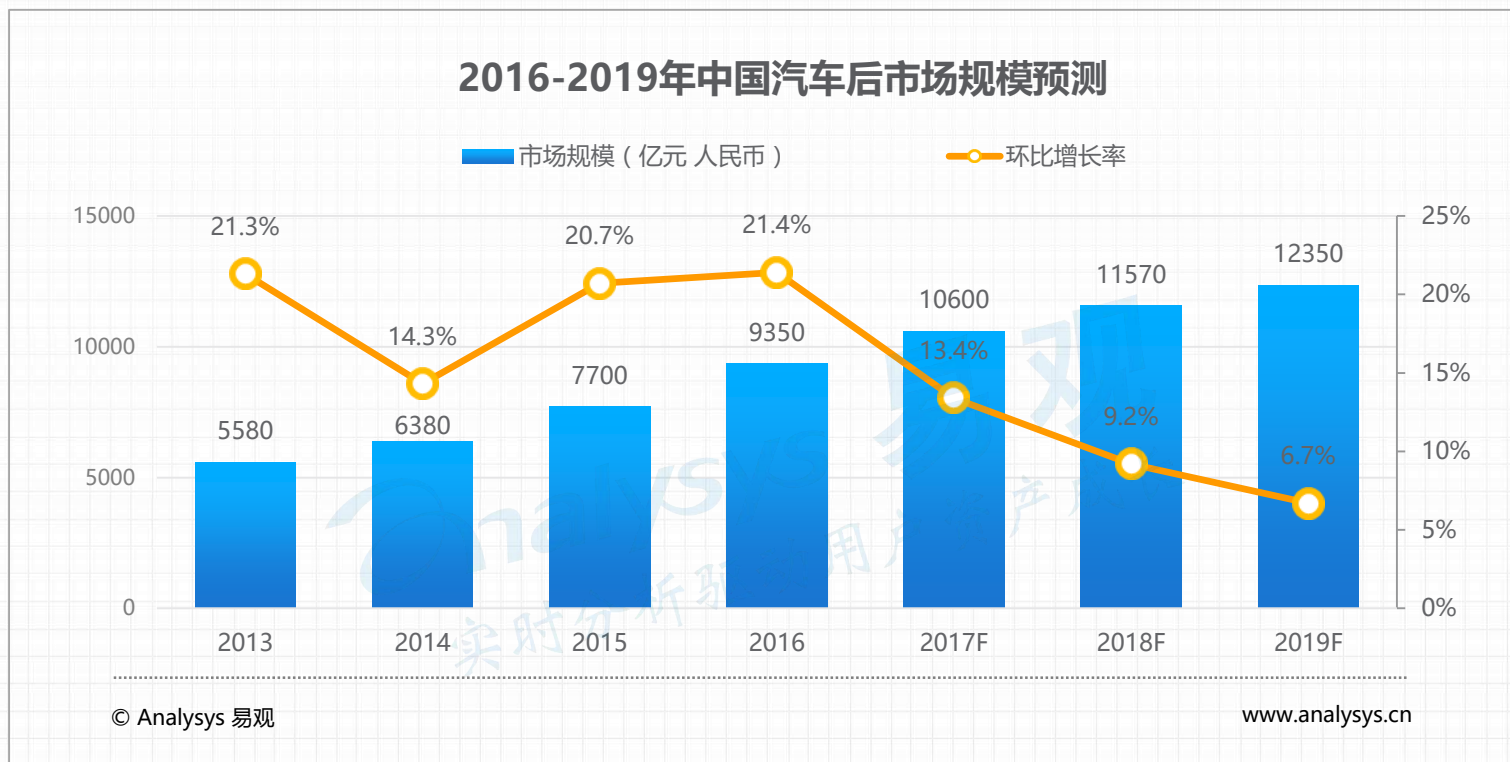
www.analysys.cn

中国汽车产销量增长趋缓，汽车产业逐渐步入“存量时代”



- 中国汽车工业协会公布的汽车产销量数据表明，近十年中国汽车产销增长逐渐放缓，汽车市场由“增量时代”逐步进入“存量时代”，稳步增长的汽车保有量为汽车后市场的发展提供了巨大的市场空间，后市场成汽车产业主要发力点。

2016年中国汽车后市场规模预测



- 根据Analysys易观分析预测，2016年汽车后市场规模将达到9350亿元（不包含汽车金融），同比增长约21.4%，预计到2019年汽车后市场规模将突破1.2万亿元。

2016年中国汽车后市场电商宏观环境分析

2016年中国汽车后市场电商宏观环境分析

2016年初多项政策法规落地

- 《机动车维修管理规定》修订版、《汽车维修技术信息公开实施管理办法》、《汽车零部件的统一编码与标识》等于2016年1月1日起开始实施，将促进汽车后市场规范发展。
- 《关于汽车业的反垄断指南(征求意见稿)》起草指南工作基本完成。

汽车后市场空间巨大

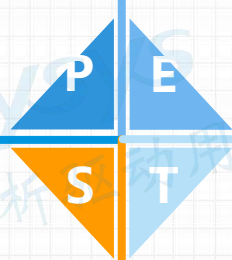
- 截至2016年12月底，全国机动车保有量达2.9亿辆，其中汽车1.94亿辆。机动车驾驶人3.6亿人，其中汽车驾驶人超过3.1亿人。
- 全国居民人均可支配收入持续增长，居民消费能力提升。

消费群体年轻化，网购习惯形成

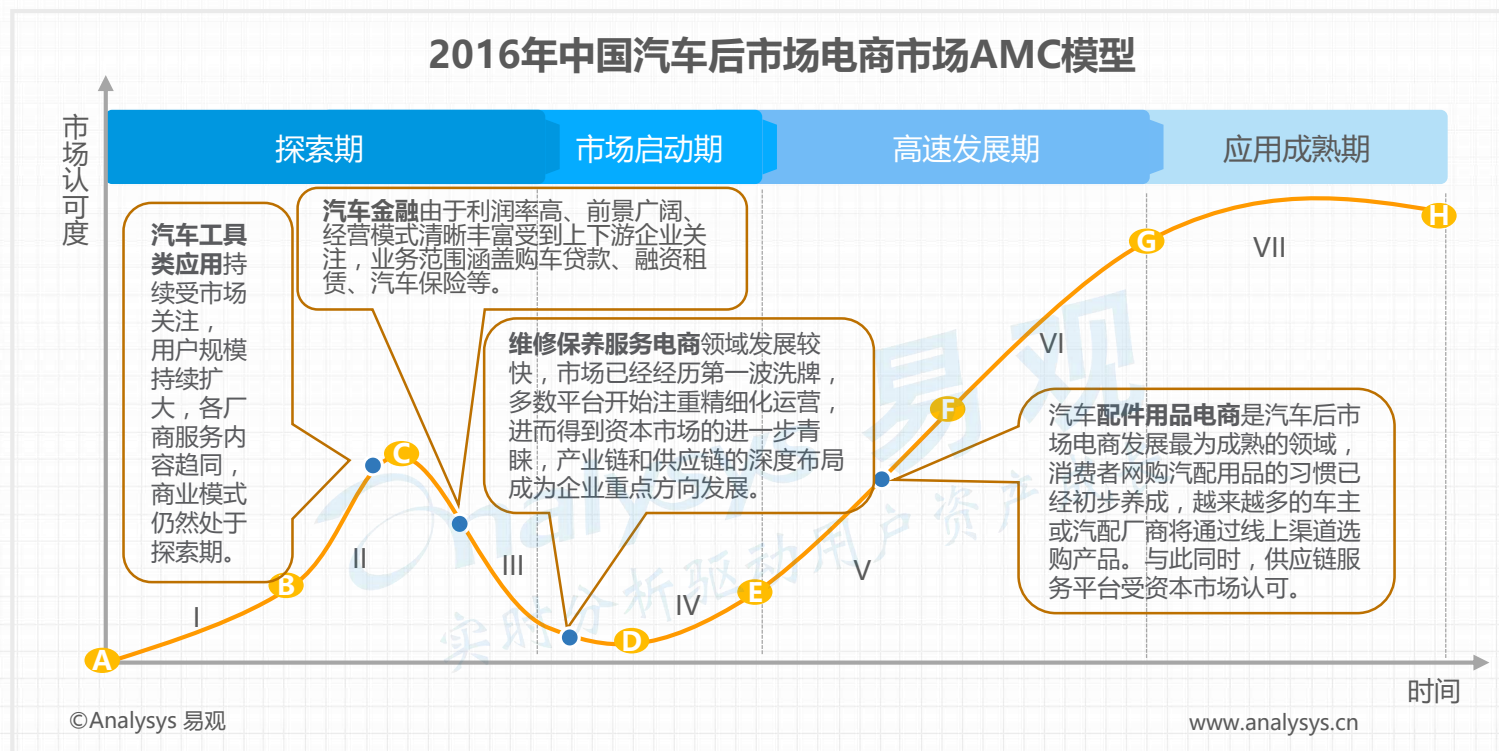
- 80后、90后年龄层逐步成为消费主体，网购产品和服务的普及度更高。
- 消费者生活品质追求有所提高，愿意为高体验的产品和服务支付更高的费用。

技术发展推动汽车后市场产业升级

- LBS、车联网、大数据、移动支付技术发展为后市场发展提供有力保障，并衍生出UBI车险等创新产品。
- 供应链技术的发展为汽车后市场供应链优化提供了基础。



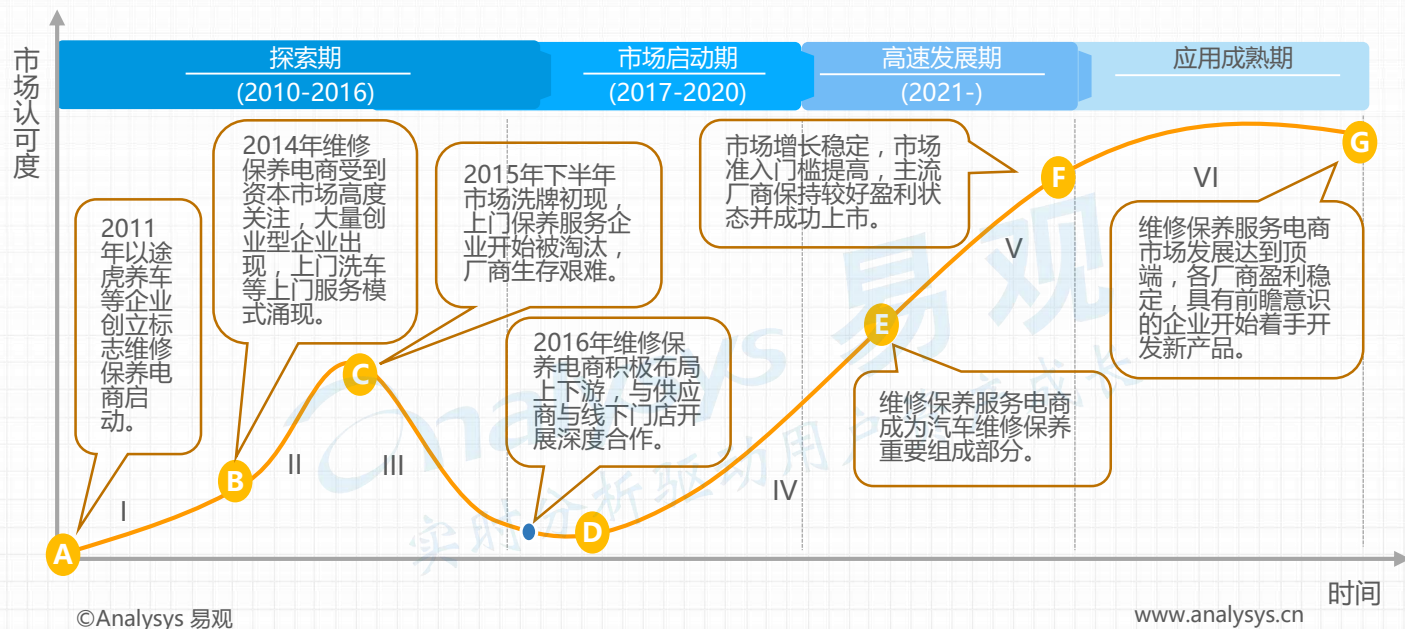
2016年中国汽车后市场电商AMC分析



- Analysys易观分析认为，中国汽车后市场电商包含配件用品电商、维修保养服务电商、汽车工具、汽车金融等多个细分领域，各领域发展阶段不一。汽配用品电商平台发展最为成熟，而维修保养服务O2O+的领域发展较为稳健，速度也较快，但由于产业链布局较长目前尚处于市场启动期阶段。

2017年维修保养服务O2O迎来新的发展阶段

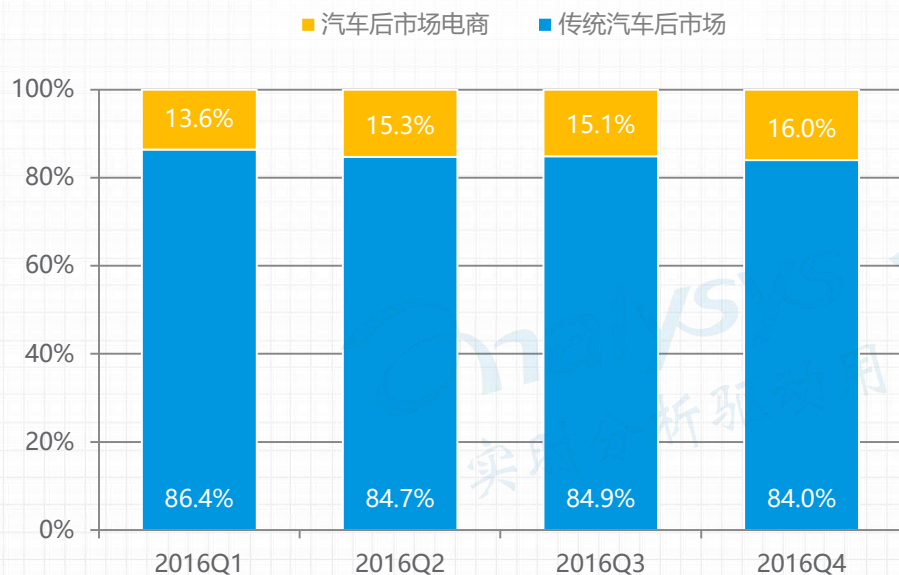
2016年中国汽车后市场维修保养服务O2O市场AMC模型



- 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、汽车超人、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。

2016年汽车后市场电商用户渗透率稳步提高

2016年中国汽车后市场电商用户渗透率



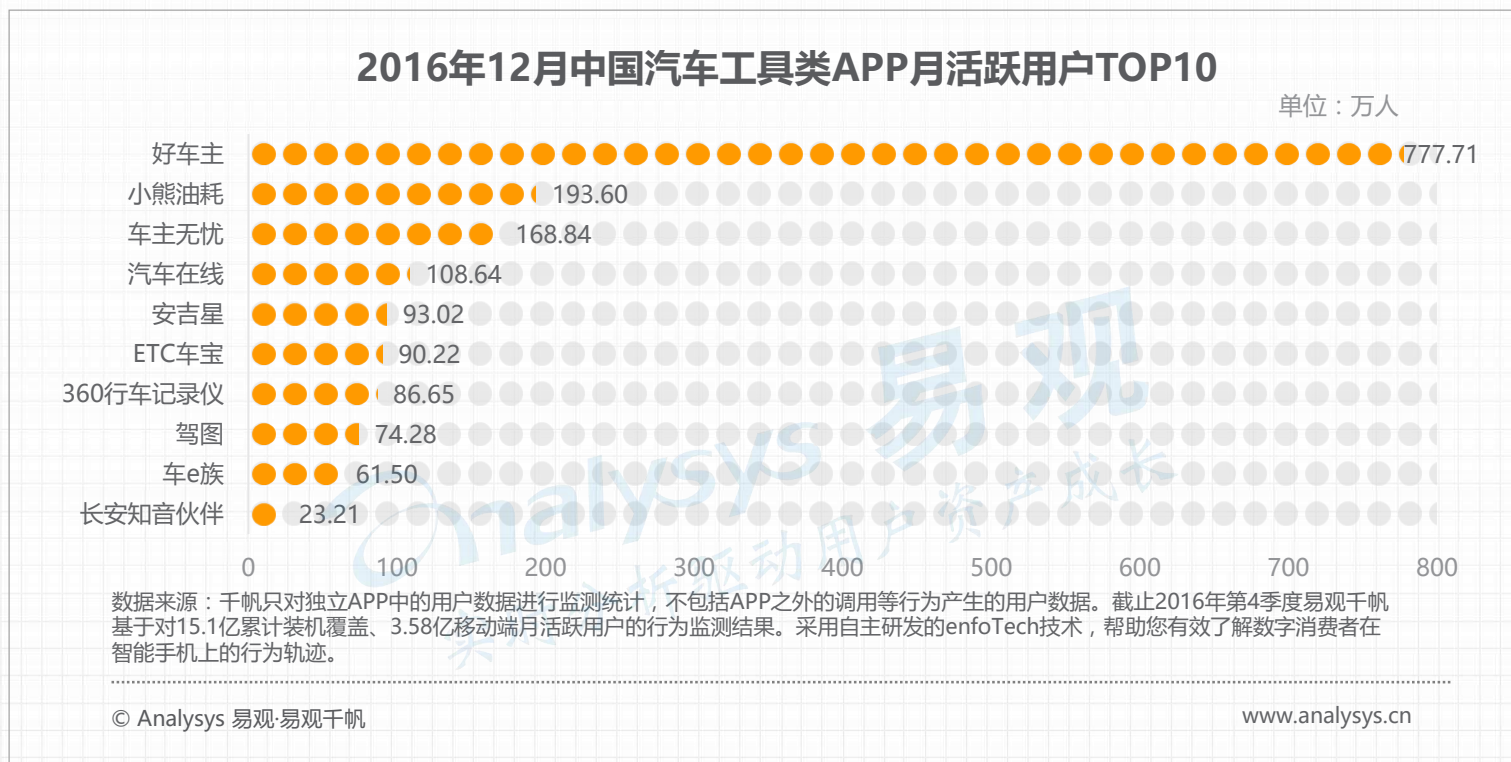
数据来源：千帆只对独立APP中的用户数据进行监测统计，不包括APP之外的调用等行为产生的用户数据。截止2016年第4季度易观千帆基于对15.1亿累计装机覆盖、3.58亿移动端月活跃用户的行为监测结果。采用自主研发的enfoTech技术，帮助您有效了解数字消费者在智能手机上的行为轨迹。

© Analysys 易观·易观千帆

www.analysys.cn

- 根据Analysys易观分析估算，2016年中国汽车后市场各季度电商用户渗透率均超过10%，较2015年有明显的提高，且呈现出逐步提高的趋势。
- Analysys易观分析认为，汽车后市场电商在2015年大规模上门洗车平台的刺激下，完成了初期的市场宣传和推广的作用，用户规模有了初步的积累。2016年开始众多维修保养服务O2O平台开始大力发展线下服务、完善仓储物流等供应链建设，同时进一步与上游汽配厂商建立直接合作关系，有效保证产品质量，缩短经销流程，提高服务质量，在用户体验方面也有了进一步的改善，消费者对行业的认可度有了明显提高。

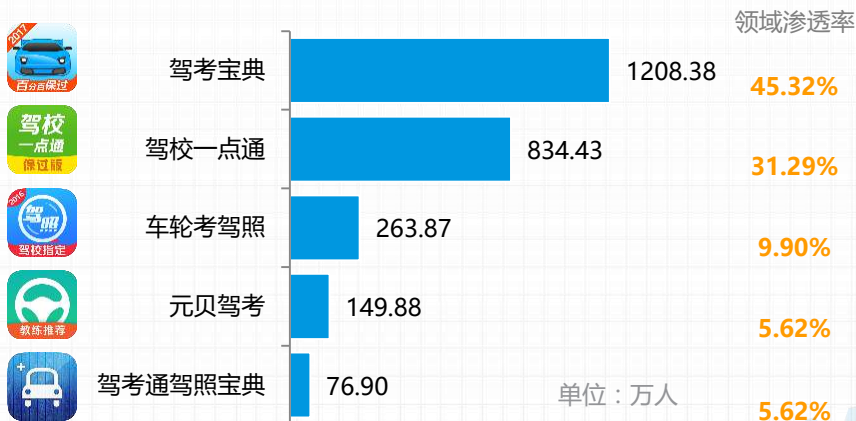
中国汽车工具类APP领域移动端用户活跃情况



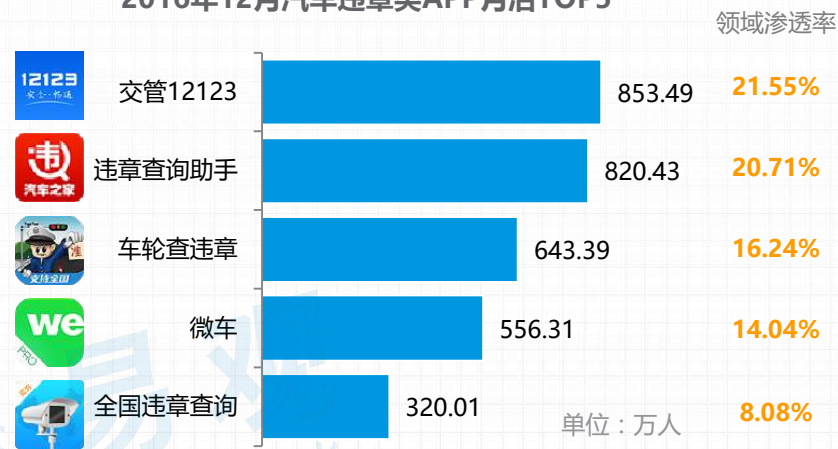
- 根据Analysys易观干帆数据监测显示，2016年12月汽车工具类APP总用户规模为2032.1万人，其中好车主月度活跃用户规模达777.71万人。Analysys易观分析认为，平安好车主作为平安产险旗下提供车主生活服务的核心产品，在资金储备、用户规模上优势明显，同时平安好车主业务涵盖范围广，能够满足车主群体包括保险、维修保养、违章查缴、社区资讯等一站式需求。

汽车后市场其他用车相关领域移动端用户规模

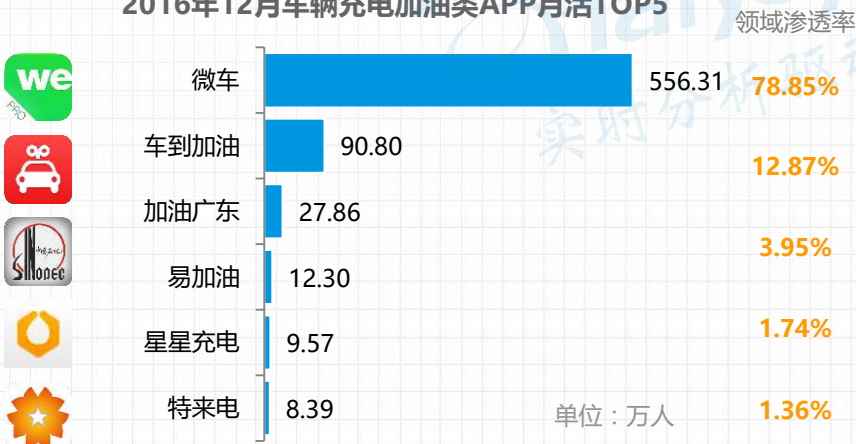
2016年12月驾驶学习类APP月活TOP5



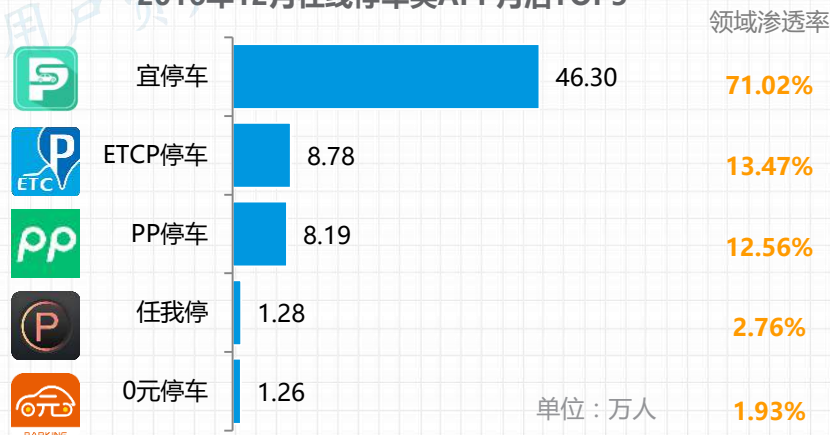
2016年12月汽车违章类APP月活TOP5



2016年12月车辆充电加油类APP月活TOP5



2016年12月在线停车类APP月活TOP5



数据来源：干帆只对独立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季度易观干帆基于对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。

2016年中国汽车后市场电商市场实力矩阵分析



- 纵轴定量维度：厂商现有资源的综合表现，包括市场现状，平台用户基础及其品牌建设能力等。针对目前的中国汽车后市场来说，包括供应链能力、商户资源、资本实力、品牌与声望、用户和团队规模等均为评价厂商现有资源能力的重要指标。
- 横轴定性维度：厂商运营能力的综合表现，主要指厂商的业务独特性。针对汽车后市场来说，技术实力、产品创新能力、模式创新能力和经营管理能力等是评价厂商运营能力的重要指标。
- 模型说明:实力矩阵：Analysys易观用以描述产业发展趋势和格局的研究模型。该模型综合了厂商的市场实际表现以及厂商的创新能力，从而确定主要厂商的竞争地位，并分析未来各个厂商的演进路线。

PART 3



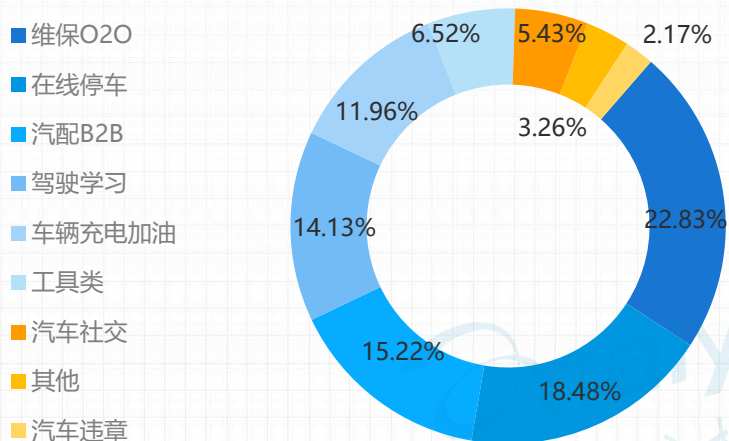
中国汽车后市场电商热点事件盘点

© Analysys 易观

www.analysys.cn

2016年中国汽车后市场电商投融资盘点

2016年中国汽车后市场电商行业投融资领域分布

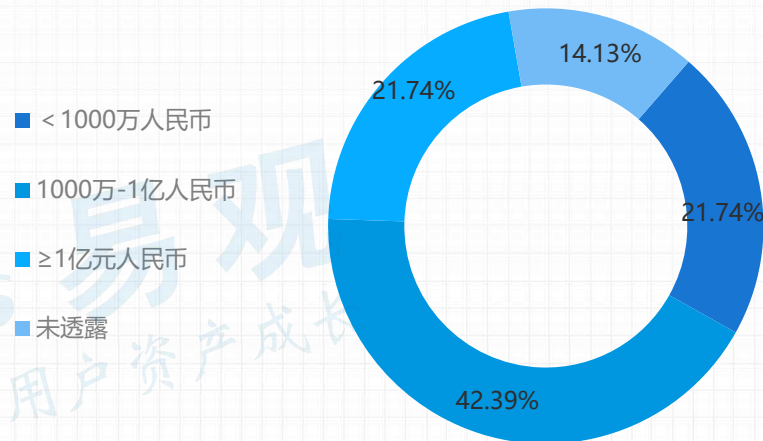


数据来源：对公开信息进行收集整理，根据易观模型统计分析。

© Analysys 易观

www.analysys.cn

2016年中国汽车后市场电商行业投融资规模分布



数据来源：对公开信息进行收集整理，根据易观模型统计分析。

© Analysys 易观

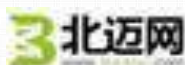
www.analysys.cn

- 2016年中国汽车后市场电商逐步从资本寒冬中恢复过来，从融资领域分布来看，维修保养服务O2O仍然是资本市场关注的重点，而从金额分布来看，数千万元规模以上的融资占比超过60%。Analysys易观分析认为，经历了寒冬之后的汽车后市场电商在新的发展阶段内，将会凭借成熟的商业模式和盈利模式，在2017年取得快速发展。

2016年汽车后市场电商市场动态盘点



- 1月18日，代客泊车平台“**e代泊**”推出养车服务“**e养车**”，首个旗舰店在上海浦东机场开张。



- 2月22日，汽配服务商**北迈网**申请新三板挂牌上市，目前已形成以维修车型件销售为主的产品体系。

- 3月23日，国家发改委发布《关于汽车业的反垄断指南(征求意见稿)》面向社会公开征求意见，反垄断指南即将实施，后市场垄断将有所改善。



- 4月15日，**停车宝**与**宝和停车**进行战略合并，从北京市场开始下沉至二三线城市。



- 5月4日，利欧关联公司**车城网**启用新域名，全面打造集汽车电商、汽车后市场和汽车金融为一体的开放平台。



- 7月12日，**途虎养车**获得亚夏汽车1亿元D轮首笔融资，股权占比2.03%，此轮融资将用于加速供应链整合。

2016年汽车后市场电商市场动态盘点



- 8月3日，**金固股份**公开发行人股票申请获证监会审核通过，拟用于汽车后市场“**汽车超人**”项目建设。



- 9月6日，**汽车超人**全国首家实体体验店在上海落地试营业，标志汽车超人从线上到线下自主探索实体店运营的开始。



- 9月7日，**e保养**完成C轮首笔1.5亿元融资，未来继续建设线上+线下连锁+配件供应链模式。



- 11月18日，**中驰车福**与**合众财险**达成全面战略合作，共同开启深度结合的互联网+新场景。



- 11月29日，**易到**宣布成立“车主生态事业部”，探索汽车后市场商业变现。



- 12月9日，**车享家**获1亿元A轮融资之后，继续深度布局线下社区店。

多家平台积极布局汽车后市场，竞争进一步加剧



- 2016年多家跨行业企业进入汽车后市场舞台，金融机构将保险与维修保养、洗车美容、UBI车险等服务相结合布局汽车后市场电商；诸如滴滴、神州等出行类平台针对旗下车主群体提供多项汽车生活服务；而主机厂/经销商集团则凭借完善的线下网络大力发展汽车后服务；车轮互联、微车、木仓科技等工具型平台则借助多年来在用户流量上的积累，积极与汽车电商平台展开各项合作，完善平台的服务内容。
- Analysys易观分析认为，汽车后市场发展空间巨大，后市场较长的产业链使得行业存在较多的关键成功要素，这也给更多跨界企业带来了诸多的发展机遇。

PART 4



中国汽车后市场电商典型厂商分析

© Analysys 易观

www.analysys.cn

途虎养车借助大数据深挖用户需求，提高用户体验

- Analysys易观分析认为，途虎养车在汽车后服务产业链已经形成较为完善的业务布局，而多年的发展为途虎积累了大量的数据资源，随着大数据技术的不断升级，将带动途虎对用户做深度的需求挖掘，进一步完善车主群体的汽车生活服务，提升用户体验。



途虎养车 正品 自营
TUHU.CN

运营现状（截至2016年底）

销量数据

2016年轮胎销量增幅158.15%

2016年保养业务增幅270.89%

2016年车品销量增幅260.37%

仓储物流

已在20个城市开设28座分仓

线下门店

已在全国405个城市布局超13000家门店

其他数据

- 根据Analysys易观千帆监测，2016年12月途虎养车移动端月活用户规模为：218.51万人。
- 2016年4月，途虎养车与亚夏汽车签署《关于互联网保险项目合作协议》，双方拟就互联网+汽车快修连锁等领域开展广泛合作，双方拟共同增资安徽亚夏保险经纪有限公司。

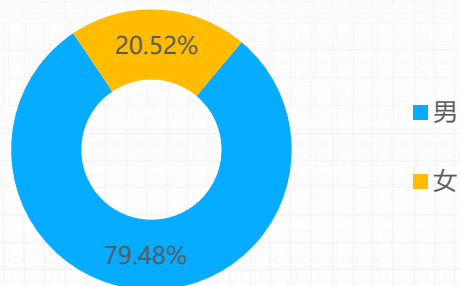
周边服务配套齐全



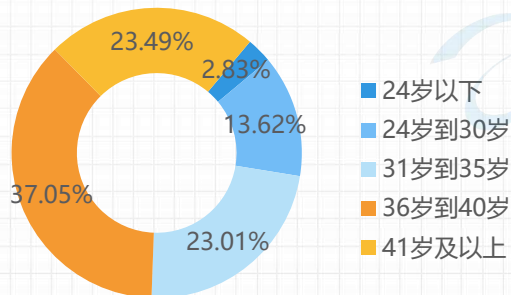
途虎养车用户属性分析

2017年1月途虎养车移动端用户属性分布

性别分布

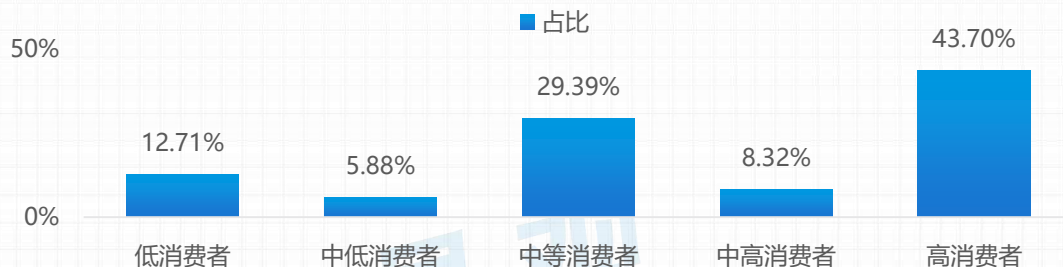


年龄分布



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。

消费能力

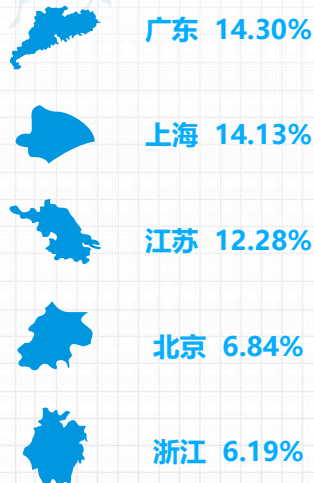


地域属性

城市等级分布

城市等级	占比
超一线城市	30.56%
一线城市	41.04%
二线城市	13.15%
三线城市	10.63%
非线性城市及其他	4.62%

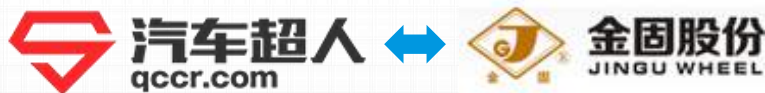
省份分布top5



省份分布top5

城市	占比
上海市	14.20%
北京市	6.84%
广州市	6.27%
南京市	4.58%
武汉市	4.17%

汽车超人产业链延伸布局，深度服务车主用户



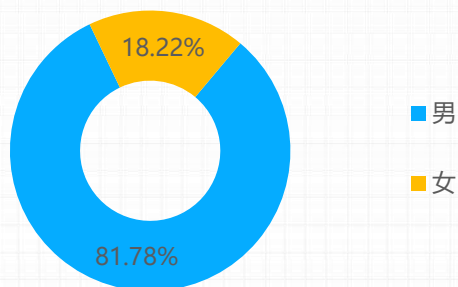
- Analysys易观分析认为，汽车超人的商业模式属于“维修保养O2O+汽配B2C”，该模式发展更加稳健，同时也需要较深厚的线下积累。汽车超人在成立近2年的时间内已经形成了较为完整的业务布局，能够满足用户在养车用车生活中的多项需求。
- 2016年8月，上市公司金固股份非公开发行申请获证监会审核通过，募集资金总额不超过269988万元，拟全部用于汽车后市场O2O平台建设项目。这也将助力汽车超人未来的快速发展。



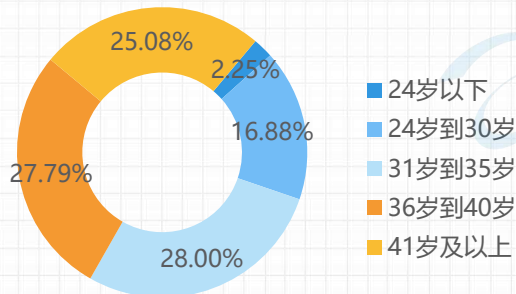
汽车超人用户属性分析

2017年1月汽车超人移动端用户属性分布

性别分布

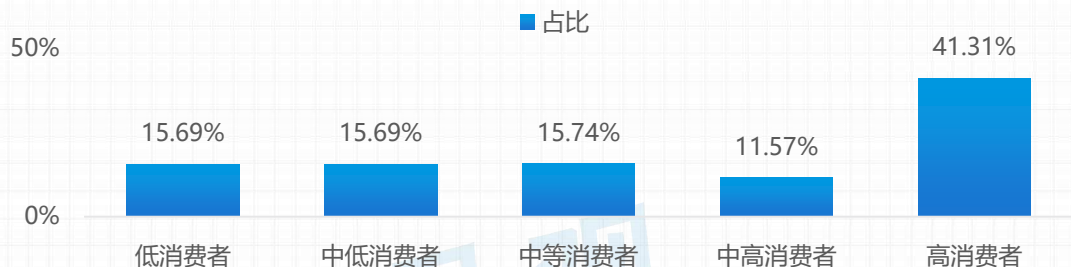


年龄分布



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。

消费能力分布

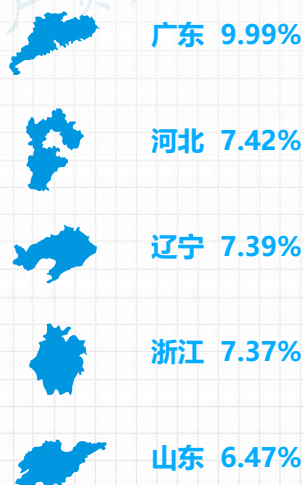


地域属性

城市等级分布

城市等级	占比
超一线城市	16.99%
一线城市	55.05%
二线城市	16.81%
三线城市	8.52%
非线性城市及其他	2.63%

省份分布top5

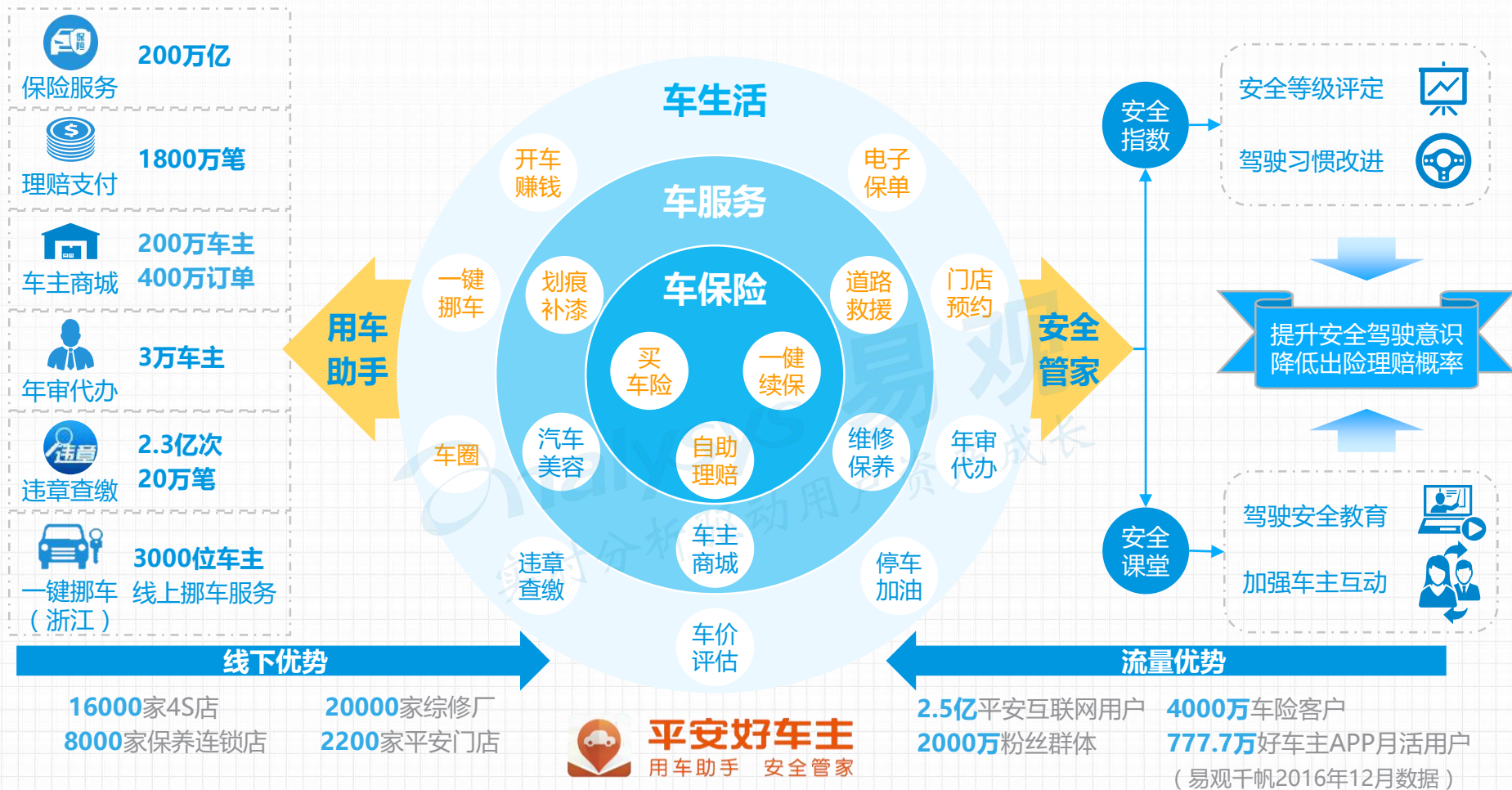


省份分布top5

城市	占比
上海市	5.68%
广州市	4.55%
天津市	4.12%
北京市	4.00%
沈阳市	3.81%

平安好车主综合性汽车生活平台初形成，推动业务升级和用户规模快速提升

Analysys 易观
实时分析驱动用户资产成长



Analysys易观分析认为：

平安好车主以低频的车险服务切入汽车后市场，通过资源整合和业务创新，初步形成综合性的汽车生活服务平台，并在近一年时间内取得用户规模和用户粘性的大幅提升。

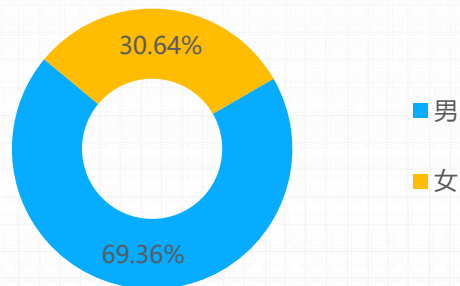
注：数据截至2017年2月

黄色字体为好车主特色业务

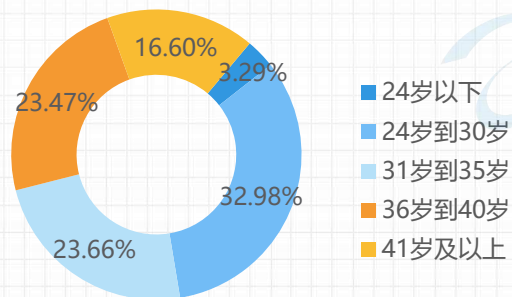
平安好车主用户属性分析

2017年1月平安好车主移动端用户属性分布

性别分布

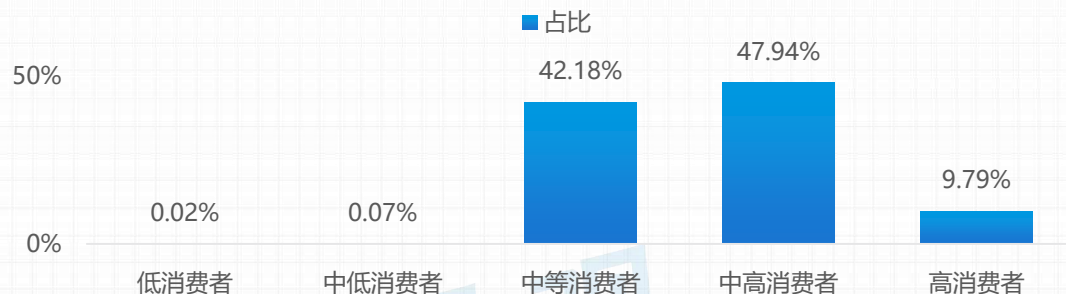


年龄分布



数据来源：干帆只对独立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季度易观干帆基于对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。

消费能力分布

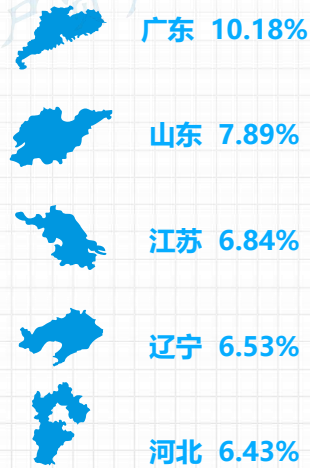


地域属性

城市等级分布

城市等级	占比
超一线城市	12.54%
一线城市	43.31%
二线城市	18.87%
三线城市	16.59%
非线性城市及其他	8.69%

省份分布top5



省份分布top5

城市	占比
上海市	4.76%
广州市	3.48%
成都市	3.12%
沈阳市	3.01%
杭州市	2.48%

PART 5



中国汽车后市场电商发展趋势分析

© Analysys 易观

www.analysys.cn



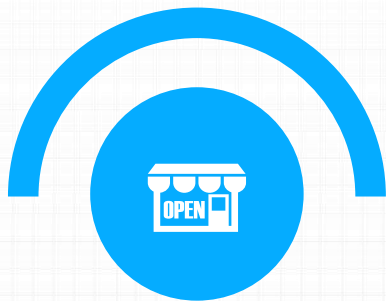
资本寒冬和行业洗牌将延续，但资本市场关注度并未减弱

- 2016年以来，资本寒冬中相当数量的后市场平台关闭或被兼并，洗牌的同时也有平台凭借清晰的商业模式和盈利模式获得新一轮融资。2017年汽车后市场进入市场启动期，将会有部分平台凭借成熟模式逐渐开始盈利。
- **Analysys易观分析预测**，2017年后市场寒冬和洗牌仍会继续，存活下来的且商业模式和盈利模式都清晰的平台将会在资本市场扶持下表现出更强的生命力。

- 资本寒冬期以来，后市场电商平台纷纷将更多的精力集中在企业内部运营之上，后市场烧钱补贴时期基本结束，各电商平台真正进入综合实力比拼阶段。
- **Analysys易观分析预测**，未来2-3年内精细化运营是行业主流趋势，各平台将在已有的商业模式下深度布局，行业逐步回归商业本质，提高产品和服务质量，提高用户满意度，降低运营成本，获取盈利成为企业重点关注要素。

精耕细作，企业进入精细化运营阶段，
后市场电商开启综合实力比拼阶段





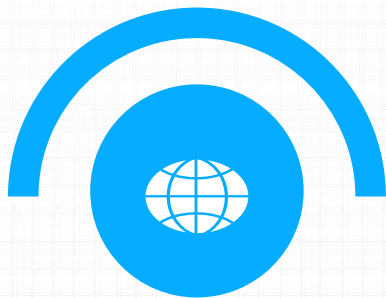
维修保养服务电商将向纵深化方向发展，产业链延伸和供应链建设是重点

- 2016年后市场维修保养服务电商进行O2O转型，加大线下门店布局，与汽配用品厂商合作保证货源和质量，布局仓储、物流等供应链基础设施来提高平台服务效率、降低成本，提升用户整体服务质体验。
- **Analysys易观分析预测**，2017年后市场电商尤其是维修保养服务电商将继续纵深发展。产业链加大对配件厂商和经销商进行渠道扁平化，增加采购、仓储、物流等基础建设，产业链下游加强对线下门店的标准化化管理。

- 汽车保险、购车贷款、融资租赁等汽车金融业务日益受行业的重视。部分维保平台将业务范围向车险延伸，发挥数据优势提高用户转化率，增加平台盈利来源。
- **Analysys易观分析预测**，汽车保险将会成为未来2年内后市场电商平台尤其是维修保养服务平台的发展重点。车险业务的布局能够完善平台的业务范围，一站式地满足车主消费者用车需求，也能在一定程度上提高平台的盈利能力。

维修保养服务与车险服务相结合具有天然的优势





汽车后市场成商家“必争之地”，后市场电商参与主体更加丰富化

- 汽车后市场电商经过几年的摸索和发展已形成了较为成熟的商业模式，市场发展的关键成功要素也较为清晰。2016年不断有4S店和经销商企业、工具型平台、互联网出行平台等多方主体将业务范围向汽车后市场领域拓展。
- **Analysys易观分析预测**，2017年将会有更多的主体参与到汽车后市场的竞争中，各平台将会凭借自身在用户规模、大数据、线下资源、资金实力等多方面的优势地位加入到后市场竞争中，汽车后市场电商规模有望进一步扩大。

- 根据Analysys易观千帆数据监测，2016年汽车后市场电商用户渗透率显著提高，消费者已经初步养成在电商平台选购一些简单易安装的汽配用品，对于一些装饰类车品的购买，后市场电商平台将会成为车主消费者的重点选购渠道。
- **Analysys易观分析预测**，未来1-2年内随着后市场电商线下服务的不断完善以及应用场景的不断丰富，车主消费者消费习惯有望进一步互联网化。同时，消费者网购习惯的进一步养成也能够促进后市场电商行业规模不断提升。

消费者线上网购汽配用品和维修保养服务的习惯进一步养成



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