

# 中国汽车消费者养车行为数字化专题2018

2018年9月

本产品保密并受到版权法保护

Confidential and Protected by Copyright Laws

Analysys 易观  
你要的数据分析



# 分析定义与分析方法



## 分析定义

- 中国汽车养护市场：为保障车辆的使用寿命，车主会定期对车辆进行不同类型的养护项目，其中包括：大保养、小保养、轮胎更换等。汽车养护仅包含保养、零部件更换、美容等轻保类服务，不包含大型事故维修。



## 分析范畴

- 分析对象：中国汽车养护行业。
- 本分析内容涉及的关键字：汽车养护、渠道偏好、影响力、性价比、口碑、用户等。
- 本分析内容的国家和地区主要包括：中国大陆，不包括港澳台地区



## 数据说明

- 易观千帆“A3”算法升级说明：易观千帆“A3”算法引入了机器学习的方法，使易观千帆的数据更加准确地还原用户的真实行为、更加客观地评价产品的价值。整个算法的升级涉及到数据采集、清洗、计算的全过程：1、采集端：升级SDK以适应安卓7.0以上操作系统的开放API；通过机器学习算法，升级“非用户主观行为”的过滤算法，在更准确识别的同时，避免“误杀”。2、数据处理端：通过机器学习算法，实现用户碎片行为的补全算法、升级设备唯一性识别算法、增加异常设备行为过滤算法等。3、算法模型：引入外部数据源结合易观自有数据形成混合数据源，训练Ai算法机器人，部分指标的算法也进行了调整。



# 目录

## CONTENTS

---

01  | 中国汽车养护市场规模概况

02  | 中国汽车养护渠道偏好情况

03  | 中国汽车养护市场发展趋势

# PART 1



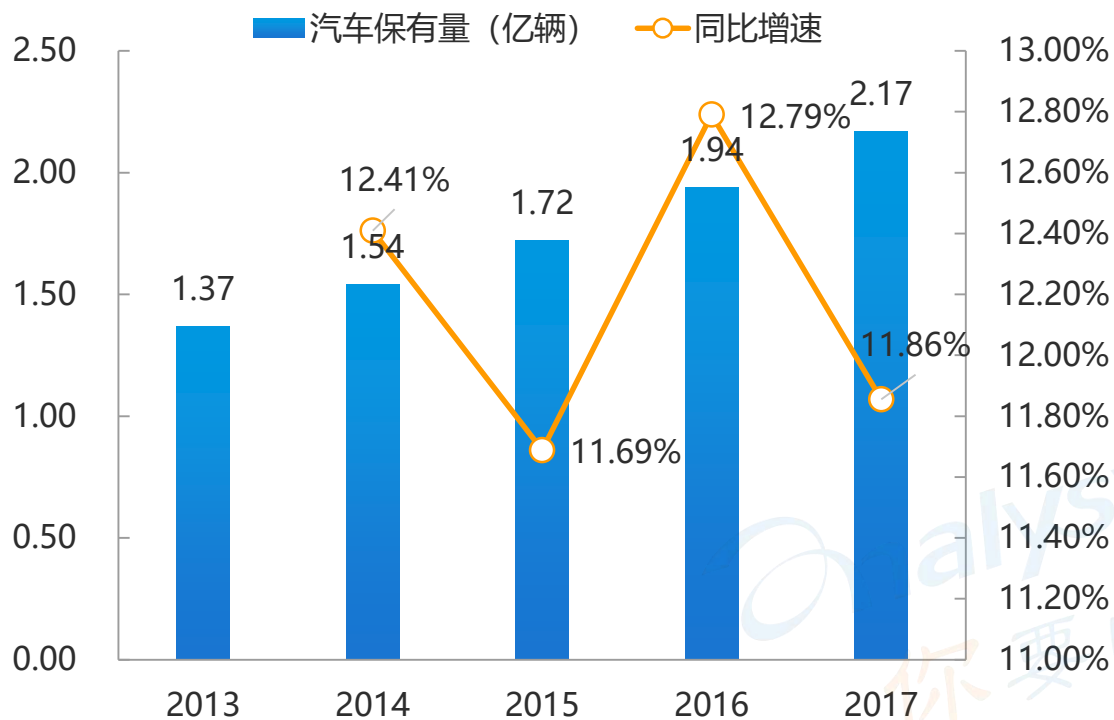
## 中国汽车养护市场规模概况

© Analysys 易观

[www.analysys.cn](http://www.analysys.cn)

# 中国汽车保有量突破2亿大关，后市场步入万亿时代

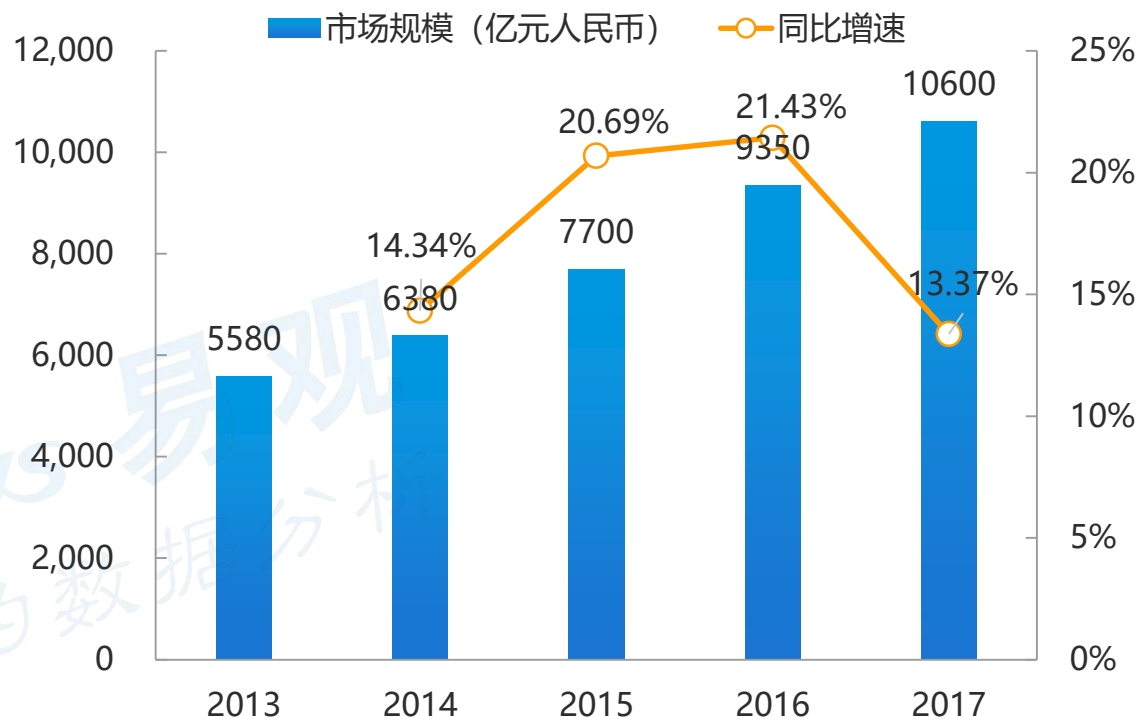
## 2013-2017年中国汽车保有量情况



©Analysys 易观·公安部交管局

www.analysys.cn

## 2013-2017年中国车后服务市场规模情况

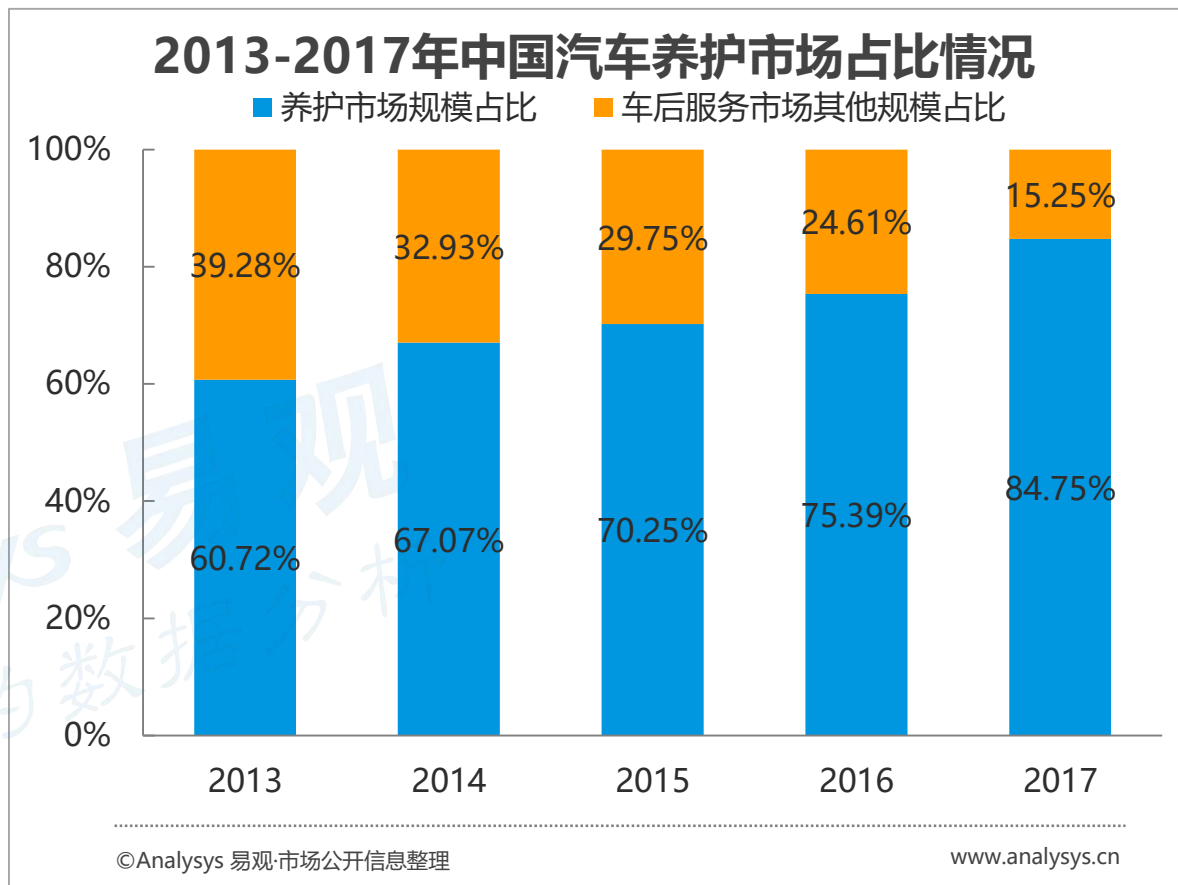
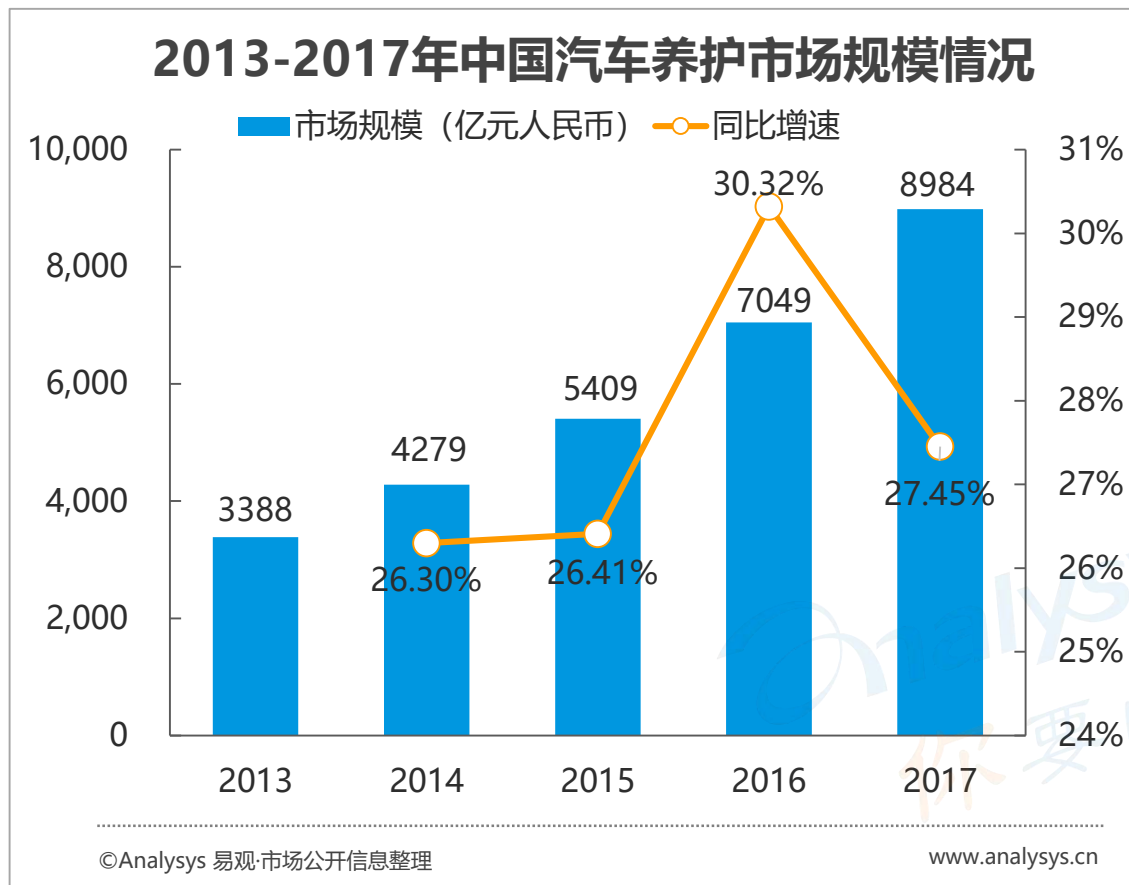


©Analysys 易观

www.analysys.cn

- 中国公安部交管局公布的数据显示，2017年中国汽车保有量为2.17亿辆，同比增长11.86%，2017年中国车后服务市场规模达1.06万亿，增速13.37%。
- **Analysys易观分析认为**，中国汽车保有量市场规模不断扩大，中国车后服务市场规模增速迅猛，汽车养护作为车后服务领域中最重要的一部分，未来市场潜力巨大。

# 中国汽车养护市场规模快速增长，车主养车意识不断提升



- 据市场公开信息整理显示，近五年中国汽车养护市场规模和市场占比情况均显示出显著的增长走势，其中，2017年中国汽车养护市场规模达8984亿元，同比增长27.45%，2017年汽车养护市场占车后服务市场比重增至84.75%。
- **Analysys易观分析认为**，车主对于车辆的养护从早期的零部件维修更换到现在每隔一段时间定期对车辆进行不同种类项目的保养，随着车主养车意识不断增强，汽车养护市场规模将进一步扩大，其在车后服务领域的占比也将进一步提升。



## PART 2



### 中国汽车养护渠道偏好情况

© Analysys 易观

[www.analysys.cn](http://www.analysys.cn)

# 传统、互联网养护方式并行，线上养护平台多元化发展

互联网养护是一种新兴的汽车养护方式，随着互联网技术的普及以及用户养护习惯的改变，越来越多的人开始通过线上的方式进行车辆养护，以此降低养护成本，提高养护效率。

互联网

养护

传统

传统养护有4s售后和路边门店两种渠道，4s售后是市场上主流的养护渠道，可以有效把控汽配质量和服务质量，但其养护价格高；路边门店价格优势明显，但服务质量参差不齐。

途虎养车  
tuhu.cn 正品自营

e养车

车点点

垂直  
电商

淘宝网  
Taobao.com

天猫 TMALL.COM

JD.COM 京东

综合  
电商

车享家

好修养  
AUTOYONG

车工坊

车企  
自建

4s  
售后



其他（路边店、夫妻店）





# 大保养项目繁杂且养护周期长，小保养项目单一且养护频率高



## 大保养

### 【养护品类】

机油、机滤、空滤、汽滤、油滤、火花塞、清洗节气门、更换正时皮带组件等

### 【养护周期】

里程：60000-100000km

时间：4-6年

## 养护品类



机油



机滤



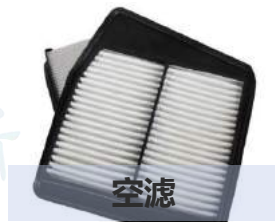
清洗节气门



更换正时皮带组件



汽滤



空滤



更换火花塞



## 小保养

### 【养护品类】

机油、机滤

### 【养护周期】

里程：5000-10000km

时间：6-12个月

## 养护品类



机油

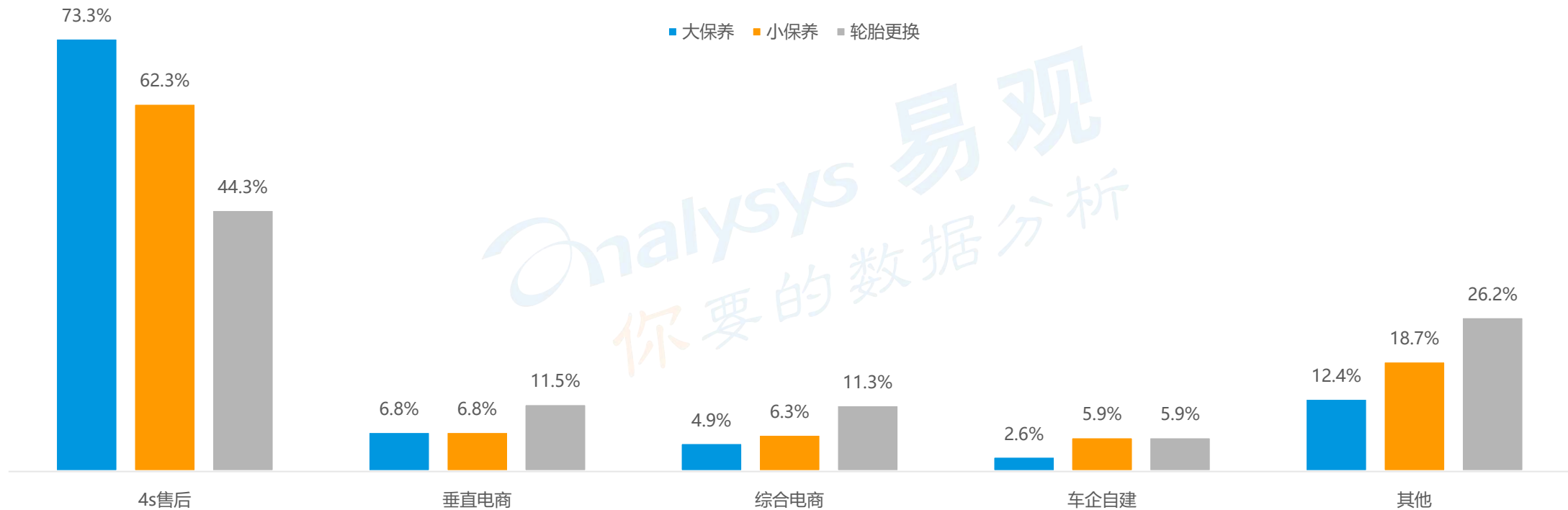


机滤

# 新兴养护渠道出现，4s售后垄断地位受到挑战，用户拥有更多渠道选择

- 随着汽车养护市场的快速发展，车辆养护方式不断升级，各类新兴养护渠道为用户提供更多选择，汽车养护市场逐渐形成新的市场格局。轮胎更换方面，新兴养护渠道的品牌影响力不断提升，4s售后渠道的垄断地位受到挑战；小保养方面，各类新兴养护渠道拥有一定数量的受众人群，渠道偏好占比持续增加。
- **Analysys易观分析认为**，多种养护渠道的出现，增加了市场的良性竞争，各类新兴养护渠道不断涌现，为汽车养护市场带来更多可能。

汽车养护渠道偏好情况



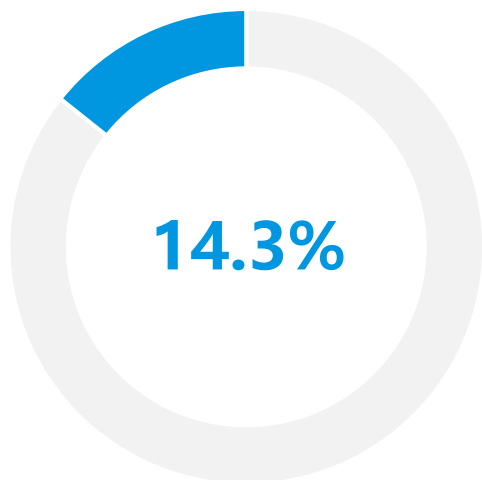
数据来源：2018年7月用户市场调研，样本量N=1000

# 新兴养护渠道成为汽车养护的重要选择，轮胎更换对新兴养护渠道偏好占比最高

- 新兴养护成为用户养车渠道的重要选择之一，根据不同的养护类型，新兴养护渠道占比存在一定差异。
- **Analysys易观分析认为**，大保养对养护水平要求较高，用户在大保养持谨慎态度，新兴养护渠道偏好占比相对较低，相比之下，用户对小保养的态度较为开放，新兴养护渠道偏好占比有所提升，轮胎更换由于标准化程度最高，以途虎养车为代表的垂直电商在专业性上并不逊于4S店，在保证轮胎质量的前提下能够提供更具价格优势的产品和服务，由此成为新兴养护渠道渗透率最高的服务项目。

## 大保养新兴养护渠道偏好

■ 传统渠道 ■ 新兴渠道



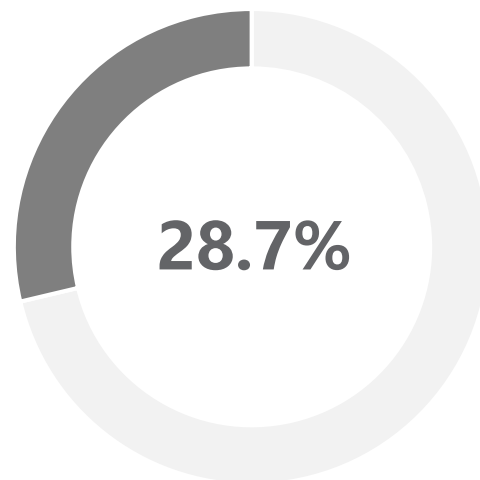
## 小保养新兴养护渠道偏好

■ 传统渠道 ■ 新兴渠道



## 轮胎更换新兴养护渠道偏好

■ 传统渠道 ■ 新兴渠道



数据来源：2018年7月用户市场调研，样本量N=1000

©Analysys 易观

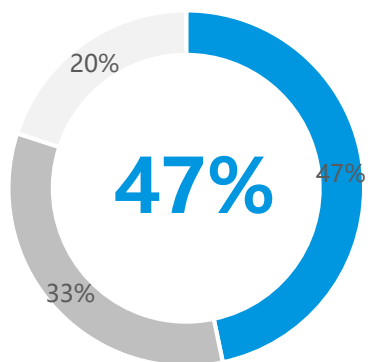
www.analysys.cn



# 大保养：垂直电商成新兴养护渠道的主要选择，用户对汽配质量和性价比关注程度较高

- 据易观用户市场调研数据显示，选择新兴养护渠道的用户对垂直电商渠道偏好占比达47%，垂直电商渠道成新兴养护渠道的主要选择，选择该渠道的用户对养护性价比和汽配质量关注程度较高，综合占比达63.23%。
- Analysys易观分析认为**，大保养项目涉及到正时皮带组件、火花塞等重要零部件养护更换，对车辆行驶安全至关重要，用户在大保养选择中会基于产品和服务质量去权衡价格因素，垂直电商渠道在提供大保养相关服务时基于产品质量的前提提供更加优惠的价格，满足用户对质和价的双重要求。与此同时，垂直电商在所有新兴养护渠道中起步较早且线下门店分布较多，长期积累的用户数据和基于互联网属性的自身升级，能够给用户带来更多的增值服务和更好的用户体验。多重影响因素使得用户对以途虎养车为代表的垂直电商渠道偏好度更高。

新兴养护渠道偏好情况



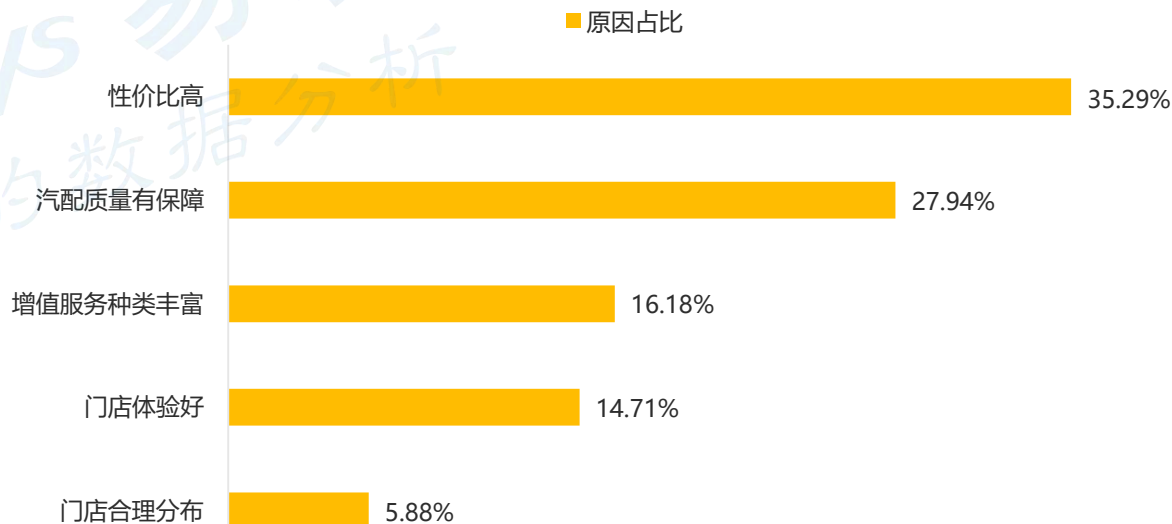
1st  
垂直电商渠道

养护渠道	占比
垂直电商	47%
综合电商	33%
车企自建	20%

数据来源：2018年7月用户市场调研，样本量N=1000

©Analysys 易观

垂直电商养护渠道偏好原因



影响力

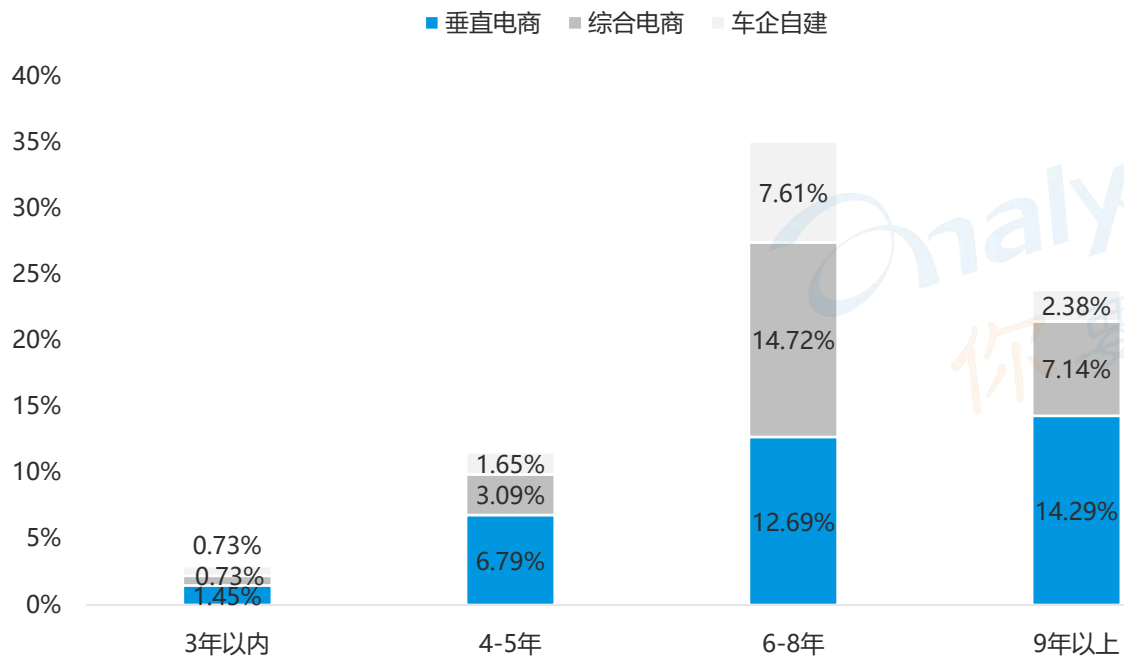
性价比  
口碑

www.analysys.cn

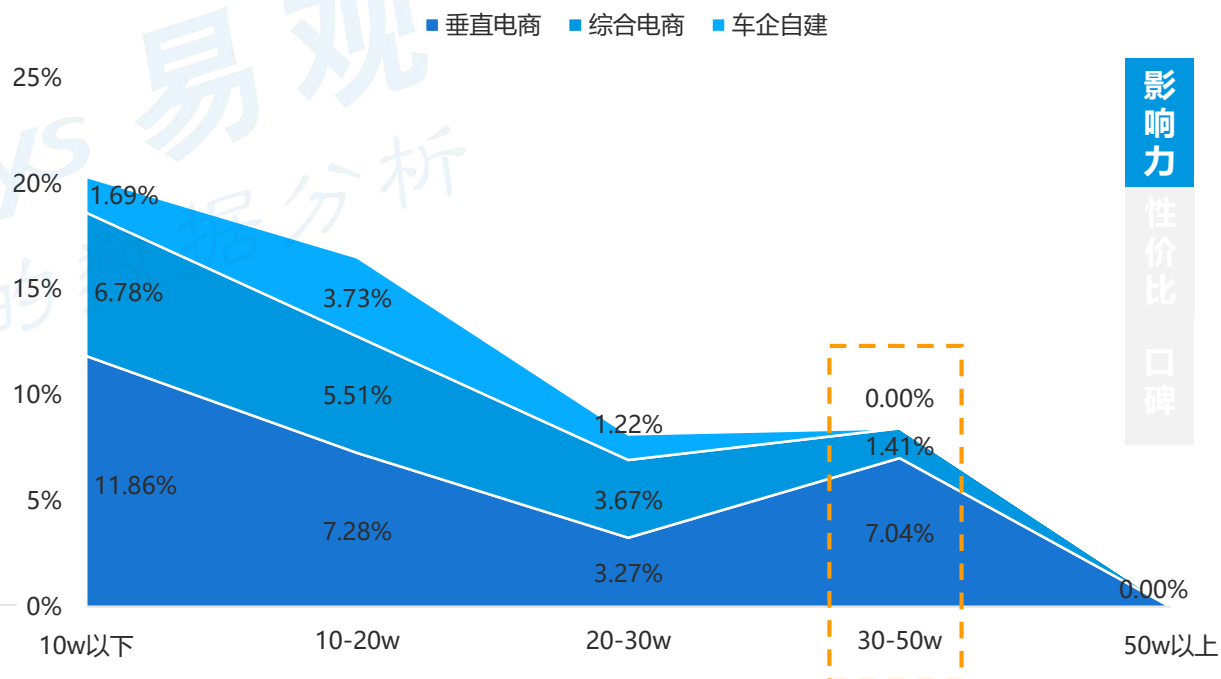
# 大保养：车龄车价与渠道偏好呈现相关性，垂直电商渠道在养护价格和汽配质量方面优势明显

- **【车龄】** 未出保车辆普遍在4s店完成大保养，对新兴渠道偏好不高，随着车龄的增加，用户的养护观念更为理性，偏爱性价比高的养护渠道，车龄在0-8年的用户对新兴养护渠道的偏好整体呈上升走势，其中垂直电商渠道占比高，特别在用户购车的前五年，垂直电商渠道的养护偏好占比远超其他两类新兴养护渠道。
- **【车价】** 随着车辆购置价格的增加，用户对新兴养护渠道偏好整体呈下降走势，但在30-50万的购置价格区间，用户对垂直电商渠道的偏好显著提升，拥有中高价位车型的用户在养护过程中更加关注服务质量，相比其他养护渠道，垂直电商渠道汽配质量具备一定竞争力。

## 车龄对养护渠道选择的影响



## 车辆价格对养护渠道选择的影响

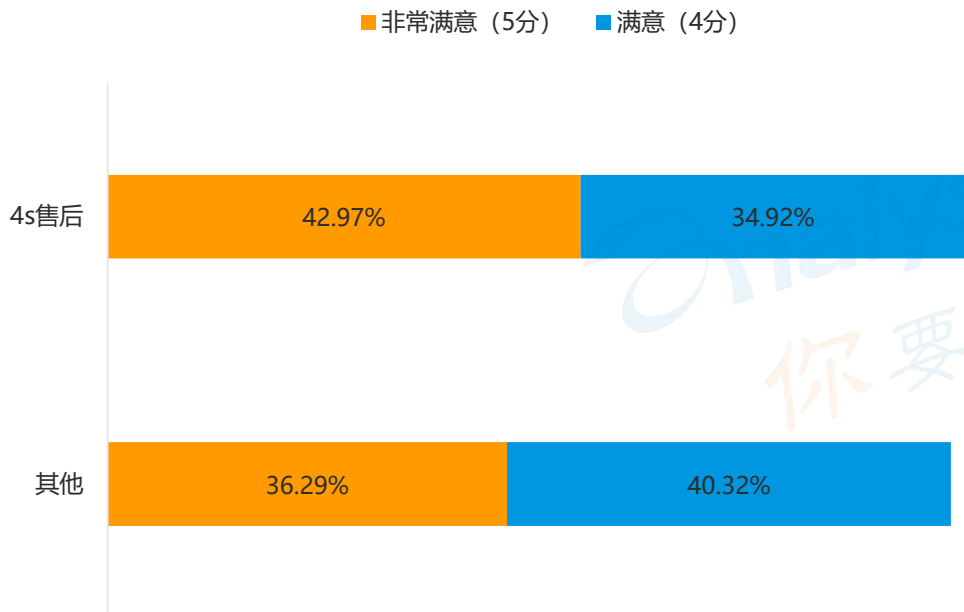


数据来源：2018年7月用户市场调研，样本量N=1000

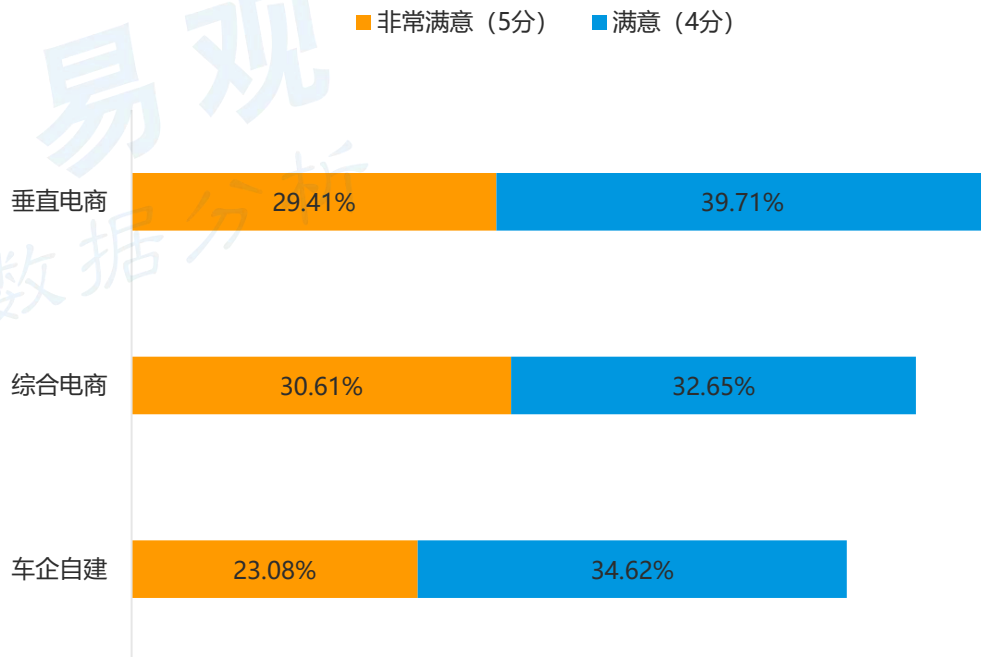
# 大保养:4s售后与垂直电商分别在各自渠道中占得性价比优势

- 据易观用户市场调研数据显示，传统养护渠道中，用户对4s售后渠道的性价比满意度最高，“满意（4分）”以上综合占比达77.89%，新兴养护渠道中，用户对垂直电商渠道的性价比满意度最高，“满意（4分）”以上综合占比达69.12%。
- Analysys易观分析认为**，4s售后凭借其原厂汽配渠道以及专业技师团队，为养护服务质量提供保障，成为养护市场上的主流养护渠道，垂直电商作为新兴养护渠道，通过与上游正品汽配厂商达成战略合作，减少经销环节，降低服务价格，在新兴养护渠道性价比评价中拔得头筹。

## 传统养护渠道性价比满意度评价



## 新兴养护渠道性价比满意度评价



影响力  
性价比  
口碑

数据来源：2018年7月用户市场调研，样本量N=1000

©Analysys 易观

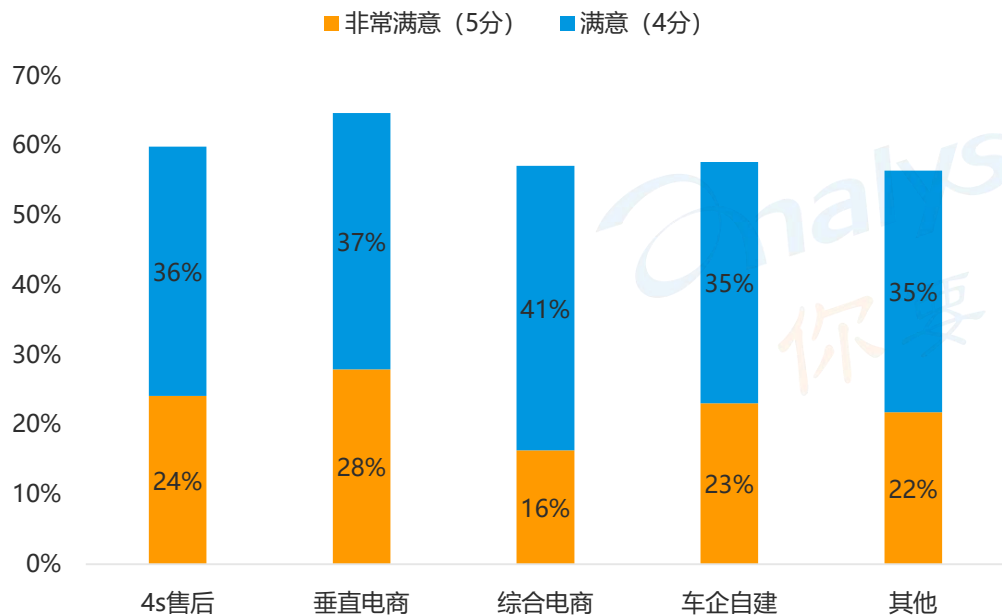
www.analysys.cn



# 大保养：垂直电商渠道在体验满意度和朋友推荐方面占比双赢

- 据易观用户市场调研数据显示，用户对垂直电商渠道的满意度最高，获得“满意（4分）”以上评价占比达65%，近4成用户通过朋友推荐体验垂直电商渠道。
- Analysys易观分析认为**，口碑是反映渠道对用户影响力的重要维度，依赖于汽配渠道优势和稳定客源，4s售后渠道难免出现养护费用高昂、排队等候时间长等问题，随着新兴养护渠道的出现，养护渠道的选择更加多样化，这对整体养护市场的格局带来很多积极的影响，垂直电商渠道通过有效提升用户体验的方法，收获更多用户信赖。

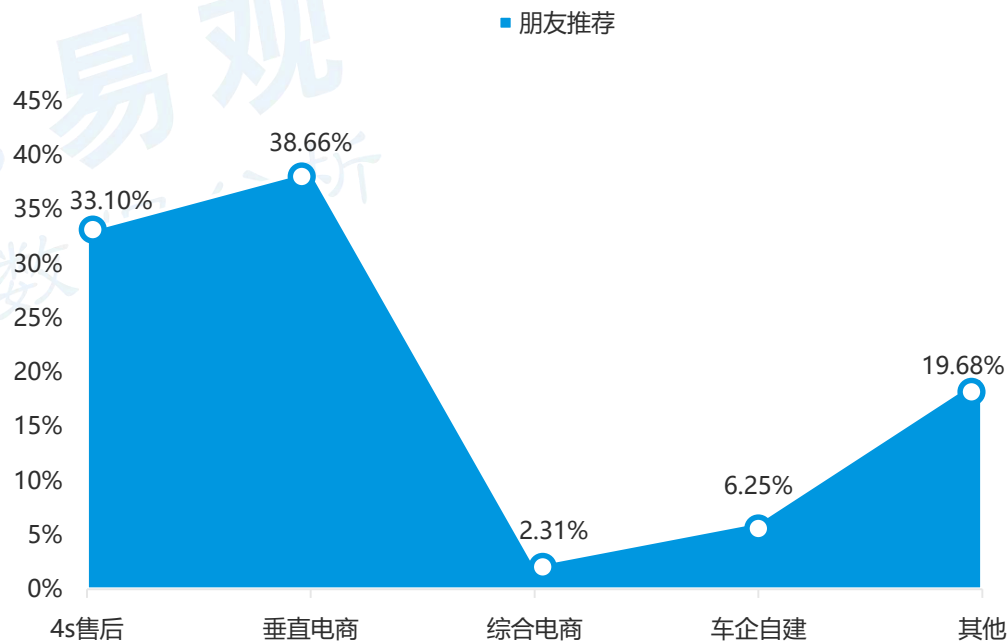
## 大保养体验满意度评价



数据来源：2018年7月用户市场调研，样本量N=1000

©Analysys 易观

## 垂直电商养护渠道获得更多用户口碑相传



影响力  
性价比

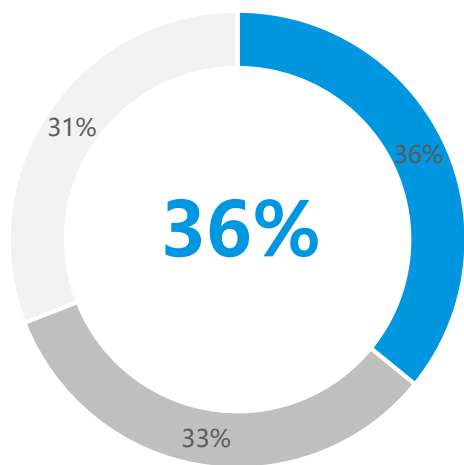
口碑

www.analysys.cn

# 小保养：垂直电商渠道偏好占比最高，汽配质量是用户选择垂直电商渠道的主要原因

- 据易观用户市场调研数据显示，选择新兴养护渠道的用户，对垂直电商渠道偏好占比达36%，选择该渠道的用户对汽配质量关注程度最高，达60.29%。
- Analysys易观分析认为，小保养由更换机油机滤构成，各类养护平台开展小保养业务的门槛不高，因此用户对养护渠道的选择更加灵活，越来越多的养护平台开始与上游供应商开展战略合作，提升产品质量和服务。

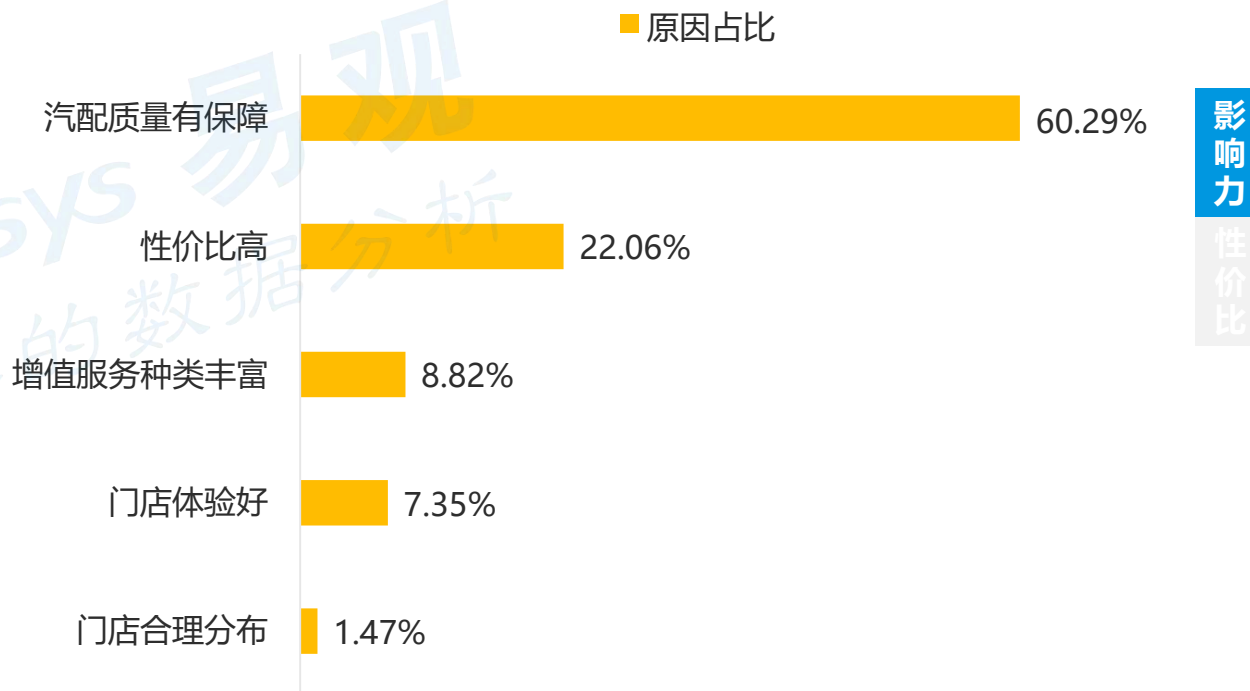
## 新兴养护渠道偏好情况



1st  
垂直电商渠道

数据来源：2018年7月用户市场调研，样本量N=1000

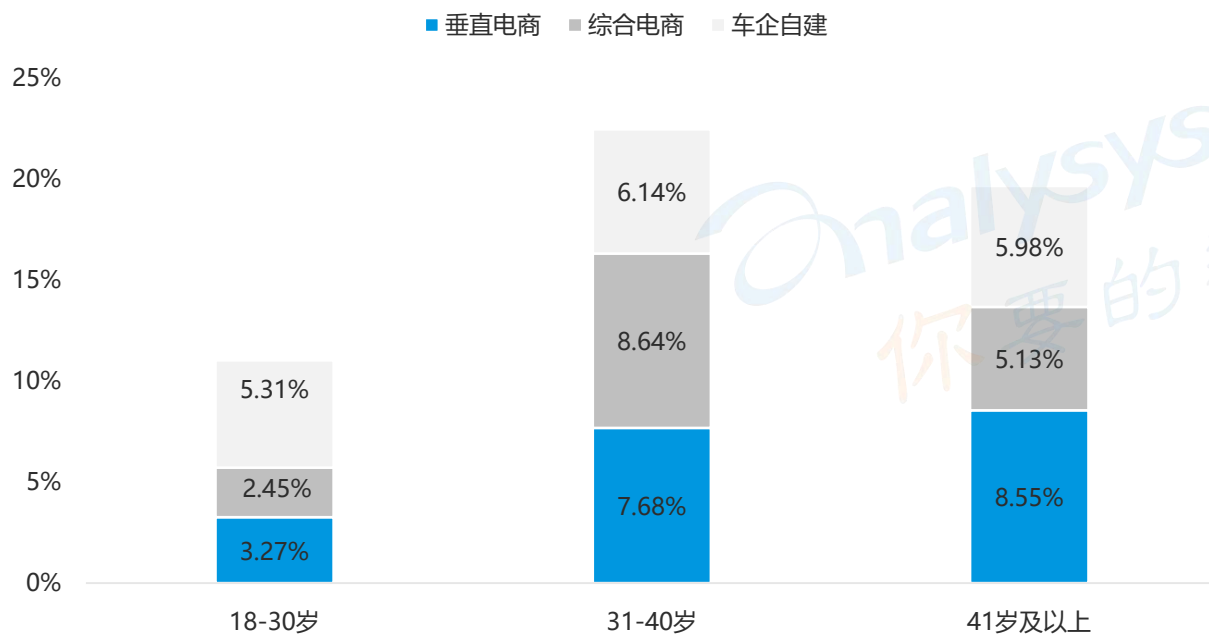
## 垂直电商养护渠道偏好原因



# 小保养：垂直电商养护渠道对中年用户具备更强的影响力，养护性价比得到用户肯定

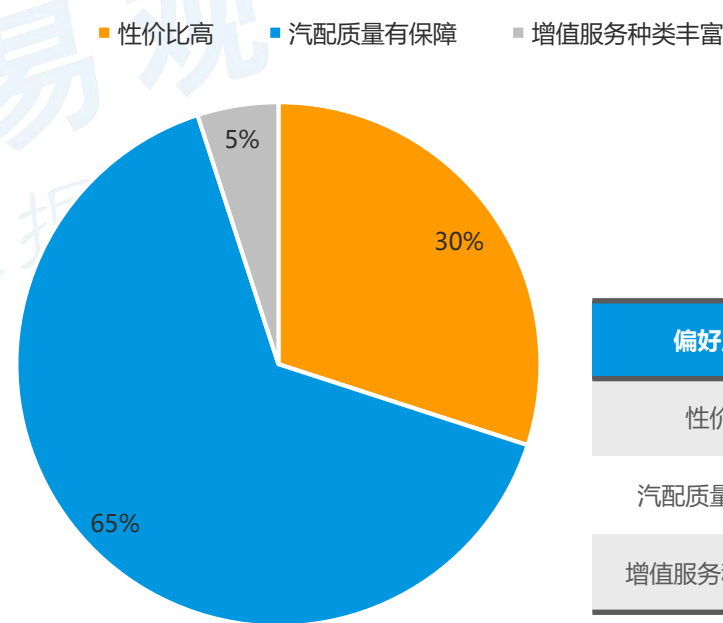
- 据易观市场调研数据显示，41岁及以上中年人群对新兴养护渠道偏好占比减少，反观垂直电商养护渠道偏好占比不降反增，用户选择垂直电商渠道主要是因为该渠道汽配质量有保障，占比达65%。
- Analysys易观分析认为**，中年人决策谨慎、多年用车使其更加了解车辆状况，也能更加理性客观地评估不同渠道的产品质量和服務情况，中年用户的青睐表现出该渠道在小保养项目上的专业度和性价比等多方面优势。

## 不同年龄用户对养护渠道的选择偏好



数据来源：2018年7月用户市场调研，样本量N=1000

## 41岁及以上年龄段的用户选择垂直电商渠道的原因



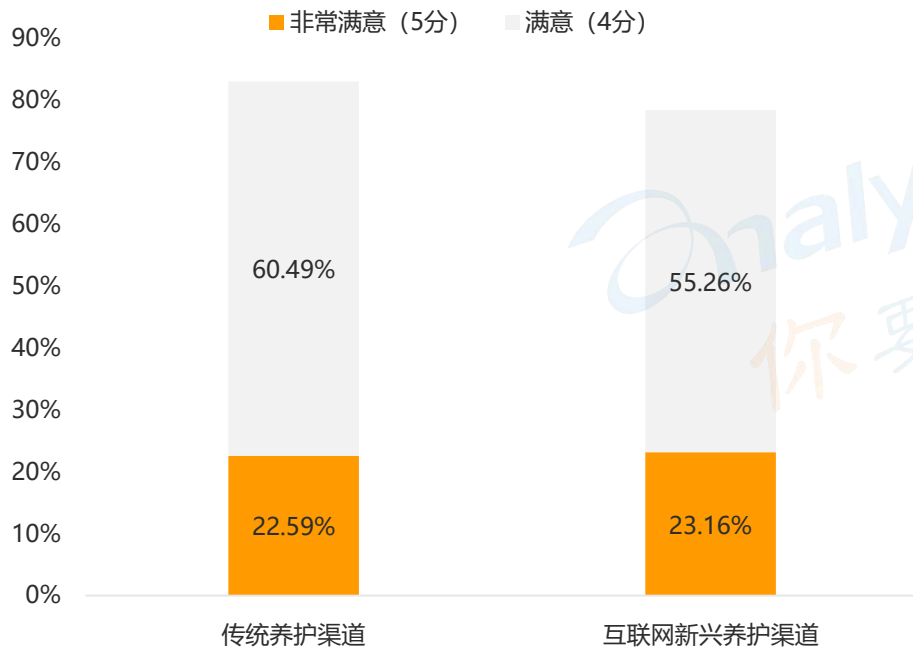
影响力  
性价比



# 小保养:性价比是影响用户选择养护渠道的重要因素, 垂直电商性价比满意度处于行业领先地位

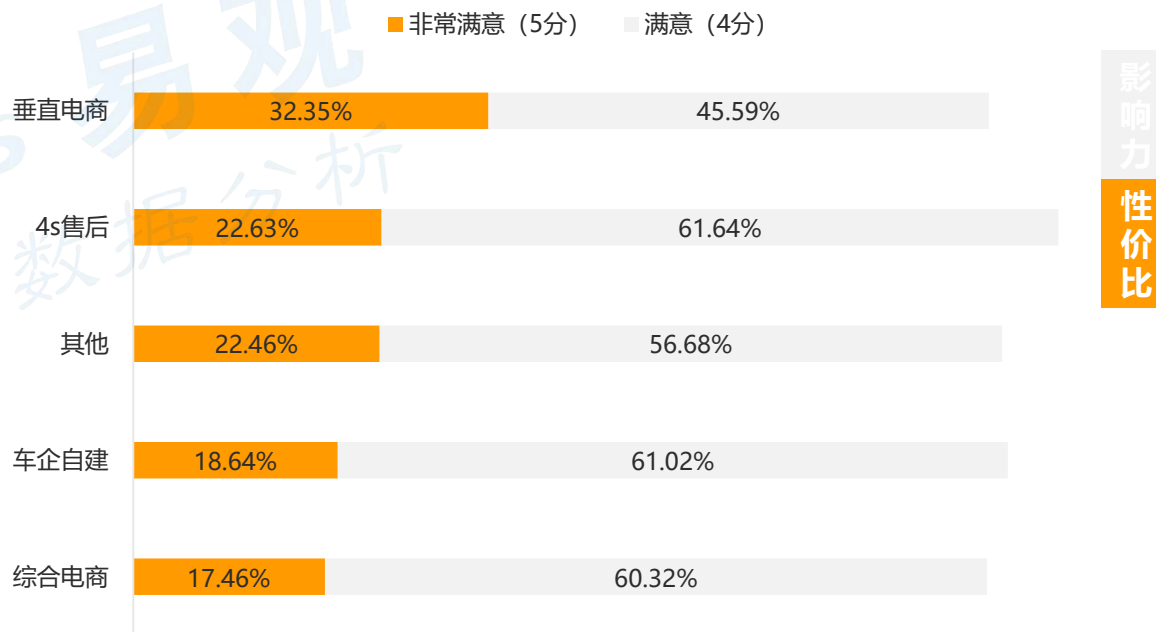
- 据易观用户市场调研数据显示, 绝大多数用户对其小保养所选择的养护渠道持“满意(4分以上)”态度, 其中对新兴养护渠道性价比表示“非常满意(5分)”的用户占比23.16%。所有养护渠道中, 对垂直电商渠道性价比“非常满意(5分)”的用户占比最高, 达32.35%。
- Analysys易观分析认为**, 随着养护方式的增多, 用户在选择养护渠道时趋于理性, 性价比成为影响用户决策的重要因素。截至目前, 垂直电商的性价比满意度最高, 随着该渠道中各平台对其产品和服务的不断优化, 垂直电商渠道的性价比有望得到进一步提升。

## 小保养性价比满意度评价



数据来源: 2018年7月用户市场调研, 样本量N=1000

## 新兴养护渠道性价比满意度评价

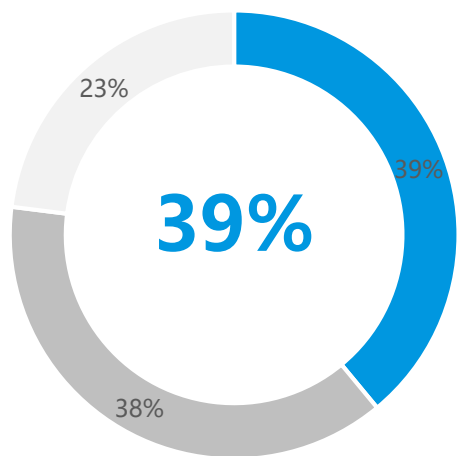


影响力  
性价比

# 轮胎更换：垂直电商养护渠道的用户偏好占比最高，用户对汽配质量和性价比关注度高

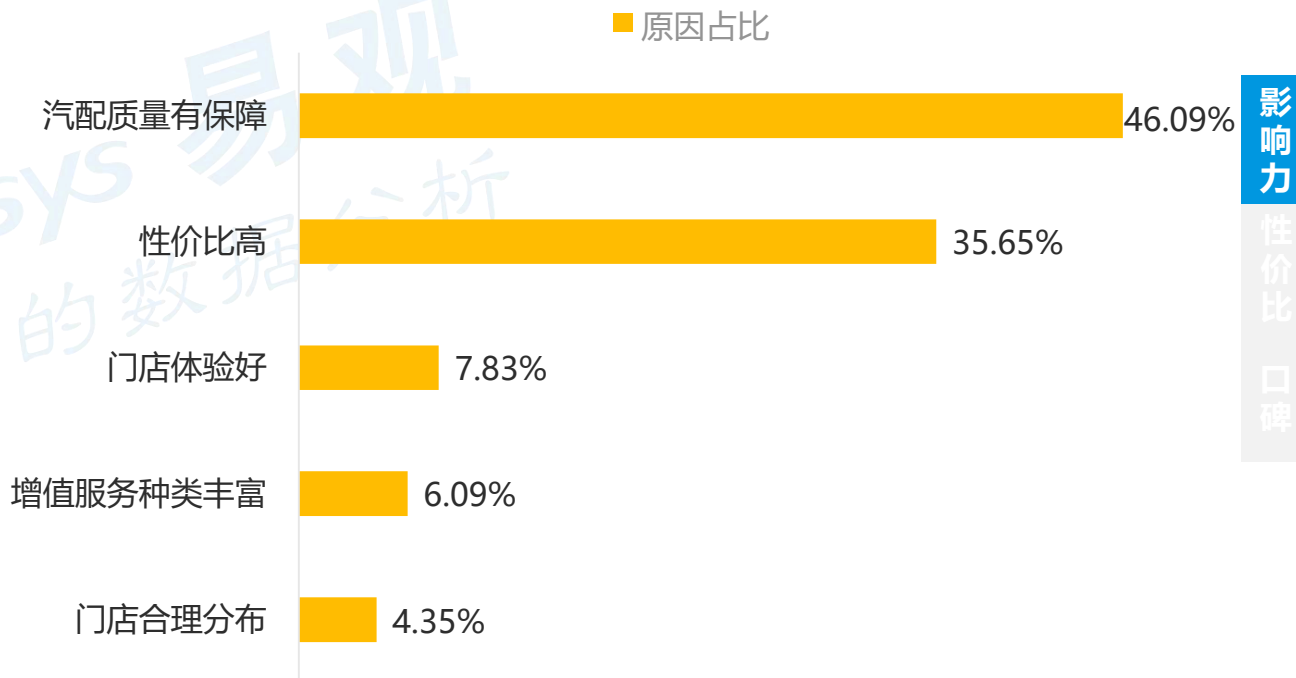
- 据易观用户市场调研数据显示，选择新兴养护渠道的用户对垂直电商的偏好占比达39%，用户对汽配质量和性价比关注程度最高，综合占比达81.74%。
- Analysys易观分析认为，轮胎更换标准化程度最高，用户愿意去尝试新的养护渠道，以途虎养车为代表的垂直电商渠道推广力度大，让用户体验到O2O养护模式的高效性和便捷性，该渠道也凭借产品质量、服务体验和性价比等多方优势得到用户更高层次的偏好。

## 新兴养护渠道偏好情况



养护渠道	占比
垂直电商	39%
综合电商	38%
车企自建	23%

## 垂直电商养护渠道偏好原因

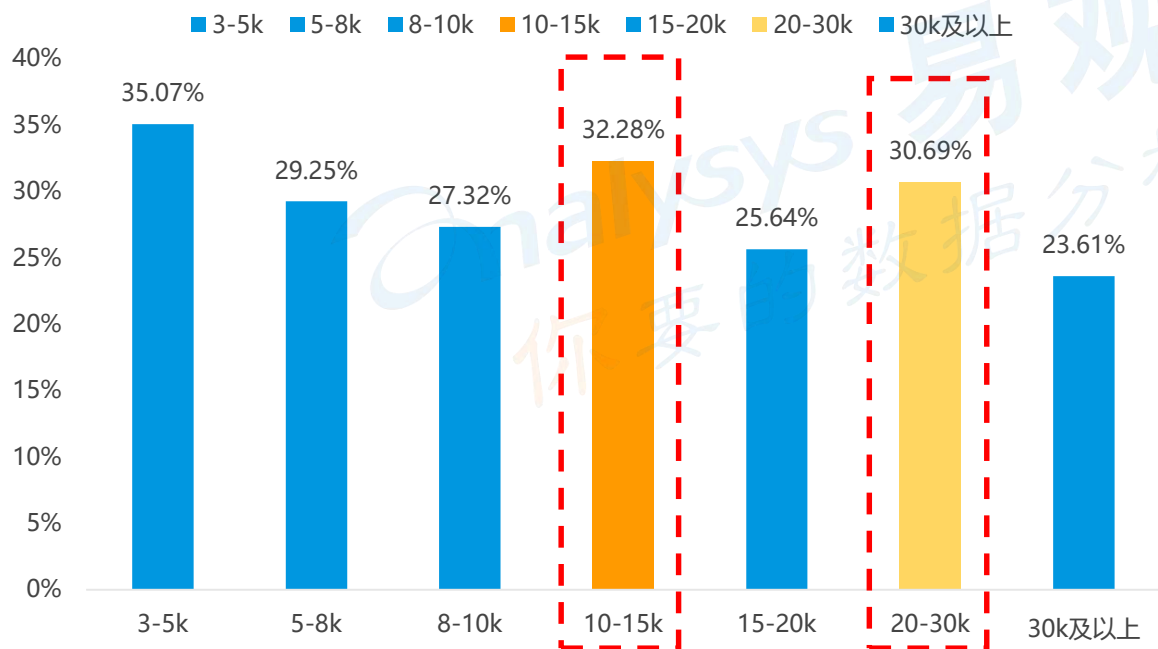


数据来源：2018年7月用户市场调研，样本量N=1000

# 轮胎更换：垂直电商渠道在中高收入人群中的影响力逐渐提升

- 据易观市场调研数据显示，随着用户收入的增加，新兴养护渠道偏好整体走低，收入在10-15k和20-30k范围内的用户对新兴养护渠道偏好突出。分析发现，在这两类用户中垂直电商渠道占比分别达到42%和45%，成为其偏好占比坚挺的主要驱动力。
- Analysys易观分析认为**，垂直电商渠道不仅对中低收入人群有很强的影响力，相比其他新兴养护渠道，垂直电商对中高收入人群同样表现出很强的影响力，这得益于该渠道在轮胎更换项目上的专业性、高性价比和良好的用户体验。

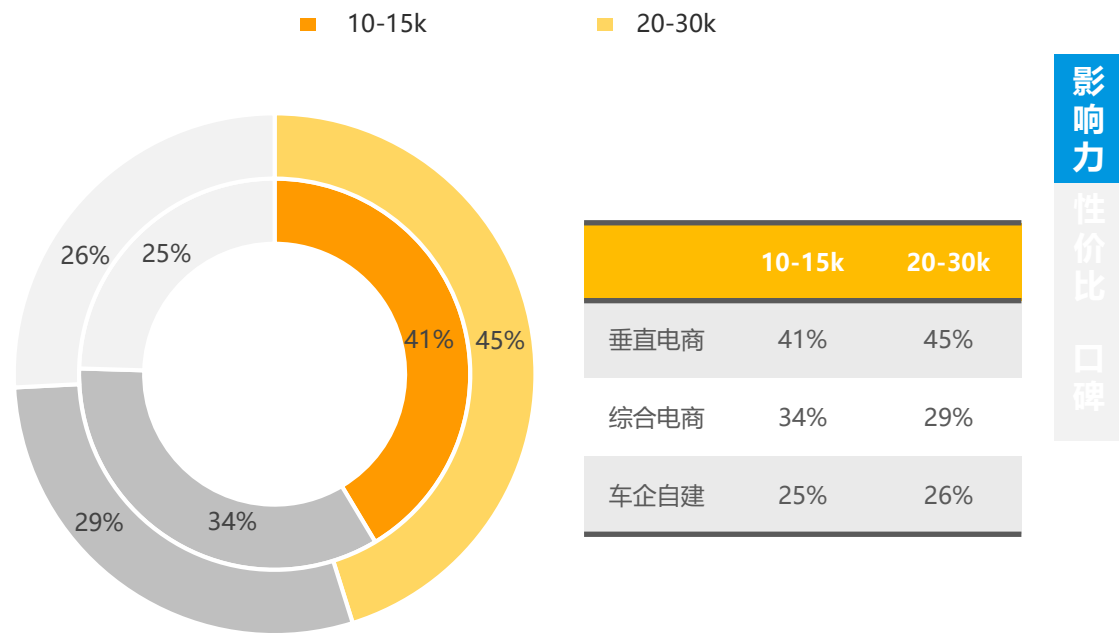
## 用户收入变动对新兴养护渠道偏好影响



数据来源：2018年7月用户市场调研，样本量N=1000

©Analysys 易观

## 垂直电商养护渠道成重要影响因子



影响力  
性价比  
口碑

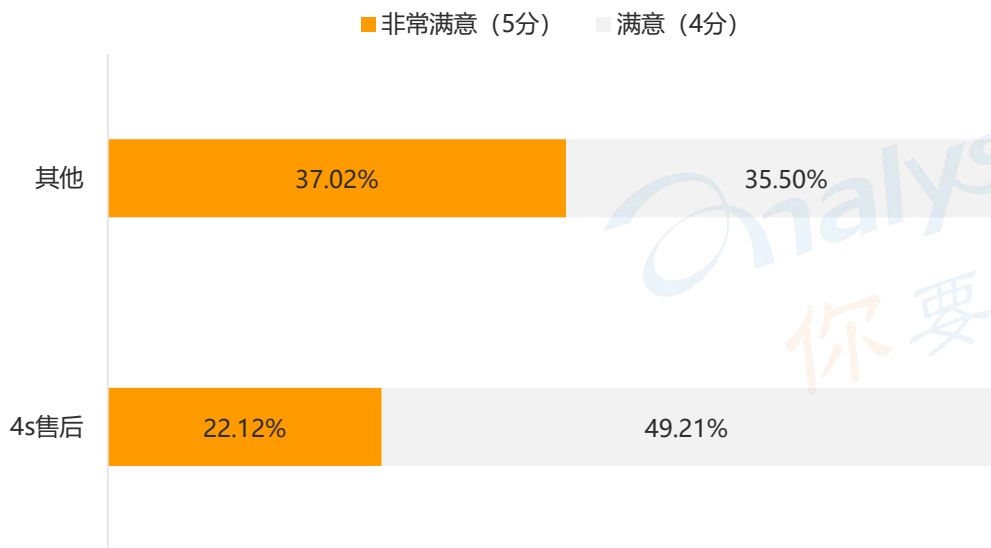
www.analysys.cn



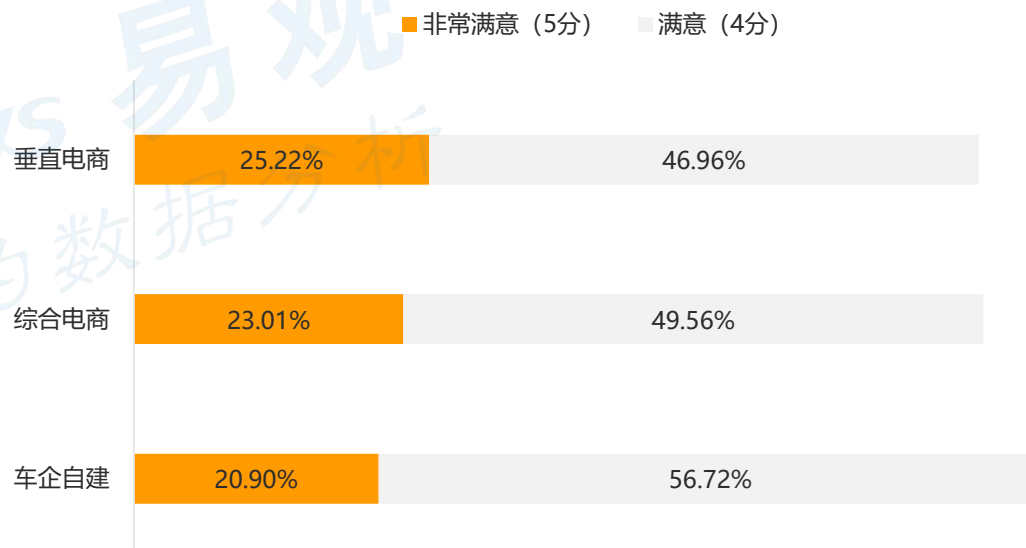
# 轮胎更换：其他门店与垂直电商分别在各自渠道领域中获得更高的性价比满意度

- 据易观用户市场调研数据显示，传统养护渠道中，用户对除4s售后渠道以外的其他渠道性价比满意度最高，非常满意（5分）占比达37.02%，新兴养护渠道中，用户对垂直电商渠道的性价比满意度最高，非常满意（5分）占比达25.22%；
- Analysys易观分析认为**，虽然传统养护渠道中其他门店渠道性价比远超4s售后渠道，但汽配质量参差不齐是遏制该渠道发展的死穴，4s售后渠道性价比低也是该渠道所面临的最大问题，垂直电商平台通过与上游厂商达成合作把控汽配质量，推出优惠活动降低养护价格，有效提升了用户对该渠道的性价比满意度。

## 传统养护渠道性价比满意度评价



## 新兴养护渠道性价比满意度评价



影响力  
性价比  
口碑

数据来源：2018年7月用户市场调研，样本量N=1000

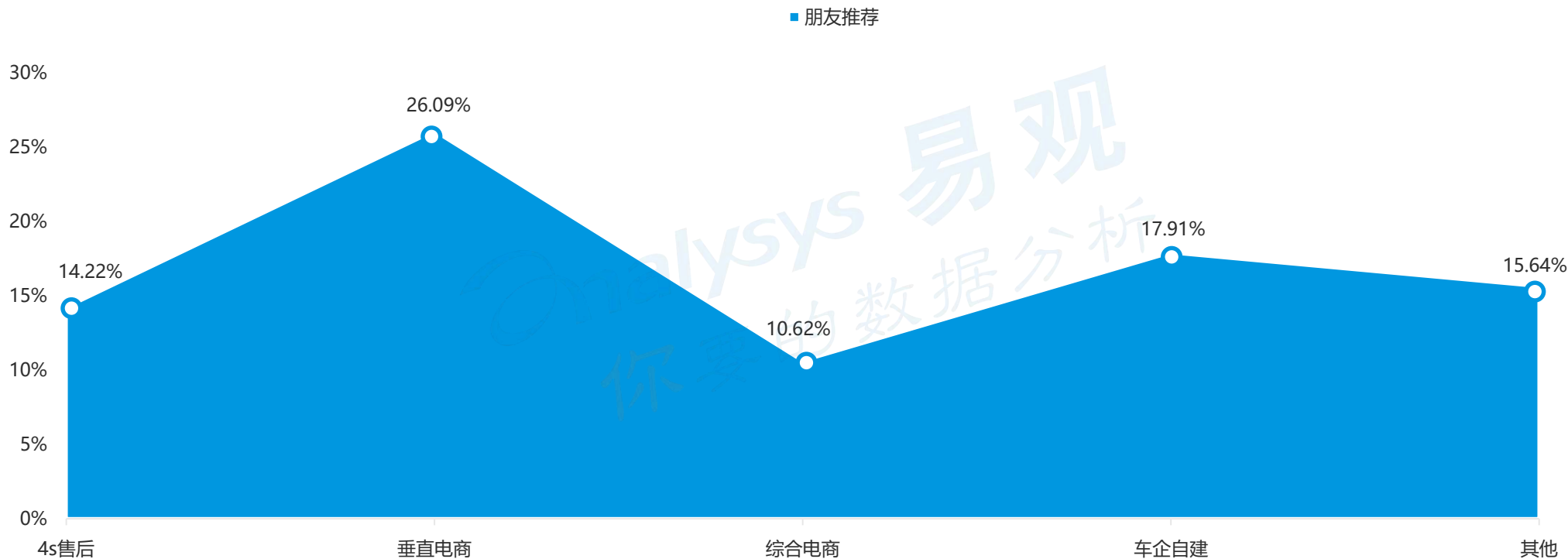
©Analysys 易观

www.analysys.cn

# 轮胎更换：口碑相传提高渠道认可度，垂直电商养护占比最高

- 据易观用户市场调研数据显示，垂直电商养护渠道中通过朋友推荐体验养护服务的用户占比最高，达26.09%。
- **Analysys易观分析认为**，用户在轮胎更换时对渠道的选择更加灵活，对体验好的养护渠道也表现出更多的偏好，各类新兴养护渠道尚处在发展初期，用户的口碑评价是提升其渠道影响力的重要方式，因此，各个养护渠道都在通过提升养护性价比，优化用户体验的方式，增加用户间的口碑宣传度。

垂直电商养护渠道获得更多用户口碑相传



影响力  
性价比  
口碑

数据来源：2018年7月用户市场调研，样本量N=1000

# 新兴养护渠道被市场认可，途虎养车已经成为线上线下相结合的新兴养护连锁服务品牌，收获更多用户青睐

- 活跃用户指标反映了APP的用户规模情况，从易观千帆移动端APP监测数据显示，途虎养车APP用户规模居行业首位。
- **Analysys易观分析认为**，随着用户对新兴养护渠道的接受度不断提升，行业整体用户规模有望进一步增加，各个企业也将通过多种运营手段进一步提高活跃用户数量。此外，途虎养车已经成为线上线下相结合的新兴养护连锁服务品牌，并且不断扩张其线下门店数量，提升线下养护服务能力。

2018年7月线上养车移动端用户规模



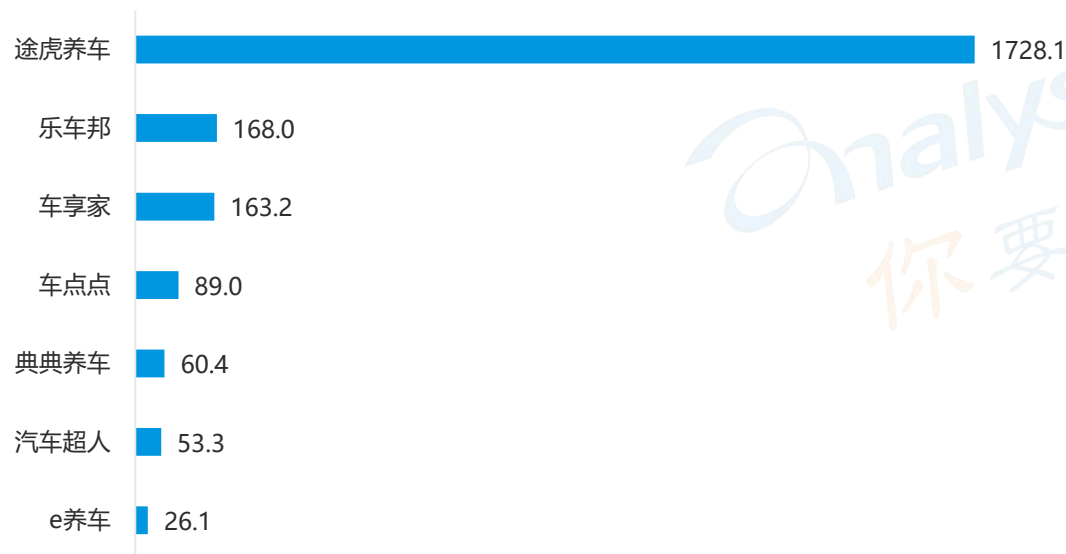
数据说明：易观千帆只对独立APP中的用户数据进行监测统计，不包括APP之外的调用等行为产生的用户数据。截止2018年第2季度易观千帆基于对23.2亿累计装机覆盖及5.9亿活跃用户的行为监测结果采用自主研发的enfoTech技术，帮助您有效了解数字消费者在智能手机上的行为轨迹。

# 新兴养护平台服务优化升级，用户对平台依赖度提升

- 启动次数和使用时长是反应移动端APP用户粘性的重要指标，平台运营、产品设计、服务体验是影响用户粘性的重要因素，从易观千帆移动端APP监测数据显示，途虎养车APP在启动此次数和使用时长方面遥遥领先，以绝对优势领跑行业。
- **Analysys易观分析认为**，随着互联网化程度普及以及新兴养护平台不断涌现，用户对线上养车方式的接受程度不断提升，各平台不断优化线上养护流程，用户对新兴养护平台的依赖程度逐渐提升。

## 2018年7月线上养车移动端启动次数

■ 启动次数（万次）



## 2018年7月线上养车移动端使用时长

■ 使用时长（万小时）



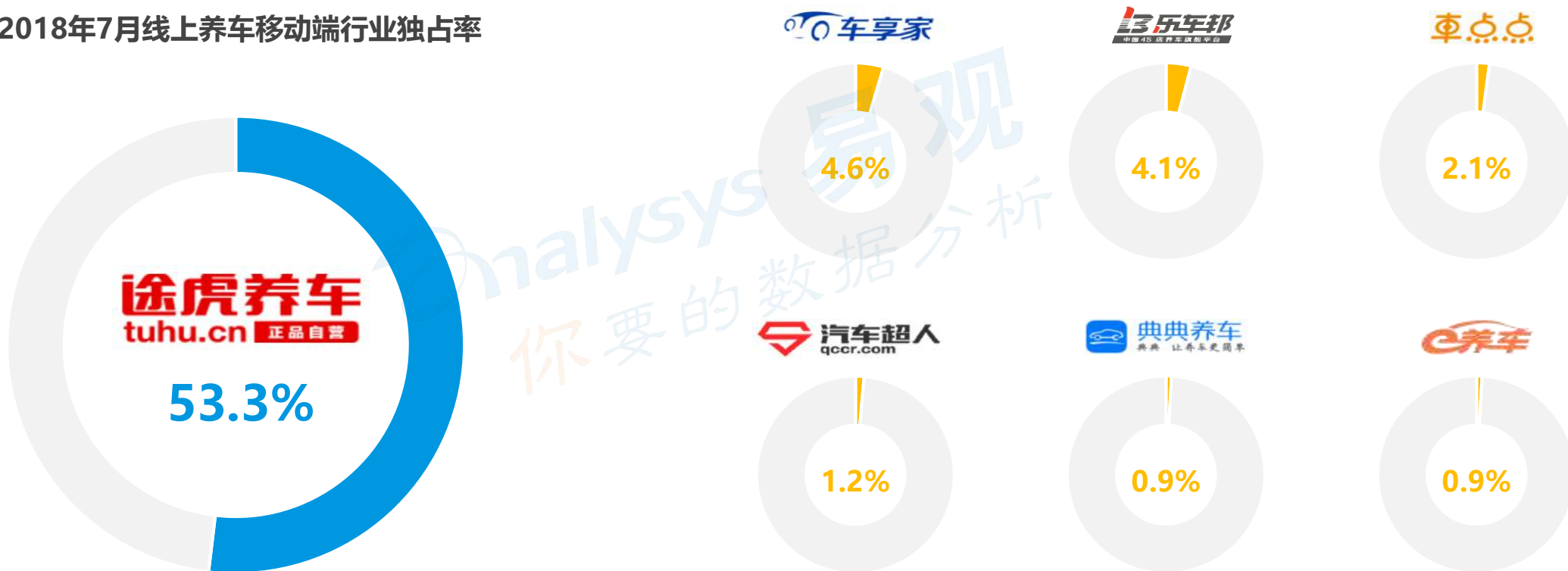
数据说明：易观千帆只对独立APP中的用户数据进行监测统计，不包括APP之外的调用等行为产生的用户数据。截止2018年第2季度易观千帆基于对23.2亿累计装机覆盖及5.9亿活跃用户的行为监测结果采用自主研发的enfoTech技术，帮助您有效了解数字消费者在智能手机上的行为轨迹。



# 新兴养护平台用户忠诚度高，一站式养护满足用户养车需求

- 行业独占率是一项可以反映用户忠诚度的重要指标，同时也侧面反映出平台是否可以满足车主的一切养护需求，随着新兴养护渠道服务种类的不断丰富，一站式养护成为各平台重点打造的养护模式，即一款APP解决用户的所有养护需求。从易观千帆移动端APP监测数据显示，途虎养车APP行业独占率达53.3%，超过一半的用户只安装了途虎养车APP，用户对途虎养车的忠诚度很高，同时也反映出途虎养车带给用户很好的养护体验。

2018年7月线上养车移动端行业独占率



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2018年第2季度易观千帆基于对23.2亿累计装机覆盖及5.9亿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



### 中国汽车养护市场发展趋势

© Analysys 易观

[www.analysys.cn](http://www.analysys.cn)

# 趋势：养护服务数字化助力企业降本增效，为智能化养护奠定发展基础

- **Analysys易观分析认为**，汽车养护数字化是在线上养护模式下更深度的发展，通过打通门店与用户、门店与供应生态之间的数据联通，助力企业实现养护业务的降本增效。同时，汽车养护数字化是实现服务推送、智能仓储等智能化养护服务的前提。



养护数字化



供应链数字化



## 价值点



客户管理

- ✓ **【养护记录数字化】** 养护门店及时获取车辆此前的养护情况。



维修派工

- ✓ **【人员安排数字化】** 优先为空闲技师分配养护任务。



透明车间

- ✓ **【养护车间数字化】** 用户及时了解车辆养护进度，合理利用等候时间。

### 【降本增效】

降低人员雇佣以及仓储囤货的成本，优化养护流程，提升门店运营效率。

### 【养护智能化】

打通用户、门店、供应生态间的数据，为智能化养护奠定了基础。

- ✓ **【门店仓储数字化】** 有助于门店完成实时补货，提升仓储周转效率。



智能仓储

- ✓ **【汽配数字化】** 把控养护市场实际需求，调整汽配备货数量。



汽配管理

# 趋势：线上与线下相结合的养护模式快速发展，为用户提供品质化、多样化的养护服务是提升平台竞争力的关键



随着用户生活方式的改变，线上与线下相结合的养护模式成为汽车养护的重要选择，相比传统养护渠道，线上与线下相结合的养护方式在提高养护便捷性、增加价格透明度的同时，着眼于发展线下门店，提升线下养护能力，统一服务标准，增加用户养护服务体验。



随着养车观念的不断升级，用户对养护价格的关注逐渐转变为对养护品质的关注，用户愿意为高品质的服务付出相应的费用，单纯低价的养护服务很难让用户买单，保证养护品质是每个厂商留住用户的关键。



为增加用户规模和用户粘性，各类养护渠道通过增加多维度的增值服务，打造一站式养车电商平台，保障用户在用车全生命周期中的需求都得到满足，同时，将相对高频的增值服务纳入平台，提升用户对养护平台的依赖度。



# 数据驱动精益成长

- 易观方舟
- 易观千帆
- 易观万像
- 易观标签云



易观方舟试用



易观千帆试用



易观订阅号