

2018 中国汽车用户 线上养护行为报告



联合出品

目录

Part 1

数解中国汽车后市场

Part 2

线上养护消费群体分析

Part 3

线上养护消费数据分析

Part 4

2017年行业热点事件

Part 5

畅想2020

Part 6

合作机构



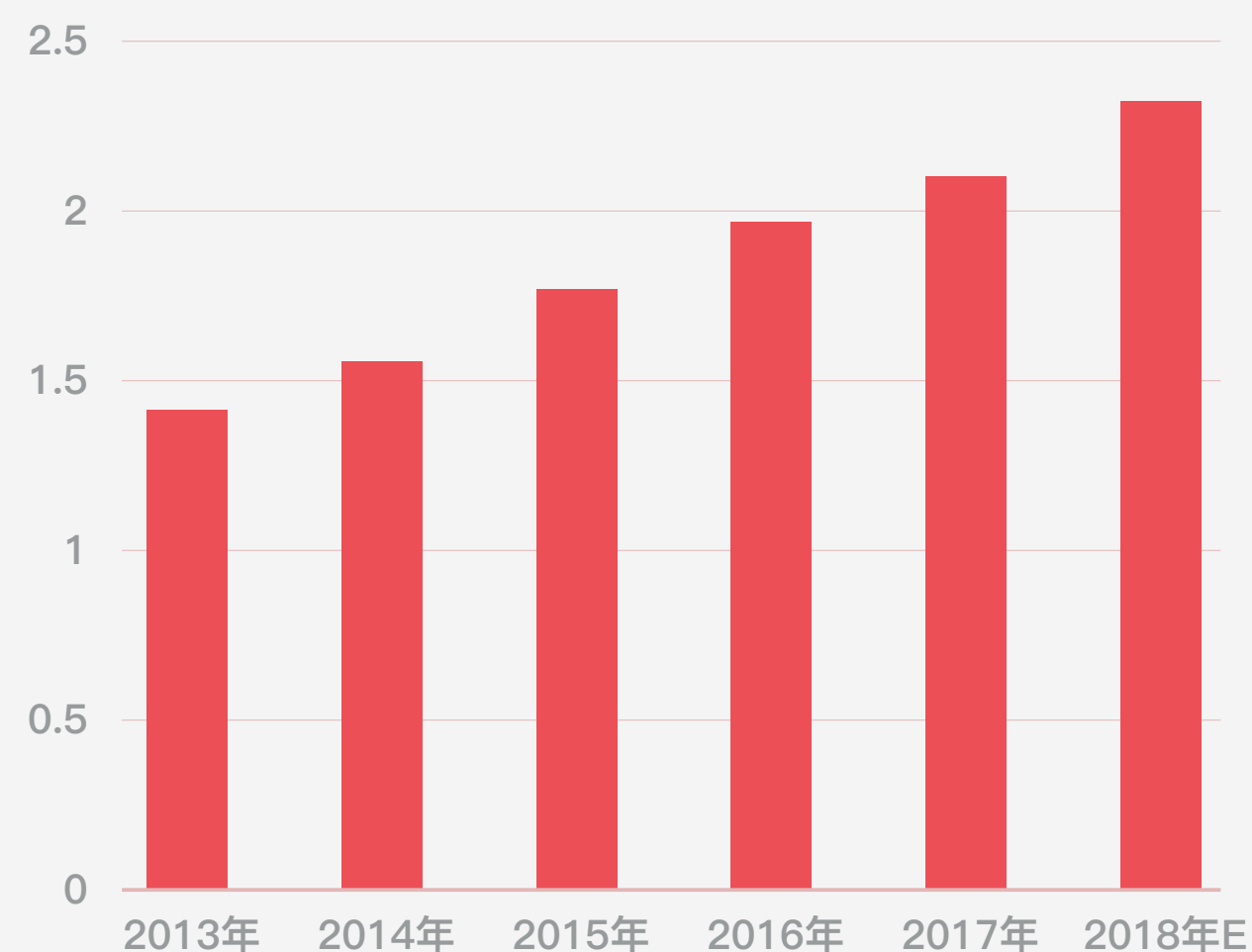


数解中国汽车后市场

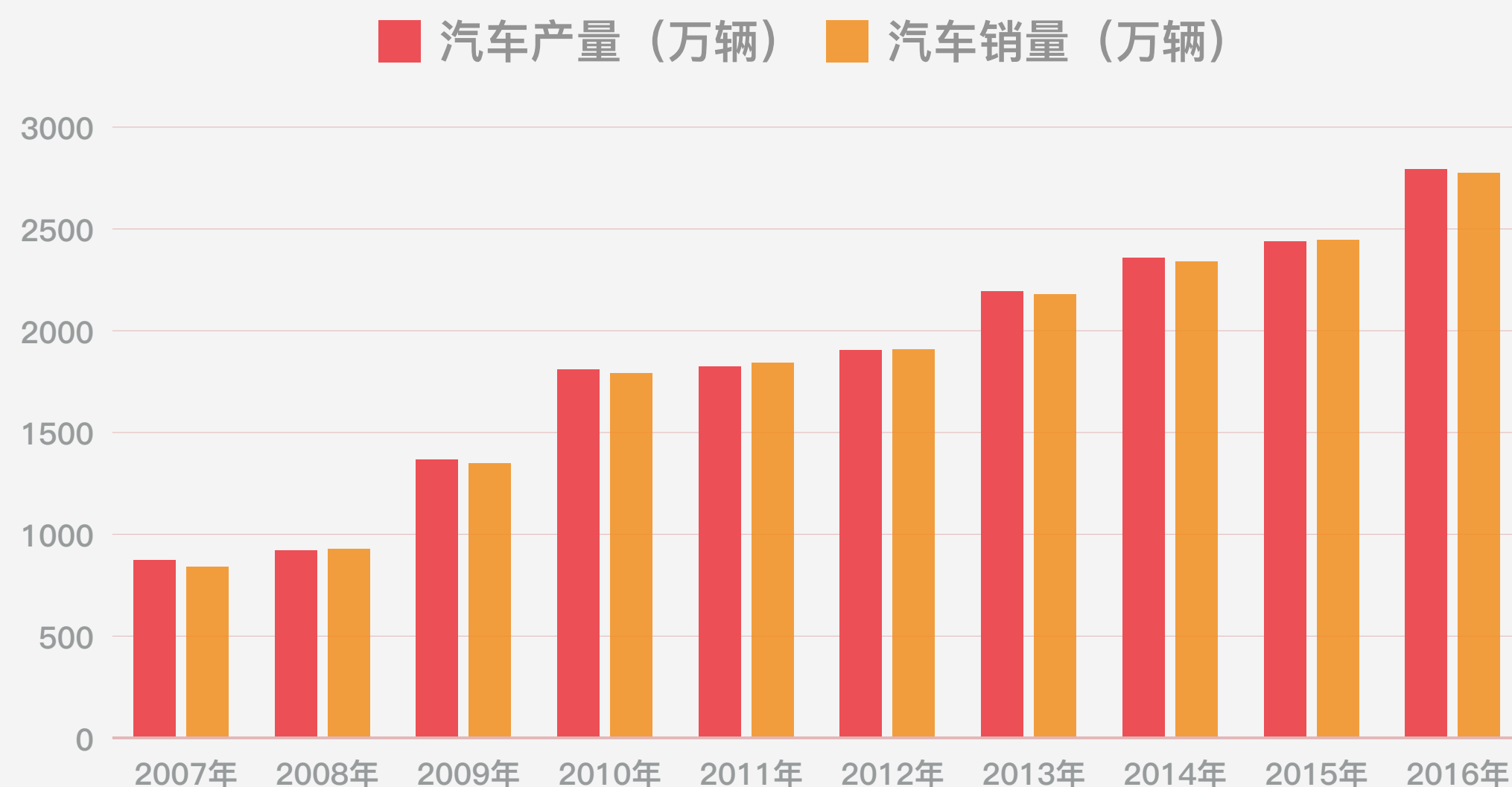
PART
1

中国汽车保有量持续上升 汽车产业链利润点向“后”转移

全国汽车保有量（亿辆）



2007-2016年中国汽车产销规模情况



📖 2017年保有量预测数据来源于中国产业信息网；产销规模数据来自易观《中国汽车后市场电商年度综合分析2017》报告

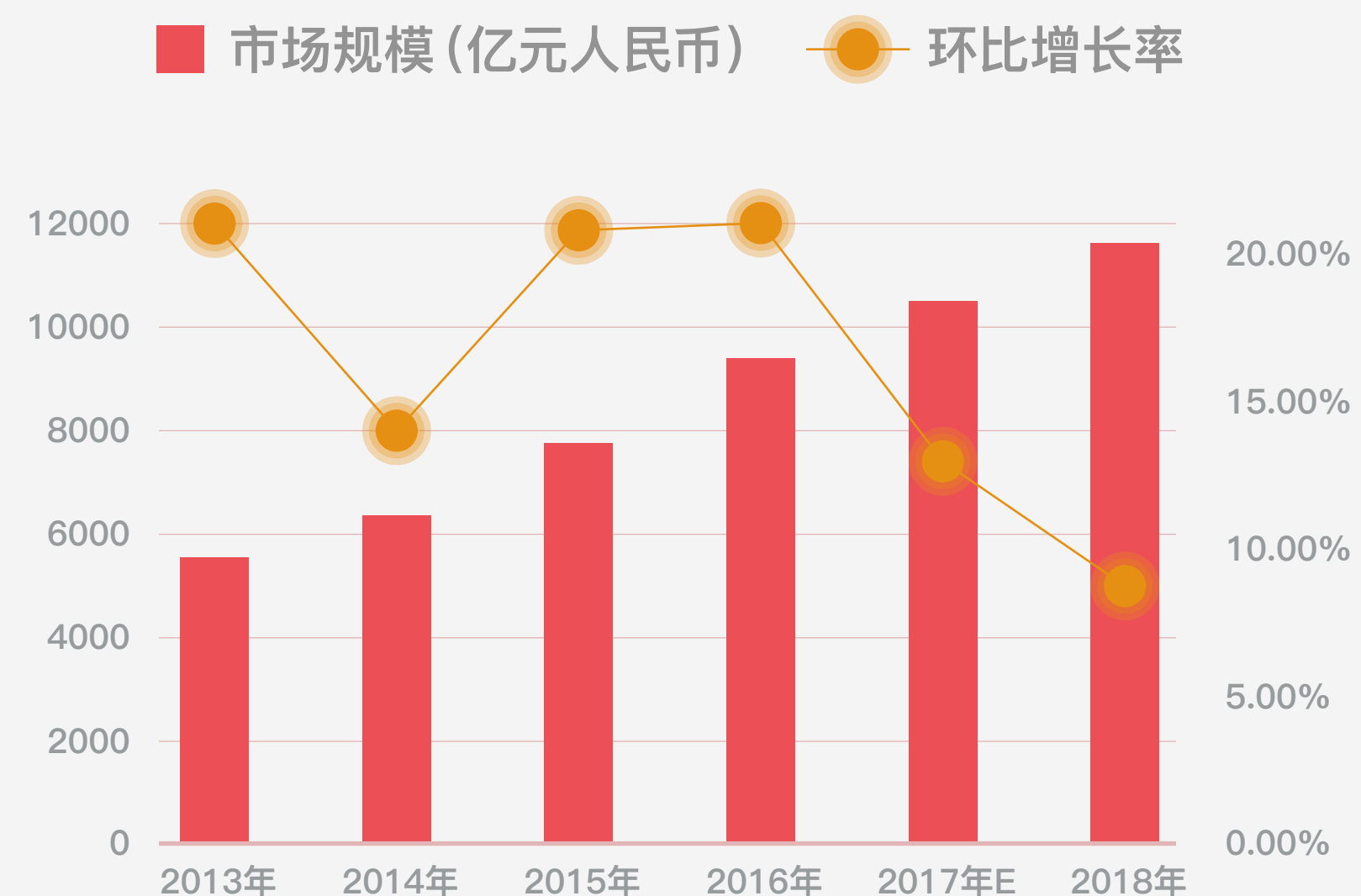
近年来，我国新车销售增速放缓，汽车行业由“增量时代”转变为“存量时代”。同时，中国汽车保有量保持稳定增长，公安部交通管理局2018年1月15日公布，截至2017年底，全国汽车保有量达2.17亿辆，其中以个人名义登记的小型 and 微型载客汽车(私家车)达1.70亿辆。目前，我国平均车龄约4年，“高保有量+车龄”双轮驱动，中国汽车后市场需求爆发，整个汽车产业链利润点向“后”转移。

“万亿”市场规模初步形成，线上汽车养护时代悄然到来

2016年中国汽车后市场电商用户渗透率



2013-2018年中国汽车后市场规模预测

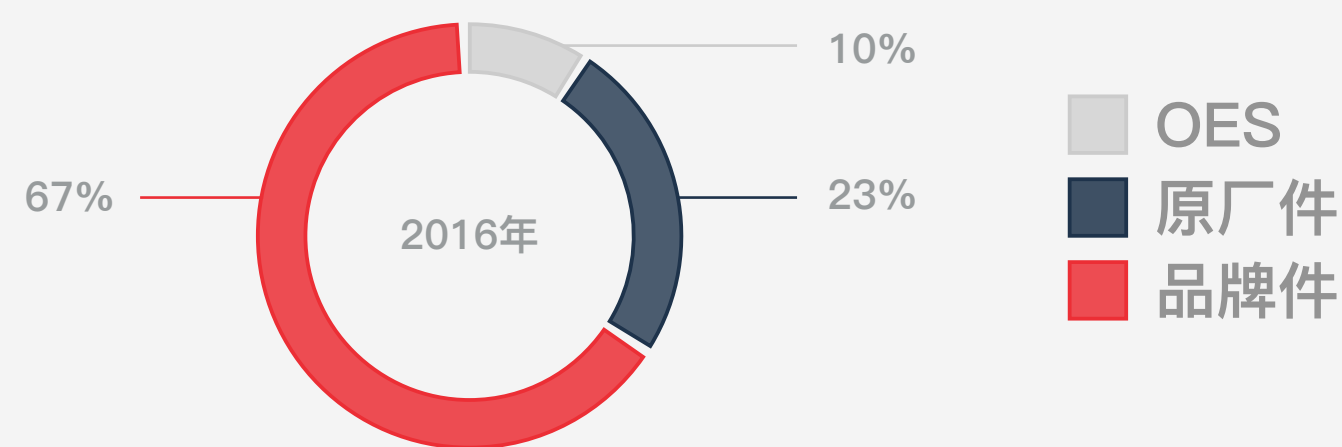


数据来源：后市场规模预估与电商渗透率数据来自易观《中国汽车后市场电商年度综合分析2017》报告

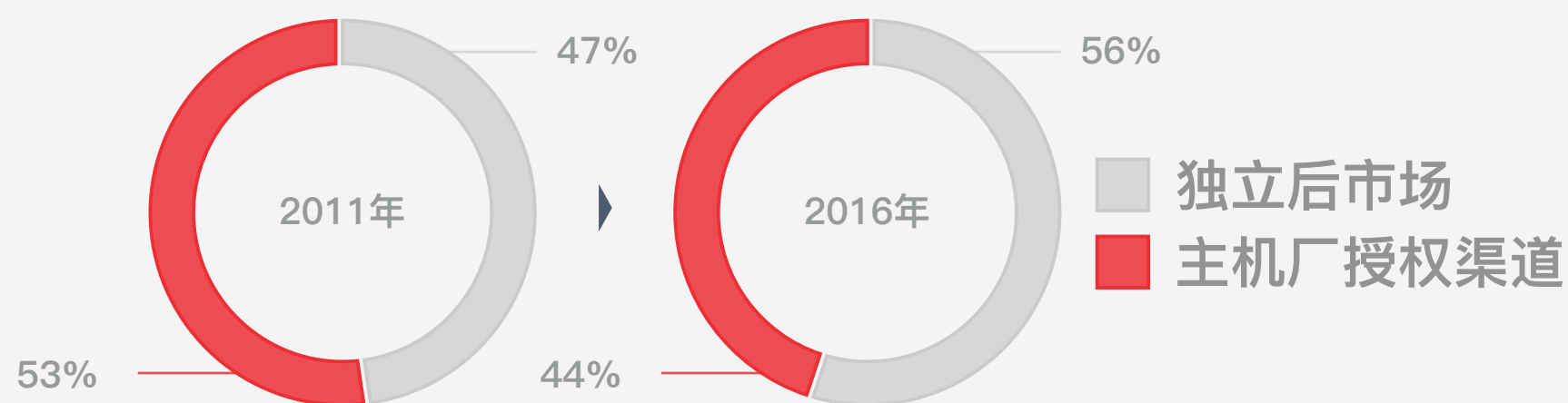
2016年，中国汽车后市场规模已达9330亿元，2017年汽车后市场“万亿”规模初步形成。而同时，汽车后市场互联网用户的渗透率增长迅速，2016年底已达到16%，越来越多的独立用户选择离开传统的养车模式，线上汽车养护时代悄然到来。

品牌联合化趋势显著，供应链成为兵家必争之地

后市场配件来源切分



配件终端零售对比



2017年，途虎养车与后市场知名品牌方德国马牌、博世、固特异、邓禄普、瓦尔塔、3M、辉门、海湾相继达成深度或战略合作。

2017年，京东汽车用品相继与德国马牌、博世、3M、固特异等品牌方合作；7月，德国元老清洁品牌德国凯驰集团携手天猫汽车事业部，在浙江建德签署战略合作协议；11月，国美宣布全面进军汽车后市场。

2018年开年，苏宁汽车与曼胡默尔正式达成战略合作。

数据来源：数据来自罗兰贝格2017《中国汽车后市场供应链白皮书》；新闻事件来源于媒体报道

中国车主对品牌件的青睐使得品牌商的重要性更加凸显，供应链成为兵家必争之地，后市场服务商越来越注重为车主提供价格合理、品质保证的品牌件。2017年，后市场品牌联合化趋势尤为显著。

相关政策持续推出，汽车后市场迎来发展机遇

2014年

9月

2014年9月，十部委联合发布《关于促进汽车维修业转型升级提升服务质量的指导意见》，该政策将解除制约汽车后市场的发展障碍。

2015年

8月

2015年8月，交通运输部办公厅公布《交通运输部关于修改〈机动车维修管理规定〉的决定》。该政策将推动未来汽车售后服务市场透明化进程。

2016年

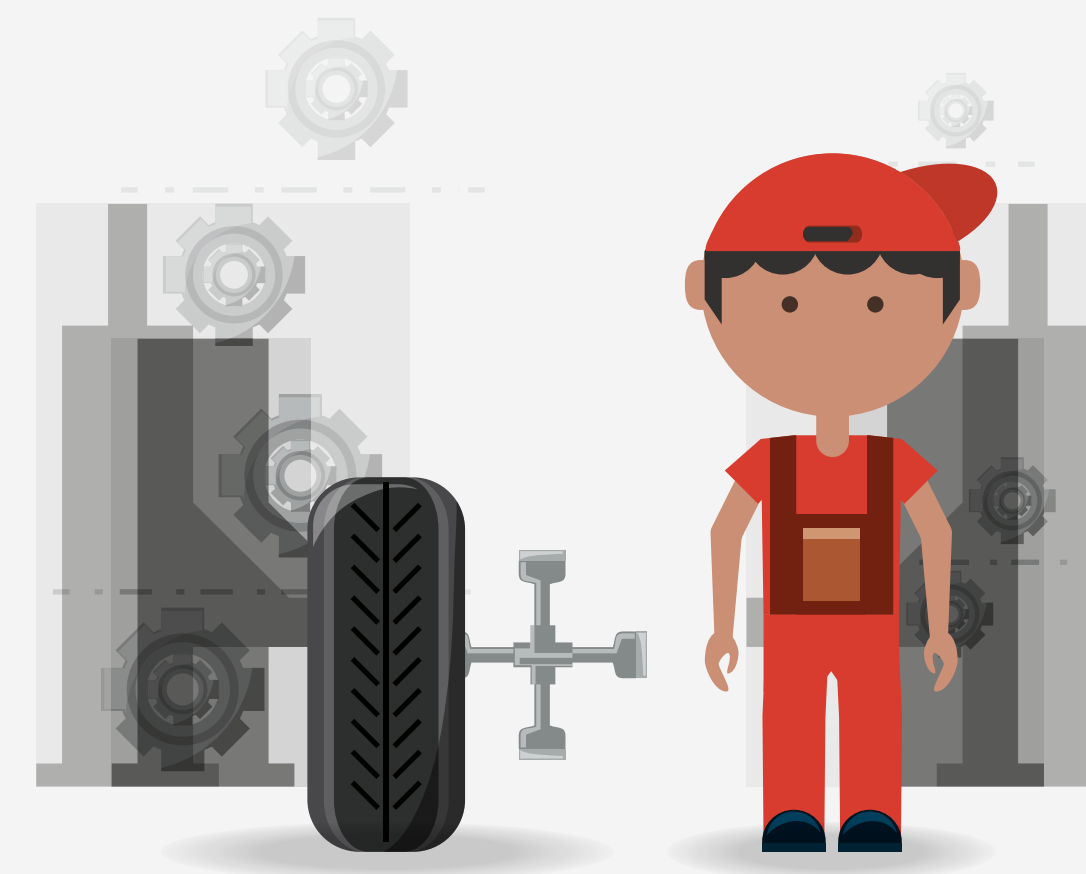
2月

2016年2月，商务部发布《汽车销售管理办法(征求意见稿)》，汽车反垄断进入实质性攻坚阶段。

2017年

7月

2017年7月，商务部正式发布《汽车销售管理办法》，经销商不必获得厂家授权，电商平台、汽车卖场、独立售后等非授权模式迎来发展机遇。



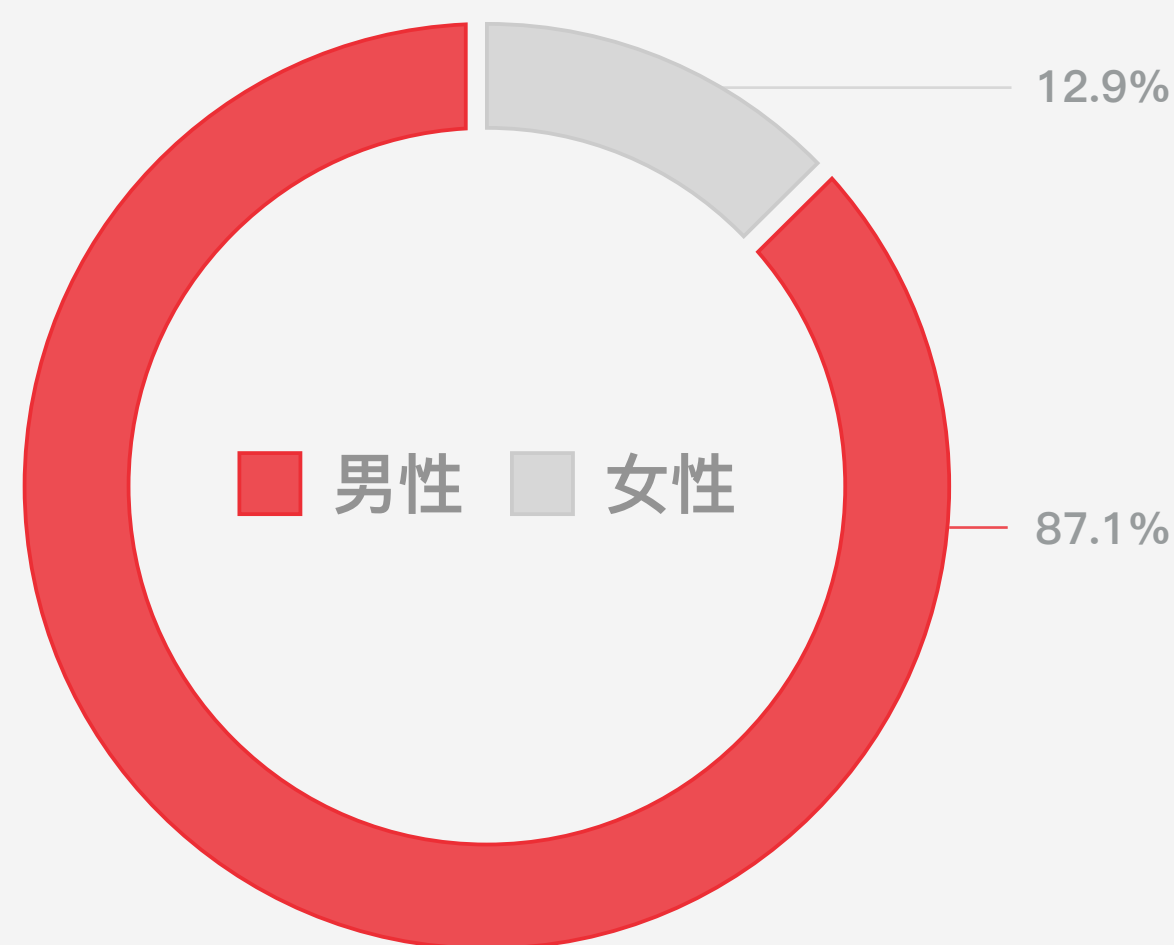


线上养护消费群体分析

PART
2

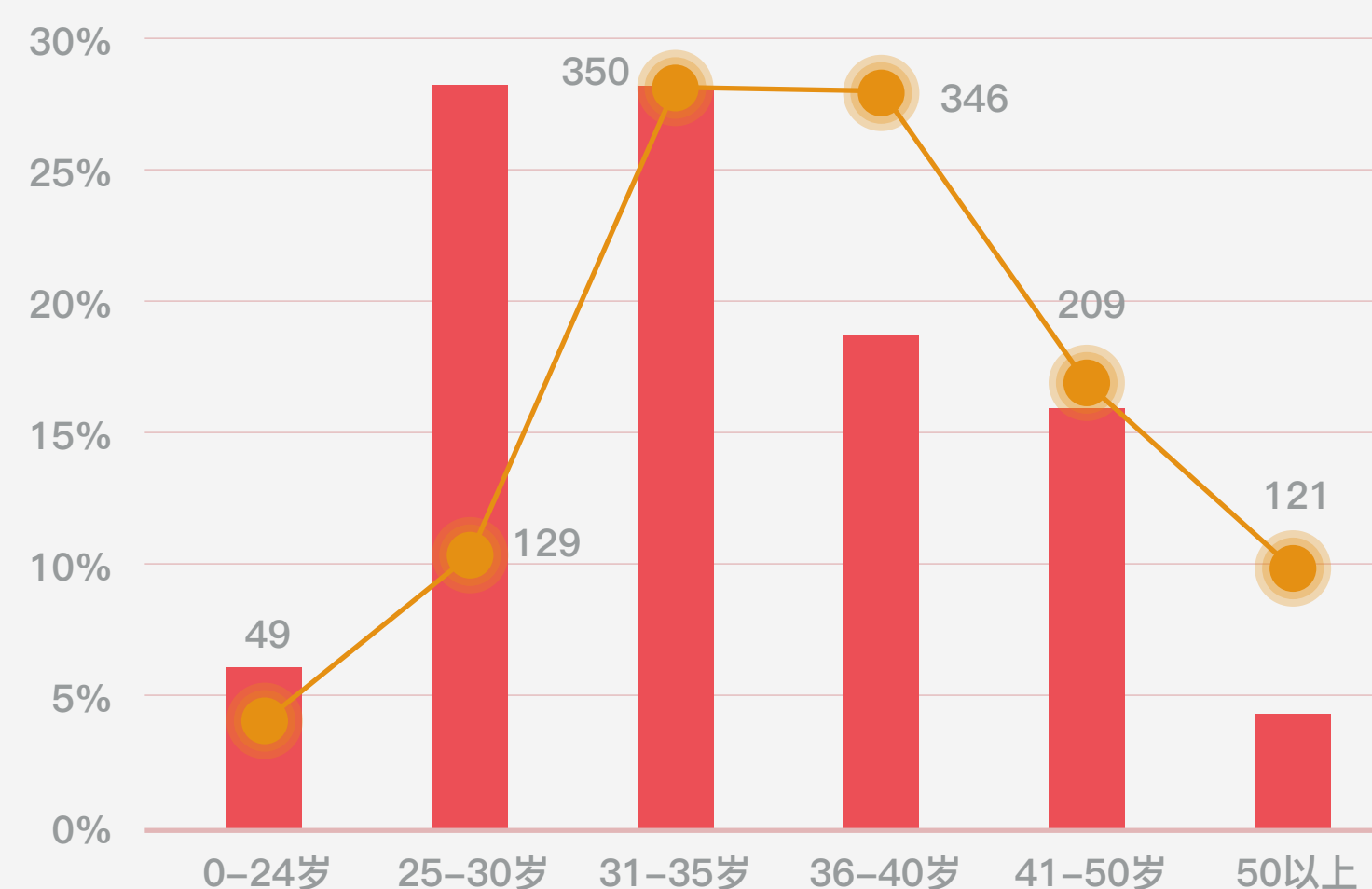
汽车养护——男性的专属浪漫？

性别占比



年龄占比与TGI指数

■ 年龄占比 (比例) ● TGI指数 (数字)



数据来源：以上数据来自于腾讯社交广告及途虎养车大数据·途虎研究中心

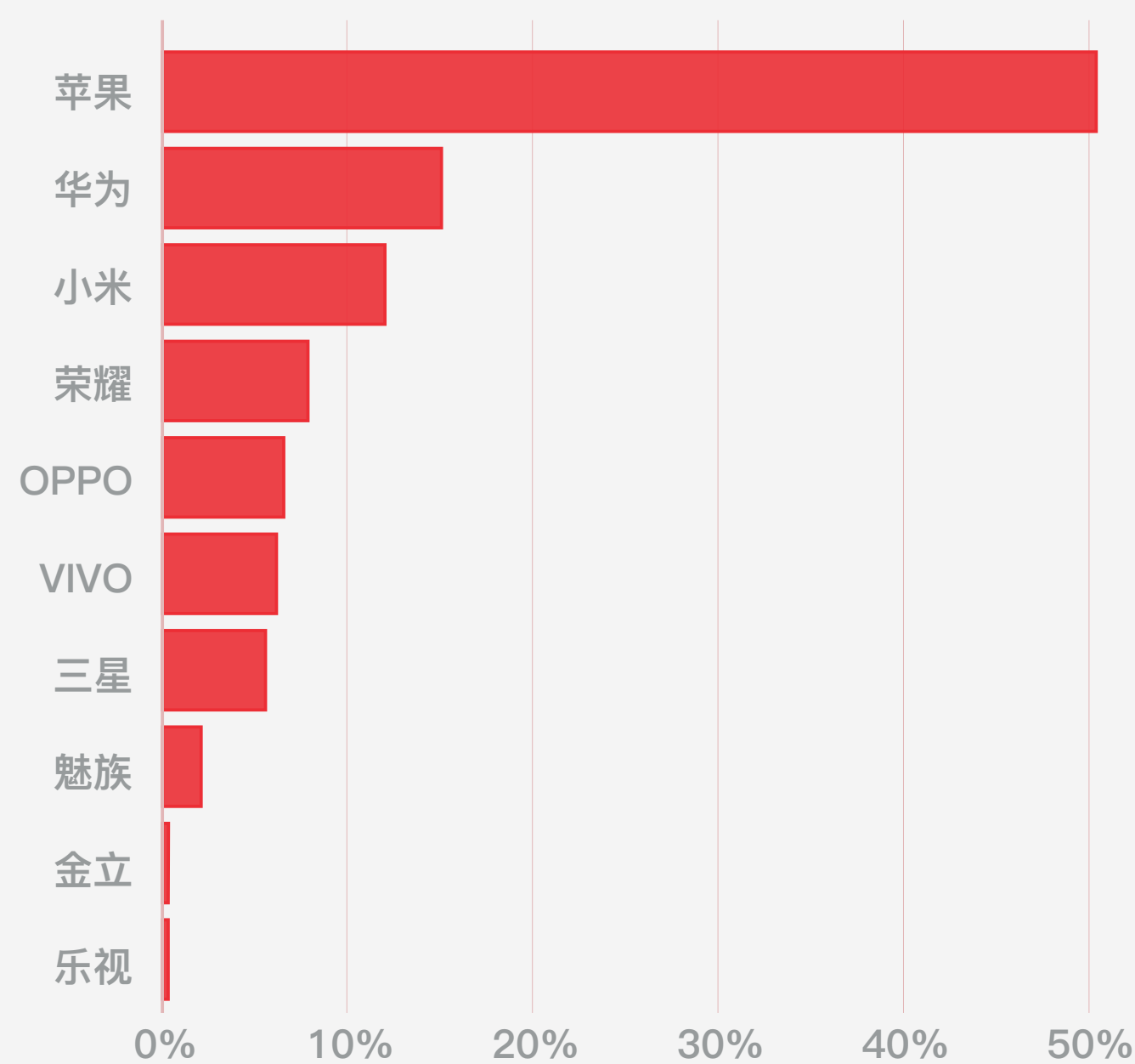
TGI: 即Target Group Index (目标群体指数)，可反映目标群体在特定研究范围(如地理区域、人口统计领域、媒体受众、产品消费者)内的强势或弱势。

腾讯社交广告&途虎养车联合分析显示，在线上养护领域，男性用户成为了绝对的主力，这或许说明对于汽车养护这件事，男性比女性更大的主动权。

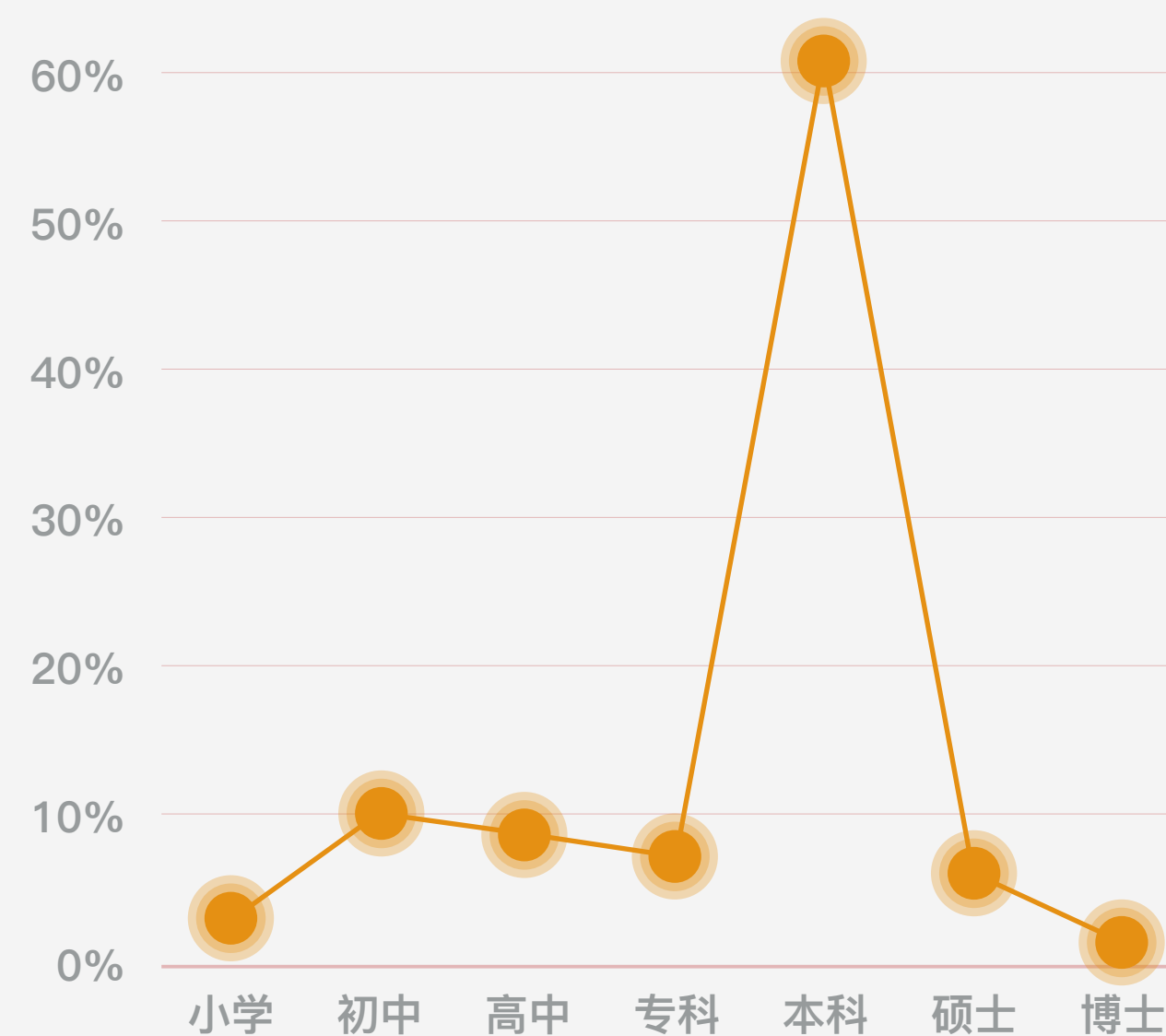
而在年龄占比分析中，25-35岁用户成为了绝对的主力，两者合计占比超过50%。但从TGI的情况来看，30-35岁人群TGI高达350，而36-40岁人群则高达346。这说明，在线上养护消费中，30-40岁人最为偏爱线上汽车养护。

过半用户持有苹果手机，本科学历占比超6成

持有手机占比



学历占比



数据来源：以上数据来自于腾讯社交广告及途虎养车大数据·途虎研究中心

腾讯社交广告&途虎养车联合分析显示，线上养护人群中，拥有拥有一台价格较高的苹果手机的人群比例超过50%，国产品牌华为和小米的持有占有率紧随其后。

而在学历占比的分析中，本科学历持有者在线上汽车养护人群中占比超过60%。

集中沿海发达地区及北京，养护消费“城会玩”

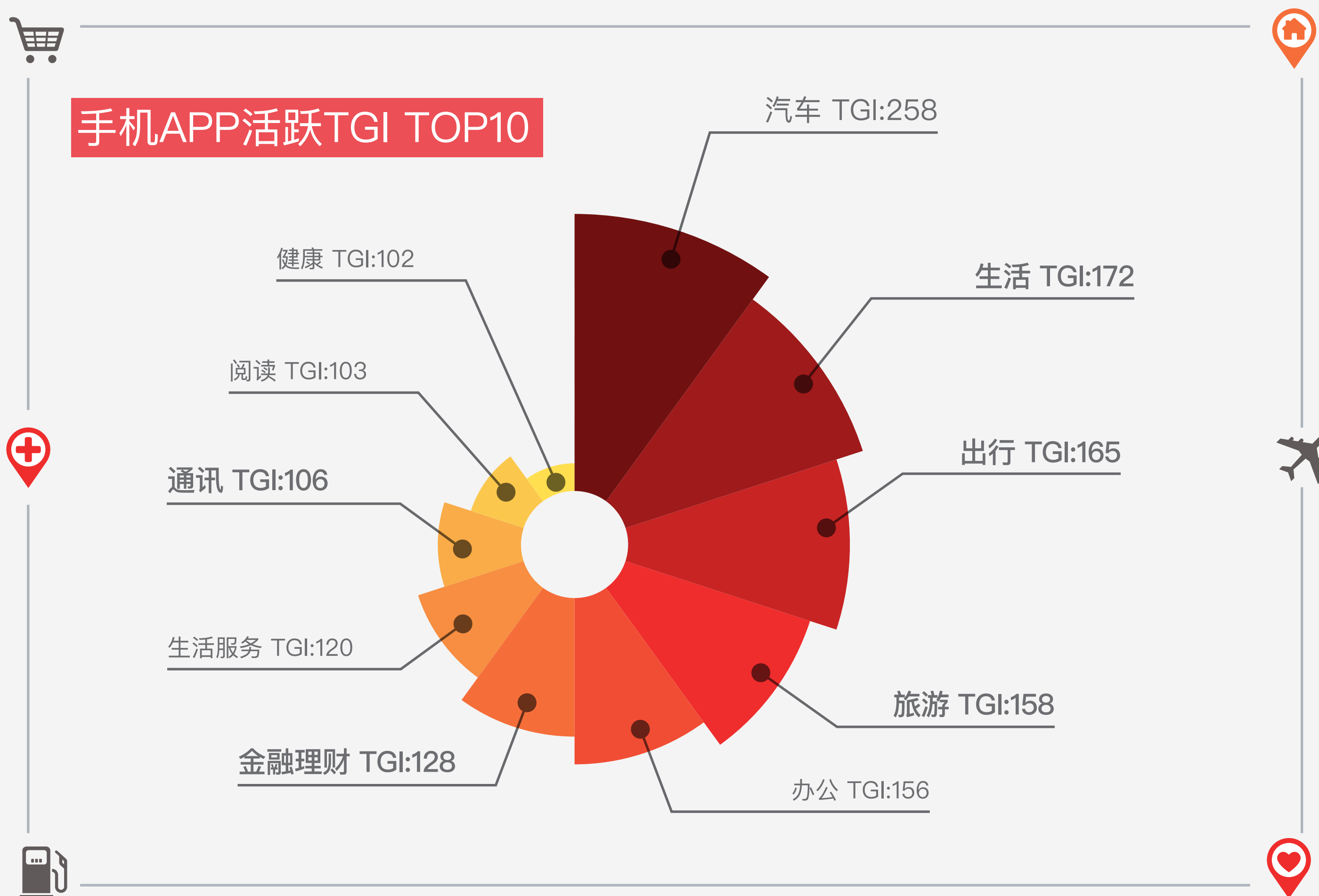
用户省市分布占比



线上养护在全国地区的用户占比与该地区“互联网+”数字经济总指数基本成正比，即互联网接受度高，线上养护消费占比也高。

具体来讲，线上养护在全国地区的用户占比分为以下三个梯队：第一梯队（单省市全国占比超过10%），含广东、上海和江苏三个省市。这一梯队省市皆为互联网接受度高的沿海地区，且消费能力较强。第二梯队（单省市占比2%–10%），包含浙江、北京、湖北等8个省市。该梯队虽贯穿东部、中部与西部，但都为互联网接受度较高的省份。第三梯队（单省市占比低于2%），这里主要囊括了河北、重庆、广西壮族自治区等其他互联网渗透程度较低的省市和地区用户（不含港、澳、台地区）。

身体始终在路上? 汽车、出行、旅游偏好度高



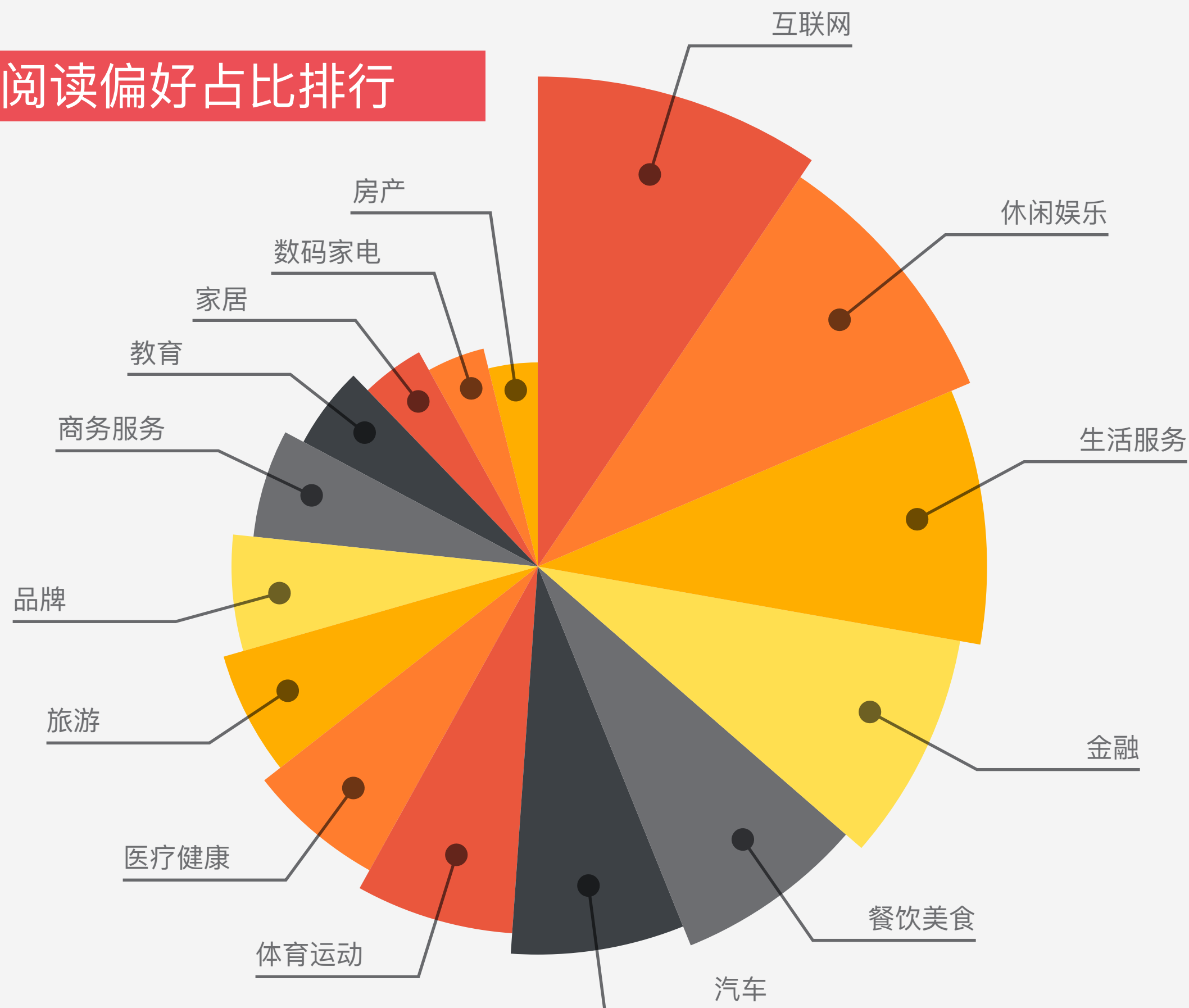
腾讯社交广告&途虎养车联合分析显示，用户兴趣最高（TGI）的类型三大APP类型为汽车、生活和出行。

但有趣的是，TGI排名前五的类别中，汽车、出行和旅游似乎都能让人联想到这样一个词：在路上。

其他方面，金融理财排在第六位，生活服务排在第七位，八至十位为通讯、阅读和健康。

关注互联网，热爱休闲娱乐和生活

阅读偏好占比排行

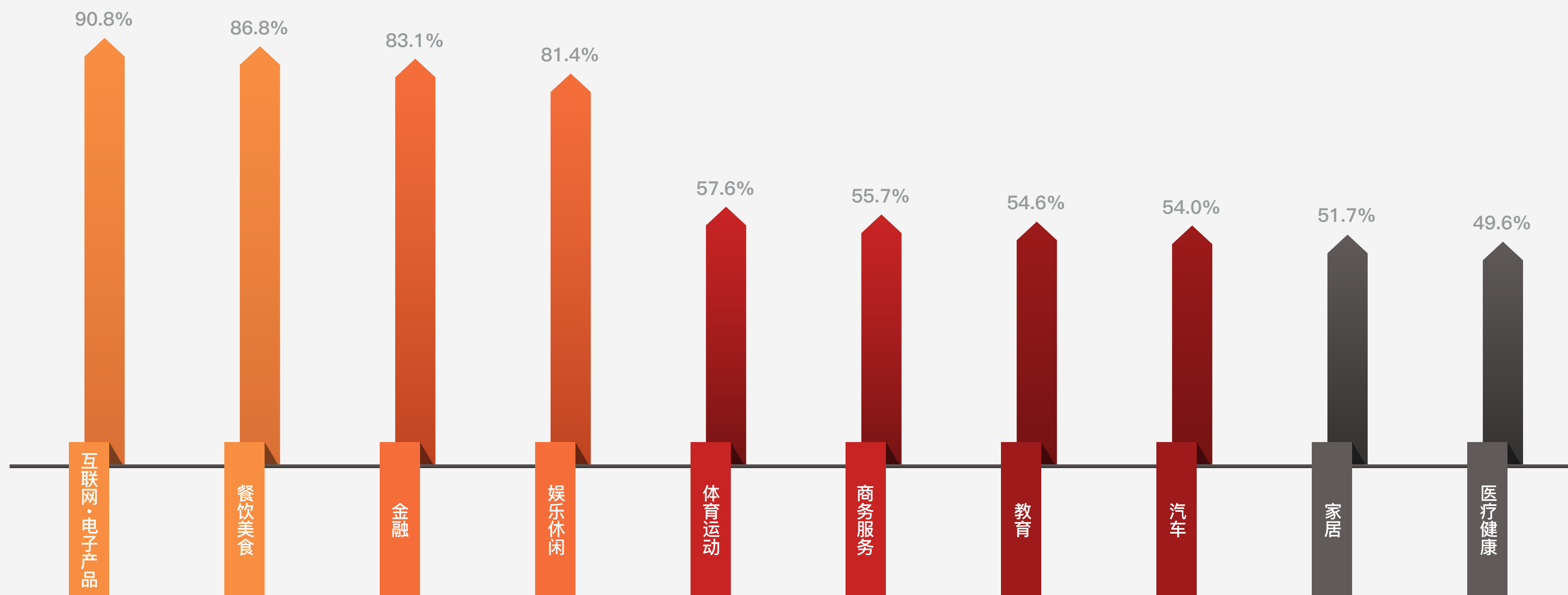


依托腾讯社交广告&途虎养车的大数据，我们得以洞察线上汽车养护人群的阅读兴趣。

我们发现，线上养护消费人群最青睐带有“互联网”、“娱乐休闲”和“生活服务”等标签的阅读类别。

另外，或许是有车以后，汽车养护消费者有着更多自己的主张，在排行前五的兴趣类别里，“汽车”标签的阅读类别反而未列入这一人群偏好前五位。

懂得享受生活：偏爱美食、休闲、运动

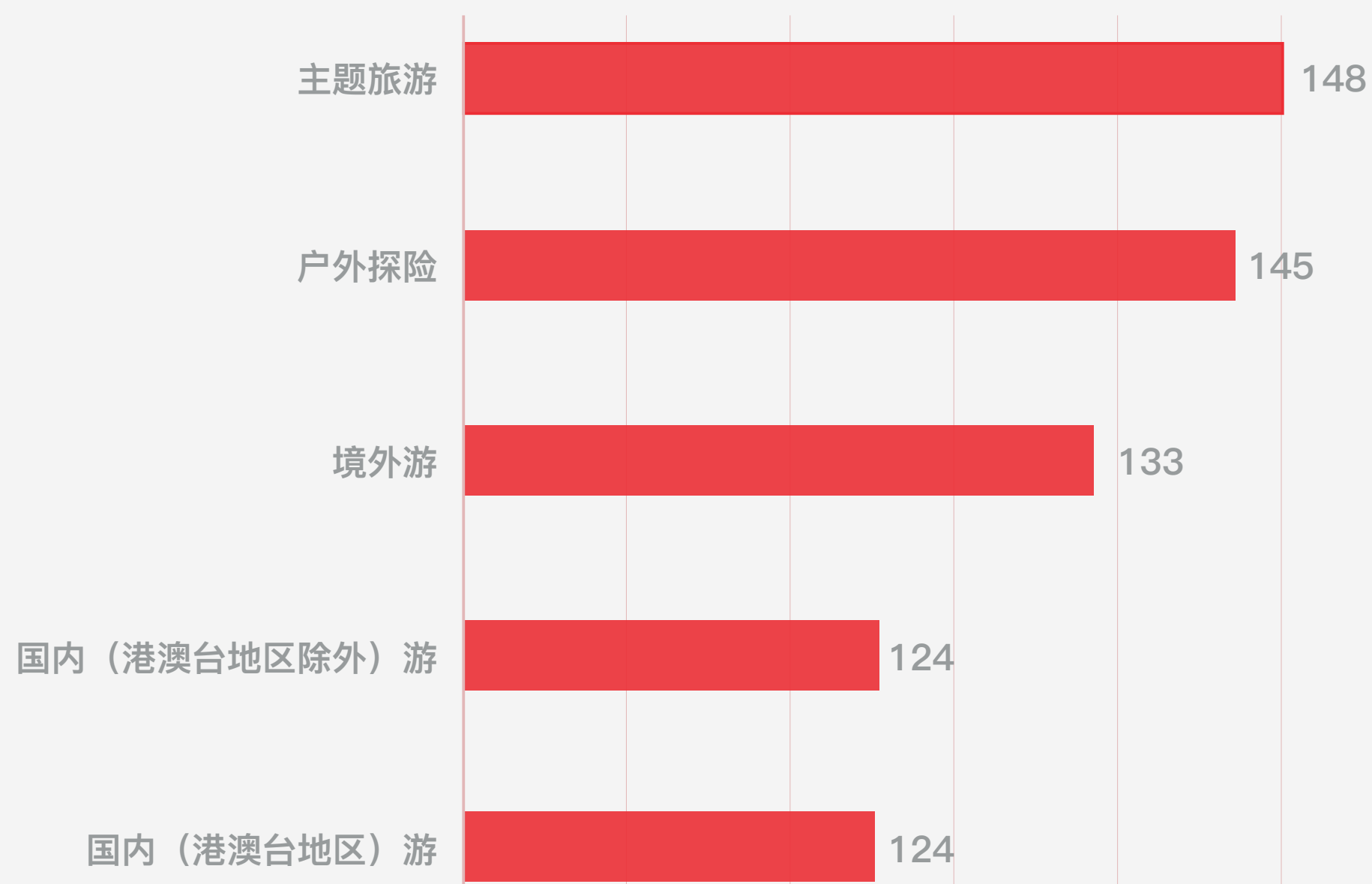


数据来源：以上数据来自于腾讯社交广告及途虎养车大数据·途虎研究中心

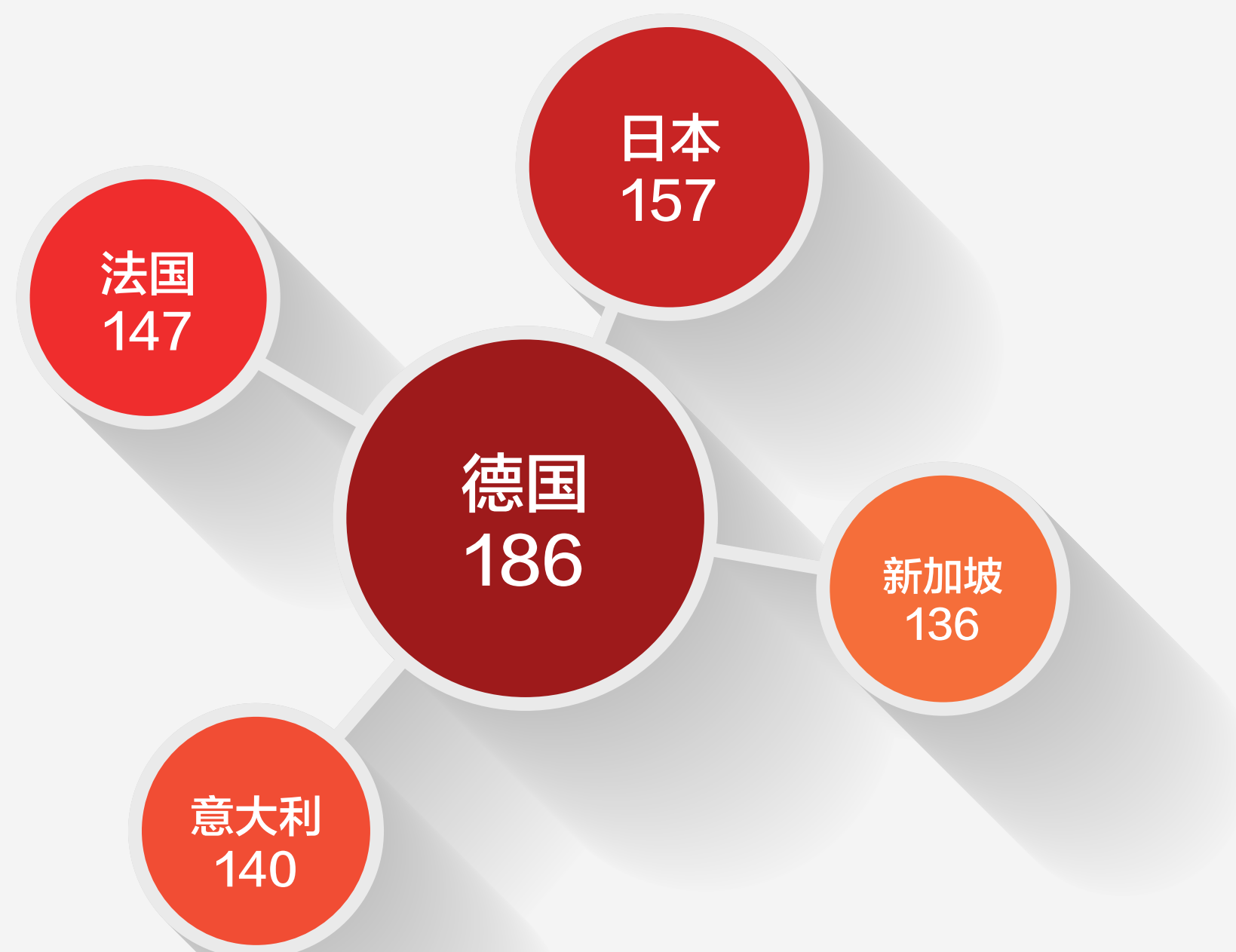
从兴趣爱好分析数据来看，线上养护消费者似乎十分懂得享受生活，在排行前十的领域中，美食、休闲、运动这些偏生活的领域占到了主要位置。

想去看看广袤的世界：发达国家目的地受热捧

旅游兴趣TGI TOP5



国外游目的地TGI TOP5



数据来源：以上数据来自于腾讯社交广告及途虎养车大数据·途虎研究中心

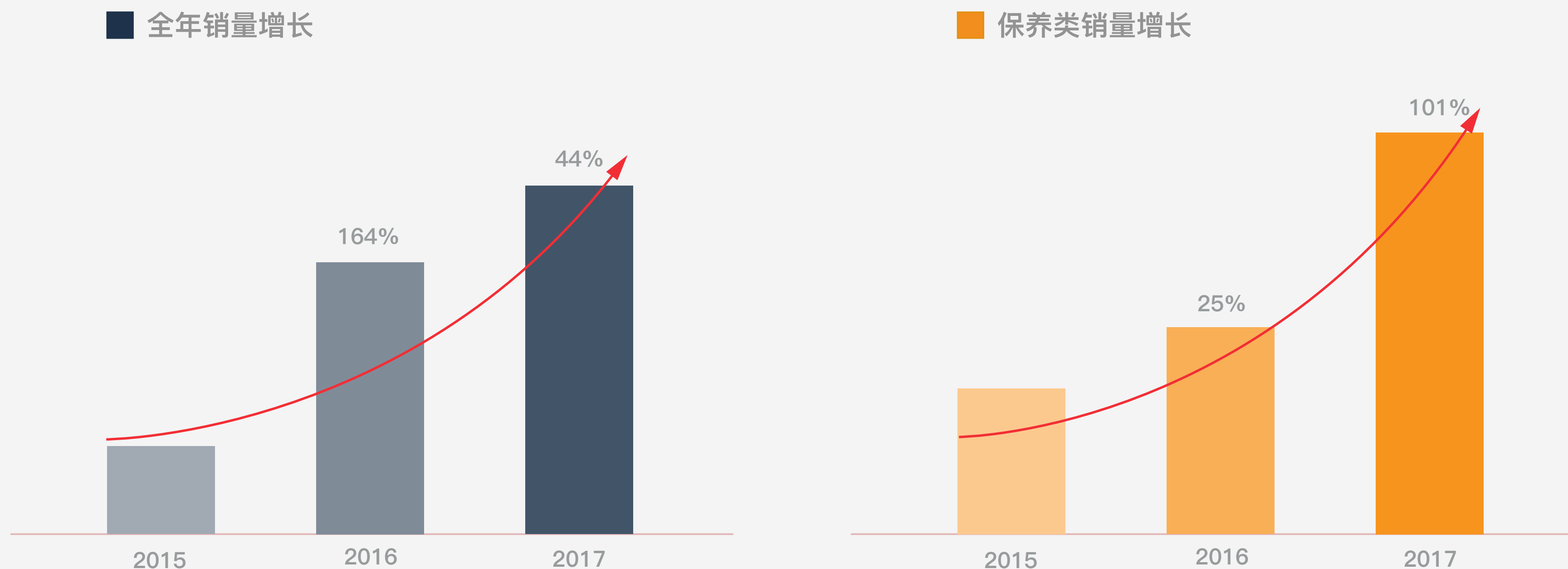
线上养护消费群体最偏爱的出境旅游目的地是？答案是德国、日本、法国等发达国家。根据国外游目的地TGI分布情况看，德国的TGI高达186，日本为157，法国为147。而根据旅游兴趣TGI情况来看，主题旅游、户外探险和境外游成为了线上汽车养护用户最偏爱的三大旅游兴趣，这说明线上汽车养护用户不仅经济基础较好，更有着一颗想去看广袤世界的心。



线上养护消费数据分析

PART
3

线上养护消费增势生猛，线上保养增幅超过100%

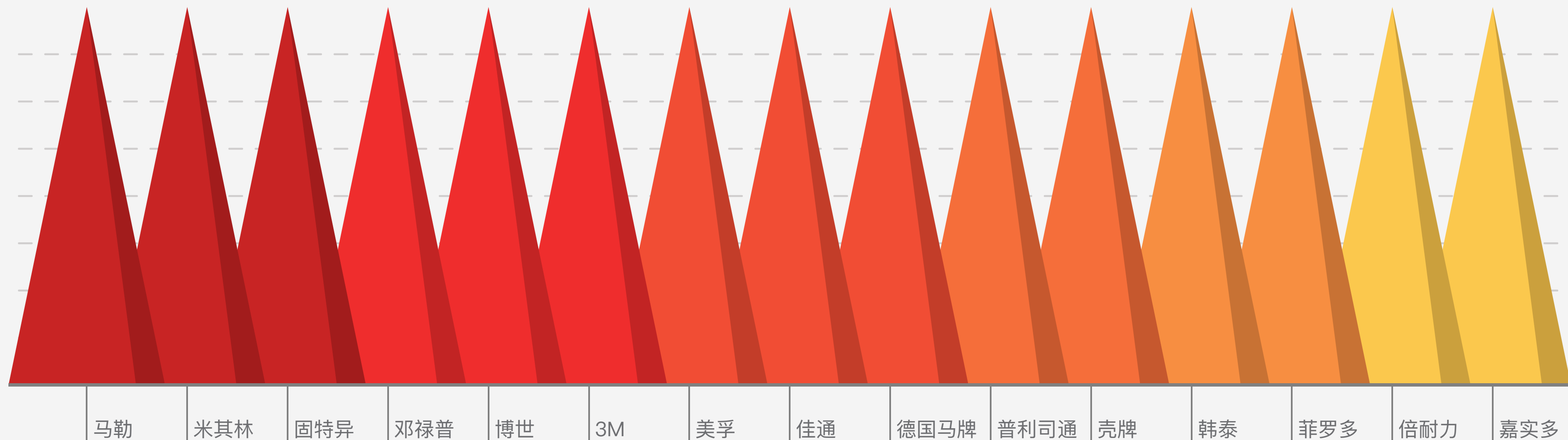


数据来源：以上数据来自于途虎养车大数据·途虎研究中心

数据显示，2015-2017年汽车线上养护消费服务迅猛增长。其中，保养业务增长迅猛，越来越多的汽车养护用户开始选择线上下单、线下保养这一全新的一体化汽车养护方式。

品牌订单量排名：轮胎和保养业务的“主场”

2017年度线上汽车养护消费品牌订单数 Top15

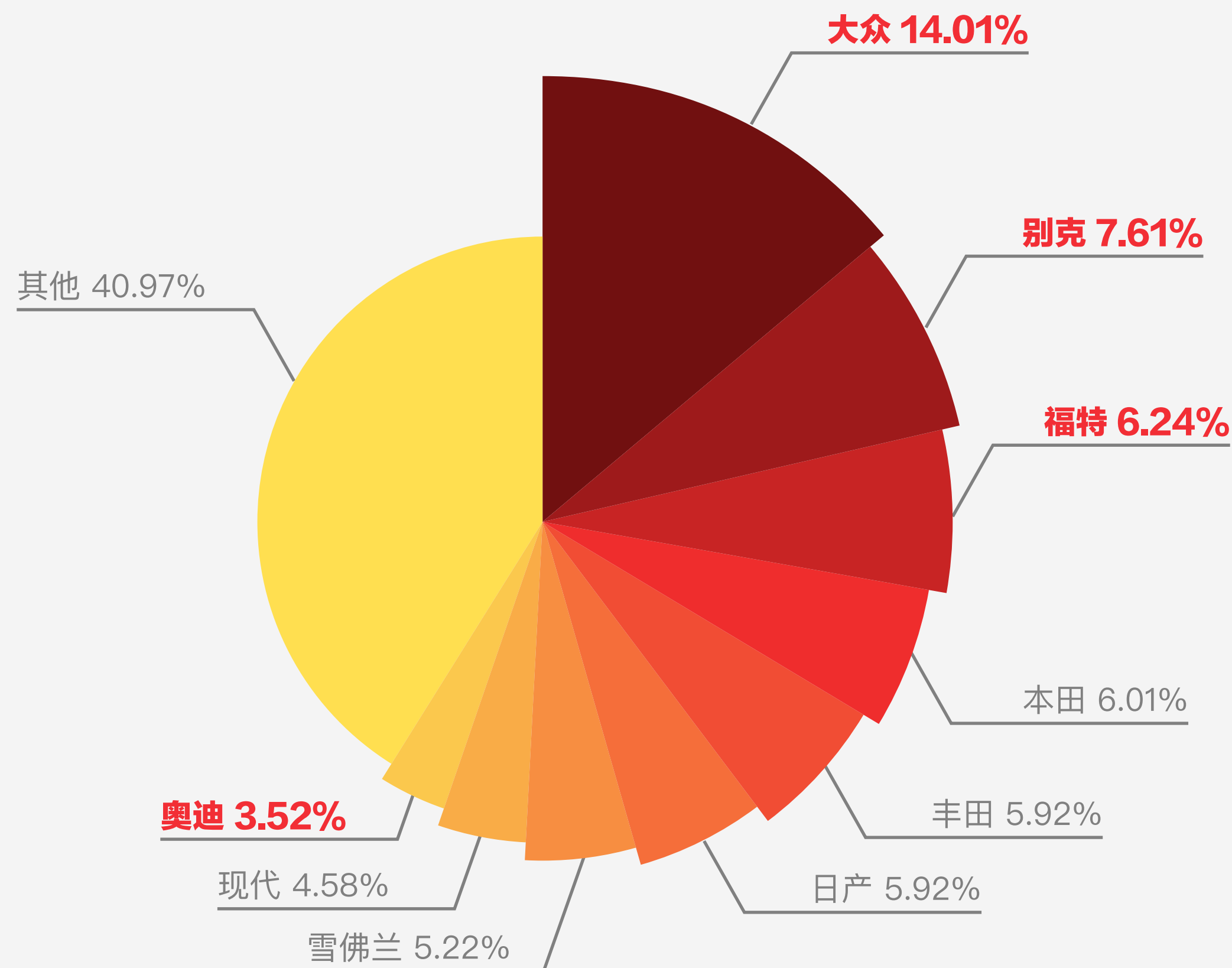


数据来源：以上数据自于途虎养车大数据·途虎研究中心

来自途虎研究中心的数据显示，线上汽车养护品牌订单数排名中，轮胎和保养业务占据了线上养护消费的“主场”。其中，轮胎品牌占据8位，保养品牌占据7位。其中，最受欢迎线上汽车养护消费者青睐的十大品牌分别为马勒（滤清器等保养件为主）、米其林（轮胎与车品）、固特异（轮胎与车品）、邓禄普（轮胎为主）、博世（保养与车品）、3M（保养与车品）、美孚（机油）、佳通（轮胎为主）、德国马牌（轮胎为主）和普利司通（轮胎为主）。

大众品牌一骑当先，奥迪车主线上养车接受度高

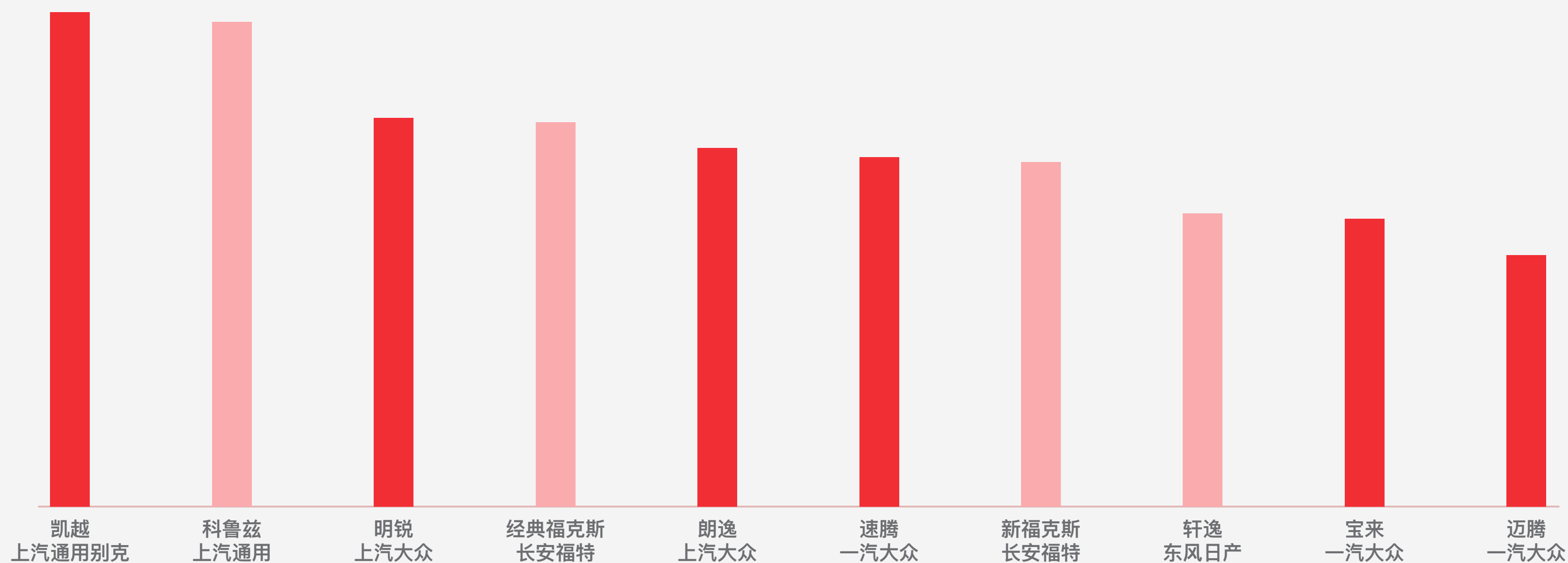
2017年线上养护汽车品牌用户比例分析



从汽车品牌用户分布来看，2017年，线上汽车养护消费在大众车主中间最为流行。而最热衷进行在线上汽车养护消费的汽车品牌二三名分别为别克、福特。在豪车三强BBA中，奥迪、宝马、奔驰分别排名第十名、第十五、第十九名。奥迪成为唯一进入前10名的豪华汽车品牌，说明奥迪车主线上养车接受度较高。

别克凯越排行第一，大众车系占据半壁江山

2017年线上养护用户车系匹配 Top10



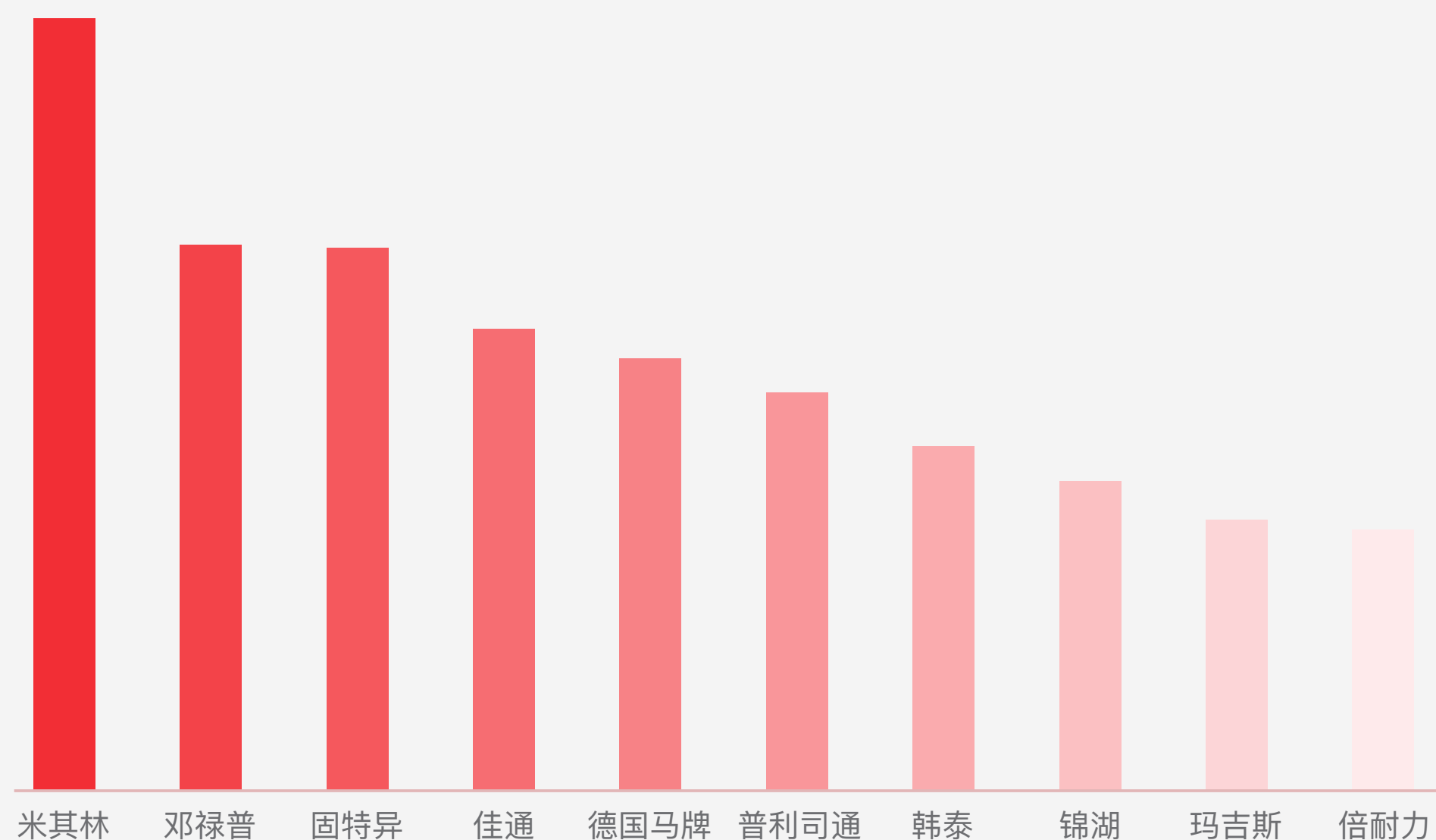
数据来源：以上数据自于途虎养车大数据·途虎研究中心

注：斯柯达品牌为大众集团旗下所有，故此处也算入大众品牌车系

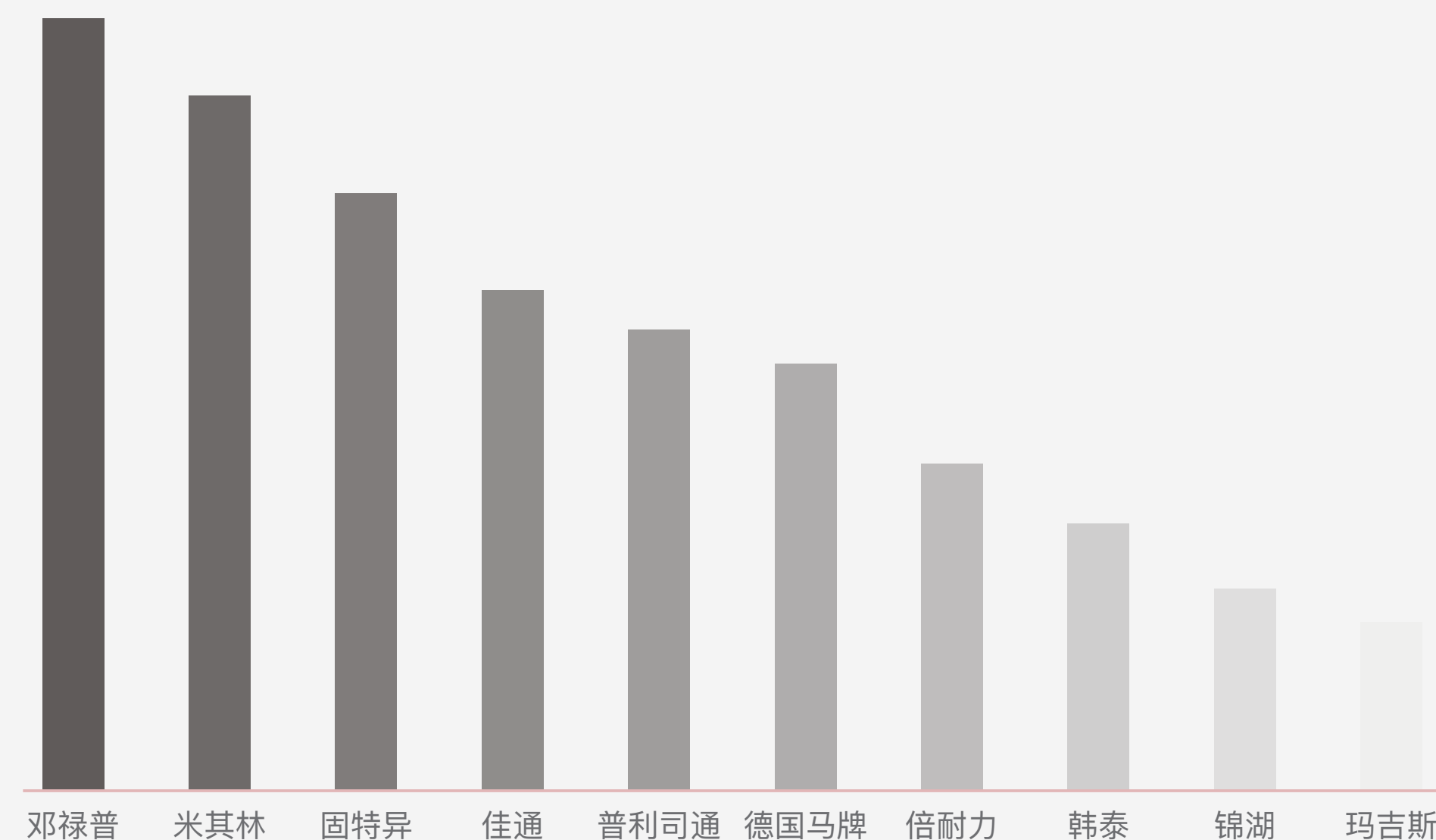
2017年最热衷通过线上方式进行汽车养护消费的车系——第一名是来自上汽通用的别克凯越，第二名依旧为上汽通用的科鲁兹，而第三名为上汽大众的斯柯达明锐。从前10名车系中，可以看出大部分车系都属于经济型轿车，且大众品牌的车系占据了车系匹配榜单的一半。迈腾成为了唯一上榜的商务型轿车。

米其林排行第一，德国马牌反超进入前五

2017年畅销轮胎品牌 TOP 10



2016年畅销轮胎品牌 TOP 10



数据来源：以上数据自于途虎养车大数据·途虎研究中心

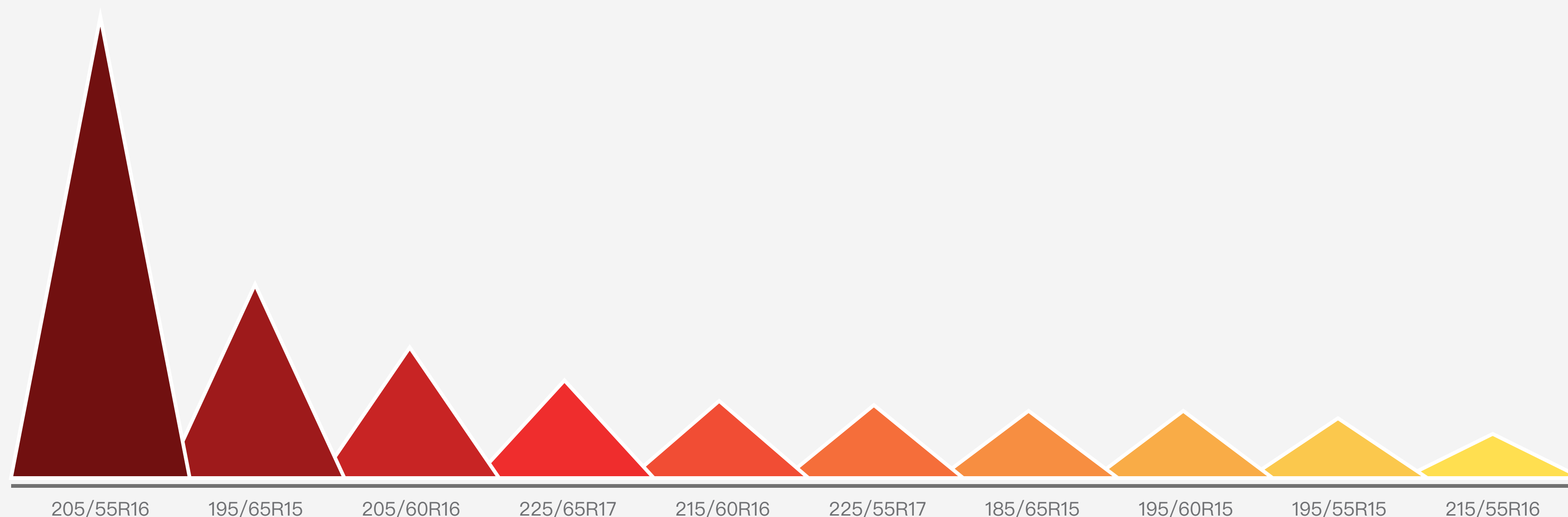
注：有关2016年的详细轮胎数据报告，可查询《中国轮胎网络零售大数据报告（2016）》

2017最畅销的前三品牌依旧为米其林、邓禄普、固特异。与2016年最畅销的轮胎品牌相比，米其林取代了邓禄普成为第一，德国马牌超越普利司通上升至热销品牌第五名，倍耐力从第七名下滑至第十名。

其他方面，固特异和佳通轮胎表现相对平稳，在2017年的热销品牌中维持了第三名和第四名的位置。

205/55R16连年“霸榜”，最畅销规格当之无愧

2017年轮胎最畅销规格Top10



数据来源：以上数据自于途虎养车大数据·途虎研究中心

在轮胎规格的畅销情况的排名中，205/55R16规格继续成为线上养护消费用户的首选，并遥遥领先第二名195/65R15。因15、16、17寸轮胎较为适配大众、福特、别克等线上养护接受度较高的车型，因此15、16、17寸轮胎最为畅销。16寸轮胎因适配科鲁兹、速腾、福克斯等多种热衷在线上进行养护汽车车系，所以销量遥遥领先。

花纹争夺战：米其林、德国马牌各上榜两个花纹

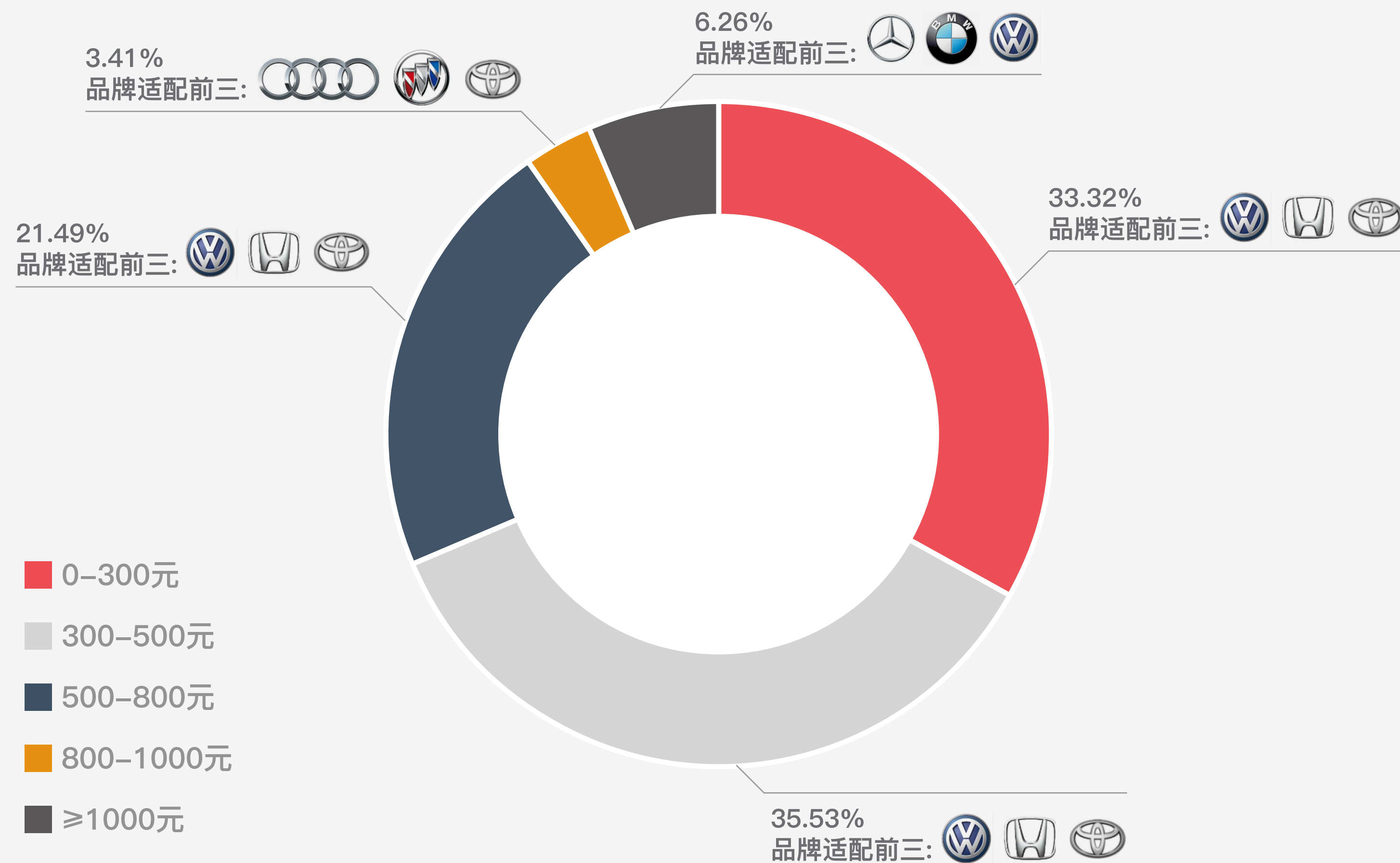
2017年最畅销轮胎花纹Top10



数据来源：以上数据自于途虎养车大数据·途虎研究中心

类似于汽车品牌的车系，花纹是轮胎品牌展示各自产品技术实力的重要体现，在激烈的花纹角逐中，米其林轮胎具有绝对优势，其米其林ST浩悦和米其林XM2分别占据第一名和第二名，佳通228排名第三。米其林和德国马牌成为了仅有的在该榜中上榜两个花纹的轮胎品牌，德国马牌MC5和德国马牌CC6同时上榜。其中德国马牌CC6轮胎为2017年9月新上市轮胎。

好马配好鞍 轮胎价格与汽车价格存在强关联



2017年500元以下成为线上最畅销轮胎价格区间，占据了轮胎整体热销销售价格的一半以上。从价格区间上可以看出，线上养护人群对轮胎价格较为敏感，价格成为不同品牌车型用户消费的主导因素。其中，在0-300元、300-500、500-800元价格区间中，前三名主要消费车型均为大众、本田、丰田；800-1000元价格区间中，前三名主要消费车型为奥迪、别克、丰田；1000元以上价格区间中，前三名主要消费车型为宝马、奔驰、大众。

这一组数据似乎非常形象地印证了，轮胎的消费价格与汽车价格存在着非常强的关联性。

米其林：用户认可度高 合资品牌汽车车主最爱

排名	热销花纹 	排名	热销规格 	排名	适配品牌 	排名	适配车系 
1	米其林 ST浩悦	1	205/55R16	1	大众	1	速腾—一汽大众
2	米其林 XM2	2	195/65R15	2	本田	2	卡罗拉—一汽丰田
3	米其林 LC博悦	3	215/60R16	3	丰田	3	天籁—东风日产
4	米其林 Primacy SUV	4	205/60R16	4	福特	4	新福克斯—长安福特
5	米其林 XM1	5	215/55R17	5	日产	5	朗逸—上海大众
6	米其林 MXV8	6	225/65R17	6	奥迪	6	明锐—上海大众
7	米其林 PS3	7	225/55R17	7	斯柯达	7	新帕萨特—上海大众
8	米其林 PP2	8	225/50R17	8	别克	8	雅阁—广州本田
9	米其林 PILOT SPORT 4	9	195/60R15	9	现代	9	经典福克斯—长安福特
10	米其林 HP揽途	10	215/50R17	10	标致	10	CRV—东风本田

数据来源：以上数据自于途虎养车大数据·途虎研究中心

分析理由：2017年轮胎品牌与花纹线上销量冠军

在米其林的消费者适配车辆品牌中，大众排名第一。适配车系前十中，第一名为大众速腾，除此之外，第5-7名皆为大众车系，在其他品牌中遥遥领先，可见米其林深受大众车主喜爱。

德国马牌：销量升温迅速 受德系/美系品牌汽车车主喜爱

排名	热销花纹 	排名	热销规格 	排名	适配品牌 	排名	适配车系 
1	德国马牌 MC5	1	205/55R16	1	大众	1	科鲁兹-上海通用
2	德国马牌 CC6	2	205/60R16	2	别克	2	速腾-一汽大众
3	德国马牌 CPC2	3	195/65R15	3	本田	3	明锐-上海大众
4	德国马牌 CCC UHP	4	225/55R17	4	福特	4	新福克斯-长安福特
5	德国马牌 CCC LX2	5	225/50R17	5	丰田	5	经典福克斯-长安福特
6	德国马牌 CC5	6	215/60R16	6	雪佛兰	6	途观-上海大众
7	德国马牌 CSC5	7	215/55R17	7	现代	7	迈腾-一汽大众
8	德国马牌 CSC3	8	195/60R15	8	日产	8	凯越-上海通用别克
9	德国马牌 C4x4C	9	235/55R17	9	奥迪	9	英朗GT-上海通用别克
10	德国马牌 CPC	10	215/60R17	10	宝马	10	朗逸-上海大众

数据来源：以上数据自于途虎养车大数据·途虎研究中心

分析理由：花纹实力强大 品牌升温迅速

德国马牌在2017年增速较快，不仅在年度品牌销量排行榜中反超进入前五名，也在畅销花纹排行榜中上榜了两个花纹。

尤其是马牌CC6，2017年一经发布，便深受车主喜欢，一举夺得马牌热销花纹第二名。

佳通：产品极具性价比 国产品牌汽车车主中认可度高

排名	热销花纹 	排名	热销规格 	排名	适配品牌 	排名	适配车系 
1	佳通 228	1	205/55R16	1	奇瑞	1	哈弗H6-长城汽车
2	佳通 520	2	225/65R17	2	比亚迪	2	赛欧-上海通用
3	佳通 WINGRO	3	185/60R15	3	吉利	3	S6-比亚迪汽车
4	佳通 221	4	185/65R15	4	哈弗	4	730-上汽通用五菱
5	佳通 220	5	165/70R13	5	雪佛兰	5	经典帝豪 (EC7) -吉利帝豪
6	佳通 GT128	6	195/60R15	6	大众	6	腾翼C30-长城汽车
7	佳通 SAVERO HT	7	215/60R17	7	长城	7	风云2-奇瑞汽车
8	佳通 T20	8	195/65R15	8	本田	8	速锐-比亚迪汽车
9	佳通 221V1	9	195/55R16	9	江淮	9	凯越-上海通用别克
10	佳通 229	10	195/55R15	10	丰田	10	帝豪-吉利帝豪

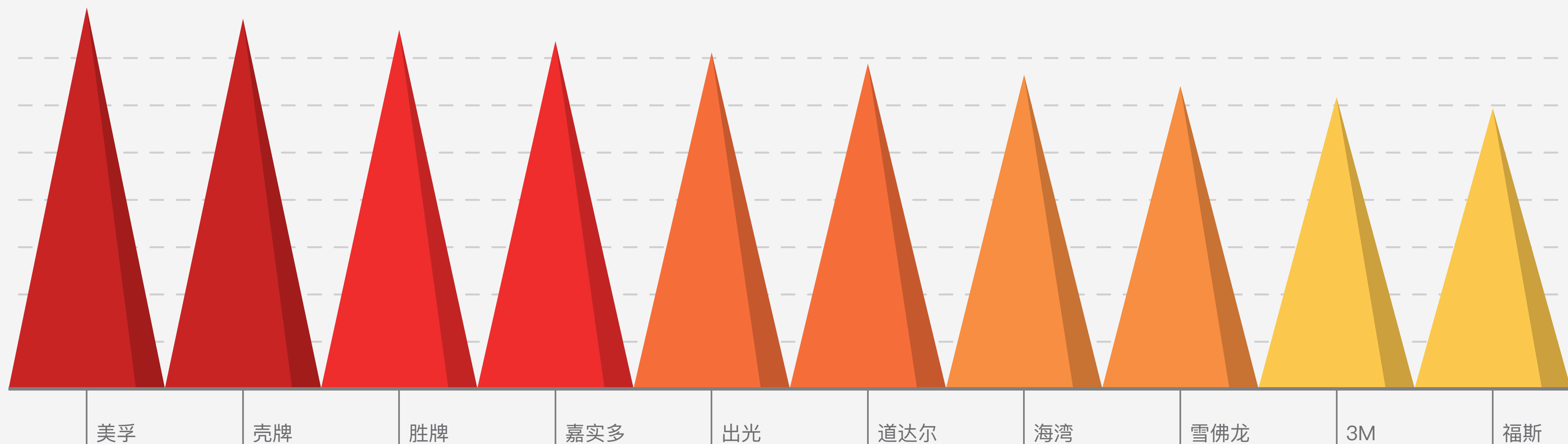
数据来源：以上数据自于途虎养车大数据·途虎研究中心

分析理由：各方面实力均衡 产品极具性价比

佳通轮胎有着较为稳固的排名——在热销品牌、热销花纹两个维度均排名前五。而从适配车型品牌和适配车系中我们也可以看到，佳通轮胎成为了多个国产车车主的首选。尤其在适配品牌前十名中，国产品牌占据半壁江山，且前四名皆为国产品牌。

美孚摘得机油类品牌头名 胜牌、出光入榜前五

2017年养护（机油类）品牌销量 Top10



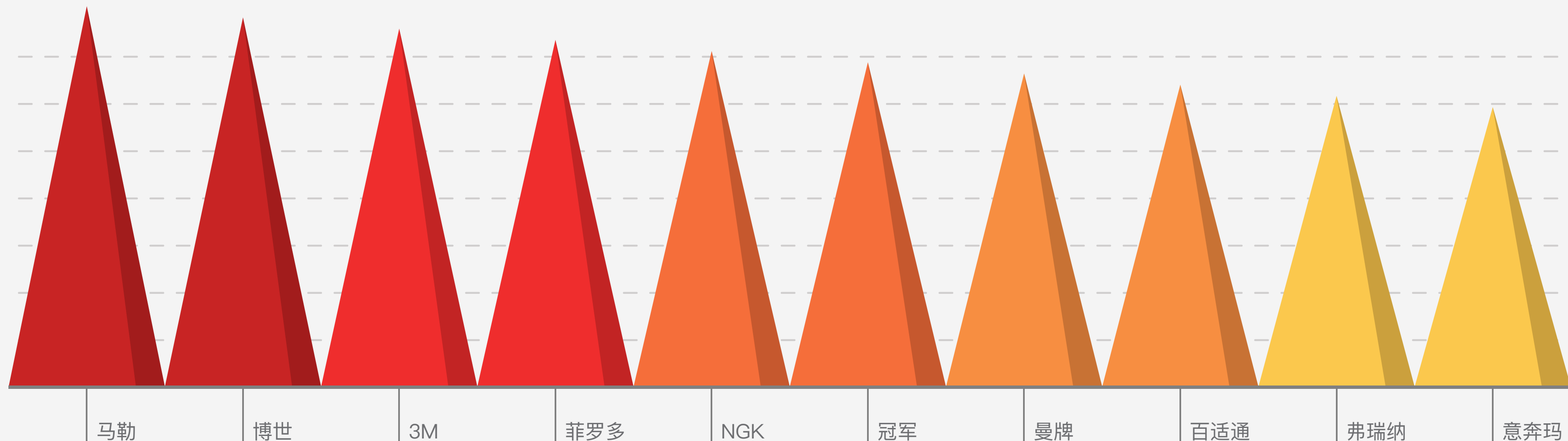
数据来源：以上数据来自于途虎养车大数据·途虎研究中心

在机油类养护品牌排行中，中国车主最熟悉的“美嘉壳”均进入了排行榜前五的位置。

不过，进入中国较晚的美国胜牌机油和日本出光机油也凭借较强的产品实力和用户口碑，强势进入前五名，成为今年机油类品牌榜单中最大的亮点。

马勒、博世、3M排行前三

2017年养护（非机油类）品牌销量 Top10



数据来源：以上数据自于途虎养车大数据·途虎研究中心

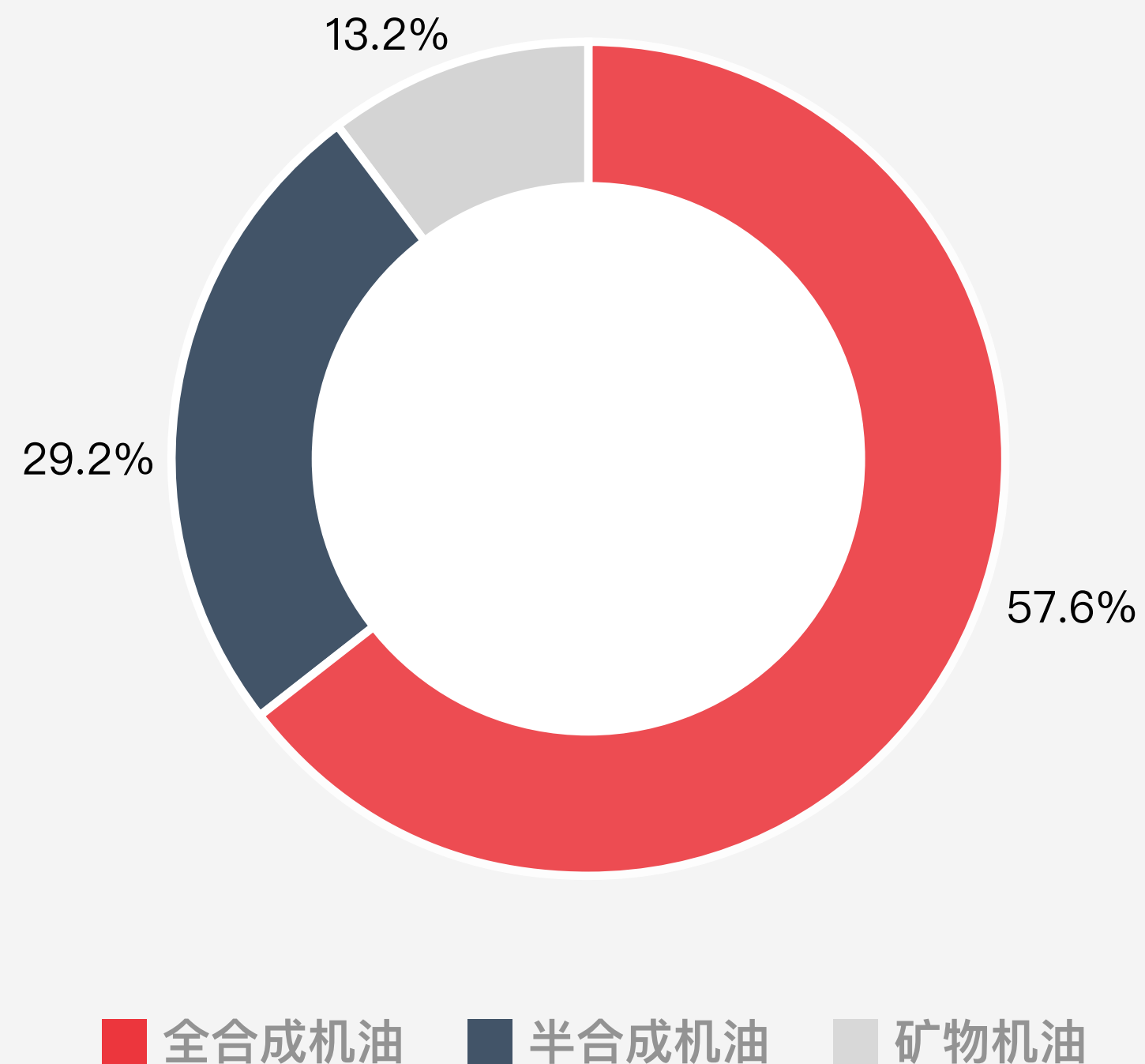
注：非机油类养护类产品包含各类滤清器、刹车系统等方面的保养产品，主要涵盖汽车的大保养和小保养消费。

非机油类的畅销养护品牌中，来自德国的马勒品牌排行第一，博世和3M品牌紧随其后。

据了解，马勒品牌主要销售机油滤清器、空气滤清器等产品；博世品牌主要销售刹车油、火花塞和机油滤清器等产品；3M品牌在不含机油的保养产品类别主要销售节气门清洗剂、空调管路杀菌剂等产品。

值得注意的是，美国辉门集团旗下的两个品牌菲罗多和冠军均入榜，菲罗多品牌主要销售刹车系统配件，冠军品牌主要销售冷媒、火花塞、防冻液等产品。

爱车保养不差钱，全合成机油占比较高

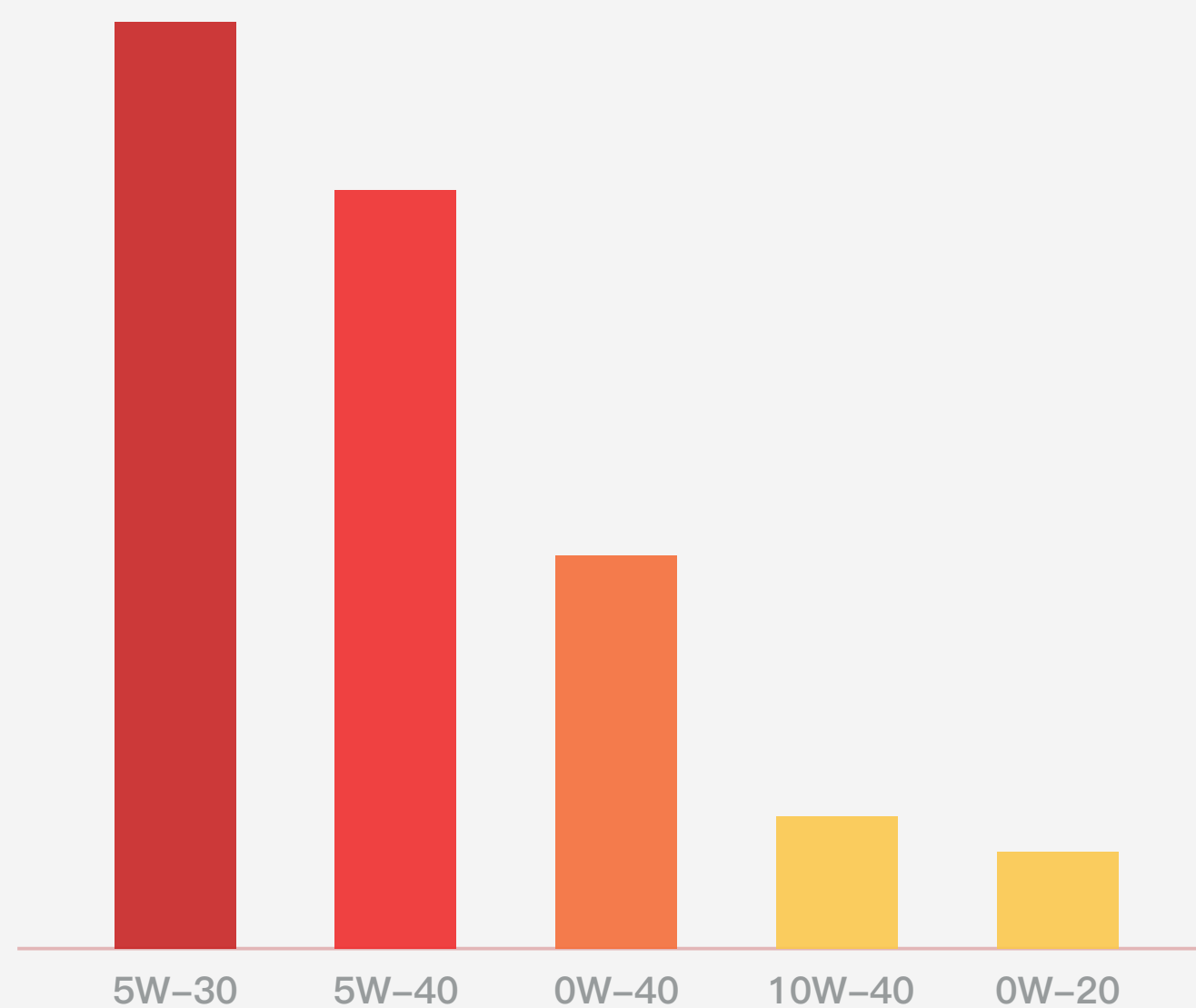


数据来源：以上数据自于途虎养车大数据·途虎研究中心

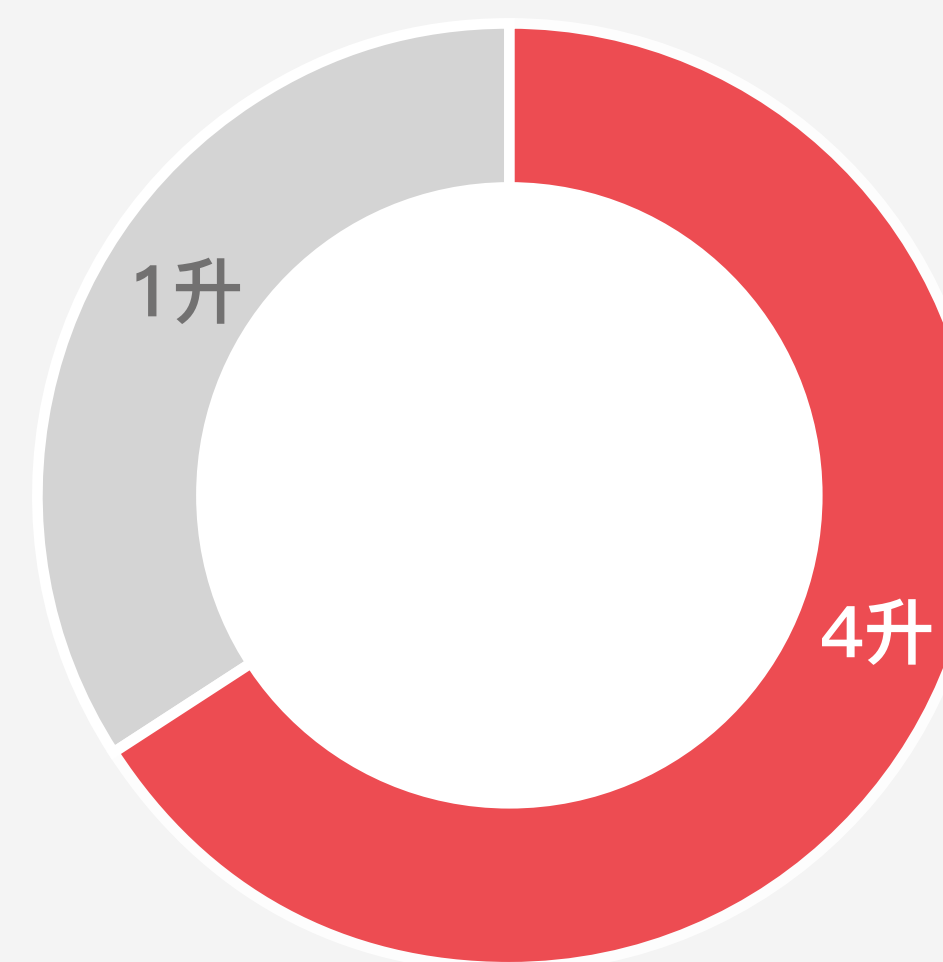
针对机油这种消费认知度较高的品类，我们进行了细化分析。首先是机油等级的分析，在提取了途虎养车线上大数据后我们发现，线上汽车养护消费选择全合成机油的比例高达57.6%，这说明车主在爱车保养上更青睐于优质的产品。

5W-30最受欢迎

最畅销机油标号



最畅销包装尺寸



数据来源：以上数据自于途虎养车大数据·途虎研究中心

针对机油的热销标号和包装尺寸进行分析后发现，5W-30和5W-40为最热销机油标号，这两个标号属于四季通用的机油产品。此外，4L装机油相较于1L装来说，要热销不少。

美孚机油：集齐“BBA” 俘获中高端车主芳心

排名	热销黏度	排名	适配品牌		排名	适配车系			
1	5W-30	1	大众	6	宝马	1	新君威-上海通用别克	6	A4L-一汽大众奥迪
2	5W-40	2	别克	7	丰田	2	科鲁兹-上海通用	7	新福克斯-长安福特
3	0W-40	3	福特	8	日产	3	迈锐宝-上海通用	8	途观-上海大众
4	10W-40	4	雪佛兰	9	奔驰	4	蒙迪欧-长安福特	9	经典福克斯-长安福特
5	0W-20	5	奥迪	10	本田	5	迈腾-一汽大众	10	A6L-一汽大众奥迪

数据来源：以上数据自于途虎养车大数据·途虎研究中心

分析理由：销量冠军 豪华车主最爱

摘得2017年度销量冠军的美孚品牌机油，可谓是一些豪华车主的最爱。其适配汽车品牌中集齐了“BBA”品牌（奔驰、宝马和奥迪），在适配车系中我们更发现，美孚品牌机油深得一些中高档汽车品牌（奔驰、宝马、奥迪）车主的芳心，奥迪A6L还入榜了匹配车系TOP 10。

壳牌机油：中国车主整体认可程度较高

排名	热销黏度	排名	适配品牌		排名	适配车系	
1	5W-40	1	大众	6	福特	6	速腾-一汽大众
2	10W-40	2	别克	7	斯柯达	7	轩逸-东风日产
3	5W-30	3	雪佛兰	8	丰田	8	宝来-一汽大众
4	15W-40	4	日产	9	本田	9	骐达-东风日产
5	0W-40	5	现代	10	奇瑞	10	英朗GT-上海通用别克

数据来源：以上数据自于途虎养车大数据·途虎研究中心

分析理由：位列热销机油品牌榜眼 中国车主整体认可度高

壳牌机油适配的汽车品牌较为均衡，美系、德系、日系、韩系和国产品牌均在前十中。车系方面也基本延续了这一特点，德系、美系和日系各自占有一定比例。这无疑说明，壳牌在中国车主中间整体认可程度较高。

胜牌机油：深受福特、通用等美系车主喜爱

排名	热销黏度	排名	适配品牌		排名	适配车系			
1	5W-30	1	大众	6	现代	1	经典福克斯-长安福特	6	英朗GT-上海通用别克
2	5W-40	2	福特	7	斯柯达	2	凯越-上海通用别克	7	速腾-一汽大众
3	10W-40	3	别克	8	起亚	3	科鲁兹-上海通用	8	明锐-上海大众
4	0W-20	4	雪佛兰	9	本田	4	新福克斯-长安福特	9	宝来-一汽大众
5	-	5	日产	10	荣威	5	朗逸-上海大众	10	轩逸-东风日产

数据来源：以上数据自于途虎养车大数据·途虎研究中心

分析理由：后起之秀 品牌销量增长速度快

相对“美嘉壳”等较早进入中国市场的机油品牌来说，胜牌进入中国的时间较晚，但在2017年的整体机油销量排行中，胜牌机油排行第三。后来居上，实属不易。在胜牌机油的适配品牌和车系中，美系品牌和车系均排行较为靠前，这也从侧面印证了胜牌在美系品牌和车系中的地位。

胎压监测最为热销，安全座椅未受重视

排名	安全自驾	排名	车载电器	排名	美容清洗	排名	内饰改装	排名	外饰改装	排名	汽车饰品
1	胎压监测	1	车载电器配件	1	玻璃水	1	储物盒	1	底盘装甲	1	脚垫
2	应急救援	2	行车记录仪	2	清洁剂	2	门槽垫	2	补漆笔	2	香水
3	充气泵	3	倒车雷达	3	车蜡	3	其他内饰改装	3	发动机护板	3	头枕腰靠
4	自驾野营	4	车载充电器	4	美容养护	4	中控导航装饰	4	挡泥板	4	座垫
5	安全座椅	5	吸尘器	5	洗车工具	5	排挡装饰框	5	踏板	5	功能小件

数据来源：以上数据自于途虎养车大数据·途虎研究中心

根据2017年线上养护消费者的消费购买行为，我们细化了主要车品类别中的主要畅销产品类别。胎压监测、车载电器、玻璃水、储物盒、底盘装甲、脚垫成为各自类别中最畅销的产品类别。值得注意的是，安全座椅目前的受重视程度似乎并未在排行榜中得到印证，在安全自驾类别中，安全座椅仅排名第五，品类销售情况甚至次于自驾野营类产品。



2017年行业热点事件

PART
4

2017年

2月

车发发宣布获得1亿人民币A轮融资；携车网在新三板挂牌上市。

4月

商务部公布《汽车销售管理办法》。

5月

蚂蚁金服相继推出“车险分”“定损宝”。

6月

和谐汽车宣布获2.8亿人民币战略投资。

7月

汽配电商巴图鲁宣布已完成1亿美元C轮融资。

8月

途虎养车联合多家机构发布《中国胎度轮胎评价体系——暨途虎养车2017年夏季轮胎测试报告》。

9月

德国发动机、变速箱供应商舍弗勒集团发布“紧急求助函”称，因其原材料供应商停产，将影响49家车企的生产任务。

10月

途虎养车宣布与全球汽车零部件制造商和服务商辉门汽车零部件达成战略合作。

11月

京东正式对外宣布了汽车无界服务战略；国美全面进军汽车后市场，“6+1”新零售战略落地。

12月

中国人保以汽配为切入点，成立邦邦汽服公司；车享家宣布获得10亿人民币B轮融资。



腾讯社交广告
Tencent Social Ads

途虎养车
tuhu.cn 正品自营

畅想2020

PART
5

中国汽车工业协会副秘书长
兼后市场委员会理事长

师建华

中国的汽车后市场与国际上成熟的汽车消费市场相比，还有很大的发展空间。经过最近几年的迅猛发展，我们正在经历着从无序到有序的发展历程。这个过程包含着痛苦，更是充满激情！我们清晰地看到，浮躁、泡沫之后，留下来的是对行业有着深刻理解、扎扎实实的耕耘者。同时，这个过程也起到了引导消费者对汽车后市场领域更客观、更理性的全新认知。汽车产业是需要有敬畏之心的，我国汽车产业已经进入了高质量发展的新时代，汽车后市场的未来在这种敬畏之心的指引下，在新思维、新模式、新的参与者的共同努力下，相信会更加规范化、专业化、标准化，会更加健康和充满活力，为繁荣汽车社会贡献力量！

国家橡胶轮胎质量监督
检验中心副主任

李红伟

未来的发展趋势肯定是行业集中度提高，向智能制造方向发展，在确保产品安全性能的前提下，节能环保的绿色轮胎将是发展方向。

中国汽车工业协会
后市场委员会副秘书长

高倩倩

中国的汽车后市场，处于发展初期，尚无真正有国际影响力的巨头企业诞生，市场前景广阔，行业正在从无序走向有序。未来的中国汽车后市场，也将会围绕“满足用户需求”这一核心，更加细化行业内的分工与协作，实现更高效的资源整合。“汽车四化”——电动化、智能化、网联化、共享化的发展趋势，会在汽车后市场更深层次地渗透，必将给汽车后市场带来新的挑战和机遇。

腾讯社交广告
副总经理

张敏毅

随着线上与线下资源整合的加速，以及商业模式的不断创新探索，中国汽车后市场已迎来了新的繁荣。腾讯社交广告开放数据能力和营销技术，改变着中国的数字营销生态。与汽车后市场合作伙伴途虎养车的深度合作中，腾讯社交广告助力途虎养车在微信、QQ空间、QQ浏览器及第三方优质移动APP等多元化营销场景上与10亿用户连接，打开市场引流线下门店，完成线上、线下闭环。这些都让我们看到，创新的社交广告营销模式正在给经济环境变革带来新的可能。相信在不久的将来，创新社交广告营销模式将成为链接亿万车主与品牌之间的新纽带，更将持续给我们带来全新的可能性，推动互联网社交新语境的落地。

易观
助理总裁
董旭

万亿规模的汽车后市场吸引了众多厂商竞相布局，出行服务商、二手车电商、汽车金融等借助其在用户规模、大数据、资金、业务关联等方面的优势大力发展车后服务，促使不同属性的数据资源逐渐打通，为汽车后市场的服务升级奠定了基础。随着汽车的四化趋势和用户移动端的行为渗透，人车数据的完整性将进一步提高，为 AI 技术的成熟提供了数据支撑，也加速了 AI 在车后服务的应用和普及。

腾讯汽车
总编辑
王秋凤

- 1、后市场品牌优势更加明显：具有用户口碑和影响力的产品、服务将更受追捧。
- 2、线上线下相协同，新零售模式将是未来的趋势：互联网将继续发挥线上连接的优势，尤其是平台方。但更核心的依然是线下服务的质量。
- 3、后市场服务将更加一体化、具有更多延展性：具有一站式服务解决方案的机构和服务商将具有更大的竞争力。
- 4、大数据将成为核心：将会帮助企业深度分析用户属性和行为偏好，提高获客率，产生二次甚至三次转化。

每日经济新闻
编委
丛刚

随着线下汽修门店与互联网平台的进一步融合，中国汽车后市场将迎来新的繁荣，同时也将面临行业洗牌，这主要表现为，一些分散的、不规范的、服务意识不强的门店将遭到冲击，服务集群化替代传统单一化、零散化的经营模式会愈加明显。在未来 3~5 年内，整个汽车后市场会快速整合，进入“拼资本”时代，并将出现数千家规模连锁店的汽车后市场电商平台。在此背景下，不可忽视的是，汽车后市场始终是一个以服务为导向的市场，所以，汽车后市场究其本质核心就是服务，最终服务对象的满意度和忠诚度都由服务的好坏来决定。

途虎养车
创始人兼CEO
陈敏

近些年汽车后市场发展速度非常快，蛮荒的跑马圈地时代已经结束，整个行业将进入加速整合期。同时，消费者的汽车保养观念开始发生转变，汽车零配件产品更加明显地呈现出消费品的特征，这将是汽车后市场的一个大趋势。接下来的几年是后市场正式开始硬实力的比拼阶段：消费者的体验会是养护服务品牌优势实力比拼的核心——是否能够以合理的价格创造出更加卓越的用户体验是制胜的关键。汽车养护服务企业应该将自己作为一个渠道商或者零售商和零配件厂商一起，把更多好的产品、更多服务的标准去推给用户。



合作机构

PART
6

出品方



数据支持

腾讯社交广告 途虎研究中心 易观智库

指导单位

中国汽车工业协会后市场委员会 国家橡胶轮胎质量监督检验中心

技术支持

安徽德技汽车检测

平面支持媒体（排名不分先后）

—— 经营成就价值 ——
中国经营报
CHINA BUSINESS JOURNAL

对时代负责
第一财经日报
CHINA BUSINESS NEWS

理性·建设性
经济观察报
The Economic Observer

扬子晚报

生活报

 **重庆日报**

 **海峡都市报**

重庆晨报

 **齐鲁晚报网**
www.qlwb.com.cn

楚天都市报
CHUTIAN METROPOLIS DAILY

 **大河报**

网络支持媒体（排名不分先后）

