

汽车售后市场 - 中国 - 2017年11月

报告价格: £3005.20 | \$3990.00 | €3425.02

以上是报告发表时候的价格，但是也可能因为汇率的改变而有所改变



中国的车主和其驾驶的车辆都步入成熟期——2017年，汽车平均驾驶年限达到**3.5年**。目前他们喜欢到独立汽修店进行小保养和快速修理。经常进行汽车维保的**20多岁**的女性车主值得引起更多关注。相比一线城市，二、三线城市车主拥有更多的车辆，他们对汽车维保知识也更感兴趣，因此这一群体尤为重要。

— 过人，高级研究分析师，中国

在这篇报告中我们探讨了以下议题：

- 独立汽修店的前景广阔
- 为什么线上到线下模式在汽车售后市场不奏效
- 汽车维修保养服务提供商应着眼于哪类车主？

汽车后市场的定义是为消费者购车后的一系列活动提供产品或服务的市场，包括但不限于汽车维修、保养、美容、配饰和保险的销售（不包括在市场规模研究中）。

本报告中的汽车定义为私人所用的乘用车。乘用车分为基本型乘用车（轿车）、运动型多用途汽车（SUV）、多用途汽车（MPV）和交叉型乘用车。

基本型乘用车（轿车）：用于运输人员和行李，司机通常是核心，强调驾驶和乘坐的舒适度。轿车一般采用两厢配置（掀背式）和三厢配置（轿车）。

运动型多用途车（SUV）：将轿车的舒适度与越野性能、多功能性和两厢配置（掀背式）整合在一起。

多用途汽车（MPV）：结合了轿车的舒适度和旅行车的空间，可像货车一样用于运输货物。这些车通常采用两厢配置。多用途汽车（MPV）主要瞄准家庭用户，大多基于乘用车平台制造。

交叉型乘用车：也被称为小型巴士。这种车型可以运送乘客或货物，因此被称为交叉型乘用车，一般采用单厢配置。

购买
这篇报告

地址：
store.mintel.com

电话：
欧洲，中东，非洲
+44 (0) 20 7606 4533

巴西
0800 095 9094

美洲
+1 (312) 943 5250

中国
+86 (21) 6032 7300

亚洲
+61 (0) 2 8284 8100

邮件：
reports@mintel.com

想要了解更多内容？

这篇报告只是一系列报告中其中的一篇，整个系列可以提供你整个市场的历史

汽车售后市场 - 中国 - 2017年11月

报告价格: £3005.20 | \$3990.00 | €3425.02

以上是报告发表时候的价格，但是也可能因为汇率的改变而有所改变

目录

概述

您需要了解的

报告定义

定义

数据 1: 不同家庭月收入群体的定义，按城市线级区分

不包括

综述

市场

数据 2: 汽车售后市场的销售额预测（最好和最坏情形），中国，2012-2022年

公司与品牌

数据 3: 汽车售后市场前十大公司（按销售额区分），2015年对比2016年

消费者

老龄化汽车和不断变化的维保结构

数据 4: 平均使用年限，2017年8月对比2016年7月

数据 5: “我和家里的其他成员共同负责这件事”的提及率（按性别和年龄区分），2017年8月对比2016年7月

独立汽修店蓬勃发展

数据 6: 维保服务场所（按不同服务提供商区分），2017年8月

数据 7: 女性和男性（基准）车主选择维保服务场所方面表现的差异，2017年8月

三大汽车维保用户群体

数据 8: 维保积极者和所有车站（基准）对社交媒体信息的兴趣差异，2017年8月

我们的观点

议题与洞察

独立汽修店的前景广阔

现状

启示

为什么线上到线下模式在汽车售后市场不奏效

现状

启示

汽车维修保养服务提供商应着眼于哪类车主？

现状

启示

市场——您需要了解的

市场潜力巨大

多种市场因素

市场规模与预测

市场呈两位数增长

现在购买这篇报告

网址: store.mintel.com

电话: 欧洲, 中东, 非洲 +44 (0) 20 7606 4533 | 巴西 0800 095 9094

美洲 +1 (312) 943 5250 | 中国 +86 (21) 6032 7300

亚洲 +61 (0) 2 8284 8100 |

邮件: reports@mintel.com

汽车售后市场 - 中国 - 2017年11月

报告价格: £3005.20 | \$3990.00 | €3425.02

以上是报告发表时候的价格，但是也可能因为汇率的改变而有所改变

数据 9: 汽车售后市场的销售额预测 (最好和最坏情形), 中国, 2012-2022年

家庭支出中增长最快的一项

数据 10: 消费支出和增长率 (按特定领域区分), 2016年

增速比成熟市场表现亮眼

数据 11: 汽车售后市场规模 (按特定市场区分), 2011-2016年

市场增长动力

有力监管

汽车保有量不断提高

数据 12: 汽车保有量和增速 (按特定市场区分), 2011-2017 (估计)

不断提高的公路里程和密度

数据 13: 中国总公里里程和公路密度, 中国, 2012-2016年

在线专业平台的兴起

每辆车的高保养开销贡献

超出保修期

更长的保养期

重点企业——您所需要了解的

经销商集团正寻求多元化发展

回归线下

小而美

市场份额

领先的玩家从其他玩家手中抢夺份额

数据 14: 汽车售后市场前十大公司 (按销售额区分), 2015年对比2016年

售后市场营收的多元变化

竞争策略

拓展市场渠道

拓展客户基础

聚焦线下

谁在创新?

在微信起家

数据 15: 有车以后的公众号和小程序

泊车共享

二手车借贷

消费者——您所需要了解的

二、三线城市家庭拥有更多的车, 保养期更长

女性和一线城市车主经常进行车辆维保

独立汽修店蓬勃发展

不同类型的维保用户

现在购买这篇报告

网址: store.mintel.com

电话: 欧洲, 中东, 非洲 +44 (0) 20 7606 4533 | 巴西 0800 095 9094

美洲 +1 (312) 943 5250 | 中国 +86 (21) 6032 7300

亚洲 +61 (0) 2 8284 8100 |

邮件: reports@mintel.com

汽车售后市场 - 中国 - 2017年11月

报告价格: £3005.20 | \$3990.00 | €3425.02

以上是报告发表时候的价格,但是也可能因为汇率的改变而有所改变

消费者——汽车拥有情况和汽车保养职责分工

更多的二、三线城市家庭拥有一辆以上的车

数据 16: 有车情况 (按城市线级区分), 2017年8月

更多的家庭成员参与汽车维保

数据 17: 汽车维保责任, 2017年8月对比2016年7月

20多岁的女性变得越来越重要

数据 18: “我和家里的其他成员共同负责这件事”的提及率 (按性别和年龄区分), 2017年8月对比2016年7月

消费者——汽车使用年限

增加整体使用年限

数据 19: 平均使用年限, 2017年8月对比2016年7月

换车潮逼近

数据 20: 汽车使用期限, 2017年8月对比2016年7月

40多岁的二、三线城市车主的维保期更长

数据 21: 汽车使用期限 (按人口群体区分), 2017年8月

消费者——维保频率

平均每年维保5次

数据 22: 汽车维保频率 (按小保养和大保养区分), 2017年8月

女性车主更经常维保车辆

数据 23: 维保频率 (按性别和年龄区分), 2017年8月

一线城市车主更经常维保车辆

数据 24: 一线城市车主和二、三线城市车主 (基准) 的汽车维保频率差异, 2017年8月

经验驾驶者较少进行汽车维保

数据 25: 经验驾驶者和一般车主 (基准) 的汽车维保频率差异, 2017年8月

消费者——服务提供商选择

4S店仍然是大多数车主进行大保养的默认选择

数据 26: 维保服务场所 (按不同服务提供商区分), 2017年8月

...经验驾驶者摒弃4S的速度更快

数据 27: 一般车主和经验驾驶证 (作为基准) 选择4S店进行维修保养的比例差异, 2017年对比2016年

独立汽修店正在崛起

数据 28: 选择独立汽修店特定保养服务的车主比例, 2017年对比2016年

一旦奖励不再, 线上平台便黯然失色

男性和女性车主的不同需求

数据 29: 女性和男性 (基准) 车主选择维保服务场所方面表现的差异, 2017年8月

自己动手是种生活方式

数据 30: 影响消费者选择维保服务场所的主要因素, 2017年8月

消费者——感兴趣社交媒体信息

不只是销售一辆车

数据 31: 感兴趣社交媒体信息, 2017年8月

现在购买这篇报告

网址: store.mintel.com

电话: 欧洲, 中东, 非洲 +44 (0) 20 7606 4533 | 巴西 0800 095 9094

美洲 +1 (312) 943 5250 | 中国 +86 (21) 6032 7300

亚洲 +61 (0) 2 8284 8100 |

邮件: reports@mintel.com

汽车售后市场 - 中国 - 2017年11月

报告价格: £3005.20 | \$3990.00 | €3425.02

以上是报告发表时候的价格，但是也可能因为汇率的改变而有所改变

自己动手维保者更希望看到生活方式信息

数据 32: 自己动手维保者和一般车主（基准）对社交媒体信息的兴趣差异，2017年8月

女性车主更注重驾驶技巧

数据 33: 女性和男性车主（基准）对社交媒体信息的兴趣差异，2017年8月

消费者——维保态度

不同汽车维保用户描述

数据 34: 汽车维保服务用户细分，2017年8月

数据 35: 对汽车维保的态度，非常同意百分比（按消费者细分区分），2017年8月

维保怀疑者

他们是谁？

维保习惯

如何定位他们？

数据 36: 维保怀疑者和所有车主（基准）对社交媒体信息的兴趣差异，2017年8月

维保积极者

他们是谁？

维保习惯

数据 37: 维保责任（按消费者细分区分），2017年8月

数据 38: 维保积极者和所有车站（基准）对社交媒体信息的兴趣差异，2017年8月

如何定位他们？

顺其自然者

他们是谁？

维保习惯

数据 39: 汽车使用年限（按消费者细分区分），2017年8月

如何定位他们？

认识英敏特城市精英人群

高维保频率

数据 40: 英敏特城市精英人群和非英敏特城市精英人群（基准）的汽车维保频率差异，2017年8月

借力社交元素

数据 41: 英敏特城市精英人群和非英敏特城市精英人群（基准）对社交媒体信息的兴趣差异，2017年8月

维保积极者的人数居多

数据 42: 车主类型（按消费者分类区分），2017年8月

附录——市场规模与预测

数据 43: 汽车售后市场的总销售额，2012-2022年

附录——研究方法和缩写

研究方法

扇形图预测

现在购买这篇报告

网址: store.mintel.com

电话: 欧洲, 中东, 非洲 +44 (0) 20 7606 4533 | 巴西 0800 095 9094

美洲 +1 (312) 943 5250 | 中国 +86 (21) 6032 7300

亚洲 +61 (0) 2 8284 8100 |

邮件: reports@mintel.com