

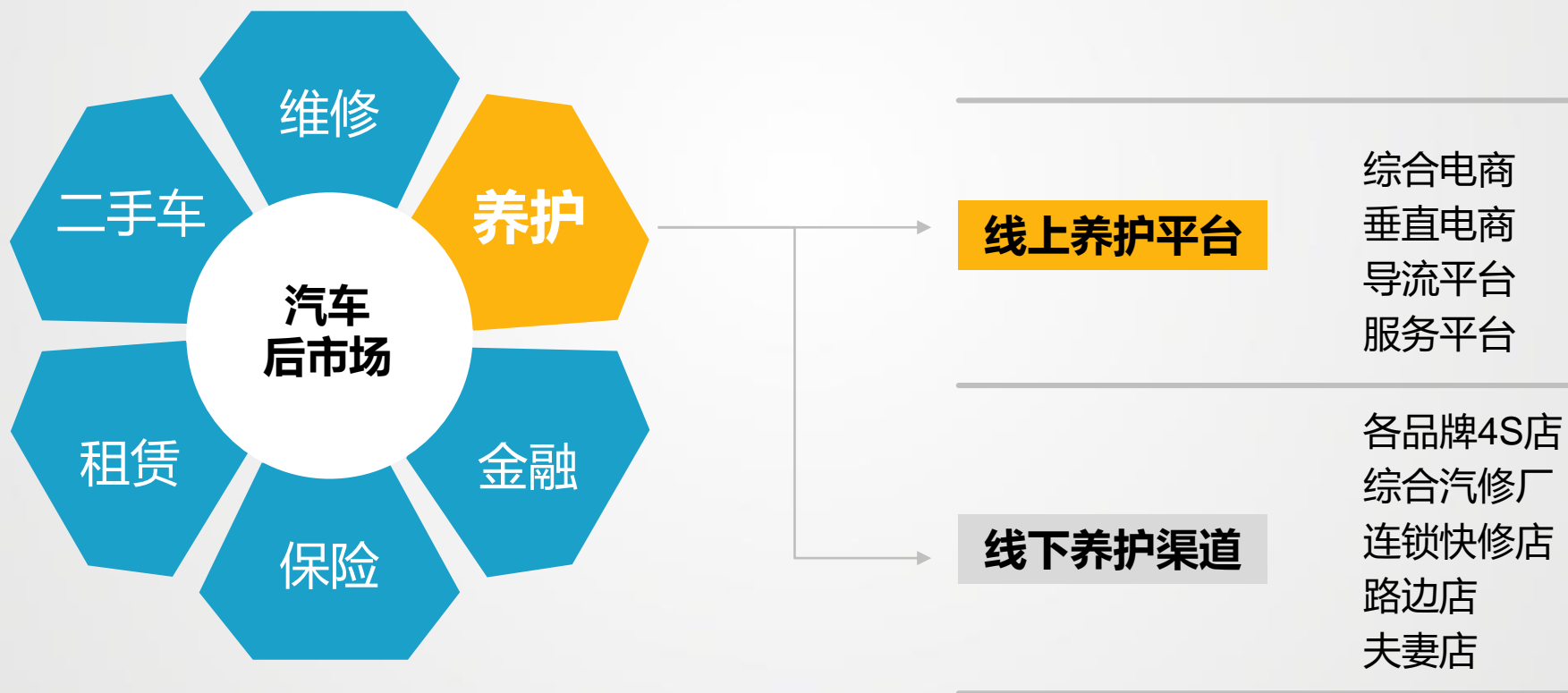
# 汽车养护

机会行业简报 第9辑



本报告关注：

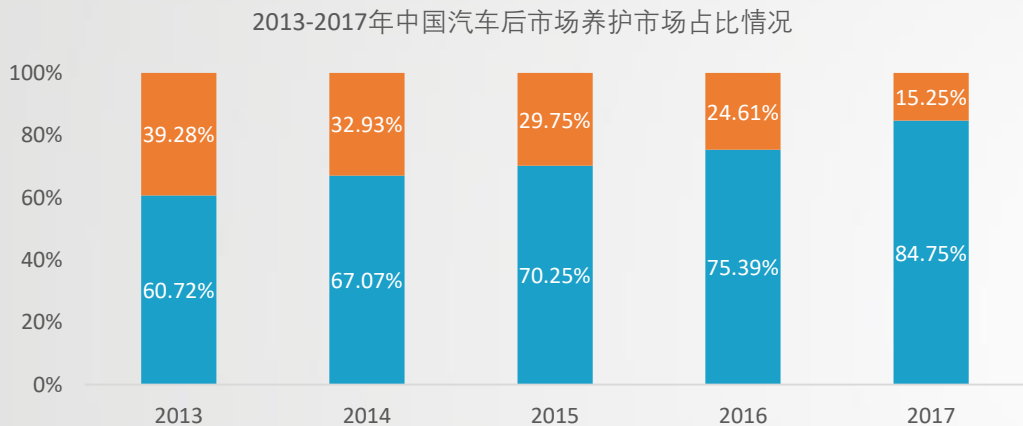
- 1.汽车后市场中的**汽车养护**小类，仅包含**汽车保养、零部件更换、美容等轻保类服务**，不包含大型事故维修服务。
- 2.且主要关注**通过互联网技术手段实现**的汽车养护交易服务，不包括传统的线下实体交易。



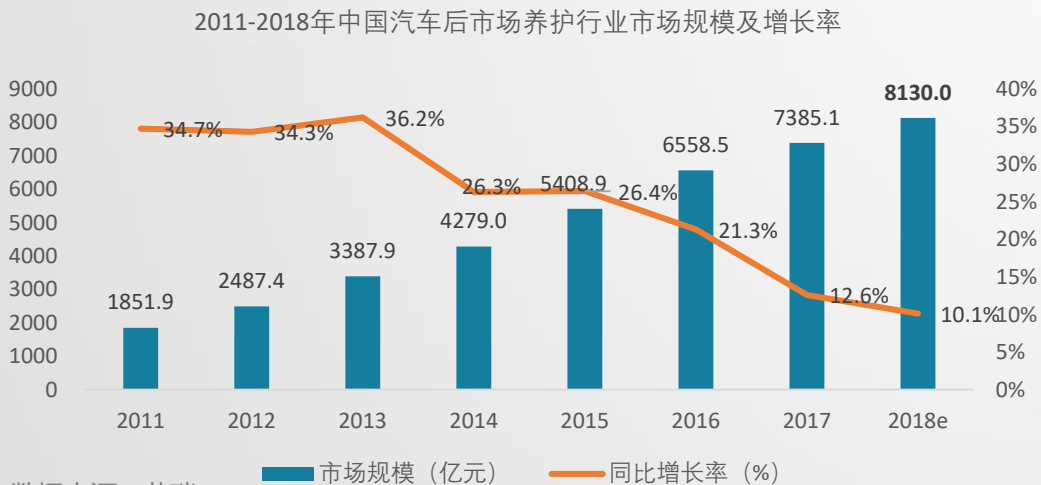
# 市场规模：汽车养护整体市场规模巨大，在线养护占比逐年提高

3

➤ 汽车养护是整体后市场规模最大的子版块，2018年预计规模超8000亿元。



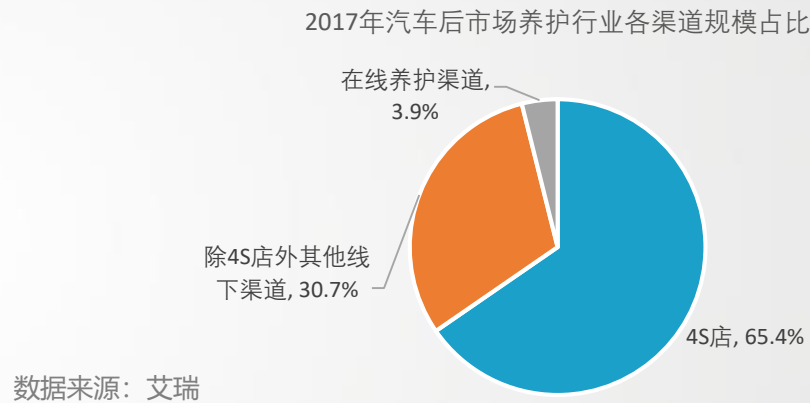
数据来源：易观



数据来源：艾瑞

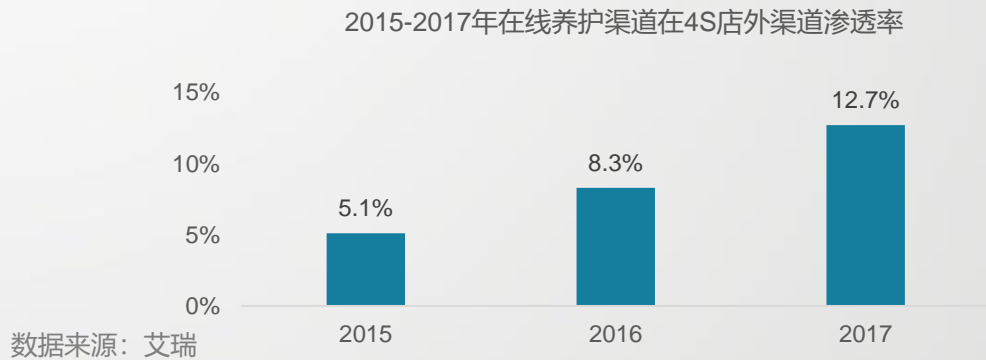
➤ 各养护渠道中，4S店依旧占据最大份额，在线养护渠道渗透率持续提升

- 在汽车养护市场中，受新车质保期的影响，4S店依然占主体地位，占据过六成市场份额；其他渠道主要争夺保外用户。



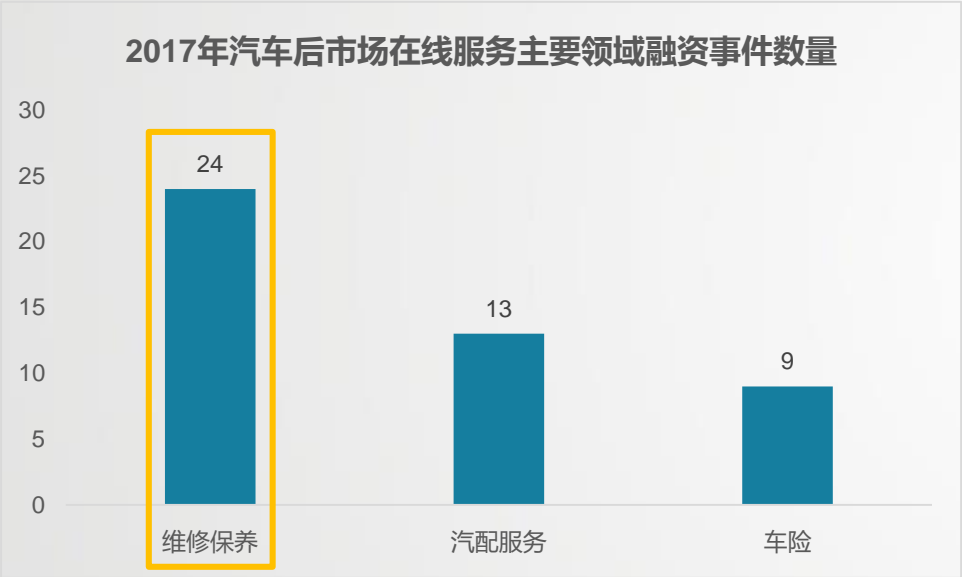
数据来源：艾瑞

- 随着互联网及移动互联网的快速发展、用户消费习惯的改变，在线养护渠道的市场渗透率逐渐扩大，2017年在4S店外市场渗透率已达12.7%，并在持续扩大。



数据来源：艾瑞

➤ 2017年，中国汽车后市场在线服务依旧持续受到资本关注。融资主体要集中在刚需市场——维修保养、汽配、车险三大细分领域。据不完全统计，2017年维修保养市场发生 24 次融资事件，维修保养仍是资本更为看重、发展潜力更大的市场。



数据来源：IT桔子，艾瑞

资料来源：网络公开资料整理

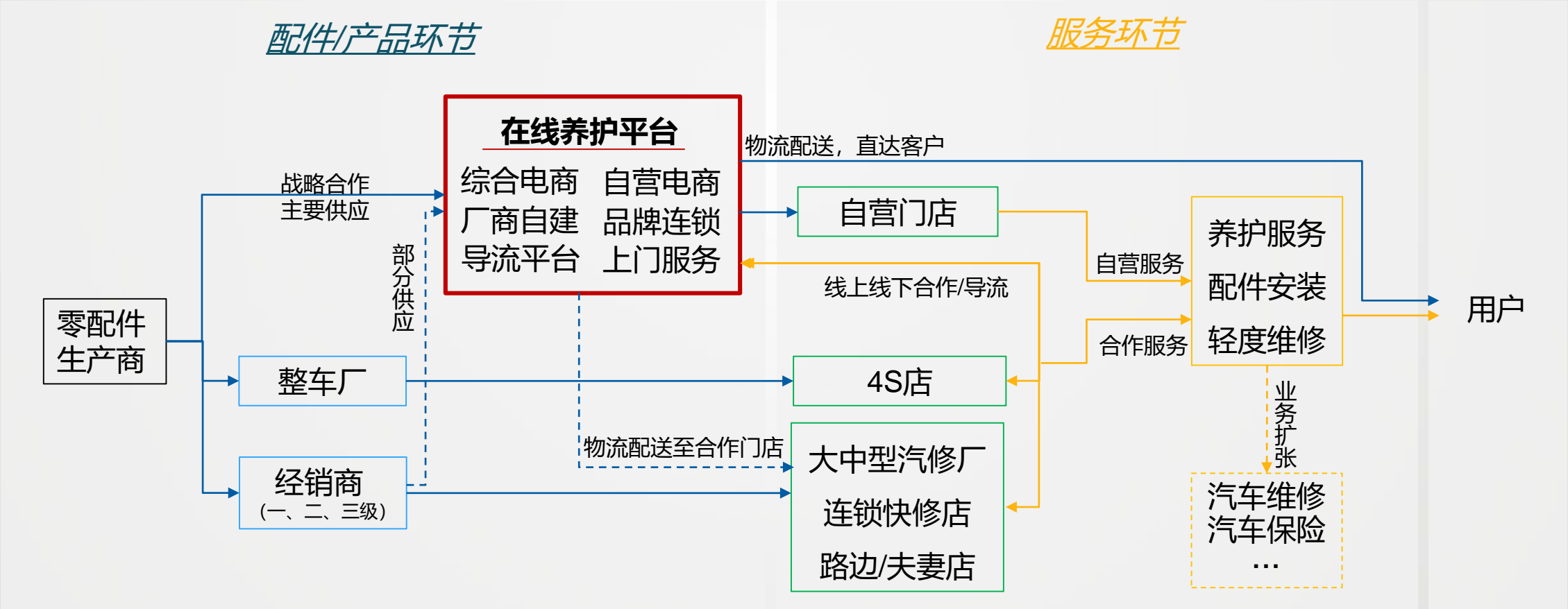
资本市场较为关注的汽车在线养护企业

所在地	公司名称	最近融资时间	最近融资轮次	融资总额	公司简介
北京	e保养	2016-11-01	C+轮	3.13亿	上门保养服务提供起家，现业务范围覆盖保养维修、配件销售等多个领域。
	中驰车福	2018-06-22	C轮	6.5亿	汽车配件B2B交易平台，打造从零部件生产企业到汽修企业、汽修企业再到车主及增值服务集合的B2B2C+O2O垂直类行业平台。
	牛咖斯	2017-02-17	新三板	3000万	主要围绕奔驰、宝马、奥迪高端汽车品牌为高端车主提供高性价比的保养、维修、保险、钣喷等养车服务。
	诸葛修车网	2017-01-17	并购	15.12亿	汽车后服务B2B网站，提供修车案例库、汽配商城、修理工就业等综合服务。
全国其他地区	途虎养车	2018-09-15	E轮	41.18亿	主打汽后、养车类B2C电商平台，主营 轮胎、机油、汽车保养、汽车美容等，1200 多家合作安装门店，覆盖19个省、266个城市。
	典典养车	2017-10-10	C+轮	8.07亿	移动O2O服务平台，包括商户版、车主版，提供洗车、保养、在线专家提问等各类汽车对接服务。
	汽车超人	2017-04-25	战略投资	54亿	汽车配件及汽车后服务O2O电商平台，用户可通过汽车超人各平台线上采购汽车配件，线下享受汽车保养、美容等汽车综合服务。
	携车网	2017-01-26	新三板	8300万	专注于汽车售后市场的电子商务网站，旗下有“府上养车”汽车上门保养服务品牌。

# 产业链：线上渠道的核心竞争力在于整合上游供应链和线下门店

5

- **传统养护渠道**：分为4s店渠道和非4S店渠道（传统大中型修理厂、路边门店）两种，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、效率低；修理厂、路边门店价格优势明显，但服务质量参差不齐。
- **线上养护平台**：初期通过售卖高质、低价、品牌辨识度较高的零配件品类打开市场并获取信任，后逐渐建设自己的供应链体系，打通供应链与C端，保证汽配产品价格统一、透明；同时推动现有线下门店互联网化，提升服务体验，增加客户粘性。
- **线上养护平台**现已经形成综合电商（淘宝、京东），自营电商，厂商自建，品牌连锁，导流平台，上门服务等多种服务模式，并逐渐由汽车用品、保养服务向汽车维修、汽车保险、汽车金融等多元业务探索，养护服务成为企业探索汽车后市场在线服务整合平台的重要入口。

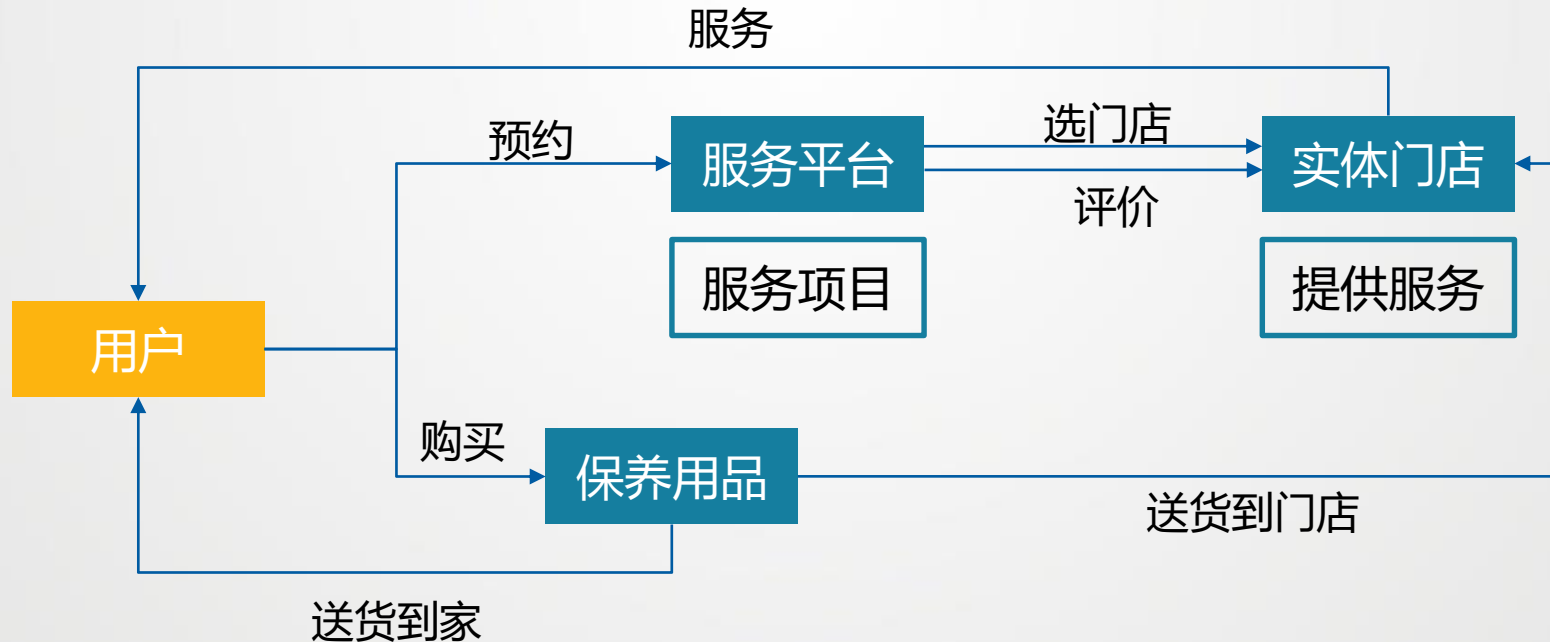


## 运营模式：线上购买/预约产品、线下服务是在线养护最主流模式

6

- 现阶段，中国汽车消费者对于汽车养护知识仍较为欠缺，大部分消费者无法做到在养护平台购买零部件后自行安装、更换；同时汽车养护需要较大的场地、专业的工具及技师，这对于上门养护也形成了巨大的挑战。
- 在线养护服务平台使服务及零部件价格透明化；而连接/建设实体门店，则保证了汽车养护场地、专业工具及专业技师；消费者可通过平台选择购买零部件或预约养护项目，并自行选择门店，完成服务后，可在平台上对商户服务做出评价，促进实体门店服务质量的改善，形成良性循环。

### 线上线下结合的养护平台模式







## 线上平台+加盟门店

**代表企业：途虎养车、汽车超人**

1. 发展较为成熟，已经占有在线养护市场70%以上的客源。
2. **线上平台+线下门店加盟模式。**多数以轮胎、机油等高认知度产品为市场切入点，自建仓储和物流，由平台直接对接供应链，面向终端车主进行产品的售卖。车主可以通过官网、APP、电商等平台渠道购买产品及服务，并引流至线下连锁门店享受服务。
3. **资产模式较重。**对于配件质量、仓储、物流、技师水平等环节的运营能力，以及对于线下店家的管理能力是自营型平台要面临的主要问题。

自营型养护电商



## 线上平台+直营门店

**代表企业：车享家、车工坊**

1. **由整车厂商建立的汽车养护平台**，依托厂商自身强大的供应链、资金、技师等资源，开展后市场服务。
2. **承担整车厂完整布局汽车产业链功能。**养护平台发挥整车厂商完善“新车交易-用车服务-二手车置换”整体业务布局的作用。
3. **资产模式最重。**自营门店，对门店服务质量可控性强，容易建立口碑。
4. **特点：**线上引流，线下门店提供标准化的服务和对应的产品。

厂商自建平台



## 线上平台+直控门店

**代表企业：典典养车**

1. **对加盟门店进行直接服务干预。**平台拥有少量自建门店，主要吸引大量线下存量门店加盟，冠以统一品牌。平台为商家提供从品牌、技术、培训、供应链到服务质量的全方位支持，对线下门店的服务流程和服务项目进行标准化干预。
2. **资产模式相对较轻。**不一定自建仓储和物流，主要搭建平台，连接供应商-门店-车主。
3. **特点：**线上引流，线下加盟门店实施标准化的服务。

品牌连锁



## 线上平台+门店入驻

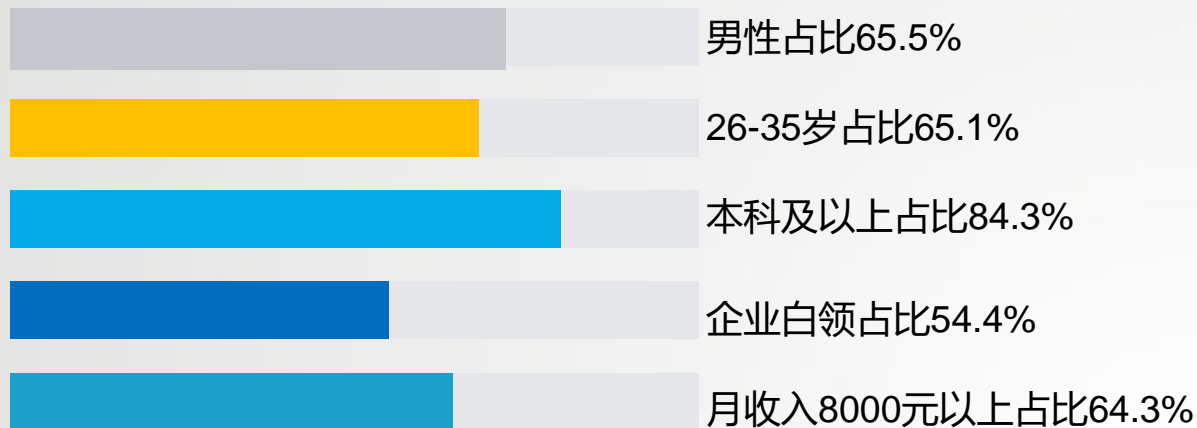
**代表企业：乐车邦、车点点**

1. **导流模式。**线下门店入驻平台，消费者自行选择，线上平台进行导流，收取中介费。
2. **打造垂直领域服务。**多以洗车、养车知识问答等高频服务为切入点，并坚持深耕单一垂直领域服务，打造垂直服务品牌。市场暂未出现绝对头部企业。但近两年，乐车邦凭借4S店服务体系，打造高性价比4S店服务品牌，吸引众多消费者关注和使用，企业发展势头迅猛。
3. **特点：**通过线上预约保养服务，商品单一。

导流平台

# >>> 用户画像：男性，年轻，高知，白领，APP核心关注点为出行相关

8



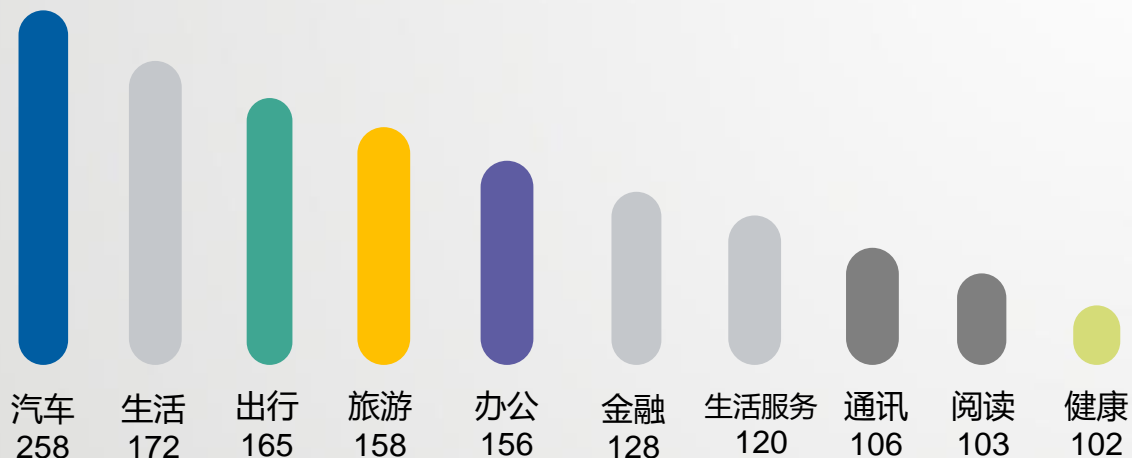
数据来源：艾瑞



数据来源：艾瑞

- ✓ 对汽车养护知识比较了解
- ✓ 单次养护时长集中于1-2小时
- ✓ 偏好正厂件和原厂件
- ✓ 最看重养护渠道的配件质量和技师专业性

## 手机APP活跃TGI TOP10



数据来源：途虎养车.2018中国汽车用户线上养护行为报告

## 用户养护渠道选择情况



数据来源：艾瑞



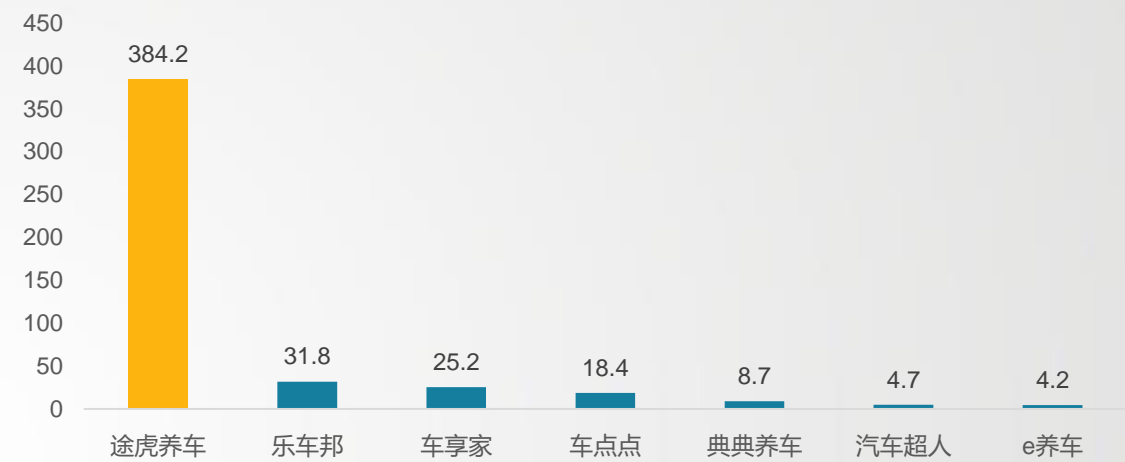
# >>> 头部企业：头部聚集于上海浙江，途虎优势明显

- 从全国来看，汽车线上养护平台领域的头部企业主要位于上海、浙江区域，北京地区的企业尚未参与到全国性竞争中去。
- 具体来看，自营电商平台途虎养车在养护领域形成绝对优势，用户规模遥遥领先。其他头部企业之间未形成明显差距，竞争仍在继续，重新洗牌可能性依然存在。

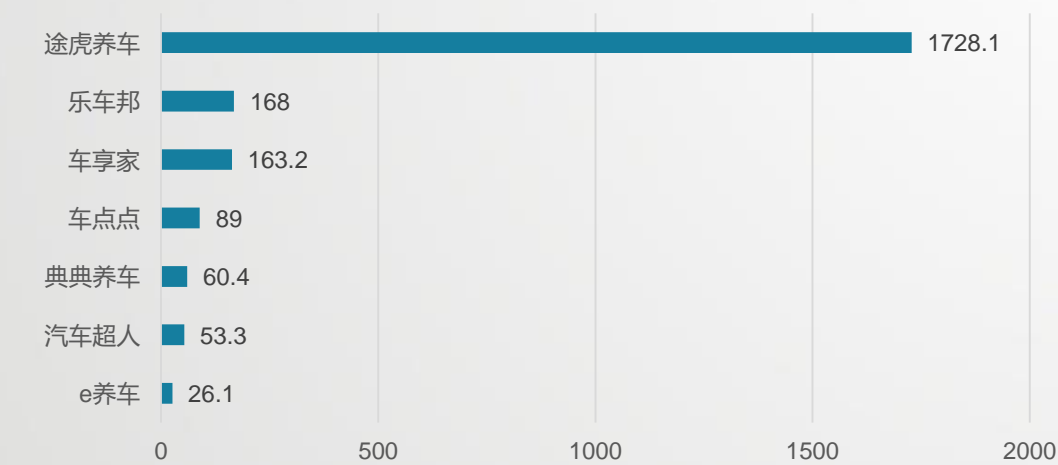
头部企业所在地区——

途虎养车-上海 乐车邦-上海 车享家-上海 车点点-杭州 典典养车-杭州 汽车超人-杭州 e养车-上海

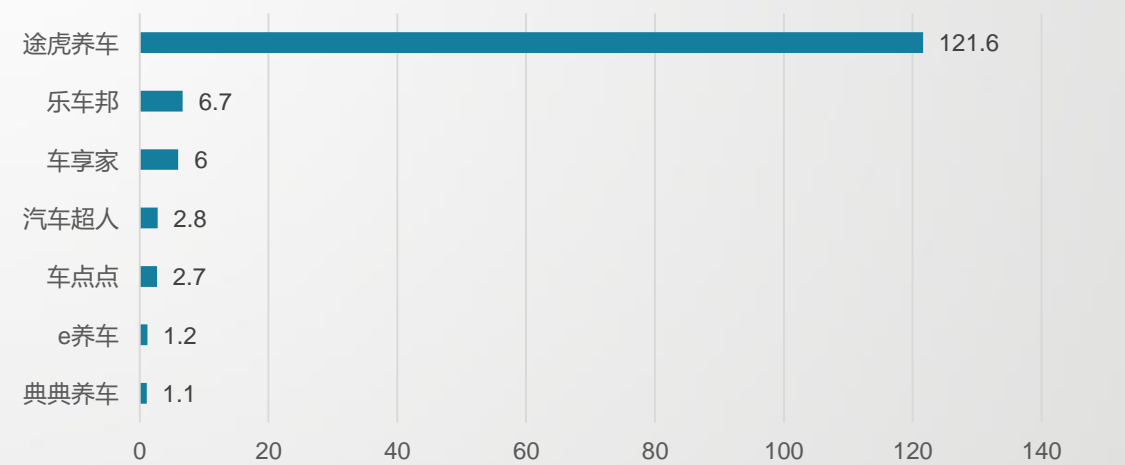
2018年7月线上养车移动端用户规模（万人）



2018年7月线上养车移动端启动次数（万次）



2018年7月线上养车移动端使用时长（万小时）



# 运营模式：线上购买/预约产品、线下服务是在线养护最主流模式

10



- 整合 4S 店闲置资源，为用户提供高性价比、标准化、原厂品质的售后服务。同时，通过深度优化行业资源和业务创新，启动 4S 店托管业务和 B2B 零部件交易平台，实现业务板块联动发展。
- 目前 APP 平台注册用户突破 1400 万，业务开通 67 个城市，合作精选 4S 店 4500 家，覆盖 80 个汽车品牌。旗下“人和岛”托管业务管理的 4S 店达到 140 家，涵盖 15 家豪华、125 家一线主流合资中端品牌。

## 乐车邦对 4S 店服务价值

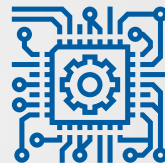


## ✓ 开拓 4S 店用户来源



## ✓ 引入新兴技术手段

4S 店托管业务：全品牌数字交易展厅，利用先进技术赋能 4S 店提供更多元服务



## 供应链体系打造高粘性 B2B 闭环

e保养超级供应链体系立足打造 B2B 平台，提供配件、人才以及金融供应等服务。B 端门店通过 e 保养超级供应链体系，提升收入、降低成本。目前 e 保养自营配件达 7000 多种，合作门店超过 1700 家。

## 线上服务平台多渠道导流

客户可以通过 e 保养网站、电话、微信、APP、电商平台等渠道购买产品及服务，并导流至 e 保养连锁体系享受服务。

## 多元线下门店满足多样需求

e 保养已在全国开设数十家直营门店，店面规模从 200 平米到 1800 平米不等。渠道类型分为中心店、综合店、社区店并提供上门服务，以满足车主日常保养、维修钣喷等不同需求，现已覆盖北京、苏州、广州、深圳等多个城市。

上门保养服务提供商



自营养护电商平台

# THANKS

---

北京运营行业营销组

