



车与媳妇恕不外借

2017年中国汽车后市场app研究报告

极光大数据

2017.09

关键发现



汽车后市场整体用户规模达1900万；其中，汽车维保市场达730万



途虎养车8月市场渗透率达0.29%，DAU超过13万



平安好车主日新增用户留存率超80%



汽车后市场app男性用户超过八成，80后90后是主力军



一、二线城市为汽车后市场app用户聚集地



江苏省汽车维保app用户全国占比最高

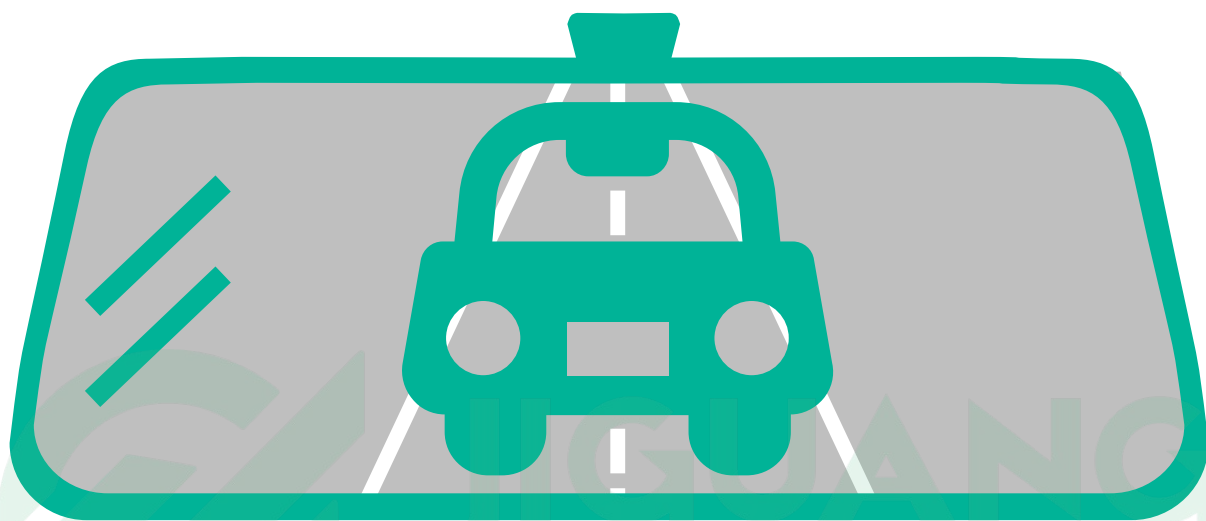
CHAPTER 01

行业介绍

报告研究范围

聚焦汽车维保、汽配车品和车险等领域

- 汽车后市场指汽车销售以后，围绕汽车使用生命周期的所有服务，主要包括汽车使用的配件用品、汽车养护、汽车维修、汽车金融、汽车保险、汽车租赁、二手车交易、汽车资讯等市场；本次报告将聚焦研究与汽车的日常使用和维护密切相关的汽车维保、汽配车品和车险等领域

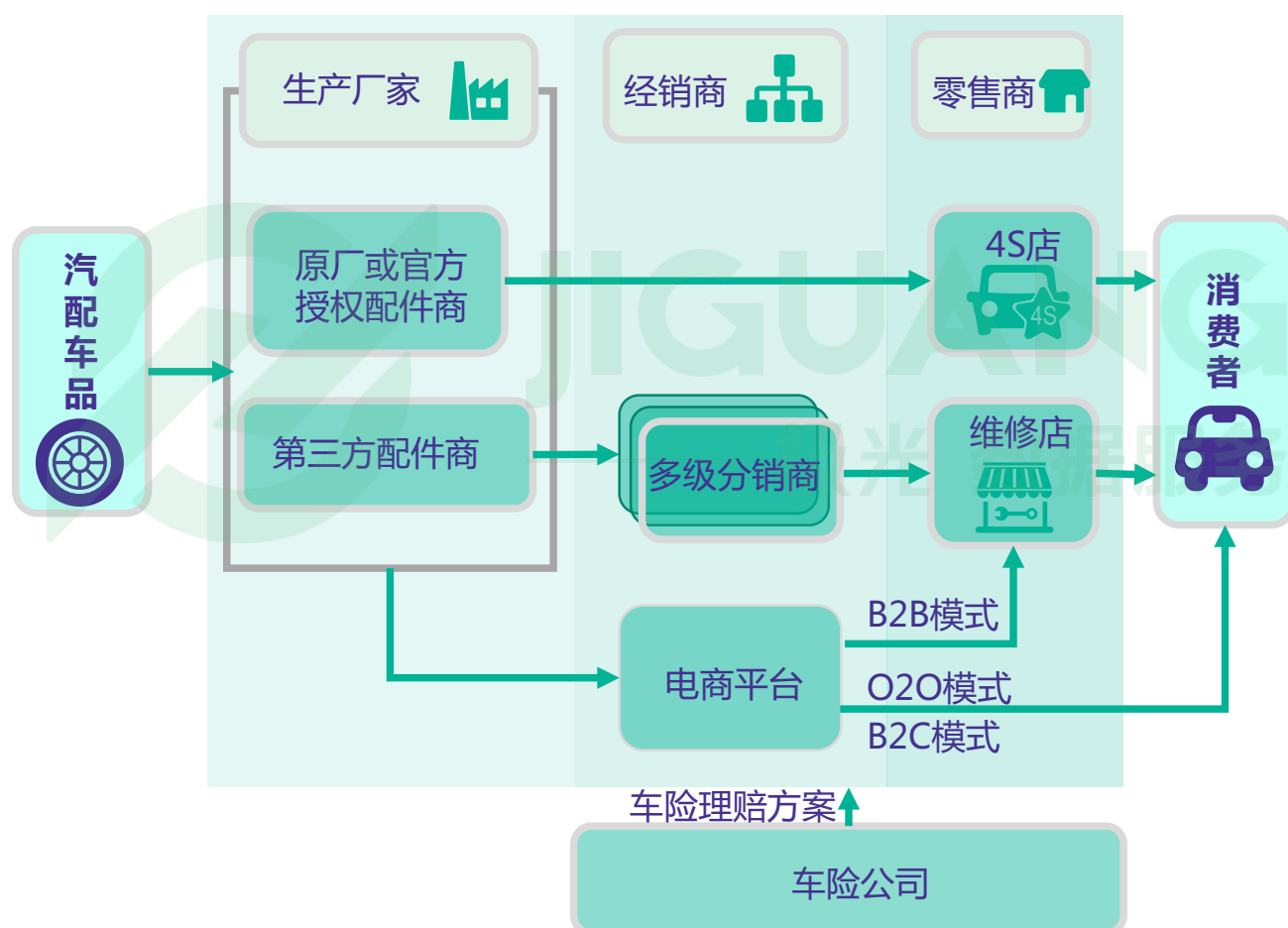


数据来源：根据公开资料整理

汽车后市场产业链结构分析

4S店和维修店是汽配车品的主要流通渠道

- 当前，汽车养护途径以4S店和独立汽车维修店为主；4S店直接从汽车主机厂或官方授权配件商直接获得配件，汽车维修店包括连锁店、大型维修店和夫妻店组成，配件主要经多级分销渠道从第三方配件商获得
- 互联网汽车后市场平台以B2B、B2C、O2O等模式切入汽配车品和汽车维保市场
- 车险平台通过出险车辆的理赔方案影响汽配选择渠道



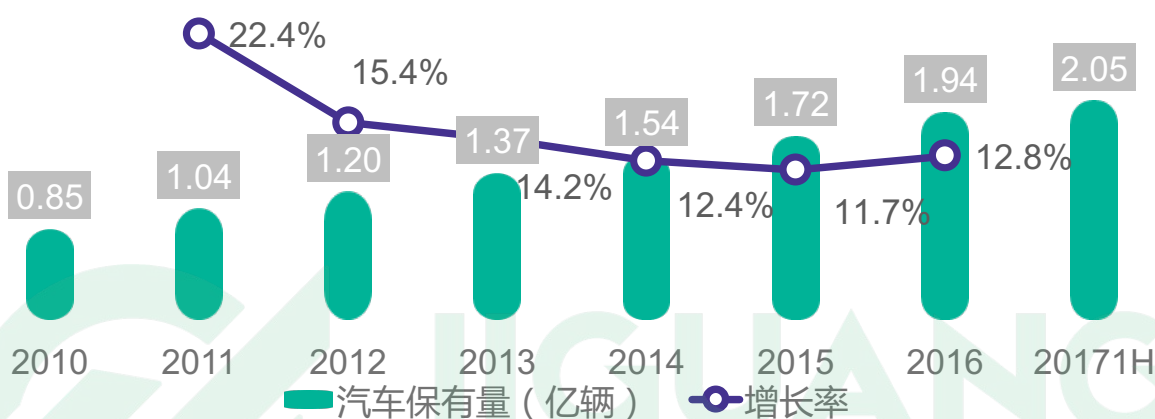
数据来源：根据公开资料整理

汽车后市场市场空间分析

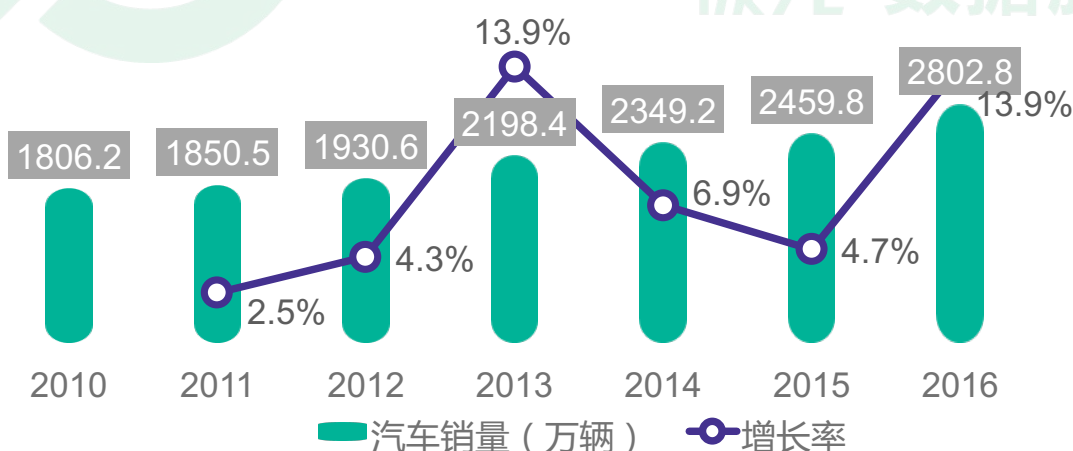
持续上升的汽车保有量和销量巩固并壮大后市场规模

- 2017年上半年，中国汽车保有量达2.05亿，2011年的中国汽车保有量为1.04亿，短短几年时间，中国汽车保有量翻了一番；巨大的汽车市场催生了广阔的汽车后市场
- 中国汽车销量年年创新高，2016年汽车销量达2802.8万；强劲的销量进一步扩大汽车后市场规模

2010-2017年中国汽车保有量



2010-2016年中国汽车销量

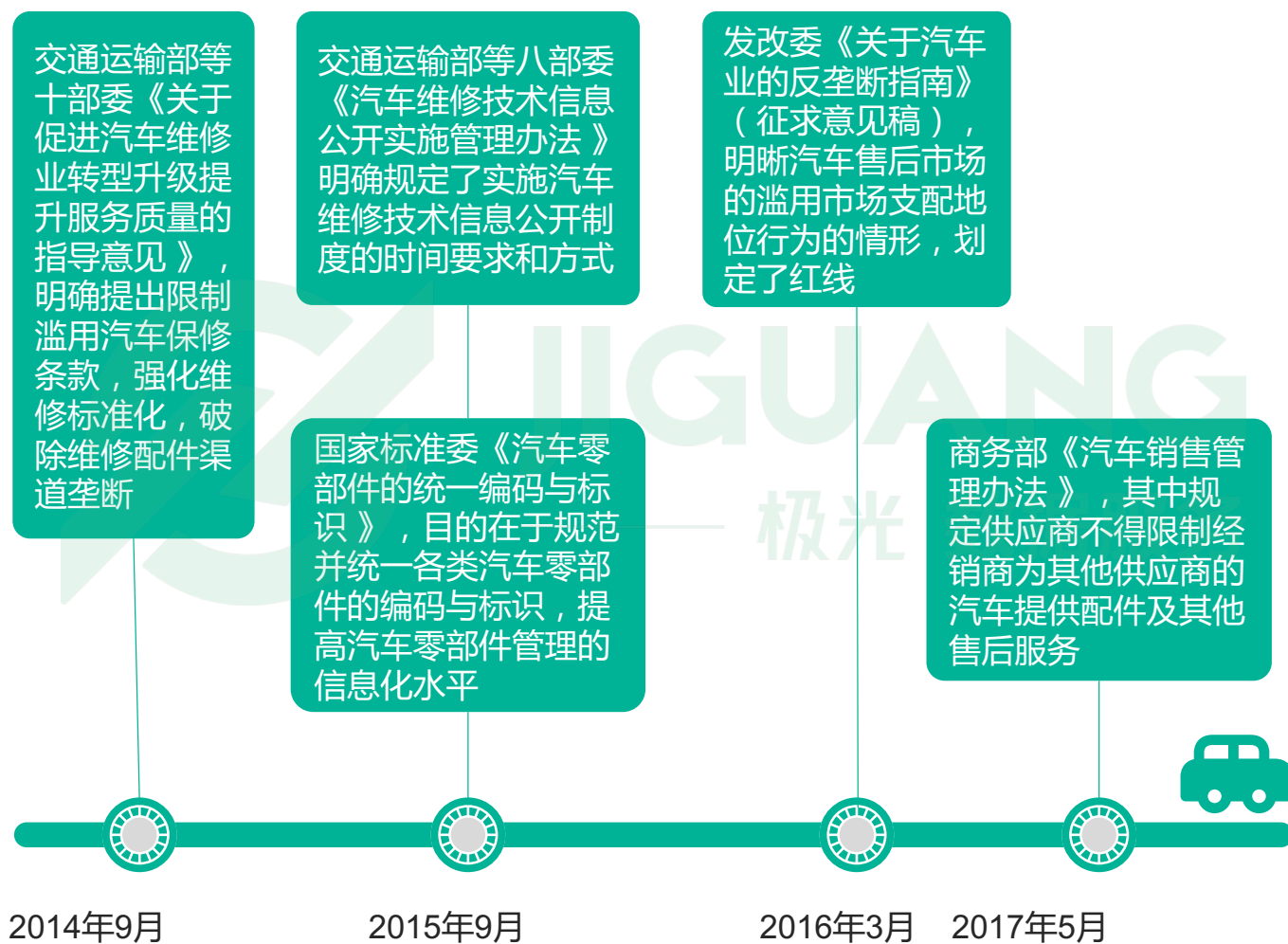


数据来源：中国汽车保有量数据来自公安部交管所，中国汽车销量数据来自中国汽车工业协会

汽车后市场政策分析

政策加持下，后市场逐步放开，市场渠道向多元化发展

- 国内政策督促改善汽车后市场整车厂主导的局面，加速国内汽车配件编码统一规范化发展，利于独立维修店等其他渠道进入后市场，未来市场向多元发展



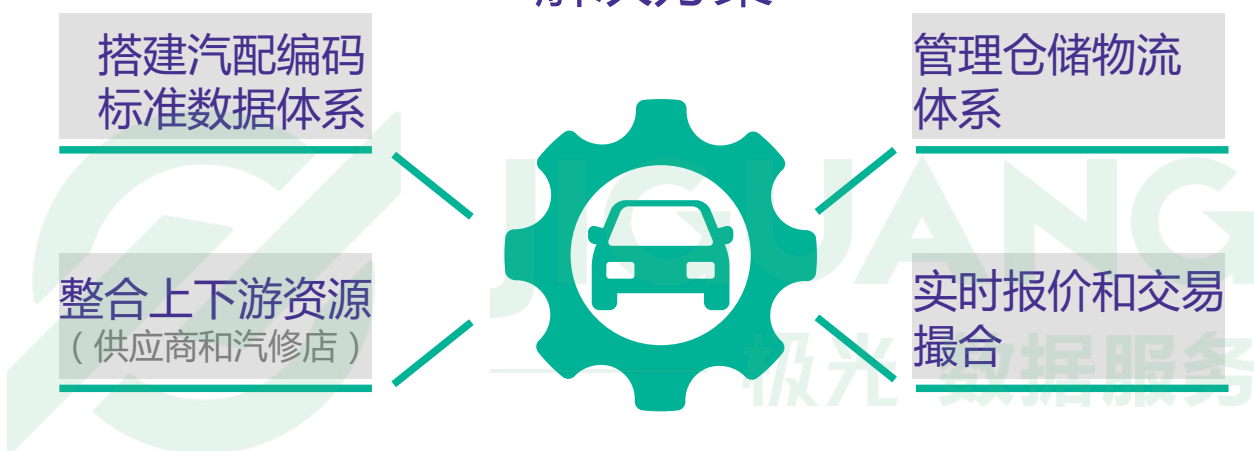
数据来源：根据公开资料整理

B2B汽配车品电商app简介

B2B电商调动产业链纵深发展

- 传统汽配车品市场体量庞大但极度分散，影响供应商和维修店的信息交换效率和市场流通，滋生价格不透明、配件质量参差不齐等现象
- B2B汽配车品电商成为嫁接供应商和汽修店的桥梁，通过信息技术的应用，整合供应商资源和汽修店需求，提高配件流通效率

B2B汽配车品电商 解决方案



传统配件经销商



康众汽配

互联网创业公司



车件儿

数据来源：根据公开资料整理

汽车维护保养app简介

互联网汽车维保平台在摸索中发展

- 互联网汽车维保市场是一个直接服务车主的后市场领域，经历以补贴获客的互联网营销模式后资金链断裂的阶段，市场趋向冷静发展；摸索基于汽车后市场产业特点的互联网维保平台发展路径
- 互联网汽车维保平台以门店自营模式、上门养护模式和为线上导流模式为主



入局互联网汽车维保平台玩家

互联网巨头

阿里汽车

阿里汽车



京东

京东车管家

创业公司



途虎养车



典典养车

整车厂



车享家

数据来源：根据公开资料整理

互联网车险app简介

行业资质成为互联网车险行业一大门槛

- 车险是一类标准化程度高，高频体量大的保险品种，适合互联网销售；通过车险牌照和保险中介资质门槛，互联网车险发展进一步规范、合法化
- 在互联网车险领域，以持牌互联网公司直接提供保险服务、传统财险公司以车险为切入点的汽车服务、基于车主驾驶行为的创新模式和第三方车险中介平台四种模式运行

传统财险公司

PICC
中国人民保险集团



中国平安
PINGAN
保险·银行·投资

移动互联网车险领域

持牌互联网车险公司



安心保险



众安保险

拥有车险牌照

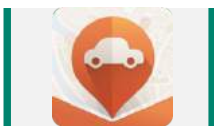
UBI模式平台



车宝

UBI模式，即基于用户驾驶行为提供保险；国内仍处于摸索阶段

汽车工具类



平安好车主

以车险切入
汽车服务市场

第三方车险平台



车车车险



车险达人

以提供比价服务等
形式实现车险销售，
需具备车险中介合法资格

数据来源：根据公开资料整理

CHAPTER 02

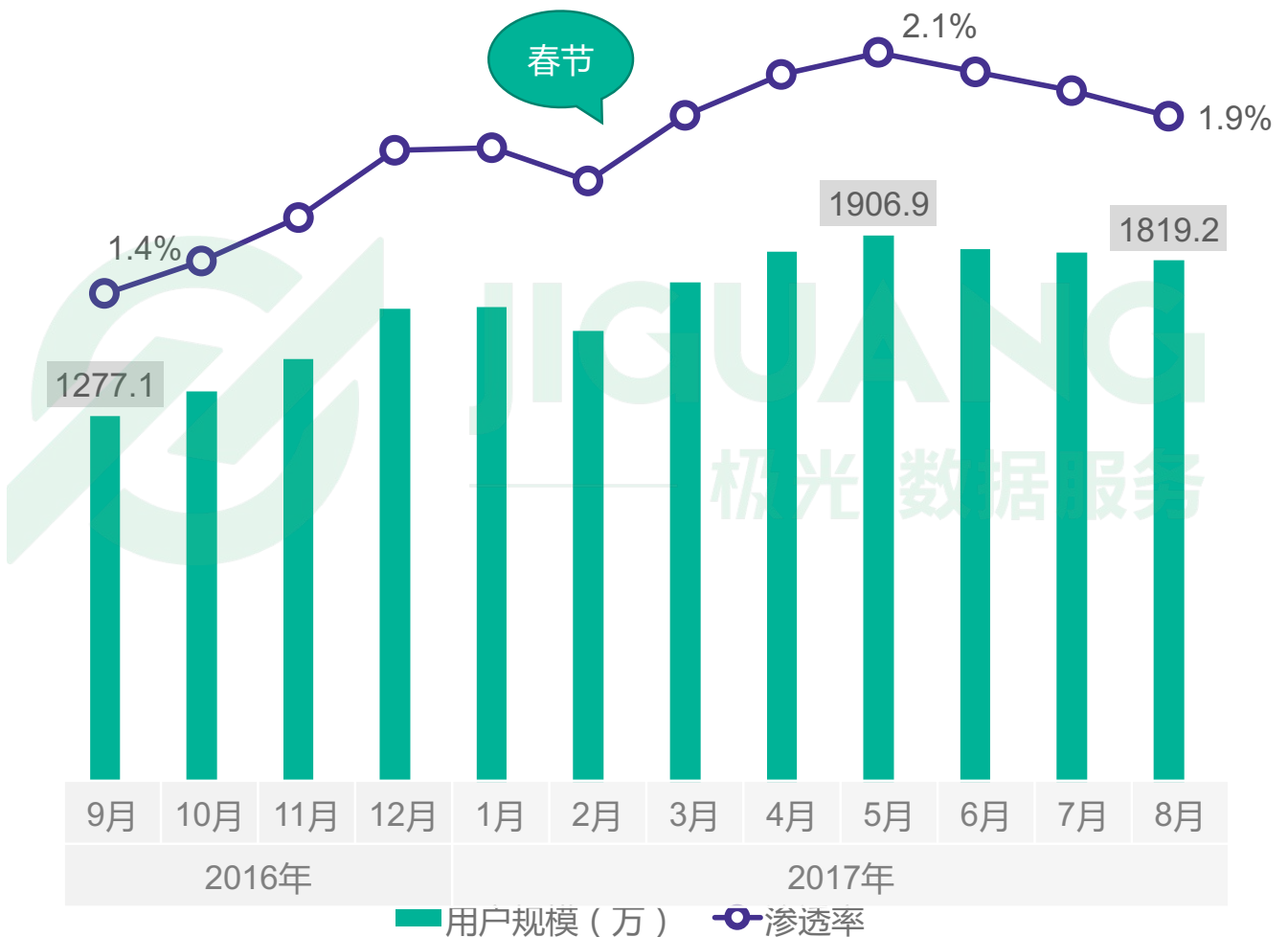
运营分析

汽车后市场app整体渗透率

汽车后市场用户规模近一年峰值达1900万

- 与去年9月1277.1万的用户规模相比，今年8月汽车后市场app整体用户规模提升42.4%，达1819.2万人

汽车后市场app整体渗透率



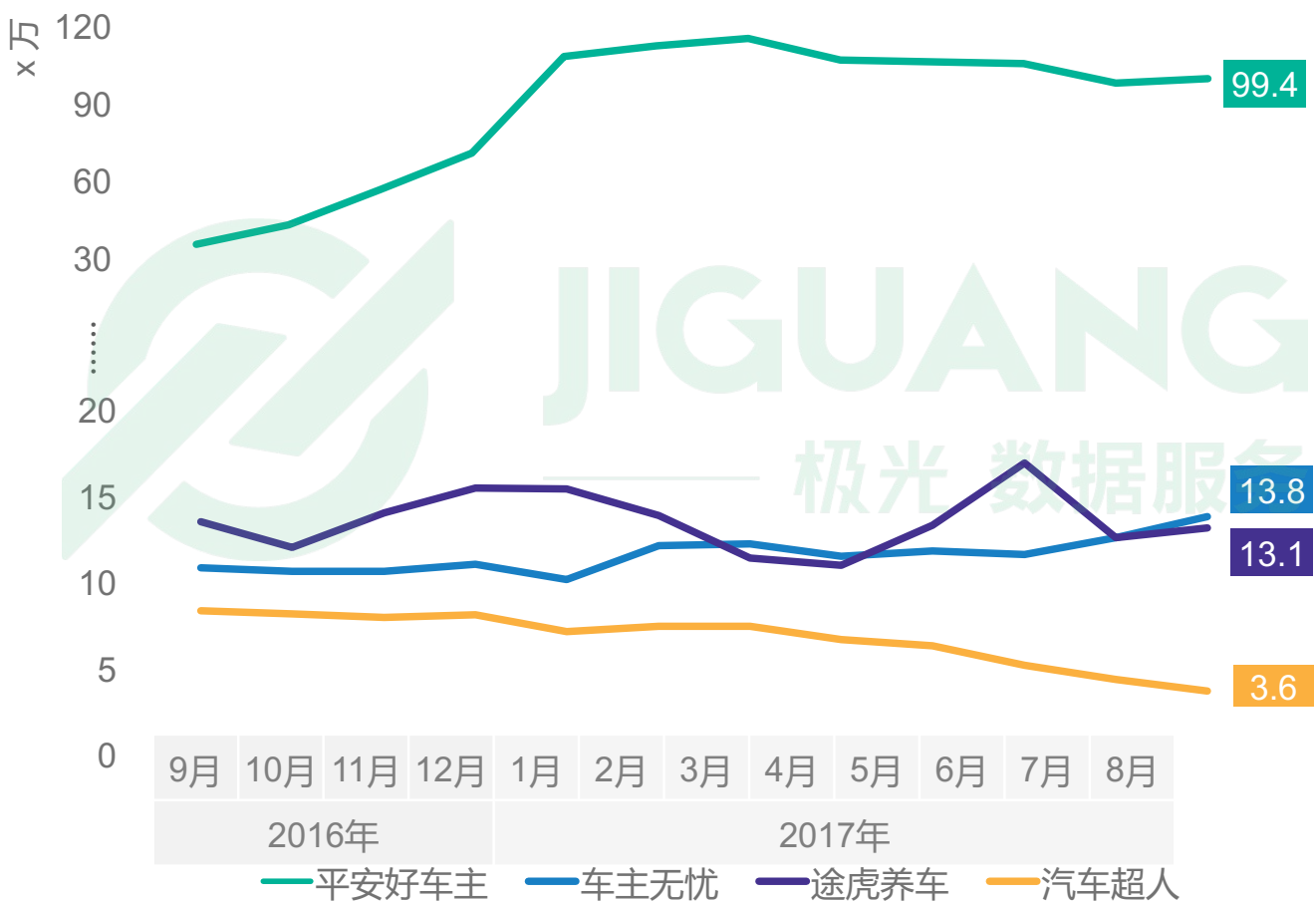
数据来源：极光大数据

汽车后市场app月均日活跃用户数

平安好车主DAU上升明显；途虎养车和车主无忧月均DAU超10万

- 平安好车主从去年9月的月均DAU35.1万上升至今年1月的107.8万，随后有所回落
- 近一年，途虎养车DAU呈震荡趋势，6月达峰值（16.8万）；车主无忧DAU持续上升，8月达13.8万

汽车后市场app月均日活跃用户数

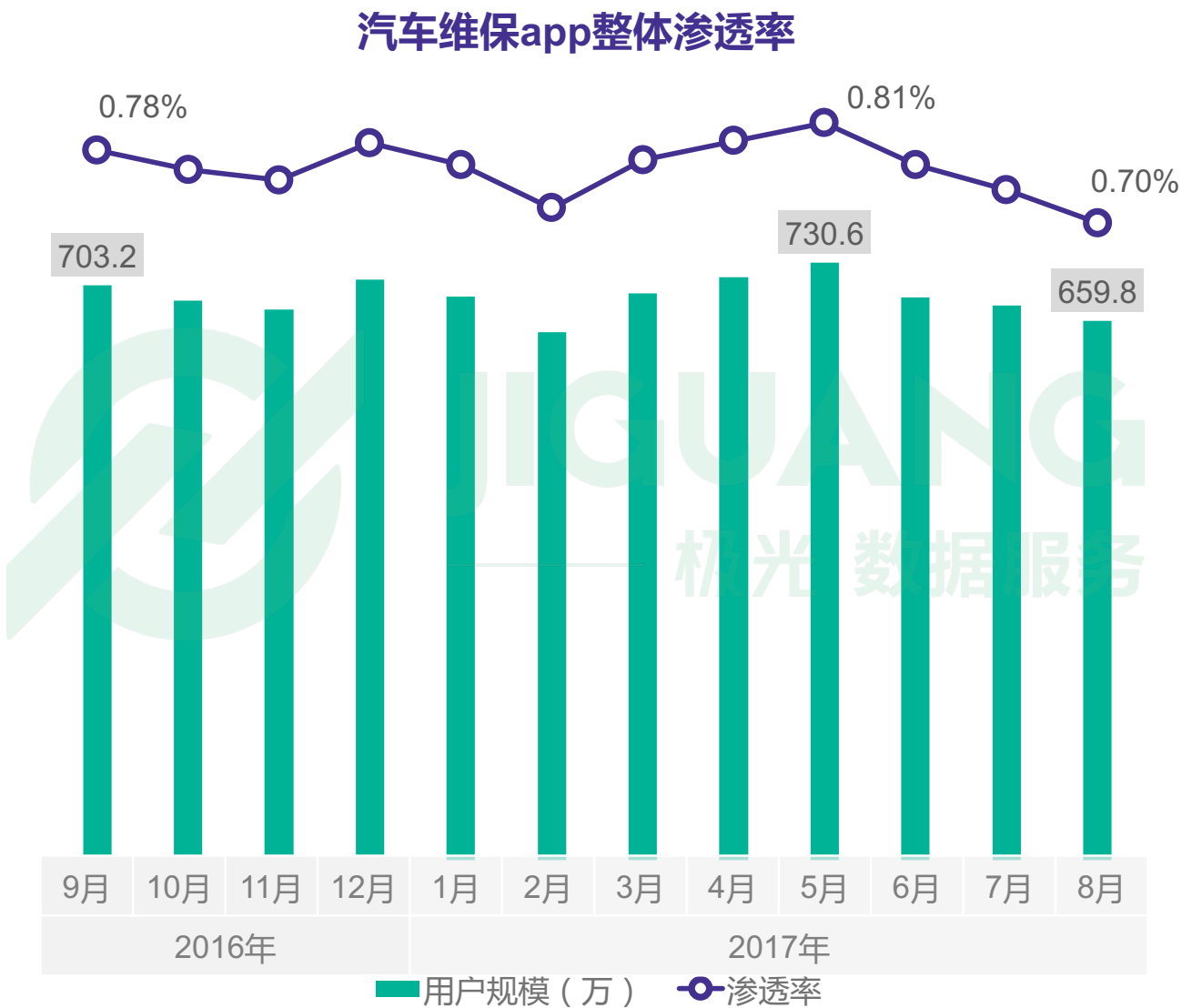


数据来源：极光大数据

汽车维保app整体渗透率

汽车维保app用户规模达730.6万

- 在过去一年中，汽车维保app市场处于震荡状态；去年9月份用户规模达703.2万，今年8月份有所下降，达659.8万；今年5月为近一年峰值，用户规模达730.6万，渗透率为0.81%



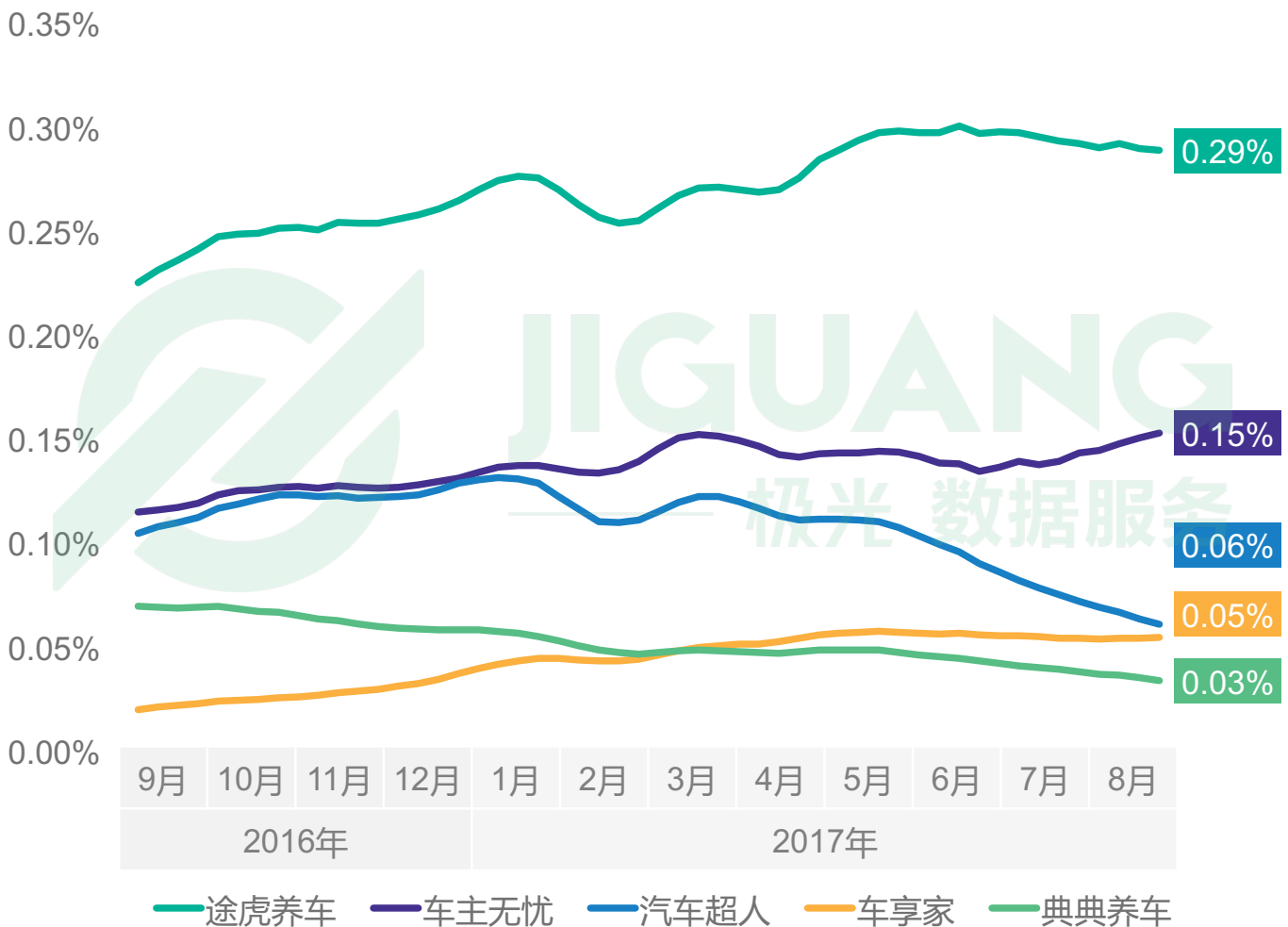
数据来源：极光大数据

主要汽车维保app渗透率

汽车维保app渗透率涨跌趋势不一

- 近一年，途虎养车、车主无忧、车享家呈上升趋势；途虎养车8月渗透率达0.29%，车主无忧达0.15%，车享家达0.05%

主要汽车维保app渗透率



数据来源：极光大数据

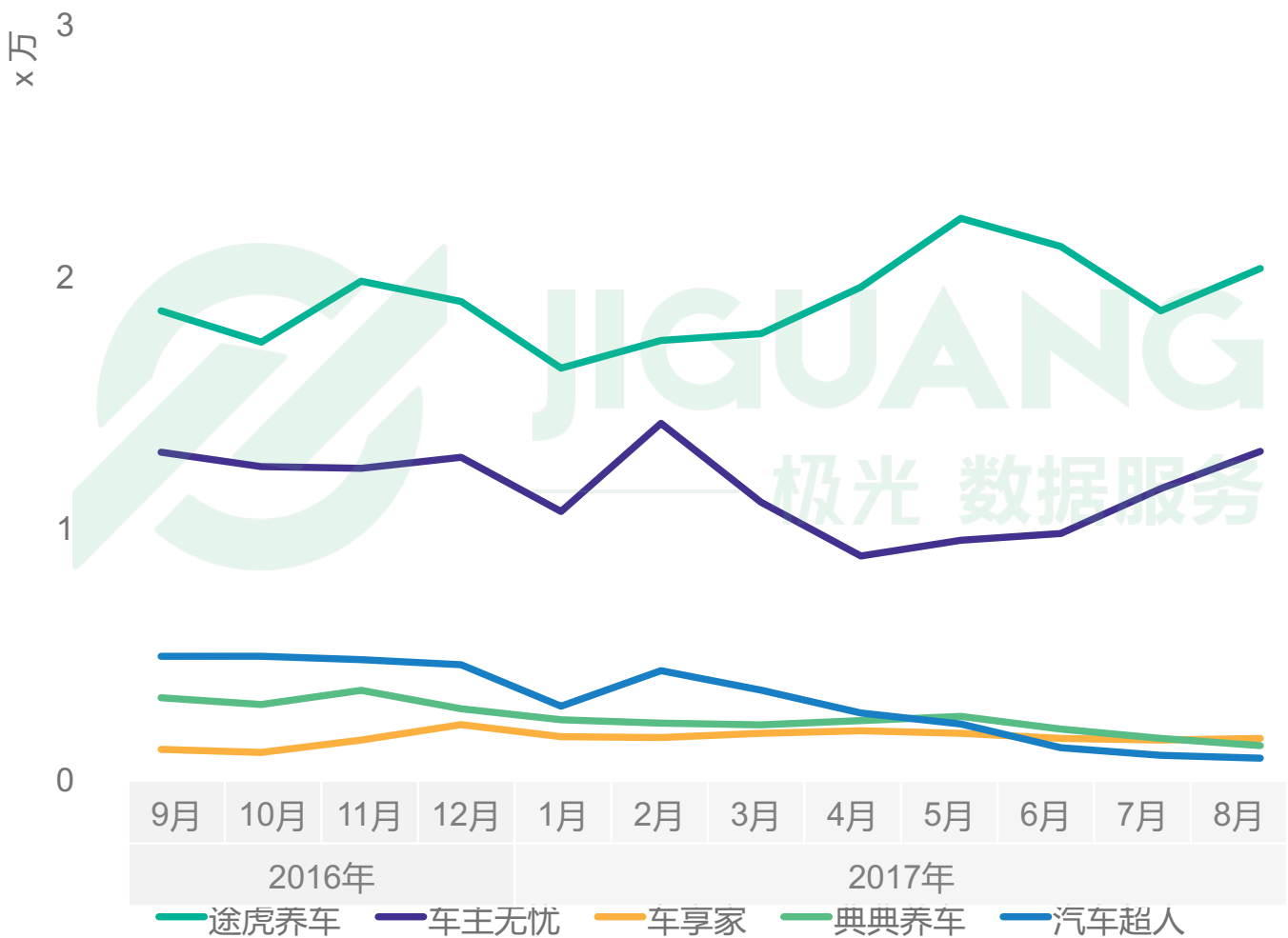
渗透率：当期安装有目标应用的活跃智能设备数量占当期全部活跃智能设备的比例，活跃智能设备定义为数据周期内至少有一次联网行为的智能设备

汽车维保app月均日新增用户数

途虎养车日新增用户突破2万

- 今年8月，途虎养车月均日新增用户数达2万，车主无忧达1.3万

汽车维保app月均日新增用户数



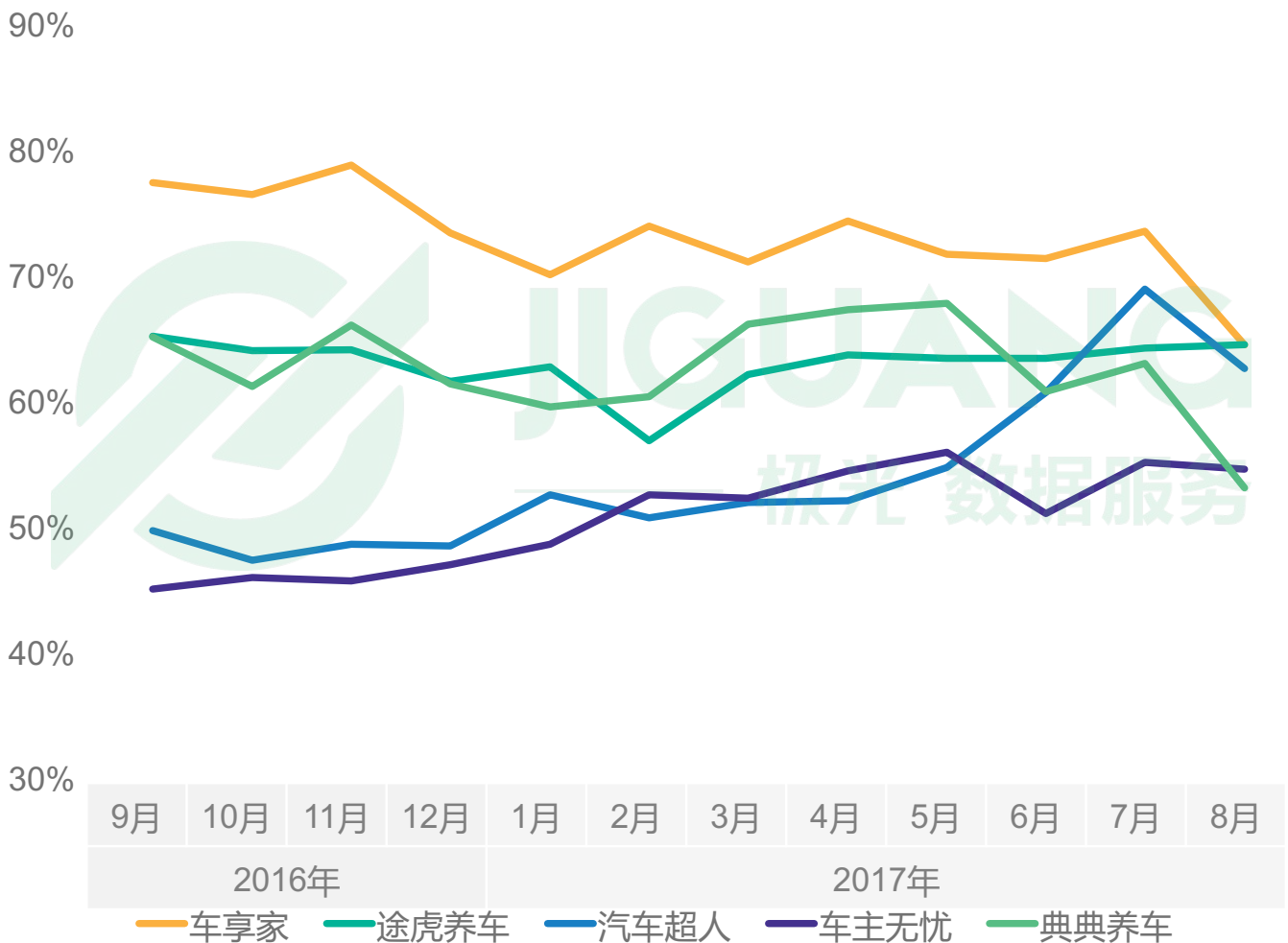
数据来源：极光大数据

汽车维修app新增用户30天留存率

车享家留存率超70%，汽车超人上升明显

- 车享家去年9月留存率达77.4%，今年有所降低，8月达64.5%；汽车超人留存率从去年9月的49.6%上升至今年9月的62.5%

汽车维修app月均日新增用户30天留存率

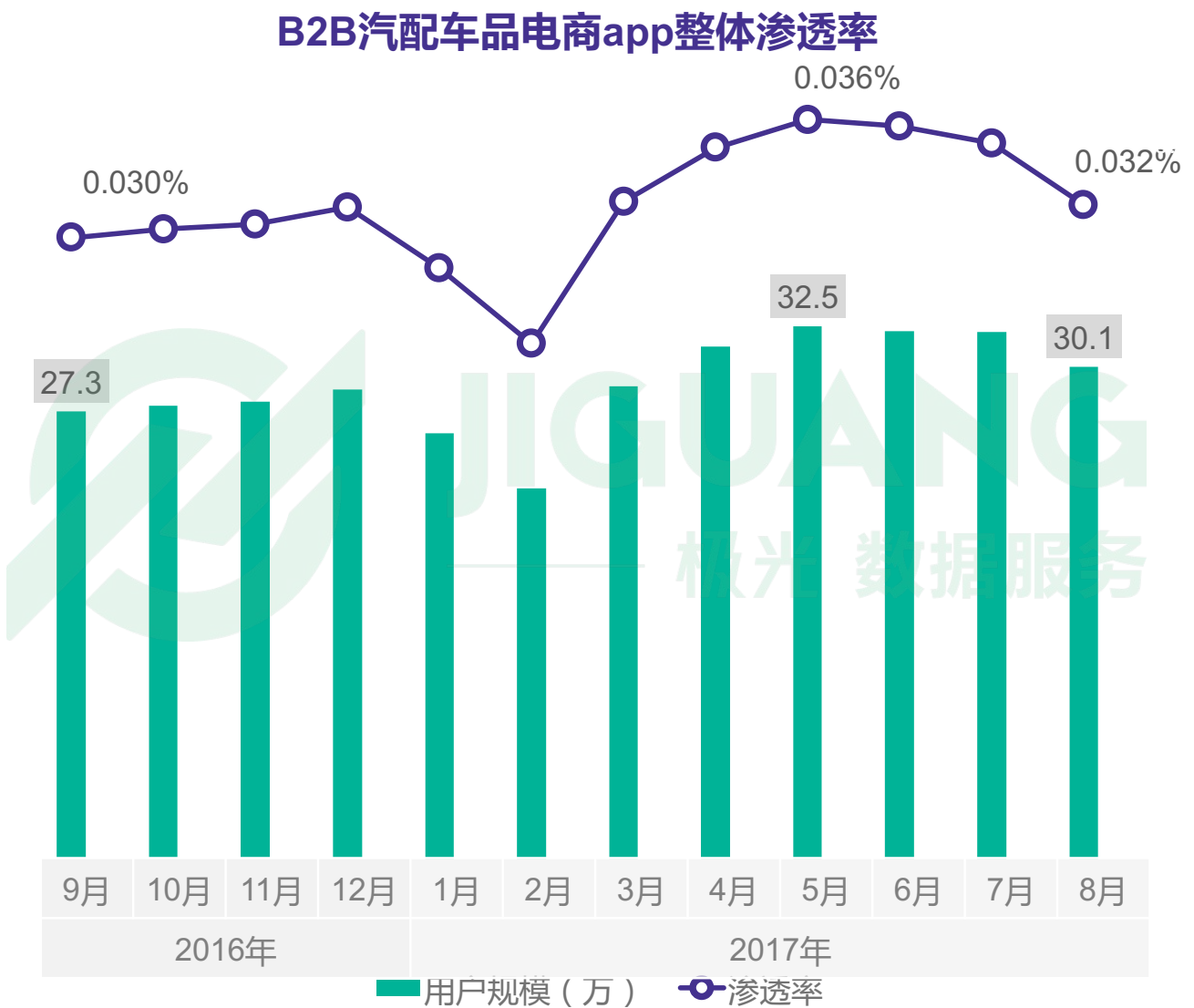


数据来源：极光大数据

B2B汽配车品电商app整体渗透率

8月，汽配车品电商用户规模达30.1万

- B2B汽配车品电商在今年5月达峰值，用户规模达32.5万



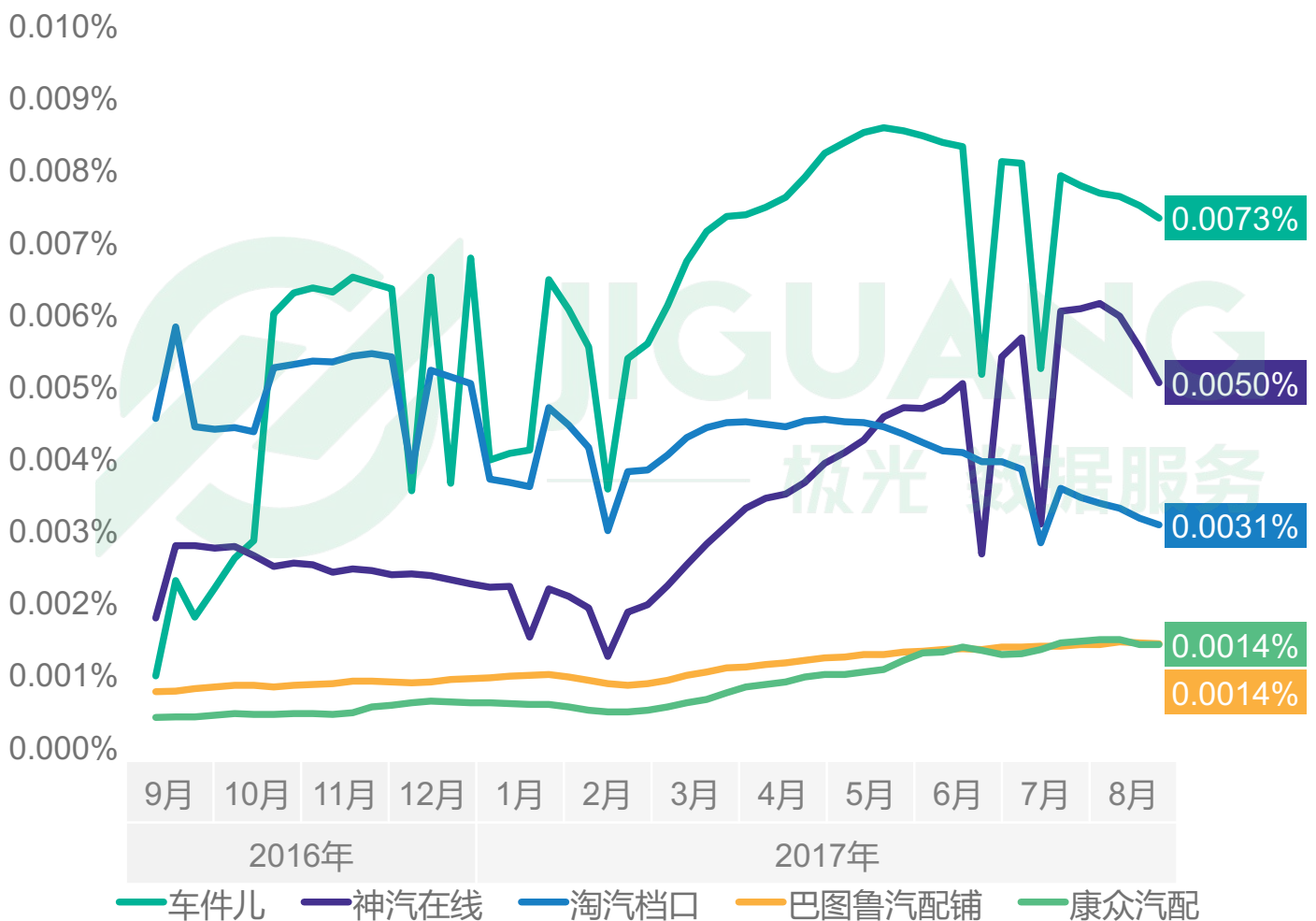
数据来源：极光大数据

主要B2B汽配车品app渗透率

车件儿渗透率达0.0073%

- B2B汽配车品app以面向企业用户为主，本报告以整体移动网民规模角度推算渗透率，故数值普遍较小
- 车件儿渗透率8月达0.0073%，用户规模约为6.9万；神汽在线渗透率上升明显，去年9月为0.0010%，今年8月达0.0050%

主要汽配车品app渗透率



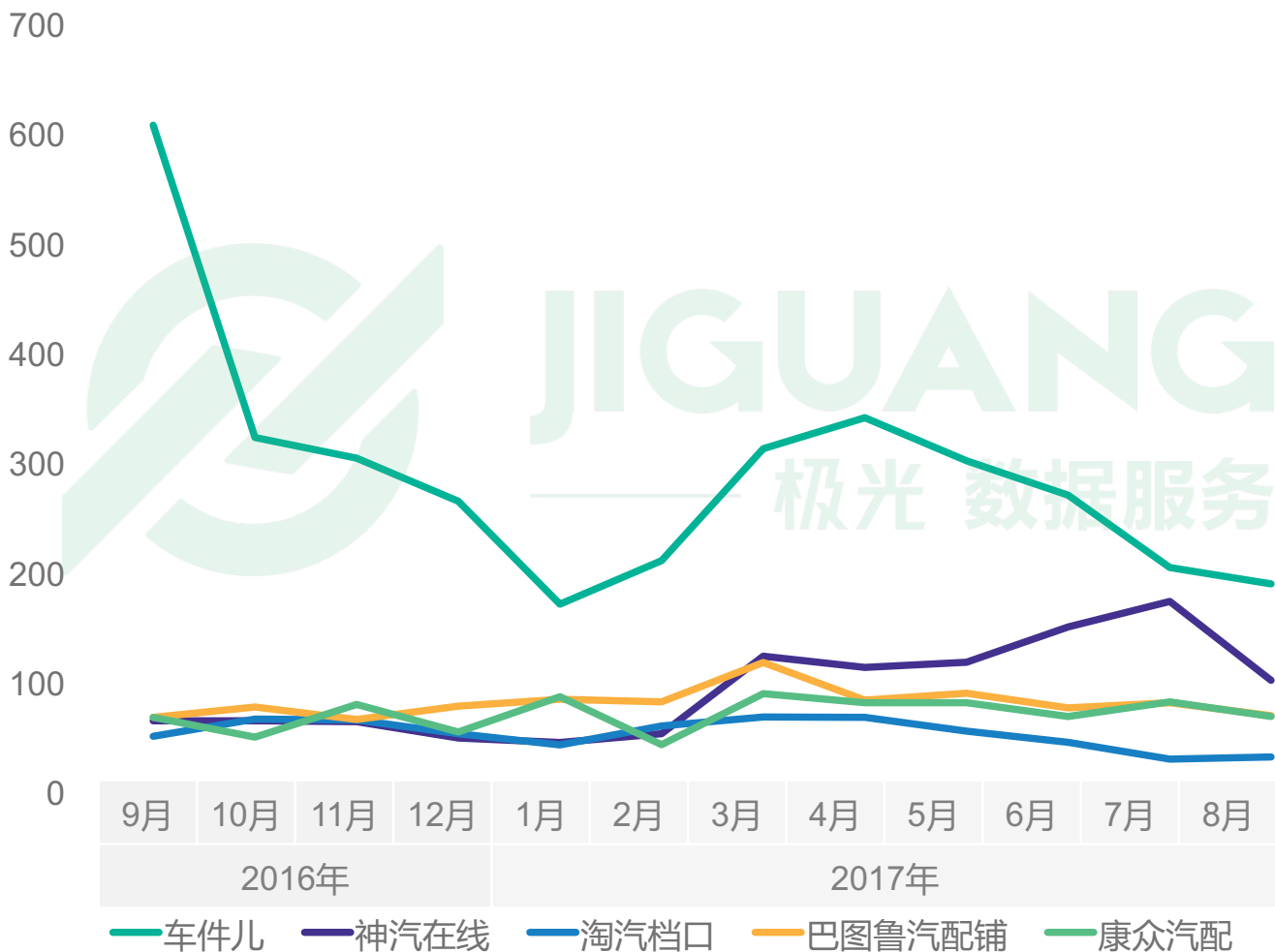
数据来源：极光大数据

B2B汽配车品app月均日新增用户数

汽车车品app日新增用户数在几十到几百规模范围

- 车件儿去年9月月均日新增用户数达608，今年8月回落至189；神汽在线8月月均日新增用户数达102，巴图鲁汽配铺为69

汽配车品app月均日新增用户数



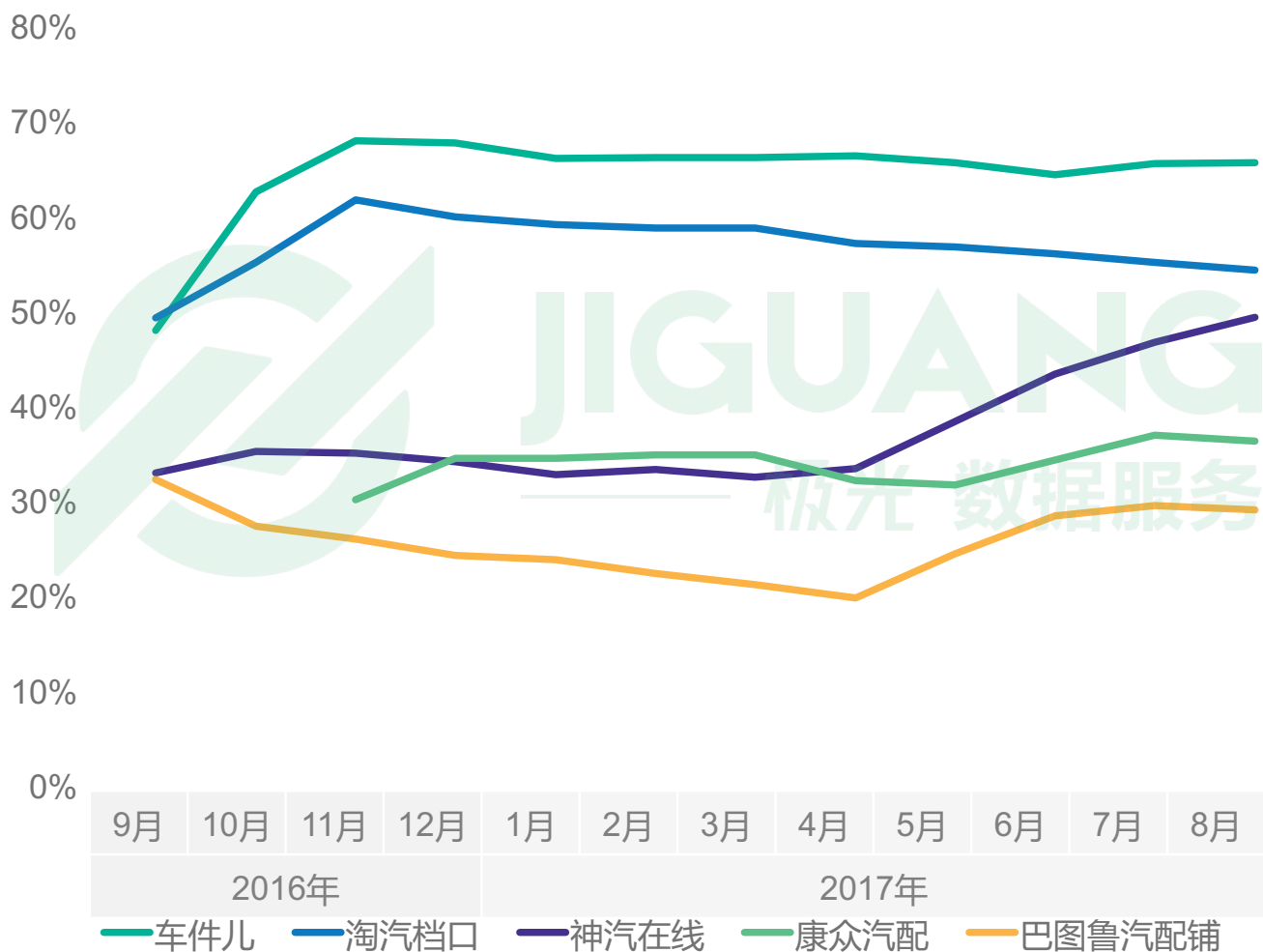
数据来源：极光大数据

B2B汽配车品app日均日新增用户30天留存率

近一年，车件儿留存率超过70%

- 车件儿日新增用户数30天留存率从去年9月的47.9%，上升至今年8月的65.6%

汽配车品app日均日新增用户30天留存率

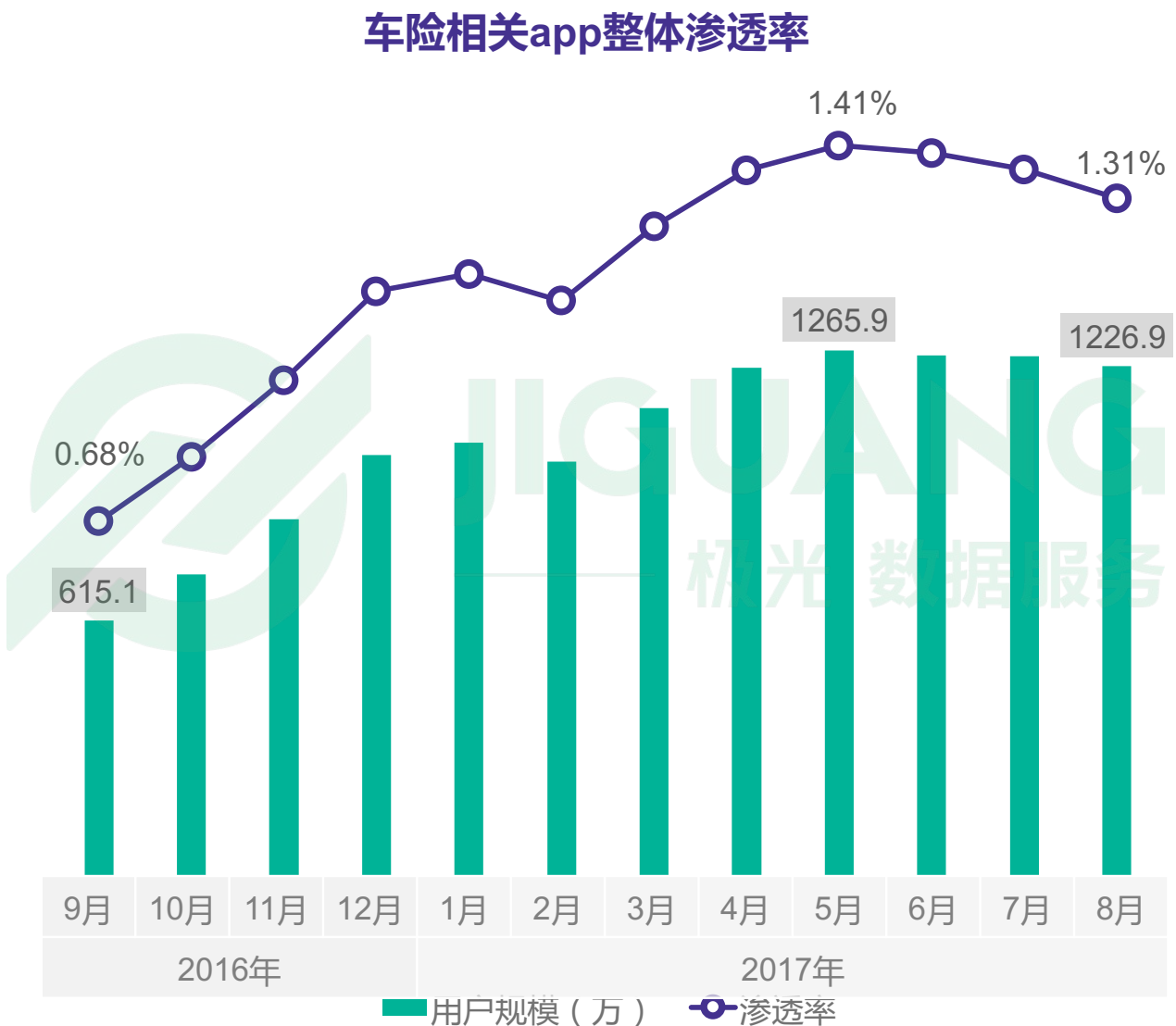


数据来源：极光大数据

车险相关app整体渗透率

车险相关app整体用户规模达1226.9万

- 最近一年，车险相关app用户规模从615.1万上升至今年8月1226.9万，用户规模翻倍



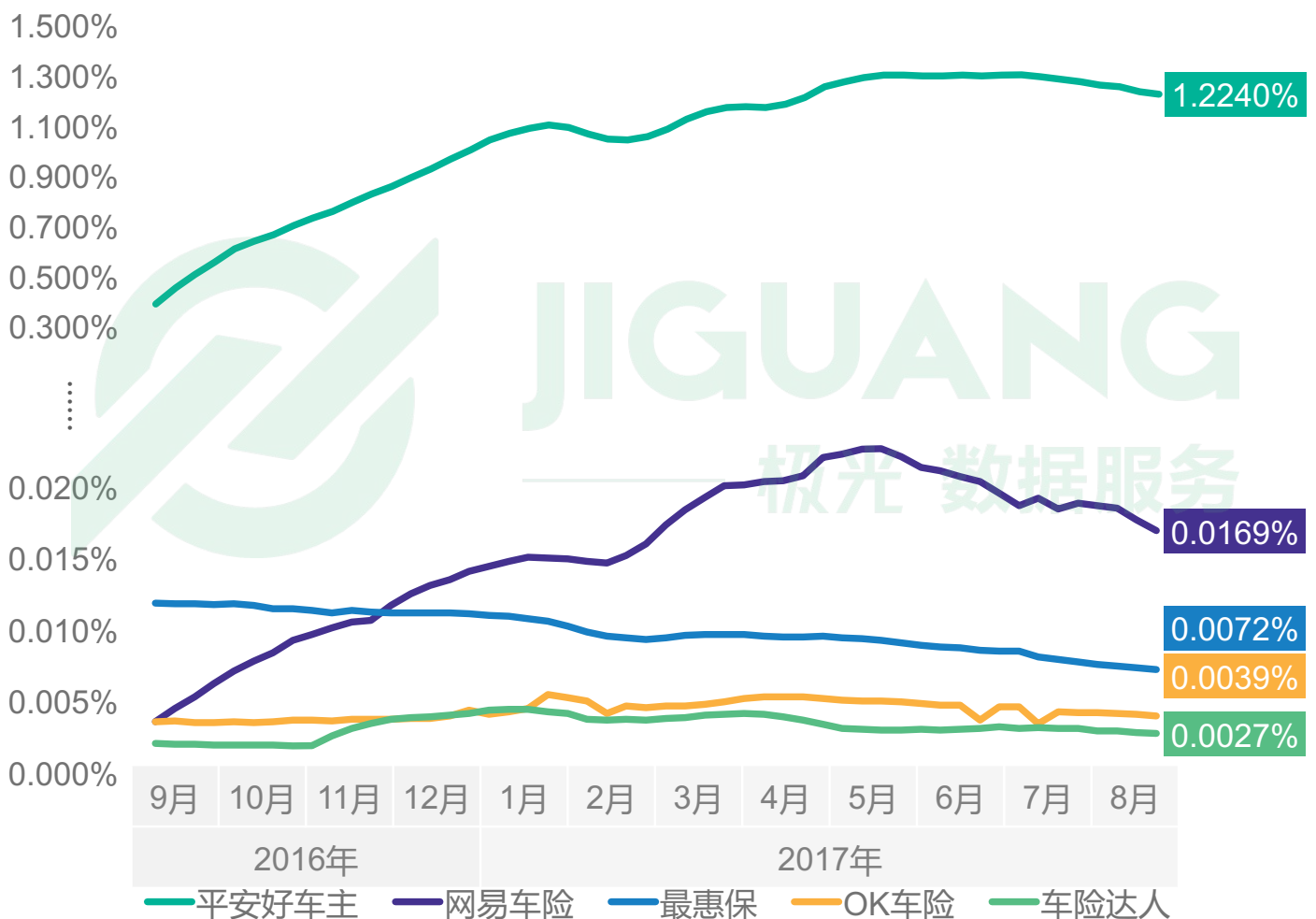
数据来源：极光大数据

主要车险相关app渗透率

平安好车主渗透率达1.2%

- 凭借平安车险线下的市场份额，平安好车主渗透率从去年9月的0.39%上升至今年8月的1.22%；同时，利用平安好车主提供一系列汽车服务进一步巩固平安车险的市场份额
- 网易车险等第三方车险平台渗透率均在0.02%以下；受车险中介资质门槛约束，不具备相关资质的平台可运营的空间有限

主要车险相关app渗透率

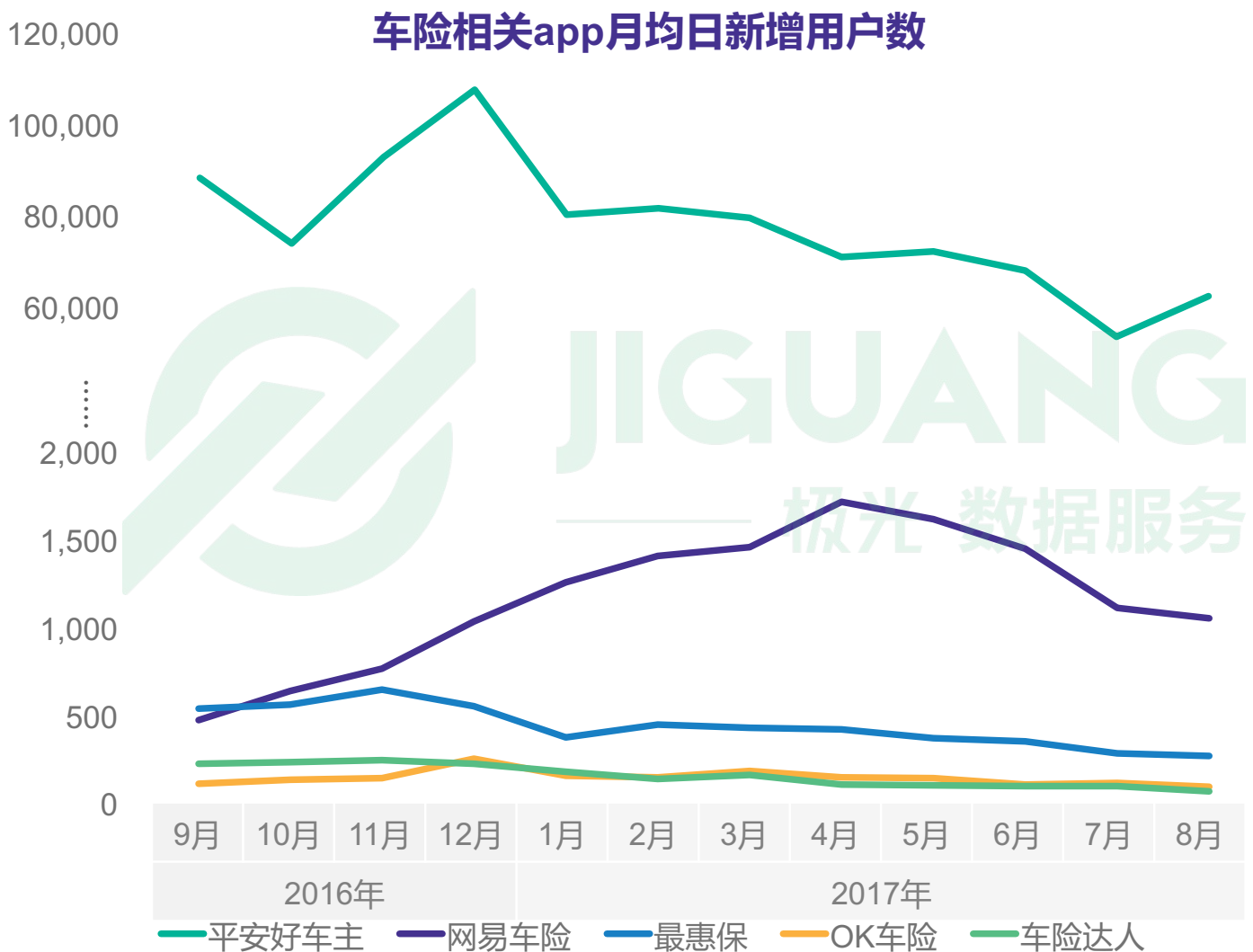


数据来源：极光大数据

车险相关app月均日新增用户数

平安好车主日新增用户数超5万

- 去年12月份，平安好车主日新增用户数达到近一年峰值，超过10万
- 网易车险从去年9月起新增用户数逐步上升，今年4月达到峰值1715，随后有所回落

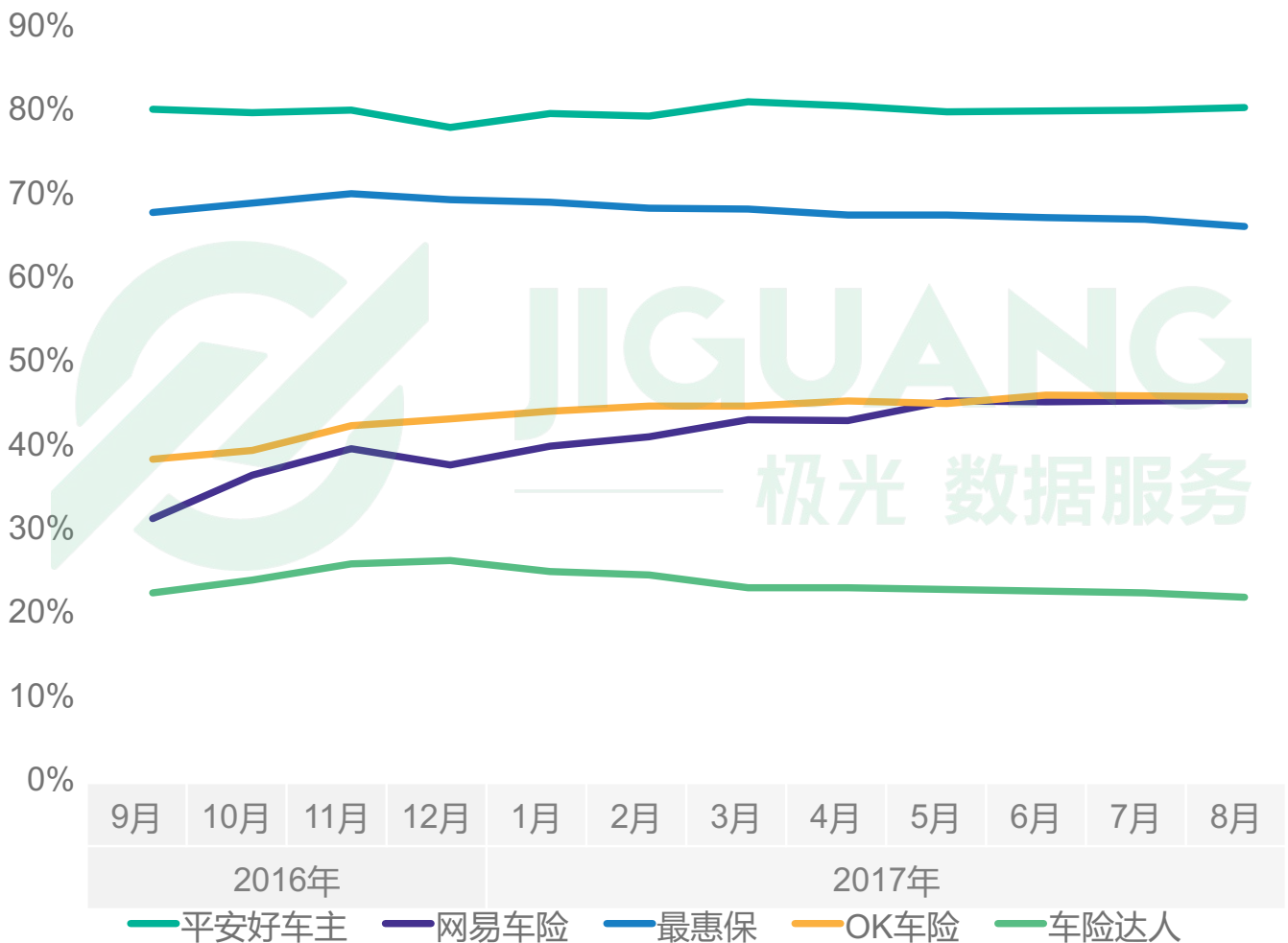


车险相关app新增用户30天留存率

平安好车主留存率平均水平保持在80%左右

- 在过去一年，最惠保留存率保持在60%以上的水平，其他app均低于50%

车险相关app日新增用户30天留存率



CHAPTER 03

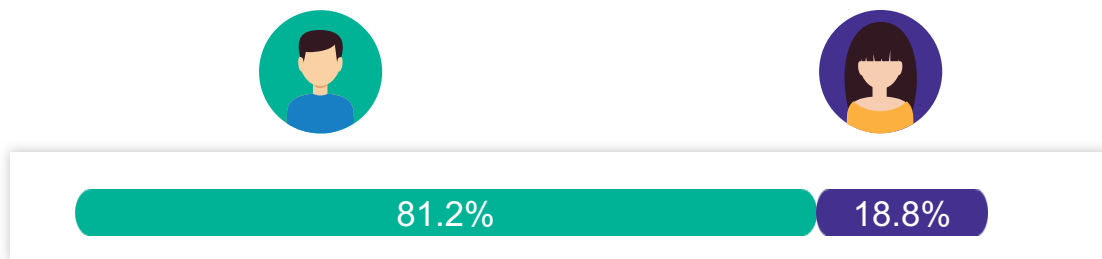
用户画像

汽车后市场app用户性别和年龄分布

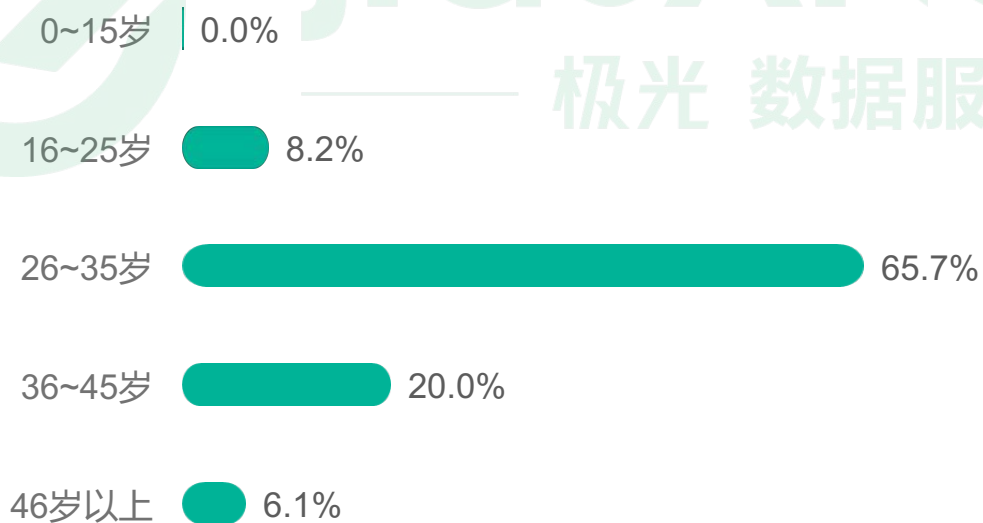
男性用户占八成，26~35岁人群超六成

- 汽车后市场用户中，男性占比为81.2%，26~35岁人群达65.7%

汽车后市场用户性别分布



汽车后市场用户年龄分布



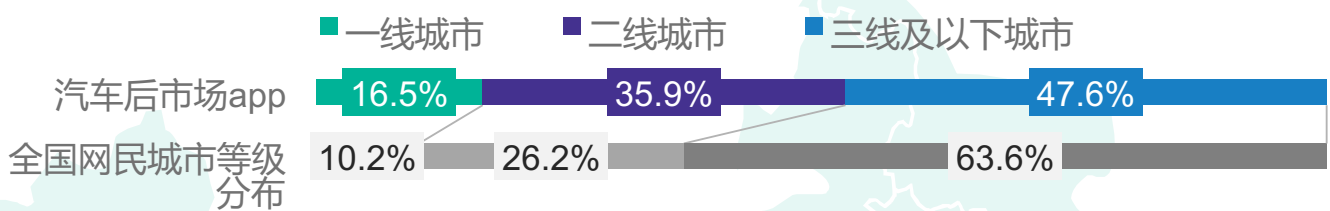
数据来源：极光大数据；取数周期：2017年8月

汽车后市场app用户地域分布

汽车后市场app用户集中在一、二线城市

- 汽车后市场app一线城市占比16.5%；广东省用户占比达10.4%；上海市用户占比达6.8%

汽车后市场用户地域分布



渗透率top10 省级行政区

广东省	10.4%
江苏省	9.8%
上海市	6.8%
浙江省	6.0%
四川省	5.8%
山东省	5.7%
河南省	5.2%
河北省	5.1%
北京市	4.7%
安徽省	4.2%



渗透率top10 城市

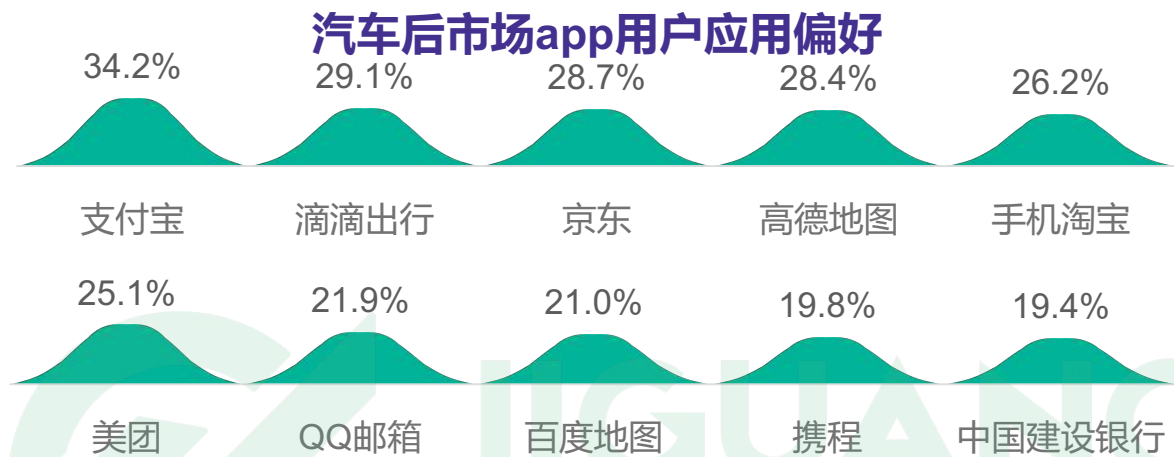
上海市	6.8%
北京市	4.7%
深圳市	2.9%
成都市	2.8%
苏州市	2.7%
重庆市	2.2%
广州市	2.1%
杭州市	1.9%
南京市	1.8%
武汉市	1.8%

数据来源：极光大数据；取数周期：2017年8月

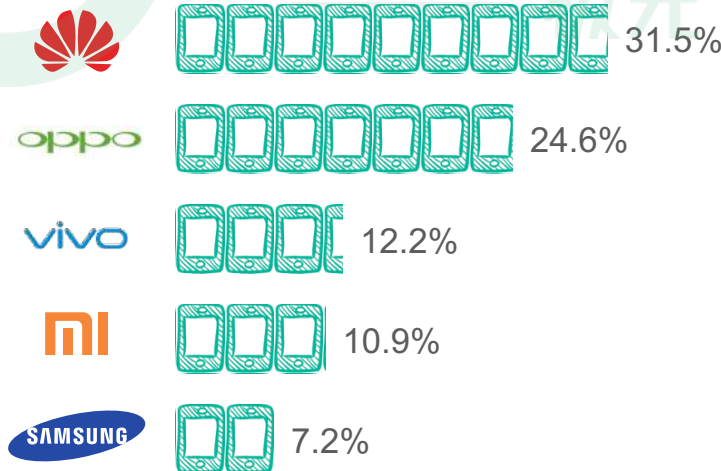
汽车后市场app用户手机品牌和应用偏好

偏好支付宝、滴滴出行、京东，华为用户占三成

- 汽车后市场用户对支付宝偏好度达34.2%；滴滴出行达29.1%；京东达28.7%
- 安卓手机品牌中，华为占比31.5%；OPPO手机达24.6%



安卓手机品牌占比



数据来源：极光大数据；取数周期：2017年8月

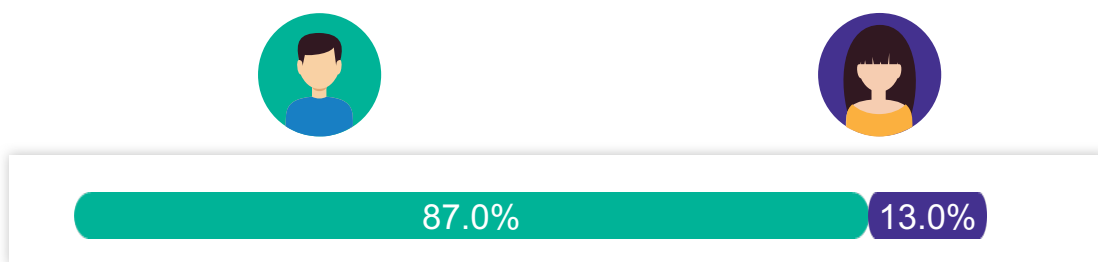
偏好度=某款应用在目标人群中的使用占比-某款应用在整体网民中的使用占比

汽车维保app用户性别和年龄分布

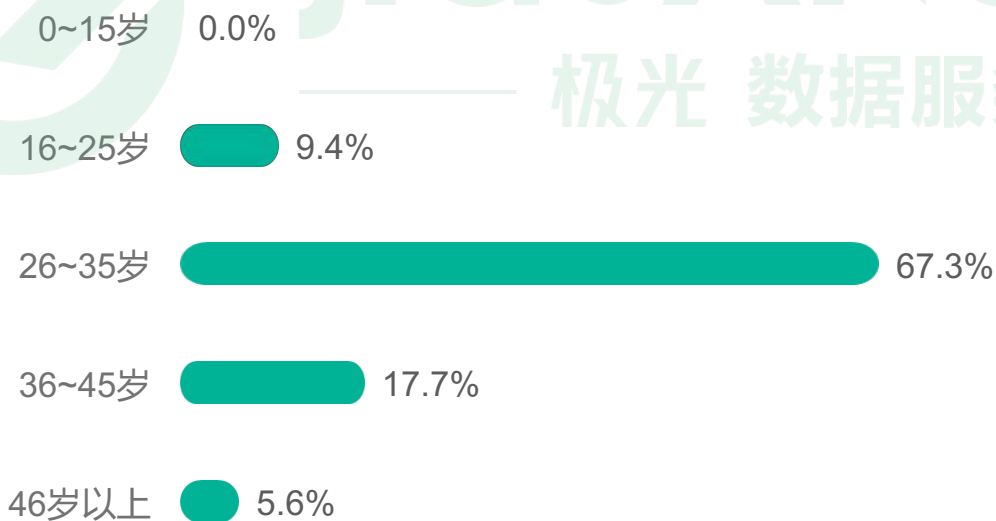
汽车维保app男性用户接近九成

- 汽车维保app男性用户占比达87.0%，超过汽车后市场整体用户男性81.2%的占比
- 26~35岁用户达67.3%

汽车维保app用户性别分布



汽车维保app用户年龄分布



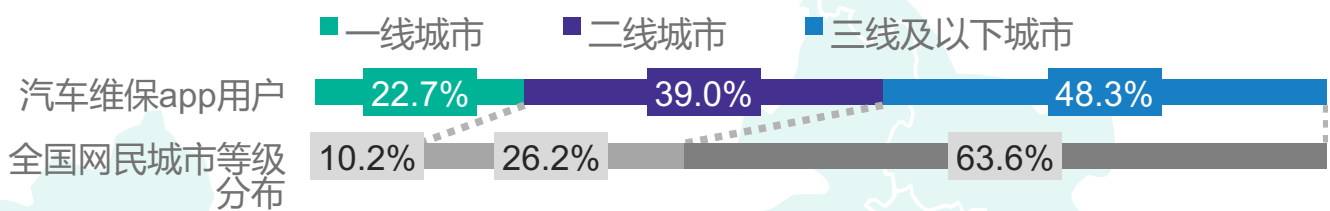
数据来源：极光大数据；取数周期：2017年8月

汽车维保app市场地域分布

汽车维保app用户一、二线城市超过六成

- 汽车维保app用户一线城市达22.7%，其中上海用户达10.0%；省级行政区分布中，江苏用户最高，达12.1%

汽车维保app用户地域分布



渗透率top10 省级行政区

江苏省	12.1%
广东省	11.4%
上海市	10.0%
浙江省	7.6%
北京市	6.9%
山东省	4.6%
四川省	4.6%
湖北省	4.5%
河南省	4.3%
河北省	3.8%

渗透率top10 城市

上海市	10.0%
北京市	6.9%
苏州市	3.8%
深圳市	3.0%
杭州市	2.9%
南京市	2.8%
武汉市	2.8%
广州市	2.8%
成都市	2.5%
重庆市	2.1%

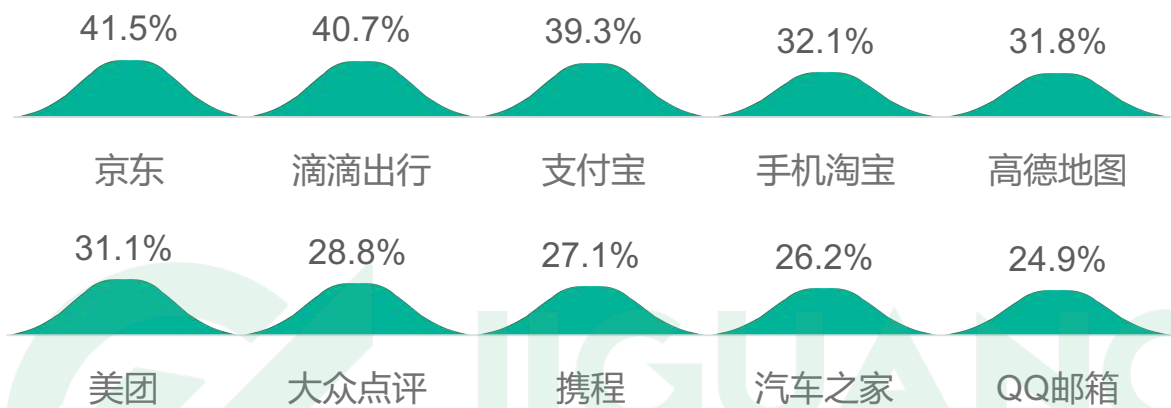
数据来源：极光大数据；取数周期：2017年8月

汽车维保app用户手机品牌和应用偏好

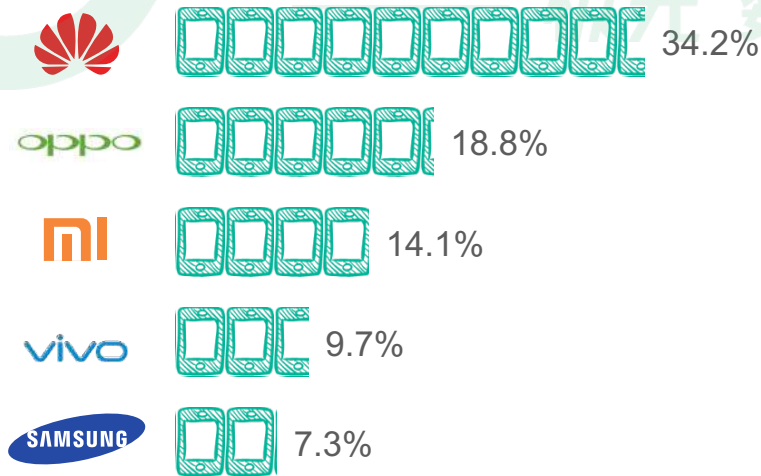
京东、滴滴出行、支付宝为偏好应用前三甲

- 汽车维保app用户对京东的偏好达41.5%
- 安卓手机品牌中，华为占比达34.2%

汽车维保app用户应用偏好



安卓手机品牌占比



数据来源：极光大数据；取数周期：2017年8月

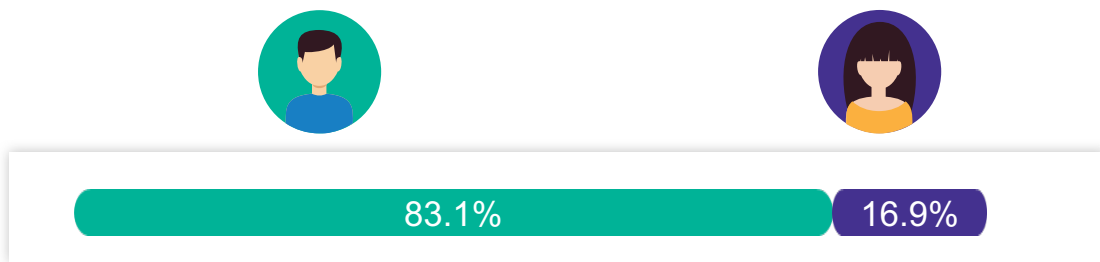
偏好度=某款应用在目标人群中的使用占比-某款应用在整体网民中的使用占比

汽配车品app用户性别和年龄分布

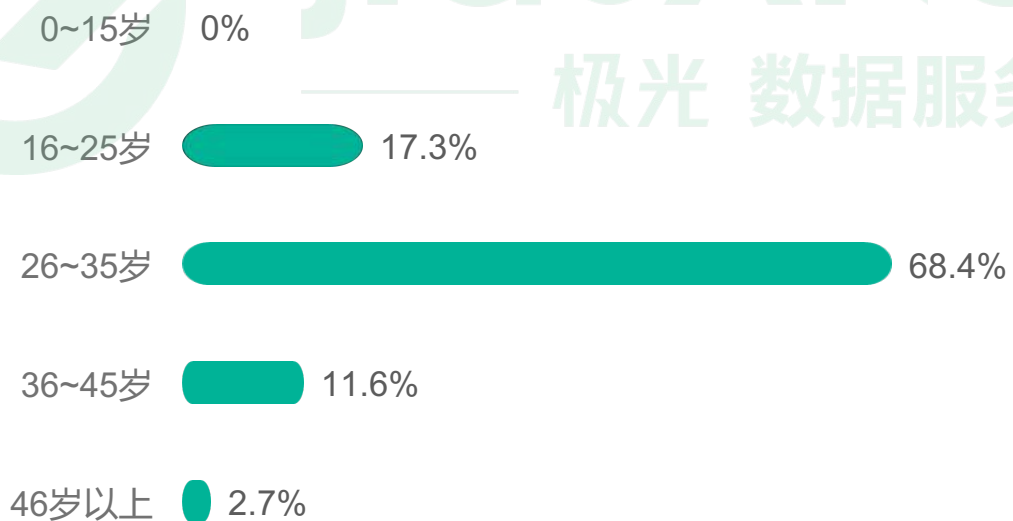
汽配用户app男性用户占比83.1%

- 汽配用品app用户中，26~35岁用户占比68.4%

汽配车品app用户性别分布



汽配车品app用户年龄分布



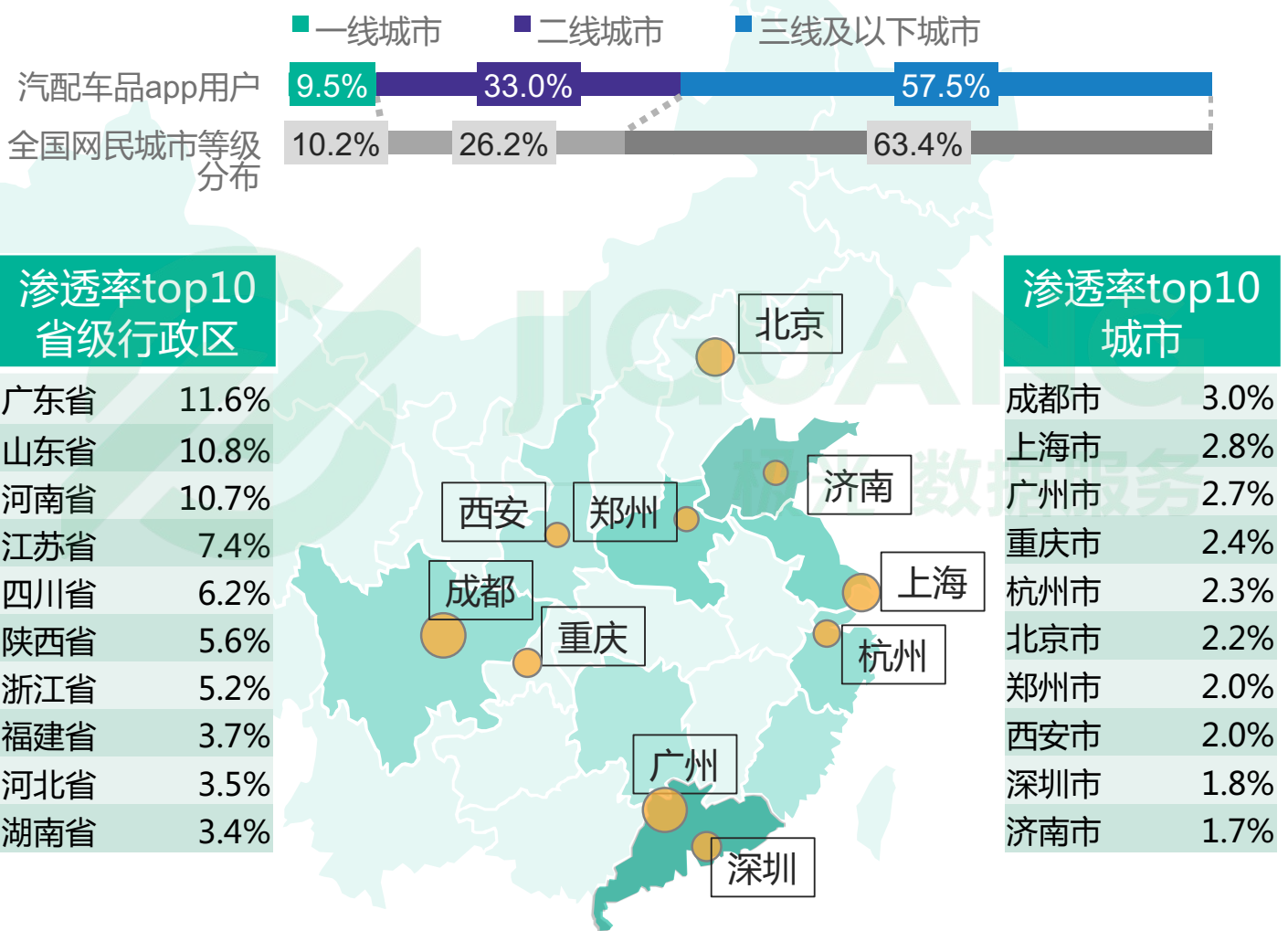
数据来源：极光大数据；取数周期：2017年8月

汽配车品app用户地域分布

汽配车品app用户二线城市占比高出网民平均水平

- 省级行政区分布中，广东省用户占比最高，达11.6%；山东省排列第二，达10.8%；河南省用户达10.7%
- 城市分布中，成都市占比最高达3.0%

汽配车品app用户地域分布



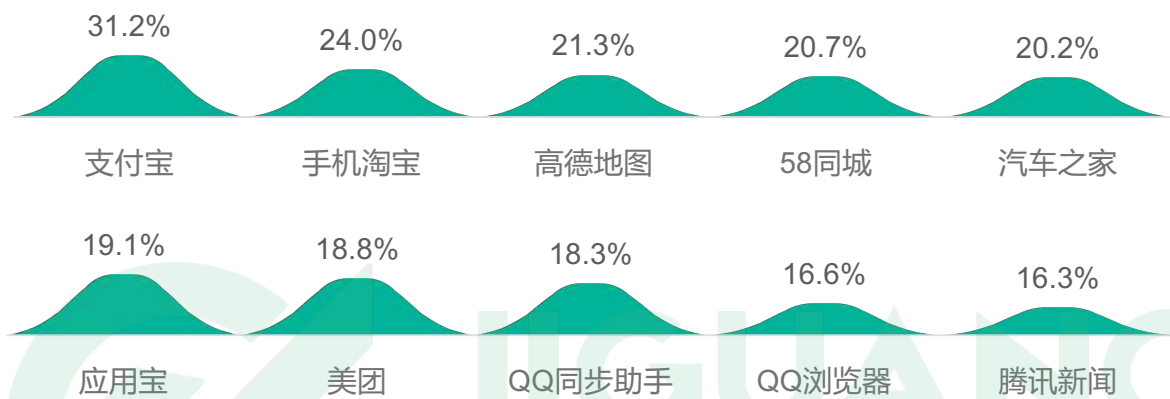
数据来源：极光大数据；取数周期：2017年8月

汽配车品app用户手机品牌和应用偏好

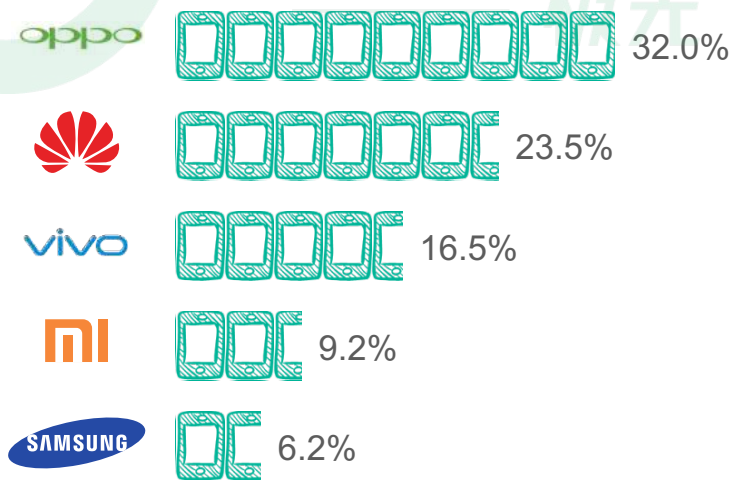
买汽配车品用户也偏好手淘，OPPO占三成

- 汽配车品用户中，支付宝偏好度达31.2%，手淘偏好度为24.0%，高德地图达21.3%
- 安卓手机品牌中，OPPO占比最高，达32.0%；华为占比23.5%

汽配车品app用户应用偏好



安卓手机品牌占比



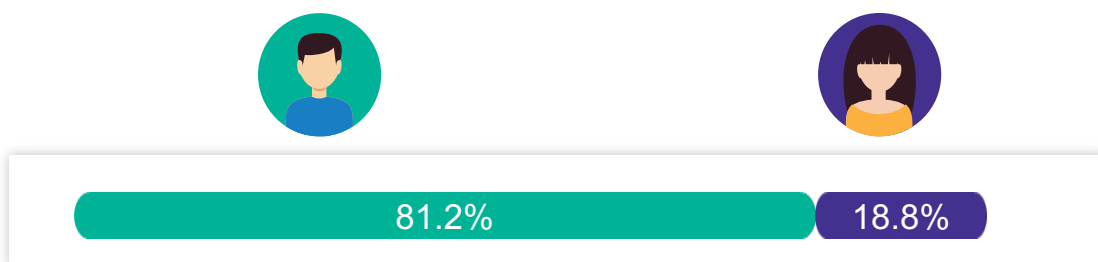
数据来源：极光大数据；取数周期：2017年8月

车险相关app用户性别和年龄分布

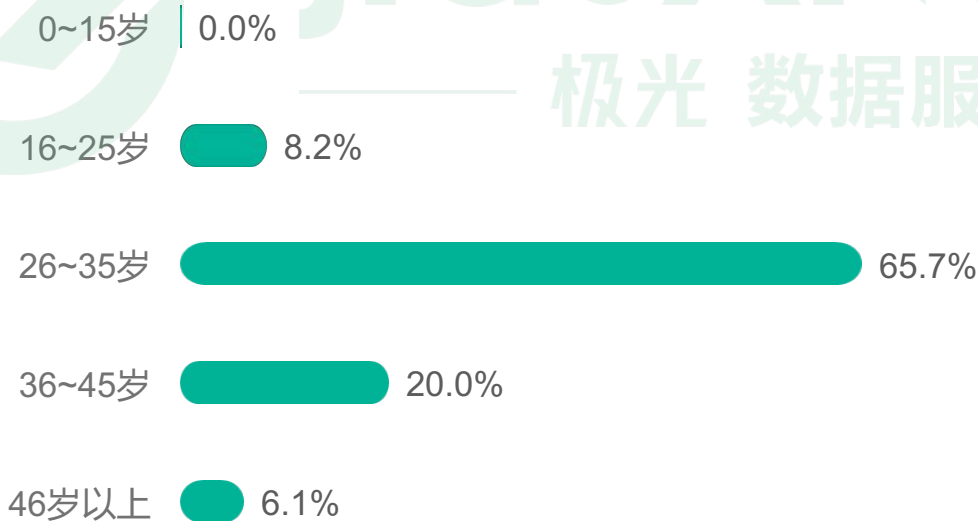
车险相关app男性用户占比八成

- 车险相关app用户中，男性占比81.2%
- 26~35岁用户达65.7%

车险相关app用户性别分布



车险相关app用户年龄分布



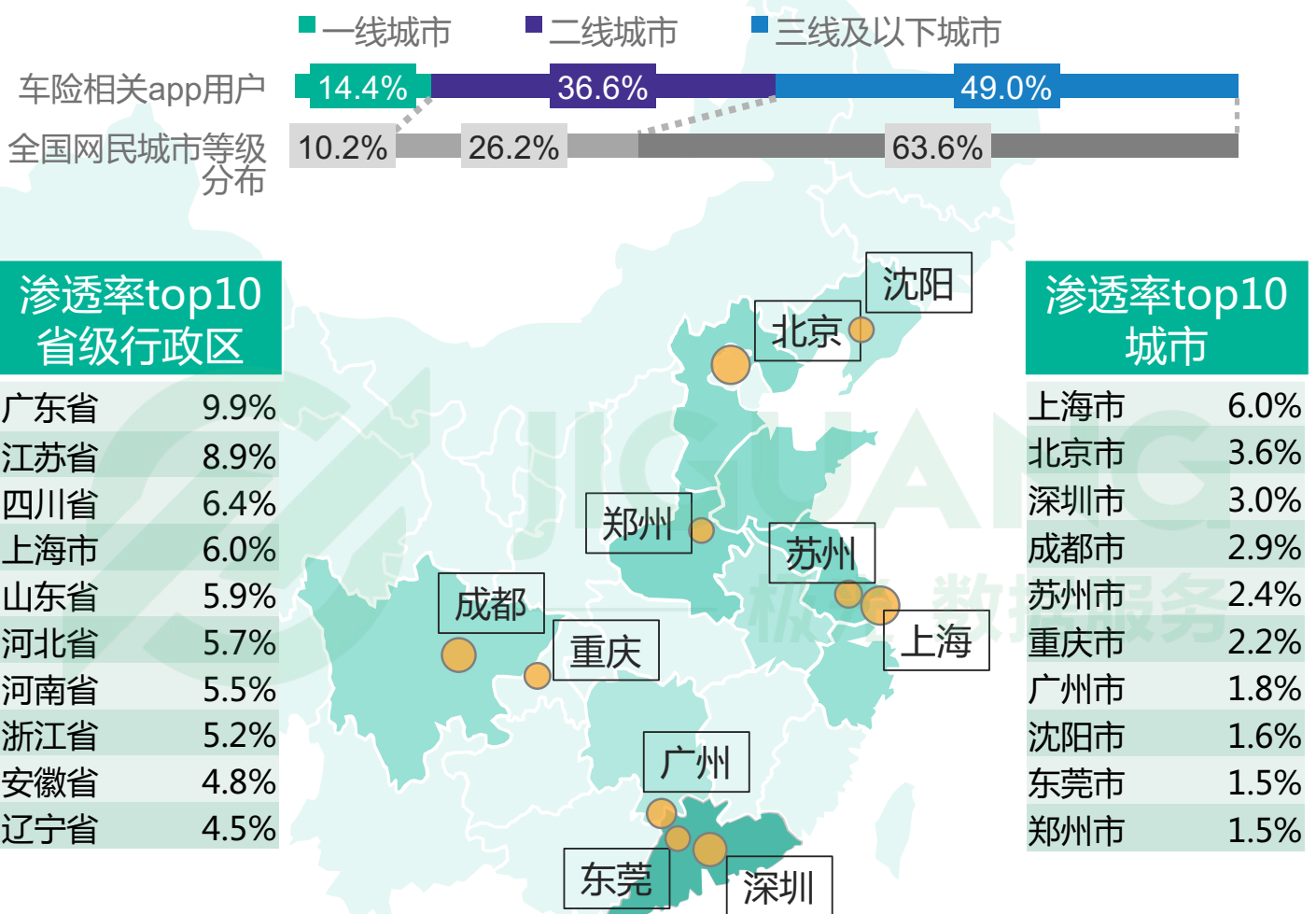
数据来源：极光大数据；取数周期：2017年8月

车险相关app用户地域分布

车险相关app用户中，一、二线用户占比达五成

- 省级行政区分布中，广东省用户达9.9%，江苏省为8.9%，四川省用户达6.4%
- 城市分布中，上海市用户占比最高，达6.0%

车险相关app用户地域分布



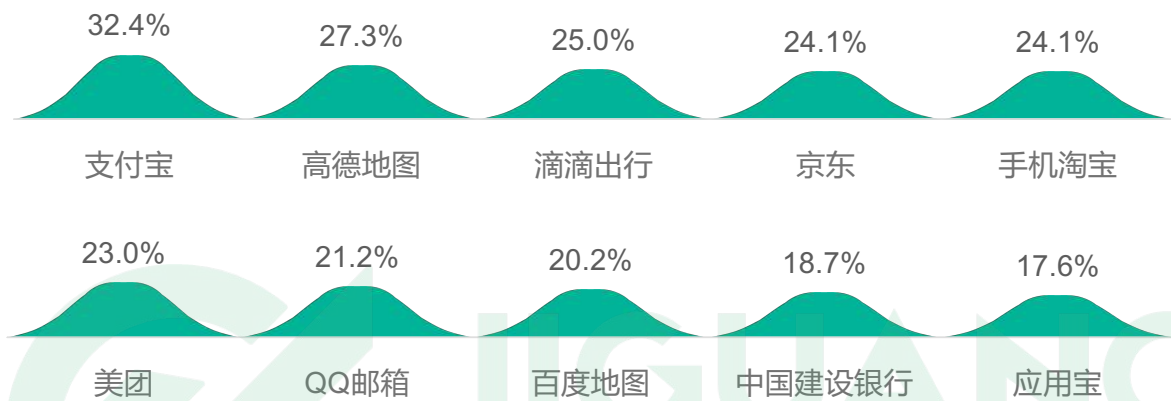
数据来源：极光大数据；取数周期：2017年8月

车险相关app用户手机品牌和机型

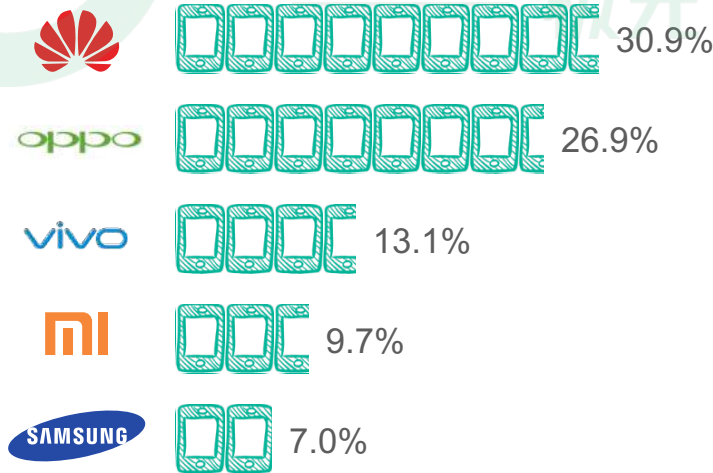
支付宝、高德地图、滴滴出行为应用偏好前三甲

- 车险相关app用户中支付宝偏好度达32.4%，高德地图达27.3%，滴滴出行达25.0%
- 安卓手机品牌中，华为手机占比最高，达30.9%；OPPO手机达26.9%

车险相关app用户应用偏好



安卓手机品牌占比



数据来源：极光大数据；取数周期：2017年8月

偏好度=某款应用在目标人群中的使用占比-某款应用在整体网民中的使用占比

报告说明

1. 数据来源

极光大数据，源于极光云服务平台的行业数据采集及极光iAPP平台针对各类移动应用的长期监测，并结合大样本算法开展的数据挖掘和统计分析

2. 数据周期

报告整体时间段：2016年9月-2017年8月

具体数据指标请参考各页标注

3. 数据说明

汽车后市场app包括平安好车主、途虎养车、汽车超人等97款应用

4. 报告其他说明

极光数据研究院后续将利用自身的大数据能力，对各领域进行更详尽的分析解读和商业洞察，敬请期待

关于极光

极光 (www.jiguang.cn) 是中国领先的移动大数据服务商。其团队核心成员来自腾讯、摩根士丹利、豆瓣、Teradata和中国移动等公司。公司自2011年成立以来专注于为app开发者提供稳定高效的消息推送、统计分析、即时通讯、短信和社会化分享组件等开发者服务。 **至今我们已经服务了超过50万款移动应用，累计覆盖超过90亿个移动终端，月独立活跃设备超过7.5亿，日发送消息30亿，产品覆盖了中国国内90%以上的移动终端。** 基于积累的海量数据，我们拓展了在大数据领域的产品，包括极光效果通和极光数据服务。极光致力于为各行各业节约开发成本，提高运营效率，优化业务决策。

极光产品线

极光开发者服务：高效稳定 SDK、节约开发资源、增强用户体验、提升业务效率

极光效果通：精准锁定目标用户，量身定制广告投放策略，提高运营效率

极光数据服务：解析目标客户，洞悉行业趋势，跟踪企业运营情况，帮助企业决策者提升决策效率

业务咨询请联系



数据改变世界



极光大数据

华北地区数据咨询

胡畅达：15101510721

华东、华南地区数据咨询

江 慧：13922377631

邮箱：sales@jiguang.cn