

## 行業概覽

本節及本文件其他章節所載的資料及統計數據乃摘錄自由我們委託弗若斯特沙利文編製的弗若斯特沙利文報告，以及多份政府官方刊物及其他公開刊物。我們委聘弗若斯特沙利文就[編纂]編製獨立行業報告，即弗若斯特沙利文報告。我們、獨家保薦人、[編纂]、[編纂]、[編纂]、[編纂]、[編纂]、彼等各自的任何董事及顧問，或參與[編纂]的任何其他人士或相關方概無獨立核實來自政府官方來源的資料，亦無就其準確性發表任何聲明。

### 資料來源

我們委聘獨立市場研究諮詢公司弗若斯特沙利文對全球及中國汽車後市場企業賦能平台進行分析並編製報告。弗若斯特沙利文為我們編製的報告於本文件稱為弗若斯特沙利文報告。我們就編製報告向弗若斯特沙利文支付費用合共人民幣500,000元，並認為該費用反映此類報告的市場費率。

弗若斯特沙利文為一家於1961年在紐約創立的全球諮詢公司，在全球設有超過40個辦事處，擁有超過2,000名行業顧問、市場研究分析員、技術分析員及經濟學者。

### 研究方法

弗若斯特沙利文報告乃通過使用情報收集方法自各種來源取得一手及二手研究資料編製而成。一手研究涉及與整個行業價值鏈中的若干領先行業參與者討論行業現狀，並對相關各方進行訪談，以取得客觀事實數據及前瞻性預測。二手研究涉及將公開來源所取得的數據及刊物進行資料整合，包括政府部門的官方數據及公告、公司報告、獨立研究報告及基於弗若斯特沙利文自有數據庫的數據。

### 基準及假設

於編撰及編製弗若斯特沙利文報告時，弗若斯特沙利文已採用以下假設：(i)於預測期間，全球及中國的社會、經濟及政治環境很可能保持穩定；及(ii)於預測期間，行業主要驅動因素很可能會推動全球汽車後市場企業賦能平台增長。所有統計數據均基於截至弗若斯特沙利文報告日期的可得資料。

## 行業概覽

### 汽車後市場

汽車後市場是指汽車銷售之後，在汽車全生命週期內圍繞其使用和維護所提供的服務和交易活動的總稱。其主要服務內容包括汽車維修、保養、美容、改裝和汽車用品銷售。

2021至2025年，中國汽車保有量實現4.8%的年複合增長率，遠超全球2.1%的平均水平，這將推動國內後市場需求走強。隨著NEV滲透率提升及中國車企海外擴張，依託先進的數智化能力，中國後市場生態系統將獲得更廣闊的全球拓展機遇。

### 汽車後市場產業鏈



資料來源：弗若斯特沙利文

### 汽車後市場參與者發展痛點與挑戰

#### 車主：信息不對稱與服務體驗非標準化

目前，車主在配件真偽識別、維修質量評估與價格比較方面缺乏有效依據，決策參考不足。跨渠道服務標準不一致造成體驗參差不齊，而傳統維修店緩慢的數字化進程無法滿足年輕車主對高效、透明服務的需求。

#### 汽車服務門店：採購質量不確定且難以贏得客戶信任

多級分銷體系根植於低效、不對稱的採購模式，阻斷了實時定價、質量和庫存數據的獲取渠道，導致成本攀升、利潤率壓縮，並加劇了客戶流失率。供需兩端分散、SKU繁多及經銷商分散導致線下採購效率低下，延誤維修周期。低數字化水平使比價、篩選與質控依賴人工操作，損害效率、準確性及標準化程度。隨著NEV日益普及，由於多數門店缺乏快速精準維護所需的技術與工具，運營複雜性持續攀升。

## 行業概覽

### 汽配經銷商：經驗驅動的決策阻礙需求判斷

經銷商依賴經驗預測需求，導致預測失准與庫存錯配。應收賬款回收困難導致營運資金被佔用，拖累運營響應能力。庫存壓力、產品結構配置失衡及數字化能力薄弱進一步降低備貨精度與響應速度。渠道層級多、價格透明度低及協同不足，導致難以快速匹配服務門店的多樣化需求。專屬NEV零部件更增加了供應鏈複雜度與成本。

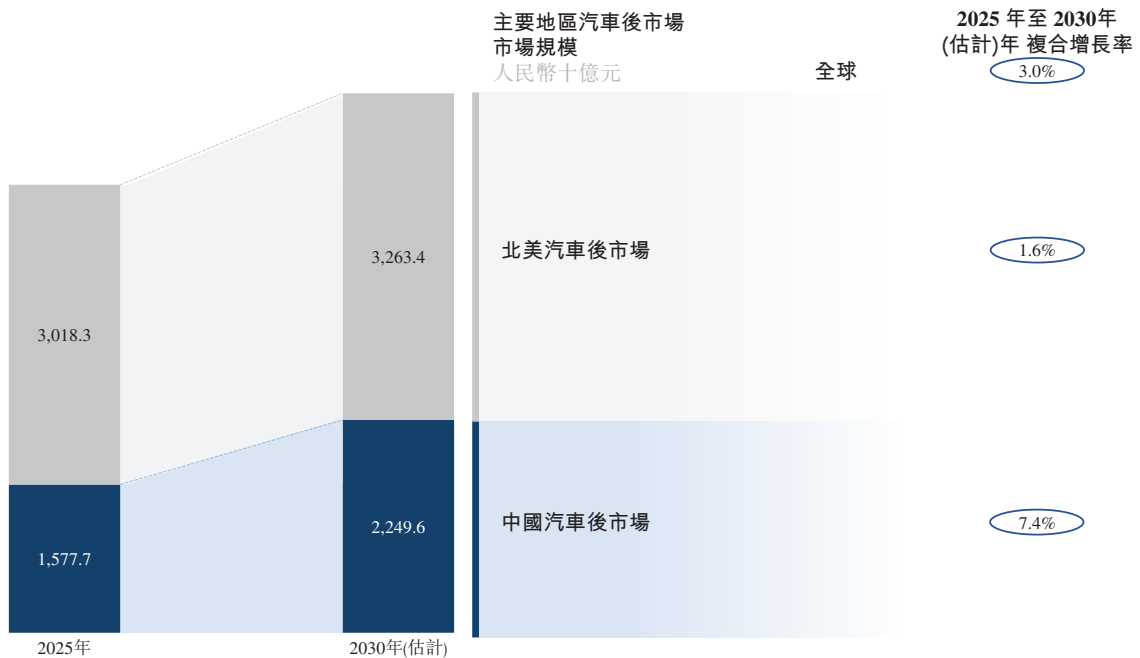
### OEM與汽配製造商：需求預測難與終端用戶反饋滯後

OEM與汽配製造商預測下游需求時面臨高度不確定性。產線頻繁切換成本高，須提升柔性製造與預測準確性。配件經多級經銷商到終端用戶，供應鏈長、環節冗餘，限制上游供應商及時獲取產品性能與使用反饋的能力。這延緩了迭代周期，削弱了響應速度，並限制了配件的供應。

### 全球汽車後市場的市場規模

全球而言，汽車後市場是一個成熟的行業，其GMV預計將由2025年的人民幣99,721億元增長至2030年的人民幣115,461億元，年複合增長率達3.0%。在這些市場中，中國的汽車後市場預計將維持最高增速，而北美則持有最大的市場份額。

#### 主要地區汽車後市場的市場規模



資料來源：弗若斯特沙利文

## 行業概覽

附註：上述汽車後市場市場規模不包括汽車金融服務、保險服務或二手車交易。

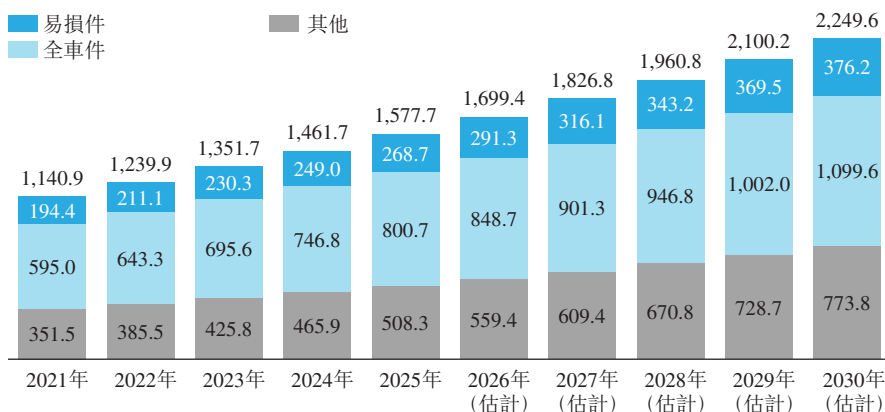
就汽配類型而言，全車件仍為中國市場支柱，其規模預計從2025年的約人民幣8,007億元增長至2030年的將近人民幣10,996億元，佔比穩定在48.9%，持續領跑市場份額。在此板塊中，NEV普及所驅動的三電系統維修需求正成為重要的增長動力。

### 中國汽車後市場市場規模細分（按汽配類型劃分）

#### 中國汽車後市場規模（按GMV劃分）

人民幣十億元，2021年至2030年（估計）

年複合增長率	2021年至2025年	2025年至2030年（估計）
中國汽車後市場規模	8.4%	7.4%
易損件市場規模	8.4%	7.0%
全車件市場規模	7.7%	6.5%
其他（清潔、美容、車身維修、 钣噴等）市場規模	9.7%	8.8%



資料來源：弗若斯特沙利文

附註：

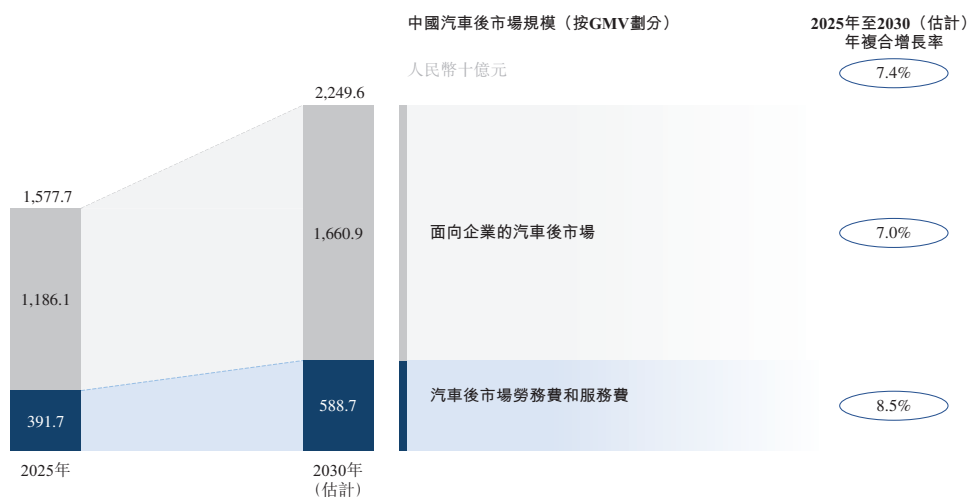
- 1) 以上GMV包含零配件和勞動成本。
- 2) **易損件**是指因自然磨損、老化或外界環境因素（如路況、駕駛習慣等），使用壽命較短、需定期或頻繁更換的零部件，包括消耗性、磨損性和老化性部件。**全車件**覆蓋整車所有可替換配件，通常用於車輛大修、事故修復或原廠件替換，包括結構件（車身覆蓋件、底盤結構件）、動力系統部件、電氣系統部件及非易損耐用件（如軸承、水泵、空調壓縮機）等。「**其他**」板塊不涉及配件更換，包括以工藝技術為核心的車輛保養、美化及輕度修復服務。

## 行業概覽

按汽車後市場服務範圍與價值鏈進行分類，中國汽車後市場可劃分為兩大板塊：  
(i)直接以車主為終端用戶的服務類市場，包括維修、保養、鈹噴等服務；及(ii)覆蓋全產業鏈的企業業務市場，包含從品牌商、汽配經銷商到汽車服務門店終端的汽配流通與交易規模。

從GMV維度看，2025年中國汽車後市場中，面向企業的汽車後市場板塊佔據主導地位，佔整體市場比例達75.2%，是推動整體市場規模的主要動力。展望未來，行業正準備採用更數字化、更透明的運營模式，這將有效克服傳統「層層分銷」的低效模式。隨著NEV領域後市場零部件需求的持續增長，預計到2030年面向企業的汽車後市場GMV總量將突破人民幣16,600億元，預測年複合增長率為7.0%。

### 中國汽車後市場規模明細（按市場結構劃分）



資料來源：弗若斯特沙利文

---

## 行業概覽

---

### 中國汽車後市場主要驅動因素

- **汽車後市場生態系統在三個相互關聯的層面展開：**宏觀政策與數字化法規打破OEM壟斷，降低准入門檻，提升消費者選擇權與服務質量，簡化服務門店採購流程，增強價值鏈透明度。在產業層面，NEV與AI平台重塑傳統結構，實現數據驅動、可視化運營，並智能實時協調供需服務，取代不透明的層層分銷體系。消費者對個性化、品質化及多元化服務的需求演變同樣推動著產業創新。
- **AI重塑價值鏈：**依託AI預測能力，其實現預測性製造與精準分銷，從而降低成本並提升響應能力，同時為服務門店配備採購和運營領域的AI工具。這將分散的市場轉化為協作性強、高效且高度適配性的網絡。
- **NEV車型迭代速度快，對後市場提出新要求：**與燃油車相比，NEV車型的更新迭代速度快，產品壽命周期較短，導致汽車零部件SKU數量激增，需要汽配經銷商儲備更多樣化的配件來適應快速變化的市場需求。
- **全球NEV基礎設施不足為中國企業創造需求：**憑藉先進的數字化與智能技術能力，中國公司可提供集成解決方案，涵蓋供應鏈、遠程診斷、電動車維保及電池回收，提升海外服務標準與可持續發展性。與此同時，對NEV更高的技術要求要求服務門店提升技師技能，並開發高效、針對特定場景的解決方案。

### 汽車後市場未來趨勢

- **數字化平台全面滲透，驅動後市場數智化平台商業模式湧現：**傳統採購及信息流已難以應對日益擴大的市場規模與複雜性。數字化平台整合交易、庫存、物流及維護數據以提升效率，實現智能推薦、價格優化及庫存預測。技術驅動型模式正加速構建更標準、智能化生態體系。
- **後市場品牌國際化：**依託成熟的產業基礎和強大的數字化能力，中國供應鏈正從零部件出口轉向海外端到端服務拓展。在許多地區，經銷商專注於新車銷售而售後服務欠發達，高車輛使用率和長行駛里程創造了巨大的維保潛力。依託標準化數字供應鏈與AI技術，中國企業能更精準匹配本土需求，出口涵蓋「銷售－服務－維保」的一體化數字服務體系。

---

## 行業概覽

---

- **發達市場：龐大的燃油車保有量推動智能配件出口量增長：**歐美等發達市場龐大的燃油車保有量，為中國智能座艙模塊、交互設備及數字化零部件出口奠定了堅實基礎，這些產品憑藉強勁的性價比優勢正快速滲透市場。數字化產品（如支持CarPlay的集成系統不涉及自動駕駛功能）將成為增長核心，既滿足升級需求又規避數據合規風險。
- **新興市場：加速NEV後市場基礎設施發展：**眾多新興市場的NEV售後網絡和維保能力薄弱。隨著中國OEM在中東、南美等地區擴張，完整的NEV產業鏈協同出海。中國移動平台、NEV租賃和二手車生態系統正同步進駐這些市場，推動行業向規模化平台化運營轉型，並提升後市場服務的整體效能。

### 汽車後市場企業賦能平台概覽

#### 汽車後市場企業賦能平台的定義

汽車後市場企業賦能平台提供數字化基礎設施，助力汽車後市場全產業鏈參與者智能、高效地完成產品展示、服務提供與交易閉環。

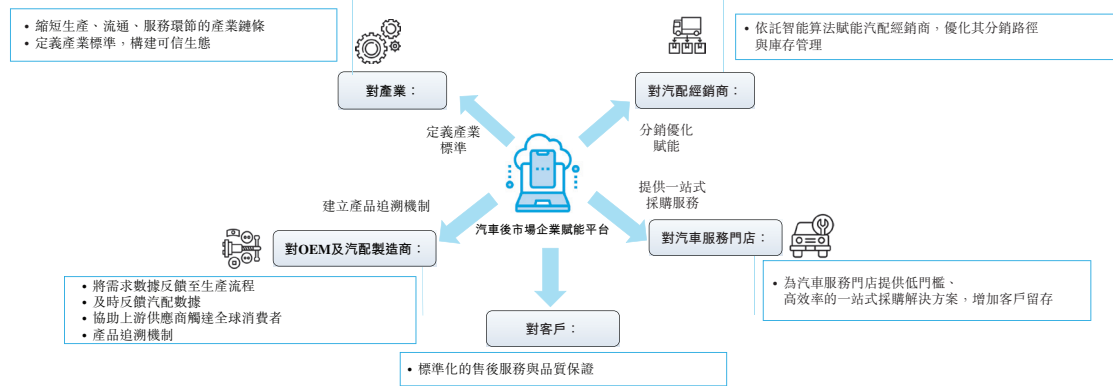
在AI與算法發展的推動下，此等平台精簡供應鏈運作、提升營運效率、建立標準化信任機制、強化跨鏈協作。進而推動汽車後市場行業進化升級，打造反應更靈敏、更透明且更優化的價值鏈。

#### 汽車後市場企業賦能平台的重要性

- **提升採購效率：**AI驅動平台能自動生成維修工單，並智慧配對服務門店採購需求，減少人工比價及多渠道採購。
- **優化庫存與供應鏈：**基於AI預測模型對區域需求及車輛數據進行分析，指導經銷商備貨，實現庫存動態管理，降低積壓與資金佔用，並加速本地化配送。
- **需求預測：**平台通過利用VIN數據、維修工單及區域車輛擁有量數據，構建精準的需求模型，指導廠商的柔性生產計劃與倉網的智能分倉佈局。
- **全球本地化部署：**OCR技術能夠快速解析多市場車型結構與維保資料，降低NEV維保的技術門檻；AI多語言系統則克服語言障礙，提供本地化運營，助力供應鏈平台實現低成本、高效率的全球落地。
- **賦能全行業：**共享知識庫和數字化工具，系統化賦能中小型服務門店，助力其突破人才與資源限制，實現全方位的數字化升級。

## 行業概覽

### 汽車後市場數智化轉型赋能圖



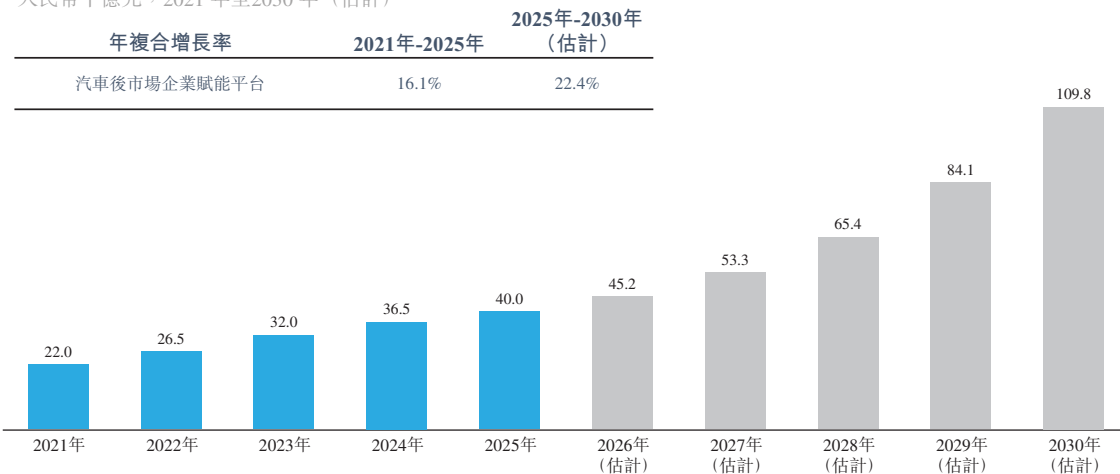
資料來源：弗若斯特沙利文

### 汽車後市場企業赋能平台市場規模

近年來，汽車後市場價值鏈正經歷從傳統線下模式向數據驅動、高效協同的數字化生態的結構性轉型。汽車後市場平台通過深化跨鏈整合，已成為驅動行業效率提升與格局重塑的核心力量。中國汽車後市場企業赋能平台GMV規模從2021年的人民幣220億元強勁增長至2025年的人民幣400億元，四年期年複合增長率達16.1%。預計到2030年，市場將進一步擴大至人民幣1,098億元，2025年至2030年的年複合增長率預計為22.4%。

### 中國汽車後市場企業赋能平台行業規模

中國汽車後市場企業赋能平台規模，按GMV計  
人民幣十億元，2021年至2030年（估計）



資料來源：弗若斯特沙利文

---

## 行業概覽

---

### 汽車後市場企業賦能平台發展因素和機遇

- **數智化水平的持續提升：**傳統線下汽配交易與維修服務因人手操作而效率低和透明度不足。隨著數字化進程推進，平台將取代傳統線下市場，運用數字系統與AI算法實現庫存預測、價格比較、供應鏈及交易數據分析，從而提升行業運營效率與決策精準度。
- **數據資產積累帶來飛輪效應：**交易量的增長有助平台積累核心數據，包括維修記錄、零部件SKU及供應商履約數據。該等數據支撐智能推薦、需求預測與庫存優化，並為上游供應商、保險公司及OEM提供增值服務，從而形成網絡效應與平台競爭壁壘。
- **市場下沉與經濟型車保有量增長：**發達城市的高端汽車市場已趨成熟，而欠發達城市的經濟型汽車擁有量激增，但其售後市場供應鏈體系發展仍然未成熟。這為數智化供應鏈創造了巨大機遇。通過快速部署雲倉儲與智能匹配系統，使平台既能滿足經濟型汽車快速響應的需求，同時亦能提升市場滲透率。

### 汽車後市場企業賦能平台未來發展趨勢

- **AI驅動全面數智化：**平台將持續強化AI算法和數據分析能力，實現供應鏈優化、庫存預測、價格智能匹配。這不僅提高採購和配送效率，還能降低庫存積壓風險，並幫助汽車服務門店快速做出零部件採購決策。
- **推動汽車後市場走向標準化和透明化，打造可信生態基石：**平台類玩家將進一步推動行業交易標準化和零部件質量保障機制建設，通過陽光採購、質保無憂和數據可追溯等手段，提升交易透明度和客戶體驗。這不僅能改善傳統汽配市場碎片化、低效和不透明的問題，也能增強消費者和服務門店對平台的信任，逐步主導行業質量標準與信用體系構建，為市場的長期規模化發展奠定基礎。
- **持續向上游拓展：**基於平台所積累的海量交易、工單及供應鏈數據，上游汽配製造商與OEM得以更精準地洞察終端需求，並依此靈活規劃產能、推進柔性生產，從而增強全產業鏈的響應速度與協同效率。在這一趨勢下，平台對接並賦能上游參與者的能力不斷提升，通過以數據為核心的深度協作，為行業發展注入全新動力。

## 行業概覽

- **新能源車出海帶動全球化佈局：**中國NEV出海為該等平台創造全球化機遇。平台可依託國內成熟的數字供應鏈、標準化交易與數據運營經驗，為海外提供高效配件採購、智能匹配及跨境物流服務，助力中國供應鏈科技提升全球競爭力。同時，平台推動海外4S店由「以銷為主」轉向「銷售－服務－維保」一體化，通過供應鏈系統、客戶運營與數據分析等整體方案，助其優化庫存、提升服務效率、拓展業務邊界，實現用戶全生命周期數字化運營。
- **端到端供應鏈融合：**平台打通端到端供應鏈，實現供應商與服務門店直接對接與整合，連接上游製造商、服務門店、保險及金融機構，構建高效協同產業網絡。該模式提升交易效率、降低流轉成本，並以數據共享與流程標準化增強黏性，形成網絡效應。在此基礎上，供應鏈金融、精準營銷、維修診斷等高附加值服務快速發展，優化收入結構、提升盈利水平，構築穩定可持續競爭優勢。

## 競爭格局

### 關鍵成功因素與准入壁壘

- **生態構建與供應商精準篩選能力：**構建覆蓋製造商、經銷商、物流及服務門店的互聯數字生態系統，實現高效的供應鏈聯動。採用嚴格的供應商准入與動態評估體系（資質、交易、質量、履約），確保優質穩定的上游供應。
- **覆蓋廣度與規模效應：**依託廣泛的生態體系網絡，整合分散的上下游資源，構建行業准入壁壘。通過多SKU供應商整合與高密度服務門店滲透，匯聚海量實時供需數據，進而實現規模經濟、降低運營成本，並釋放智能供應鏈價值。
- **AI算法能力：**部署成熟的AI算法，以取代複雜SKU和供應鏈中低效的人手操作。通過需求與庫存數據分析實現智能庫存預測、採購推薦及價格優化，從而提升運營效率、減少積壓，並構建數據驅動的閉環運營。
- **商業模式的衍生能力：**依託核心B2B交易拓展多元化業務（廣告、上游／消費者服務）。通過創造附加價值實現收入來源多元化、提升合作夥伴黏著度、對沖單一業務風險，以及釋放可持續增長潛力。

## 行業概覽

### 行業排名

截至2025年12月31日，中國前五大汽車後市場企業賦能平台，按全年GMV、註冊汽車服務門店數量、累計SKU數量計

GMV 排名	公司名	GMV (單位： 人民幣10億元)	GMV (市場份額)(%)	註冊汽車 服務門店數量 (單位：千間)	累計SKU數量 (單位：百萬個)
1 . . . . .	本公司	7.6	19.1%	370	48.0
2 . . . . .	A公司	3.0	5.8%	125	1.0
3 . . . . .	B公司	2.5	4.9%	100	2.5
4 . . . . .	C公司	2.0	3.9%	75	3.0
5 . . . . .	D公司	1.4	2.6%	90	25.0
	<b>前五大平台</b>	<b>16.5</b>	<b>36.3%</b>	<b>-</b>	<b>-</b>

附註：A公司於2013年創立，總部位於南京，為汽車後市場企業賦能平台。其專注於易損件，利用自營倉儲物流網絡以及數字化平台，改善採購效率和滿足維修門店需求。

B公司於2015年創立，總部位於廣州，為汽車後市場連鎖服務和供應鏈平台。其主要專注於易損件，通過直營和特許經營店網絡為維修門店提供標準化產品和服務。

C公司於2015年創立，總部位於杭州，為汽配B2B供應鏈平台。其專注於易損件，並通過由數字化系統支持的區域性倉儲分銷網絡，為維修門店提供高效穩定的零部件供應。

D公司於2013年創立，總部位於廣州，為汽車後市場零部件的B2B交易平台，主要專注於全車件。其產品範圍包括引擎系統、底盤系統和車身零部件，通過交易配對和供應鏈融合，為維修門店提供一站式採購解決方案。

資料來源：弗若斯特沙利文

2025年，中國前五大汽車後市場企業賦能平台合計全年GMV約為人民幣165億元。本公司在中國汽車後市場企業賦能平台中領先業界，全年GMV、累計SKU數量及註冊汽車服務門店數量均位列第一。