

行業概覽

本節及本文件其他章節所載資料及統計數據摘錄自我們委託灼識諮詢編製的報告，以及各種政府官方刊物及其他公開可得刊物。我們委聘灼識諮詢就[編纂]編製獨立行業報告灼識諮詢報告。我們或參與[編纂]的任何其他人士，或我們或彼等各自的任何董事、高層管理層、代表、顧問並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。

全球商用車市場概覽

商用車定義及分類

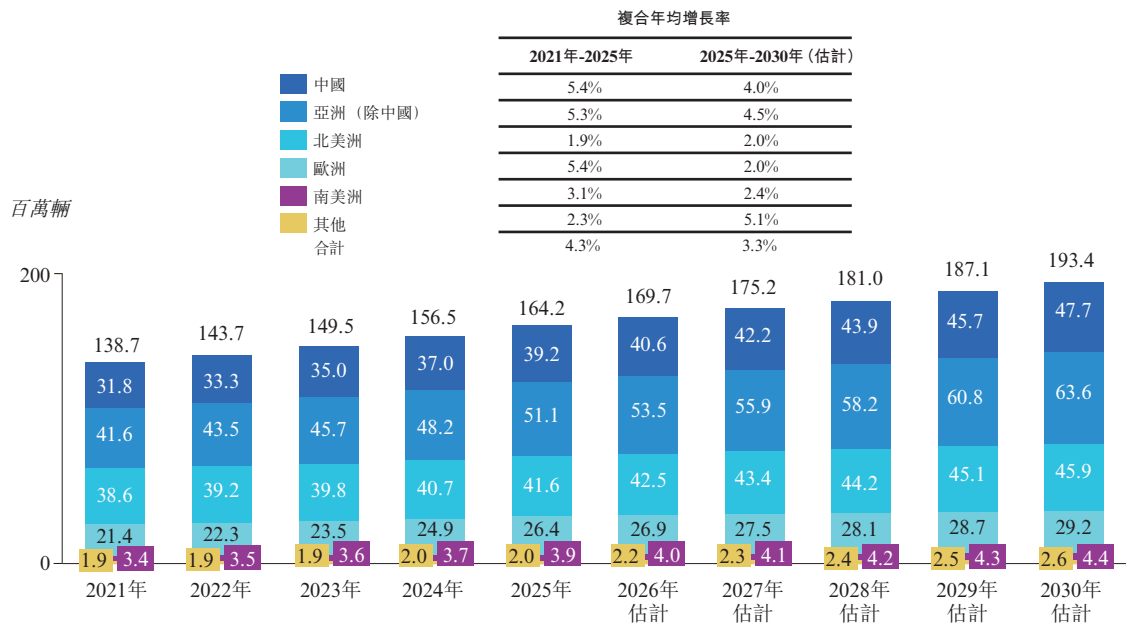
商用車是指設計及技術用途主要用於商業營運場景下運載乘客、貨物或牽引掛車的機動車輛，具備典型生產資料屬性，區別於以個人代步消費為主的乘用車。商用車廣泛應用於幹線物流、城市配送、公共客運、工程作業、環衛服務及專用特種運輸等國民經濟關鍵領域，為汽車零部件供應鏈服務、商用車維修及保養服務等相關後市場服務行業奠定了堅實的行業基礎與市場需求根基。

全球商用車市場規模

截至2025年，全球商用車保有量已達164.2百萬輛，各區域市場保有體量存在顯著差異。中國為全球核心單一商用車市場，2025年國內商用車保有量39.2百萬輛，佔全球市場份額23.9%。亞洲(除中國)、北美洲及歐洲保有量分別為51.1百萬輛、41.6百萬輛及26.4百萬輛，分別佔全球總量的31.1%、25.3%及16.1%。依託全球經濟的穩步增長，全球商用車保有量將保持平穩增長，預計2030年整體規模將增至193.4百萬輛，2025年至2030年複合年均增長率為3.3%。伴隨現代物流體系升級、基建投資增加、存量替換需求增加及新能源商用車滲透率提升，預計中國商用車銷量增速將高於全球平均水平。預計2025至2030年，中國商用車保有量複合年均增長率可達4.0%，2030年保有量有望攀升至47.7百萬輛。

行業概覽

全球商用車市場規模，以保有量計，按地區劃分，2021年-2030年（估計）



數據來源：中汽協、IMF、OCIA、ACEA，灼識諮詢

附註：「歐洲」部分包含了俄羅斯，「其他」包含了非洲、大洋洲等

全球商用車車齡對比分析

截至2025年，全球主要國家商用車平均車齡存在顯著差異。以重卡為例，中國重卡平均車齡為7.2年，美國、日本、德國分別達13.6年、11.4年、10.5年，整體顯著高於中國。中國商用車車齡相對較低，主要是排放標準持續收緊、監管政策執行日趨嚴格，疊加新能源商用車滲透率不斷提升共同所致，而美國、德國、日本等海外成熟市場受制於多元技術路線尚未定型、新能源配套營運基礎設施建設進度緩慢、實際運營經濟效益偏弱等因素，新能源商用車產業化與替代進程整體較為緩慢，傳統柴油重卡仍為市場主力，平緩的車輛更新迭代節奏直接導致車齡普遍更長。更長的使用周期下，商用車核心部件故障率增加，更換頻次上升，催生更頻繁的維修及保養服務、汽車零部件供應鏈服務需求，將推動全球商用車服務市場持續穩定增長。

全球商用車市場驅動因素

- **宏觀經濟復甦及物流體系升級帶動商用車結構性需求增長：**商用車行業景氣度通常與宏觀經濟活動、基礎設施建設及物流運輸需求密切相關。全球範圍內持續推進的交通基礎設施建設及城鎮化進程，為工程運輸及基建相關商用車需求提供了長期支撐。同時，電子商務滲透率提升及現代物流體系升級，推動幹線運輸及城市配送更加集約高效，進一步帶動高可靠性重型卡車及高效率配送車輛的市場需求增長。

行業概覽

- **環保法規趨嚴及碳減排政策推動存量運力更新替換：**全球主要經濟體持續提升排放監管標準，並逐步推進碳減排相關政策落地，例如歐洲Euro VII標準及美國EPA 2027排放法規等，推動高排放、低能效老舊車輛加速退出市場。在環保監管趨嚴、財政補貼及稅收激勵等多重因素共同作用下，新能源及高能效商用車的經濟性與市場接受度持續提升，疊加下游綠色供應鏈要求提升、動力技術成熟等因素，全球商用車市場存量替換需求釋放，推動行業向低碳、節能、環保方向發展。
- **全生命周期成本(TCO)優化推動新能源商用車滲透率提升：**隨著動力電池、電驅動及能源管理等核心技術持續進步，以及充電、換電等基礎設施逐步完善，新能源商用車在城市配送、港口運輸及礦區作業等特定場景中的商業化應用不斷深化。相較傳統燃油車型，新能源商用車在能源成本及部分維保支出方面具備一定優勢，有助於降低車輛全生命周期運營成本。該等優勢較好契合物流企業降本增效需求及ESG管理趨勢，持續推動新能源商用車市場滲透率提升。新能源商用車保有量的增加，進一步帶動商用車服務市場規模增長。
- **全球供應鏈重構推動跨區域產能佈局及海外市場拓展：**在全球供應鏈重構及新興市場需求增長背景下，商用車行業競爭逐步由單一產品出口向本地化生產、渠道建設及後市場服務體系協同發展轉變。頭部商用車企業正持續推進海外製造基地佈局，並完善當地銷售及售後服務網絡，以增強全球化運營能力及市場響應效率。該等佈局有助於企業提升品牌影響力及服務附加值，並降低單一區域市場波動對經營業績的影響，推動海外業務持續增長。

全球商用車服務市場概覽

全球商用車服務定義及分類

商用車服務是指商用車銷售後，為滿足車輛全生命週期內的多樣化需求而提供的一系列服務，主要涵蓋汽車零部件供應鏈服務與維修保養服務兩大板塊。其中，汽車零部件供應鏈服務主營商用車高價值量配件、易損件及保養易耗品的銷售與售後配套，依託完善的供應鏈體系，實現零部件集採、倉儲調度與高效配送，匹配商用車全場景配件需求；維修及保養服務通過專業技術手段恢復車輛正常營運功能，並以預防性維護延長車輛使用壽命，包含預防性維護保養、後處理系統專項維保、核心總成大修、底盤與輪胎系統養護以及事故維修等各類專業服務。

行業概覽

商用車服務市場類別

汽車零部件供應鏈服務

(1) 商用車全品類零部件銷售及供應鏈倉儲配送服務，涵蓋高價值核心總成配件、底盤配件、各類易損件及保養耗材等：

- 通用零部件：包含輪胎、養護品、過濾系統、發動機模塊、輔助設備、照明及信號等，通用性強、適配車型覆蓋面廣，市場流通與替換需求高頻。
- 底盤系統零部件：包含懸架模塊、變速操縱、電控裝置、傳動模塊、輔助設備、行駛模塊、制動模塊、轉向模塊等，為車輛行駛操控核心組件，承載整車穩定性與行車安全性能。
- 車身及配件：包含車身覆蓋、車身結構件、電控裝置、輔助設備、駕駛室產品、照明及信號等，兼具結構防護、駕乘承載與外觀裝飾多重屬性。
- 電氣電子零部件：包含車身電器、電控裝置、電源、輔助設備、冷卻系統等，統籌整車電路運行與智能控制，是車輛電氣化運作關鍵組成。
- 發動機零部件：包含進排氣系統、冷卻系統、啟動系統、燃油共軌系統、四配套等，決定動力輸出效能，屬於整車動力核心配套構件。
- 傳動零部件：包含變速操縱、變速傳動等，管控動力換擋與扭矩傳輸，直接影響車輛行駛變速平順性與傳動效率。

(2) 依託成熟供應鏈體系與全域倉儲佈局，統籌整合各類汽車零部件資源，配套高效配送服務。面向維修網點、車隊客戶及終端車主提供一站式配件供貨服務，充分滿足商用車日常保養、故障維修、總成大修及事故修復等全場景配件採購需求。

維修及保養服務

指通過專業技術手段恢復商用車正常營運功能，或借助預防性維保機制延長車輛服役壽命的全流程服務。

數據來源：中汽協、OICA、專家訪談、灼識諮詢

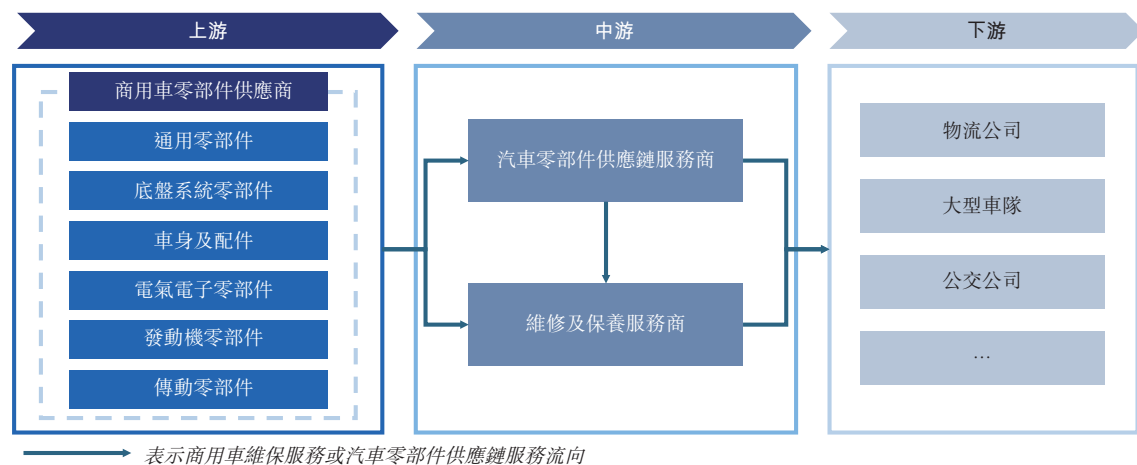
行業概覽

商用車服務市場價值鏈及下游客戶需求分析

商用車後市場服務產業鏈上游主要由OEM及零部件製造商構成，負責提供高價值核心零部件及易損易耗件。下游終端涵蓋了物流公司、大型車隊、公交公司等多元化持車主體。與乘用車市場不同，商用車作為生產工具，其下游需求核心在於通過高頻率的預防性維護與及時維修，最大化車輛的利用率並降低全生命周期成本。

中游商用車服務提供商包含維修及保養服務商及汽車零部件供應鏈服務商，正向數智化集成服務商演進，一般涵蓋直銷和經銷兩種業務模式。通過應用ERP系統、SaaS管理工具及大數據分析，向上游反饋終端行為數據以優化庫存管理，同時向下游提供實時SKU檢索與高效倉配支撐。這種數字化手段有效解決了商用車服務市場，尤其是零部件供應鏈服務市場長期存在的配件溯源難、配送時效差等痛點，實現了全產業鏈的信息對流與價值閉環。

商用車服務市場產業鏈



資料來源：灼識諮詢

行業概覽

不同類型的終端客戶對商用車服務市場有不同的要求，具體情況如下：

商用車服務市場終端客戶差異化需求分析

終端用戶群體	零部件供應鏈服務 核心需求	維保服務 核心需求	決策邏輯與 核心痛點
物流公司	- 全國性集採協議 - 極高的配送時效 - 品牌直供及溯源	- 全國聯網服務能力 - 異地救援極速響應 - 預防性/預測性維護	效率至上 關注車輛利用率，單次維保價格敏感度中等
大型車隊	- 供應渠道的長期穩定 - 高性價比配件組合 - 較長的信用賬期支持	- 標準化外部託管維保 - 數字化成本監控與核算 - 周期性強制保養	精細化運營 核心痛點為降低每公里運營成本，追求高性價比
公交公司	- 集中採購與招投標制 - 制動/轉向安全件品質 - 嚴格的合規准入資質	- 固定線路定點維保 - 強合規性排放專修 - 定期計劃性保養	安全與合規 對國家排放標準(國六)敏感度高，首選品牌供應商

由於商用車運行路徑極廣且終端網點分散，行業長期存在配送滯後與服務標準非標化的挑戰，因此具備全國化倉配網絡與數字化調度能力的中游服務平台，正通過整合碎片化的社會化維修資源，建立行業統一的技術與供貨標準。這種平台化及數字化的趨勢，是商用車服務市場未來實現規模效應與盈利能力突破的關鍵路徑。

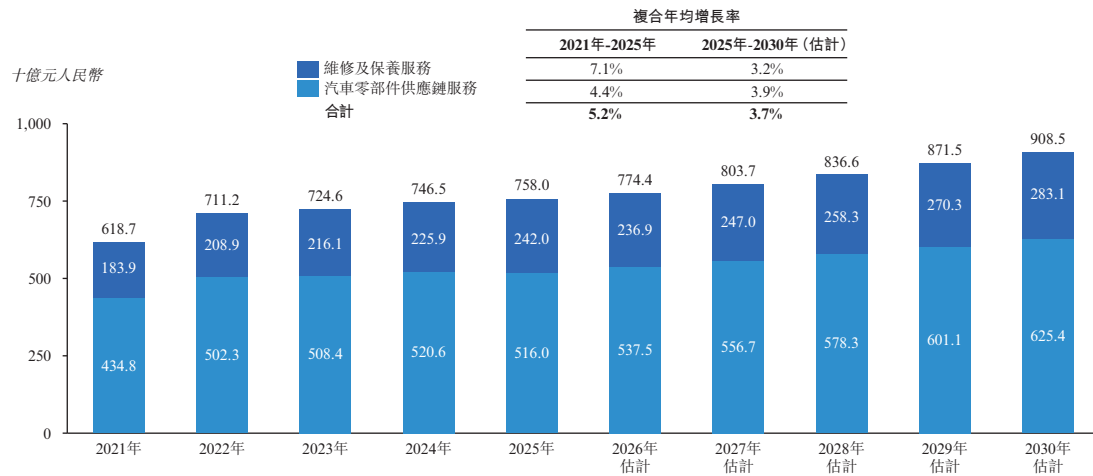
全球及中國商用車服務市場規模

2025年，全球商用車服務市場規模達人民幣3,288.4十億元，預計至2030年可達到人民幣3,826.4十億元，複合年均增長率為3.0%。中國商用車服務市場規模保持穩步增長，由2021年的人民幣618.7十億元增長至2025年的人民幣758.0十億元，年複合增長率達到5.2%。其中汽車零部件供應鏈服務為市場核心組成部分，2025年市場規模達人民幣516.0十億元。伴隨國內商用車保有量維持較高水平、燃油車老舊化程度提升、排放法規持續升級以及車隊精細化運維需求增加，持續拉

行業概覽

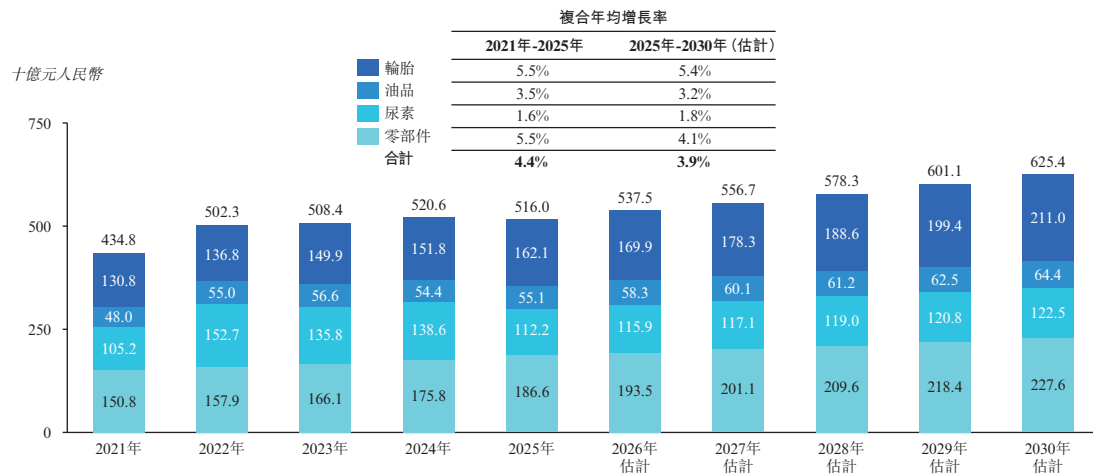
動商用車服務市場需求。至2030年，預計中國商用車服務市場規模將達到人民幣908.5十億元，2025年至2030年複合年均增長率可達3.7%。其中，汽車零部件供應鏈服務市場規模預計以3.9%的複合年均增長率由2025年的人民幣516.0十億元增至2030年的人民幣625.4十億元。

中國商用車服務市場規模，以GMV計，按服務類型劃分，2021年-2030年(估計)



資料來源：鄭州商品交易所、中國汽車工業協會、專家訪談，灼識諮詢

中國汽車零部件供應鏈服務市場規模，以GMV計，按產品劃分，2021年-2030年(估計)



資料來源：鄭州商品交易所、中國汽車工業協會、專家訪談，灼識諮詢

註釋： 零部件涵蓋了通用零部件、底盤系統零部件、車身及配件、電氣電子零部件、發動機零部件、傳動零部件六大類。

全球及中國商用車服務市場驅動因素

- **能源轉型與排放法規升級推動售後價值鏈重構：**隨著全球碳減排目標持續推進及排放法規日趨嚴格，新能源商用車滲透率不斷提升，推動商用車後市場服務體系由傳統機械維修與耗材更換，逐步向電動化、智能化方向發展。

行業概覽

後市場維保重點逐漸由傳統發動機及機械總成，延伸至動力電池、電驅動系統及電控系統等核心部件，並帶動高壓系統檢測、電池健康度評估及熱管理維護等專業化服務需求增長。上述變化進一步提升了行業對技術能力、設備投入及專業服務體系的要求，推動後市場供應鏈及服務模式持續升級。

- **車齡增長釋放存量市場維保需求：**受宏觀經濟增速放緩及物流行業周期波動影響，全球及中國商用車市場新增銷量增長趨於平穩，終端用戶車輛更新周期有所延長，帶動車輛平均使用年限持續提升。商用車進入中後期運營階段後，通常面臨更高頻次的維修、大修及深度保養需求，從而帶動底盤系統、傳動系統及制動系統等核心零部件的替換需求增長。該等存量市場需求為後市場供應鏈服務商及維保服務機構提供了持續的業務增長空間。
- **運營成本管控要求促進零配件市場結構優化：**在物流運價承壓及行業競爭加劇背景下，物流企業及個體運營者對車輛全生命周期運營成本(TCO)的關注度持續提升。在保障車輛安全性及運營穩定性的前提下，終端用戶對高性價比零配件的接受度逐步提高，推動獨立售後配件(IAM)對部分原廠配套件(OES)的替代比例提升。上述趨勢促使行業供應鏈服務商持續優化產品結構與採購體系，並推動具備規模化採購、質量控制及供應鏈整合能力的平台型企業進一步提升市場份額。
- **數字化技術應用觸發維保服務模式升級：**隨著物聯網(IoT)、5G通信及數據分析技術在商用車領域的持續應用，商用車服務模式正逐步由傳統的事後維修向預測性維護(PdM)轉變。通過對車輛運行狀態及關鍵零部件數據進行實時監測與分析，維保服務商能夠提前識別潛在故障風險，從而降低車輛非計劃停運時間並提升運營效率。該等數字化能力有助於提升大型物流客戶對綜合維保服務方案的需求，並推動後市場服務邊界進一步延伸。

全球及中國商用車服務市場發展趨勢

- **服務模式向全生命周期價值(TVO)管理躍遷：**商用車終端用戶需求正由傳統單一維修服務，逐步向覆蓋採購、運營、維保等全生命周期價值管理延伸。伴隨物流行業集約化發展及車隊規模持續擴大，大型車隊客戶對服務網絡覆蓋能力、履約效率、服務標準一致性及合規管理能力提出更高要求。在此趨勢下，市場份額正逐步向具備全國化服務能力、標準化運營體系及綜合供應鏈管理能力的服務平台集中。
- **數字化賦能打破信息孤島，驅動全鏈條效率提升：**商用車後市場行業正持續推進數字化體系建設。領先企業通過大數據、算法模型及數字化管理系統，對海量零配件SKU進行精準匹配與動態管理，逐步提升傳統汽車零部件流通體系的信息透明度與供應效率。同時，倉儲管理、物流配送及維修終端之間的數據協同能力持續增強，有助於降低庫存冗餘、提升履約效率並優化運營成本，加速行業從粗放式經營向精細化運營的轉型。

行業概覽

- **競爭維度升級，生態化協同重塑產業格局：**商用車後市場競爭正逐步由單一產品供應或維修服務競爭，延伸至供應鏈整合、數字化能力及服務網絡協同的綜合能力競爭。整車廠(OEM)、核心零部件供應商(Tier 1)及獨立後市場服務平台，正通過戰略合作、合資經營及兼並整合等方式，持續完善供應鏈、渠道及服務體系建設。行業協同程度的提升，有助於增強客戶覆蓋能力、提高供應鏈效率，並進一步提升行業進入門檻。
- **合規性與標準化進程加速，促進行業向品牌化集中：**隨著監管體系逐步完善及市場規範化發展，商用車後市場在維修工藝、收費標準、環保處理及零配件流通等方面的標準化程度持續提升。電子配件目錄(EPC)、產品編碼體系及防偽溯源技術的推廣應用，進一步增強了零配件流通透明度及質量可追溯能力。上述趨勢有助於提升行業整體服務質量，並推動市場份額向具備品牌影響力、標準化運營能力及全國服務網絡的企業集中。
- **新能源滲透重構底層物理架構，引發維保消費結構性遷移：**新能源商用車滲透率提升正在逐步改變後市場維保需求結構。一方面，動力電池系統帶來的整車重量提升，對輪胎承載能力及耐磨性能提出更高要求，帶動高性能專用輪胎需求增長；同時，三電系統及熱管理系統的複雜度提升，也增加了冷卻液、高壓部件檢測及熱管理維護等相關服務需求。另一方面，由於傳統內燃機結構簡化，機油及部分傳統潤滑耗材需求有所下降。整體來看，後市場維保重點正逐步向高壓系統檢測、熱管理維護及電控系統維修等專業化方向延伸。
- **海外佈局體系持續完善，行業全球化水平不斷提升：**伴隨全球商用車市場穩步發展及跨境合作持續深化，商用車後市場企業逐步加快海外佈局節奏。行業出海模式已由傳統單一產品出口，升級為國內供應鏈協同輸出與海外本地化服務相結合的發展模式。行業企業普遍採取差異化海外拓展策略，通過搭建屬地運營團隊、聯動本土渠道夥伴，完善海外銷售與服務網絡。依託國內一體化供應鏈的成本與資源優勢，打通境內外產銷、技術及售後體系的協同鏈路，有效拓寬市場覆蓋、優化收入結構，推動行業國際化、多元化發展。

中國商用車服務市場競爭分析

中國商用車服務市場的參與者主要可分為三類：主機廠授權的商用車服務商，區域性獨立的商用車服務商、以及平台型商用車服務商。主機廠授權的商用車服務商憑藉品牌、技術和原廠配件優勢，深度佈局維修保養、配件供應等服務，致力於構建完整的產業鏈閉環。區域性獨立的商用車服務商在當地客戶觸達等細分領域扮演關鍵角色。而平台型的商用車服務商則以靈活的服務模式和成本優勢，憑藉廣泛的客戶觸及能力，為各類下游客戶提供一站式服務以滿足多樣化需求。

行業概覽

中國商用車服務商對比分析，2025年

商用車服務商類型	特點及優勢	服務網絡覆蓋	數字化能力
主機廠授權商用車服務商.....	依託整車銷售渠道衍生的售後網絡，主要提供維保期內的原廠服務。	廣度較高但密度低。	中等
區域性獨立商用車服務商.....	紮根末端市場的長尾服務者，服務定價靈活，人工成本較低。	極度分散，呈碎片化分佈。	較低
平台型的商用車服務商.....	依託數字化基座重構流通鏈路，直連上游零部件廠商，提供跨品牌、全品類的供應鏈及維保服務。	多級立體化網絡，兼顧廣度與密度。	較高

資料來源：灼識諮詢

整體來看，目前中國商用車服務市場處於由分散經營向規模化、數字化及生態化轉型的關鍵拐點。具備全國性渠道網絡、供應鏈整合能力及數字化能力的企業仍屬稀缺。公司是平台型商用車服務提供商的典型代表，通過深厚的供應鏈整合能力與廣闊的服務佈局，有效化解傳統供應鏈分銷層級多、效率低及信息不對稱的痛點，為各類下游客戶提供全品類的一站式服務方案。

中國商用車服務提供商排名

中國前五大商用車服務提供商排名，以收入計⁽¹⁾，2025年

排名	公司名稱 ⁽²⁾	商用車服務商類型	商用車服務收入 (億元人民幣)
1	本公司	平台型商用車服務商	15.6
2	公司A	主機廠授權商用車服務商	12.0
3	公司B	主機廠授權商用車服務商	8.3
4	公司C	平台型商用車服務商	7.8
5	公司D	主機廠授權商用車服務商	5.2
前五大公司合計			48.9

行業概覽

資料來源：專家訪談，灼識諮詢

附註：

- (1) 上表中各家商用車服務商的收入指其在中國內地市場的收入。
- (2) 公司A成立於2012年，位於中國四川省，主要從事重工設備及商用車零部件的製造與分銷，並提供相關的硬件設備及技術支持。

公司B成立於2012年，位於中國廣東省，主要從事汽車零配件的製造與銷售，業務聚焦於商用車服務行業的生產製造與供應鏈服務。

公司C成立於2017年，位於中國上海，為一家專注於輪胎運營平台的商用車後市場服務商。該公司依託IT系統與智能硬件提供標準化的維保服務及供應鏈解決方案，目前其服務網絡涵蓋逾數千個網點，管理數萬輛物流車輛。

公司D成立於1992年，位於中國山東省，為一家聚焦輕型商用車的汽車零配件服務商。該公司提供全品類的汽車零配件及後市場服務，目前為中國北方市場主要的商用車汽配服務提供商之一。

商用車服務行業准入門檻及關鍵成功因素

- **大規模SKU管理與供應鏈整合能力。**商用車零部件品類繁多、型號複雜，SKU數量可達十萬級別，對企業的供應鏈整合與精細化運營能力提出較高要求。行業領先企業通常依託深厚的上游資源整合能力，通過建立嚴格的質量控制體系、穩定的供應商合作關係及覆蓋廣泛的採購渠道，形成「一站式」採購平台與規模化採購優勢，從而提升核心品類及高價值零部件的供應穩定性與議價能力，降低終端客戶的採購成本與供應鏈管理複雜度。
- **數字化基座與立體化倉配網絡。**商用車高頻運營及跨區域流通特徵，對零配件供應時效與履約能力具有較高要求。構建覆蓋全國的多層級倉儲配送體系，需要長期的資本投入、精細化的網絡佈局及持續的運營優化能力。同時，行業領先企業通常通過ERP、WMS、SRM等數字化系統的深度協同，實現採購、倉儲、物流及財務環節的全鏈路數據貫通，有效提升庫存週轉效率與運營管理水平。缺乏全國性調撥能力、數字化運營體系及全過程物流追蹤能力的企業，通常難以滿足商用車客戶對高出勤率與快速響應的需求。

行業概覽

- **統一服務體系的構建與產業鏈生態的深度協同。**商用車運營場景複雜，對維修保養服務的一致性、標準化及全國聯保能力提出更高要求。行業領先企業通常通過構建覆蓋廣泛且標準統一的服務網絡，在維修工藝、零配件溯源、服務流程及定價體系等方面實現標準化管理，從而增強客戶信任與品牌黏性。同時，通過與區域頭部客戶、維修服務網點及產業鏈上下游合作夥伴建立長期穩定的合作關係，並通過合資經營、直營網點或深度協同等模式強化屬地化運營能力，進一步提升渠道壁壘與客戶黏性。
- **深厚的產業 Know-how 與複合型人才梯隊。**商用車服務具有較強的專業技術屬性與行業經驗壁壘，企業需要長期積累產品、供應鏈、維修服務及客戶運營等多維度能力。具備零部件製造背景、供應鏈管理經驗及複雜工況維保能力的管理團隊，能夠更有效地應對行業周期波動、客戶需求變化及複雜運營環境，並形成難以在短期內複製的組織能力與人才壁壘，為企業持續經營及規模化擴張提供重要支撐。

來源與可靠性

我們委託灼識諮詢對全球及中國商用車服務市場進行分析並報告。灼識諮詢是一家成立於香港的市場研究與諮詢公司，致力為各行業提供專業諮詢服務。我們已同意支付灼識諮詢人民幣0.43百萬元作為其編製灼識諮詢報告的費用。本節與本文件「概要」、「風險因素」、「業務」、「財務資料」，以及其他章節所引用的數據，旨在幫助[編纂]更全面地了解我們所處的行業。除非另有說明，本節所有數據與預測均源自灼識諮詢報告。灼識諮詢收集的數據已通過其內部分析模型與技術進行分析、評估，以及驗證。主要研究通過訪談關鍵行業專家與領先企業參與者進行，次級研究則涉及對公開數據資源的分析。灼識諮詢報告中的市場預測基於以下關鍵假設：(i)於預測期內，全球與中國整體社會、經濟及政治環境預計保持穩定；(ii)於預測期內，相關關鍵行業驅動因素(如下游需求增長、技術進步、政策支持等)將持續推動全球及中國商用車服務市場發展；(iii)於預測期內，不會出現可能對市場產生劇烈或根本性影響的極端不可抗力或突發行業監管。