

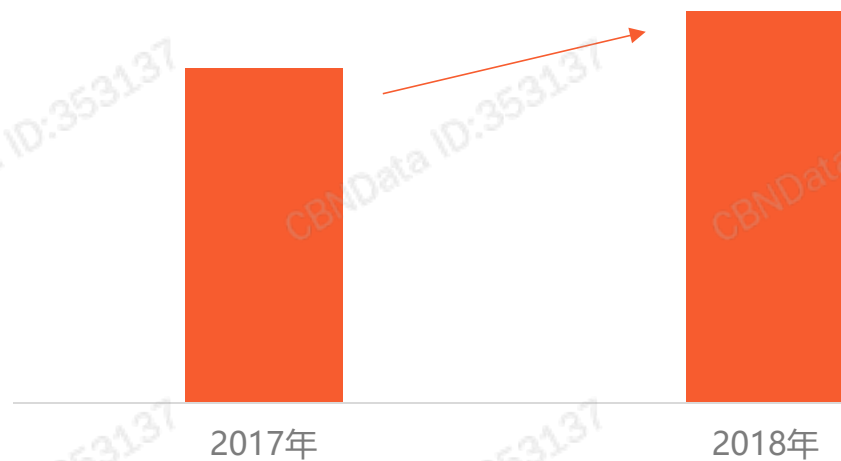
2019汽车后市场 消费大数据榜单



汽车后市场线上交易总体增长较快，以汽车内饰、汽车零配件零售为主

在我国，庞大的汽车保有量和驾驶员数量推动着我国汽车后市场规模的快速发展。2018年我国的汽车后市场规模达到1.3万亿元。而在线上交易平台中，相关的交易总体也保持着快速增长的趋势。其中线上交易的主要品类集中在汽车装饰、汽车零配件，其次是汽车电子设备、汽车养护等。

2017-2018年线上平台汽车后市场相关品类
总体销售情况

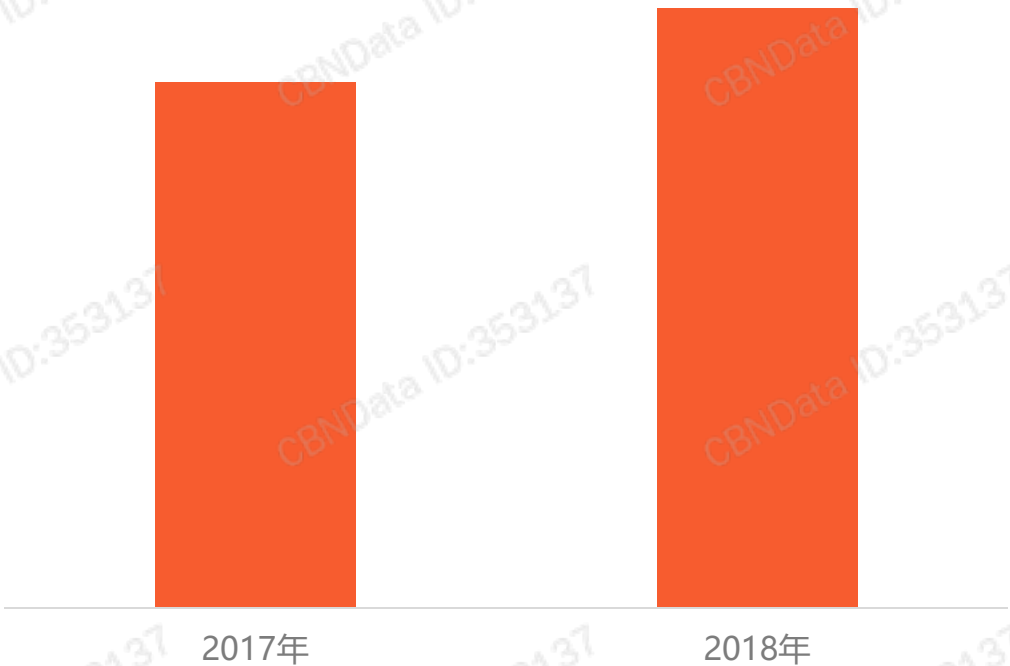


数据来源：CBNDATA消费大数据



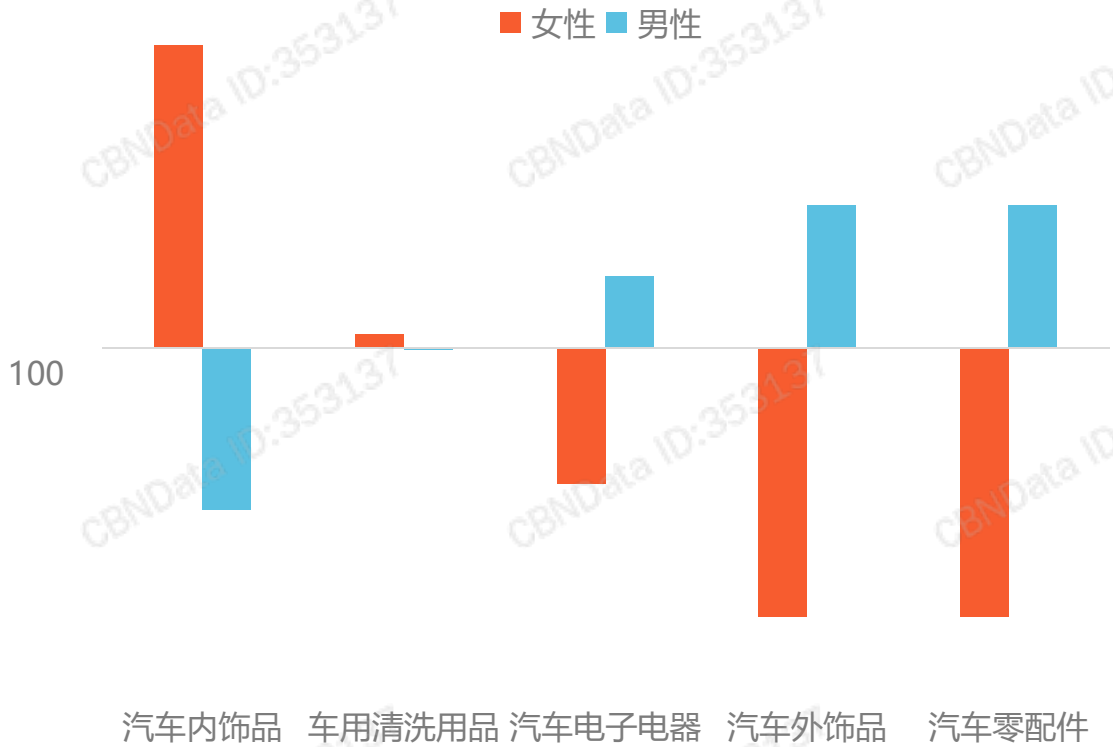
女性消费者数量逐步攀升，对于汽车内饰用品尤为关注

2017-2018年线上汽车后市场相关商品
女性购买者占比变化



数据来源：CBNData消费大数据

2018年线上汽车相关类目男女购买偏好

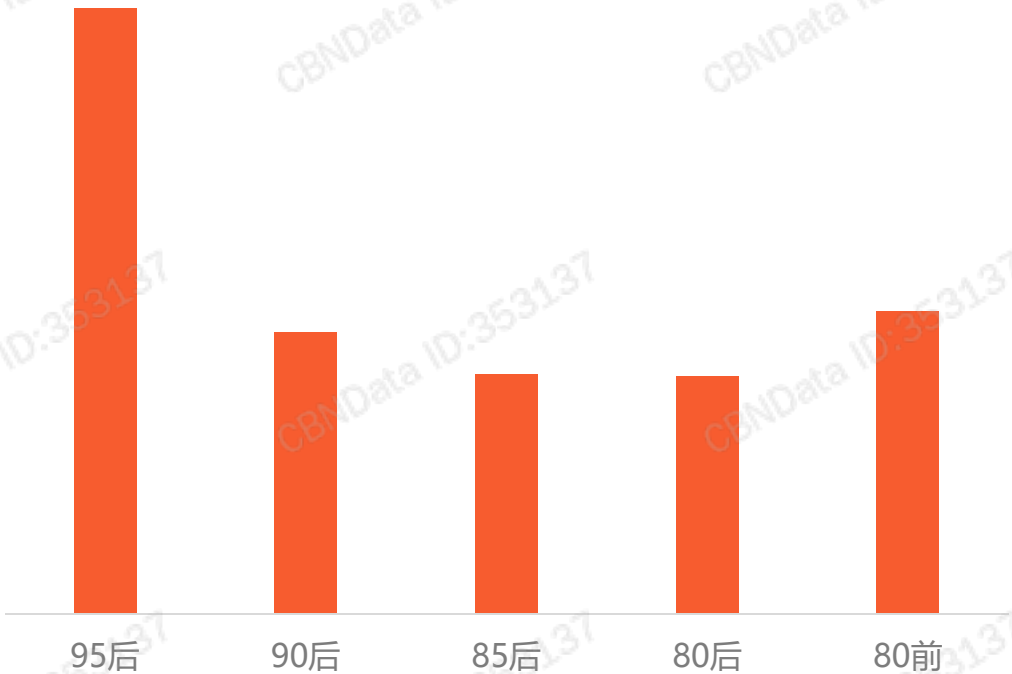


消费偏好=该类商品分男女消费者人数占比/汽车相关商品总体分男女消费者人数占比*100

数据来源：CBNData消费大数据

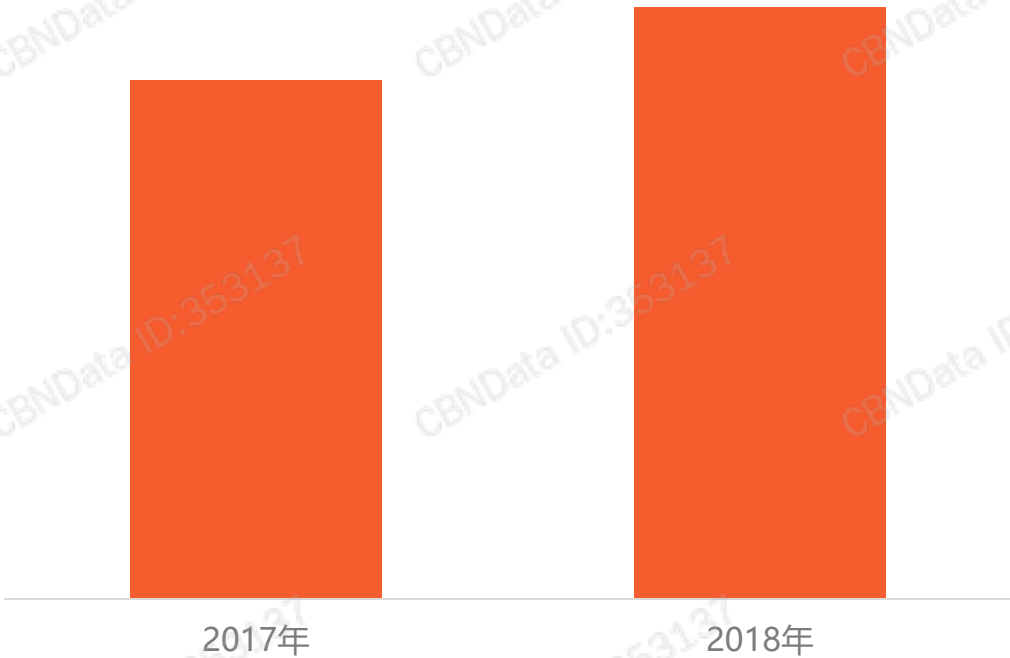
汽车后市场消费者年轻化趋势明显，95后消费者数量正快速增长

2017-2018年汽车后市场相关品类消费者
分年龄段增长率



数据来源：CBNDATA消费大数据

2017-2018年汽车相关类目未婚消费者数量占比



数据来源：CBNDATA消费大数据

结合汽车相关品类的消费增长情况，可以总结如下三个特征



1、汽车成为车主舒适生活的第二空间，他们偏爱亲力亲为自主养车爱车。



2、更多车主选用舒适内饰及个性化元素装点爱车内部，优化驾乘体验。

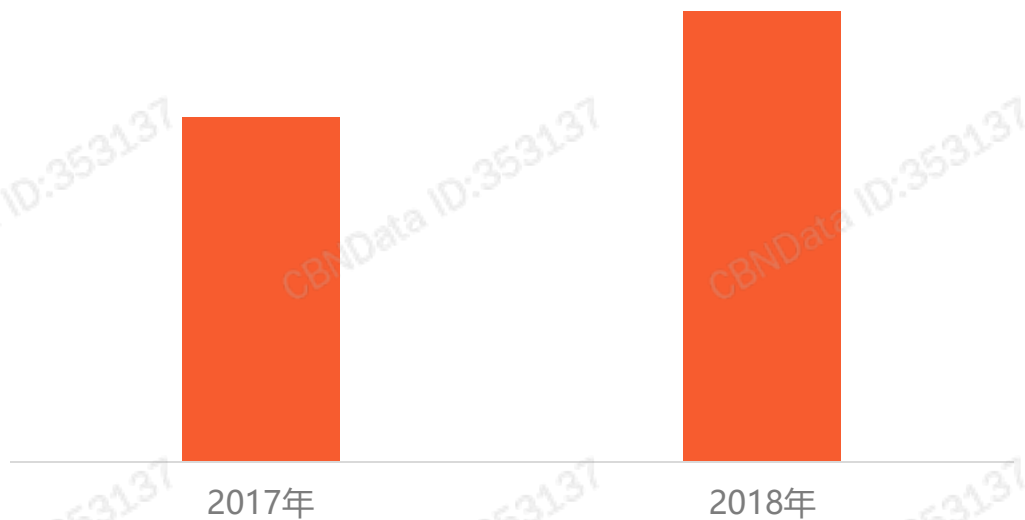


3、家庭自驾游成为车主旅行重要方式，相关类目订单量增长明显。

趋势一：汽车逐渐成为车主生活第二空间，自己动手清洁爱车

随着汽车在车主的生活中逐渐成为不可或缺的部分，车主们对于汽车空间的清洁愈加重视。各类汽车清洁工具，如车用洗车机、吸尘器等销售增长明显。

2017-2018年线上汽车清洗相关商品销售增长情况



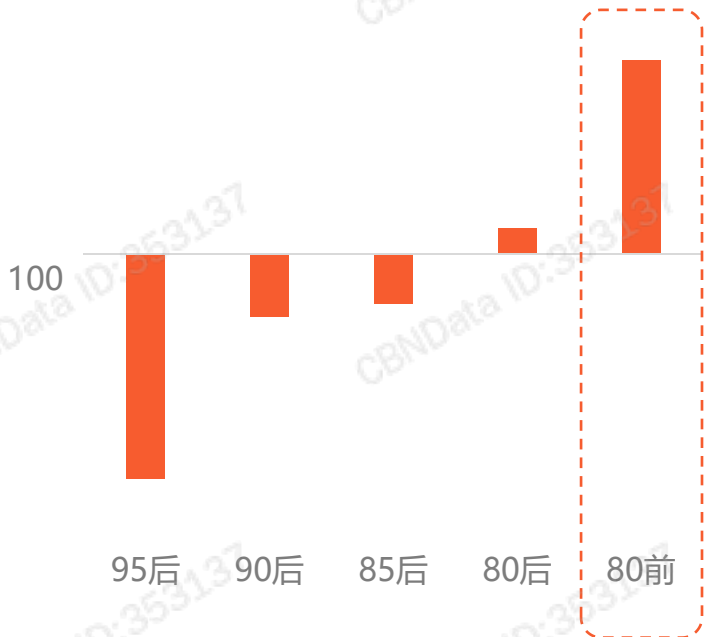
数据来源：CBNDATA消费大数据



趋势一：汽车逐渐成为车主生活第二空间，自己动手清洁爱车

80前顾家老司机开始尝试自己洗车，家用洗车机成省钱利器。车载小型吸尘器的销售同样增长明显，不少吸尘器还会配备照明、测胎等多种功能，满足车主的多样化需求。

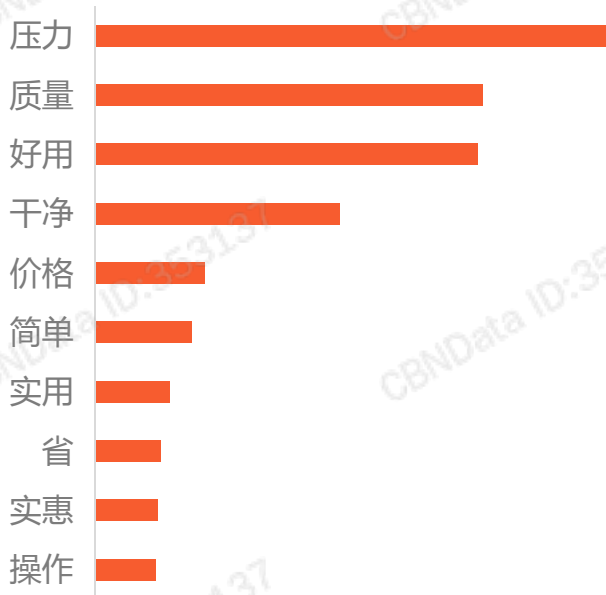
2017-2018年家用洗车机
分年龄段消费者偏好



消费偏好=该类商品分年龄消费者人数占比/汽车相关商品总体分年龄消费者人数占比*100

数据来源：CBNData消费大数据

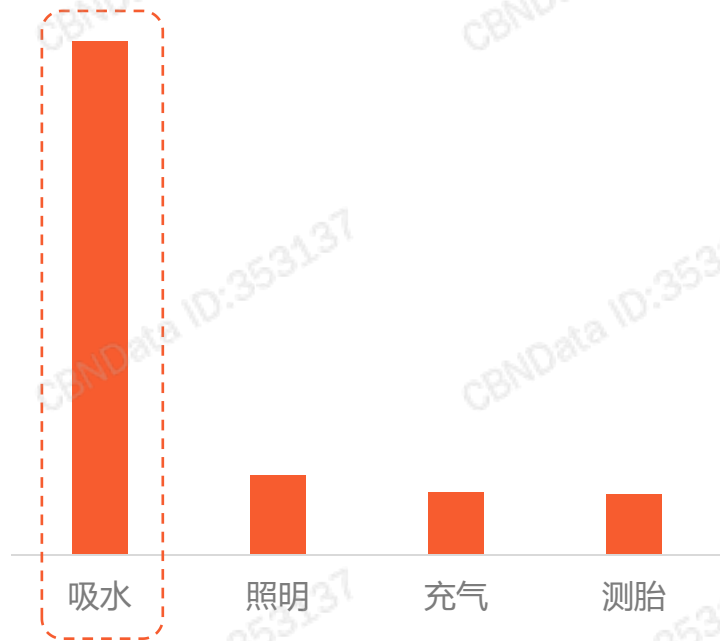
家用洗车机消费者主要评论关键词



数据来源：CBNData消费大数据

大数据·全洞察

除吸尘外分功能车用吸尘器消费热度



消费热度=车用吸尘器中分功能属性的销量，同一件商品如有多种属性，则会被计算多次

数据来源：CBNData消费大数据

趋势二：舒适内饰及个性化元素装点爱车内部，优化驾乘体验

不仅是清洁，更多车主开始为汽车添置各类舒适的内饰、香水香薰、车用氧吧等物件，以减少驾乘出行的劳累，更好地享受自己驾车过程中的愉快体验。

2017-2018年线上汽车内饰品相关商品
销售增长情况



预览已结束，完整报告链接和二维码如下：

https://www.yunbaogao.cn/report/index/report?reportId=1_17130

