
行業概覽

本節及本招股章程其他章節所載資料及數據乃摘錄自我們委託灼識諮詢編製的報告以及多份政府官方刊物及其他公開可得刊物。我們委聘灼識諮詢就全球發售編製獨立行業報告灼識諮詢報告。我們或我們的任何董事及顧問或參與全球發售的任何其他人士或各方並無獨立核實來自政府官方來源的資料，並無就其準確性發表任何聲明。有關我們行業風險的討論，請參閱「風險因素—與我們的業務及行業有關的風險」。

資料來源

我們委託灼識諮詢(一家獨立市場研究及諮詢公司，提供行業諮詢服務、商業盡職調查及戰略諮詢)對中國汽車服務市場進行詳盡調查及分析。我們同意就編製灼識諮詢報告向灼識諮詢支付費用人民幣1,450,000元。我們已於本節、「概要」、「風險因素」、「業務」、「財務資料」及本文件其他章節摘錄灼識諮詢報告的若干資料，以便向潛在投資者更全面地呈現我們所在的行業。

編製灼識諮詢報告的過程中，灼識諮詢曾進行一手及二手研究，並已獲得有關中國汽車服務市場行業趨勢的知識、統計數字、資料及行業見解。一手研究乃與主要行業專家及行業內領先公司面談。二手研究涉及分析從多個公開數據來源(例如中國國家統計局及若干行業協會)獲得的數據。灼識諮詢收集的資料及數據已按灼識諮詢內部的分析模型及方法進行分析、評估及驗證。

灼識諮詢報告的編製乃基於以下假設：(i)中國整體社會、經濟及政治環境預期於預測期間保持穩定；(ii)在整個預測期間內，相關主要行業驅動因素可能推動汽車服務市場持續增長，包括持續攀升的汽車保有量、不斷增長的車齡及消費者行為的改變；及(iii)預測期間內不存在市場可能會受到巨大或根本性影響的極端不可抗力或意料之外的行業規管。

經作出合理查詢後，我們的董事確認，自灼識諮詢報告日期以來的市場資料並無出現會對有關資料作出限制、造成矛盾或產生重大不利影響的不利變動。

中國乘用車行業概覽

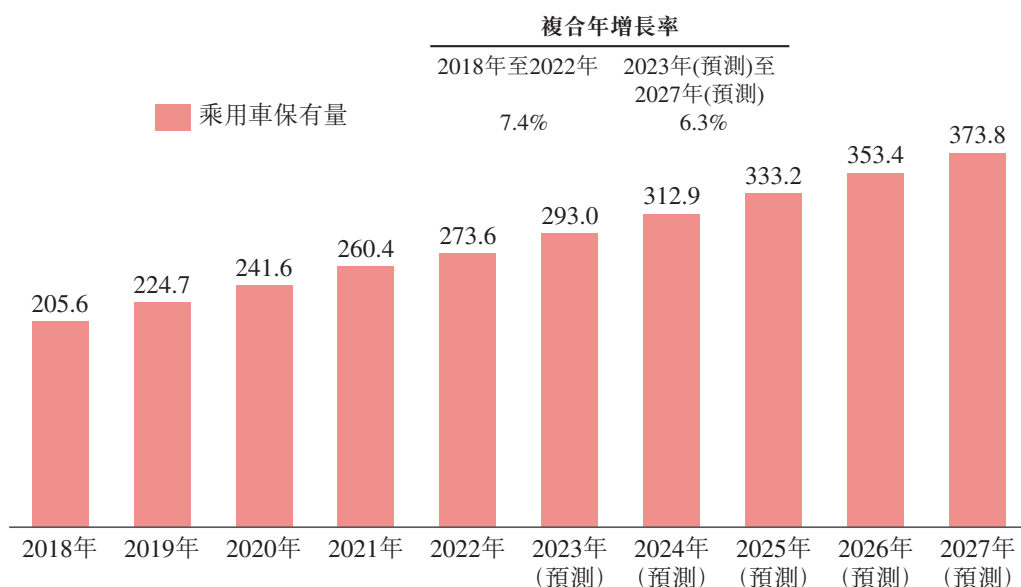
按乘用車保有量計，中國已成為世界第一大汽車市場，截至2022年12月31日，中國乘用車保有量已達273.6百萬輛。然而，每千人乘用車保有量僅為194輛，低於美國(每千人769輛)及歐盟成員國(每千人563輛)等發達國家，呈現出巨大的增長空間。根據灼識諮詢報告，

行業概覽

中國已連續超過10年蟬聯全球新車銷量第一。中國的乘用車保有量預計將繼續保持增長勢頭，到2027年更將進一步達到373.8百萬輛。

中國乘用車保有量，2018年至2027年（預測）

百萬輛



資料來源：灼識諮詢報告

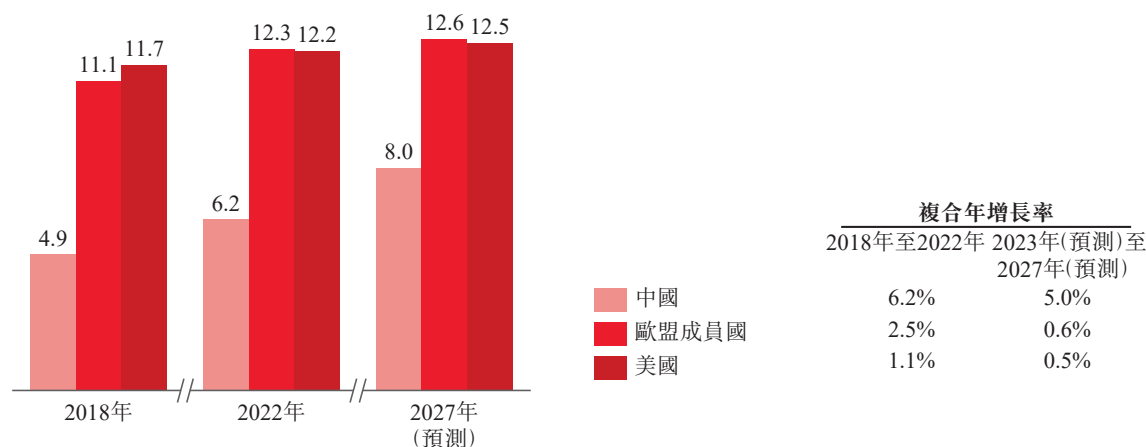
隨著中國乘用車總保有量的穩步增長，乘用車的車齡結構亦逐步發生變動。相較於新車，老舊的車輛一般需要較多的汽車服務，尤其是維修及保養服務。中國乘用車的平均車齡由2018年的4.9年增至2022年的6.2年，到2027年預計將達到8.0年，而同年美國及歐盟成員國的平均車齡分別為12.5年及12.6年，這表明中國乘用車的車齡有進一步增長的空間。不斷增長的中國乘用車保有量和平均車齡意味著汽車服務的需求也隨之增長。

目前，根據《機動車強制報廢標準規定》，私家車（包括燃油汽車）並無強制報廢車齡。車齡超過15年但總里程在60萬公里以內的私家車，只要其狀況良好並通過年度車輛檢驗合格，則可在道路上行駛。此外，於2022年7月頒佈的《關於搞活汽車流通擴大汽車消費若干措施的通知》顯示政府致力提升二手車市場的活力，進一步支持適當流通及使用老舊汽車。

行業概覽

中國／美國／歐盟成員國乘用車平均車齡，2018年至2027年（預測）

年



資料來源：灼識諮詢報告

中國乘用車保有量快速增長，尤其是在二線及以下市縣，2018年至2022年，其總汽車保有量按7.4%的複合年增長率增長。然而，截至2022年12月31日，二線及以下市縣乘用車保有量滲透率最低，每千人僅有179輛，而一線及新一線城市每千人分別為217輛及279輛。此外，中國大部分乘用車位於二線及以下市縣。截至2022年12月31日，總汽車保有量為273.6百萬輛，二線及以下市縣佔中國乘用車總量的75.5%，表現出汽車服務市場的巨大市場潛力。

	汽車保有量 ⁽¹⁾ (百萬輛)	每千人 汽車保有量 ⁽¹⁾	2018年至2022年 汽車保有量 複合年增長率
一線城市.....	16.5	217	6.0%
新一線城市.....	50.6	279	9.8%
二線及以下市縣.....	206.5	179	7.0%
總計.....	273.6	194	7.4%

附註：

(1) 截至2022年12月31日。

資料來源：灼識諮詢報告

中國汽車服務業概覽

汽車服務的定義及類別

汽車服務(包括汽車維修及保養、汽車清潔及汽車美容以及需安裝配件)為整個汽車生命週期中用戶需求的關鍵部分。中國的汽車服務市場包括為所有運營中的乘用車提供的服

行業概覽

務，汽車服務的市場需求總量與乘用車總保有量及平均車齡等因素直接相關。下圖說明中國汽車服務業的定義及類別：

中國汽車服務的類別

汽車維修及保養服務	指利用技術方法恢復車輛的正常功能或通過預防性維護延長車輛的使用壽命的流程： <ul style="list-style-type: none">• 定期保養(包括更換空氣及燃料濾清器、更換機油及冷卻劑及更換大燈)。• 大型保養(包括更換火花塞及線圈、正時皮帶及附件帶保養以及變速器維修)。• 輪胎及底盤零部件(如剎車片及減震器以及車輪定位)保養。• 凹痕修復及噴漆服務。
汽車清潔及汽車美容服務	指系統地對車輛外觀而非機械部件進行操作，使車輛內外保持較好的狀況，主要包括： <ul style="list-style-type: none">• 車身清潔和美容服務(包括汽車清潔、打蠟及拋光)。• 內飾清潔和美容服務(包括底盤清洗及內部打蠟以及空調機組清洗)。• 外飾改裝服務(包括漆面保護膜及噴漆以及結構改裝)。
需安裝配件	指需要安裝服務的汽車內飾配件，包括更換風擋雨刷、汽車裝飾品及車載電子產品(如汽車DVR(數碼視像錄影機)、GPS導航儀及語音系統)等。

資料來源：灼識諮詢報告

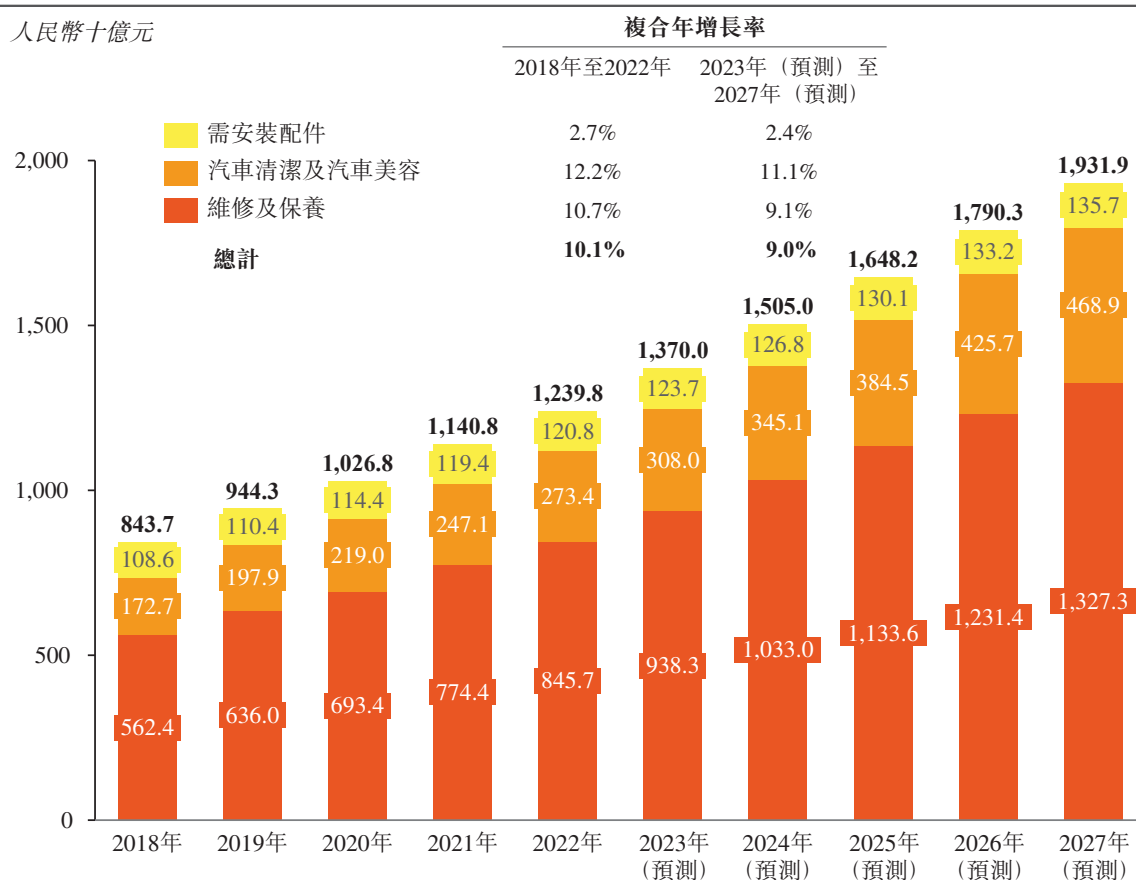
中國汽車服務市場規模

受龐大並持續增長的汽車保有量及日漸增長的車齡的推動，中國汽車服務市場於2018年至2022年的複合年增長率為10.1%，成為全球增長最快的汽車服務市場之一。根據灼識諮

行業概覽

詢報告，按GMV計，2022年，中國汽車服務市場規模為人民幣12,398億元，預計到2027年將達到人民幣19,319億元，2023年至2027年的複合年增長率為9.0%。下圖為於所示期間中國汽車服務的市場規模。

中國汽車服務市場的市場規模（按GMV計，按服務類型劃分，2018年至2027年（預測））



資料來源：灼識諮詢報告

中國汽車服務市場的特徵

中國汽車服務市場增長潛力巨大且獨具特色，需要有更加高效、便捷及差異化的汽車服務模式：

- **中國的汽車服務需求正接近「臨界點」**

一般而言，汽車服務開支在車齡超過6年後開始顯著增加，這是典型的車輛生命週期中的臨界點。2022年，中國的平均車齡達6.2年，遠低於美國的12.2年及歐盟成員國的12.3年。同時，中國車主在汽車服務上的年平均開支約為每輛車650.6美元，低於美國的1,349.1美元及歐盟成員國的875.1美元。疊加汽車保有量的不斷增長的因素，中國的汽車服務市場未來發展潛力巨大。

行業概覽

- 「為我服務」模式主導中國汽車服務市場

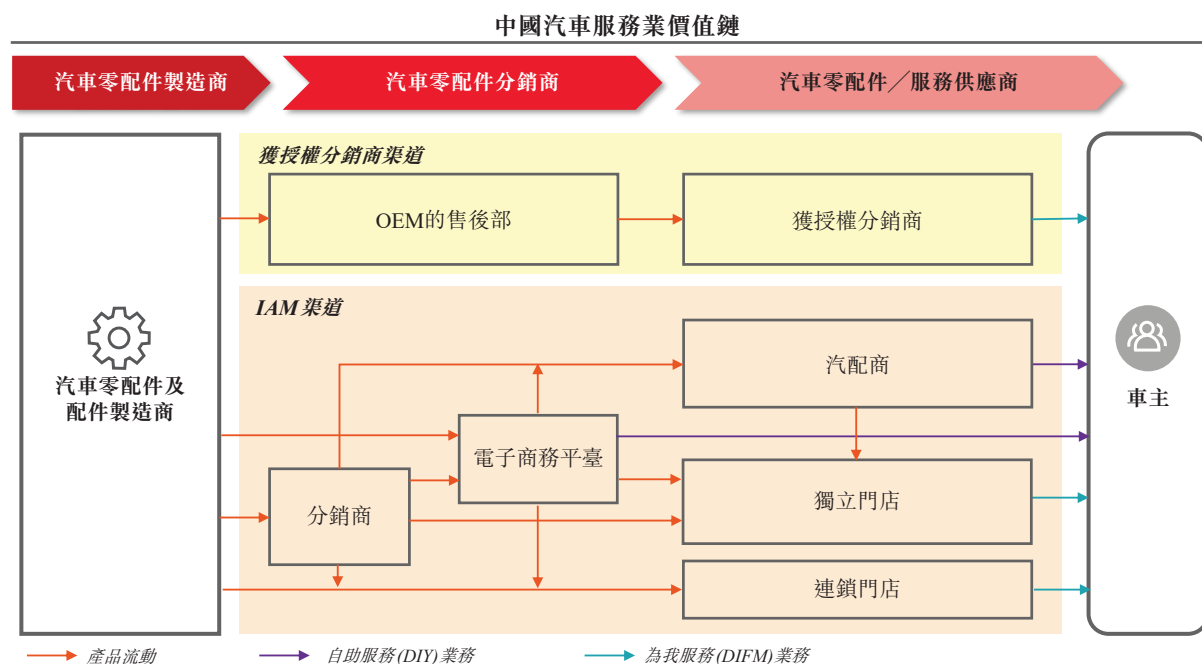
汽車服務業務可以分為兩種模式：「為我服務(DIFM)」及「自助服務(DIY)」。在DIY業務中，消費者從汽車零配件零售商處購買汽車零配件，並自行安裝汽車零配件。在DIFM業務中，消費者到汽車服務供應商的網點購買汽車零配件及專業服務。由於人口密度高，缺少車庫、工具等必要資源以及有關汽車及汽車維修的基礎知識，中國車主更傾向於使用一站式DIFM服務來滿足自身的汽車服務需求。因此，中國客戶非常依賴汽修店提供的安裝服務及專業知識。

- 中國的門店運營效率較低，仍有較大的提升空間

截至2022年12月31日，中國的汽車服務門店約為89.6萬家，其中連鎖門店僅佔7.8%。2021年，中國的汽車服務門店平均僅服務336輛乘用車，遠低於美國及歐盟成員國同行，彼等於2021年分別平均服務1,205輛及726輛乘用車。中國汽車服務門店的低效率意味著在提高運營效率及相關價值創造等方面潛力巨大。

中國汽車服務價值鏈及服務供應商概覽

在中國，汽車服務的價值鏈包括兩個渠道，即獲授權分銷商渠道及獨立的後市場服務供應商渠道(或IAM渠道)，如下圖所示：



資料來源：灼識諮詢報告

行業概覽

獲授權經銷商及IAM門店為中國汽車服務市場主要的DIFM服務供應商。2022年，中國約有3.4萬家獲授權經銷商及86.2萬家IAM門店，分別佔中國汽車服務市場的53.6%及46.4%（按GMV計）。獲授權經銷商自汽車OEM售後部門採購的汽車零配件通常有著更高的出廠價，並由汽車OEM加價。此外，考慮到維持經銷商門店的營運成本及開支較高，為維持其盈利能力，獲授權經銷商通常就汽車零配件及相關安裝服務收取較高價格。根據灼識諮詢報告，獲授權經銷商收取的汽車零配件價格及服務費分別較IAM門店收取的零配件及服務費高出約30%及80%。因此，相比獲授權經銷商，擁有強大供應鏈能力並能夠以更具吸引力的價格提供正品及高質量的汽車產品和服務的IAM，更受到車主的青睞。汽車是否處於保修期是影響車主選擇獲授權經銷商或IAM門店的關鍵因素之一。OEM提供的保修期一般為新乘用車出售後三年，之後，為獲得位置便捷且經濟實惠的服務，車主更有可能選擇IAM門店。根據灼識諮詢報告，截至2022年年底，中國保修期屆滿的乘用車佔總汽車保有量的73.6%，預計到2027年年底，這一數字將達到79.1%。因此，IAM門店的GMV預計將以高於獲授權經銷商的速度增長，到2027年，其將佔汽車服務市場的58.1%（按GMV計）。

下圖為兩類中國汽車服務供應商之比較：

獲授權經銷商與IAM門店之比較

層面	獲授權經銷商	傳統的IAM門店
定義	<ul style="list-style-type: none">獲OEM授權的汽車經銷商為車主／買家提供新車及二手車相關的4S服務（即銷售、服務、配件及反饋）	<ul style="list-style-type: none">獨立於OEM的汽車服務供應商，提供各種汽車服務，包括汽車維修及保養、汽車清潔及美容服務，以及配件安裝
產品及服務	<ul style="list-style-type: none">涵蓋汽車服務，包括質保索賠及保險索賠單個獲授權經銷商可能僅專門服務於有限的OEM汽車品牌	<ul style="list-style-type: none">為各種汽車品牌及車型的車主提供汽車服務，並且往往有更多的SKU

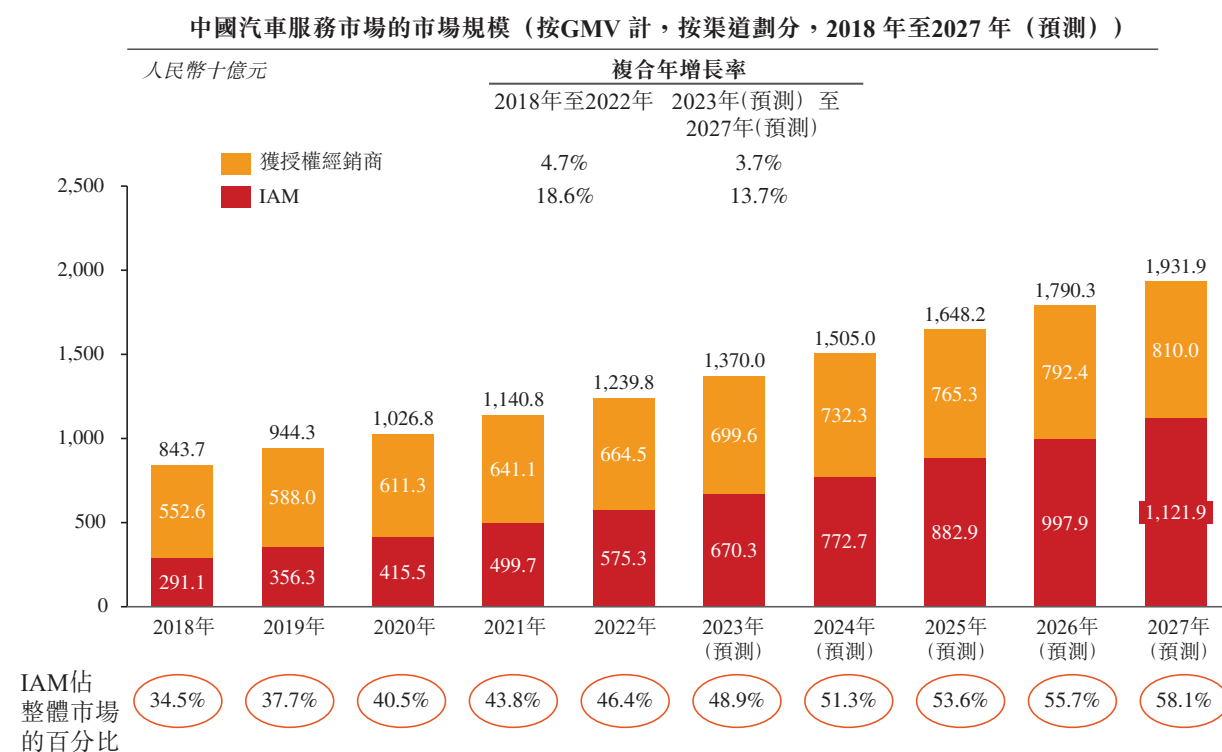
行業概覽

獲授權經銷商與IAM門店之比較

層面	獲授權經銷商	傳統的IAM門店
服務質量及價格	<ul style="list-style-type: none"> 由受過培訓的合格技師提供更好的服務體驗 價格相對較高 	<ul style="list-style-type: none"> 服務標準化程度相對較低 價格較合理
覆蓋範圍	<ul style="list-style-type: none"> 中國約有3.4萬家門店 門店密度較低，通常位於郊區 	<ul style="list-style-type: none"> 中國約有86.2萬家門店 門店密度較高，覆蓋城市及郊區，廣泛分佈於全國各地

資料來源：灼識諮詢報告

下圖為中國汽車服務的市場規模(按渠道劃分)：



資料來源：灼識諮詢報告

中國汽車服務市場的市場驅動因素

- 汽車保有量龐大且持續攀升。**隨著居民購買力的增強及綜合的消費升級，預計2027年中國乘用車保有量將繼續增加至373.8百萬輛。汽車保有量不斷增加(尤其是在公

行業概覽

公共交通不發達的二線及以下市縣)將促使車輛使用頻率、行駛總里程及汽車損耗不斷增加。

- **日漸增加的车齡及單車汽車服務上的開支不斷增加。**隨著中國乘用車車齡的不斷增長，每輛車在汽車服務上的平均開支預計將不斷增加，同時處於OEM保修期之外的乘用車數量將持續增長，這將推動車主對IAM門店提供的汽車服務的需求。預計中國車主在IAM門店購買汽車服務的單車年度開支將由2022年的人民幣2,102.3元增至2027年的人民幣3,001.0元，複合年增長率為7.4%。
- **對更多元化及全渠道汽車服務的需求。**鑒於中國汽車服務市場的快速發展，車主對更加個性化、定制化的需求也不斷增加，因而推動裝飾產品及汽車美容服務等細分市場的增長。此外，隨著年輕車主(30歲或以下)的比例由2010年的約20%上升到2020年的40%以上，中國的車主對科技越來越精通，更喜歡在自身的車主生涯中通過全渠道購買汽車服務。因此，更多元化的DIFM服務將在中國汽車服務市場中發揮更加顯著的作用。汽車維修及安裝方面的專業知識和經驗亦更受歡迎。

中國汽車服務市場的挑戰

中國汽車服務市場雖然有著巨大的增長潛力，但同時也面臨著各種挑戰：

車主方面的痛點：

- **優質服務門店供應不足。**在中國，能夠為車主提供方便、可靠、實惠的產品及服務的汽車服務供應商有限。例如，車主將汽車送交保養後，有時需要等待很長時間才能完成，或者需要為其所需的產品支付溢價。服務門店可能缺乏解決特定汽車問題所需的嫺熟技師，因此需要花費較長時間，也可能無法一次性解決問題。
- **服務範圍有限。**獲授權經銷商僅為單一OEM旗下一個或多個品牌的汽車提供有限服務並收取溢價。此外，由於門店數量有限(尤其是於二線及以下市縣)，中國的獲授權經銷商門店分佈較為分散，部分門店位於郊區，使得車主在服務過程中面臨更多不便。

行業概覽

- **信任度低。**儘管IAM門店眾多，但客戶對其提供的產品及服務缺乏信任。於中國，僅4.8%的IAM門店為連鎖門店。IAM門店的典型特徵為正品汽車零配件供應不足，服務標準不一致。由於缺乏持續的反饋及深入的客戶關係，IAM門店及技師傾向於追求服務和產品短期銷售額最大化。通常情況下，客戶無法自行按需決定其服務，且對所需要的產品缺乏瞭解。此等信息不對稱可能會導致客戶產生不信任及不愉快的體驗。
- **缺乏無縫及一體化的線上線下服務。**鑒於中國電子商務渠道的普及及對其的依賴，中國客戶普遍更習慣於使用能滿足其各種日常需求且無縫鏈接其線上線下體驗的互聯網服務。然而，大多數汽車服務供應商僅提供線下服務，而沒有提供線上預訂、線上診斷等便捷的線上服務，導致車主體驗不佳。
- **低線城市的供應不足。**隨著可支配收入水平不斷提高、消費升級及公路網絡延伸，低線城市對標準化及優質的汽車服務的需求不斷增加。具體來講，獲授權經銷商門店在低線城市分部通常比較分散，這使車主難以接觸到該等門店，而當地小型IAM面臨某些廠商提供假冒產品和劣質服務的情況。

與供應鏈相關的痛點：

- **多層分銷網絡及信息不對稱。**SKU繁多且大量汽車服務門店分佈在全國各地，因此中國的分銷網絡存在多層級且低效的特徵。此類多層而低效的分銷網絡導致定價不透明、產品無正品保障以及大量客戶需求得不到滿足等問題。由於與客戶存在距離，製造商可能無法瞭解關於其產品的最準確需求。
- **低效複雜的基礎設施。**中國汽車服務市場的供應鏈具有交貨效率低、庫存週轉率低等特徵。汽車服務通常涉及龐大、繁雜及繁重的汽車零配件SKU，數字化程度低。再加之倉庫位置分佈零散，汽車零配件產品於到達終端客戶之前在全國範圍內流通很長一段時間的情況較為普遍。

線上線下一體化的汽車服務模式

線上線下一體化的汽車服務模式將線上平臺及線下門店的優點相結合，為車主提供服務。在中國，線上界面及線下門店對贏得忠誠及滿意的客戶群體至關重要。線上汽車服務

行業概覽

指客戶從線上渠道購買產品，然後到線下門店獲得專業服務。線上平臺為線下運營提供了龐大的客戶流量及數據分析。線下門店與集中式供應鏈系統合作，採用統一的數字化客戶管理及訂單系統。線上線下一體化模式亦可確保在技師培訓方面保持嚴格及一致的標準，並提供更佳的客戶體驗。

線上線下一體化的汽車服務模式

線上	線下
<ul style="list-style-type: none">• 海量產品選擇，且定價透明• 汽車零配件與車型準確匹配• 提供便利的線上搜索、預訂、購買及支付體驗• 提供綜合維護報告及詳細報價• 能夠透過線上渠道管理車輛的整個生命週期• 能夠實時監控維修流程	<ul style="list-style-type: none">• 流程標準化• 服務透明及值得信賴• 門店覆蓋範圍廣，鄰近客戶• 高效的供應鏈• 高質素技師• 門店管理控制嚴格

行業概覽

中國汽車服務市場的競爭格局

截至2023年3月31日，在中國約68.0萬家汽車服務供應商中，本公司的門店數量排名第一。在中國的IAM門店中，本公司在截至2023年3月31日的門店數量及2022年度的汽車服務收入方面均排名第一。下表載列中國汽車服務供應商的排名情況：

所有汽車服務供應商按門店數目劃分的排名

排名 ⁽¹⁾	汽車服務供應商	品牌定位	截至2020年 12月31日的 門店數量 ⁽²⁾	截至2021年 12月31日的 門店數量 ⁽²⁾	截至2022年 12月31日的 門店數量 ⁽²⁾
1.....	途虎	線上線下一體化汽車服務供應商	2,488	3,853	4,653
2.....	殼牌喜力愛車中心 ⁽³⁾	傳統的IAM	~2,000	~2,800	~4,000
3.....	天貓養車 ⁽⁴⁾	線上線下一體化汽車服務供應商	~550	~1,800	~2,000
4.....	馳加 ⁽⁵⁾	傳統的IAM	~1,600	~1,700	~1,600
5.....	好修養 ⁽⁶⁾	傳統的IAM	~1,200	~1,500	~1,500
6.....	京東京車會 ⁽⁷⁾	線上線下一體化汽車服務供應商	~1,200	~1,480	~850

附註：

- 按門店數目劃分。本表中的非上市公司數據由灼識諮詢根據專家訪談、行業公開文章和其他具有可信度的第三方資料估算而成。
 - 包括自營店及加盟店
 - 殼牌喜力愛車中心隸屬於一家上市的跨國能源及石化公司，並於中國提供汽車燃料及機油產品，及採用加盟模式提供汽車服務
 - 天貓養車為一家於2019年年末成立的線上線下一體化汽車服務供應商，並採用加盟模式
 - 馳加為於2008年成立的汽車服務供應商，並採用加盟模式
 - 好修養為於2015年成立的汽車服務供應商，並採用加盟模式
 - 京東京車會為一家於2018年成立的線上線下一體化汽車服務供應商，並採用加盟模式
- 資料來源：灼識諮詢報告

於2022年，按汽車服務收入計，中國所有汽車服務供應商排名

排名 ⁽¹⁾	汽車服務供應商	品牌定位	2022年的汽車 服務收入 ⁽³⁾ (人民幣 十億元)	市場份額 ⁽⁴⁾
1.....	中升集團(00881.HK)	獲授權經銷商	24.6	2.0%
2.....	廣匯汽車(600297.SH)	獲授權經銷商	~14.2	1.1%
3.....	途虎	線上線下一體化汽車服務供應商	11.5	0.9%
4.....	永達汽車(03669.HK)	獲授權經銷商	~10.1	0.8%
5.....	利星行(中國)汽車 ⁽²⁾	獲授權經銷商	~10.0	0.8%

行業概覽

附註：

- (1) 按2022年汽車服務收入計(包括獲授權經銷商及IAM)。本表中的非上市公司數據由灼識諮詢根據專家訪談、行業公開文章和其他具有可信度的第三方資料估算而成。
- (2) 一家於1993年在內地成立汽車業務的私營汽車經銷集團
- (3) 汽車服務收入包括汽車保養及維修、汽車清潔及汽車美容、需安裝配件及其他相關服務(不包括汽車金融及保險)所產生的收入
- (4) 於2022年，汽車服務收入佔中國整個汽車服務市場的百分比

資料來源：灼識諮詢報告

於2022年，按汽車服務收入計，IAM門店在中國汽車服務市場中的排名

排名 ⁽¹⁾	IAM	品牌定位	2022年的 汽車服務 收入 (人民幣 十億元)	市場份額 ⁽²⁾
1.....	途虎	線上線下一體化汽車服務供應商	11.5	0.9%
2.....	殼牌喜力愛車 中心	傳統的IAM	~3.2	0.3%
3.....	馳加	傳統的IAM	~2.3	0.2%
4.....	天貓養車	線上線下一體化汽車服務供應商	~1.6	0.1%
5.....	京東京車會	線上線下一體化汽車服務供應商	~1.3	0.1%

附註：

- (1) 按2022年的汽車服務收入計。本表中的非上市公司數據由灼識諮詢根據專家訪談、行業公開文章和其他具有可信度的第三方資料估算而成。
- (2) 於2022年，汽車服務收入佔中國整個汽車服務市場的百分比

資料來源：灼識諮詢報告

中國汽車服務市場的新能源汽車趨勢

中國不斷上升的新能源汽車保有量

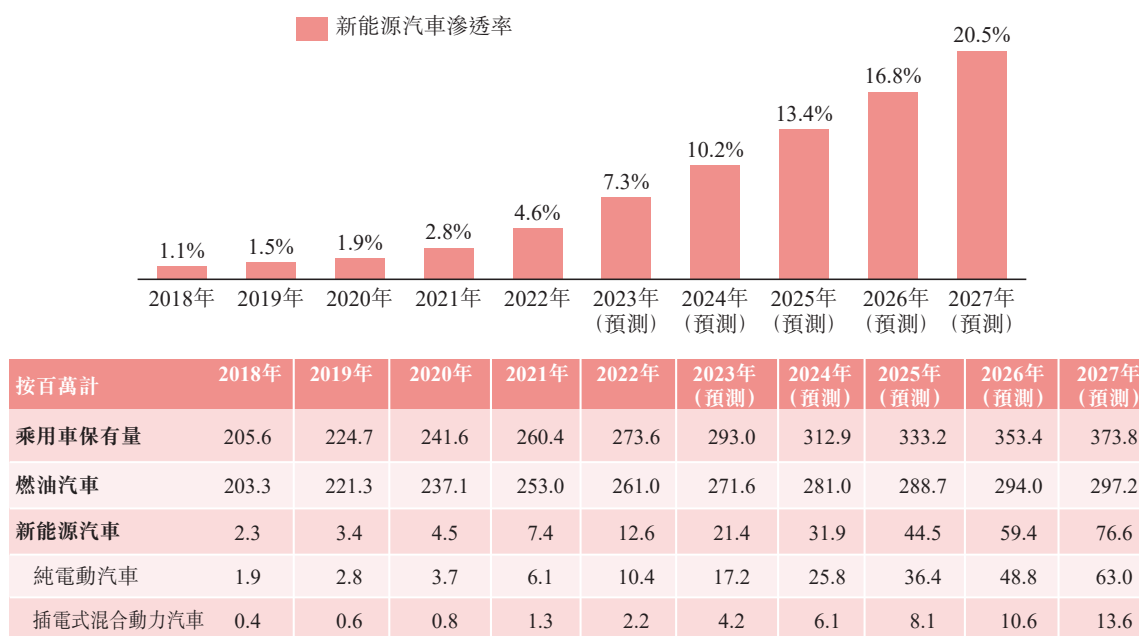
近年來，在消費者環保意識不斷增強、政府政策優惠、新能源汽車技術快速發展、新能源汽車接受度不斷提高的推動下，中國新能源汽車市場發展迅速。2022年，中國新能源汽車的年銷售量已達到6.5百萬輛，而2021年為3.3百萬輛。根據灼識諮詢報告，新能源汽車佔新乘用車總銷售量的滲透率預計於未來數年繼續增長。

然而，中國的新能源乘用車保有量在乘用車總保有量中所佔的比例仍然相對較小。2022年，中國新能源乘用車保有量達到12.6百萬輛，佔乘用車總保有量的4.6%。根據灼識諮詢報告，到2027年，新能源乘用車保有量在乘用車總保有量中的滲透率預計將達到20.5%。新能

行業概覽

源汽車可分為純電動汽車(BEV)及插電式混合動力汽車(PHEV)，而非新能源汽車通常為燃油汽車(ICEV)。下圖為於所示期間中國新能源汽車滲透率及乘用車保有量按燃油汽車及新能源汽車劃分的明細。

中國乘用車保有量中的新能源汽車滲透率，2018年至2027年（預測）



附註：四捨五入後，數字之和可能與總數不符。插電式混合動力汽車類別分部包括插電式混合動力汽車及增程式電動汽車。

資料來源：灼識諮詢報告

新能源汽車趨勢正在為汽車服務市場帶來機遇

在新能源汽車中，插電式混合動力汽車需要對引擎及電池進行保養，原因為該類汽車同時使用發動機及電池作為動力系統，而純電動汽車對其動力系統的保養工作與燃油汽車相比需求較低，原因為純電動汽車使用電池動力系統完全取代內燃機。下表說明新能源汽車及燃油汽車所需的汽車保養及維修服務。

新能源汽車與燃油汽車的保養及維修服務比較

類別		電池容量 檢測及維修	更換 電氣系統	機油更換	機油/燃油 /空氣					其他易損件
					濾清器更換	火花塞更換	制動鉗更換	底盤保養	輪胎更換	
新能源汽車...	純電動汽車	✓	✓	×	×	×	✓	✓	✓	✓
	插電式混合 動力汽車	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
燃油汽車...	燃油汽車	×	×	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓

資料來源：灼識諮詢報告

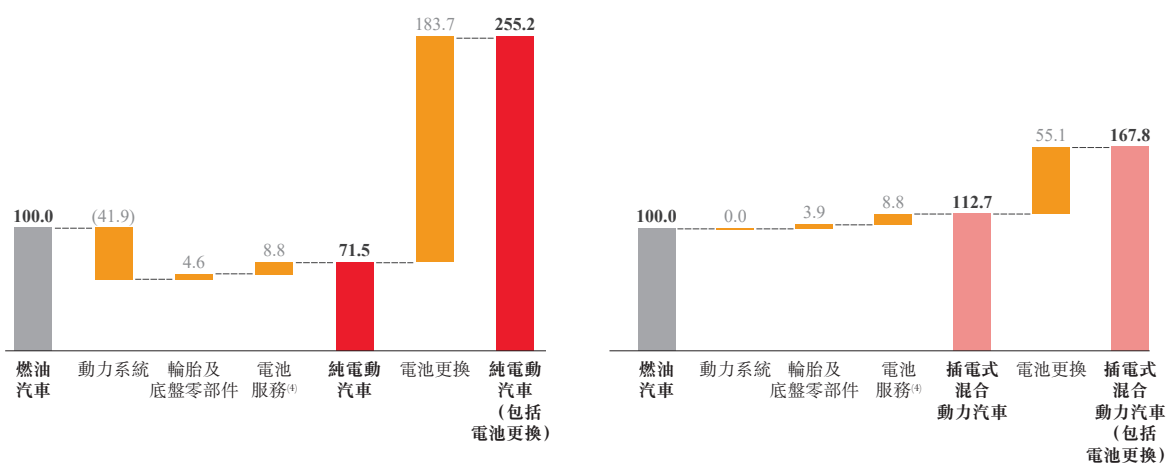
行業概覽

與燃油汽車相比較，除發動機保養外，插電式混合動力汽車亦需要進行額外的電池動力系統保養服務，包括電池容量檢測及維修及電氣系統更換等服務。因此，根據灼識諮詢報告，插電式混合動力汽車的定期保養及維修的年度開支較燃油汽車大約高13%。

與燃油汽車及插電式混合動力汽車不同，純電動汽車不需要對發動機進行保養及維修，例如，更換機油、更換濾清器及更換火花塞。然而，另一方面，由於電池組較大，純電動汽車的平均重量通常高於燃油汽車，導致更多的輪胎及懸架磨損，兩者均為我們於門店網絡提供的關鍵產品及服務。此外，由於電池組佔物料清單成本的30-40%，預計將產生額外的服務，包括但不限於電池檢查、均衡及測試。

在定期保養的情況下，新能源汽車電池組的生命週期約為八年，之後電池組可能需要更換。因此，就新能源汽車的整個生命週期而言，相較於保養及維修服務的總開支，更換電池組的費用相當高。

燃油汽車／插電式混合動力汽車／純電動汽車於整個生命週期內進行定期保養及維修服務的年度開支比較
(假設燃油汽車的年度開支為100) ^{(1)、(2)、(3)}



附註：

- 定期保養及維修服務包括動力系統、制動系統、輪胎及其他易損件的保養及維修，不包括碰撞維修；
- 年度開支乃基於平均廠商建議零售價約為人民幣20萬元且處於車輛使用壽命前五年的燃油汽車／插電式混合動力汽車／純電動汽車計量；
- 年度電池更換開支按電池組更換開支除以車輛的整個生命週期(12年)進行計算。
- 電池服務指電池檢查及測試服務，如電池均衡、電池容量測試及服務。

資料來源：灼識諮詢報告

行業概覽

新能源汽車趨勢為中國的汽車服務市場帶來了新機遇，然而，目前傳統OEM的獲授權經銷商模式及新興的新能源汽車品牌的直接銷售及服務模式仍不足以滿足前景廣闊的新能源汽車服務市場的需求。鑒於目前新能源汽車保有量滲透率較低，新能源汽車品牌一直在探索更可行、更具經濟效益的解決方案，為新能源汽車提供汽車服務。擁有新能源汽車品牌的傳統OEM會傾向於將其現有的部分獲授權經銷商門店改造成新能源汽車服務門店，並與擁有全國性網絡及高水平服務標準的領先IAM門店合作，以進一步提高其服務能力，而新興的新能源汽車品牌亦可能與領先的IAM門店合作或將其汽車服務悉數外包予領先的IAM門店，以確保服務質量及客戶體驗，這些趨勢將為領先的IAM門店在新能源汽車趨勢的大背景下提供獨特的機會。

最近幾年，中國政府頒佈了一系列支持新能源汽車發展的政策，如政府補貼、免除車輛購置稅、免除若干城市的車牌限制等等。某種程度上，這些政策影響了客戶購買及使用燃油汽車的意願，從而影響了對燃油汽車車輛服務的需求。請參閱「風險因素 — 我們的業務可能受到汽車技術(如新能源汽車、自動駕駛及共享出行等)進步的影響」。新興的新能源汽車行業是我們的重要市場，我們正在積極探索為新能源汽車提供專門的定制化汽車服務的機會。詳情請參閱「業務 — 新能源汽車創新業務」。