

连锁汽修平台轮胎更换业务模式分析

——京东养车&途虎养车

格物致胜
Wintelligence

格物致胜 2024年8月, 北京

目录



- 1 行业定义
- 2 乘用车市场发展对乘用车轮胎市场的影响
- 3 中国轮胎市场整体市场规模以及发展趋势分析
- 4 中国乘用车轮胎市场竞争格局及变化趋势分析
- 5 中国乘用车轮胎市场销售渠道分析
- 6 中国乘用车轮胎生产情况分析
- 7 典型企业介绍
- 8 京东养车&途虎业务模式分析**

目录



A 京东养车业务模式分析

- a) 基本信息
- b) 业务情况
- c) 主要合作品牌
- d) 与轮胎厂合作方式
- e) 专供合作流程
- f) 直购合作流程
- g) 渠道业务模式
- h) 加盟培训体系
- i) 平台经验特点分析

B 途虎养车业务模式分析

- a) 基本信息
- b) 业务情况
- c) 主要合作品牌
- d) 与轮胎厂合作方式
- e) 专供合作流程
- f) 直购合作流程
- g) 渠道业务模式
- h) 加盟培训体系
- i) 平台经验特点分析

目录



A 京东养车业务模式分析

- a) 基本信息
- b) 业务情况
- c) 主要合作品牌
- d) 与轮胎厂合作方式
- e) 专供合作流程
- f) 直购合作流程
- g) 渠道业务模式
- h) 加盟培训体系
- i) 平台经验特点分析

B 途虎养车业务模式分析

- a) 基本信息
- b) 业务情况
- c) 主要合作品牌
- d) 与轮胎厂合作方式
- e) 专供合作流程
- f) 直购合作流程
- g) 渠道业务模式
- h) 加盟培训体系
- i) 平台经验特点分析

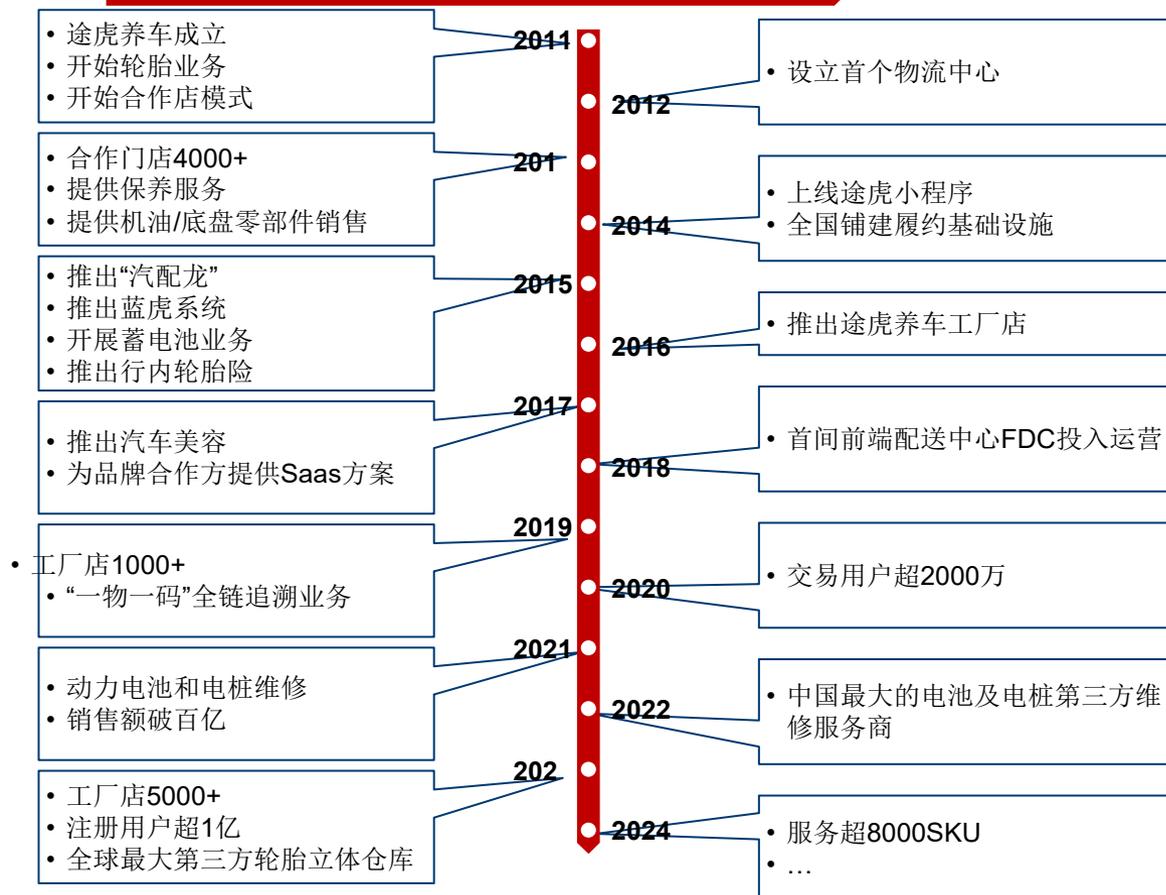
途虎养车介绍

基本信息

途虎养车

- 企业全称：途虎养车股份有限公司
- 公司性质：港股上市（9690.HK）
- 总部所在地：中国上海
- 官方网站：www.tuhu.com
- 员工总人数：416人（截止2022年底）
- 门店情况（截止2022年底）
 - 自营工厂店：152
 - 加盟工厂店：5757
 - 第三方合作门店：20000+
- 仓储情况（截止2022年底）：区域仓4个，前置仓511个（包括合作伙伴）；门店仓5909个（每一个工厂店都有1个门店仓）
- 产品与服务：
 - 服务于个人用户的汽车产品与服务（包含轮胎/底盘以及汽车保养等）
 - 服务于门店/经销商的采购平台汽配龙
 - 广告/加盟费及其他服务

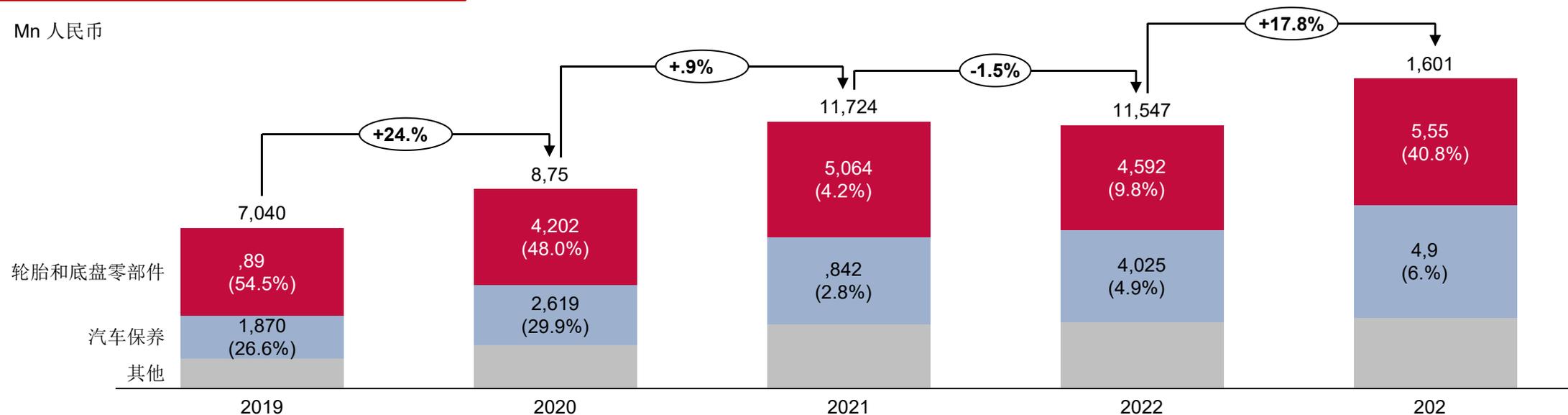
发展历程简介



途虎养车业务情况以及轮胎情况占比

途虎养车近几年业绩变化

单位：Mn 人民币



- 轮胎类客户属于价高低频，而保养类属于价低高频，途虎从轮胎和保养这两个最重要且具备互补性的服务切入市场，并且品类逐步向高频低价和低频高价两个维度延伸，目前两类业务总占比超过75%
- 2011年途虎成立，首先从轮胎业务切入，自2011年起逐步拓展至保养和美容等业务，具体包括：轮胎更换、大小保养（换机油和滤清器等）、汽车配件日常保养和更换、汽车美容、车内各类用品及汽车电子业务、车险、违章查询等。后期还拓展了后服务频次最高的洗车业务，一方面将洗车业务作为获客渠道，另一方面提升了客户单次订单平均价格或下单频率

途虎养车合作TOP轮胎品牌

途虎养车截止目前合作品牌约有18个左右，其中囊括了全球Top10的品牌

主要包含：德国马牌、邓禄普、固特异、普利司通、韩泰、固铂、优科豪马、锦湖、玛吉斯、飞跃、东风、双星、珠穆朗玛、昆仑等



途虎养车渠道业务模式分析

线上线下一体化的汽车服务模式是将线上平台与线下门店的有点相结合，为车主提供轮胎服务
 线上汽车服务是指客户从线上渠道购买产品，然后到线下门店获得专业的服务，线上平台为线下的运营提供了庞大的客户流量和数据分析
 线下门店与集中的供应链系统结合，采用统一的数字化客户管理及订单系统
 线上线下一体化模式确保在专业技术人员的培训保持严格及统一性的标准



线上模式

- 价格透明，且有海量的产品选择
- 轮胎与车型的准确匹配
- 提供线上搜索/预定/购买及支付体验
- 提供综合维护报告和详细的产品报价
- 透过线上渠道管理车辆的生命周期
- 能够实时监控维修流程

线下模式

- 标准化维修流程
- 服务透明
- 门店覆盖范围广，临近客户
- 供应链
- 高级技术工程师
- 门店管理控制严格