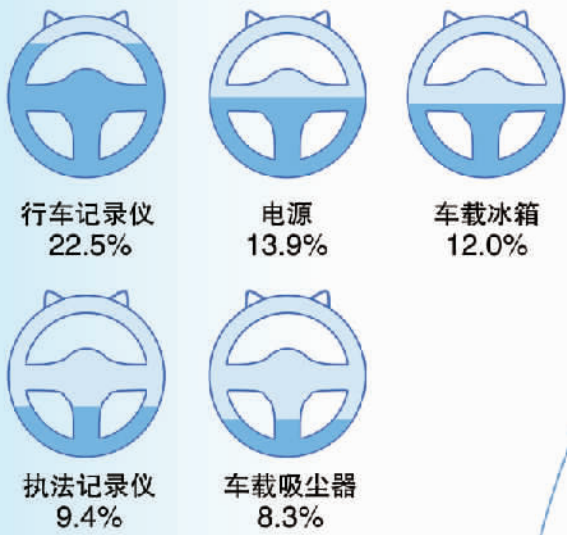


在这里读懂中国消费

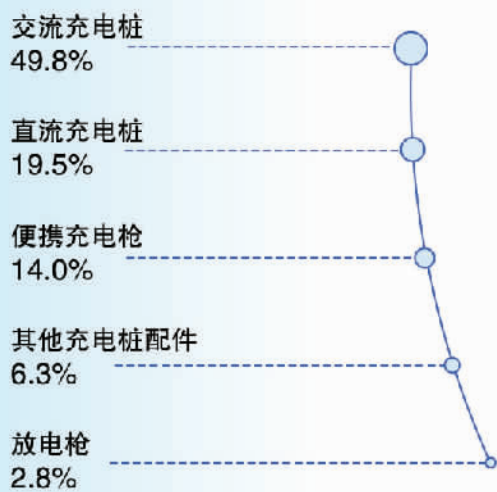


“移动的家”带来新商机

▼ 车载电器成交额占比TOP5产品



▼ 汽车充电装备成交额占比TOP5产品



▼ 汽车装饰成交额占比TOP5产品



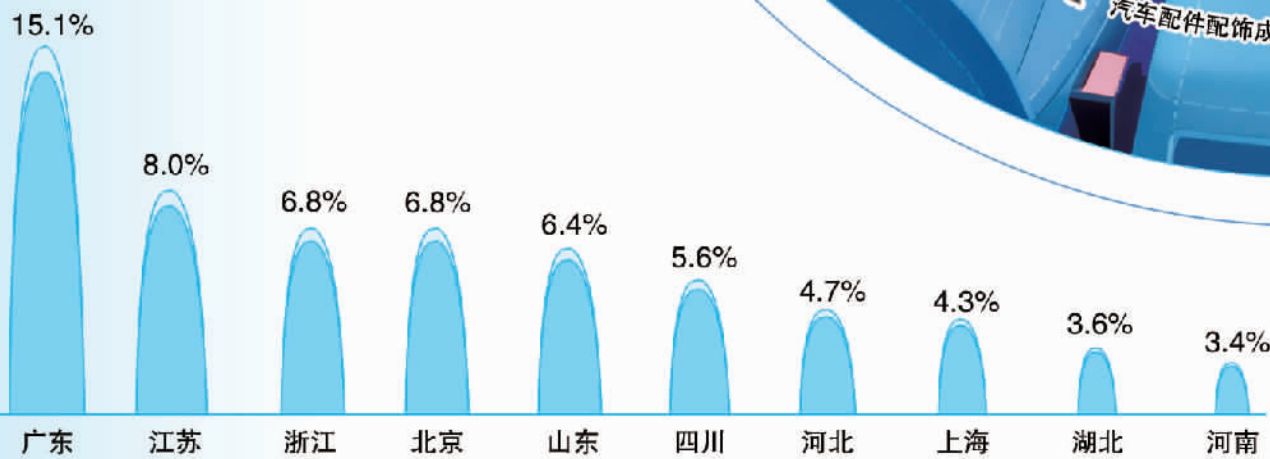
1 总体消费情况



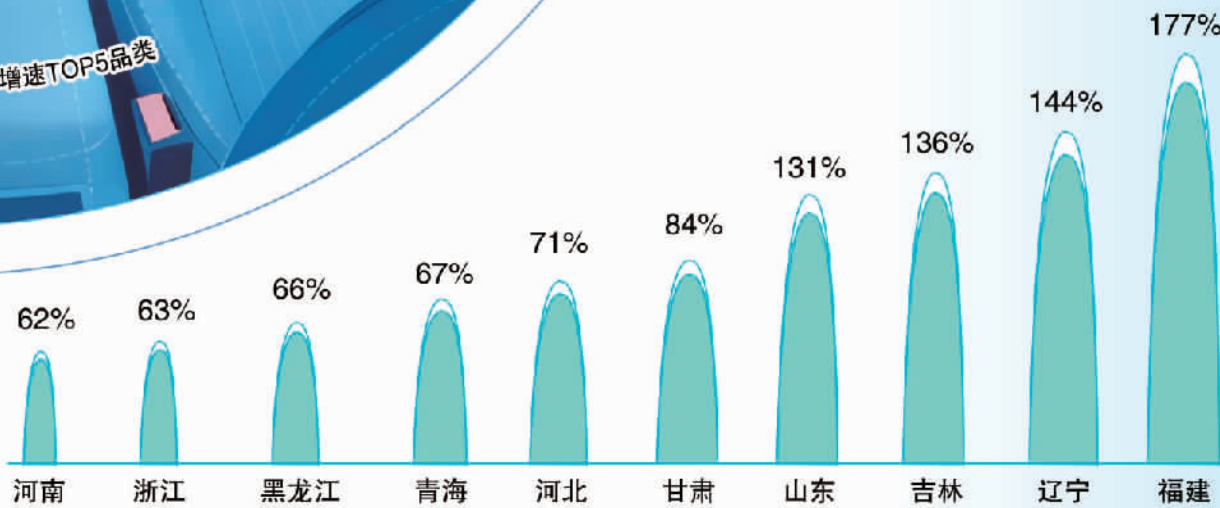
如今，汽车已不仅仅是交通工具，而是逐渐成为人们生活空间的延伸。消费者开始根据露营、户外、娱乐、移动办公、母婴等不同的需求场景，定制和购买各种汽车用品，将汽车打造成多功能的生活空间。

2 消费者特征

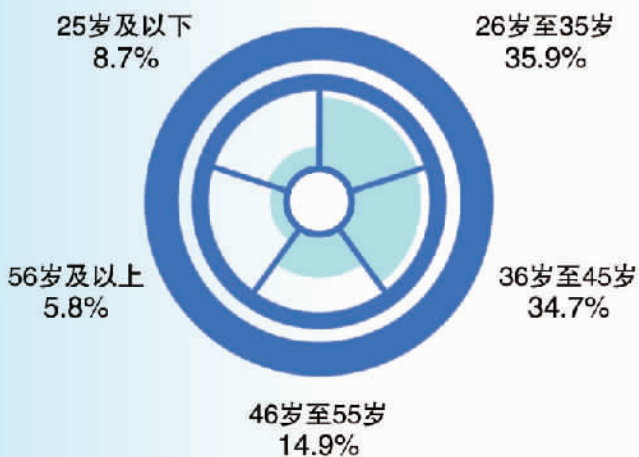
▼ 汽车配件配饰成交额占比TOP10省份



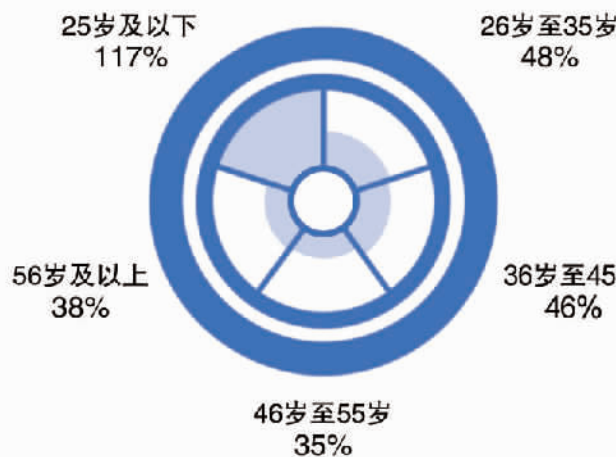
▼ 汽车配件配饰成交量增速TOP10省份



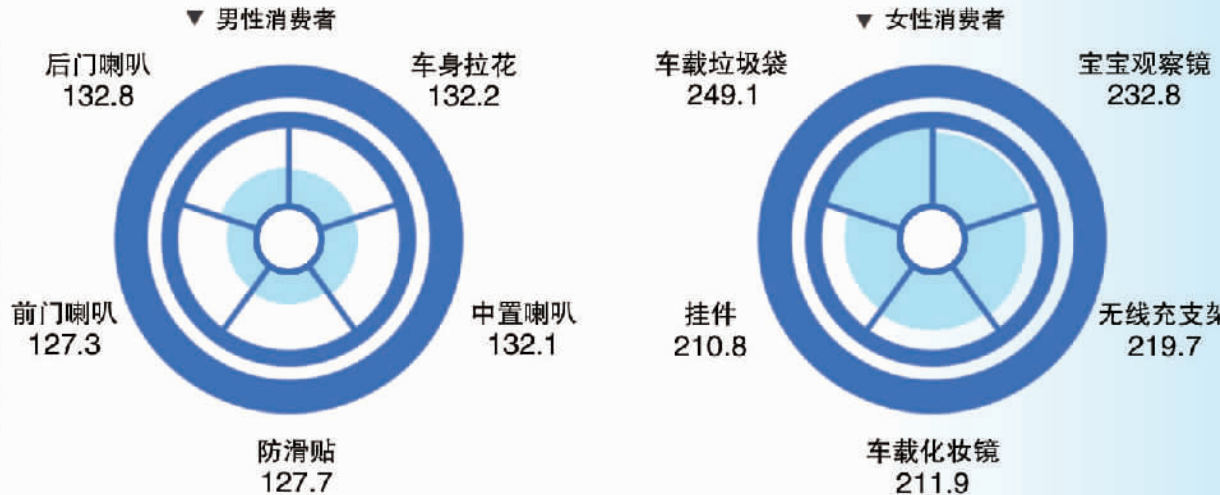
▼ 不同年龄段消费者的汽车配件配饰成交额占比



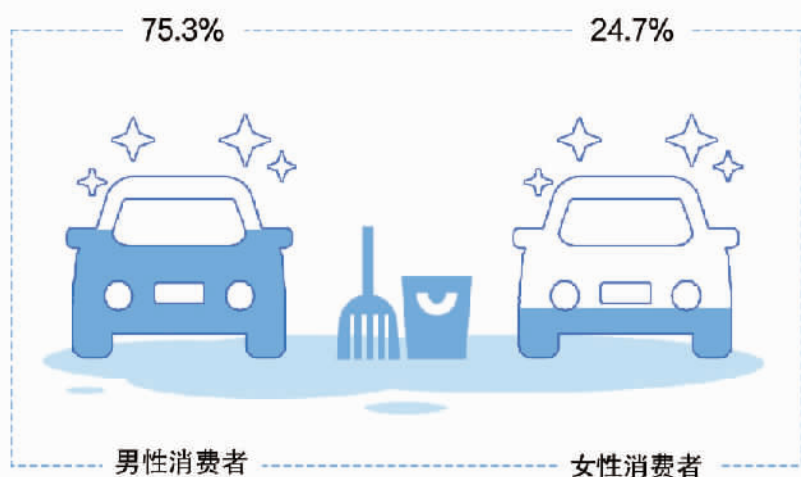
▼ 不同年龄段消费者的汽车配件配饰成交量同比增速



▼ 不同性别消费者的汽车配件配饰消费偏好指数TOP5



▼ 不同性别消费者的汽车配件配饰成交额占比



说数

随着汽车保有量持续增长和生活水平的提高，消费者对汽车后服务市场尤其是汽车配件配饰的需求呈现功能与个性并重的趋势。从车载吸尘器、车载冰箱到车载摆件、车载香水，汽车装饰越来越像一个移动的家，也给汽车配件配饰市场带来巨大的商机。

数据显示，车载电器、汽车装饰、汽车充电装备等品类成交额居前。在车载电器中，行车记录仪、电源、车载冰箱等成交额占比最高。在对不同年龄段消费者的统计中，年轻人成为消费主力。按照汽车配件配饰成交额统计，26岁至35年龄段消费者成交额占比最高；按照汽车配件配饰成交量统计，25岁及以下年龄段消费者成交量同比增长最快。

在蕴藏机遇的同时，汽车配件配饰以及相应的汽车后市场也面临一些问题，比如，产品质量参差不齐、标准化程度不高等。一些配件看起来小，但是关乎车辆整体性能与行车安全。安全是汽车产品的底线，必须守好。

推动汽车后市场相关标准与其他国家标准互认，提高部分基础配件标准化程度，有助于降低制造和维修成本，促进汽车工业规模化生产，提升生产效率，确保汽车安全性能，保障消费者生命财产安全。对于一些个性化的配件配饰，也要充分考虑布局合理性、阻燃性能等因素，确保不会对驾乘人带来安全隐患。

此外，随着汽车产品更新周期不断缩短，基于系统设计与整体解决方案的同步开发模式越来越流行。很多整车企业从生产之初，已将汽车相关配件配饰的生产和设计进行了充分考虑。面对这一趋势，传统汽车配件配饰供应商应加强与车企的合作开发，避免因配套慢而跟不上市场节奏。



更多内容 扫码观看

数据周期：
2025年8月25日
至10月24日