



京东养车通州小街桥店



# 京东养车： 深耕汽车后市场 加强生态共创共建

目前,我国汽车消费市场呈稳健上升的发展态势,汽车后市场也将随之进行调整变化,在品牌化、标准化等方面的发展已成为趋势。京东零售集团生活服务事业群汽车事业部(简称“京东汽车”)深耕市场,顺应消费者日益多元的服务需求,推出京东养车专业养护连锁品牌。

8月18日,京东汽车宣布整合供应链能力、京东京车会服务门店以及第三方服务网络,推出京东养车品牌,以车主信赖为基础,致力于通过技术驱动,携手合作伙伴为用户共创美好车生活,打造车主首选的汽车服务品牌。

京东养车的前身——京东京车会成立于2018年,始终将“养车”作为战略核心,在集团数字化供应链驱动之下,4年多来,已服务过亿用户,预计到2022年底,京东养车将实现从25个核心城市的重点经营扩展到100个核心城市的全面突破,从形象、标准、服务、运营、营销多个维度支持100个城市汽车后市场发展。

## 与合作伙伴共创共融 共同助力行业发展

京东养车品牌的发布,架起京东汽车与合作伙伴深度合作的桥梁,将“放心养车来京东”的服务理念落到实处。4年多来,京东汽车通过京东京车会在服务能力、经验与生态建设等方面得到全面锻炼,此次品牌升级,不只是品牌形象上的升级,还是京车会服

务门店、供应链以及第三方服务网络共创共融的成果。

从供应链维度看,京东养车将承接京东数字化供应链能力,与多家机油、轮胎、配件企业包括自有品牌京安途深化全渠道战略合作,为消费者提供优质产品和服务,满足养车全生命周期需求。在这一过程中,京东养车将把京车会在供应链、服务生态等领域积淀的优势发挥出更大作用。在核心品类机油、轮胎方面,升级“轮胎免费装,三年无忧质保”“机油买贵赔,正品溯源无忧”服务;在门店运营方面,持续深耕包括正品保障、价格透明、专属客服在内的“10项无忧服务”,通过全方位提升服务水平,塑造“放心养车来京东”品牌形象。

从行业端角度看,京东养车将以数智供应链中台与品牌合作伙伴携手,通过产品升级、服务升级、营销升级等,提升服务网络能力基础,提供丰富、高品质的商品及服务,提升汽车服务消费履约能力和可及性。为此,从产品到服务,从线上到线下,京东养车将与合作伙伴共同编织一张满足养车全生命周期需求的一站式网络。京东养车也期待更多合作伙伴加入,通过全方位的合作共同助力行业发展。

## “互联网+汽后生态”布局 重塑汽车后市场格局

为加速提振汽车市场消费,国家推出购置税减免、发放地区消费券、购置补贴等一系列激活汽车市场消费的政策措施。近日,商务部等17部门发布《关于搞活汽车流通 扩大汽车消费若干措施的通知》,进一步稳定和扩大汽车消费、保障产业平稳运行。

汽车后市场规模依托于汽车存量市场的规模,随着我国汽车保有量的

不断增加,汽车后服务市场空间正在不断扩大。在新消费浪潮的推动下,消费者对汽车高质量维保的期望值在不断上升,对于养车服务提出了更多更高的要求:对货品线上线下同价的要求、对服务类型及能力的更高要求、对门店服务更便捷的要求、对创新服务产品的要求等。

为此,京东养车提出“互联网+汽后生态”的产业布局,通过产品升级、服务升级、营销升级等,提供丰富、高品质的商品及服务,提升消费体验,助力整个行业发展提速。京东养车致力于打造以京东养车旗舰店为引领,以京东养车高标准门店为核心,涵盖超20000家各类型京东养车认证店、品牌联合认证店的京东养车服务网络,更好地满足消费者的多元化养车需求。

品牌升级后,原京东汽车服务线上线下一体化生态的重要基础——京东京车会的所有线下门店将全面升级为京东养车高标准门店,成为京东养车品牌升级线下服务网络布局中的核心部分。

围绕如何提升全渠道汽车服务市场能力,推动行业数字化转型加速升级,京东养车不断释放供应链效能,以数字化服务链接起线上与线下、城市与农村、用户与门店、商品与服务,从“用户需求导向”“伙伴价值共生”理念出发,构建京东养车创新服务“双螺旋结构”,携手合作伙伴提升共建差异化供应链、共建服务市场一张网、品牌用户渠道数字化、主站联动及全域营销、创新和赛道五大能力,不仅有利于京东养车更好地服务消费者,同时可以为合作伙伴提供更广阔的成长空间,实现共创共建共赢。

京东养车致力于成为懂中国车主的养护品牌,未来,将围绕全渠道商品交易、一站式车主服务平台和一体化服务解决方案以及新能源基础设施运营三条增长曲线,持续在养护供应链能力升级、线下服务网络拓展维护以及服务用户水平上不断突破。在这一过程中,京东养车也将持续强化“放心养车来京东”的服务理念,成为中国汽车后市场中值得信赖的汽车养护标杆品牌。

数据来源:京东汽车事业部

京东养车品牌焕新升级

# 2022京东养车品牌升级 正式发布



扫码领取京东汽车  
超值权益包



京东养车高标准门店内部施工场景