

车企不仅造车，还做起了衍生品生意——

汽车后市场变了，你感觉到了吗？

徐佩玉 王坤垚

从车载香薰、行车记录仪，到车载冰箱、电饭煲，汽车越来越像“家”了。尤其是不少新能源车车主，喜欢“装修”新车。随着国内新能源汽车渗透率连续3个月超过50%，消费者的这一偏好影响了整个汽车后市场，带动相关汽车衍生用品销量大涨。与此同时，新能源汽车智能化程度高的特点，也延伸至汽车后市场的保养、维修等环节，推动其朝着规范化、智能化的方向发展。

汽车衍生品种类更多、卖得更好

车企不仅造车，还销售玩偶、手表、遮阳伞——不少新能源汽车品牌推出相关衍生品。

与燃油车相比，新能源汽车有了更多装饰空间。例如，许多蔚来车主为车载智能助手NOMI购入了各式各样的帽子，让车辆更有个性；有的车主在车载大屏幕后挂上了各种可爱玩偶；还有的车主安装了中控拓展坞，不仅可以同时为多台设备充电，还具备了氛围灯的装饰作用。

在这一趋势带动下，车企开始纷纷涉足衍生品领域。小鹏MONA M03开发了多款配件，包括可调节颈枕、记忆棉腰靠、冰晶遮阳帘、扶手香氛储物盒、即插即用的仪表盘等。小米推出了米家车载便携充放电枪、车载拾音氛围灯、车载前风挡遮阳伞、车载K歌麦克风等。理想和OPPO联合推出定制版手表，佩戴该手表后靠近车辆就可无感解锁。

车主的消费偏好变化拓展了汽车衍生用品的品类。

行车记录仪日渐普及。“有些事故防不胜防，有了记录仪，调查处理起来会更方便。开车嘛，首先得保障安全。”车主王先生说，如今的行车记录仪也跟过去不一样了，不仅有高分辨率、高速录像，还有语音控制、轨迹回放、车速显示等功能，更智能更好用了。

消费者对车辆舒适性和美观性的需求在日益增强。“夏天开车出去玩，车载冰箱就很给力，在路上开累了可以随时整点冰镇饮料或水果，还不占用太多空间。”车主罗先生是一名自驾游爱好者，在他看来，购入车载冰箱是一次性价比极高的消费体验。车载电饭煲也成了不少车主的出行好搭档。天猫平台上，今年车载电饭煲销量的年增速达到1400%。

香薰车挂、车身贴纸等个性化产品也备受新一代消费群体的喜爱。95后车主王女士表示：“车就是我的第二个家，把车弄得漂亮点，开车时心情都会更愉快。”作为迪士尼的忠实粉丝，王女士在车内装饰上巧妙地融入了众多迪士尼IP元素。从星黛露造型的车载手机支架，到雪莉玫图案的临时停车牌，再到米奇风格的安全带护肩套，王女士在打造



▲位于云南省红河哈尼族彝族自治州蒙自市的红河职业技术学院开设了高职新能源汽车检测与维修技术专业，累计为各新能源汽车服务与维修企业培养、输送专业人才约300人。图为在该学院汽车工程技术实训中心的新能源汽修实训区域，教师在给学生讲解新能源汽车维修知识。

►2024年江西省新余市“天工杯”新能源汽车维修劳动和技能竞赛近日举办，图为实操比赛现场，选手正在比赛。据了解，本次大赛竞赛内容包含新能源汽车故障诊断与排除等，旨在通过竞赛进一步提高汽车维修工人职业技能水平。

刘志勇摄（人民视觉）



扫码观看视频

自己爱车的个性化空间上花了不少心思。

如今，汽车已不仅仅是一种代步工具，更成为一种集出行、休闲、社交、娱乐于一体的移动空间。因此，围绕生活场景带来的车品创新变得愈发多元。从车载冰箱到香薰挂件、车载空气净化器等，再到宠物车载专用座椅，越来越多的生活用品被“搬进”车内，成为提升车辆使用体验的宝藏好物。

维修保养服务更智能、更透明

维修保养是汽车后市场的重要方面。走

进北京一家第三方汽修连锁店，干净整洁的维修车间，温馨舒适的等候室，免费的茶水糖果一应俱全。等候室内的大屏幕上，正实时播放车辆保养的全过程，从发动机的检查到轮胎的更换，每一个细节都透明又规范。“如果有事无法在现场等待，我也能在手机端上随时查看工位作业直播以及预计完成时间，整个流程让我感觉十分安心。”车主洪先生说。

智能化、透明化是汽车后市场的发展趋势。汽车服务O2O（线上到线下）模式正为用户带来了全新的消费体验。

通过车主王女士的某养车APP可以看到，用户只需输入车牌号，平台即可获取其车辆

信息及过往保养记录，进而为用户提供精准的商品推荐和个性化服务，如针对车主的汽车配件推荐、保养提醒等。用户在线上提交配件购买、保养、美容等服务订单后，即可前往线下的任何一家连锁店享受服务。

在订单中，从材料到工时等所有价格明细一目了然。“我的每一笔消费都明明白白，再也不用担心因为信息不对称导致不理性消费了。而且每个购买的产品上面都有溯源码，能追踪产品从产地到消费者的每个环节数据，真的是让我们买得放心、用得安心。”王女士说。

汽车后市场在规范化的基础上，借助智能化技术的赋能，正逐步实现服务的升级转

型，为消费者带来更加专业、便捷、个性化的服务体验。

这一趋势背后，是中国新能源汽车市场份额的逐年增长。全国乘用车市场信息联席会最新数据显示，今年9月国内新能源车零售渗透率为53.3%，较2023年9月增长16.8个百分点，连续3个月突破50%。专家表示，从全生命周期角度看，纯电及插混车的维保总支并不低于燃油车，且售前售后分离的模式也将促进第三方体系的发展。

今年初，途虎养车与华为合作推出“一物一码”解决方案，通过将汽车配件全链路流转信息写入区块链，构建跨地域、跨行业、跨企业的可信供应链。在途虎养车平台选购相关润滑油时，消费者用手机扫一扫包装上的二维码，就能看到所购商品的全链路流转信息。途虎还推出动力电池专修、充电桩维保等6项新能源车专属服务，与16家头部上游电池厂签约并陆续展开保内外电池维修业务。

透明的价格体系、“线上+线下”一体化的买装流程、规范专业的服务保障以及智能高效的运营模式，都是消费者积极拥抱汽车后市场变化的关键因素。

汽车后市场发展前景向好

中国汽车市场已逐渐由成长期进入成熟期。公安部发布的数据显示，截至今年6月，中国机动车保有量达4.4亿辆，机动车驾驶人数量突破5.3亿人。随着乘用车保有量的稳步扩大，中国汽车后市场有望实现更大的市场规模。

蕴藏巨大机遇的同时，中国汽车后市场也面临一些问题。例如，在汽车维修、配件、美容及周边用品等领域，产品质量参差不齐、市场行为不规范等时有发生。

中国机电装备维修与改造技术协会汽车后市场分会理事长高强认为，推动汽车后市场高质量发展，需要完善自愿性认证促进汽车配件高质量发展机制，推动汽车配件相关国内标准与其他国家标准互认，为汽车配件创造更多的良性流通环境。同时，要引导汽车后市场配件流通，减少不必要的流通环节，降低流通成本。

面对汽车产业电动化、智能化、网联化发展趋势，高强建议，应构建多渠道、多业态的汽车配件流通网络，引导汽车生产企业持续完善售后服务网络，为车主提供规范、便捷的车辆维护维修服务，满足消费者对汽车后市场配件的多元化需求。

专家表示，与欧美发达国家相比，中国汽车后市场规模化、规范化、品牌化、专业化水平不算高，仍有较大发展空间。近年来，有关部门聚焦汽车后市场重点环节、关键领域，出台了多个文件，政策效果正在逐步显现。

中国连锁经营协会数据显示，2023年中国汽车后市场Top50连锁企业拥有门店总数8.48万个，其中拥有1000个以上门店的企业9家。Top50企业中，成立时间在20年以上的有14家、11—20年（含）的11家、5—10年（含）的21家、5年以下的4家。由此可见，中国汽车后市场相关企业大多已经经过多年发展，拥有了较丰富的运营经验，在政策引导和市场需求推动下，有望实现更高质量发展。

“总体而言，我国汽车后市场发展前景向好。”中国汽车工业协会副总工程师许海东表示，目前，中国汽车后市场仍以4S店模式为主导，但第三方品牌企业正在加快发展，且互联网企业也已“入场”。随着市场日益规范化、需求和业态多元化，汽车后市场的价值会更加凸显，汽车后市场将成为中国汽车产业的重要增长点。

从小小冰箱贴看家电行业升级——

冰箱贴为何贴不住冰箱了？

汪文正 张挽强

“国庆节假期买了一台双开门大冰箱，准备把旧冰箱贴转移过去，没想到冰箱门吸不住冰箱贴了。”资深“驴友”小吕走遍世界各地，最爱收集当地的冰箱贴作为旅行纪念品，攒了一大堆的“冰箱贴不能贴冰箱”，让她困惑不已。

社交媒体上也有不少类似声音：“冰箱的功能是变多了，但冰箱门居然‘消磁’了。”笔者走访家电卖场发现，“冰箱贴不能贴冰箱”，反映的不仅是材料的改变，更是当下家电产品在设计、材料及功能上的全面升级。

小小冰箱贴，折射出当代家电行业技术革新与居民消费升级。北京市一家家电卖场的销售人员告诉笔者，过去的制造工艺条件下，冰箱门多采用铁或不锈钢制造，能轻松吸住磁性冰箱贴。随着消费者对功能的要求不断提升，市场环境发生改变，厂商对冰箱门材质进行更新换代。

如今，更为美观、功能丰富的玻璃面板，成为金属面板之外的第二种选择。在外观上，玻璃不仅视觉效果光亮、更具时尚感，还具备较强抗污性。在功能上，“看上去像键盘”的智能玻璃面板可以实现温度调节、童锁、长时间开门警告等。

这一转变不仅是为了外观，也是制造工艺、技术不断进步的表现，更是实现智能化冰箱的重要一步。

“冰箱不单纯是食物储存工具，还要功能丰富、和厨房乃至全家整体装修风格相匹配。玻璃面板冰箱的面板能当显示屏，好看又方便，比不锈钢面板更吸引我。”卖场内一位顾客这样对笔者说。

采访中，卖场内多家门店的销售人员表示：如今顾客看重功能和美观兼具的家电。以冰箱为例，在保鲜功能基础上，过去的消费者大多追求容量大、制冷效率高等。而现在智能化程度、能效级别乃至材料和外观都被纳入考虑因素中。

据了解，目前定位于高端、个性的冰箱，多使用智能玻璃面板，而中低价冰箱仍有不少是传统面板。

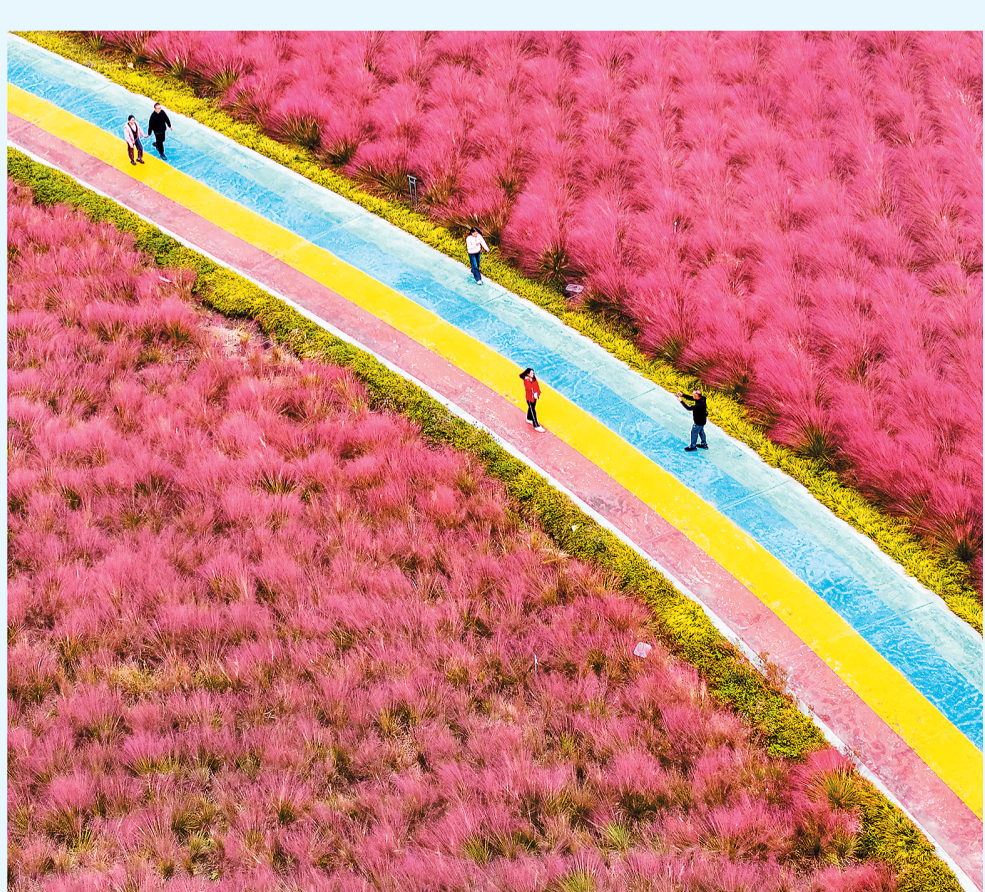
面板只是“表象”，近年来冰箱这一传统家电不断升级，增加不少“黑科技”。有的家电企业推出果蔬“主动保鲜”技术，即通过技术手段调节氧气浓度，使果蔬主动合成抗氧化物质和营养物质，以延长保鲜期，蔬菜保鲜可达一周以上。有的品牌的高端产品提供精准的温度分区，配有除菌净化、快速冷冻、快速制冰等

功能。

今年以来，“以旧换新”政策助力各类新型高性能家电产品走入更多家庭。从全国范围看，消费品以旧换新政策的一系列配套举措接连落地，为消费者送上“真金白银”的补贴。这不仅推动了家电市场的繁荣，也加速了高效节能产品的普及。产销两旺推动家电企业加快研发创新，推出更具设计感和实用性的产品，推动行业升级换代。

据了解，自今年8月末起，多地政府陆续发放包括各种家电产品在内的以旧换新优惠券，一些冰箱产品单品最高优惠幅度达2000元。商务部数据显示，截至10月15日，已有2066.7万名消费者申请以旧换新，1013.4万名消费者购买了1462.4万台家电产品，享受了131.7亿元的中央补贴，带动了销售额达到690.9亿元。

国家发展改革委有关负责人表示，消费品以旧换新政策间接拉动了相关行业投资、效益、产量增长，家电成为政策受益面最大的四个行业之一。国家税务总局发布的增值税发票数据显示，今年前三季度，在消费品以旧换新政策带动下，冰箱等日用家电零售同比增长6.5%。



金秋华夏美

金秋时节，华夏大地层林尽染，诗意斑斓。图为游客在江苏省泰州市香草湾薰衣草景区赏花游玩。

汤德宏摄（新华社发）