

培育壮大汽车后市场消费

汽车后市场消费是围绕汽车使用而产生的全周期性消费,对拉动居民消费升级、激发经营主体活力、推动汽车产业转型发挥着重要作用。“十五五”规划纲要提出,“深化汽车消费从购买管理向使用管理转变,完善充换电、停车场等基础设施,拓展汽车改装、租赁等后市场消费”。2026年6月,商务部等9部门联合印发《关于培育壮大汽车后市场消费若干措施的通知》,围绕汽车改装、房车露营、传统经典车、维修和保险服务、汽车赛事、汽车租赁等领域提出17项举措。本期特邀专家围绕相关问题进行研讨。

全链条释放汽车消费潜力

深化汽车消费从购买管理向使用管理转变,对汽车产业发展有什么影响?将给老百姓带来哪些实惠?

董超(商务部国际贸易经济合作研究院流通与消费研究所所长、研究员):汽车是典型的高价值耐用消费品,从新车销售、二手车流转,到维修保养、金融保险、改装升级,直至报废回收拆解,每一个环节都在持续产生消费。在成熟的汽车市场,产业链价值的大头不在整车销售,而在使用服务环节。深化汽车消费从购买管理向使用管理转变,就是立足汽车全生命周期,更加关注车辆成交之后长达十几年使用周期中持续产生的消费,更多着眼于汽车使用环境的优化、使用成本的降低和使用价值的拓展。这意味着充换电设施、停车资源、维修网点、露营地、赛道等使用环节的供给被摆上更重要的位置。

这一转变背后,是我国汽车市场正在发生的结构性变化。截至目前,全国汽车保有量达3.7亿辆,其中新能源汽车接近4900万辆。中国汽车流通协会统计,2025年全国二手车交易量达2010.8万辆,首次突破2000万辆,二手车交易规模迈上新台阶,说明市场增长的动力机制正在从增量扩张转向存量盘活。在汽车保有量基数大、新车销售逐步进入平台期的背景下,继续把政策重心放在“买”上,边际效应递减,转向“用”上,才能打开新的增长空间。同时,居民消费正从以商

品消费为主转向商品与服务消费并重,汽车消费从购买管理向使用管理转变符合居民消费升级的内在规律。

当前,我国已是全球汽车保有量第一大国,车龄7年以上的乘用车占比已突破50%,越来越多的车辆进入维修保养、零部件更换、置换升级的高频周期,刚性服务需求持续释放。与此同时,二手车流通持续活跃,跨区域交易比例不断提高;汽车改装、汽车美容等个性化需求快速增长;房车露营、汽车赛事、自驾旅游等“汽车+文旅”“汽车+体育”融合业态方兴未艾,汽车文化消费开始发力。可以说,后市场各主要赛道都已起势。

但也要看到,与发达国家成熟市场相比,我国汽车后市场在产业链价值中的占比仍偏低。成熟市场产业链利润的大头在使用服务环节,而我国汽车产业的利润结构仍偏重整车制造和销售。汽车后市场部分领域“小散乱”特征较为明显,服务质量参差不齐、消费者信任度不高。为激发汽车后市场活力,更好满足群众多样化汽车消费需求,2026年6月,商务部等部门联合印发《关于培育壮大汽车后市场消费若干措施的通知》,从标准体系、管理制度等方面入手,对汽车后市场重点业态实行分级分类管理、健全新能源汽车相关服务标准、引导企业连锁化品牌化发展等。

对汽车产业而言,当产业链价值重心从整车销售向使用服务环节转移,车企的商业模式就不能停留在“卖车”上,而要向“卖服务”“卖体验”延伸。同时,后市场大多属于劳

动密集型与技术密集型兼具的服务领域,维修、租赁、改装、赛事运营等行业发展一定程度上可带动就业增收。对整体消费而言,汽车类商品零售额占社会消费品零售总额的比重约10%。新车市场进入存量博弈阶段后,后市场成为汽车消费重要的增量来源。而且,后市场消费具有频率高、周期长、黏性强等特点,把这块培育起来,对于稳定大宗消费、拓展服务消费新增长点,具有重要意义。

“十五五”规划纲要提出,“深化汽车消费从购买管理向使用管理转变,完善充换电、停车场等基础设施,拓展汽车改装、租赁等后市场消费”。惠民利民政策落地,普通车主和消费者至少能在以下方面得到实惠。

一是开车更便利。政策高度重视完善使用环境,充换电网络和停车场等基础设施将加快补短板,“充电难”“停车难”的痛点将逐步缓解,新能源车主的里程焦虑、老旧小区的停车问题将逐步得到改善。

二是养车更省心。着力打破维保渠道限制,维修价格和透明的度将明显提升,车主的选择权和议价权回到自己手中,车险产品向更精细、更合理的方向创新,养车成本有望更加可控。

三是场景更丰富。周末开房车去近郊营地露营,带孩子看一场汽车赛事,给爱车做合规的个性化改装、近距离感受传统经典车文化,这些过去的小众消费,将逐渐成为触手可及的日常选择,汽车不只是代步工具,还能承载更多生活场景。

四是用车更灵活。不是所有人都需要拥有一辆车,租赁服务模式创新加上日益活跃的二手车流通,让按需用车、低成本用车成为现实,年轻人、短途出行群体的出行选择更加灵活。

建立健全汽车改装标准体系



当前汽车改装需求和市场前景怎样?如何规范有序发展汽车改装?

王宁(同济大学汽车与能源学院汽车产业与技术战略研究中心主任):随着汽车消费由增量购买转向存量使用,汽车改装正从小众爱好走向规模化消费。截至2025年底,我国汽车保有量约3.66亿辆,乘用车平均车龄达7.3年,车龄10年以上车辆占38%。车辆使用周期延长,使需求由维修保养向舒适改善、功能升级和场景适配延伸。2025年汽车改装市场规模已突破1600亿元,2026年一季度同比增长23.5%,改装正成为汽车后市场新的增长点。汽车改装需求由单一性能向多元场景拓展,外观改装占42%、内饰升级占31%、性能调校占18%、智能科技改装占9%;由偏重性能转向追求个性表达、舒适体验和智能功能,例如,北京越野推出官方共创改装套件,途虎养车等连锁汽服平台已将业务延伸至外观、内饰和电子类改装项目。

在汽车改装需求不断增加的同时,也面临着一些不足和短板。首先是改装项目合规边界尚不清晰。《中华人民共和国道路交通安全法》禁止擅自改变机动车已登记的结构、构造或者特征;《机动车登记规定》允许车身改色办理变更登记,并对加装车顶行李架、更换散热器面罩、保险杠等项目设置备案规则。制动、悬架、发动机控制程序和排气系统等改装,仍缺乏明确的登记备案路径。2026年6月,商务部等部门联合印发《关于培育壮大汽车后市场消费若干措施的通知》,提出实施分级分类管理、确定改装项目清单,但配套目录和细则仍有待完善。

其次是零部件标准与改后整车安全验证之间仍有断点。零部件单独达标,并不代表安装到特定车型后仍满足整车安全要求,制动、悬架、车轮、照明等系统尤其需要适配、规范安装和组合验证。而且新能源汽车改装还涉及动力电池、高压系统、网络安全等,传统机械改装规则难以完全覆盖。

再次是施工能力、车辆检验与登记管理之间缺乏有效衔接。现行机动车维修经营已实行分类备案,但汽车改装尚未形成独立统一的主体分类,场地、设备、人员资质和质量管理体系仍有完善空间。有行业调研数据显示,截至2025年,持证合规改装企业约1.2万家,而纳入工信部《道路机动车辆生产企业及产品公告》、具备整车级改装资质的企业仅数百家。同时,各地备案材料、查验尺度和执法标准存在差异,同一底盘升级项目在部分试点城市可备案,在其他地区却可能无法通过年检,增加跨区域使用成本。

责任追溯是当前汽车改装面临的一个短

板。“施工无规范记录、部件无溯源编码、改后无权威检测”的情况较为普遍,一旦发生故障或事故,车主、改装店、零部件企业、整车厂和保险公司之间容易出现责任争议。部分车主还会因未履行告知义务或无法证明改装合规而被拒赔;二手交易中改装信息披露不足,也容易造成估值偏差和售后责任不清。

从国际来看,一些成熟的汽车改装市场经验表明,规范改装并非简单放开,而是按照风险程度建立可验证、可登记、可追溯的制度通道。德国形成“部件批准—规范安装—技术验收—登记更新”机制,低风险项目可适用相对简化的审批或验收程序,深度改装则需技术机构评估并更新登记。日本按标准化程度和安全风险实施差异化审查,对符合条件的同一型式装置与合规流通部件等改造,免事前书面审查,仅做实车审查,对涉及尺寸、结构和重要安全性能变化的项目仍严格把关。英国为单辆、小批量和深度改装车提供整车审查通道,美国则对排放相关改装实行专项监管。其共同点是对低风险项目提高办理效率,对高风险项目保持严格验证。

推动我国汽车改装产业规范发展,关键是先把合规边界划清。应以分级分类管理为框架,建立全国统一、公开可查的汽车改装项目清单。低风险项目实行免登记或线上备案,中风险项目明确认证部件、施工条件和登记流程,高风险项目严格技术审查,并根据技术成熟度和安全数据动态调整清单。

在此基础上,需打通零部件、安装和整车验证标准。制定改装零部件产品标准和车型适配目录,补齐新能源汽车高压系统、电池热管理等专项标准。统一安装技术规范和改后检验方法,对制动、悬架等关联系统强化组合验证,并推动国内标准与国际规则衔接,提高改装零部件标准的国际兼容性。

制度规则最终要落实到施工、检验和登记环节。围绕场地、设备、人员和质量管控制定行业准入规范,对涉及安全系统的项目明确由资质机构实施并全程留痕。统一全国备案材料、查验标准和执法口径,推动检验结果跨区域互认。

形成长效治理机制,还需补上追溯和责任认定这一环。可推行“一车一档”“一件一码”电子档案,将零部件来源、施工过程和改后检测纳入统一记录。明确整车厂、零部件企业、改装机构、车主和保险机构的质保及理赔责任,并推动保险机构开发改装专属附加险,完善二手车改装信息披露和估值规则。

释放汽车改装市场的潜力,关键在于把个性化、功能化和场景化需求导入标准生产、专业施工和可追溯服务体系。降低低风险项目制度成本,守住高风险改装安全底线,才能把庞大的存量需求转化为规范消费和产业增量。

行动方案(2026—2028年)》,对提高供给能力、降低用车成本、消除安全顾虑等方面作出具体部署。随着汽车租赁产业从规模扩张转向质量提升,亟须补齐汽车租赁市场供给、成本和安全管理短板。

在提升服务供给能力方面,着力推动网点布局优化,鼓励服务网点向交通枢纽、大型商圈、旅游景区、居民社区及科技园区延伸,利用城市桥下空间、闲置地块等存量资源设置租车站,使租车服务更贴近用户的生活和工作场景,与公交、地铁等公共交通形成互补衔接。培育壮大经营主体,支持租赁企业优化资源配置,依托行业协会等探索建立跨区域租赁企业合作联盟,推动联盟内企业间共享资源,提升车辆周转效率和资产利用效率。

在降低用户用车成本方面,制定推广租赁合同示范文本,明确承租双方权利义务、押金退还、事故和责任处理、违约责任等事项,严厉打击“天价定损”等侵害消费者合法权益行为。鼓励租赁企业投放更多经济型新能源汽车,利用能耗成本低、维保简单的优势拉低租金。还可配套停车费减免、充电优惠等支持措施,综合降低用户出行支出。

在消除安全顾虑方面,从车辆管理、技术手段和机制建设三个层面部署保障,强化车辆技术标准,要求租赁车辆定期进行安全技术检验,确保车况达标。推广安装具有定位、报警和远程诊断功能的智能终端,实现车辆状态实时监控和预警。建立行业信用评价和信息共享机制,推动企业间用户信用记录互通,防范违规转租、抵押等行为。鼓励企业与医疗机构、保险公司建立联动机制,完善事故救援流程,推出覆盖更全面、理赔更便捷的保险产品。

完善新能源汽车维保服务

为什么新能源汽车保养贵维修难?怎样破解“车主喊贵、险企喊亏”?

刘颖琦(北京交通大学经济管理学院教授、可持续交通创新中心国家高端智库研究员):汽车维修和保险服务是汽车后市场的重要组成部分。据中国汽车工业协会数据,2020年至2025年,国内汽车维保市场产值稳定在1.08万亿元至1.15万亿元区间。随着新能源汽车保有量占汽车总量的比重不断增加,其维保规模快速增长。2020年国内新能源汽车维保产值仅91亿元,2025年已攀升至904亿元,在整体维保市场的占比由1%提升至8%。同时也要看到,在新能源汽车维保增长潜力持续释放的同时,还面临车主投保难、保费贵、维修难、维修贵等问题以及“车主喊贵、险企喊亏”等现象。

从保险端看,2025年新能源车车险均保费4360元,约为燃油车的1.7倍。赔付率超100%的高赔付车系有143个,其中,新能源客车达106个,占比超74%。新能源货车虽然承保数量仅177万辆、占比约4%,却贡献了37个高赔付车系。而一些网约车被限保甚至变相拒保,仅“车险好投保”平台就承接了110多万辆曾被拒之门外的车辆。从维修端看,电池更换费用平均约占车价一半,一次轻微剐蹭的维修成本可达燃油车的2至2.5倍。与此同时,尽管新能源车险保费约为燃油车的1.7倍,车均风险成本却高达2.2倍,2025年行业承保亏损56亿元。消费者与险企两头叫苦,折射出产业生态中的成本传导与风险分担存在结构性梗阻。

这些问题的表象在保险,实际上是风险特征、维修成本、定价机制三重因素叠加传导的结果。其一,新能源车险较高的出险率及赔付率,是造成新能源车险保费贵、承保亏的主要原因。新能源车出险率明显高于燃油车,叠加驾驶人相对年轻、智能驾驶辅助尚处适应期、网约车等高频营运场景多,使得赔付频率与平均赔款同步走高。其二,“三电”系统是新能源汽车的关键系统,由动力电池、驱动电机和电控系统三大部分组成,其成本在整车制造成本中占比较高。一体化车身、激光雷达、传感器等精密零部件往往“小伤大修、只换不修”。核心配件与技术信息多由主

机厂封闭掌控,社会化维修渠道不足,具备三电维修能力的门店仅占2%至3%,售后服务人才缺口约84.2万人,供给短缺抬高了维修成本。配件流通与技术信息的双重壁垒,使维修市场难以形成有效竞争,成本刚性传导至理赔端,最终由消费者和险企共同承担。其三,保险车型风险分级制度尚在探索建立中,自主定价系数范围偏窄,若不能精准识别高风险车主和低风险车主,易诱发逆选择与拒保冲动。在信息不对称情况下,市场难以实现风险与价格的合理匹配,定价失准反过来会加剧供需错配。

破题的关键在于以系统观念打通产业链。一是精准定价,让保费与风险相匹配。加快车型风险分级制度建设,把低速碰撞维修经济性、安全配置、使用性质纳入定价体系;推动车企、险企、维修机构数据合规共享,打破数据壁垒,构建全生命周期风险数据库;稳步将自主定价系数区间向燃油车看齐,使安全驾驶者得实惠、高风险者付对价。二是维修降本,从源头压减赔付支出。推动主机厂和动力电池企业开放技术信息,丰富三电系统配件供给,发展电池专项维修、模组级维修以替代整体更换,培育多元化社会化维修网络。以校企联合培养补齐人才缺口,统一维修工艺与理赔定损标准,压缩“小伤大修”空间。三是风险减量,从“事后赔付”转向“事前防范”。载货汽车自动紧急制动系统(AEBS)安装要求自今年1月起对认证车型生效,7月起覆盖所有在产载货汽车,2028年起所有新生产的轻型汽车强制安装AEBS。抓住这一契机,配置AEBS可使货车赔付风险降低约7%,以保费浮动激励主动加装安全设备、改善驾驶行为,将风险管理的关口前移,从被动赔付转向主动减损。四是机制兜底,守住愿保尽保底线。完善“车险好投保”平台与风险共担、共保再保安排,推广“基本+变动”组合产品、兼职网约车灵活投保和“车电分离”保险模式,针对性化解营运车辆与高风险车型投保难。压降不合理费用,确保保险服务的普惠性与可持续性相统一。

随着汽车消费从一次性购置转向全生命周期服务,保险与维修服务的承接上启下的关键环节。把维修端的成本降下来,把保险端的定价厘精准,把监管端的底线守牢固,推动制造、维修、保险同频共振,方能助力新能源汽车推广应用,实现行业高质量发展。

今年前7个月

我国汽车生产完成1756.7万辆

销售完成1760.2万辆

新能源汽车新车销量

达到汽车新车总销量的51.2%

数据来源:商务部、中国汽车工业协会

优化汽车租赁行业发展生态



汽车租赁产业与其他后市场业态之间有什么联系?如何降低消费者用车成本和安全顾虑?

贺兴东(中国宏观经济研究院综合运输研究所研究员):作为汽车后市场的重要组成部分,汽车租赁在其中发挥着串联作用。它与维修、保险、二手车、改装、露营等领域相互支撑、协同发展,构建起互利赋能的汽车后市场消费生态,共同释放汽车消费的深层潜力。从汽车后市场整体看,维修保险服务为使用环节提供保障支撑,改装满足个性化使用需求,而租赁则实现“不求所有、但求所用”。

汽车租赁与维修保险服务的联动最为直接,租赁车辆行驶里程长、使用频次高,对定期维保和零配件更换的需求远高于私家车,大型租赁企业普遍建立自有或合作维修体系,形成规模化采购和标准化作业流程,这种模式反向推动了维修行业服务能力的提升,部分连锁维修品牌正是依托租赁车队业务发展起来的。与保险服务的融合不断深化,租赁场景催生了按日计费、分时投保等灵活化产品需求,带动创新险种开发,保险机构通过与租赁平台数据对接,实现更精准的风险评估和差异化定价,既拓展了保险行业业务边界,也为租车用户提供了充分保障。与二手车市场的衔接日益紧密,租赁车辆维保记录相对完整、使用状况可追溯,相较于个人车源更具标准化优势,是二手车市场上较受欢迎

的优质车源,部分企业已形成“新车采购+租赁运营+二手车处置”的资产全周期经营管理模式。与改装、露营等新兴消费的关联也在增强,房车露营热度攀升带动了房车租赁市场增长,一些企业提供配置户外装备、露营套件的租赁车型,降低了消费者参与露营的门槛,以租赁服务为入口串联起改装、营地服务、户外装备等多个消费场景。

如今,我国汽车租赁行业已形成相当规模。据统计,2025年底我国租车市场可出租车辆规模已超260万辆,同比增长7.8%。从需求端看,年轻消费者对租赁消费的偏好持续增强,节假日短租、商务出行、旅游自驾等使用场景日趋火热。从供给端看,新能源车型租赁占比快速攀升,部分头部租车平台新能源车占比已超三成,分时租赁经历市场洗牌后向特定场景沉淀,长租和“以租代购”等模式在企业和个人用户中认可度不断提高。

尽管汽车租赁服务网络覆盖全国主要城市群,但仍存在网点布局不均、服务标准不一、安全管理薄弱等问题。一是网点布局不均,交通枢纽和核心商圈供给相对充足,但社区、郊区及旅游目的地等地等末端场景覆盖不足,消费者“最后一公里”用车需求未能充分满足。二是服务标准化程度不高,部分中小企业车况维护不到位、收费标准不透明,影响了消费信心。三是安全管理和信用体系尚不完善,押金退还难、事故责任认定繁琐等问题依然存在。2026年6月,交通运输部等部门出台《促进小微型客车租赁高质量发展三年