

汽车改装 市场简析报告

2025

THE BRIEF MARKET ANALYSIS REPORT ON CAR MODIFICATION

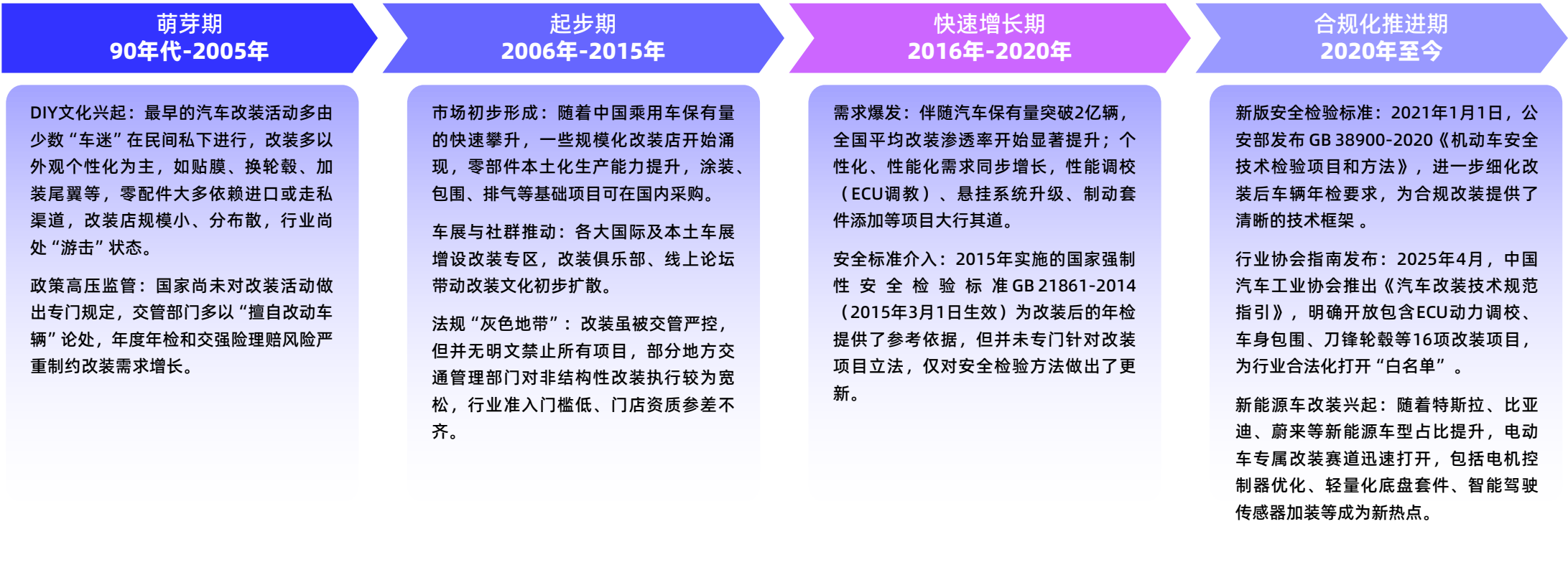
MICR



01. 中国汽车改装市场由“灰色地带”向规范化的演变

- 随着中国经济的发展、机动车保有量的逐年提高，人们对汽车个性化的需求也日益激增。
- 早期汽车改装大多数在民间私下进行，多以外观改动为主，配件大部分依赖进口或走私。
- 中国汽车改装市场从逐步形成至今，已经历了三十多年的演变，也正在由以往的“灰色地带”逐步迈向规范化。

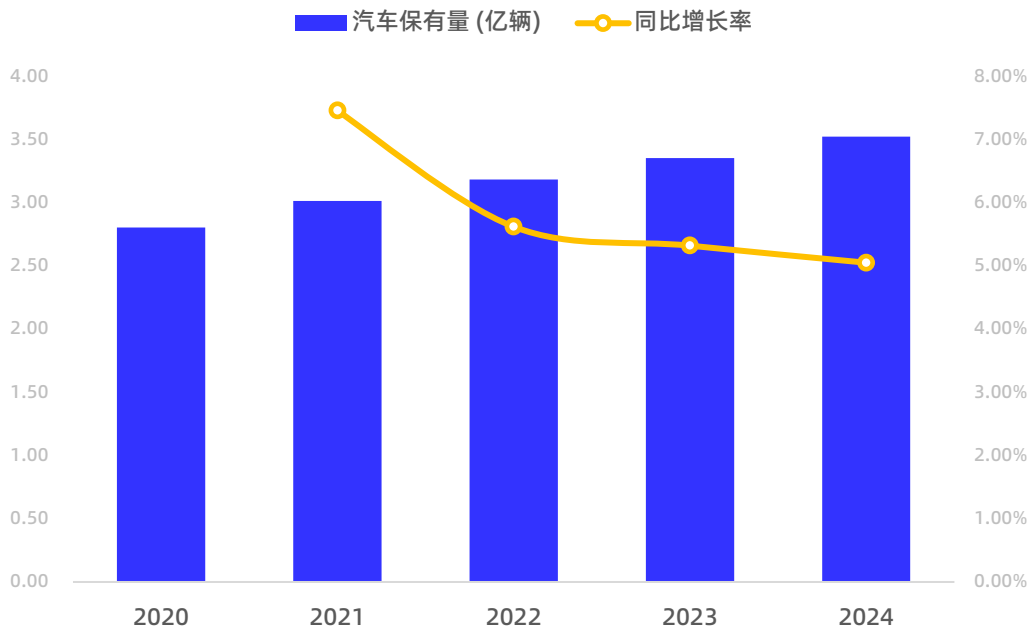
中国汽车改装市场的发展历程



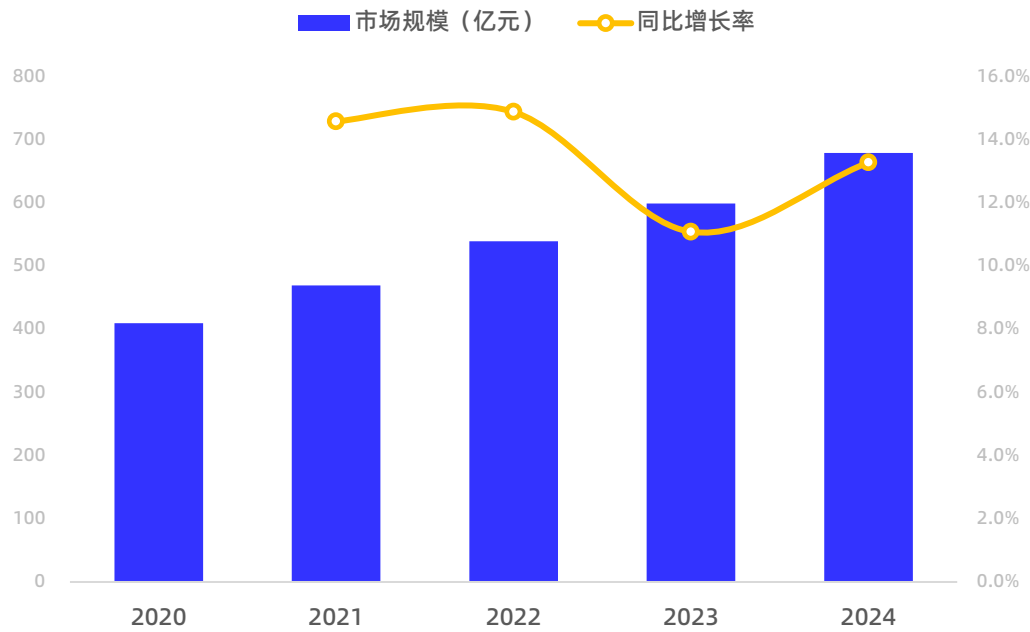
02. 汽车保有量上升推动改装市场高速增长

- 截至 2024 年底，全国汽车保有量已达 3.53 亿辆，较 2020 年的 2.81 亿辆累计增加 0.72 亿辆，五年内新增约 7200 万辆。每多 1000 万辆存量，就相当于数百万潜在改装用户，只要改装渗透率提升 1%，就能为市场带来数十亿元的新增空间。
- 随着存量车主规模扩大，改装连锁门店、4S 店官方改装点以及电商 + 直播安装等多元化渠道快速铺开，技能资质、质量保证、售后服务体系不断完善，降低了车主改装的时间和心理成本，进一步催化改装意愿。

2020-2024年中国汽车保有量



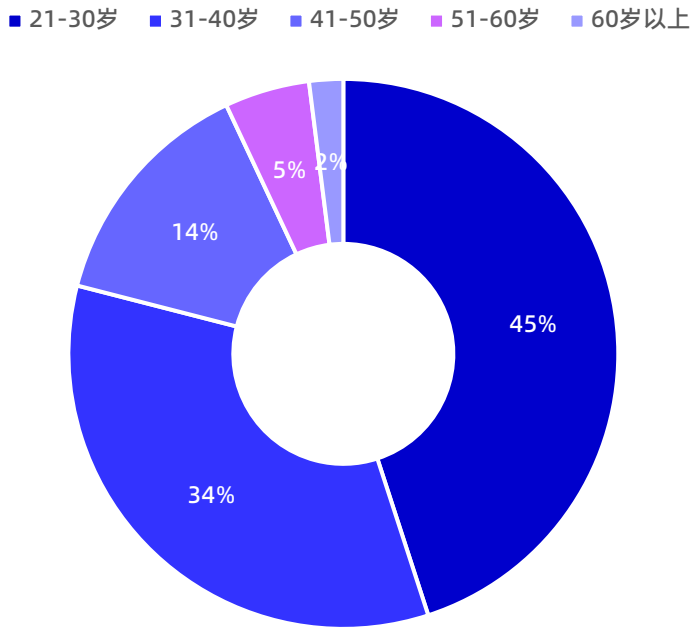
2020-2024年中国汽车改装市场规模



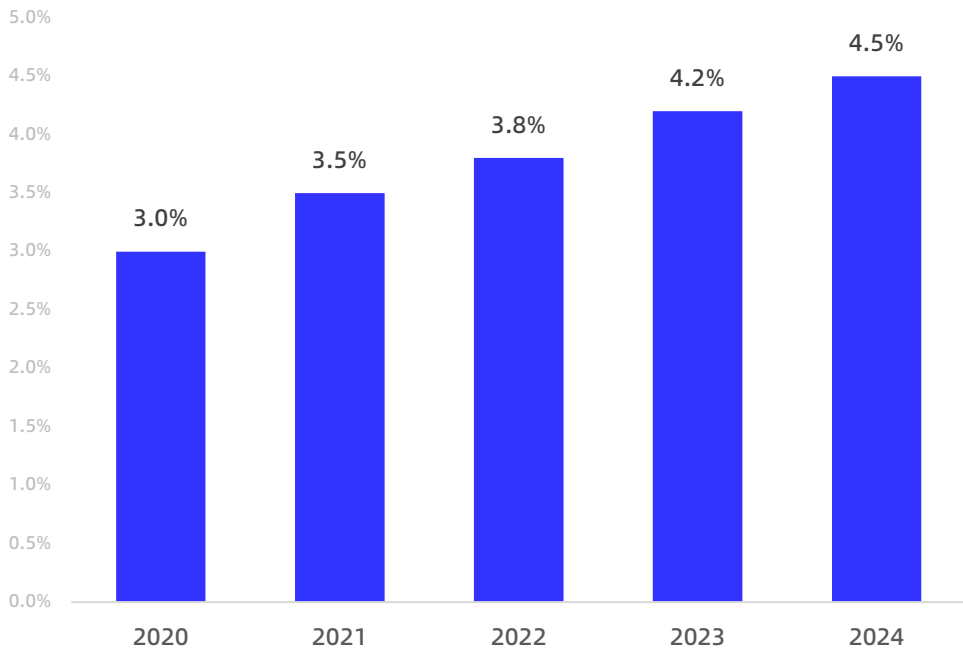
03. 汽车消费人群年轻化明显，汽车改装渗透率提高

- 根据乘联会统计数据，2024年中国汽车消费人群主要集中在24-40岁，整体占比达79%，说明“年轻化”已成大势，尤其是初入职场和家庭第一辆车的换购用户最活跃。
- 年轻一代车主更注重“个性化 + 社交分享”价值，他们愿意为改装支付溢价；同时，GB 38900-2020 年检新标准的实施及多地“改装备案制”试点，为合法合规改装提供了明确指导和信心保障，降低了车主对年检和交强险风险的顾虑。

2024年中国市场汽车消费人群年龄结构



2020-2024年中国汽车改装渗透率



04. 目前汽车改装的定义与分类

• 目前汽车改装市场的主要按改装内容分为四大类：

- ① 外观改装：包括前后包围、车身贴膜、车灯改装等；
- ② 性能改装：包括引擎改装、ECU调校、进排气系统改装、刹车系统改装、悬挂系统改装等；
- ③ 内饰改装：包括影响系统升级、座椅升级、中控屏升级、氛围灯安装等；
- ④ 智能电子改装：包括HUD加装、行车记录仪安装、车联网模块安装、智能辅助驾驶系统安装等。

汽车改装分类



外观改装



性能改装



内饰改装

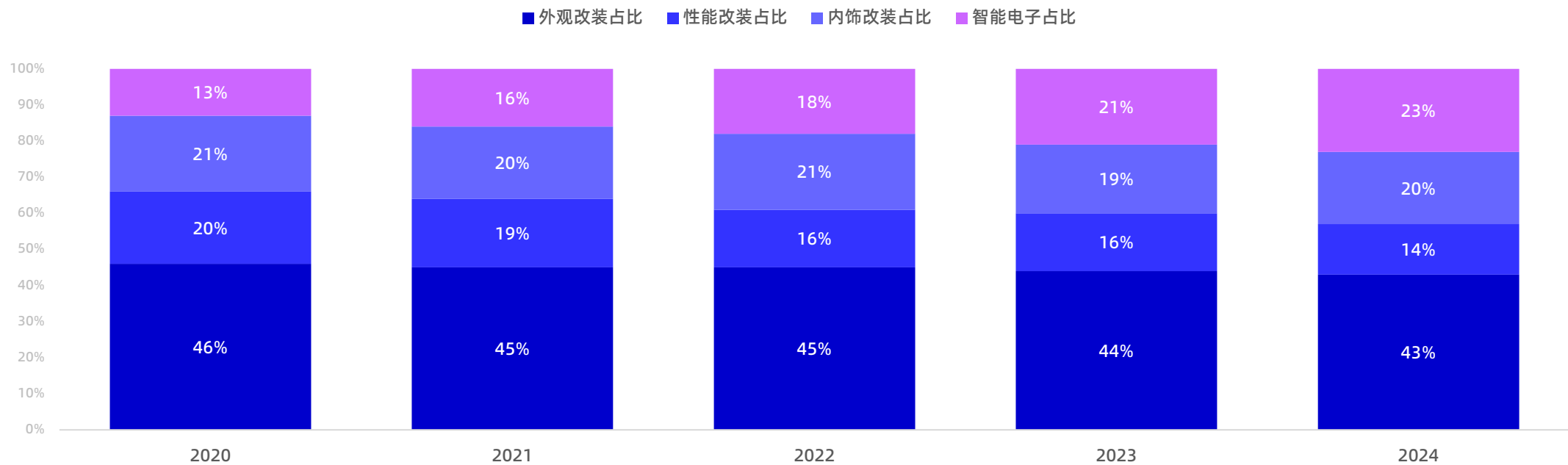


智能电子改装

05. 外观改装占主导，智能电子改装是趋势

- 外观改装增速趋缓，市场渗透已高；性价比优势仍在，但增长更多依赖新款花色与品牌联名。
- 近年来中国消费者对于汽车内饰的美观度与舒适度要求飞速提高，汽车内饰的舒适化改造未来将有进一步扩大的空间。
- 近年来在汽车智能化与网联化的趋势下，很多旧款车型在智能电子改装上也有相当大的需求，因此智能电子改装也是汽车改装市场未来的增长点。
- 由于性能改造所需成本与专业资质要求均较高，而且在政策上虽有松绑，因此近年来需求下降明显。

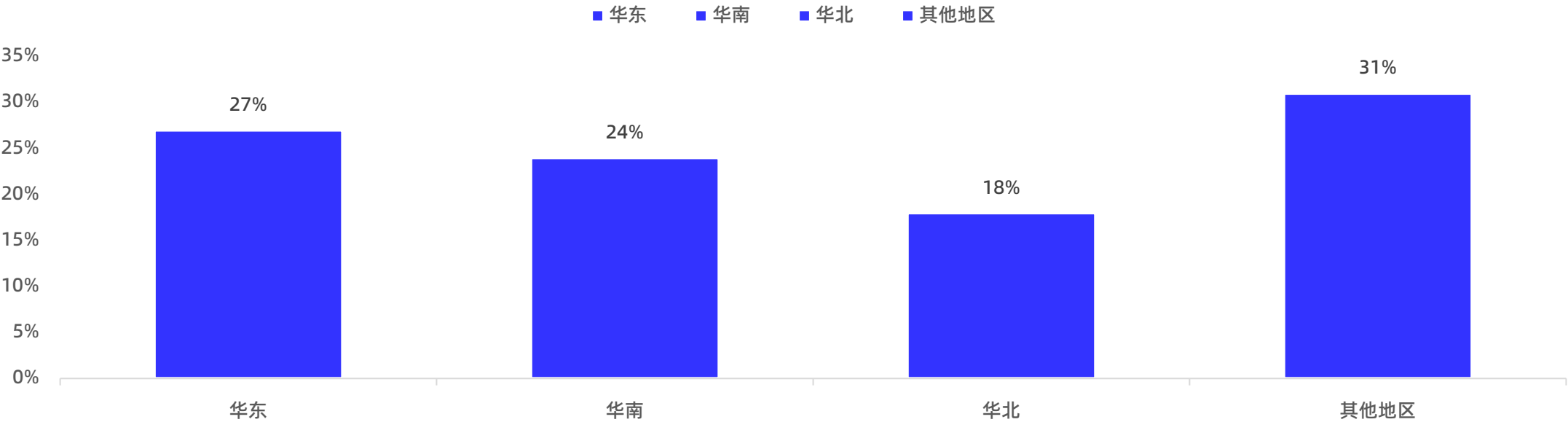
2020-2024年中国汽车改装各类别份额变化



06. 华东华南占据汽车改装市场半壁江山

- 华东和华南均为“汽车大省/市”，其中上海、江苏、广东的汽车保有量常年居全国前列，单是这三地就贡献了超过 5000万辆存量，若按4.5%的平均渗透率来算，就能带来超过200万辆的改装需求。
- 另外华东和华南地区经济条件优越，人均可支配收入水平高，更强的支付能力使车主在提升车辆个性化、性能及舒适性上愿意投入更多，也推动了高端改装需求在这些区域率先落地。
- 华东和华南地区也有更完备的改装服务和产业配套，在一些主要城市的改装市场，已经形成了以“4S 店官方改装中心 + 本土连锁改装店 + 专业厂商”三位一体的服务网络。
- 华东华南地区在汽车改装的政策支持上也大于其他地区，在“改装备案制”与“年检合规化”方面开展早期试点，率先发布地方细则，给本地改装行业“合法化”带来政策红利。

中国汽车改装市场区域份额



数据来源：公开数据整理；嘉世咨询研究结论；图源网络

07. 政策支持对汽车改装市场影响巨大

- 汽车改装行业通过合规化与标准化提升行业门槛，国家先后推出多项安全检验标准，对改装后性能、安全、排放等指标做出明确要求，迫使改装厂商和门店必须具备更高资质与检测能力。通过规范化施工和备案流程，行业从“野蛮生长”逐步走向“正规化”与“品牌化”。
- 合规化同时也保护了消费者的合法权益，进一步增强消费者信心，刺激改装意愿，在“白名单”合法改装项目、备案制推广及地方试点推动下，车主对改装后年检能否通过、保险理赔是否受限等顾虑明显减弱，改装渗透率稳步上升，有效拉动市场规模快速增长。
- 广东、浙江等地率先出台地方细则，允许在“安全可控”范围内加装包围、轮毂、灯具等部件，并简化备案手续，形成地方改装产业集群，有力带动了本地万亿级市场的爆发式增长。

近年汽车改装方面出台的主要支持政策		
时间	政策 / 标准	核心内容与影响
2015年3月	强制性国家标准 GB 21861-2014《机动车安全技术检验项目和方法》	为改装后车辆年检提供首个技术检验方法框架；虽未专门针对改装，但明晰了制动、转向等安全检测要求。
2021年1月	强制性国家标准 GB 38900-2020《机动车安全技术检验项目和方法》	细化改装后车辆的安全检验项目，明确对动力、排放、车身结构等改装项目的年检指标，支撑合法合规改装。
2025年4月	《机动车登记规定》修订案（“白名单”制度）	明确16项合法改装项目，其中8项可自主变更无需备案，8项需事前申报，大幅降低改装合规成本和复杂度
2025年5月	商务部等八部门《汽车流通消费改革试点工作通知》	2025-2027 年在多地开展试点，重点支持“营造汽车文化氛围”，明确“推动汽车改装有序发展”，并完善行业管理机制
2025年5月	《汽车后市场高质量发展指导意见》落实细则	聚焦改装产业链升级、配件认证清单发布、检测机构培育等，引导市场由“无序竞争”向“集约化、生态化”演进

08. 汽车改装行业产业链

- 中国汽车改装行业的产业链可分为“上游-中游-下游”三个主要环节，各环节各司其职、相互协同，共同支撑整个改装生态：
上游（零部件及技术供应）：材料与配件制造商、技术与软件开发。
中游（改装品牌与服务商）：专业改装厂/连锁品牌、4S店与主机厂官方改装中心、电商与线上平台。
下游（车主与增值服务）：终端车主、售后与维护、金融与保险、培训与认证。

汽车改装行业产业链示意图

上游：零部件及技术供应

材料与配件制造商

- 外观件：包围件（PP/ABS 塑料）、碳纤维件、车身贴膜材料、专用漆料
- 性能件：高流量进排气系统、不锈钢排气尾段、刹车套件（多活塞卡钳、打孔通风盘）、可调避震器、轻量化轮毂
- 内饰件：运动座椅、氛围灯、铝合金脚踏、专用中控面板/包皮件
- 智能电子：HUD 抬头显示器、ADAS 传感器、行车记录仪、车机互联模块

技术与软件开发

- ECU 标定与调校：软件算法开发商、标定实验室
- 整车通讯协议与 CAN 总线改装：专用网关、网线线束生产商
- 智能驾驶与 OTA 平台：第三方智能升级方案、云端服务运营商

中游：改装品牌与服务商

专业改装厂/连锁品牌

- 直营连锁：车艺尚、改吧、XPEL 中国等，在一二线城市布局直营店，具备标准化施工与质保流程
- 加盟/授权店：依托体系化培训、统一配件与施工标准，快速下沉至二三线市场

4S 店与主机厂官方改装中心

- 主机厂 OEM 选装件：奔驰 AMG Performance、宝马 M Performance 套件等官方授权改装部件
- 授权施工网点：部分车企在全国 4S 店设立“官方改装中心”，提供与原厂同标准的升级服务

电商与线上平台

- 垂类平台：懂车帝、玩车教授，为车主提供配件选型、施工预约、视频测评
- 综合电商：淘宝、拼多多、抖音、快手直播带货，结合“线上下单-线下安装”模式

下游：车主与增值服务

终端车主

- 私人车主：追求个性化、性能化、智能化需求
- 车队与俱乐部：赛事改装、品牌联名、社群活动体验

售后与维护

- 定期质保检测：改装件的性能、安全检测、年检复核
- 配件更换与升级：升级换代、套件扩展

金融与保险

- 分期融资及定制保险：改装分期付款方案；专项改装险种，覆盖事故责任与配件损坏风险

培训与认证

- 技师培训及检测结构：全国各大改装品牌和行业协会提供施工资质培训；第三方实验室和年检站，为合规改装提供检测、认证服务

09. 汽车改装产业链上游：进口原材料及技术依赖度高

- 外观件材料：包括塑料与复合材料、贴膜与涂装。包围件、底包围、扰流组件多采用 PP/ABS 及碳纤维增强复合材料。国内龙头如万向一二三、吉利康尼已能生产满足轻量化与强度需求的高性能材料；进口高端碳纤维件仍依赖少数欧洲与日本供应商。车身保护膜、改色膜等薄膜材料正由进口品牌（ 3M、PPF）向国产（路虎盾、耐落）替代，国产膜材在耐久性与施工便捷性方面差距快速缩小。
- 性能改装部件：包括排气系统、刹车与悬挂、轮毂与轻量化部件。国内不锈钢排气尾段与中段管件年产能超 200 万套，主要集聚于浙江、广东；高端钛合金与航空铝合金排气系统仍由少数进口品牌主导。多活塞卡钳、通风打孔盘、可调避震在国内已有优质供应商（如华昌、君威），但极端工况下的耐温与耐久性能仍需对标 Brembo、Öhlins 等国际品牌。国内铸造与锻造轮毂产能巨大，年产超 1000 万件；其中性能级锻造轮毂主要集中在江苏无锡、重庆万州等地，技术壁垒逐步提高。
- 电子与软件技术开发
- 智能硬件模块：包括HUD、行车记录仪与ADAS、车机互联与网关。国内厂商（如京东智联、趁热科技）能批量生产 10 万+ 套 HUD 和标配行车记录仪，但在高精度激光雷达和毫米波传感器领域，仍以瑞萨、博世、大陆等外资巨头为主。越来越多厂商融合车载娱乐与远程 OTA 升级能力，本土品牌（柠檬车联、车和家）正快速追赶。
- ECU标定与软件算法：包括动力与排放标定、CAN 总线与协议适配等。国内已有多家专业标定实验室（如中汽中心授权机构）和民营调校商，能针对主流车型进行功率、安全曲线及排放优化。本土线束厂商（如科力远、航天电器）与软件公司合作，快速推出适配各主流车型的“即插即用”改装网关。

汽车改装产业链上游主要部件

外关包围件



改色贴膜



排气系统



轮毂



刹车卡钳



HUD显示



ECU标定



10. 汽车改装产业链中游：品牌化、标准化、数字化转型

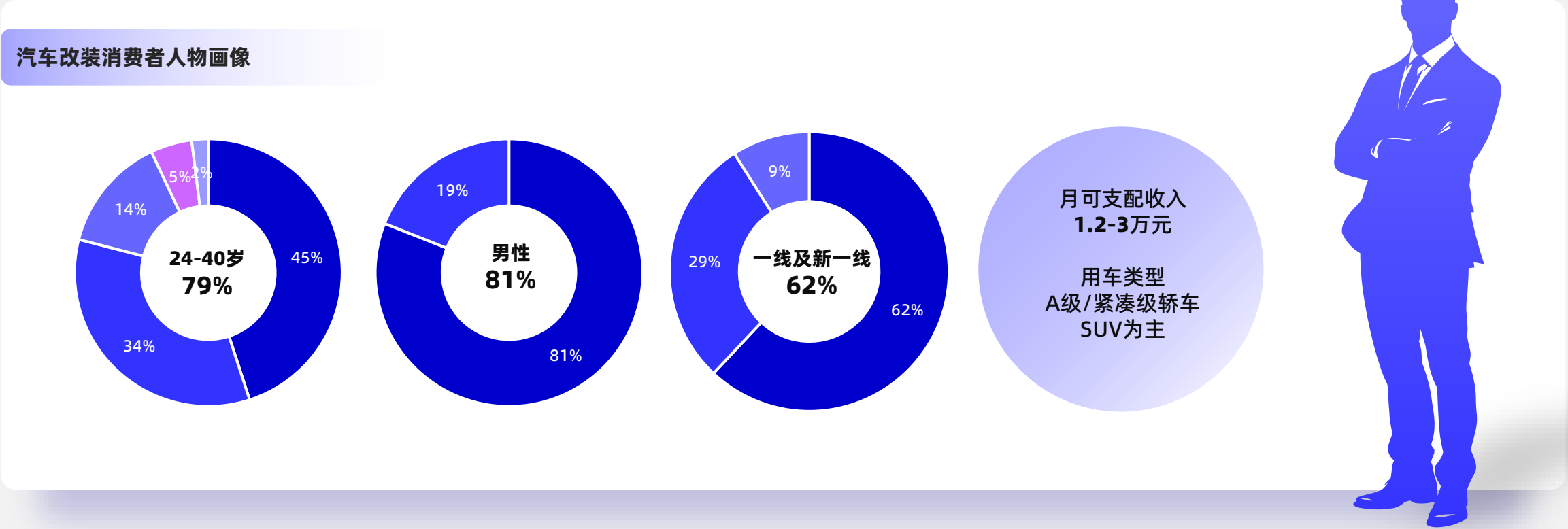
专业连锁品牌逐渐占据市场，如“车艺尚”“改吧”“XPEL中国”等，在一线和新一线城市布局直营店或加盟店，通过统一的门店形象、标准化施工流程和质保体系，构建起较强的品牌黏性。它们通常与上游配件商建立长期合作，保证配件来源可追溯、性能稳定。4S店凭借其专业优势进入改装市场，越来越多主机厂在原有4S网络中增设“官方改装点”或“原厂选装中心”（如奔驰AMG Performance、宝马M Performance），利用原厂认证配件和技师团队，为高端用户提供“原汁原味”服务，同时避开非正规门店带来的年检与保险风险。在三四线城市及部分二线城市，仍有大量小规模作坊式门店，以灵活定价和当地人脉关系为优势。它们引入成本较低的国产配件，快速响应定制化需求，但因标准化、资质和售后体系不健全，市场风险相对较高。垂类平台（懂车帝、玩车教授）和综合电商（淘宝、抖音）形成“线上选件>下单>到店施工”闭环，线上平台通过短视频内容和达人测评吸引流量，再与线下门店或品牌连锁合作完成安装。此模式在年轻车主中尤为流行。

中国知名连锁改装品牌门店



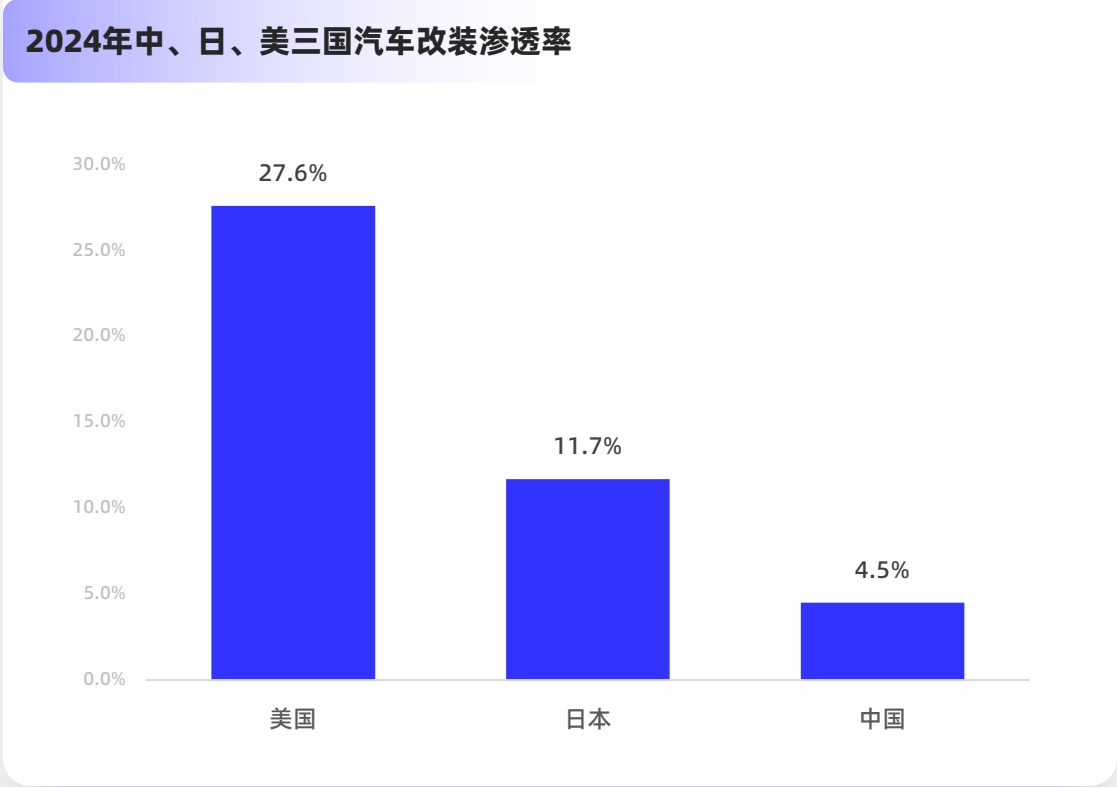
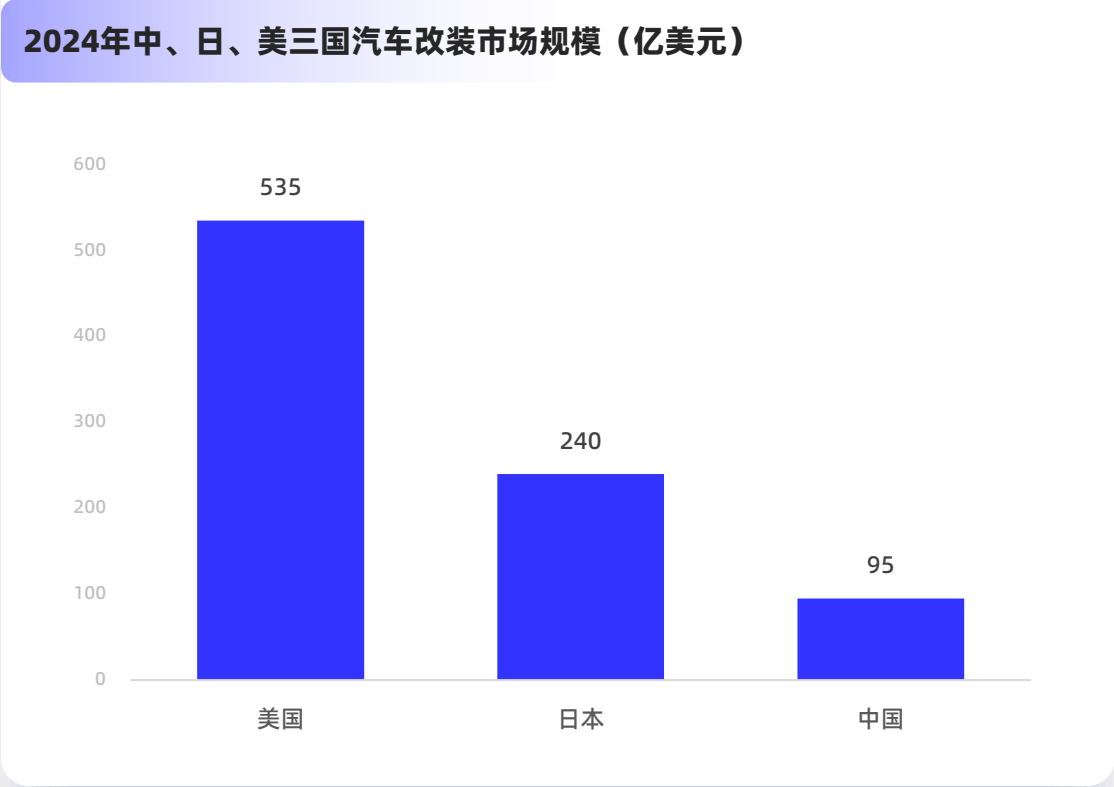
11. 汽车改装产业链下游：年轻人为主要消费人群

- 年龄：消费主体高度集中于“Z世代”，特别是以95后为核心的年轻群体。他们是推动改装潮流的主力军，消费观念前卫，乐于接受新事物。数据显示，90后对外观内饰的美观尤为看重，而更年轻的95后群体则已成为新能源汽车的购买主力之一，他们将改装视为表达个性和生活态度的重要方式。
- 性别：市场整体仍以男性为主导，他们是性能、操控和竞技风格改装的核心玩家。但最显著的趋势是女性消费者的快速崛起，她们的参与度越来越高，尤其偏爱在车身颜色、内饰细节、精致饰品和智能化功能等方面进行个性化定制，成为推动“颜值经济”在改装领域发展的重要力量。
- 城市：改装消费主要集中在中国经济发达的高线城市。超过三分之二的改装用户分布在二线及以上城市，其中一线和新一线城市的用户占比就接近一半。这些地区经济水平更高，年轻人更易接触前沿潮流文化，汽车保有量大，且拥有更成熟的改装产业链和更浓厚的玩车社群氛围，是改装文化的发源地和核心市场。



12. 与发达市场对比：法规环境、技术创新等差距明显

- 欧美、日本等发达国家汽车文化起步较早，汽车改装市场相对成熟，改装文化、法规与认证体系完善，中国市场仍在合规化、品牌化过渡期，中国汽车改装行业亟需在法规标准、配件认证、渠道多样化与技术生态等方面持续补齐短板，以缩小与成熟市场的差距。
- 发达市场汽车改装授权配件（genuine/Certified）体系成熟，中国目前正在推动“配件可追溯+第三方检测”体系。汽车改装配件的高端材料、配件与智能电子领域国内技术水平与创新能力明显落后，需加强国产配件制造与研发能力，并完善认证体系建设。



13. 中国汽车改装市场未来发展的四大挑战

政策法规的不确定性与区域差异

全国标准尚未完全统一，尽管已有 GB 38900-2020 和“白名单”制度，但各地备案流程、审批时限和实施细则仍存差异。后续政策演进难以预测，例如未来是否扩大“白名单”范围、如何进一步放宽性能改装项目，均直接影响企业投资与布局决策。

01

安全与质量标准体系不健全

目前汽车改装行业仍然缺乏统一的配件认证体系，上游改装件虽有第三方检测，但全国性、权威性的质量认证和追溯体系尚未完善。各类改装店施工质量参差不齐，中小工作室和“贴牌店”因缺乏标准化作业流程和专业资质，存在安装不规范、售后无保障的隐患。

02

市场分散与品牌信任不足

国内汽车改装行业头部品牌集中度低，虽然连锁品牌在一二线城市崛起，但全国范围内依然有大量小微改装店，品牌效应与服务一致性难以保障。消费者信任建立仍然需要过程，车主对改装店的资质、工艺和售后服务尚存疑虑，需要通过质量口碑和规模化运营来提升信任度。

03

技术与人才短缺瓶颈

汽车改装方面专业技术人才稀缺，高端性能调校、智能电子集成等环节急需既懂硬件又通软件的复合型改装工程师。技术更新速度快，新能源、智能驾驶和 OTA 等新技术迭代迅速，改装企业需持续投入研发和培训，才能避免技术落后导致的市场边缘化。

04

14. 中国汽车改装市场未来发展的四大趋势

合规化与标准化持续深化

随着更多改装项目被纳入国家或地方“合规白名单”，车主和门店的合规成本将进一步降低，行业准入门槛趋于一致。上游零部件厂商会更加主动地为改装件提供第三方检测报告和合格标识，下游门店则形成“即买即装”的无忧方案。由行业协会和检测机构联合推出的《改装施工规范》《门店资质评估》系列标准，将推动中小门店向专业化、连锁化转型。

01

电动化与智能化改装双轮驱动

随着新能源汽车保有量增加，针对电驱系统优化的轻量化底盘组件、高效制动套件与电机冷却强化包，将成为车主首选。HUD 抬头显示、车载 5G 互联、ADAS 升级模块与 OTA 软件优化，将由“选装”逐步过渡到“标配+可拓展”模式。改装厂商与云平台联动，提供功率曲线图、制动测试报告、智能诊断与远程升级，打通“硬件+软件+数据”闭环。

02

个性化与定制化需求升级

一车一版设计，更多微改色、局部碳纤维包围、内饰材质拼色、品牌联名限量版等“私享定制”服务将增多。借助 AR/VR 技术，消费者可在线上“先看后装”，并通过数字化配置工具实时定制方案并下单。改装体验将与车友会、主题聚会、社群直播深度捆绑，形成“内容+用户+品牌”三角共创生态。

03

平台化服务与一体化生态

从选件、设计、施工、质保到二次升级，实现全流程数字化管理，打通 CRM、ERP、MES 与在线预约系统，让改装交付更高效透明。改装分期、专项改装险、延保服务等将成为标配，帮助车主化解高客单价的资金与风险顾虑。零部件、门店、检测机构、内容平台、金融机构等多方将在同一生态平台中协同作业，共享数据与流量红利。

04

版权说明

本报告为简版报告，内容为嘉世咨询研究员通过桌面研究整理撰写。如有深度调研需求，请联系：
mcr@chinamcr.com 或 021-52987060；

本报告中的所有内容，包括但不限于文字报道、照片、影像、插图、图表等素材，均受《中华人民共和国著作权法》、《中华人民共和国著作权法实施细则》及国际著作权公约的保护。

本报告的著作权属于上海嘉世营销咨询有限公司所有，如需转发、转载、引用必须在显著位置标注出处，并且不得对转载内容进行任何更改。

