

中国租车行业研究报告

2017年



报告摘要



中国租车处于调整升级阶段，**多种模式共同发展**，大型传统租赁企业积极**升级转型**，互联网企业借助**平台流量、创新租赁模式**进入汽车租赁市场。



长期租赁：市场份额最大，以**地方性传统租赁企业**为主，**市场高度分散**；客户群体稳定，**企业用户**是最主要客户来源。



短期租赁：以**大众消费群体**为主，**市场集中度高**，**B2C模式租赁**企业占据主要份额，且**头部企业优势明显**，如神州、一嗨、首汽，在城市覆盖数量、车队数量等核心要素均有明显优势。



分时租赁市场：新兴租赁模式，**新能源汽车**占据90%以上市场份额，目前以**单个或少几个城市**运营为主，**厂商、传统租赁企业**是主要参与者。



未来趋势：长租市场将由高度分散市场向**区域集中化**发展；短期市场，全国性大型租赁企业打造**出行生态圈**，布局各模式租赁市场，新进互联网企业瞄准**细分场景市场**。分时租赁仍以**新能源汽车**为主，**车辆规模及线下停车资源**是发展关键。

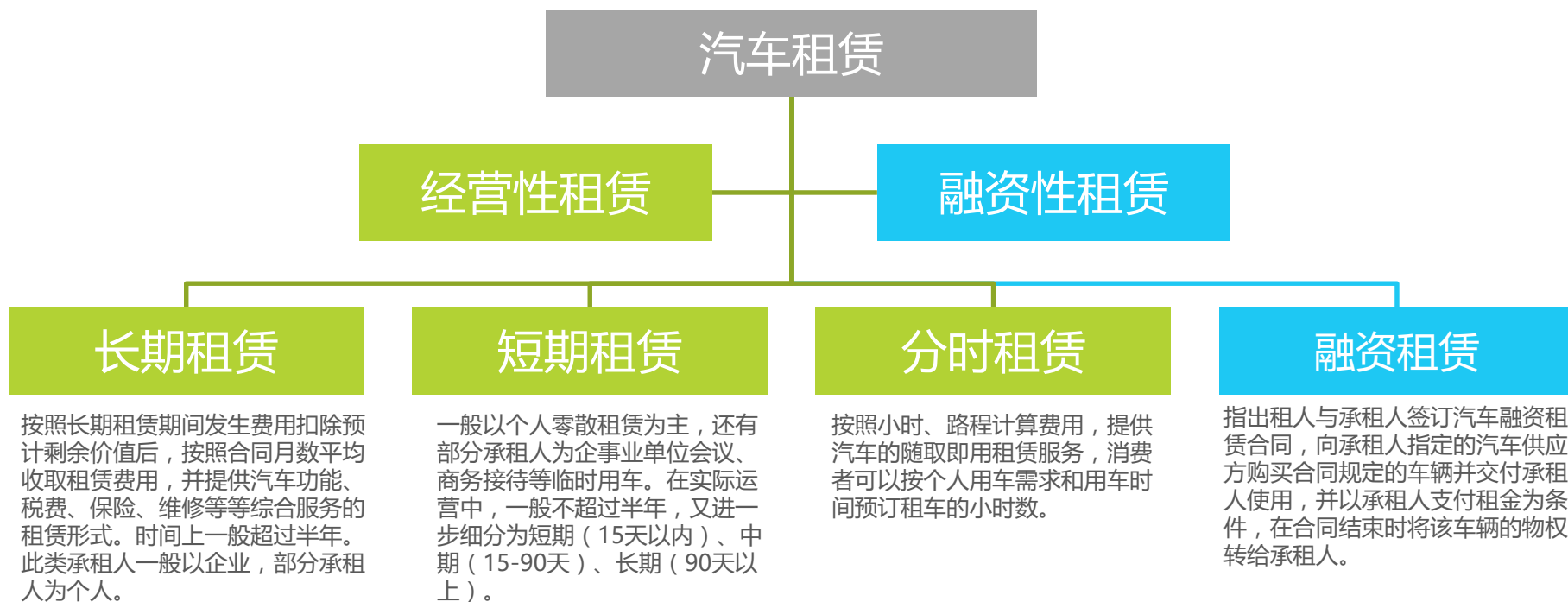
汽车租赁概念和定义

主要包括经营性租赁和融资性租赁两大形式

汽车租赁（简称“租车”）是指将汽车的资产使用权从所有权中分开，出租人具有资产所有权，承租人拥有资产使用权，出租人与承租人签订租赁合同，以交换使用权利的一种交易形式。

目前，国内汽车租赁主要包括经营性租赁和融资租赁两单形式。经营性租赁，又主要包括长期租赁、短期租赁和分时租赁三大模式。其中，传统长期和短期租赁可根据驾驶员配备情况，分成带驾租车和自驾租车。带驾驶员汽车租赁在国内外多为汽车租赁服务的辅助业务，以企业用户为主。短期租赁主要以自驾形式，服务个人用户市场。分时租赁作为新兴租赁模式，模式特征非常鲜明，前者聚焦“分时”概念，收费方式更加细化；融资租赁，主要呈现“金融属性”，以租代购，促进租赁市场多元化发展。

中国汽车租赁分类及定义



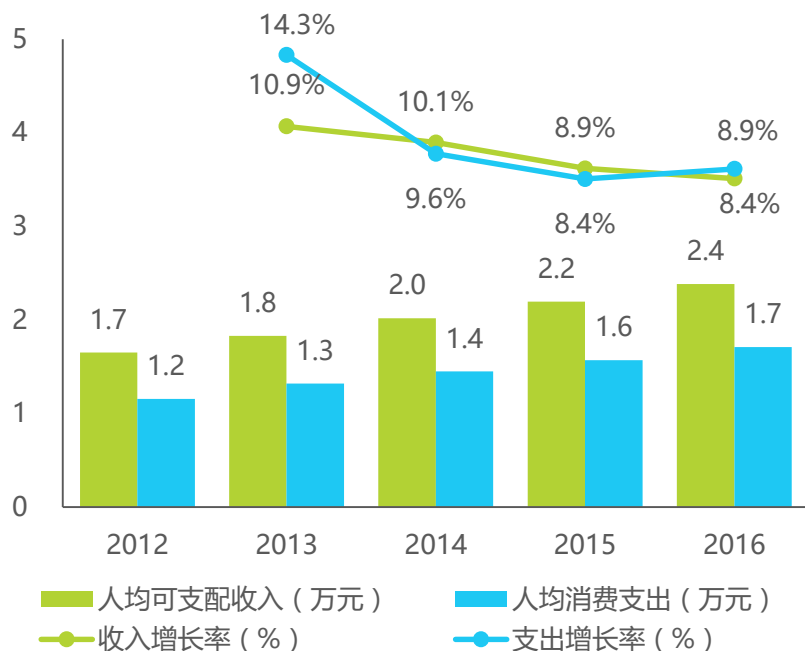
中国租车行业发展环境	1
中国租车行业发展现状	2
中国租车行业用户分析	3
中国租车行业典型企业	4
中国租车行业未来趋势	5

中国经济发展环境

居民消费水平提升，汽车消费成为大众消费类型之一

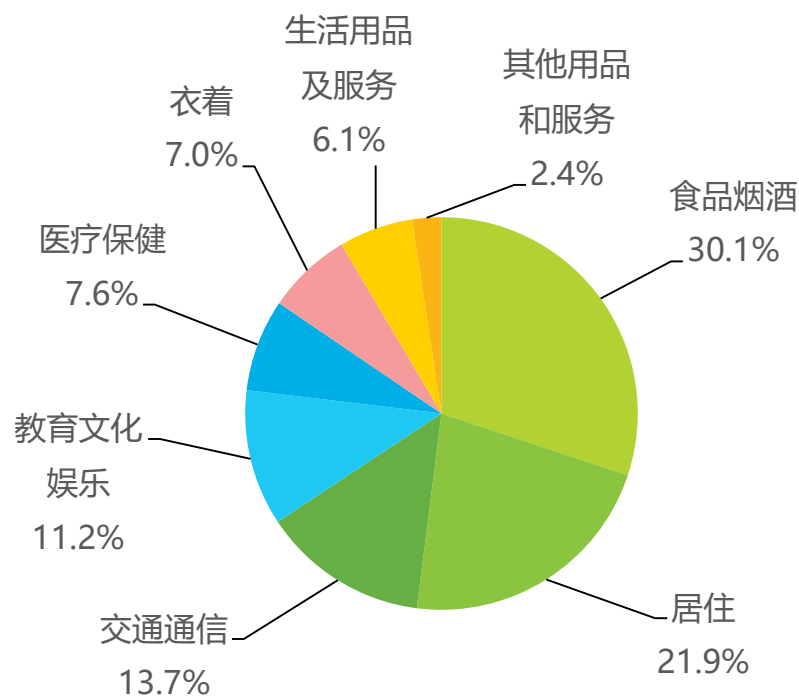
随着国民经济水平的提高，中国居民消费能力和消费水平持续增长，2016年人均可支配收入达2.4万元，人均消费支出达1.7万元；且消费支出增长率再次反超收入增长率，用户消费意愿提高。在用户的消费支出构成中，交通通信成为仅次于食品烟酒和居住两项必需支出之外的最大支出项目，汽车消费成为大众消费类型之一。

2012-2016年中国居民人均可支配收入
&消费支出



来源：国家统计局。

2016年中国居民人均消费支出构成

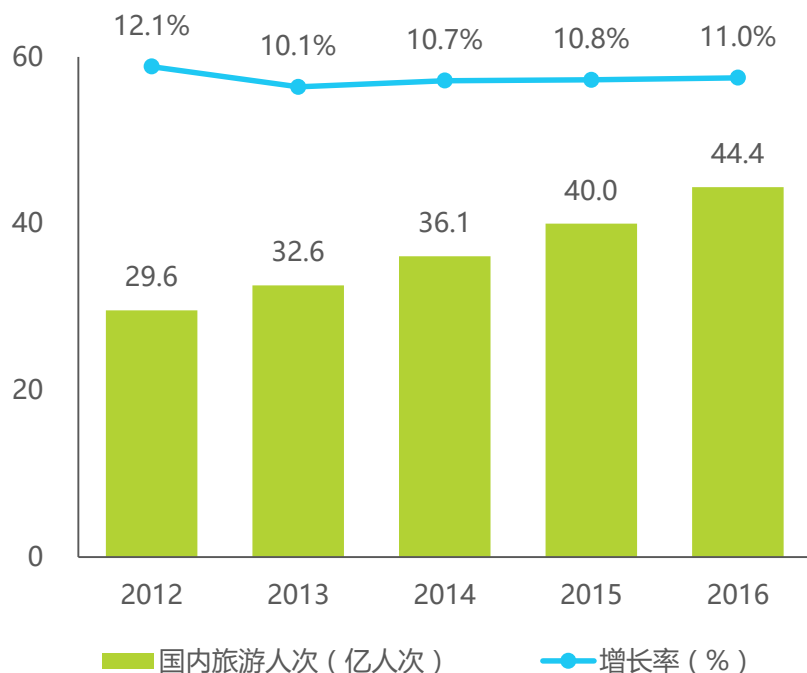


来源：国家统计局。

国内旅游市场不断增长，自驾游、跟团游市场带动租车需求

中国国内旅游市场不断增长，旅游人数及消费总额均稳步增长，2016年旅游人次44.4亿，旅游收入达3.9万亿元。在旅游市场发展的大背景下，跟团游市场日益火爆，自驾游也越来越受消费者青睐；租车成为对企业用户（旅行社/酒店）和自驾游游客不可或缺的存在。

2012-2016年中国国内旅游人次

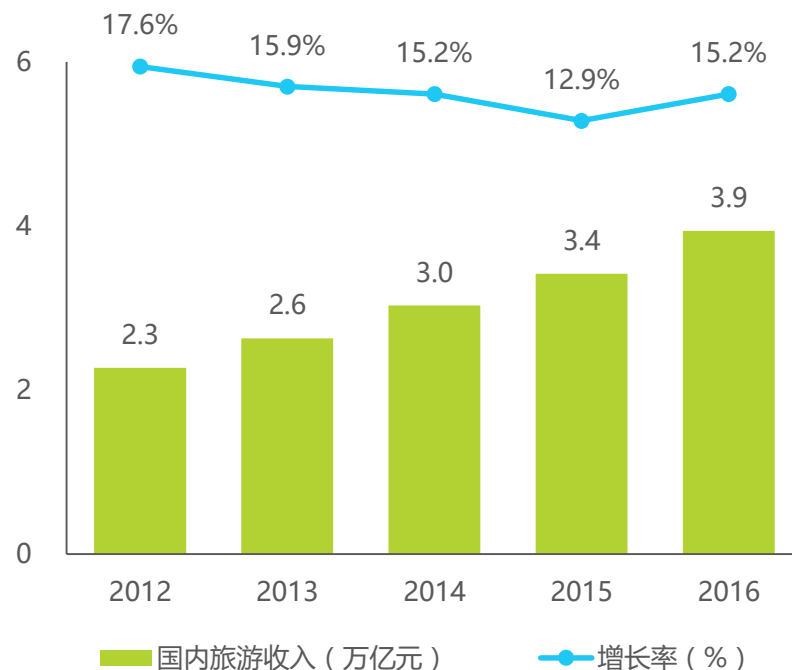


来源：国家旅游局。

©2017.7 iResearch Inc

www.iresearch.com.cn

2012-2016年中国国内旅游收入



来源：国家旅游局。

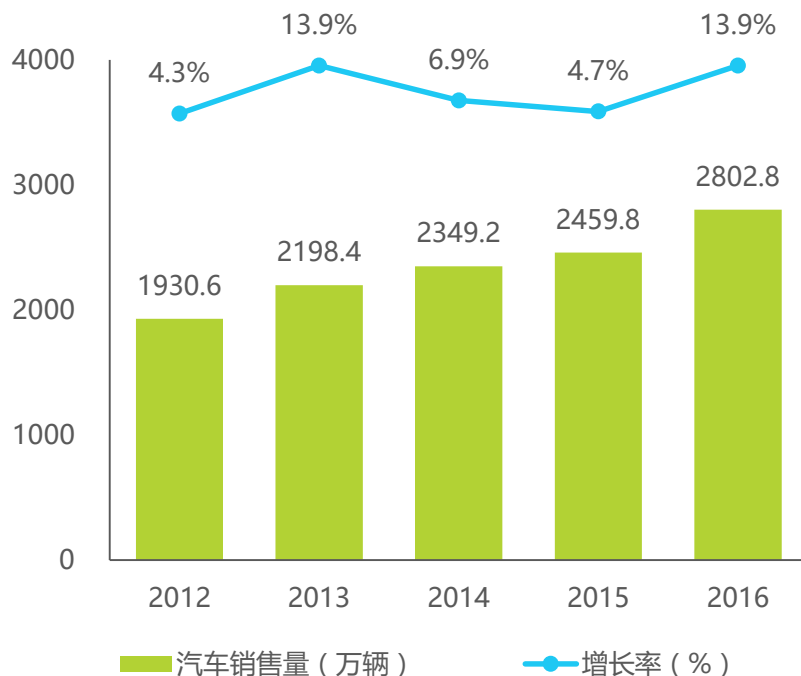
©2017.7 iResearch Inc

www.iresearch.com.cn

汽车销量和保有量均增加，为租车市场供给提供保障

在持续增长之下，2016年中国汽车销售量达2802.8万辆，汽车保有量近2亿；汽车销量和保有量的增长表现出居民用车需求的提升，也为租车市场的供给提供了有力保障。随着居民消费能力的提升及汽车消费理念的升级，居民汽车使用需习惯已经养成，汽车的工具属性愈发凸显，按需用车将成为未来的用车趋势。

2012-2016年中国汽车销售量

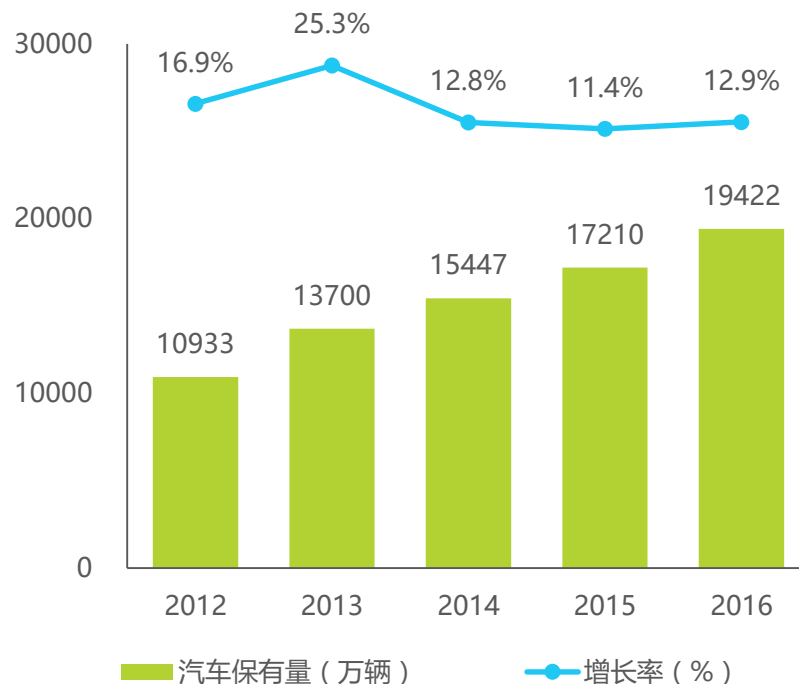


来源：汽车工业协会。

©2017.7 iResearch Inc

www.iresearch.com.cn

2012-2016年中国汽车保有量



来源：公安部交通管理局。

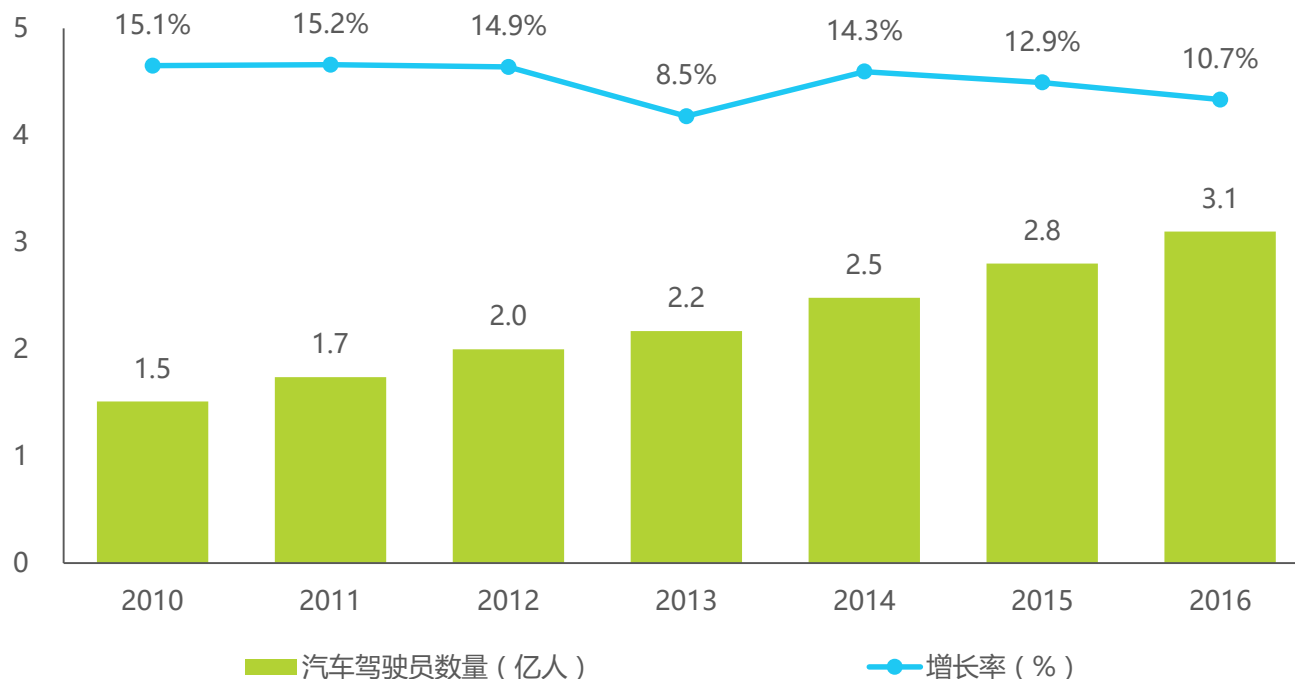
©2017.7 iResearch Inc

www.iresearch.com.cn

驾驶员数量远高于汽车保有量，租车需求空间巨大

今年来，我国汽车驾驶员数量增长近一倍，2016年国内汽车驾驶员数量超过3亿人，驾驶员和汽车保有量之间存在较大的缺口。经济水平的增长、生活方式的改变、自驾出行习惯的养成，加上一二线城市交通压力大，尤其部分城市实行限牌政策，居民用车需求难以得到满足，租车成为新的出行选择。

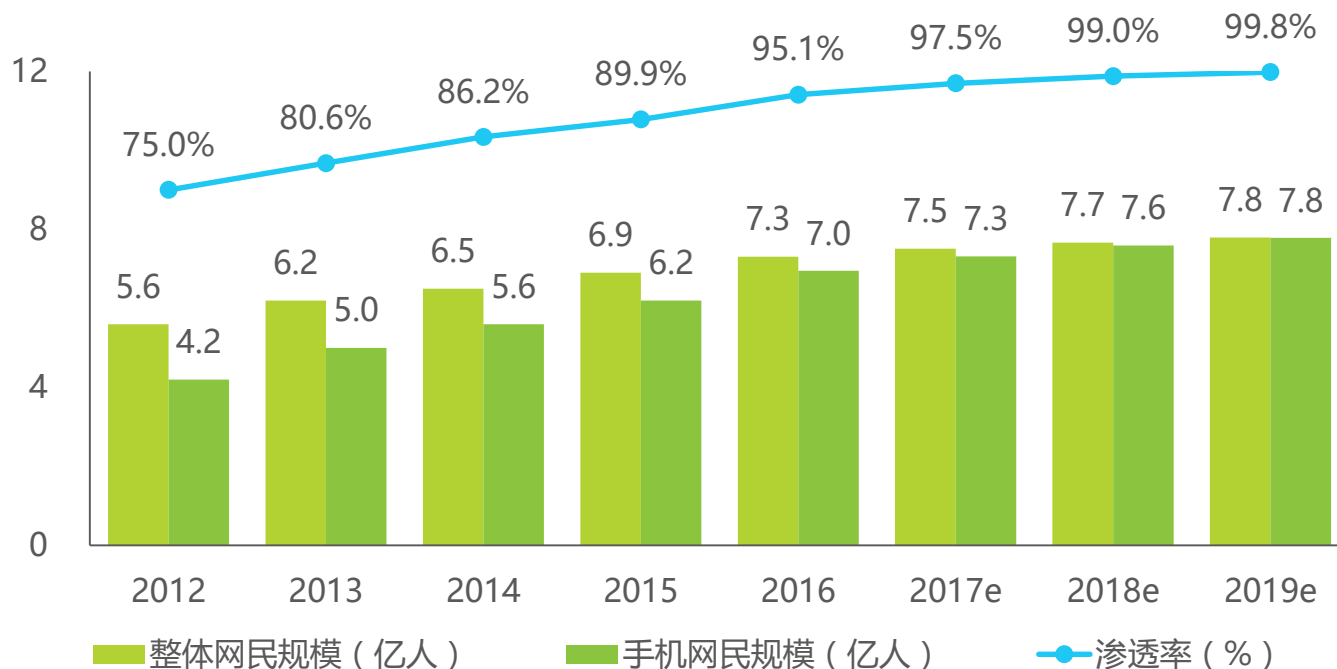
2010-2016年中国汽车驾驶员数量



移动互联网持续发展，有利于用户随时随地在线租车

2016年中国网民和手机网民规模分别达到7.3和7.0亿人，移动网民在网民中的占比已经达到95.1%。智能手机和无线网络的普及、移动端碎片化的特点及更加符合消费场景化的特性使用户不断向移动端转移。移动互联网的发展使在线租车更加便捷高效，有利于在线租车市场发展。

2012-2019年中国网民&手机网民规模



来源：综合企业财报及专家访谈，根据艾瑞统计模型核算。

国际汽车租赁巨头发展特点

合纵连横，国际汽车租赁巨头以优质的服务巩固市场地位

经过近百年的发展，汽车租赁在国际市场中已经成为一个相对成熟的产业，市场规模千亿美元，运营车辆的保有量约300万。其中，欧美国家的租赁市场发展最为成熟，庞大的租车群体孕育出Hertz、AVIS、ALD Automotive等巨头；国际汽车租赁巨头形成了会员制服务、上下游合作、跨行业协作等自身发展的特点和优势。

国际汽车租赁巨头发展特点

小型车辆和经济型车辆为主

除巴基特租赁公司的特种车队外，其他汽车租赁公司90%运营车辆是轿车，并且3/4为小型车辆和经济型车辆

特许经营模式统一模式和品牌

利用本地公司对当地市场的熟悉，是特许经营模式最大的成功之处，通过较小的投入，形成规模化经营，最终形成统一的服务、统一的品牌

完备的救援、保险等基本保障体系

提供租赁车辆的救援活动及租赁公司的救援电话号码是最基本的要求，租赁企业与专业的救援机构合作，建立了完善的租赁车辆救援机制；针对租赁车辆有专门的险种，租赁企业内部设有专门的索赔管理机构



与汽车厂商密切合作

通过合作，汽车租赁公司实现了租赁车辆的快速更新；汽车制造厂商实现更多的批量销售

会员制，给客户最优质的服务

通过建立客户档案，为客户提供更优质的服务；针对不同公司情况和商务需求提供专门的团体费率计划和相应的配套服务，并参与到客户公司差旅交通费用的管理控制

跨行业协作，建立全方位的服务体系

与其他交通工具、旅游、酒店、餐饮、商务等行业建立全方位的服务体系，形成紧密的协作关系，为客户提供多方面的优质服务产品，以实现效益的最大化

美国租车行业发展现状

行业发展成熟，集中度高；企业业务多元化，注重技术创新

美国汽车租赁市场高度成熟，市场规模远高于国内，2016年达约400亿美元；企业集中度高，三大公司市场份额超过90%。三巨头业务类型多样，在世界各地拥有数以千计的网点分布，营收可观。另一方面，从两家上市巨头来看，均出现营收下滑，股价下跌的情况；尤其赫兹在近一年，股价由50美元跌至10美元。除了优质服务和技术创新，巨头企业如何重振市场信心，有待关注。

2016年美国汽车租赁三巨头及行业整体发展现状

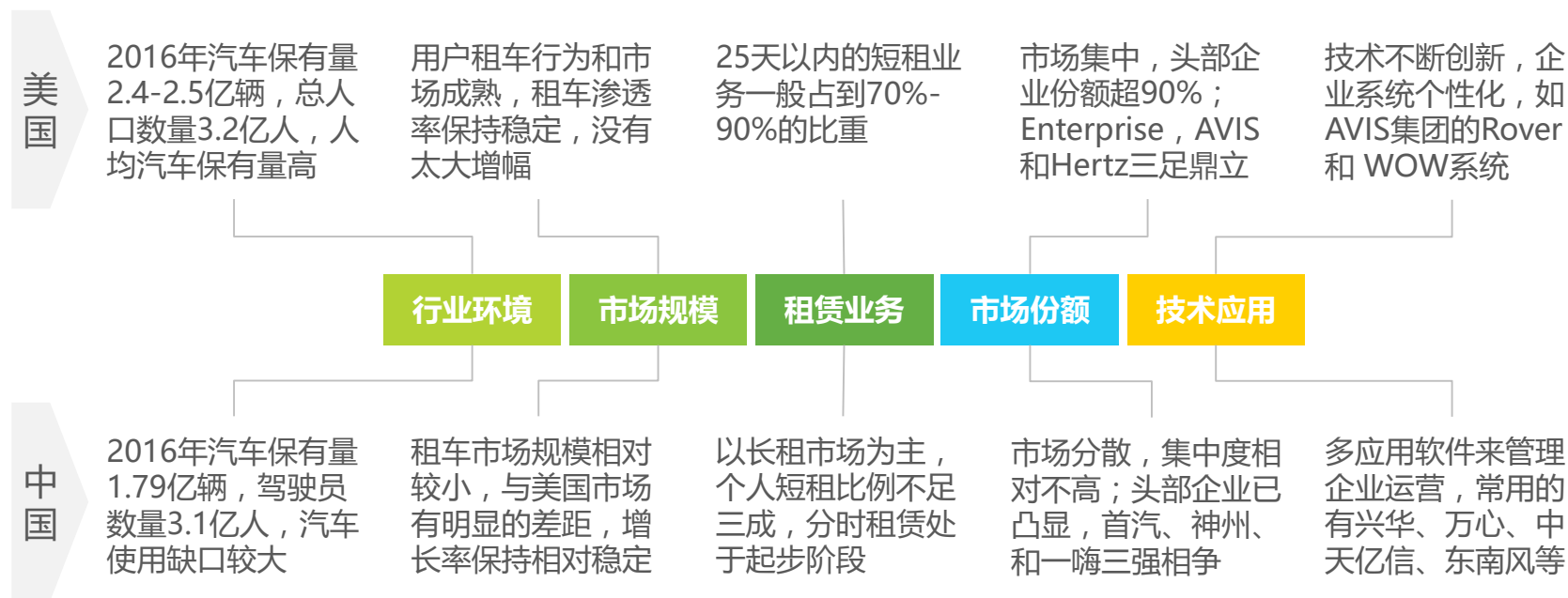
美国汽车租赁三巨头			
Enterprise		AVIS	Hertz
美国市场现状	经营网点：7200+	经营网点：5000+	经营网点：8100+
	国家分布：30+	国家分布：165	国家分布：147
	家族企业，未上市	2016年营收：\$86.6亿	2016年营收：\$88.0亿
	与中国企业联系：投资一嗨租车；与携程签订战略合作协议，提供海外市场服务	2016年净利润：\$1.6亿	2016年净利润：\$-4.9亿
		与中国企业联系：投资上汽；与小二租车签署战略合作协议	与中国企业联系：神州租车股东，近几年有所减持
市场规模		2016年市场规模约400亿美元，保持稳定增长	
行业集中度		企业集中度高，三大公司市场份额超过90%	
业务类型		在经营性租赁的基础上，开展融资租赁、二手车销售、车辆保险等多种相关业务	
技术创新		通常将数据中心外包给专业公司，自己拥有实验室和系统，测试新技术和工作项目	

中美租车市场对比

行业集中度、业务组成比例是中美市场最大差异

由于中国租车行业起步较晚，目前国内用户市场仍在持续积极的培养阶段，尤其短租市场成熟相对较低。对比美国市场，目前中国租车行业规模较小，市场集中度较低，短租业务比例较低，市场普及程度相对不足。但随着中国汽车消费理念不断转变，中国租车行业迎来黄金发展时期，汽车保有量和拥有汽车驾照的人数均达到较高水平，市场潜力巨大。另外，中国旅游行业的快速发展、大型城市限购、限行等政策的实行对中国租车行业发展起到有效的推动作用。

中美租车市场对比



中国租车行业发展环境	1
------------	---

中国租车行业发展现状	2
------------	---

中国租车行业用户分析	3
------------	---

中国租车行业典型企业	4
------------	---

中国租车行业未来趋势	5
------------	---

中国租车行业发展历程

租赁对象、业务模式多元化发展，行业进入调整升级阶段

从1989年开始，中国租车行业经历了四大主要发展阶段，租赁企业也从大型国有企业发展成为多种企业类型共存；租赁对象由最初政府、企业发展成到普通大众消费者；业务模式也由最初传统线下采购模式拓展为“线下预定、线下取车”“门店直接预定”等多种租赁方式混合模式。另外，融资租赁、分时租赁模式也逐渐兴起，业务模式更加多元化。随着移动技术水平的发展以及旅游市场的带动，中国租车行业诸多业务将会进一步升级发展。

中国租车行业发展历程

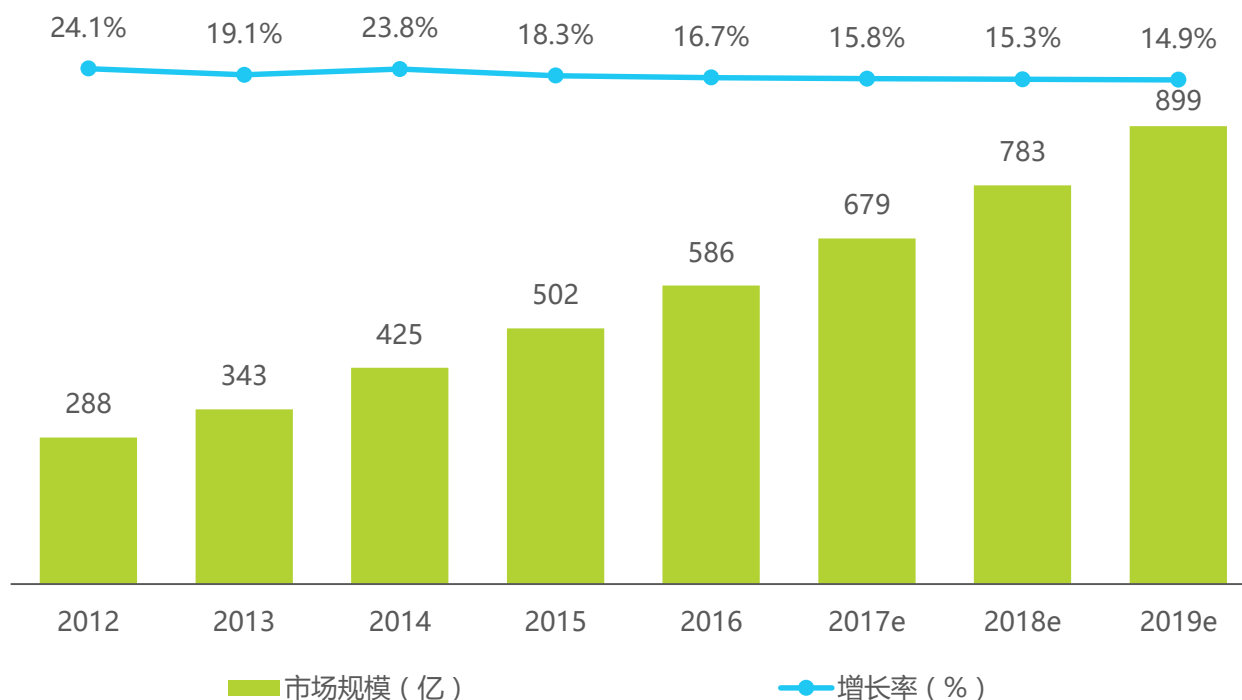


中国租车行业市场规模

市场保持稳步快速发展节奏，市场增速将保持10%以上

随着用户对汽车使用的刚性需求愈发明显，租车市场迎来良好的发展环境。2016年，中国租车行业市场规模达接近600亿元，同比增长16.7%。除传统长期和短租业务保持快速增长外，融资租赁和分时租赁的兴起，为整体租车市场发展注入新的动力。另一方面，国内领先的租赁企业在车队规模、服务流程、业务创新等方面不断升级，表现出强劲的发展势头，为行业整体发展提供有力保障。

2012-2019年中国租车行业市场规模



来源：综合企业及专家访谈，根据艾瑞统计模型核算。

注释：中国租车市场规模主要包括汽车租赁服务行业规模，以汽车经营性租赁服务中长租服务和短租服务为主，包含分时租赁和融资租赁（以租代购）。

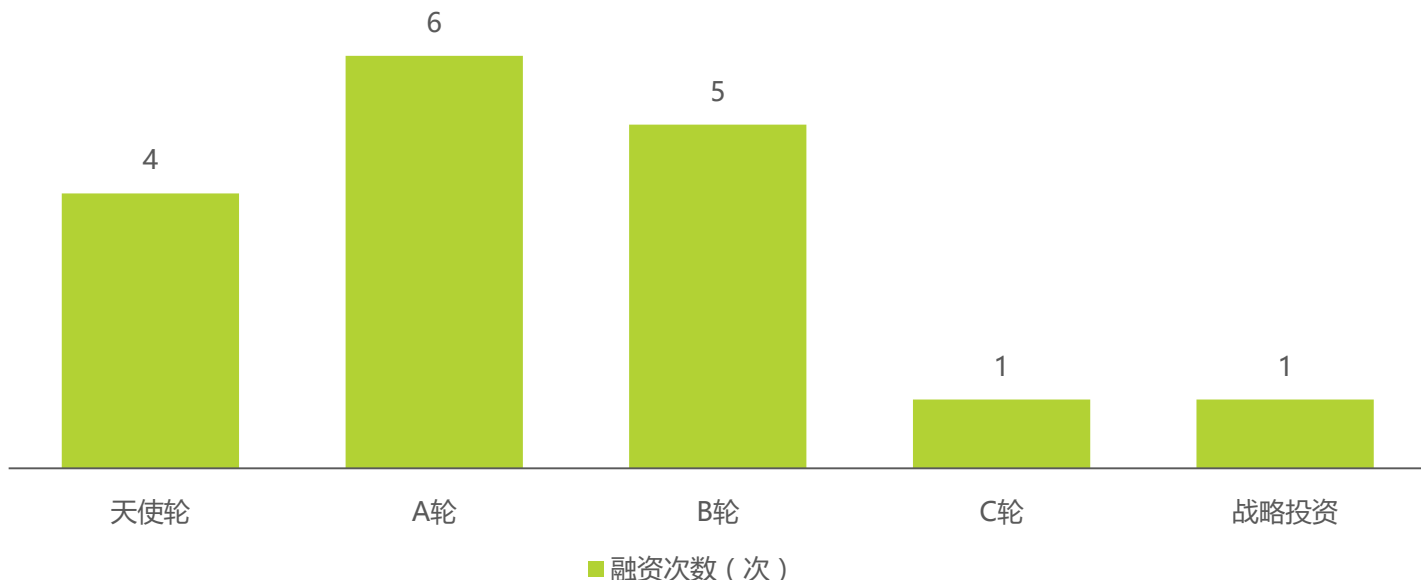
中国租车行业融资情况

分时租赁备受资本关注，传统租赁中后期融资比例更高

随着共享经济的兴起，分时租赁成为汽车租赁行业话题最多、最受关注的细分市场。尤其分时租赁目前在国内处于起步发展阶段，市场竞争格局尚不明晰，暂未出现全国性连锁企业，区域市场发展潜力和机会大，而且市场具有较强的互联网属性，不断有进行创业者进入，市场整体以天使轮和A轮的融资项目为主。

对于传统租赁市场，市场格局较为稳定，且市场以传统线下交易方式为主，企业运营模式相对更重，资金需求更高，市场融资事件相对较少，但融资主要集中在B轮及以后的轮次，单笔融资金额较高。其中，首汽租车2016年底完成21.5亿的A+及B轮融资，展现出大型传统租赁企业的发展潜力。

2016年5月-2017年8月中国租车行业市场投融资情况

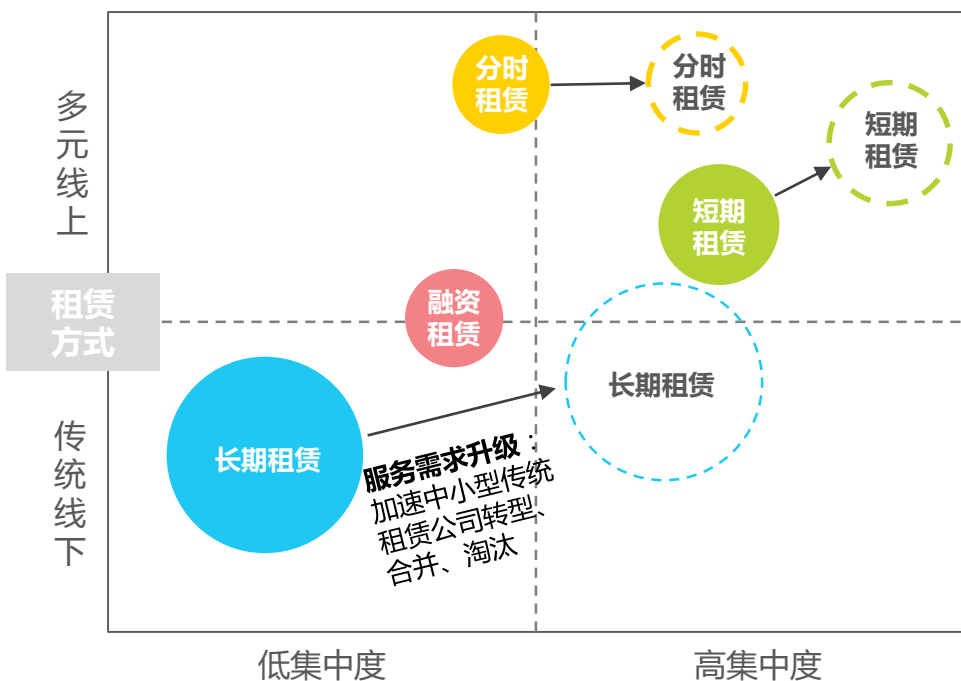


中国租车行业主要市场解析

长期租赁市场规模最大，短期租赁市场集中度相对较高

目前，中国租车行业模式众多，尤其随着移动互联网技术以及大众汽车消费观念的转变，租车行业市场规模不断提升。从各细分市场来看，长期租赁市场规模依旧保持明显优势，尤其在公车改革、企业轻资产运营等大趋势背景下，长期租赁市场仍有较大发展空间。另外，短期租赁市场格局相对稳定，头部企业市场知名度、品牌效应、资源配置、用户规模等方面优势明显。分时租赁、融资租赁市场起步较晚，用户规模、市场认知度相对较低，但代表目前新兴租赁模式，潜力可期。

市场中国租车行业各市场发展趋势矩阵



注：“●”的大小表示目前市场规模，“●”越大表示市场规模越大，反之越小

长期
租赁

市场规模最大，但高度分散

主要以企业用户为主，满足企业长期用车需求；另外，以传统线下经营模式为主，企业对企业的B2B模式合作，一般以传统的采购流程进行。

短期
租赁

头部企业优势明显，集中度较高

线上平台是目前最主要的短期租赁途径，尤其B2C模式在线租赁市场规模最大，其中神州租车、首汽租车、一嗨租车市场优势明显，占据重要市场地位。

分时
租赁

起步阶段，以区域性市场发展为主

分时租赁主要依托移动互联网技术，满足用户更短时间的出行需求。目前，市场玩家主要依托汽车厂商和大型租赁企业，在局部城市或区域发展为主，暂未出现全国覆盖企业。

融资
租赁

一定金融属性，参与者行业覆盖广

专业融资租赁公司、汽车厂商、汽车经销商以及传统租赁公司均有布局融资租赁市场。目前，市场内产品丰富，但市场暂未出现领军企业。由于存在一定金融属性，融资租赁是部分企业的辅助业务，市场推广力度相对较弱。

中国租车市场主要应用场景

长租以企业用车为主，短租及分时主要满足个人个性化需求

中国租车市场中长期租赁应用场景以企业用车为主，主要包括企业日常用车、高管用车等，且车型范围广，例如企业员工接驳巴士、商务出行MPV和高级轿车等；短期租赁和分时租赁均以个人用户短期用车需求为主，但短期租赁车型选择更为灵活，出行半径相对更大。目前，短期租赁城市覆盖范围更广，主要应用于中短途自驾；分时租赁目前主要覆盖一二线城市，城市内日常通勤、临时出行场景更多。

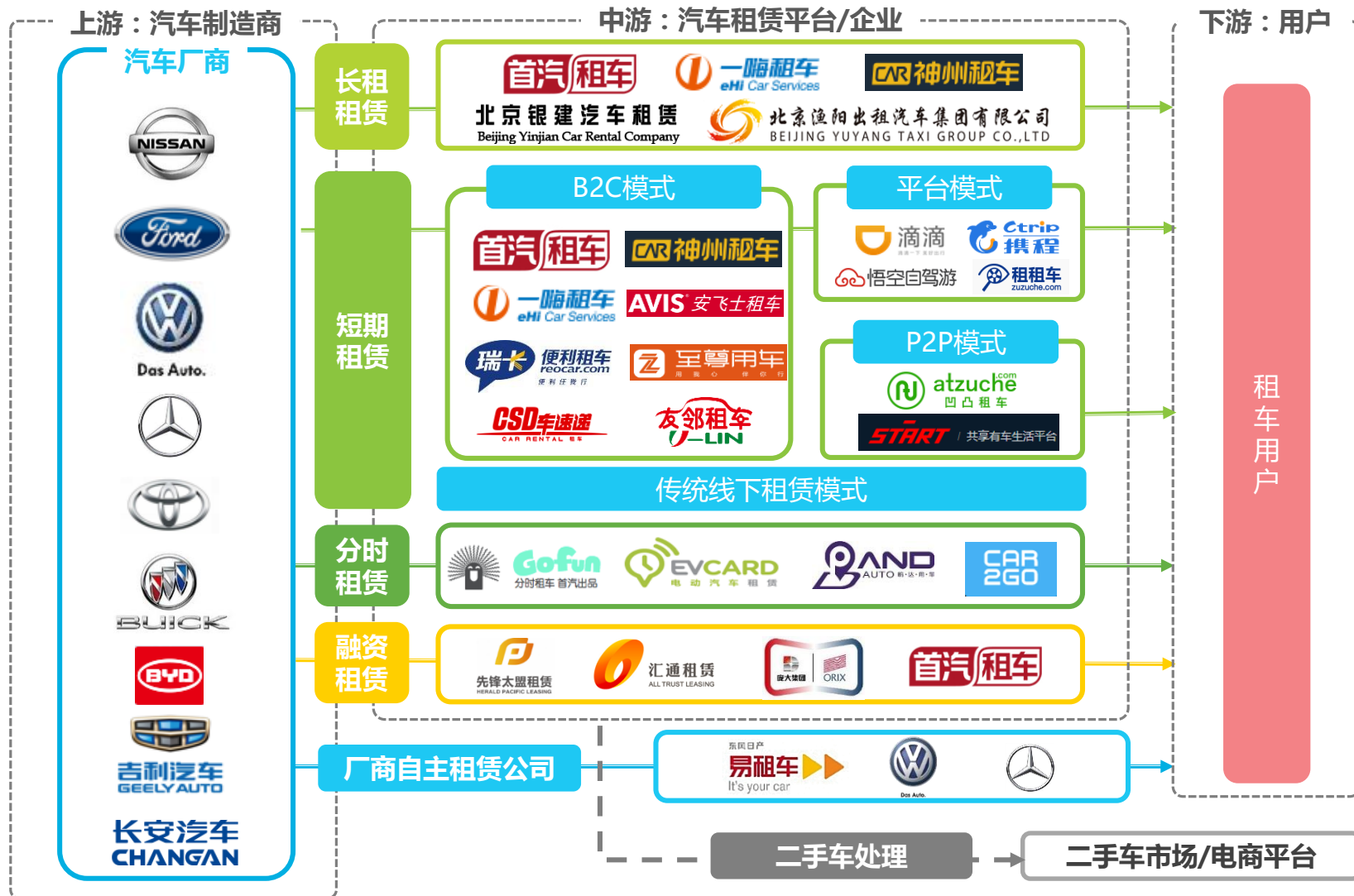
中国租车市场主要应用场景和租赁方式

	长期租赁	短期租赁	分时租赁
使用对象	<ul style="list-style-type: none">以企业客户为主，尤其外企高管、领导少数个人用户	<ul style="list-style-type: none">以个人用户为主，满足个人短期用车需求	<ul style="list-style-type: none">目前以一二线城市年轻白领群体为主
使用场景	<ul style="list-style-type: none">企业日常车队用车外企、国企高管日常用车酒店、旅行社等日常用车	<ul style="list-style-type: none">城市周边自驾出游旅游目的地用车，包括出境旅游目的地国际租车商务接待、商务差旅等	<ul style="list-style-type: none">临时、短途商务出行日常上下班、周末市内出行
租赁方式	<ul style="list-style-type: none">主要以B2B企业间合作方式，一般会通过一定的采购流程，签订书面协议，有一定的付款周期	<ul style="list-style-type: none">线上平台预定，线上付款，线下提车或送车上门传统线下门店租赁	<ul style="list-style-type: none">自主通过移动端App完成找车、订车、取车、还车
车型特征	<ul style="list-style-type: none">车型多元化，大型巴士、商务MPV、SUV、普通轿车全覆盖	<ul style="list-style-type: none">以普通轿车为主，SUV、MPV比例增加	<ul style="list-style-type: none">小型新能源汽车为主，部分小型燃油车，例如smart

中国租车行业产业链图谱

iResearch

艾瑞咨询



中国租车行业主要盈利模式解析

规模化经营是企业盈利的关键，收入来源亟待丰富

目前，中国汽车租赁市场主要盈利模式较为清晰。其中，主要收入来源包括车辆租赁收入和二手车出售收入两大方面，收入能占企业总收入70%。整体而言，收入来源较为单调，缺乏较好的收入项目。另外，车辆采购成本和车辆运营成本是最大两块固定支出项目，尤其车辆采购成本与企业采购规模直接相关，直接影响企业的盈利水平。所以，形成规模化经营，加强与上游厂商合作，降低采购成本，最大力利用车辆价值，合理规划车辆使用周期，提升二手车残值处理能力是企业盈利的关键，这也是大型租赁企业优势所在。

中国汽车租赁市场主要盈利模式分析

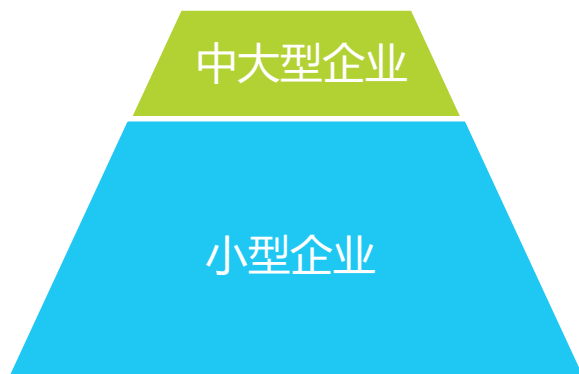


中国租车行业市场集中度分析

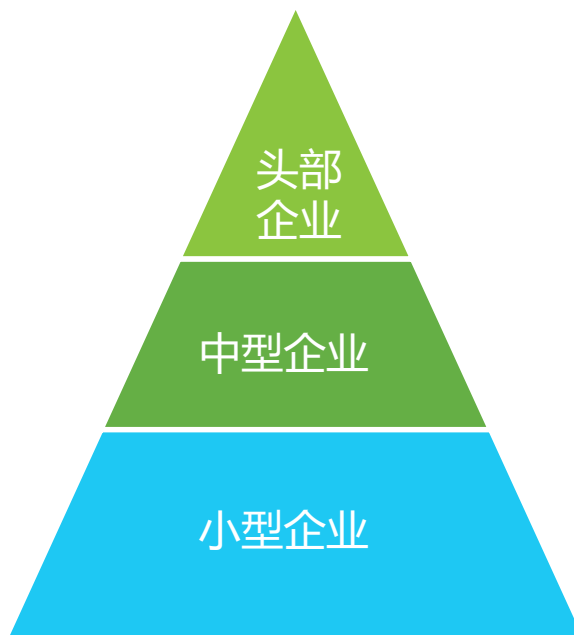
长租和分时租赁未出现绝对领先企业，短租市场集中度较高

中国长期租赁市场虽然发展时间最长，但由于其发展更依赖线下资源，区域性特征显著，市场内中小型企业数量较大，未出现全国性、绝对领先企业，市场较为分散。对于短期租赁市场而言，市场成熟度最高，以全国性连锁企业为主，尤其以神州、一嗨、首汽为代表的头部企业，在短租市场规模占比较高，已形成较大的规模优势。分时租赁市场起步最晚，绝大多数企业以单个城市或几个城市市场为先导，暂未出现超大型企业。

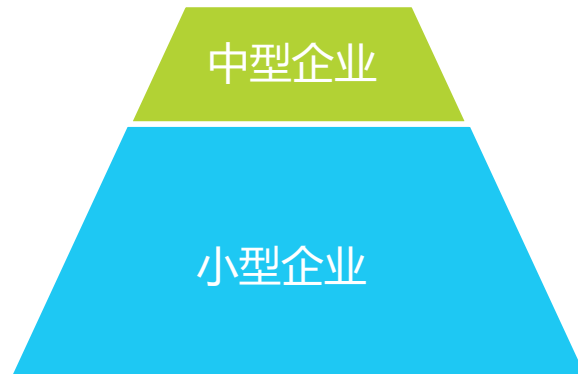
中国长期租赁市场竞争格局



中国短期租赁市场竞争格局



中国分时租赁市场竞争格局



长期租赁市场发展特征

高度分散市场，以中小型企业为主，大型企业发展优势明显

中国汽车长期租赁市场是高度分散的市场，目前主要由地方性中小型租赁企业占据主要份额，全国性大型租赁企业在长租市场暂未形成全国布局。大型租赁企业凭借车辆资源、服务品质、管理经验等各方面有明显优势，在未来市场发展和竞争将会逐渐显现。

从模式特征和客户特征来看，长期租赁市场目前仍是以传统线下方式为主，企业资源、品牌知名度、价格是目前最重要的一些影响因素。现阶段，汽车租赁汽车提供服务方式主要包括自驾租赁、带驾租赁以及整套用车服务体系三种模式。长期租赁客户主要企业、集团客户为主，尤其对高管人员配车、企业日常用车两部分，尤其在国内公车改革背景下，国企、政府用车需求将推动长期租赁市场快速发展。

2017年中国汽车长期租赁市场特征

租赁企业特征

中小型企业

- 市场主力军，多数为地方性企业，车队数量、车型种类、管理能力有一定局限性
- 长期经营区域市场，有稳定的企业客户资源，经营方式灵活，区域市场占有率高

全国性大型企业

- 数量少，具备丰富的车辆资源、全面管理服务能力、有竞争力的价格，例如首汽租车
- 凭借企业实力，拓展多区域市场

服务模式特征

传统线下方式
为主

自驾模式为
主，带驾模式
辅助

为企业打造一套定制化、完整的
用车服务

客户特征

外国企业（企业高管为主）

民营企业（轻资产运营）

大型国企（公车改革后企业
日常用车）

长期租赁市场发展驱动因素

公车改革、企业商务出行、资产配置优化是主要驱动因素

自中国汽车租赁行业发展伊始，长期租赁市场一直以服务企业客户为主，尤其在经济高速发展时期，企业商务出行需求十分旺盛，大量外企以及民营企业通过长期租赁方式解决高管用车、企业日常商务出行用车需求。目前，随着精细化企业运营理念的普及，许多企业通过资产配置的优化，减少车辆的持有成本和养护等费用，转向长期租赁。另外，中国公车改革持续深化，大量较少政府车辆采购，并鼓励使用租车作为满足日常用车需求的主要途径之一，促进长租市场发展。

长期租赁市场发展驱动因素

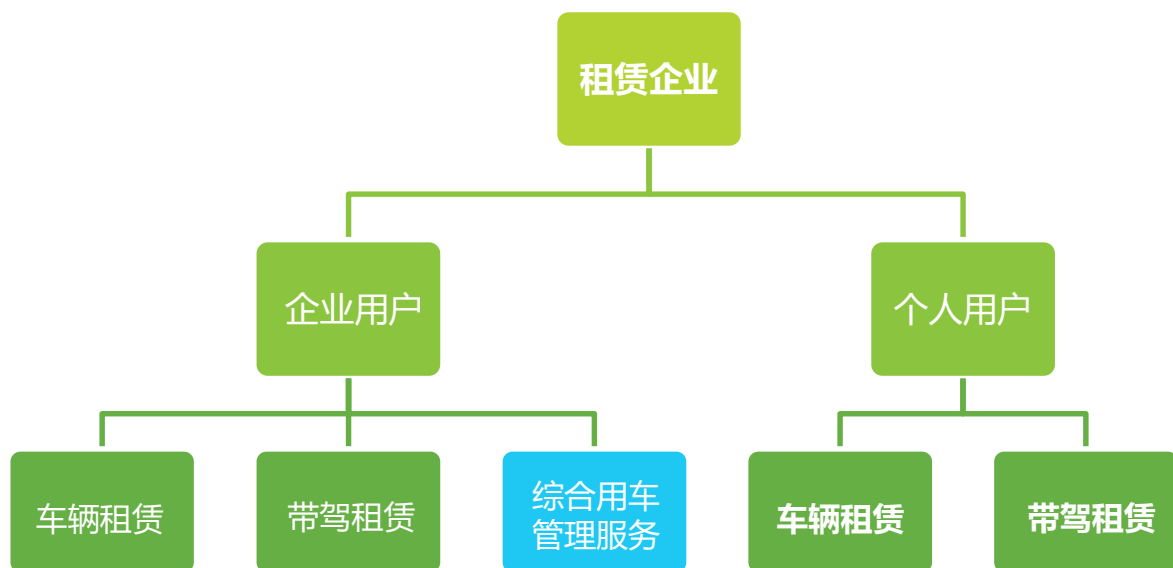


长期租赁市场服务模式

提供车辆是基本要求，综合用车管理能力是未来服务核心

长期租赁市场在目前及未来较长一段时期仍以企业用户为主，提供车辆仅能满足企业最基本的用车需求。未来企业用车需求更为精细，按需用车、灵活用车、异地用车等需求将逐渐凸显，这对租赁企业综合车辆管理能力、城市覆盖能力、车型提供能力均有较高要求。在此趋势下，全国性大型租赁企业优势将会凸显，如首汽租车，其品牌、资源、车型、服务经验将会受到更多企业用户青睐。

长期租赁市场服务模式分析



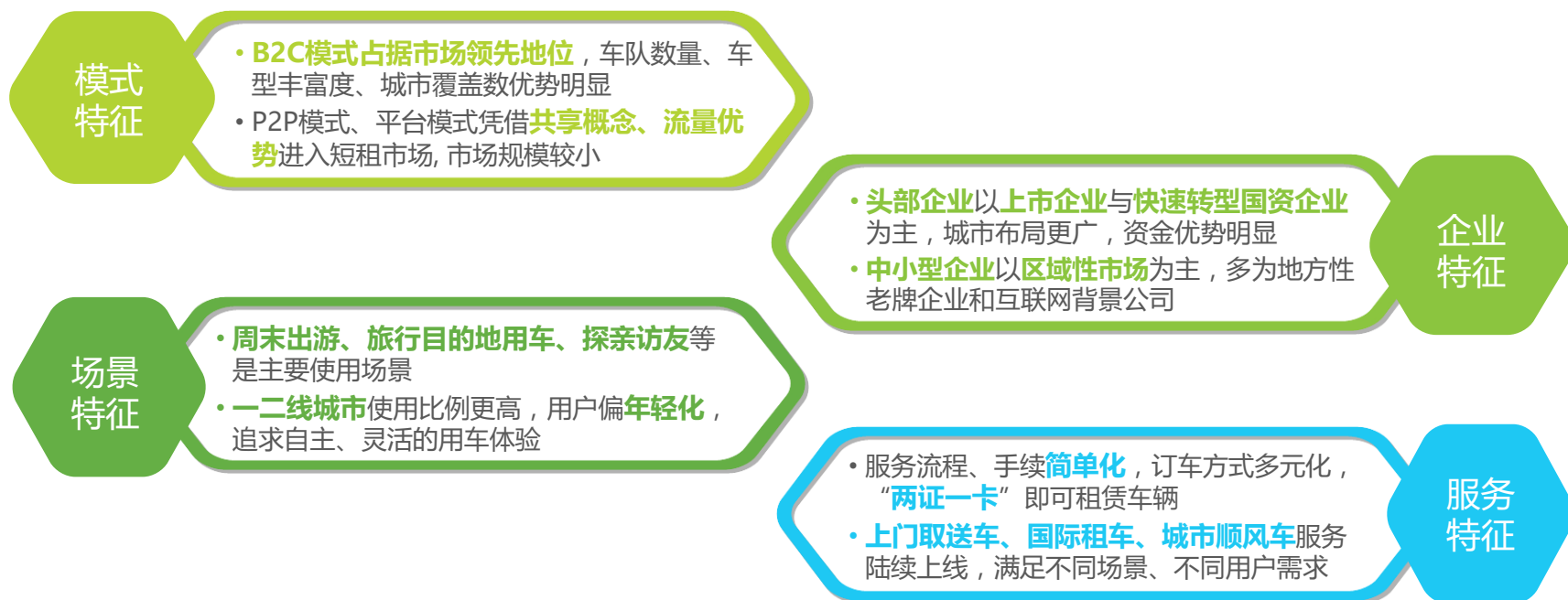
- ◆ **服务对象及场景：**企业用户占据绝对市场份额，其主要使用场景包括机场接送、企业班车、商务会议接送、日常外事用车等。
- ◆ **合作方式：**以线上平台线索、邮件、电话为先导，实际合作主要通过面对面磋商，进而签订长期租赁合作协议。
- ◆ **服务类型：**企业服务主要包括车辆租赁、带驾租赁、综合用车管理服务三大类。其中带驾租赁和综合用车管理服务对租赁企业车队数量、驾驶员数量、车型丰富性、协调管理等综合能力要求较高。目前，仅有部分大型租赁企业能够提供完善的综合用车管理服务。
- ◆ **典型企业：**首汽租车，国内最早汽车租赁企业之一，大型国有企业背景，具备丰富的客户资源、企业服务经验、车队资源。

短期租赁市场发展特征

市场格局基本稳定，头部企业优势明显，使用场景多元化

与长期租赁市场不同，短期租赁主要客户群体是个人，且市场集中度较高，目前主要以B2C模式企业为主。其中神州租车、一嗨租车两大上市企业，以及已经完成快速转型的首汽租车处于市场领先地位。使用场景和用户特征上，城市周边游、旅游目的地用车、商务接待等是主要使用场景，以个体用户自驾为主，现阶段一二线城市用户使用比例更高。另外，短期租赁目前主要以线上预订、线下取车方式为主，流程、手续非常简单。

2017年中国汽车短期租赁市场特征



短期租赁市场模式对比

B2C模式覆盖用车全流程服务，P2P和平台模式侧重线上服务

B2C模式发展最早，是国内以及全世界范围内最主流的短期租赁模式。B2C模式属于重资产运营模式，需要自主采购车辆、自建线下服务门店以及大量线下服务人员。但也正因为这些资源投入，才有效保证其充足的车辆资源、服务品质，建立全国性服务网络，从而形成规模效应，帮助神州、首汽等企业成为市场头部企业。

P2P和平台模式属于新兴模式，从互联网角度切入市场。P2P模式瞄准个人车辆闲时资源，以共享理念和价格优势进入市场，服务流程在线上完成，目前市场较少，车辆资源稳定性及线下服务能力较弱。平台模式参与者主要是旅游、出行行业巨头，通过合作第三方租赁公司，综合平台自身服务能力，刺激平台内用户转化。

短期租赁市场模式对比

B2C模式

租赁企业自营车辆租赁平台

重资产，自主采购车辆资源

自建线下门店，打通线上线下入口

线上、线下支付均可

车辆、产品、服务、流程标准化，
具备品牌、规模效应

代表
企业

首汽/租车

神州租车

一嗨租车
eHi Car Services

P2P模式

连接出租用户与承租用户中间平台

轻资产，合作个人车辆闲时资源

纯线上交易入口，无线下门店

线上支付

车辆不统一，车源数量难以保证，但共享理念、价格优势吸引尝新者

代表
企业

atzuhe
凹凸租车

START 共享有车生活平台

平台模式

连接租赁公司与承租用户中间平台

轻资产，合作租赁公司，获取车辆资源

纯线上交易入口，少数自建服务网点

线上支付

平台用户流量大，契合用车场景，刺激
平台各业务之间联动、转化

代表
企业

滴滴出行
滴滴一下 美好出行

Ctrip
携程

短期租赁市场发展驱动因素

旅游市场、出行方式变革、有本无车一族需求驱动市场发展

中国短期租赁市场在发展初期主要以传统线下服务模式为主，市场需求相对较弱。随着互联网的快速发展，尤其在移动互联网环境下出行方式的升级与变革，租车更加方便，且价格更加合理，使之成为大量消费者的出行选择之一。另外，在整体火爆的旅游市场下，消费者对出游品质的要求不断提升，自主、灵活、自由的自驾游市场受到消费者青睐。在诸多一二线城市限购政策下，租车出游成为城市周边自驾游的主要选择之一。

短期租赁市场发展驱动因素

旅游市场推动

近些年，中国旅游市场发展迅速，旅游人数、市场规模不断攀升，**自驾游成为重要市场之一**，另外，旅行目的地租车需求日益凸显，带动短租市场。

租赁方式发展升级

现阶段**汽车租赁方式、流程、资料**越来越简单，PC端和移动端均可预定，且覆盖全国多数城市，方便高效。

汽车消费及出行方式变革

随着出行方式更加多元化，许多年轻消费者更愿意**按需选择出行方式**，而不是直接购车。短期租车有效地满足消费者**灵活、短期、低价的用车需求**。

有驾照无车一族需求旺盛

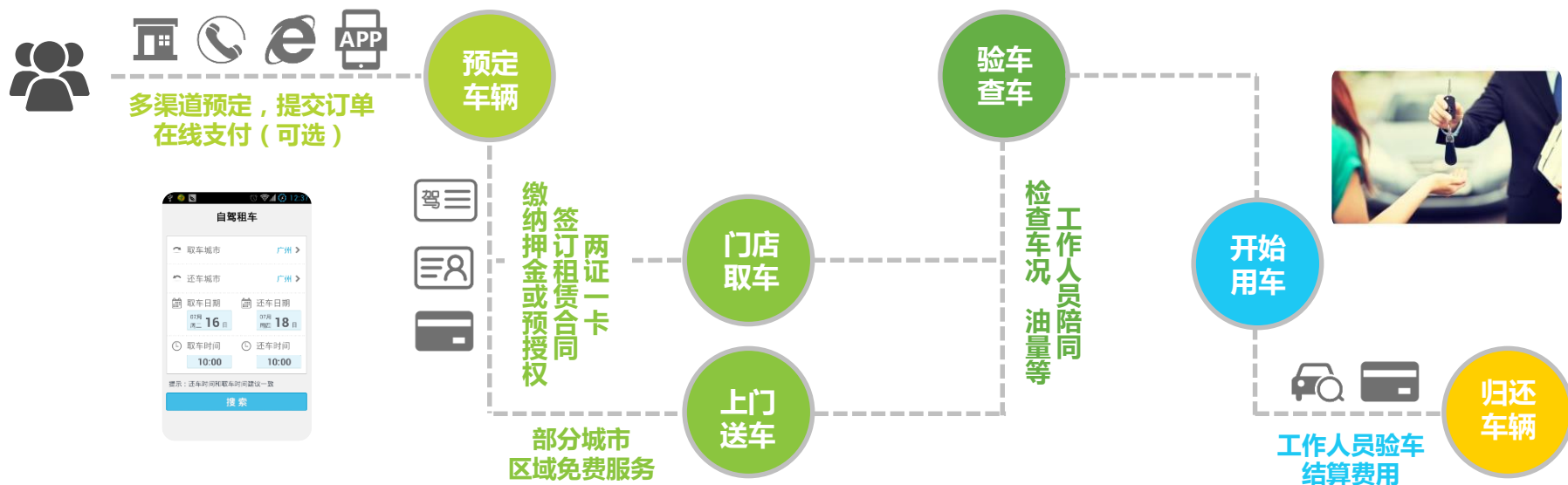
截止2016年，**国内持有汽车驾照人数达到3.1亿**，远高于汽车保有量；同时，一二线城市**限购政策**使大量用户**无法购买车辆**，汽车租赁需求不断凸显。

中国短期租赁市场主流服务流程

车辆预订渠道丰富，服务流程和手续标准化、简单化

短期租赁市场目前主要以个人用户自驾为主，用户通过传统门店、电话、手机App、网页多种渠道预定车辆。随着互联网和智能手机的快速普及，线上预订成为最主要个人短期租赁方式。同时，短期租赁需要提交手续更加精简，绝大多数情况下，身份证、驾驶证、信用卡即可满足租赁需求。缴纳押金或者预授权、签订合同，并与工作人员一同验车后即可开始使用车辆。

中国短期租赁市场主流服务流程



中国分时租赁市场特征

新能源汽车是分时租赁市场主角，自助服务模式方便快捷

汽车分时租赁不仅是重资产模式，而且需要更多政府资源、产业链资源。资金、车辆、停车位、充电桩、运维能力等是影响企业发展的重要因素。目前，国内市场以新能源分时租赁为主，汽车厂商、租赁公司背景平台在资金、车辆方面有一定优势。另外，通过App完成所有流程，自助服务是另一重要特征，既满足用户随时的用车需求，使用流程又方便快捷。相对传统短租，分时租赁的计价规则有较大吸引力，按时间或按时间+里程付费均体现按需收费的用车理念。

中国分时租赁市场特征

平台特征

以汽车厂商、租赁公司、互联网公司背景平台为主

自主品牌汽车厂商，例如北汽、上次分别投资绿狗租车和EVCARD；老牌租赁企业——首汽集团推出分时租赁平台Gofun；互联网公司，例如1度用车、EZZY等

车辆特征

小型新能源汽车是市场主力车型

新能源汽车凭借环保、方便、易养护及满足国家新能源发展政策的多种因素，成为目前市场主力车型，例如北汽E160、奇瑞eQ、荣威E50等

场景特征

上下班通勤、园区用车、周末市内出行是主要应用场景

目前分时租赁网点主要分布在社区、商业区、景区等人流密集区域，另外多数车辆的续航里程有限，使目前分时租赁使用场景有一定限制

模式特征

通过App预定、取车、换车是主流模式，取还车地点要求各异

分时租赁最显著的特征是其通过App完成所有流程，线下自行取车、还车，无需交接等流程，全程自助完成。但对取还车地方仍有一定要求，主要分成“同一地点取还车”和“异地取还车”两种情况。

收费特征

“时间+里程”和“时间”是目前两种最主流计费方式

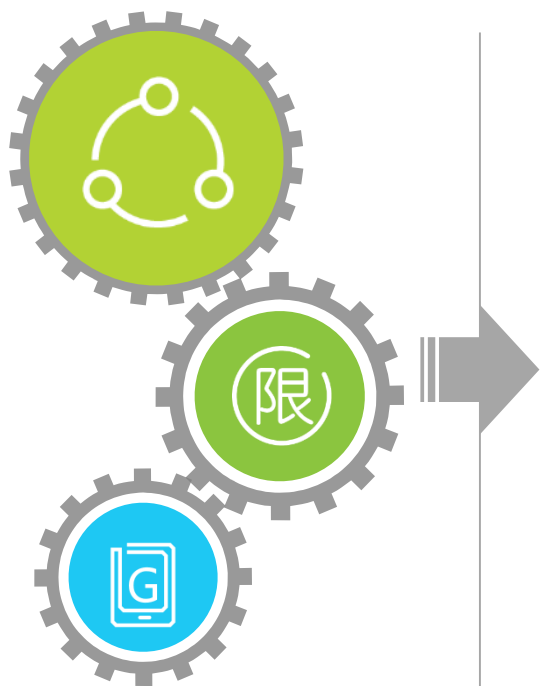
按“时间+里程”计费模式一般没有起步费用，费用主要以里程数为主，时间费用单价较低，例如首汽Gofun；按“时间”计费，有起步价，时间费用单价较高。

中国分时租赁市场发展驱动因素

政策鼓励、技术支持、出行需求共同驱动新能源共享出行

目前，中国汽车分时租赁市场主要是以新能源汽车为主的共享出行模式，其核心特征是新能源汽车和共享出行，这符合国家对未来交通出行方式的期望和要求，发改委及工信部均出台相关政策鼓励新能源汽车发展。分时租赁市场是新能源汽车重要批售渠道之一，未来租赁车辆将会快速增加。另外，在“双限”的大环境下，分时租赁能够解决消费者日常通勤、临时出行问题，在硬件设施支持下，年轻消费者群体需求将会不断开发。

分时租赁市场发展驱动因素



政策鼓励共出行与新能源汽车发展，企业加速布局

- 中国经济的高速发展、城市化进程的不断推进带来了移动出行需求的膨胀，而道路资源的紧缺导致了严峻的交通矛盾、环境矛盾。分时租赁作为共享出行模式，**提升车辆使用效率，推广新能源汽车的发展**，并促进**缓解环境问题**。
- **汽车厂商、大型租赁企业**积极布局分时租赁市场，成立分时租赁平台，**投入大量新能源汽车**，促进市场快速发展。

一二线城市限购、限行政策持续

- 一二线城市限行、限购政策使消费者**购车、驾车出行变得十分困难**，分时租赁有效地满足用户**日常通勤等市内出行使用场景**。
- 另外，截止2017年3月，全国19个城市汽车保有量**超过200万辆**，随着中大型城市汽车保有量增加，未来实行**限购的城市可能持续扩增**。

移动技术及出行方式升级

- 智能手机与移动互联网的发展为分时租赁提供良好**硬件基础和网络环境**，使消费者可以通过**手机App自主完成找车、取车、还车**等一系列流程。
- 年轻消费者群体愿意**尝试新兴出行方式**，并且选择出行方式更加理性、合理，根据**不同场景和需求**选择出行方式。

中国分时租赁市场服务模式与流程

任意网点取还车、全程自助服务是目前主流优质服务模式

分时租赁作为新兴的租赁形式，市场处于初步发展阶段。各平台根据自身特点和服务能力，综合用户需求和城市特点，建立符合自身特色的服务模式。目前，建立线下停车网点，并且通过App自助取还车是主流模式。其中，从企业和用户双方考量，任意网点自由取还更加平衡，既方便用户，对企业运营成本和调度能力相对较低，更符合现阶段的企业发展需求。

中国分时租赁市场服务模式

- 1 同一地点取还**
 - ◆ **模式：**任意指定网点取车，还车时也必须将车归还至取车地点。
 - ◆ **优势：**降低车辆调度成本。
 - ◆ **劣势：**对使用场景有一定限制，方便程度较弱。
 - ◆ **代表企业：**Car2share
- 2 任意指定网点取还**
 - ◆ **模式：**任意指定网点取车，还车也可选择任意网点。
 - ◆ **优势：**使用便利，使用场景丰富，满意度高。
 - ◆ **劣势：**调度难度大，运营成本较高。
 - ◆ **代表企业：**Gofun、EVCARD
- 3 任意地点取车
任意正规停车场还车**
 - ◆ **模式：**任意地点取车，任意正规停车场还车
 - ◆ **优势：**停车自由度大，非常便利。
 - ◆ **劣势：**运营成本高，管理难度大，用户可能需要缴纳停车费
 - ◆ **代表企业：**途歌、EZZY

中国分时租赁市场主流自助取还车流程



中国租车行业发展环境

1

中国租车行业发展现状

2

中国租车行业用户分析

3

中国租车行业典型企业

4

中国租车行业未来趋势

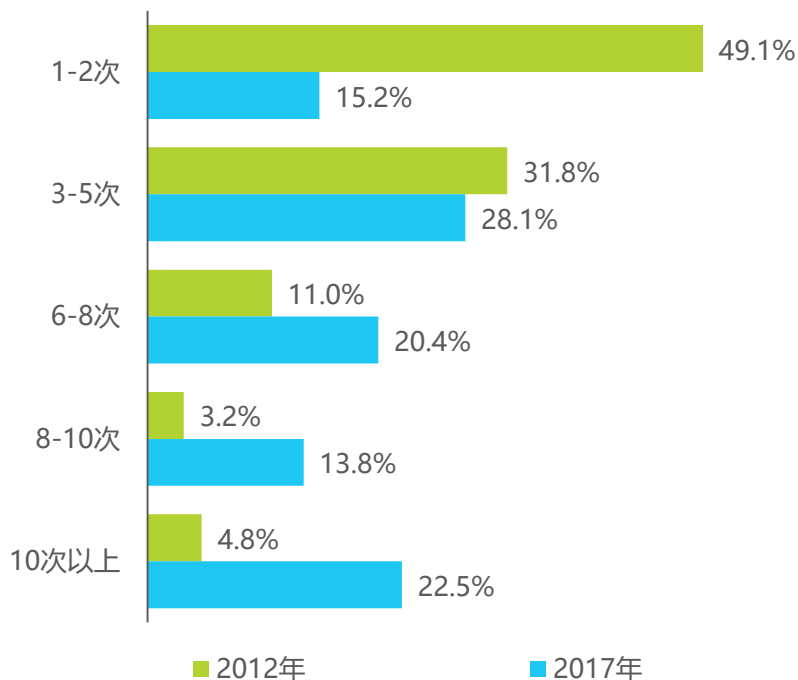
5

中国租车行业个人用户分析

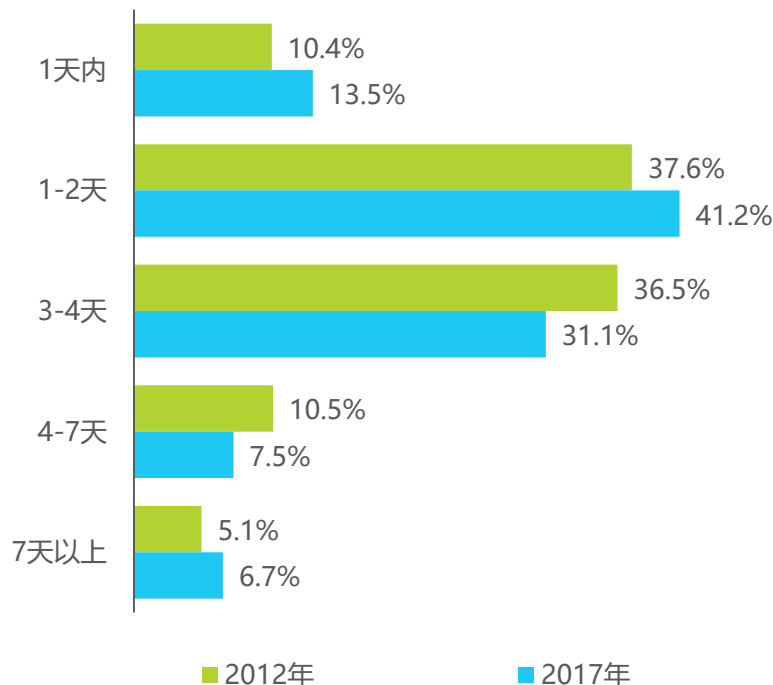
用户租车更加短期高频，租车天数集中在1-4天

超半数租车用户全年租车频次在6次及以上；与2012年相比，租车频次明显更高，用户习惯开始养成。租车用户每次租车的持续天数多为1-4天，累计百分比达72.3%；其中租车持续1-2天的用户最多，占比41.2%；与2012年相比，租车用户的单次持续时间变短，2天内的短租服务变得更受欢迎。

2017年中国租车用户一年平均租车次数



2017年中国租车用户单次租车天数



问题：A2.请问您近一年使用租车服务的次数？
来源：艾瑞咨询于2017年5月通过iClick网上调查获得，N=1000。

问题：A3.请问您最近一年使用租车服务通常每次持续的天数？
来源：艾瑞咨询于2017年5月通过iClick网上调查获得，N=1000。

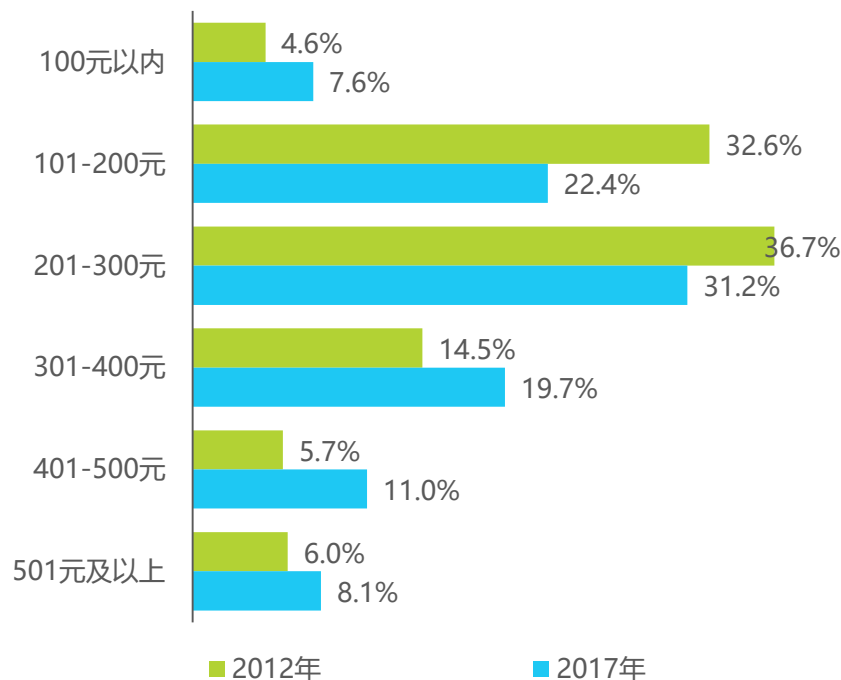
中国租车行业个人用户分析

用户对价格接受度更高，偏好紧凑车型和中型车

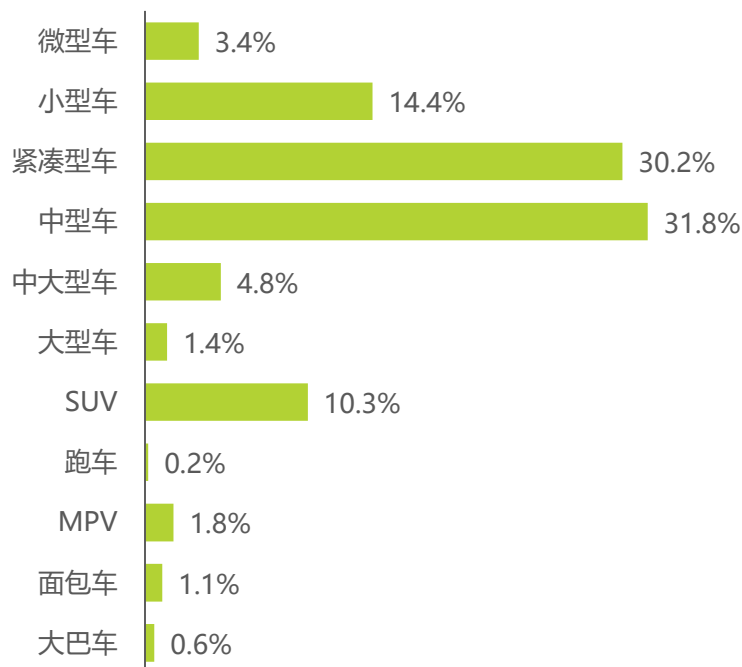
租车用户租车的日单价多在101-300元，其中201-300元占比最高，为31.2%，101-200元占比22.4%。而用户对车型的偏好明显集中在紧凑车型和中型车；小型车和SUV也有一定的市场。

与2012年相比，仍然是中低档经济车型更受用户追捧，高档车的出租率较低；但用户对租车的价格接受度有所提高。

2017年中国租车用户租车日单价



2017年中国租车用户车型选择偏好



问题：A5.请问您最近一年使用租车服务通常每天的价格区间？
来源：艾瑞咨询于2017年5月通过iClick网上调查获得，N=1000。

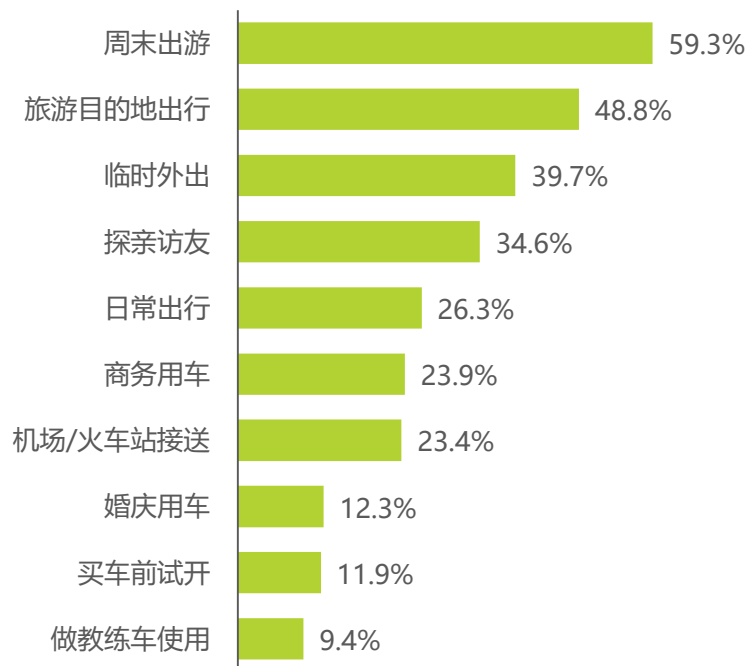
问题：A6.请问您最近一年使用租车服务通常预定的车型？
来源：艾瑞咨询于2017年5月通过iClick网上调查获得，N=1000。

中国租车行业个人用户分析

休闲旅游是最常用场景，本地租车本地还车受欢迎

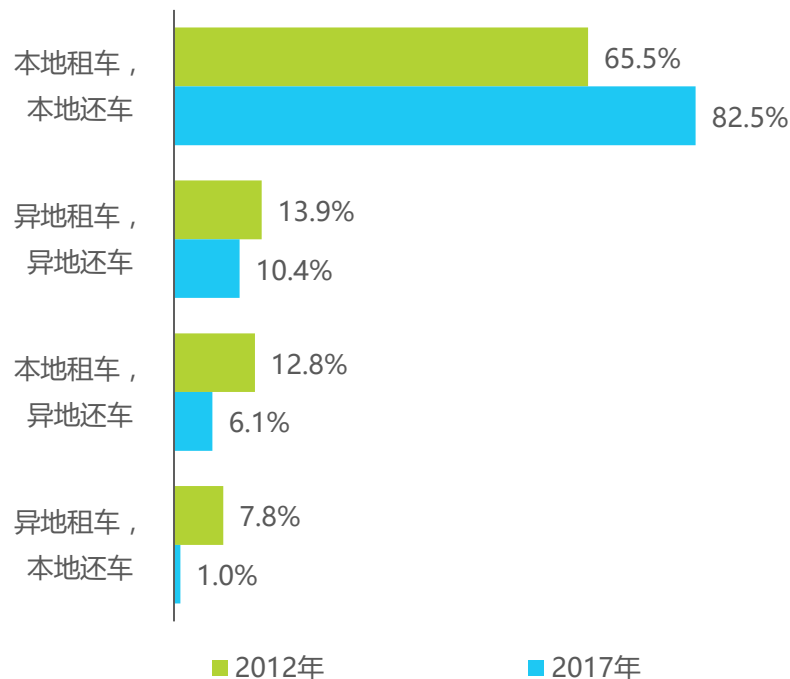
休闲旅游是租车用户最常用的场景；超半数用户租车是为周末出游，也有近半用户租车是为了旅游目的地出行。用户租车的形式以本地租车，本地还车为主，占比82.5%，较2012年有进一步提升。一方面是用户本地租车本地还车是适合用户租车场景的选择，另一方面是城际交通的发达和对异地路况的熟悉程度限制了跨地区租车的选择。

2017年中国租车用户车辆使用场景



问题：A8.请问您最近一年使用租车服务常用的场景？
来源：艾瑞咨询于2017年5月通过iClick网上调查获得，N=1000。

2017年中国租车用户常用取还车方式



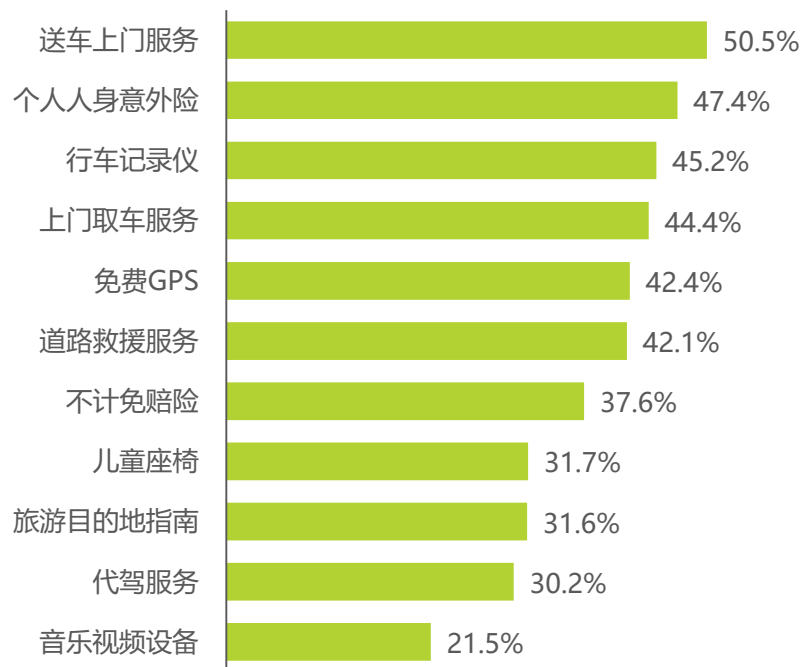
问题：A9.请问您最近一年使用租车服务最常用的租车还车方式？
来源：艾瑞咨询于2017年5月通过iClick网上调查获得，N=1000。

中国租车行业个人用户分析

人身安全和取还车是用户租车关注的焦点

租车用户最希望租车公司提供的增值服务是送车上门，占比50.5%，其次是个人人身意外险（47.4%）、行车记录仪（45.2%）和上门取车服务（44.4%）。而用户最担心的问题是使用过程出现故障（57.7%）、蹭刮或交通事故（54.7%）和还车不方便（42.0%）。综合来看，这几个因素集中在人身安全和取还车两个方面，是用户租车最关注的因素。

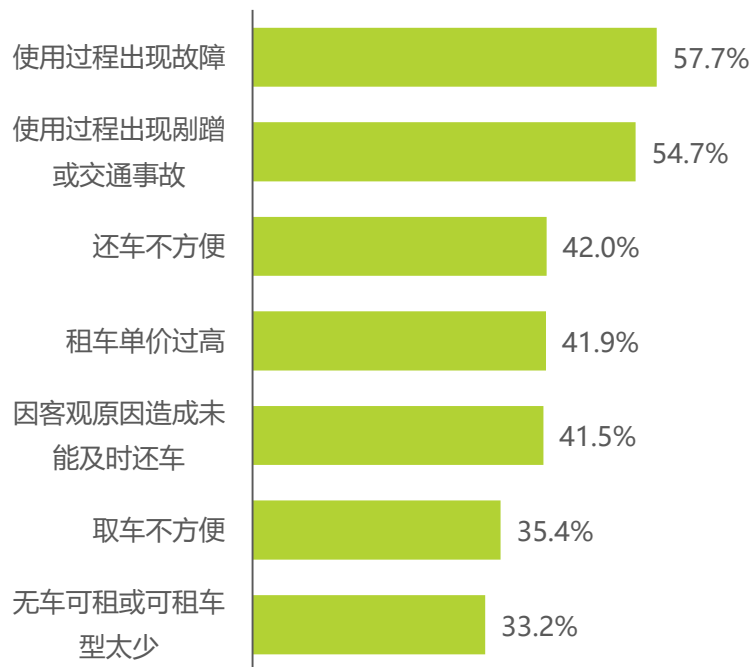
2017年中国租车用户增值服务需求



问题：B2.您希望租车公司能够提供哪些增值服务？

来源：艾瑞咨询于2017年5月通过iClick网上调查获得，N=1000。

2017年中国租车用户最担心的问题



问题：B4.租车过程中您最担心遇到的问题是什么？

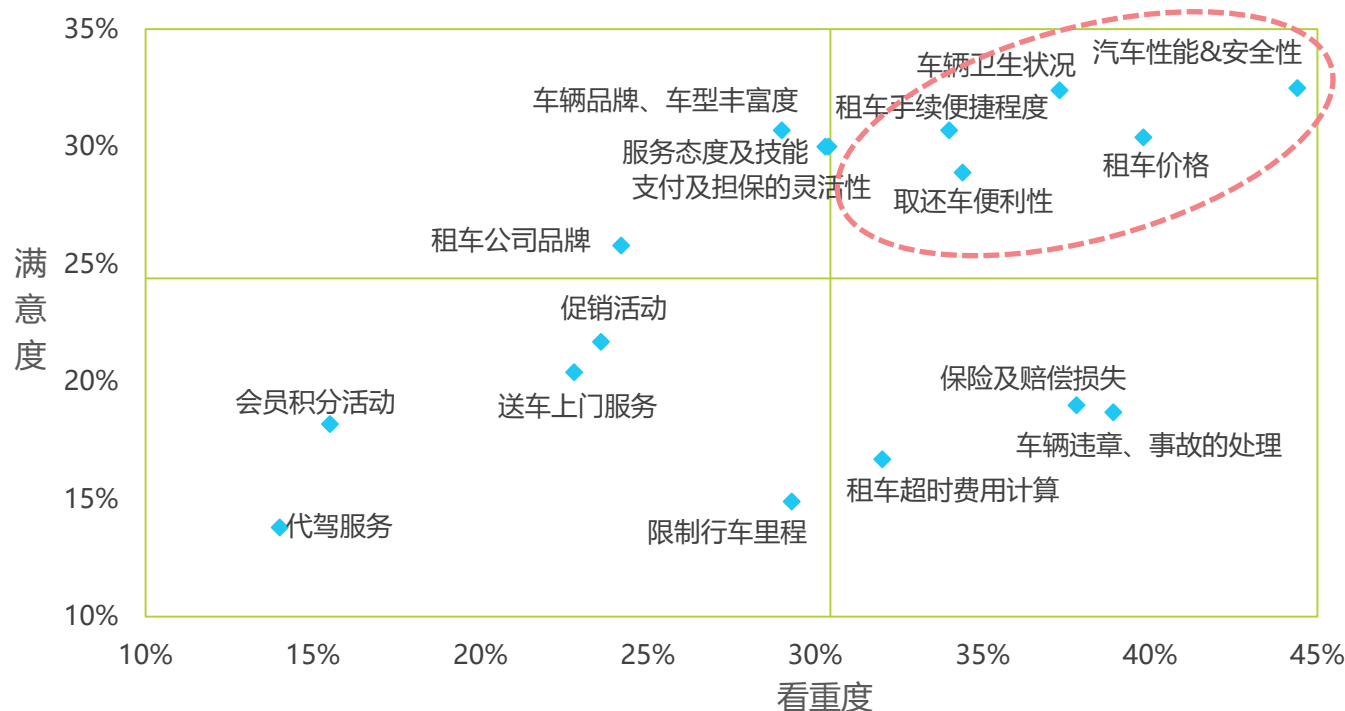
来源：艾瑞咨询于2017年5月通过iClick网上调查获得，N=1000。

中国租车行业个人用户分析

租车价格发展成熟，违章处理和保险&赔偿待改进

租车行业各因素中，汽车性能&安全性、车辆卫生状况、租车价格、租车手续便捷程度和取还车便利性发展相对成熟；车辆违章&事故处理、保险&赔偿损失和租车超时费用计算的用户关注度较高，但仍待改进的需求点。

2017年中国租车用户看重因素-满意度分析



问题：B5.哪些因素会影响您的租车选择？B7.根据您的租车经验，您对过去一年租车服务的哪些方面比较满意？
来源：艾瑞咨询于2017年5月通过iClick网上调查获得，N=1000。

中国租车行业发展环境 1

中国租车行业发展现状 2

中国租车行业用户分析 3

中国租车行业典型企业 4

中国租车行业未来趋势 5

企业案例—首汽租车

传统与现代结合，打造最专业的“综合出行服务商”

近年来，首汽积极响应国企改革和供给侧结构性改革号召，努力探索传统国有企业转型升级，确立了“实业+互联网+资本”的发展模式，产品布局 and 全国经营网络的主干工程基本完成，形成了以“首汽租车”、“首汽约车”、“GOFUN新能源分时租车”三个平台为主体的首汽移动出行产业格局。目前，首汽集团是国内领先的全方位汽车服务提供商。首汽不仅为国家的重要会议活动长期提供高标准的交通服务保障，并以高品质的服务满足社会个性化出行的需求。

首汽出行业务组成及定位



来源：艾瑞咨询研究院自主研究及绘制。

企业案例—首汽租车

整合首旅、首汽集团丰富资源，打造出行全产业链生态圈

首旅集团旗下包含丰富旅游、娱乐、住宿、餐饮等丰富资源，首汽集团则是国内最早汽车租赁企业之一，具有“国宾队”的美誉，旗下更有庞大的汽车服务和车队体系。随着移动出行板块的建立和发展，首汽大出行全产业链生态圈建设已经初步完成，满足各种用车需求，包括用车场景、用车类型、用车方式、用车渠道等。

首汽大出行全产业链生态圈

首旅集团旅游消费市场

- 酒店业
- 旅游旅行
- 商业
- 景区业
- 餐饮业

首汽移动出行



首汽传统出行

- 出租车
- 商务车
- 旅游车
- 油品供应
- 汽车销售与维修

首旅、首汽集团资源



来源：艾瑞咨询研究院自主研究及绘制。

企业案例—首汽租车

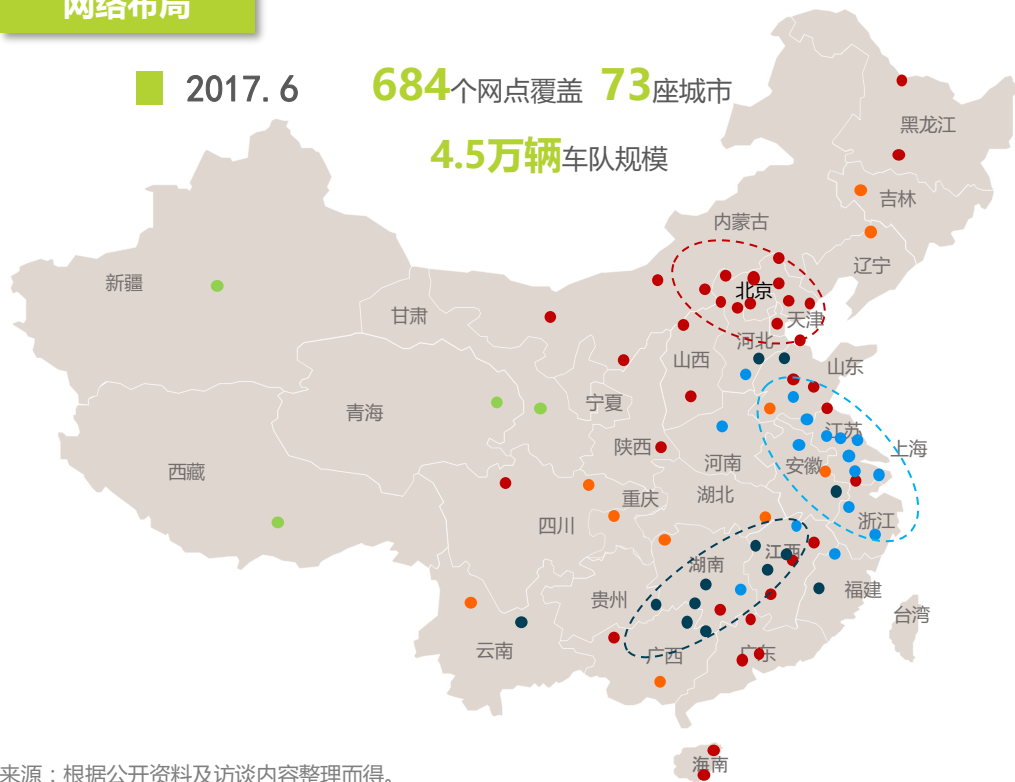
借助品牌、资金优势，加速车队与全国网络建设

截止2017年6月，首汽租车全国城市覆盖达到73座，网点684个，车队规模达到4.5万辆。较2016年，其网点和车队规模均达到翻倍增长，可见首期租车的品牌和资金实力非同一般。另外，成熟、先进的技术平台支持以及丰富的大型活动服务经验，是首汽租车提供良好服务能力的有效保证。

首汽租车全国网络布局及核心优势

网络布局

2017.6
684个网点覆盖 73座城市
4.5万辆车队规模



核心优势

首旅、首汽集团资源、品牌

传承品牌基因，良好的品牌知名度，集团内部及合作伙伴用车需求、车辆采购、政府合作等资源输出。

丰富的大型重要活动服务经验

常年服务全国人名代表大会、外事接待等高规格大型会议、活动，展现出优质的服务品质和能力。

先进的技术平台系统

对外开放PC、手机、呼叫中心三大客户入口，对内实现从交易管理、客户管理、网络管理、车队管理等多方面的智能管理体系。

综合用车服务提供能力

首汽租车不仅提供长租、短期、融资租赁等业务，同时首汽约车、分时租赁有效补充首汽租车的使用场景，首汽出行内部实现业务模块联动，展现首汽出行综合服务能力，提升用户对首汽出行使用粘性。

来源：根据公开资料及访谈内容整理而得。

企业案例—神州租车

携手赫兹开通国际租车业务，短租业务是主要收入来源

神州租车通过其官网和APP提供短租自驾、长租服务、企业租车、顺风车站等主要服务类型。2017年7月，联手国际租车公司“赫兹”开通国际租车业务，正式开始布局国际市场。此外，神州租车同样注重由车辆更新衍生出的二手车销售业务，专注车辆残值风险管理，不断提升自身的二手车处置能力。

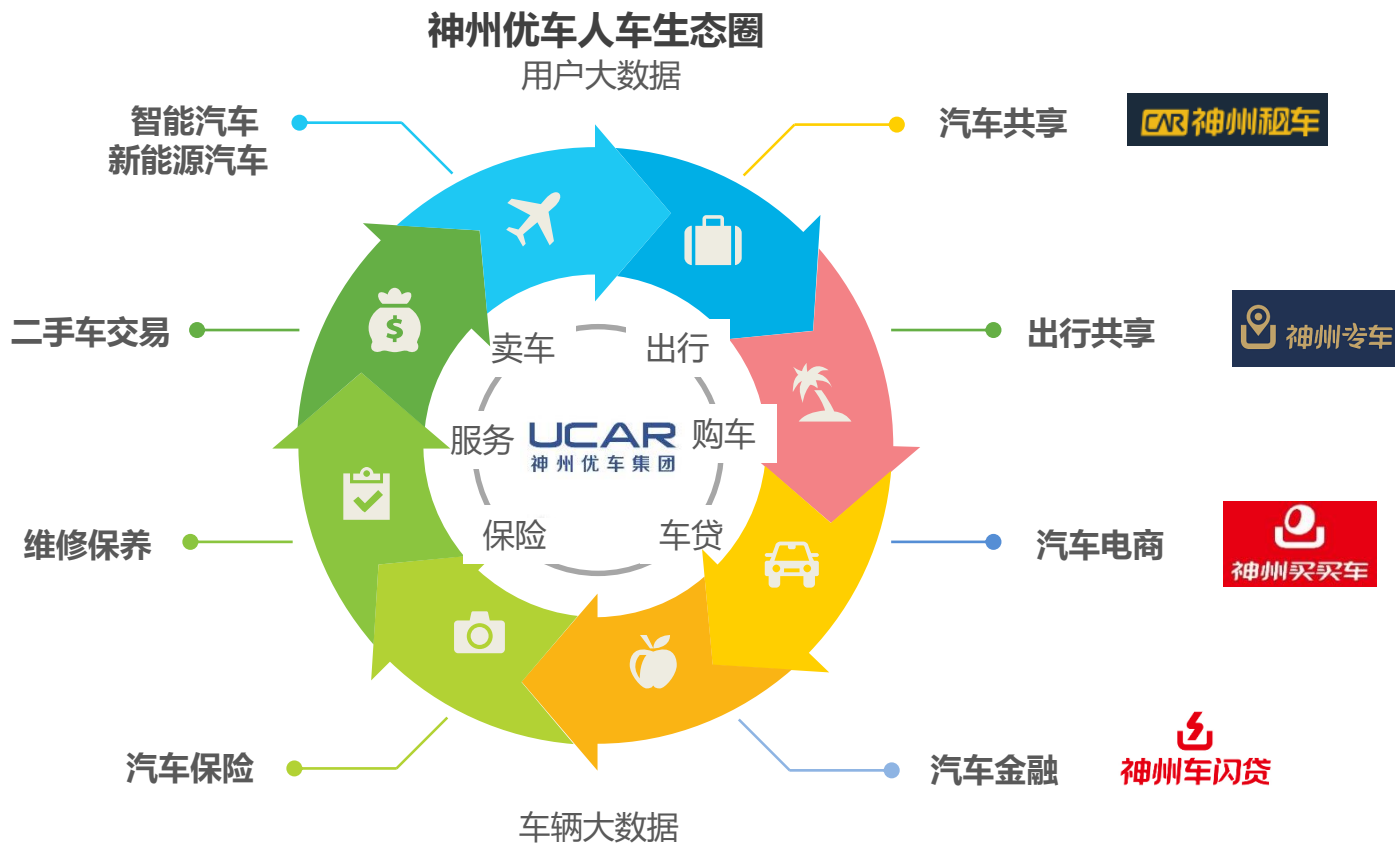
神州租车主要业务组成



企业案例—神州租车

成立神州优车集团，布局汽车和出行综合服务领域

神州租车是神州优车集团发展的基础和延伸。目前神州优车主要包括神州专车、神州买买车和神州车闪贷三大板块，于2016年7月正式挂牌新三板。神州优车深度聚焦出行和汽车领域的全产业链和人车生态圈，通过业务运营和资本运作相结合的手段，深耕大出行行业。虽然神州租车与神州优车是两个独立运营的公司，但公司之间业务联动非常深入。神州租车主租车队大部分车辆出租予神州优车，其长租收入相当可观。



来源：根据公开资料整理而得

企业案例——一嗨租车

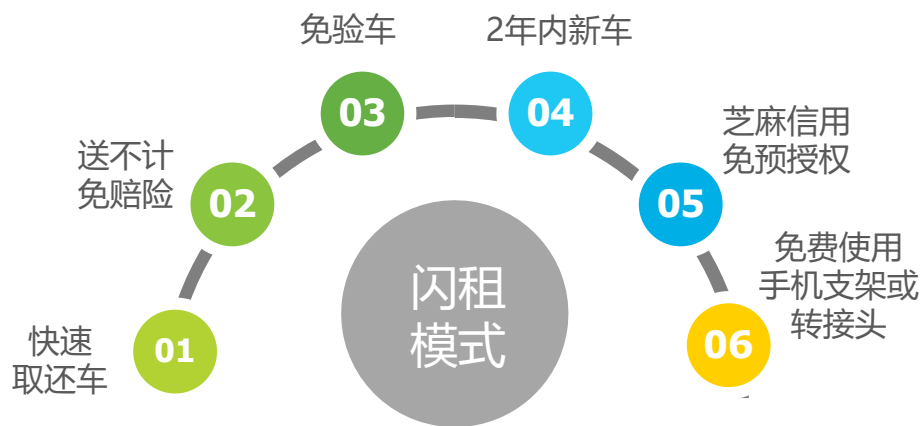
细化企业用车场景，升级短租自驾流程

一嗨租车作为国内最早的连锁汽车租赁企业之一，其主要业务类型与神州租车、首汽租车相似，以自驾租车、企业服务、国际租车业务为主。目前，一嗨租车已在全国200多个城市铺设服务网点，提供超过百余款车型服务。作为最早实现电子商务化管理的租赁平台之一，一嗨租车具有较强的服务创新能力。在企业服务方面，细分出7大主要场景以及定制化服务。在自驾服务方面，推出闪租模式，缩短了租赁过程所需时间，提升用户使用体验。

一嗨租车企业服务场景分类



一嗨租车自驾创新服务模式



目前，一嗨租车在全国200多座城市开通闪租业务。闪租业务主要向消费者提供“六大专享特权”，快速取还车闪取闪还，送不计免赔险，免验车、享受2年内新车保障，芝麻信用免预授权，免费使用手机支架或转接头。30秒线上订车，快速取还车，闪取闪还，一键操作，省时省心。

中国租车行业发展环境	1
------------	---

中国租车行业发展现状	2
------------	---

中国租车行业用户分析	3
------------	---

中国租车行业典型企业	4
------------	---

中国租车行业未来趋势	5
------------	---

长期租赁市场发展趋势

高度分散市场向区域集中化发展，大浪淘沙，强者愈强

国内长期租赁市场一直处于高度分散状态，覆盖全国业务企业少之又少，地方性企业在区域市场处于主导地位。但随着企业、市场需求不断升级，大型租赁企业凭借车队数量、管理能力、品牌能力、价格能力等多方面优势，其在区域市场占有率将会逐渐提升。长期租赁市场将会经历长期的市场整合时期，区域市场集中化趋势不可逆转。经历长期的市场整合阶段后，成熟阶段的区域市场也将成为相对集中性市场。

长期租赁区域市场发展趋势示意图



- **趋势一 优胜略汰**：部分中小型企业由于车队数量、服务能力、资金成本等方面因素限制，较难满足客户日益升级的需求，市场空间和机会减少。长期来看，区域市场的**集中度将会逐渐提升**，市场将长期保持整合阶段，市场对企业的**筛选保持常态化**，区域市场企业数量将会逐渐减少。
- **趋势二 竞争升级**：市场竞争更加充分，人情市场逐渐被**市场经济**取代，**价格、服务、资源**将成为企业竞争关键要素。
- **趋势三 强者愈强**：具备良好综合服务能力的大型租赁企业，将以**区域市场为起点**，利用自身优势，**兼并、收购部分中小型企业**，并开发拓展新客户群体，进而提升区域市场占有率。

未来长期租赁市场企业特征

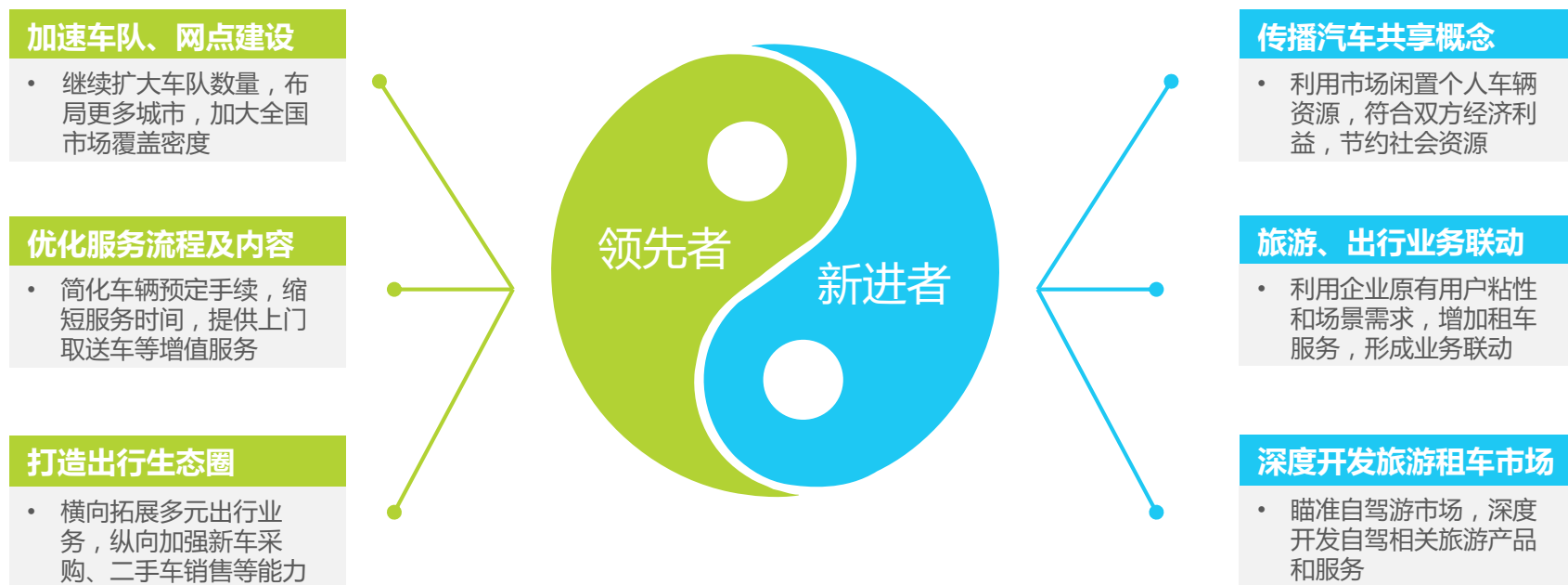


短期租赁市场发展趋势

领先者打造出行生态，新进者瞄准细分用车场景

借助互联网发展的浪潮，中国短期租赁市场已经从最初线下交易转向以线上交易为主的服务模式。目前，市场逐渐进入稳定发展时期，以神州、一嗨、首汽为主的领先者，已经基本完成全国重要城市布局，形成广泛的市场影响力。现阶段，领先者主要完善自身车队、网点建设，提升用户使用满意度，进而拓展出行服务项目，打造出行生态圈。对于新进者，综合服务平台已经存在较高的壁垒，瞄准细分用车场景，例如旅游用车、共享用车等，开发垂着细分市场租车业务，加以创新产品，市场机会相对更高。

短期租赁市场不同角色企业发展趋势

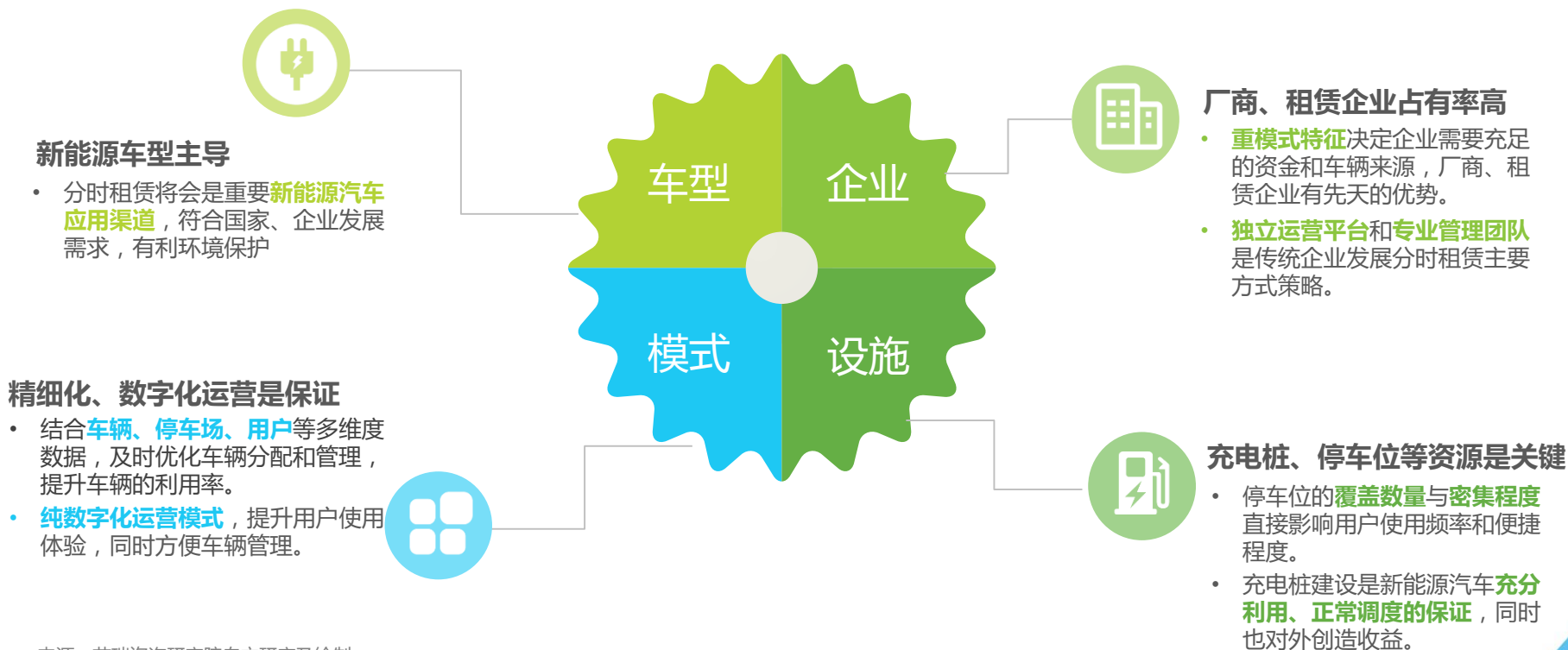


分时租赁市场发展趋势

新能源汽车仍是市场主导，线下配套资源是发展关键

分时租赁作为新兴汽车租赁模式，其运营模式数字化程度最高，目前主要通过手机App完成所有用车流程。由于分时租赁主要应用于城市内短途出行场景，新能源汽车成为良好的载体，即符合国家、企业对新能源汽车发展期望，又有利于环境保护。部分汽车厂商、租赁企业已经投入大量资金和资源建立分时租赁平台，市场占有率和资源渠道均有明显优势。另外，停车网点决定用车的便捷性，充电桩则是新能源汽车高效利用的保障，所以线下资源整合能力是企业发展关键因素。

分时租赁未来发展趋势解析



来源：艾瑞咨询研究院自主研究及绘制。

公司介绍/法律声明

公司介绍

艾瑞咨询成立于2002年，以生活梦想、科技承载为理念，通过提供产业研究，助推中国互联网新经济的发展。在数据和产业洞察的基础上，艾瑞咨询的研究业务拓展至大数据研究、企业咨询、投资研究、新零售研究等方向，并致力于通过研究咨询的手段帮助企业认知市场，智能决策。

艾瑞咨询累计发布数千份新兴行业研究报告，研究领域涵盖互联网、电子商务、网络营销、金融服务、教育医疗、泛娱乐等新兴领域。艾瑞咨询已经为上千家企业提供定制化的研究咨询服务，成为中国互联网企业IPO首选的第三方研究机构。

版权声明

本报告为艾瑞咨询制作，报告中所有的文字、图片、表格均受有关商标和著作权的法律保护，部分文字和数据采集于公开信息，所有权为原著者所有。没有经过本公司书面许可，任何组织和个人不得以任何形式复制或传递。任何未经授权使用本报告的相关商业行为都将违反《中华人民共和国著作权法》和其他法律法规以及有关国际公约的规定。

免责条款

本报告中行业数据及相关市场预测主要为公司研究员采用桌面研究、行业访谈、市场调查及其他研究方法，并且结合艾瑞监测产品数据，通过艾瑞统计预测模型估算获得；企业数据主要为访谈获得，仅供参考。本报告中发布的调研数据采用样本调研方法，其数据结果受到样本的影响。由于调研方法及样本的限制，调查资料收集范围的限制，该数据仅代表调研时间和人群的基本状况，仅服务于当前的调研目的，为市场和客户提供基本参考。受研究方法和数据获取资源的限制，本报告只提供给用户作为市场参考资料，本公司对该报告的数据和观点不承担法律责任。

联系我们

咨询热线 400 026 2099

联系邮箱 ask@iresearch.com.cn

集团网站 <http://www.iresearch.com.cn>



艾瑞咨询官方微信

生活梦想 科技承载

TECH DRIVES BIGGER DREAMS



艾 瑞 咨 询