



# 共享出行持续繁荣，刚需or泡沫？

## 共享出行行业报告

TalkingData移动数据研究中心 2017年3月

# 主要结论

## 1. 行业概况

- 中国共享经济市场蓬勃发展、连续两年写进政府工作报告
- 交通出行成为重要共享方式之一，吸引了巨额融资和参与者
- 出行方式日趋多样化、大部分出行方式可实现共享
- 共享出行需求不断延展，行业发展持续创新
- 共享出行本质包括服务共享和硬件共享两大类

## 2. 细分行业

- 超30家共享单车参与竞争，但本质还是资本角力
- 摩拜和ofo用户量级最大、增长快，位于第一梯队
- 第一梯队位于竞争主战场，背后是几十家资本的角逐
- 摩拜和ofo重合率很高，可见用户忠诚度较低
- 受共享单车的影响，共享汽车进入用户视线
- 超20家共享汽车参与竞争，但均还在发展初期
- EVCARD和GoFun出行用户覆盖率最高，但量级较小
- 传统厂商和汽车服务商积极布局共享汽车
- 不过共享汽车优缺点并存，市场前景尚不明朗

## 3. 用户画像

- 共享单车用户大众化且年轻化、共享汽车用户男性化且成熟化
- 两个人群的设备偏好均为华为和小米、设备均价都在两千多元
- 一线城市共享经济更发达、共享单车在二线及以下城市渗透更深
- 共享单车人群关注教育和玩乐、共享汽车人群关注房产和汽车
- 共享汽车人群更热衷线下消费

## 4. 发展趋势

- 行业不断规范、传统企业积极拥抱新业态，未来将持续繁荣发展
- 共享单车企业间合并不是必然，一站式出行服务将出现

# 报告目录

- Part 01 行业概况篇
- Part 02 细分行业篇
- Part 03 用户画像篇
- Part 04 发展趋势篇

1

# 行业概况篇



# 中国共享经济市场蓬勃发展、连续两年写进政府工作报告

2016年,中国共享经济市场交易额约为34520亿元,比2015年增长103%,融资规模约1710亿元,比2015年增长130%,参与分享经济活动的人数超过6亿人,比2015年增加了1亿人左右。

中国共享经济蓬勃发展,市场交易额持续增长,资本市场看好,参与人数也越来越多,未来发展可期。

政策利好,共享经济连续2016年和2017年连续两年写入政府工作报告。

## 2016年中国共享经济市场规模

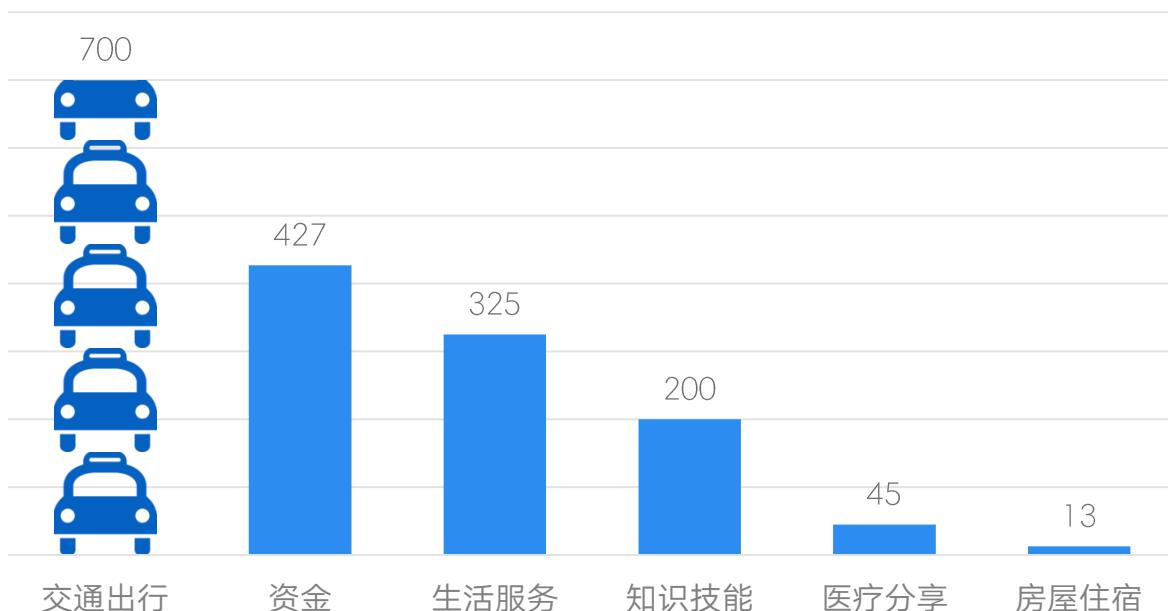


数据来源:国家信息中心分享经济研究中心,中国互联网协会分享经济工作委员会在2017年2月发布的《中国分享经济发展报告2017》

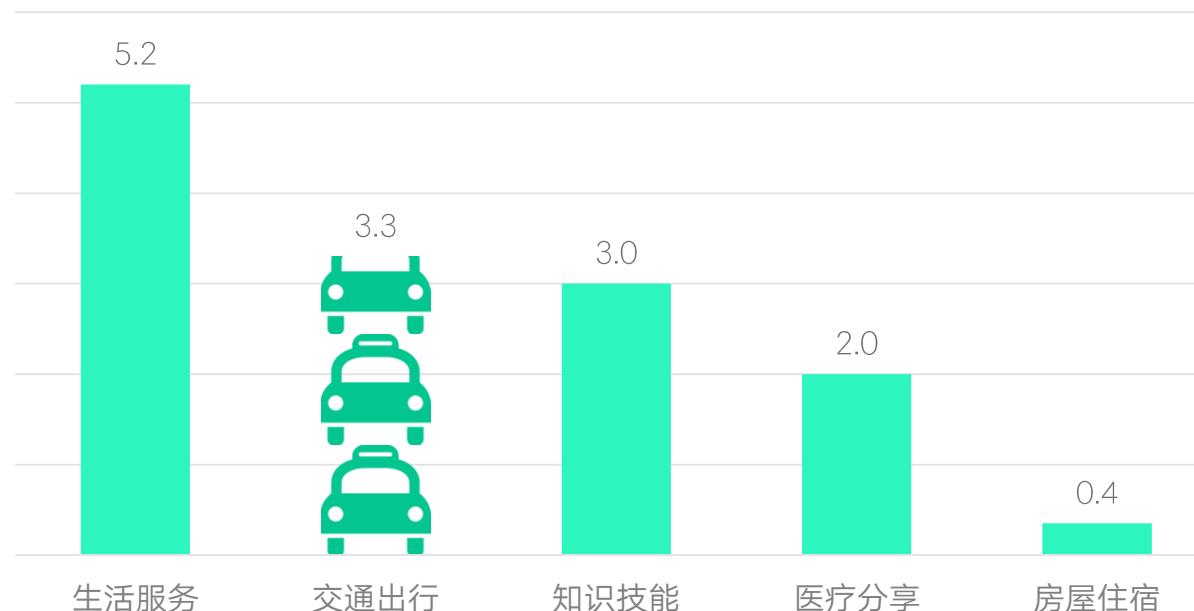
# 交通出行成为重要共享方式之一，吸引了巨额融资和参与者

2016年，交通出行对共享经济的贡献非常大，吸引了700亿元的融资， 参与者人数达到3.3亿人，是最重要的经济共享方式。

2016年 中国共享经济重点领域融资规模（亿元）



2016年 中国共享经济重点领域参与者人数（亿人）



数据来源：国家信息中心分享经济研究中心，中国互联网协会分享经济工作委员会在2017年2月发布的《中国分享经济发展报告2017》

# 出行方式日趋多样化、大部分出行方式可实现共享

随着社会发展，人们出行方式日趋多样化，短途出行、长途出行都有相应的出行方式来满足人们的需求。

## 不同出行方式



数据来源：TalkingData 移动数据研究中心

# 共享出行需求不断延展，行业发展持续创新

2010共享出行开始起步，易到用车和滴滴打车等企业纷纷获得巨额融资，经过两年多的发展，市场进入激烈竞争阶段，群雄并起，Uber进入中国市场，补贴大战愈演愈烈，中小平台多有死亡，头部企业开始谋求共赢，2015年2月滴滴打车和快的打车宣布合并等。2016年共享单车热潮来临，引起资本追逐，共享汽车也进入用户视线，共享出行需求不断延展，行业发展持续创新。



数据来源: TalkingData 移动数据研究中心

# 共享出行本质包括服务共享和硬件共享两大类

共享出行本质包括服务共享和硬件共享两大类，用户选择为享受服务埋单或为使用硬件埋单，不同共享方式催生不同的细分行业，共享单车和共享汽车都是硬件共享，用户对硬件有充分的自主选择权。

共享出行行业图谱



数据来源: TalkingData 移动数据研究中心

# 2

## 细分行业篇



# 超30家共享单车参与竞争，但本质还是资本角力

共享单车参与者超过30家，包括摩拜、ofo等吸引到巨额融资的公司，也有新入局的共享单车企业。竞争者虽多，但从本质来看，共享单车是硬件的竞争，只有雄厚的资金才能玩转，所以归根结底还是头部几家企业背后的资本在角力。

共享单车主要参与者



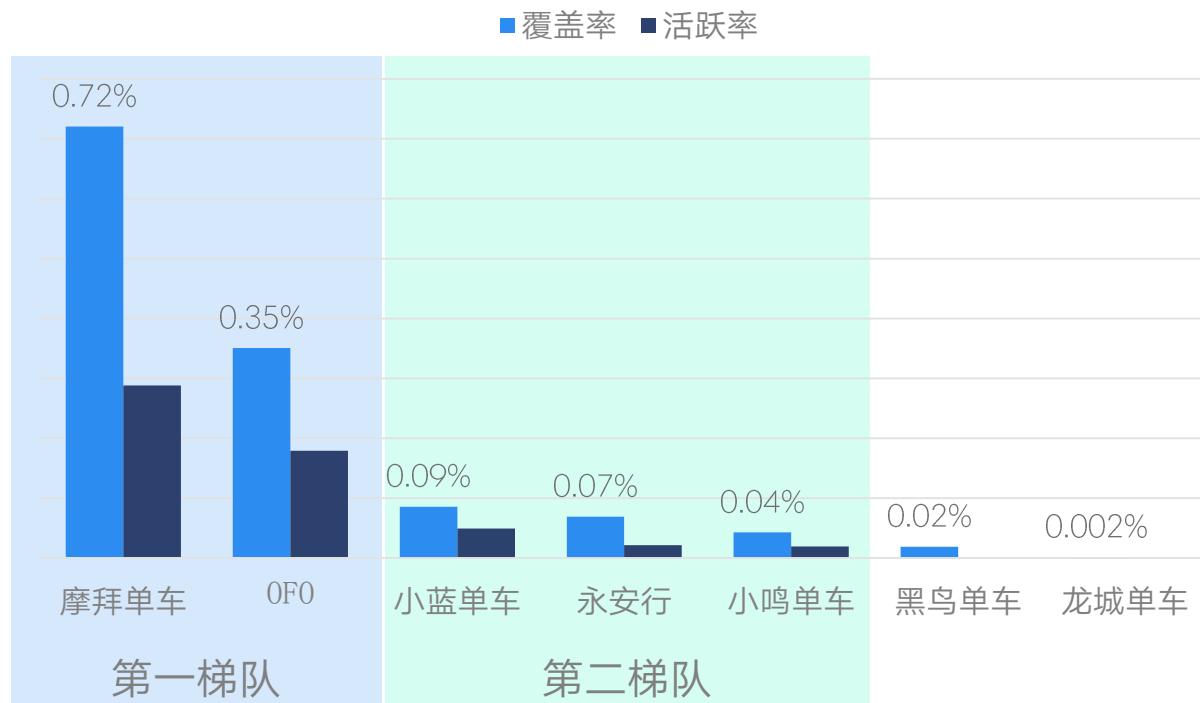
数据来源：TalkingData 移动数据研究中心

# 摩拜和ofo用户量级最大、增长快，位于第一梯队

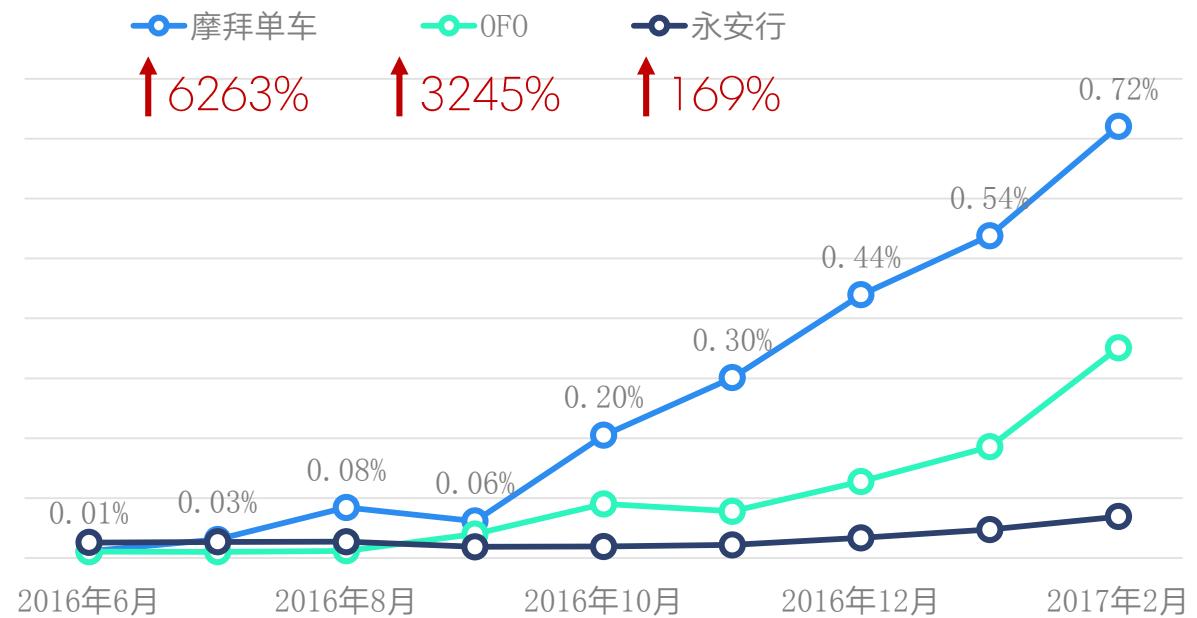
2017年2月，主要共享单车覆盖率排名中，摩拜单车覆盖率为0.72%，排名第一，其次是ofo，覆盖率为0.35%；其余共享单车的覆盖率均较低。从变化趋势来看，摩拜和ofo增幅均较高。

## 共享单车APP表现分析

2017年2月 主要共享单车覆盖率&活跃率



2016年6月-2017年2月 主要共享单车覆盖率趋势



数据来源：TalkingData 移动数据研究中心

# 第一梯队位于竞争主战场，背后是几十家资本的角逐

截至2017年3月，位于共享单车第一梯队的摩拜单车和ofo均获得了巨额融资，得到多家投资机构的青睐，摩拜单车手握超过5亿美元的融资，ofo也不遑多让，在今年3月获得4.5亿美元融资。

## 摩拜单车和ofo 融资情况分析

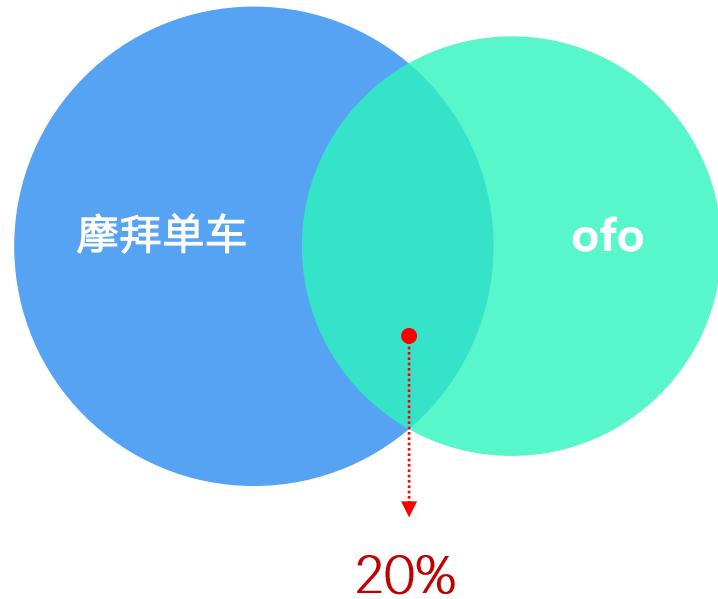
融资时间	轮次	金额	投资机构	时间	轮次	金额	投资机构
2015年10月	A轮	数百万美元		2015年3月	天使轮	数百万人民币	
2016年8月	B轮	数千万美元	腾讯、华平资本、红杉资本、启明创投、BAI贝塔斯曼亚洲投资基金、愉悦资本、熊猫资本、祥峰投资和创新工场、TPG、PGA、鸿海集团、淡马锡等	2015年12月	Pre-A轮	900万人民币	唯猎资本、弘合基金、金沙江创投、真格基金、经纬中国、滴滴出行、小米科技、DST、中信产业基金、Coatue、Atomico、新华联集团等
2016年8月	B+轮	数千万美元		2016年2月	A轮	1500万人民币	
2016年9月	C轮	1亿美元		2016年4月	A+轮	1000万人民币	
2016年10月	C+轮	近亿美元		2016年9月	B+轮	数千万美元	
2017年1月	D轮	2亿美元		2016年10月	C轮	1.3亿美元	
				2017年3月	D轮	4.5亿美元	

数据来源：公开资料整理

# 摩拜和ofo重合率很高，可见用户忠诚度较低

摩拜和ofo重合率达到20%，可见用户忠诚度较低，用户选择单车主要依据是眼前有可供使用的单车，不会在意是什么品牌的单车。

2017年3月 摩拜单车和ofo重合率



## 用户忠诚度低

用户使用单车的前提是眼前有车，所以对共享单车来说尽可能多的投放单车将用户纳入版图最重要



## 共享单车企业圈地运动进入尾声

第一梯队的摩拜和ofo在烧钱补贴上不会持续太久，他们开始积极寻找下一个机会点



## 资本将积极寻求契机

投资摩拜和ofo的分别有几十家资本，利益使然，他们一定会积极寻找停战的契机，以期得到丰厚的回报

数据来源：TalkingData 移动数据研究中心

# 受共享单车的影响，共享汽车进入用户视线

共享单车市场的繁荣极大的引起了人们共享经济市场的兴趣，发展已经有几年的共享汽车也逐渐进入用户的视线，共享汽车早在上个世纪40年代就在瑞士出现，进入21世纪后，共享汽车在多个国家发展起来，2013年中国上海推出EVCARD电动汽车分时租赁服务，标志着共享汽车在中国的发展开端，进入2016年，戴姆勒、上汽集团、首汽集团、力帆集团等汽车厂商开始加入竞争。

## 共享汽车发展历程

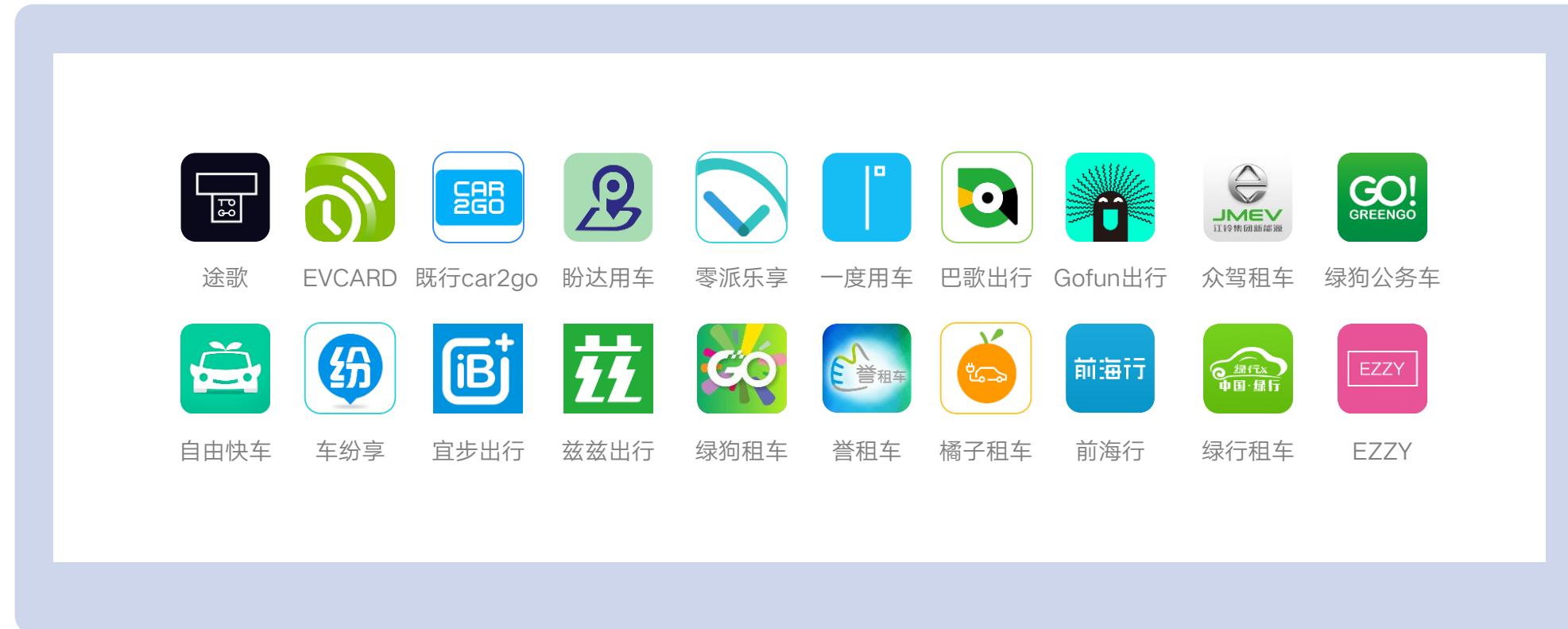


数据来源：公开资料收集和整理

# 超20家共享汽车参与竞争，但均还在发展初期

共享汽车参与者超过20家，包括途歌、EVCARD、既行car2go、盼达用车等，但目前用户量级还较小。

## 共享汽车主要参与者



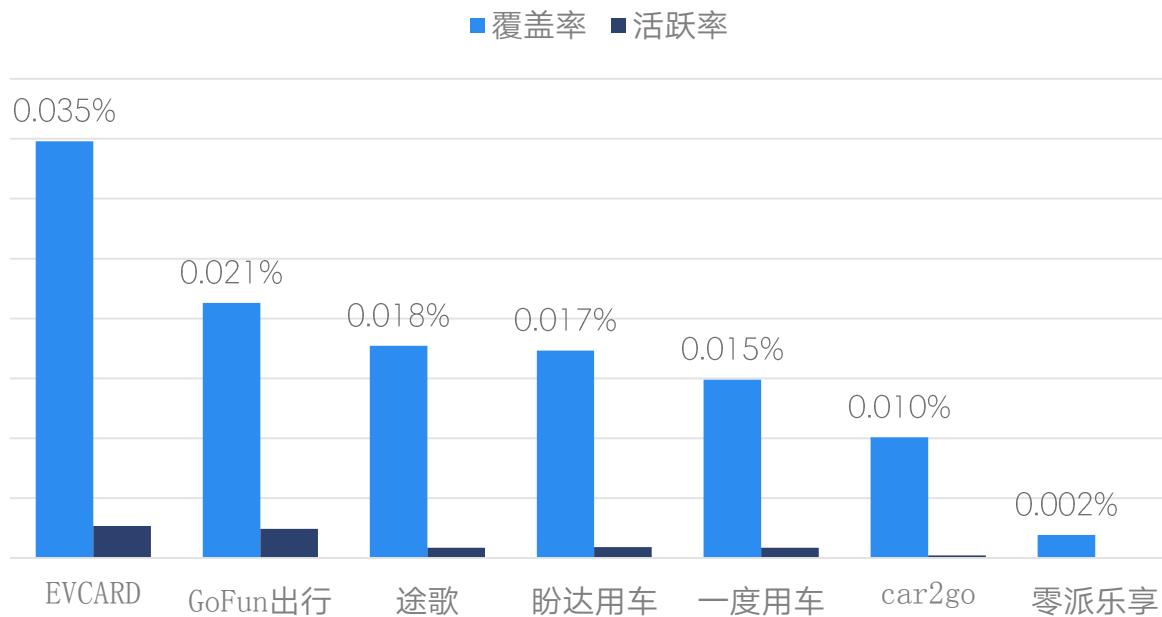
数据来源：TalkingData 移动数据研究中心

# EVCARD和GoFun出行用户覆盖率最高，但量级较小

2017年2月，主要共享汽车应用覆盖率中，EVCARD和GoFun出行用户覆盖率最高，但量级较小，中国共享汽车行业虽然出现时间很早，其中上海国际汽车城集团推出的EVCARD在2013年就成立了，但发展较为缓慢，到2016年市场才受到关注。

## 共享汽车APP表现分析

### 2017年2月 主要共享汽车覆盖率&活跃率



EVCARD 2013年7月成立



GoFun出行 2016年2月成立



途歌 2015年8月成立

数据来源：TalkingData 移动数据研究中心  
注：图中不包含全部参与者，排名不分先后。红色箭头表示覆盖率增幅。

# 传统厂商和汽车服务商积极布局共享汽车

首汽集团推出Gofun出行、力帆集团战略投资盼达用车、戴姆勒旗下的既行car2go也在2016年4月开始在中国布局、上海国际汽车城集团推出EVCARD，传统厂商和汽车服务商积极布局共享汽车，汽车共享或将成为汽车厂商和服务商发展的新思路。

## 传统汽车厂商和后市场商在共享汽车领域的布局



Gofun出行

- 2016年2月25日，首汽集团旗下新能源分时租赁业务“Gofun出行”正式上线。
- Gofun出行首个运营城市落户北京，目标满足附近人群的市内出行需求。



盼达用车

- 盼达用车是由力帆控股战略投资的新能源汽车智能出行平台。
- 提供分时租赁、专车租赁、企事业单位团体长租等形式的“互联网+车联网+能源互联网+用车服务”的公司。



既行car2go

- 国际知名豪车制造商戴姆勒旗下的汽车共享项目。
- 主要采用奔驰smart组成单程、自由流动式汽车即时共享体系。
- 2016年4月，即行car2go正式落地重庆，同10月，重庆跻身全球十大即行car2go城市之一。



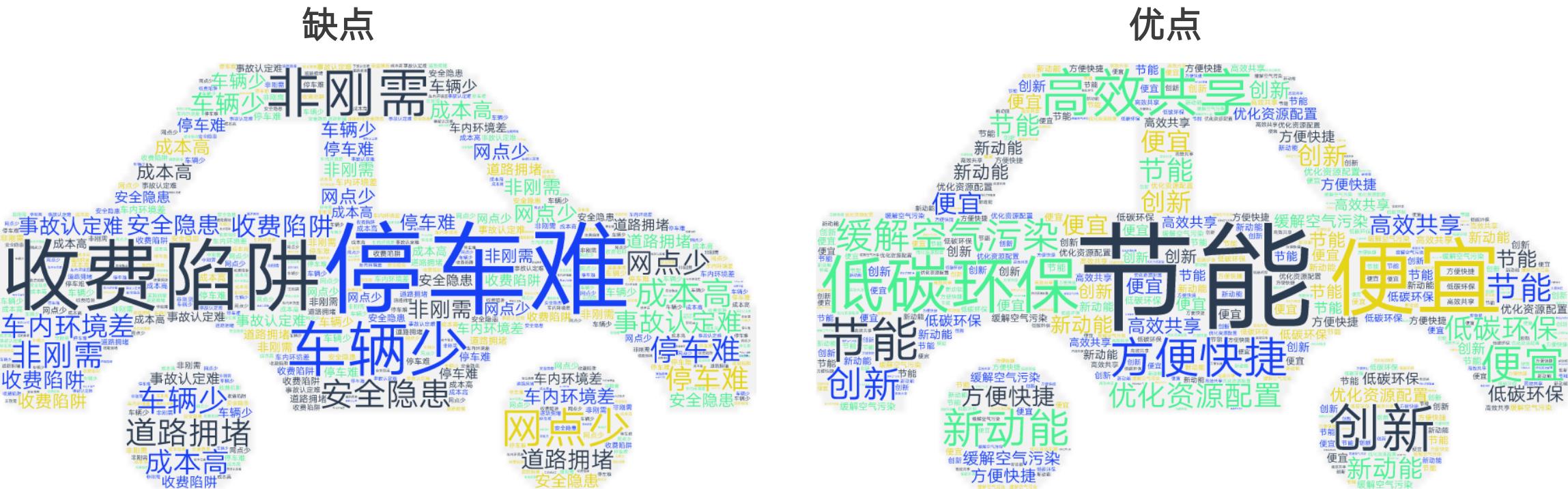
EVCARD

- 上海国际汽车城集团推出电动汽车分时租赁服务。
- EVCARD有34家合作伙伴，包含国内外新能源汽车产业领域的多家企业。

# 不过共享汽车优缺点并存，市场前景尚不明朗

共享汽车有较为明显的缺点和优点，缺点包括停车难、收费陷阱多、车辆少、道路拥堵、非刚需等等；优点包括节能、低碳环保、方便快捷、高效共享等等；要解决这些问题需要企业、政府和用户共同努力。

## 共享汽车优缺点整理分析



数据来源：TalkingData 移动数据研究中心

# 3

## 用户画像篇



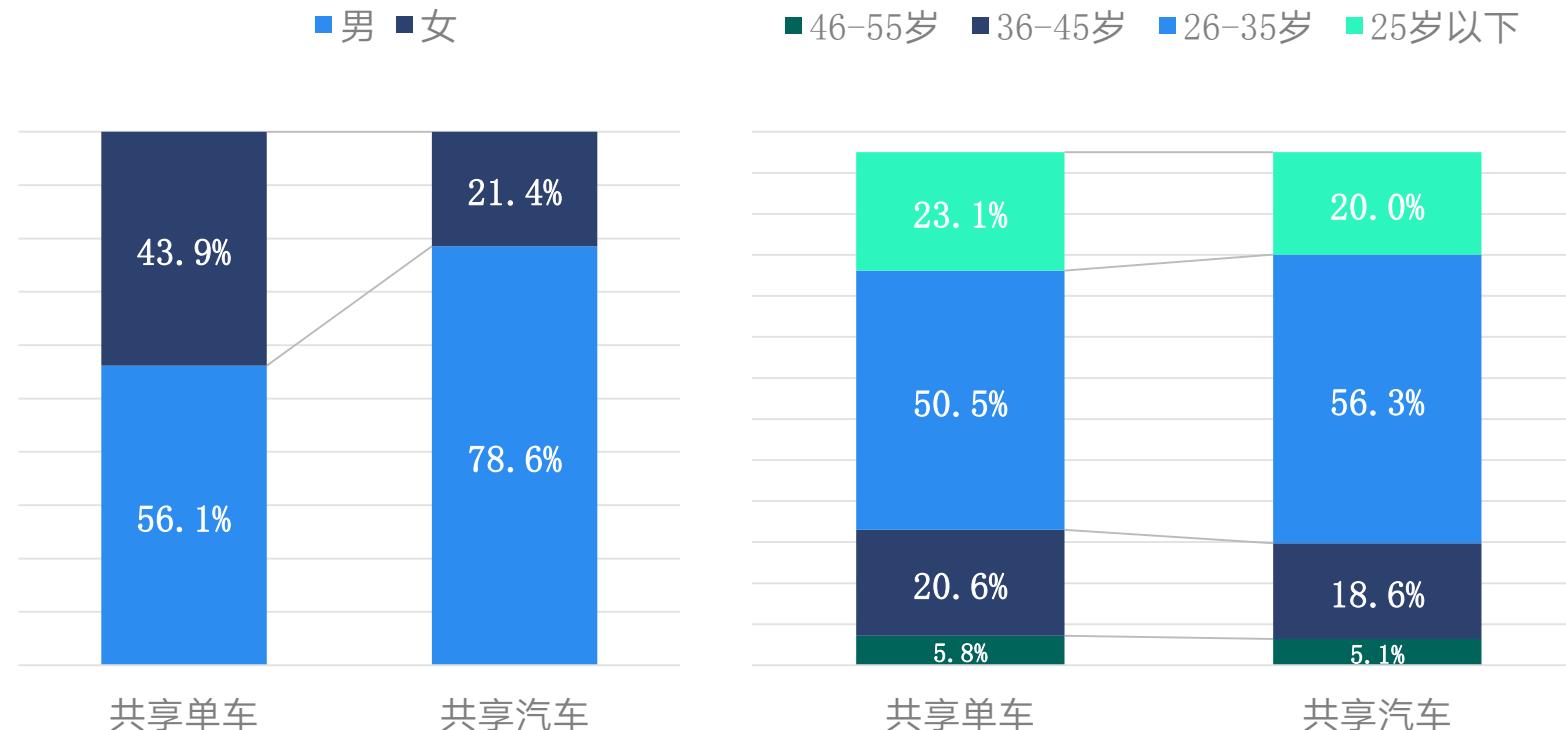
# 共享单车用户大众化且年轻化、共享汽车用户男性化且成熟化

对比共享单车和共享汽车人群发现，共享单车男女比例更趋平衡，共享汽车男性用户接近八成，男性用户更关注共享汽车。

从年龄分布来看，共享单车人群25岁以下比例相对更高，呈现年轻化的特征。

可见，共享单车用户年轻化且大众化、共享汽车用户男性化且更为成熟。

不同人群性别&年龄比例

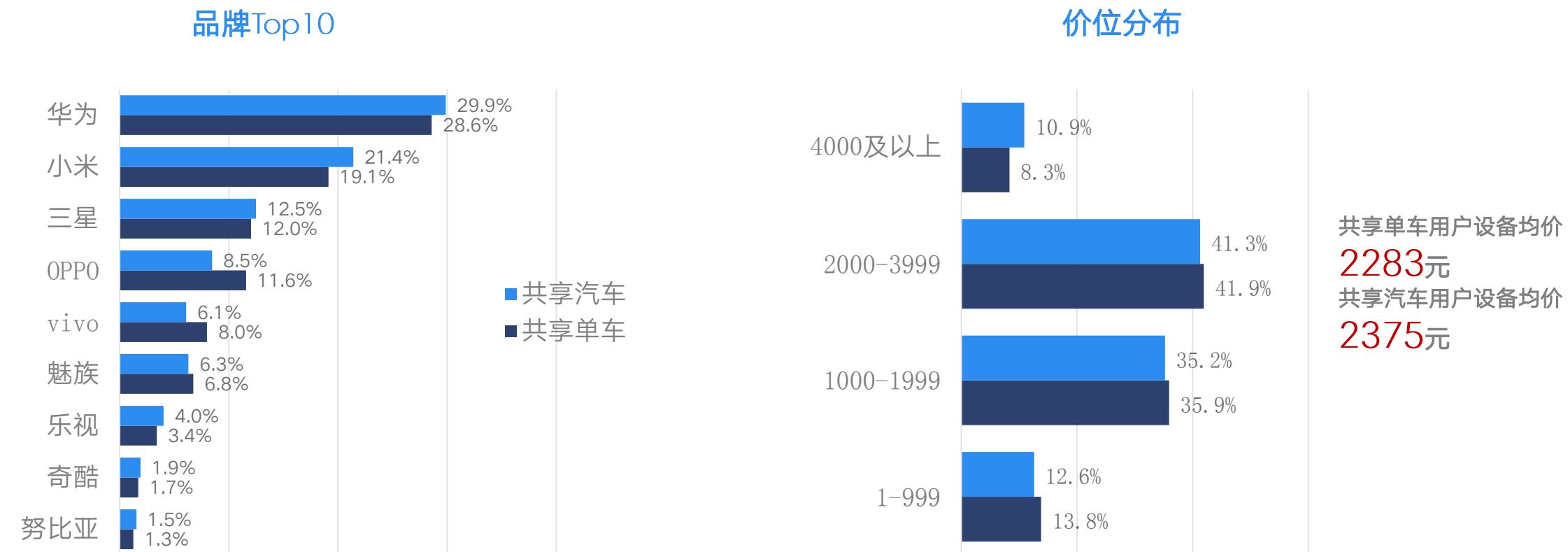


数据来源：TalkingData 移动数据研究中心，Android平台数据

# 两个人群设备偏好均为华为和小米、设备均价都在两千多元

分析共享单车和共享汽车人群发现，设备偏好方面华为和小米为主，两个人群使用的设备均价在两千多元。对比来看，共享汽车人群使用的设备略高端，4000元及以上设备占比超过10%。

## 不同人群设备使用分析

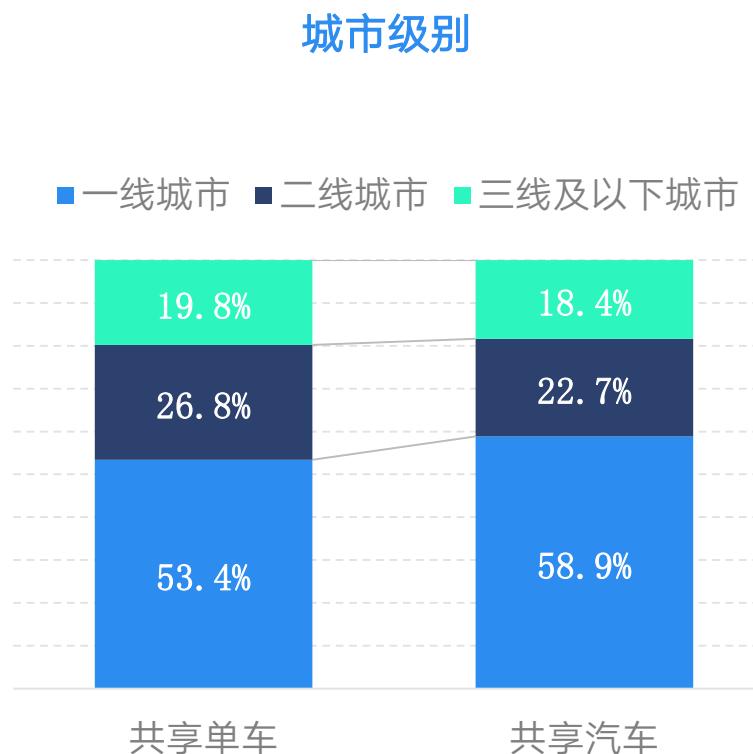


数据来源: TalkingData 移动数据研究中心, Android平台数据

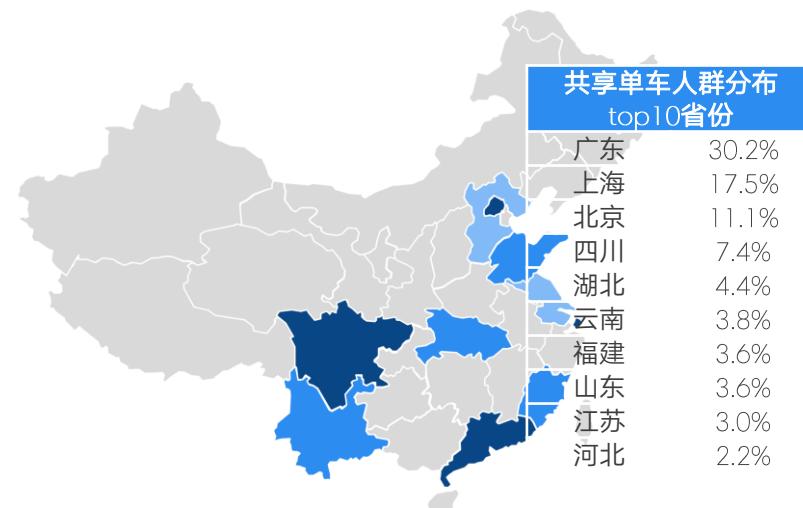
# 一线城市共享经济更发达、共享单车在二线及以下城市渗透更深

分析共享单车和共享汽车人群发现，共享单车人群在一线城市占比53.4%、共享汽车人群在一线城市占比58.9%；对比来看，共享汽车在一线城市占比更高，共享单车在二线和三线及以下城市渗透更深。

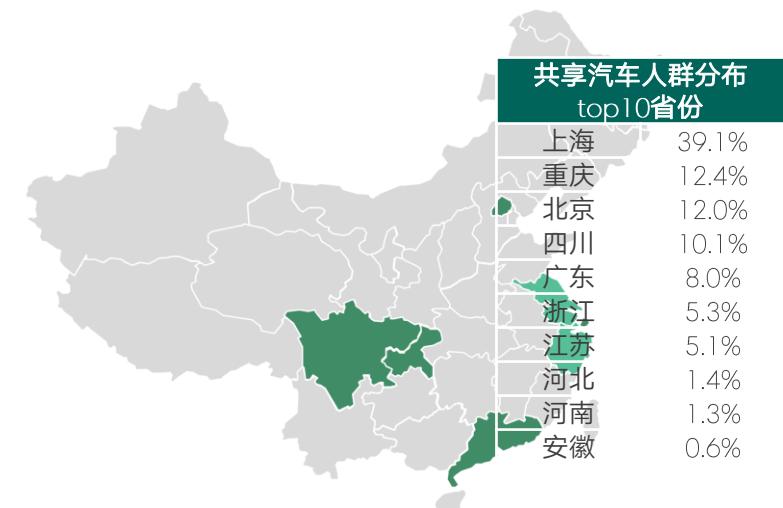
不同人群城市级别分布



共享单车人群分布



共享汽车人群分布

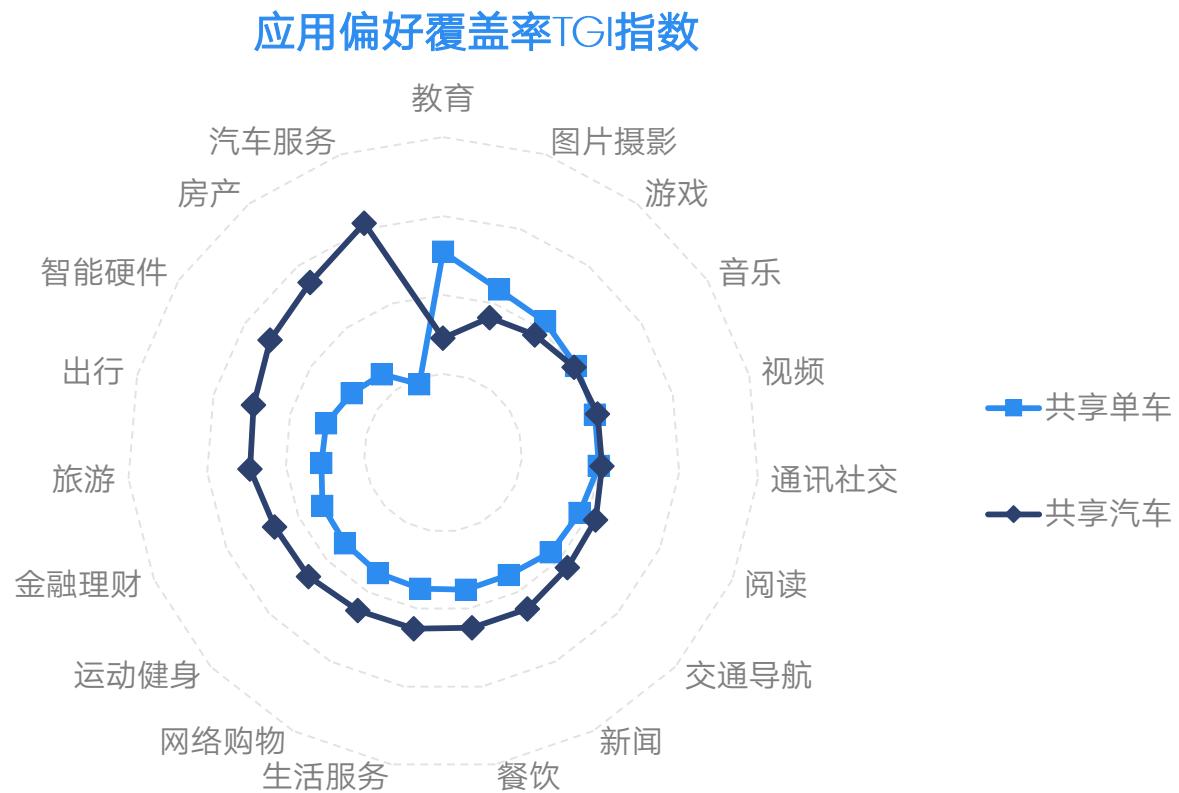


数据来源：TalkingData 移动数据研究中心，Android平台数据

# 共享单车人群关注教育和玩乐、共享汽车人群关注房产和汽车

分析共享单车和共享汽车人群的应用偏好发现，共享单车人群偏好教育类、图片摄影和游戏类应用，而共享汽车人群偏好汽车服务、房产和智能硬件等应用；共享单车人群偏年轻化、关注教育和玩乐；而共享汽车人偏成熟化、关注房产和汽车等。

不同人群应用偏好对比



应用覆盖率TGI	共享单车	共享汽车
教育	127	73
图片摄影	109	91
游戏	105	95
智能硬件	69	131
房产	63	137
汽车服务	46	154

数据来源：TalkingData 移动数据研究中心

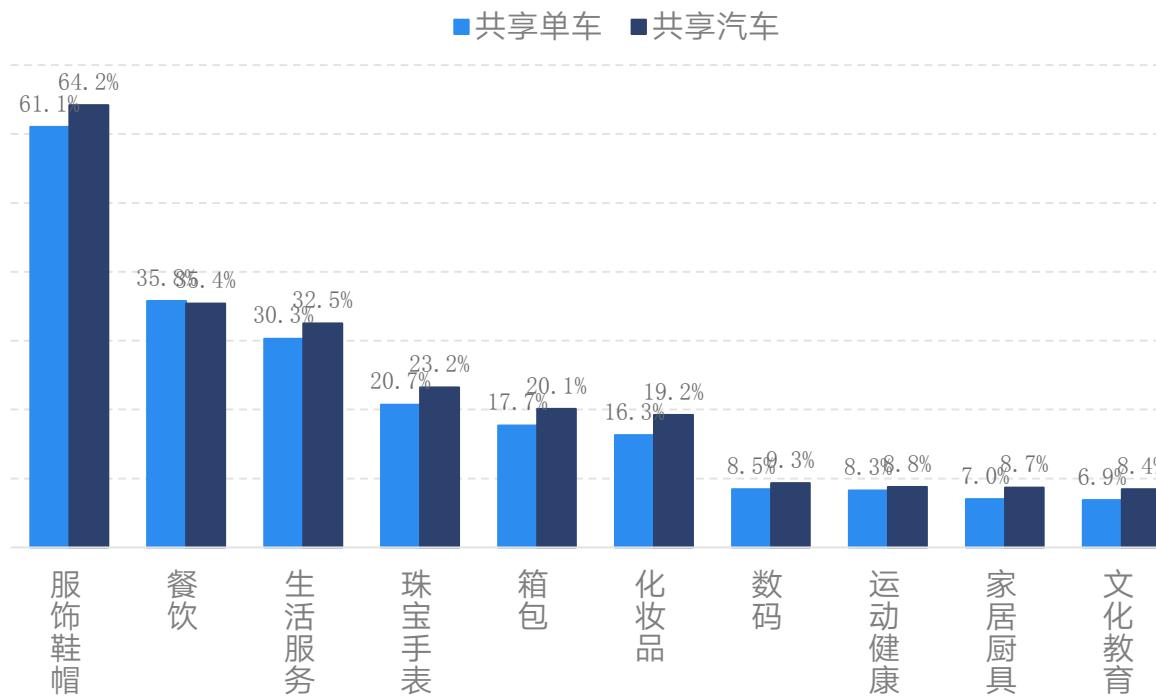
注：应用类型划分根据应用的主要功能分，选择人群的关联应用TOP300进行计算，去除了手机系统工具和实用工具类应用。24

# 共享汽车人群更热衷线下消费

分析共享单车和共享汽车人群的线下消费品类偏好发现，共享单车人群偏好吃吃吃，而共享汽车人群偏好家居厨具和文化教育等；整体来看，共享汽车人群更为热衷线下消费，同时佐证共享汽车人群在逛街时会使用共享汽车。

## 不同人群消费偏好对比

### 不同人群线下消费品类TOP10



线下消费品类TGI	共享单车	共享汽车
化妆品	92	108
数码	95	105
运动健康	97	103
家居厨具	89	111
文化教育	90	110
餐饮	101	99

数据来源：TalkingData 移动数据研究中心

# 4

## 发展趋势篇



# 行业不断规范、传统企业积极拥抱新业态，未来将持续繁荣发展

各地区陆续出台共享出行方面的政策和意见，积极管理和规范行业发展，有力的监管和规范是行业健康发展的先决条件，随着共享经济的深入发展，共享出行行业将不断规范、未来将持续繁荣发展。深圳、上海和北京等地已经陆续在指定共享单车的规范；共享汽车的规范和监管也在酝酿中。而一些传统汽车厂商和服务商也在积极布局共享汽车，未来行业将持续繁荣发展。

## 共享出行发展政策和企业动向总结

### 共享出行发展中的政策法规总结

规范主体	时间	相关政策	具体意见
共享经济	2016年3月	《关于促进绿色消费的指导意见》	支持发展共享经济，鼓励个人闲置资源有效利用，有序发展自有车辆租赁，创新监管方式，完善信用体系
共享单车	2016年12月	深圳市发布《关于鼓励规范互联网自行车服务的若干意见(征求意见稿)》	促进互联网自行车健康发展，保障各方合法权益，同时规范自行车的停放
	2017年3月	上海市发布《共享单车产品标准》和《共享单车服务标准》两个团体标准征求意见稿	规定GPS、实心轮胎和锁具成共享单车标配，明确规定事故责任赔偿、退款处理、运营要求等，共享单车必须每年“体检”、上路3年强制报废、车辆完好率95%以上等
	2017年3月	北京市交通委相关负责人表示，交通管理部门积极鼓励促进共享单车规范、协调和可持续发展，目前北京共享单车指导意见将出台	按照“市级统筹、属地管理、企业主责、规范有序”的治理思路，由市级管理部门牵头制定政策规章和标准；各区政府结合属地实际，负责规范公租自行车发展具体工作。
共享汽车	2017年3月	北京市交通委相关负责人指出，2017年北京将深入推进传统运输行业与新业态的融合发展。探索推动网上审批、信用信誉监管、电子运单与定位数据结合监管等工作方法，建设实施“互联网+放管服”体系，推进出租、租赁、货运、旅游等行业与新业态融合发展，包括推进分时租赁网点布局，年底前分时租赁汽车预计将达到2000辆。	

### 传统企业积极拥抱新业态



数据来源：公开资料整理

# 共享单车企业间合并不是必然，一站式出行服务将出现

对比网约车和共享单车发现，两者虽然都是共享经济发展大潮下的中坚力量，但是本质存在差异，网约车的核心资产是服务，共享单车的核心资产是硬件（单车），网约车合并是追求共赢，而共享单车企业之间合并与否不是必然。消息称4月滴滴出行将接入ofo，一站式出行服务将出现。

## 共享单车发展趋势分析

### 网约车&共享单车的发展对比

网约车	共享单车
• <b>用户：</b> 为享受服务埋单	• <b>用户：</b> 为使用硬件埋单
• <b>成本：</b> 大部分融资多用于补贴司机和用户，没有制造或购买硬件需求	• <b>成本：</b> 大部分融资用于硬件制造和购买、以及线下运营成本
• <b>资产：</b> 服务	• <b>资产：</b> 硬件
• <b>可持续发展：</b> 为了降低成本，合并是为了共赢，所以促成了滴滴出行这个行业巨头； <b>所以合并是必然趋势。</b>	• <b>可持续发展：</b> 为占领高地，共享单车只有持续开拓城市、不断投放硬件和提升运营能力， <b>合并与否并不重要。</b>

VS

### 一站式出行将出现



数据来源：公开资料整理

# 关于TalkingData

- TalkingData 成立于2011年，致力于用数据改变企业做决策的方式，改善人类自身和环境。目前已完成C轮融资，是中国领先的独立第三方数据服务提供商，在全球开设多个分支机构。
- 融合了互联网“开放精神”和传统IT“严谨服务”的企业文化，为客户提供独树一帜，融创新与严谨为一体，全方位智能数据解决方案。业内独一无二的TalkingData智能数据平台，集海量数据、极致的技术和专业的咨询服务为一体，逐步打造开放的数据生态，为客户带来独特的数据价值。
- 目前， TalkingData智能数据平台覆盖超过6.5亿/月活跃独立智能设备，客户既包括像Google、腾讯、滴滴出行等互联网企业，也包括中国银联、招商银行、欧时力、碧桂园等传统行业巨头。

# 报告说明

## • 数据来源

- TalkingData数据中心数据来自TalkingData APPAnalytics、TalkingData GameAnalytics、TalkingData Ad Tracking的行业数据采集，以及诸多合作伙伴的数据交换，如应用市场、渠道、运营商等多种不同来源的数据复合而成。

## • 数据周期

- 2017年3月

## • 概念定义

- 关联应用：指安装了某款应用的用户同时安装的其他应用。
- TGI指数：即指Target Group Index（目标群体指数），反映目标群体在特定研究范围内的强势或弱势
- APP覆盖率：安装过某个APP的设备数量/监测移动设备数量\*100%。
- 共享单车人群：安装共享单车app的人群，报告中根据典型共享单车应用定义。
- 共享汽车人群：安装共享汽车app的人群，报告中根据典型共享汽车应用定义。



微信服务号

TalkingData

# 移动观象台

纵览行业数据，解析移动趋势

mi.talkingdata.com

TalkingData 移动观象台  
INTELLIGENCE

输入您想要查询的信息，如：中国移动、微信

热门搜索：微信 QQ 手机淘宝

TalkingData30日实时活跃终端指数  
653,358,767

30% 70%

应用排行 公众号排行 App Store排行 终端指数 数据报告 市场洞察 人迹地图

TalkingData30日实时活跃终端指数  
653,357,679

应用排行 公众号排行 App Store排行

终端指数 数据报告 市场洞察

本周移动应用 TOP3

1 微信 覆盖率 68.08%



微信订阅号



## 应用排名

洞悉市场动态，提供最新Android应用排行，针对单款应用绘制人群画像



## 公众号排名

通过对自媒体人的账号和文章进行甄别分析，获悉最火爆的微信公众号排行



## 终端指数

呈现移动设备趋势，提供最受欢迎的设备品牌、分辨率、操作系统等



## 数据报告

最权威的互联网行业报告，并针对热门行业、热门事件进行重点分析



## 市场洞察

基于大量移动互联网用户数据洞察用户特征，展现市场应用热度



## 人迹地图

挖掘用户行为轨迹，分类解析品牌受众群体，提供可视化数据解读



微信订阅号

# 谢谢

mireport@tendcloud.com