

中国互联网单车租赁市场专题分析2017

本产品保密并受到版权法保护

Confidential and Protected by Copyright Laws

Analysys 易观
实时分析驱动用户资产成长



研究背景

- 2016年，“共享经济”“绿色出行”观念逐渐渗透，共享出行方式受到互联网用户，尤其年轻群体的青睐。
- 2016年下半年，随着资本市场的强势进入，和企业的快速扩张，中国互联网单车租赁市场呈现爆发式发展。ofo、摩拜、小鸣单车、优拜、骑呗等众多玩家纷纷入局。
- 如何在规模扩张的同时保证线上线下服务质量，如何把握市场供需平衡，如何尽快形成成熟的商业模式，成为互联网单车租赁市场面临的重要挑战。

研究范畴

研究对象：中国互联网单车租赁市场。

研究区域：中国大陆，不包含港澳台地区。

研究定义

互联网单车租赁：基于单车租赁场景的互联网服务。

研究发现一：互联网单车租赁模式解决公共单车系统使用痛点，成为互联网出行领域新热点



市政配置公共自行车系统使用过程中存在诸多痛点：

- 痛点一：注册、退押金要在指定时间到指定地点办理，非常不便。
- 痛点二：采取刷卡用车模式，实体卡片易丢失。
- 痛点三：有桩租还，站点覆盖范围有限，站点桩位有限，遇到满桩情况不易还车，从站点到目的地还需步行。
- 痛点四：还车时需要刷卡扣费，系统网络稳定性差。

互联网单车租赁模式为以上问题提供有效解决方案：

- 解决方案一：用户下载APP或关注微信公众号即可，支持在线注册、支付押金、充值、退还押金等服务。
- 解决方案二：手机扫码或输入密码解锁，结束行程随手锁车即可。
- 解决方案三：无桩租还模式，无范围限制，随用随停。
- 解决方案四：用户骑行至目的地，锁车后线上自动扣款。



研究发现二：资本催化下单车租赁市场快速升温



研究发现三：互联网单车租赁市场百家争鸣，掀起“彩虹大战”，2017年或将迎来市场洗牌

摩拜单车



ofo



骑呗



一步单车



小蓝单车



优拜单车



快兔出行



永安行



CC bike



小鸣单车



Hellobike



由你单车



目录

CONTENTS

01  | 中国互联网单车租赁市场发展现状分析

02  | 中国互联网单车租赁市场典型案例分析

03  | 中国互联网单车租赁市场趋势分析

PART 1



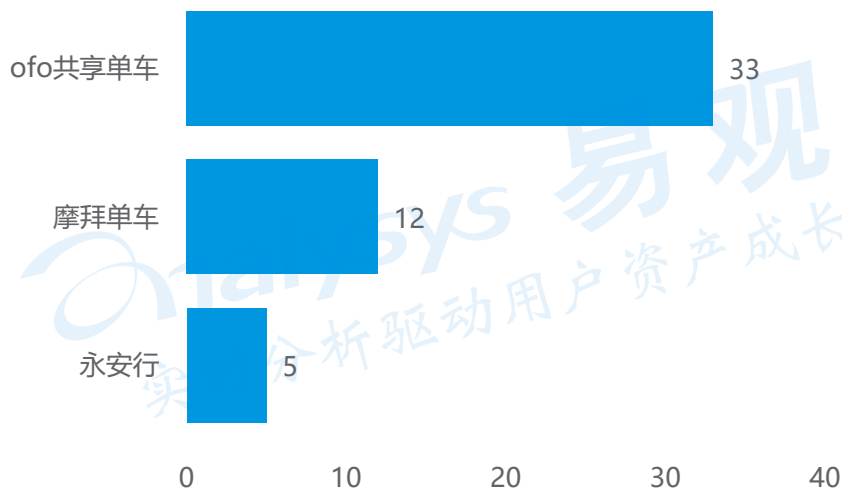
中国互联网单车租赁市场发展现状分析

© Analysys 易观

www.analysys.cn

中国互联网无桩单车租赁服务已覆盖大部分一二线城市，并向三四线城市渗透

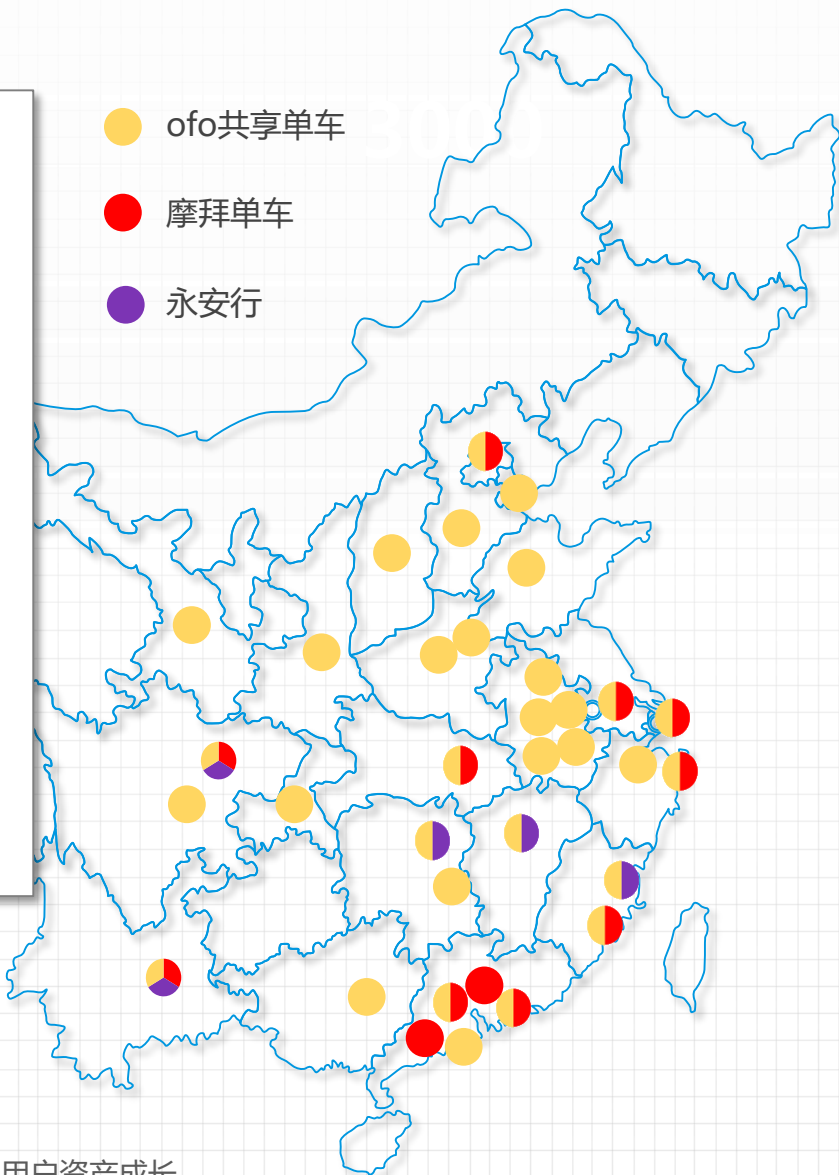
中国主要互联网无桩单车租赁服务城市覆盖数



数据来源：城市数量仅统计中国地区，仅统计互联网无桩单车租赁服务。时间截止2017年1月13日。数据来自企业公开数据以及企业访谈。

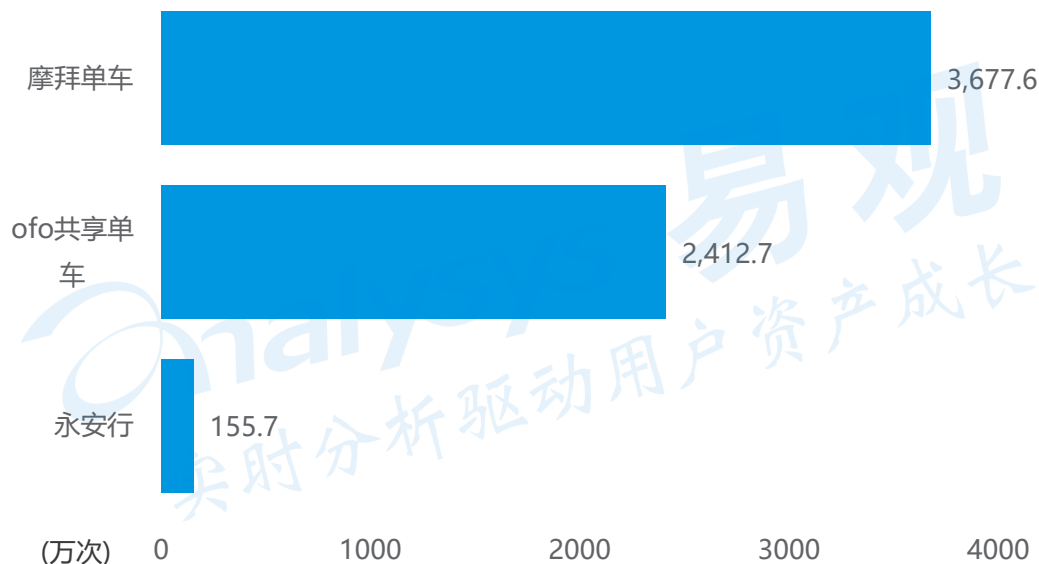
© Analysys 易观

www.analysys.cn



互联网单车租赁市场头部企业优势明显，传统企业互联网化升级效果显著

2016年11月中国互联网单车租赁APP（不含微信服务号）启动次数TOP3



数据来源：千帆只对独立APP中的用户数据进行监测统计，不包括APP之外的调用等行为产生的用户数据。截止2016年第4季度易观千帆基于对15.1亿累计装机覆盖、3.58亿移动端月活跃用户的行为监测结果。采用自主研发的enfoTech技术，帮助您有效了解数字消费者在智能手机上的行为轨迹。

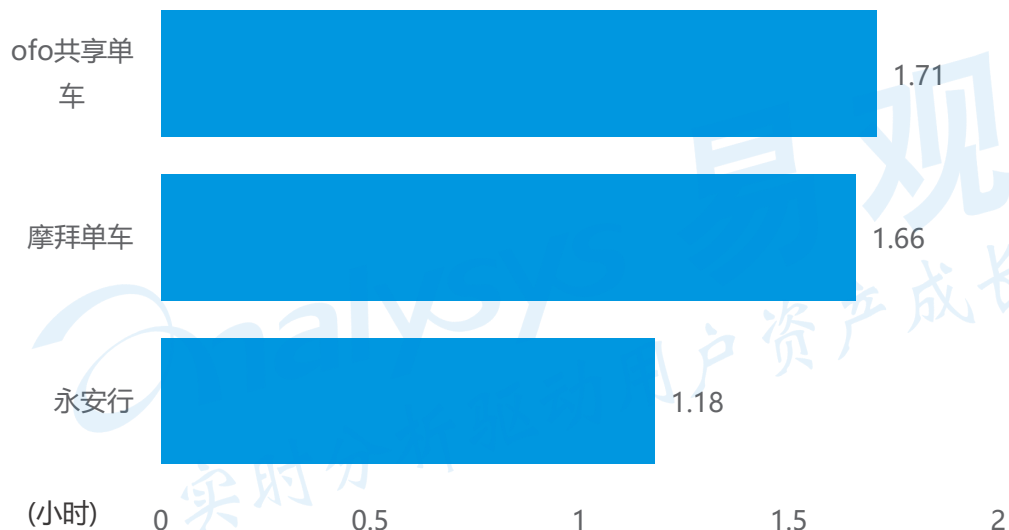
© Analysys 易观

www.analysys.cn

- 一方面，互联网单车租赁企业在资本市场的助力下，快速完成单车的大规模投放。另一方面，互联网单车租赁服务凭借其经济、便捷、高效的特点，广受用户青睐。
- 2016年11月，摩拜单车APP、ofo共享单车APP启动次数均达千万级。

ofo共享单车人均使用时长领先，摩拜单车日均使用时长最久

2016年11月中国互联网单车租赁APP（不含微信服务号）人均使用时长TOP3



数据来源：千帆只对独立APP中的用户数据进行监测统计，不包括APP之外的调用等行为产生的用户数据。截止2016年第4季度易观千帆基于对15.1亿累计装机覆盖、3.58亿移动端月活跃用户的行为监测结果。采用自主研发的enfoTech技术，帮助您有效了解数字消费者在智能手机上的行为轨迹。

© Analysys 易观

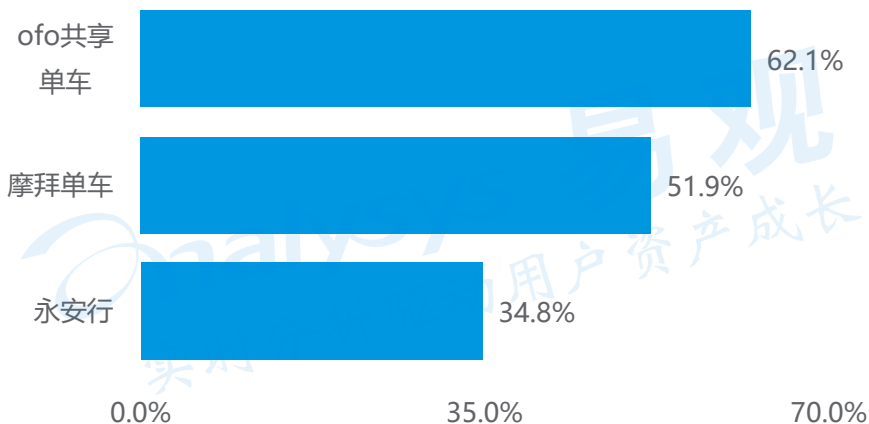
www.analysys.cn

- 从人均使用时长数据来看，11月天气变冷，部分地区气候不适合骑行，用户使用时间较短。其中ofo共享单车APP人均使用时长最长，为1.71小时。

互联网单车租赁市场用户粘性较强，ofo共享单车次月留存率、用户活跃度双高

- ▶ 次月留存率与用户活跃度是描述用户粘性的重要指标。
- ▶ APP的次月留存率指在统计周期内，APP的新增用户在次月依然使用APP的占比，数值越大表示用户粘性越高。
- ▶ APP的用户活跃度指在所选时间段内APP的活跃人数与日均活跃人数的比值。数值越接近1表示用户活跃度越大，用户越频繁使用APP。

2016年11月中国互联网单车租赁APP（不含微信服务号）次月留存率TOP3

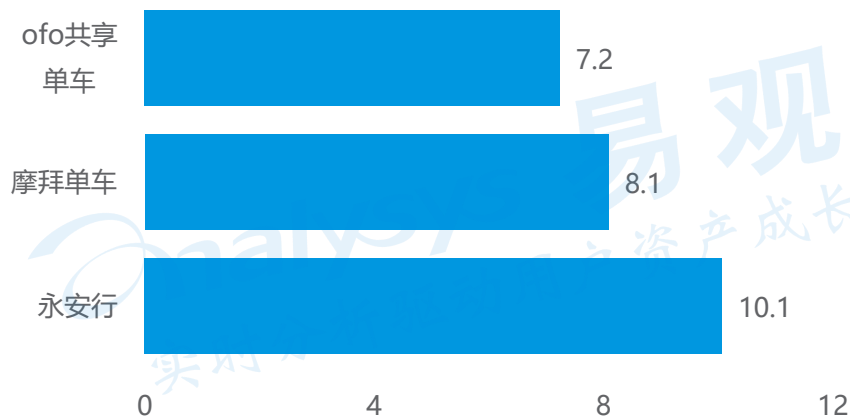


数据来源：干帆只对独立APP中的用户数据进行监测统计，不包括APP之外的调用等行为产生的用户数据。截止2016年第4季度易观干帆基于对15.1亿累计装机覆盖、3.58亿移动端月活跃用户的行为监测结果。采用自主研发的enfoTech技术，帮助您有效了解数字消费者在智能手机上的行为轨迹。

© Analysys 易观

www.analysys.cn

2016年11月中国互联网单车租赁APP（不含微信服务号）用户活跃度TOP3



用户活跃度：描述用户使用间隔的指标，指在所选时间段内APP的活跃人数与日均活跃人数的比值。数据来源：干帆只对独立APP中的用户数据进行监测统计，不包括APP之外的调用等行为产生的用户数据。截止2016年第4季度易观干帆基于对15.1亿累计装机覆盖、3.58亿移动端月活跃用户的行为监测结果。采用自主研发的enfoTech技术，帮助您有效了解数字消费者在智能手机上的行为轨迹。

© Analysys 易观

www.analysys.cn

政策利好

- “十三五”规划提出创新、协调、绿色、开放、共享五大发展理念，鼓励发展共享经济。
- 发改委等十部门联合发布《关于促进绿色消费的指导意见》鼓励步行、自行车和公共交通等低碳出行方式。

社会需求

- 单车出行是解决城市交通最后三公里的有效解决方案，使用场景丰富，社会需求量大。
- 年轻群体对互联网单车租赁的认可度较高。

资本利好

- 截止2017年1月，互联网单车租赁市场融资总额已超7亿美元。
- 资本市场强势进入，推动互联网单车租赁市场快速发展。

技术进步

- 移动互联网、位置服务、移动支付、GPS设备等软硬件技术的进步使用户使用流程更便捷。
- 创新时尚的单车设计受到用户喜爱。

互联网单车租赁市场面临诸多挑战

- 互联网单车租赁服务商为快速扩大规模，短期内向社会投放大量单车，挤占公共道路空间。
- 政府尚未出台针对性管理规范，相关部门在管控过程中存在执法盲点。

- 当前市场上玩家众多，竞争激烈，即将迎来洗牌阶段。
- 目前互联网单车租赁市场还未形成清晰成熟的商业模式。

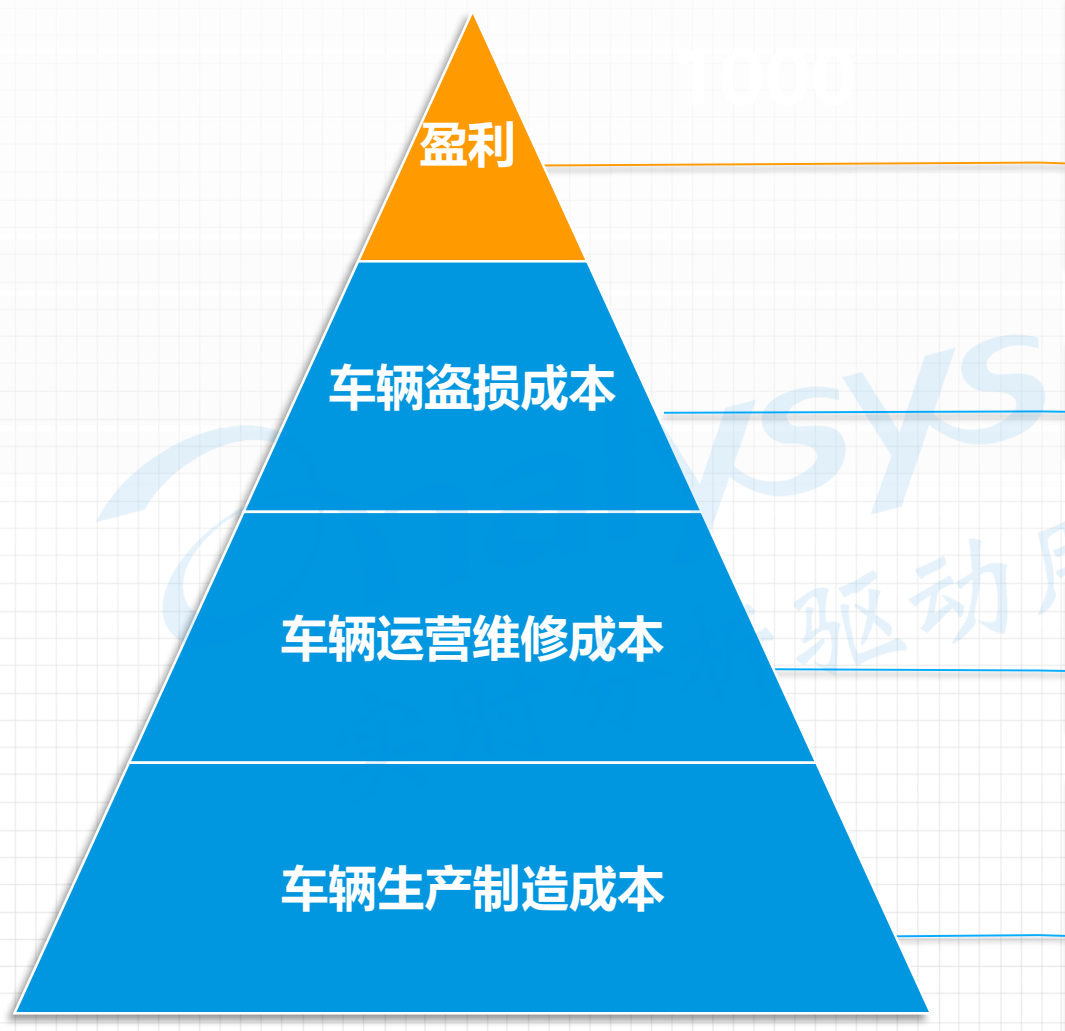


- 无桩模式造成车辆停放位置的不可控，增加了企业对车辆线下运营维护的成本。
- 由于车辆分布散乱，导致企业对故障、损毁车辆的维修和回收难度增大。
- 部分用户在使用过程中存在乱停放、污损车辆、甚至公为私用的情况。
- 培养用户规范良好的使用习惯将促进互联网单车租赁市场健康有序发展。

互联网单车租赁平台是产业链核心环节，自主设计、合作生产、用户共享、优化市政系统等多种运营模式并存



互联网单车租赁市场商业模式单一，规模化运营将加速企业盈利进程



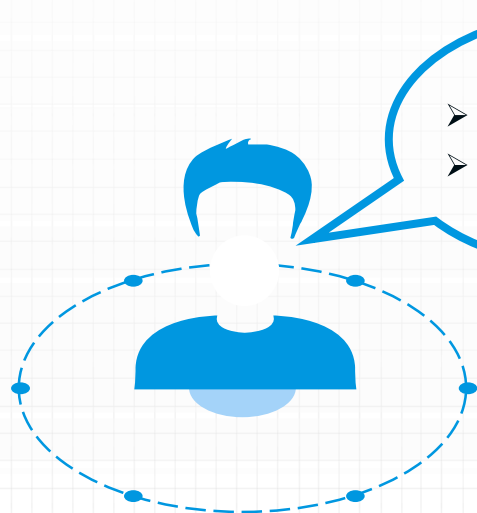
- 根据企业披露信息，ofo单车每天每辆约5-10元收入，需要1-2个月能收回单车成本；摩拜单车每天每辆约6元收入，需要约10个月能收回单车成本。
- 规模化运营将加速企业盈利进程。

- 部分新车被恶意损坏、盗窃、据为私用。导致无法为企业创造利润。

- 无桩模式造成车辆分布不可控，企业需要对车辆运营调度进行及时合理安排，并对故障车辆进行维修。技术及人工成本较高。

- 为延长单车使用寿命、降低维修成本，互联网单车成本均较高，占企业成本比例最大。
- 目前互联网单车租赁成本大多300-1000元/辆，摩拜经典版则高达3000元/辆。

互联网单车租赁受到白领和学生偏爱，覆盖多种城市短途出行场景



- 80后、90后
- 打车低频人群

年轻群体

- 接受新兴事物能力较强
- 追求时尚

低碳理念

- 城市污染问题日益严重
- 偏爱低碳环保生活方式

- 城市生活节奏快
- 白领、学生等时间紧张
- 城市交通拥堵现象严重

高效省时

- 中低端消费人群
- 追求性价比

经济出行

固定需求

固定线路：上学放学、上下班等场景，从学校、公司到家或公交、地铁站距离1-3公里，寻求高效经济的出行工具。

临时需求

临时线路：逛街、园区、短途出游、突发状况等场景，寻求方便快捷的出行工具。



PART 2



中国互联网单车租赁市场典型案例分析

© Analysys 易观

www.analysys.cn

ofo : 成立于2014年，覆盖一二三线城市和高校



- ofo由四位北京大学学生于2014年共同创立，首创无桩单车共享模式。
- 目前ofo单车已升级到第三代，并推出高适配性智能锁。
- 截止2016年10月，ofo已覆盖中国19个省22个城市200余所高校。
- 2016年11月，ofo开启城市出行服务，截止2017年1月，其城市服务已覆盖33个城市。

✓ 三角形把立

✓ 可转动车铃

✓ 可调节车座

✓ 22尺寸
✓ 实心轮胎

✓ 密封中枢

✓ 前后双抱刹系统

✓ 传统机械锁及智能锁

ofo3.0

2016年

2017年

- 1月11日，ofo宣布启动2017城市战略，加快二三线城市布局。
- 1月16日，ofo推出高适配性智能锁，解决了机械锁密码固定的弊端，同时促进闲置车辆共享进程。

- 4月，ofo 2.0面世。
- 10月，ofo完成亿级美元C轮融资。
- 11月，ofo宣布开启城市服务，同时发布ofo3.0。
- 12月，ofo宣布进军海外。

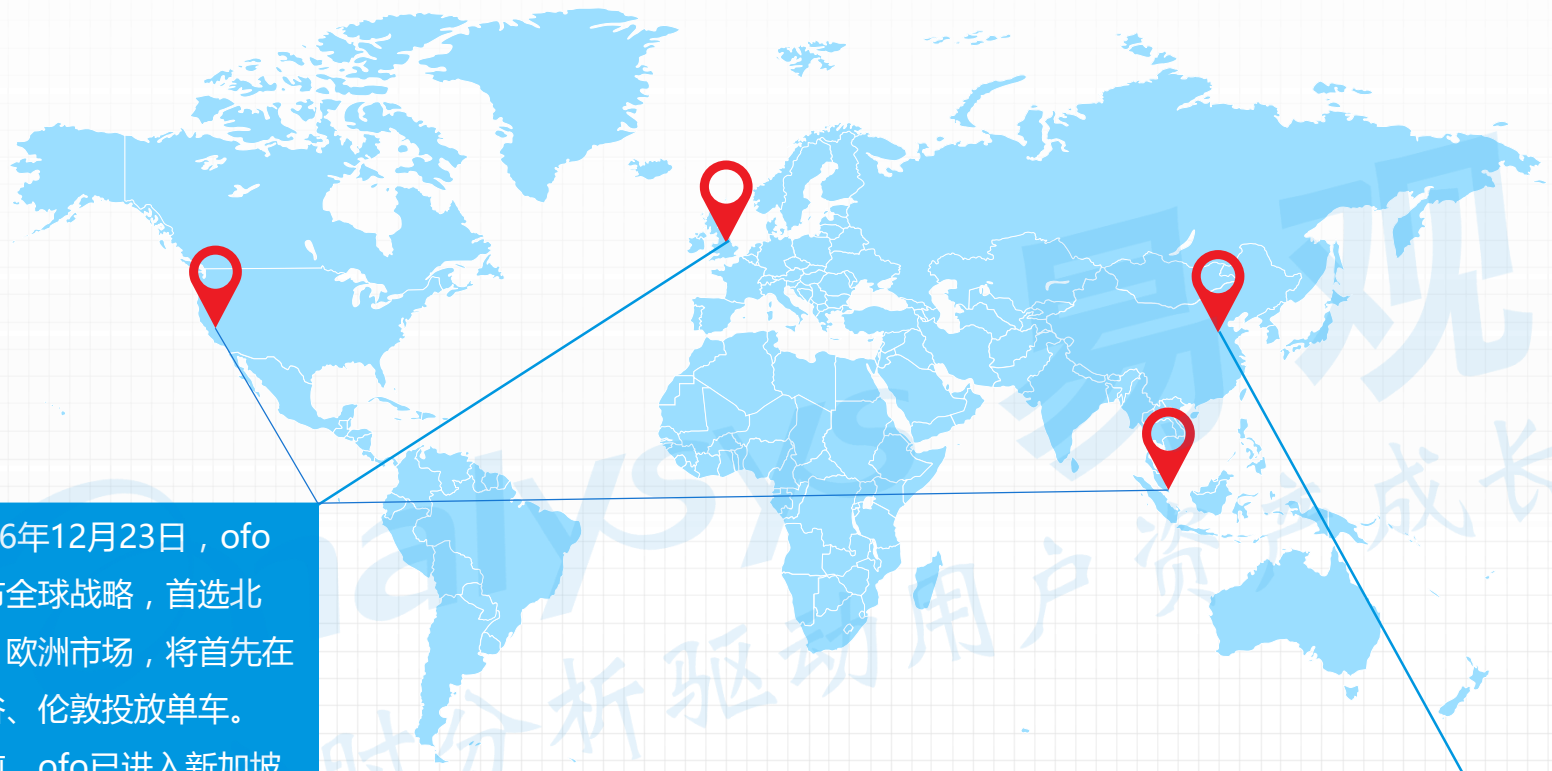
2015年

- 9月，ofo提出共享单车计划，同时ofo1.0面世。
- 在北大获得成功后，ofo将共享模式推广到各大高校。

2014年

- 12月，ofo在北京成立。

ofo：覆盖一二线主要城市，迅速下沉更多二三线城市，积极布局海外市场



- 2016年12月23日，ofo发布全球战略，首选北美、欧洲市场，将首先在硅谷、伦敦投放单车。
- 目前，ofo已进入新加坡市场开展试运营。
- 海外市场运营车辆由凤凰自行车提供产品设计及生产。新加坡采用22寸实心轮胎。欧美市场则采用26寸轮胎

- 2015年9月，ofo以北京大学为起点，正式开启共享单车服务。截止2016年10月，ofo已覆盖中国19个省22个城市200余所高校。
- 2016年11月，ofo开启城市服务，截止2017年1月11日，ofo城市服务已覆盖北京、上海、广州、深圳、成都、厦门、昆明、合肥、武汉、长沙、南京等33个城市。
- 截止2017年1月10日，ofo共计投放单车80万辆。

ofo：开放平台模式，与政府合作，城市大共享计划+虚拟停车桩计划全面提升服务质量

- 2016年11月，ofo宣布向B端自行车厂商及C端个人用户开放平台，旨在为用户提供多元化服务，并鼓励个人单车共享。
- 目前，ofo已经与广州、深圳、重庆等多地政府合作，设置专门停车区域，培养用户良好使用习惯。

城市大共享计划

- 增加ofo平台单车种类和单车服务内容。
- 单车社群700bike成为与ofo合作的首个单车品牌。

单车品牌
合作

个人单
车共享

- 个人闲置单车放到ofo平台共享使用。
- 共享模式已在高校取得成功，将扩展到城市服务中。

ofo

虚拟停车桩计划

引导用户规范使用

- 通过建立虚拟停车桩，并辅以完善的信用奖惩制度，有助于规范用户停放和使用车辆。

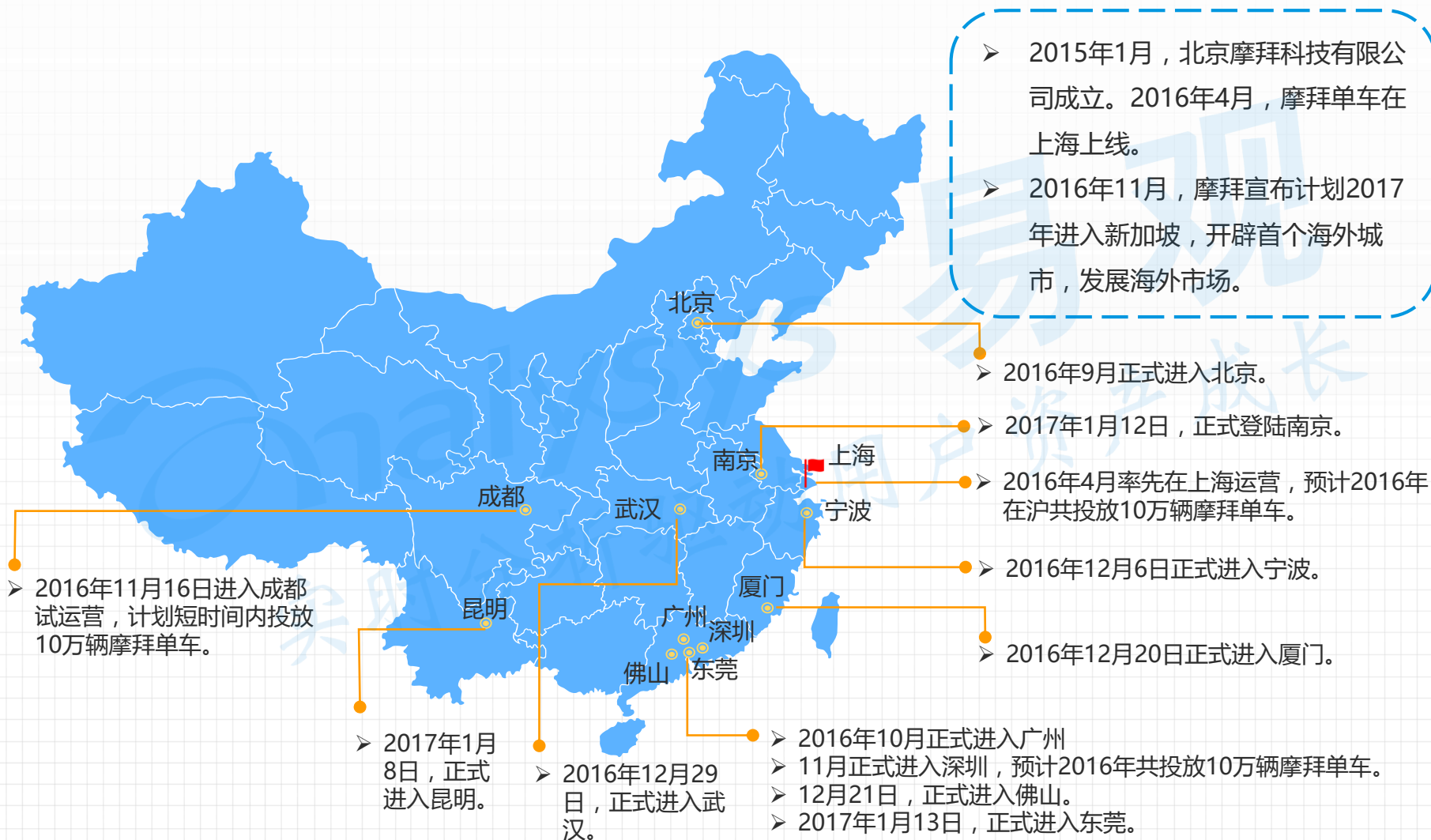
提高车辆调度效率

- 通过技术手段建立高密度虚拟停车桩，实时监控车辆使用情况，有利于企业提高车辆调度效率和准确度。

ofo虚拟停车桩
计划

- ofo未来或将在APP内增加虚拟停车桩服务。

摩拜：成立于2015年，首先发力一线城市，再布局二线城市和海外市场



摩拜：重资产模式，首选落户上海



- 摩拜单车，英文名mobike，由北京摩拜科技有限公司研发，采用无桩租还车模式，致力于解决城市内短途出行需求。2016年4月，摩拜单车在上海试运营。

- 重资产，高成本
- 引入信用体系

产品

重资产，高成本

- 摩拜单车经典版成本3000元/辆，lite轻骑版成本1000元/辆，相比市面上其他单车成本高。

引入信用体系

- 一旦用户违规停车，将扣除信用分，扣至一定分数需支付高额租金。

战略

- 首选上海
- 政府合作

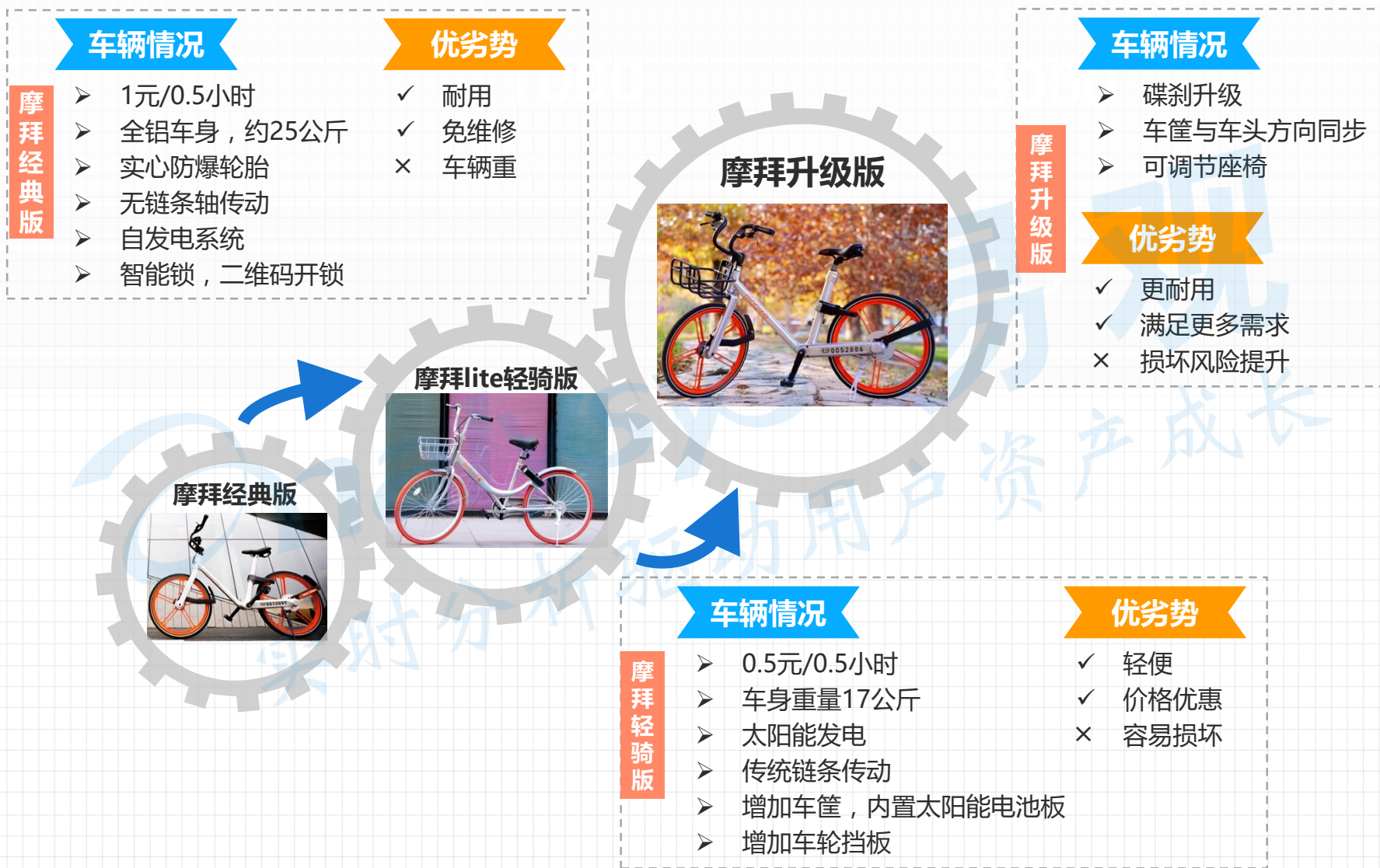
首选上海

- 相比其他一线城市，上海拥有成熟的自行车道路体系和停车体系，更适合骑行。

与政府合作

- 摩拜陆续与上海市杨浦区、宝山区、徐汇区政府和广州市海珠区政府达成合作，政府将给予摩拜在运营管理等方面支持。

摩拜：产品3次迭代升级，根据用户需求进行研发设计



骑呗：聚焦技术研发，精耕细作战略，放缓扩张速度



- 骑呗（英文名 QIBEI），隶属于杭州骑呗科技有限公司，2016年11月3日于杭州投放首批无桩单车。
- 骑呗创始团队成员主要来自阿里巴巴和传统自行车领域，团队专注技术研发，以解决用户出行痛点。
- 2017年1月，骑呗宣布获得1亿元人民币A轮融资。

➤ 全铝不锈钢车身

➤ 物联车锁

➤ 无链条轴传动

➤ 实心防爆轮胎



➤ GPRS+4G 双模通信：
信号稳定

➤ 动能发电技术：
供能持久

➤ GPS+北斗定位系统+基站+WIFI：
定位准确

➤ 车体重20公斤：
骑行轻便

骑呗：杭州公共自行车系统建设较为完善，是其面临主要挑战



杭州公共自行车



➤ 于2008年5月1日开始运营



➤ 投放84100辆



➤ 已服务网点基本覆盖整个杭州市区



➤ 使用交通卡或市民卡，服务网点有桩租还



➤ 日均租用量30余万次



➤ 押金200元，1小时内免费，1-2h/1元，2-3h/2元，3h以上/3元



骑呗



➤ 于2016年11月3日落地投放



➤ 首批投放2000辆，预计一年内投放10万辆



➤ 首批集中投放于滨江区



➤ 无桩租还，手机App随时解锁



➤ 支付宝扫一扫可直接开启智能锁



➤ 押金200元（芝麻信用评分750分以上免除押金），0.5h/0.5元

骑呗：与阿里巴巴及金通科技合作，完善租赁信用环境，整合公共自行车领域资源助推业务发展

- 杭州金通科技致力于中国外公共自行车的开发与推广，骑呗单车占有金通科技旗下互联网公司叮嗒科技部分股份。
- 骑呗与阿里巴巴有紧密合作，团队成员主要来自阿里巴巴。2016年11月3日，骑呗科技与芝麻信用达成战略合作关系。骑呗单车作为信用出行服务的重要场景，将成为芝麻用户信用评价的参考依据之一。

• 阿里巴巴

- 与芝麻信用达成战略合作，接入第三方征信体系，构建良性租赁环境。
- 无需下载骑呗APP，支付宝扫一扫功能可直接开锁用车。



• 金通科技

- 拥有8年公共自行车运营经验，助力骑呗提高运营效率、合理调配车辆。

• 骑呗团队

- 骑呗的团队成员主要来自阿里巴巴和自行车领域。
- 曾主导全国近200个城市公共自行车3000万会员的互联网扫码租车项目。

永安行：中国早期公共自行车运营商之一，专注于有桩单车租赁，覆盖范围广

youon

- 常州永安公共自行车系统股份有限公司于2010年成立，当年开始承接台州、苏州和上海松江的公共自行车系统项目，管理和运营城市有桩单车，提供云服务平台、站点控制器、锁车器和公共自行车设备，在公共自行车领域有丰富的运营经验。2016年，永安推出永安行APP，开通互联网单车租赁服务。



办卡租车

收费标准：1小时内免费，超过1小时则1元/1小时，24小时内5元封顶。

210个

- 永安行的有桩单车覆盖全国210个城市，以二三线城市，及一线城市非市中心区域为主。

80万

- 总共投放80万辆有桩单车。

扫码租车

扫码平台：支付宝、微信、APP扫码

租车模式：芝麻信用600分、押金200元、手机绑卡

收费标准：0.5元/0.5小时

6.8亿

- 年骑行人次6.8亿。

220万

- 最高日借还车次数超220万人次。

永安行：连续在4城市推出无桩单车租赁服务，由“有桩”向“无桩”升级

有桩向无桩升级

- 将其在有桩单车租赁市场积累的运营管理经验应用到无桩单车租赁业务中。
- 2016年11月24日正式登陆成都，推出无桩单车租赁，预计投放10万辆单车。
- 2016年12月，永安行先后进入昆明和长沙，预计各投入5万辆无桩单车。
- 2017年1月1日，南昌成为永安行无桩单车的第四站，共投放2万辆单车。
- 无桩单车包括“永安行”和“永安行S版”两款，分别使用手机密码和蓝牙开锁。
- 与芝麻信用合作，芝麻信用600分可免押金租车。
- 每半小时0.5元。



永安行：有桩模式与无桩模式协同发展，布局电动汽车延伸出行距离

- 永安行计划未来3年有桩单车规模将增至120万辆，覆盖中国300城市，并将其升级为扫码租车模式，与无桩单车租赁服务协同发展。
- 永安行宣布2016年，将在5个城市推出电动单车——永安行共享助力自行车，形成无桩单车、有桩单车、共享助力自行车三位一体的单车出行平台。
- 此外，永安行计划于2017年推出永安行共享电动汽车，将出行距离从3公里延长到10公里。



PART 3



中国互联网单车租赁市场趋势分析

© Analysys 易观

www.analysys.cn

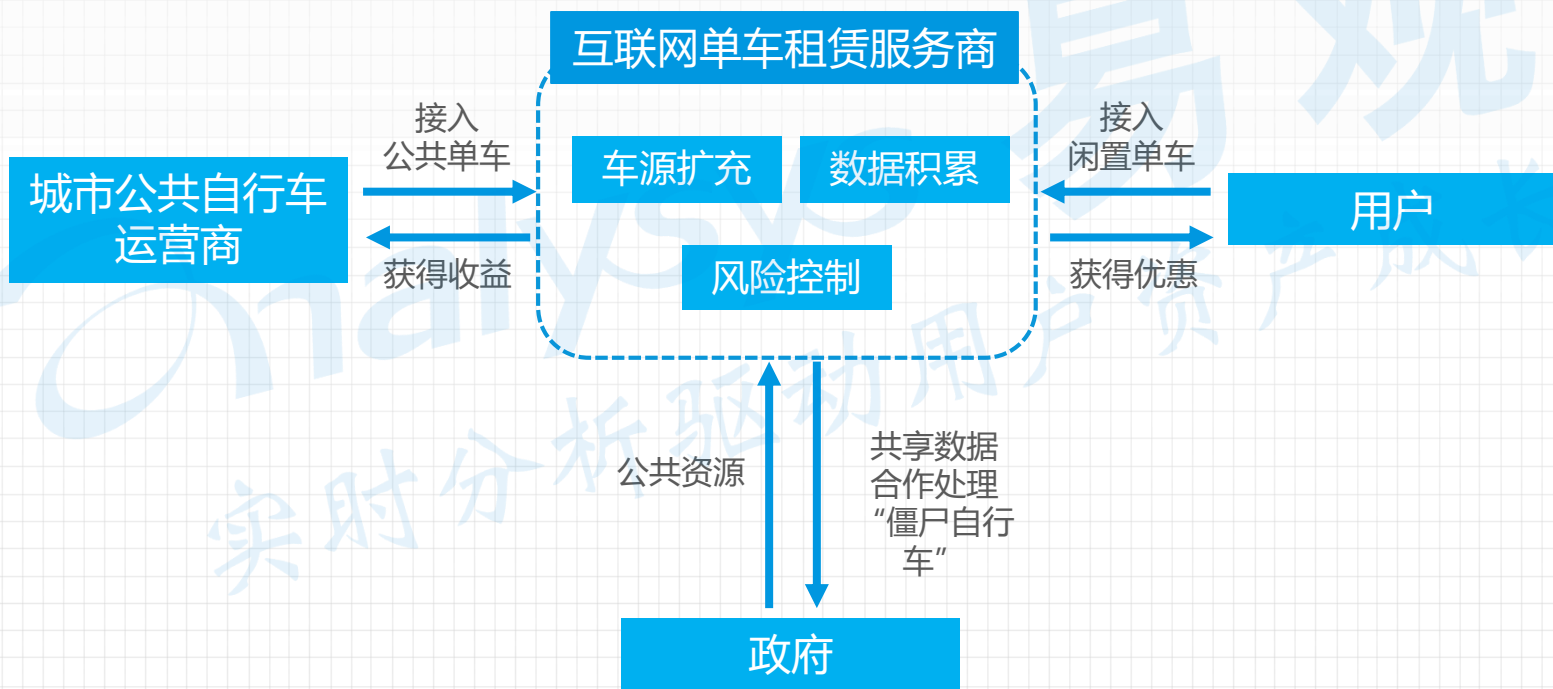
丰富服务场景，创造互联网单车租赁盈利模式

- 单车出行属于用户高频使用场景，背后积累的海量数据以及用户流量将成为互联网单车租赁服务商实现商业化布局的重要突破点。
- 未来，互联网单车租赁企业将与更多相关厂商进行合作，丰富服务场景，开拓多线变现渠道。



政府+用户：整合、盘活社会闲置单车资源

- 城市公共自行车在中国存在已久，政府投资大量人力物力修建相关设施，但仍然面临城市公共自行车使用率低、运营困难等情况。
- 长期以来，存在着一批停放在车位、无人使用、破损的“僵尸自行车”，占用公共空间、影响环境卫生，如何处置“僵尸自行车”成为一大城市问题。



一二线城市作为主要竞争区域，市场最终形成寡头竞争格局

一二线城市为主

- 目前中国一二线城市的交通拥堵情况更为突出，城市出行半径大，人口密度高，对“最后三公里”的出行需求更多，市场广阔。
- 一二线城市道路系统建设基本完备，路边非机动车停车“白线系统”的完善有助于规范无桩租还模式的停车秩序。
- 三四线城市出行半径小，短途出行工具如摩托车、电动车、自行车等保有量大，公共自行车可以满足出行基本需求。

寡头竞争格局

- 目前短途出行的市场渗透率低，且行业壁垒不高，入局者众多，行业马太效应并不明显，因此未来出现垄断格局的可能性较小。
- 在入局者形成一定规模后，市场将迎来一波洗牌，运营和管理能力较差的企业将被淘汰，而积累了海量用户和出行数据并具备完备硬件技术的企业将拥有巨大优势，最终或将形成几家企业共同瓜分市场的寡头竞争格局。

实时分析驱动用户资产成长

- 易观千帆
- 易观万像
- 易观方舟
- 易观博阅

