



中国移动出行市场现状及发展

尼尔森中国 汽车研究团队

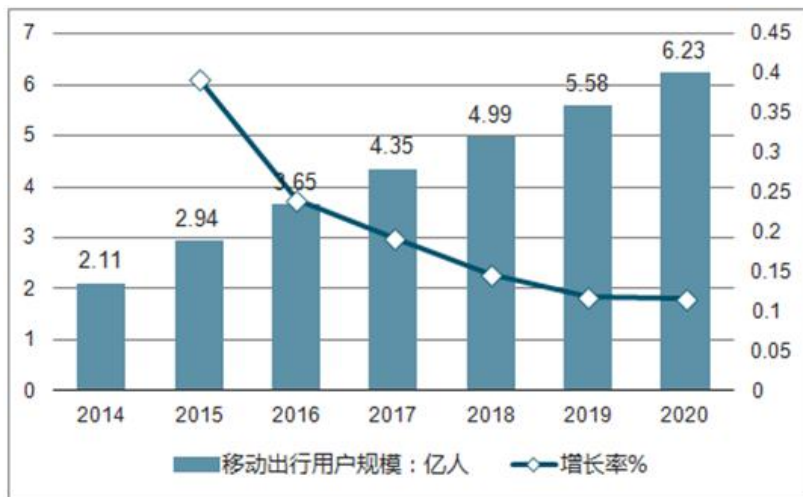
2019年03月



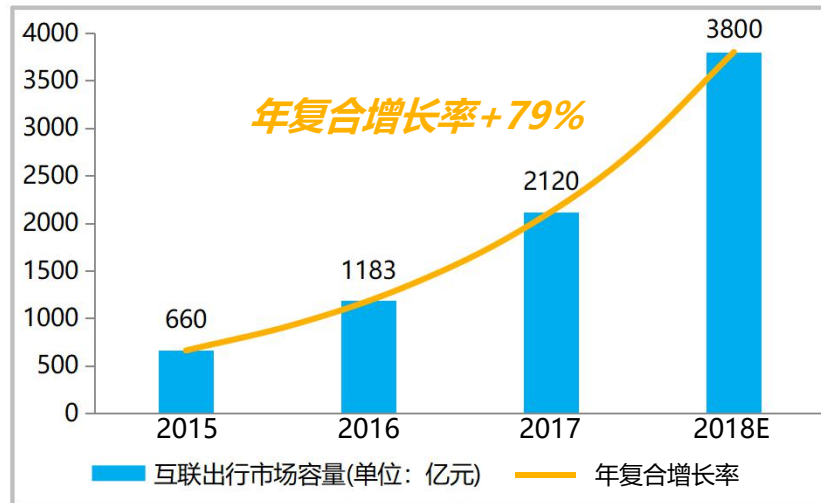
中国移动出行的市场规模快速增长

- 2018年中国移动出行用户将近5亿人，汽车出行市场容量有望达到3800亿元

中国移动出行用户规模（单位：亿人）



中国汽车互联出行市场容量（单位：亿元）



数据来源：公开资料整理；罗兰贝格《2018年中国汽车共享出行市场分析预测报告》

移动出行业态的发展迅速且呈现新的变化趋势

不同互联出行业态代表性企业创立的时间

阶段1
(2000-2012)

阶段2
(2013-2015)

阶段3
(2016-2020)

营运租赁



一嗨租车 2006



至尊租车 2006



神州租车 2007



瑞卡租车 2009

移动打车



Uber 2010



易到用车 2010



滴滴出行 2012



一号专车 2014



神州专车 2015



曹操出行 2015



首汽约车 2015

分时租赁



zipcar 2000



Car2Go 2008



Evnet 2011



宝马 2012



友友用车 2014



绿狗租车 2015



一度用车 2015

拼车代驾



爱代驾 2010



微代驾 2013



天天用车 2014



嘀嗒拼车 2014



滴滴顺风车 2015



ReachNow 2018



欧拉出行 2018



美团打车 2017



享道出行 2018



滴滴顺风车 2015



京东

除《企业家第一课》、《企业家功成堂》外，其他公众号分享本期资料的，均属于**抄袭**！
邀请各位读者朋友尊重劳动成果，关注搜索正版号：[《企业家第一课》](#)、[《企业家功成堂》](#)

谢谢观看！

企业家第一课，专注做最纯粹的知识共享平台



关注官方微信
获取更多干货



加入知识共享平台
一次付费 一年干货

汽车行业面临转型进阶，进入共享化移动出行阶段

- 各大主流车企继电动化、网联化、智能化战略启动后，不约而同地进入了共享化时代

01 电动化

02 网联化

03 智能化

04 共享化



汽车厂商积极介入移动出行市场，特别是分时租赁和网约车业务

- 2015年，戴姆勒董事长蔡澈在法兰克福车展表示，奔驰正在从汽车制造商转变为互联网出行服务商。
- 2016年，宝马董事长克鲁格在品牌百年庆典表示，宝马将从汽车制造商向个人出行服务提供上转型。
- 2016年，时任福特CEO的马克·菲尔兹表示，福特既是一家制造企业，也是一家移动出行服务公司。
- 2018年，丰田章男在CES上宣称，丰田将从汽车公司转型为移动出行公司竞争对手将变为谷歌、苹果等科技巨头。
- 共享出行领域已接近三十家整车厂入驻。

“大众集团要成为未来移动出行解决方案的一部分，到2022年将投入超过340亿欧元用于打造电动汽车、自动驾驶，搭建数字化网络以及全新的移动出行服务。”

——大众集团CEO穆勒



移动出行市场潜力巨大，机遇与变数共存



移动出行相关的政策与标准环境正趋于规范

网约出租车管理

2016年7月28日，交通运输部联合公安部等七部门公布《**关于深化改革推进出租汽车行业健康发展的指导意见**》和《**网络预约出租汽车经营服务管理暂行办法**》。

新规明确私家车符合条件可转化为网约车运营，登记为“预约出租客运”。网约车从此明确了合法地位，利好共享经济

新规也保留了各地方政府对网约车企业的审批权，意味着未来区域市场开放程度会存在差异。目前来看部分城市在车辆属性、司机要求上标准比较严苛，为网约车的发展带来一定变数

互联网汽车技术标准

目前业内关于互联网汽车的定义与标准主要由各厂家自己定义。

工信部表示2016年8月将发布“智能网联汽车技术发展路线图”，作为指导意见

汽车标准委员会已组织完成无人驾驶汽车的相关标准。据了解，该标准体系框架包括基础、通用规范、产品与技术应用、相关标准四部分。

网络通信相关政策

国务院办公厅2015年5月公布了《关于加快高速宽带网络建设推进网络提速降费的指导意见》

提出2017年底“80%以上的行政村实现光纤到村，农村宽带家庭普及率大幅提升；4G网络全面覆盖城市和农村，移动宽带人口普及率接近中等发达国家水平”。

国务院发布的《“十三五”规划纲要》提出，在2020年启动5G商用。目前我国完成5G面向2030年的频谱需求总量估算，6GHz - 100GHz高频段候选频段优先级研究等工作。

十三五交通基础设施和信息化建设将推动移动出行

- 预计到“十三五”末，我国高速铁路将达3万公里，高速公路将达15万公里，高速公路和机场基本实现对城区常住人口20万以上城市全覆盖，城市群内实现0.5~2小时交通圈，全面实现乡镇、建制村和较大撤并建制村通硬化路，建设里程30多万公里

民用运输机场规划布局示意图 (2030年)



全国高速公路规划布局示意图 (2030年)



来源：交通部规划司2016年7月21日新闻发布，2015年国民经济发展公报

全国高速铁路规划布局示意图 (2030年)



全国固网和移动宽带用户数 (2015年)



城市间人口流动数量和出行频率可望进一步提升



日益增长的流动人口和出行量

14.2亿

预计在2020年总人口14.2亿人, 按2015年人口13.75亿计, 未来每年增长约900万

2020年从农村向城镇转移的农业人口达2.2亿人, 城城之间流动人口约7000万人

7000
万


























500万

2016春运期间共有约500万人跨城拼车

十三五规划提出, 2020年常住人口城镇化率达到60%


60%

综述：中国移动出行市场的长期机遇大于短期风险

评价指标	市场集中度	政策稳定性	商业风险性	未来成长性	总体评估
政治环境		 各地方对于网约车企业的审批制会影响推广进度	 对网约车司机补贴减免和外地车挂靠可能带来车源减少和服务质量下降		
经济环境		 针对移动出行服务的税收监管和保险义务会提高出行企业运营成本		 移动出行及相关服务市场价值可望2020年达到5万亿元	
社会环境					
技术环境			 自动驾驶/远程控制/车联网安全性和法律责任风险		
设施环境	 道路交通设施与物联网，行人文明程度影响智能汽车应用和运行				

风险水平：

 高风险
低机会

 机会/风险
均衡

 高机会
低风险

宏观是我们必须接受的，**微观**才是我们可以有所作为的

消费者出行痛点是什么？

- 从消费者出行场景来看，**低速拥堵与停车问题**是亟需解决的出行痛点



消费者出行核心需求是什么？

- 消费者出行的理想愿景是**连接、整合、科技、智能**



围绕消费者需求，分享关于网联、智能、共享话题



网联化

- ① 消费者对网联化的接受程度？
- ② 消费者认为哪种交互方式更理想？
- ③ 消费者对交互接口的需求？

...



智能化

- ① 消费者对自动驾驶的接受程度？
- ② 消费者希望未来谁来主导自动驾驶？
- ③ 消费者希望在车辆内部空间实现哪些功能？

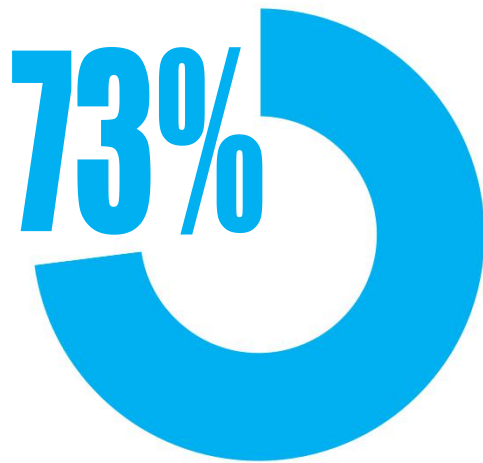
...



共享化

- ① 消费者对共享出行的接受程度？
- ② 消费者对移动出行方式的偏好及发展趋势？
- ③ 消费者对移动出行的认知和体验

网联化-1.消费者对网联化的接受程度？



连接

能获得一些新的消息，并发现一些新的机会，与别人互动，建立关系

联想-私家车，打车，车与车之间的互连系统，微信，打电话，顺风车（拼车），交通方式组合（地铁+共享单车）

整合

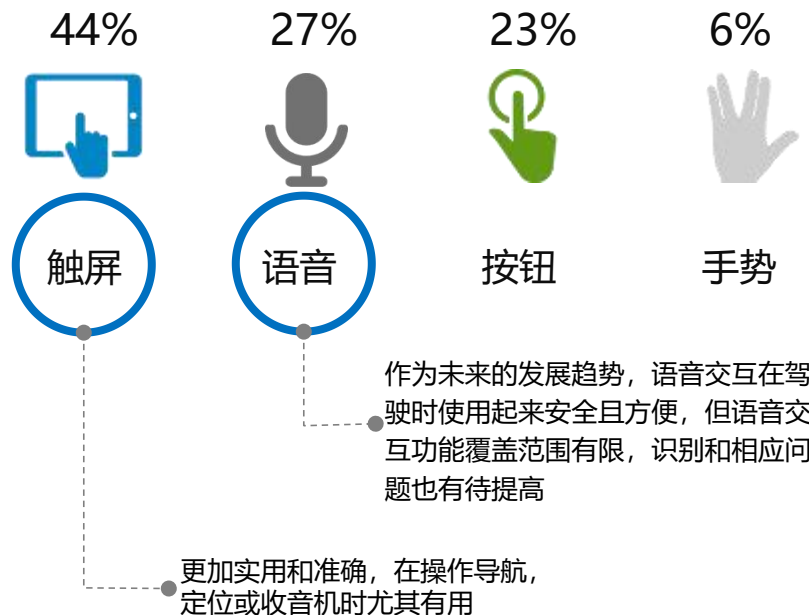
能够考虑周全的把所有问题解决掉，用一个东西可以同时解决很多问题

联想-代驾，代加油，代充电，人工智能，大众点评，携程，代洗车，美团网，加油类的APP，房车

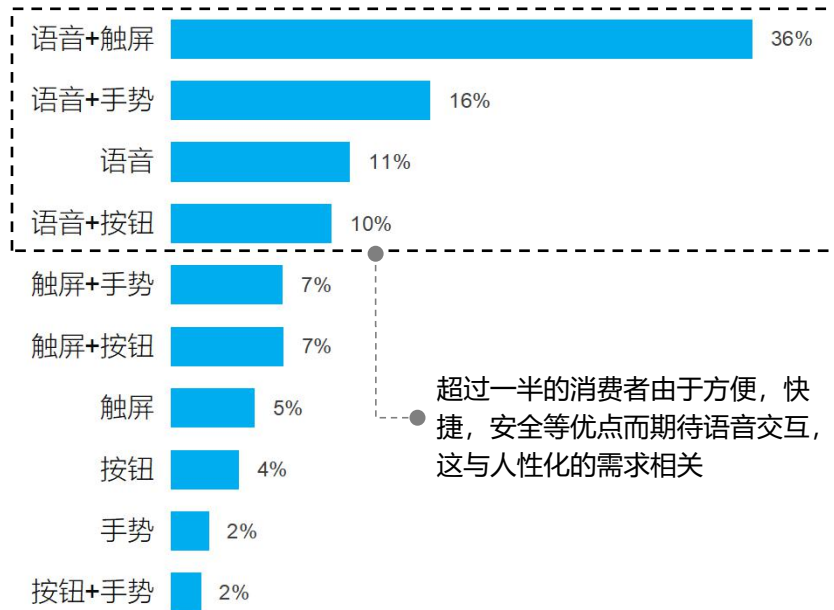
网联化-2.消费者认为哪种交互方式更为理想？

- 目前消费者仍以触屏为主，未来更倾向于“**语音+**”的交互方式

现有各交互方式使用频率



期望交互方式

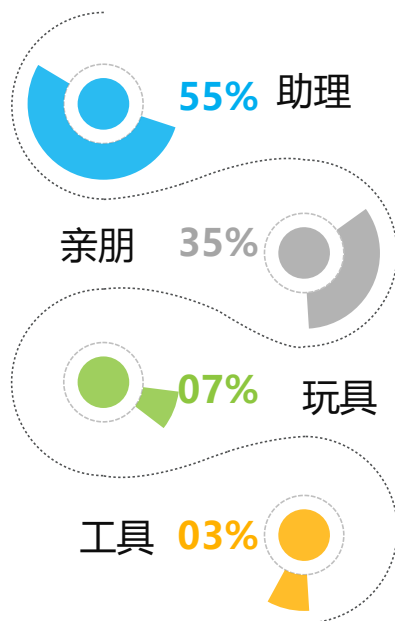


数据来源：尼尔森研究整理

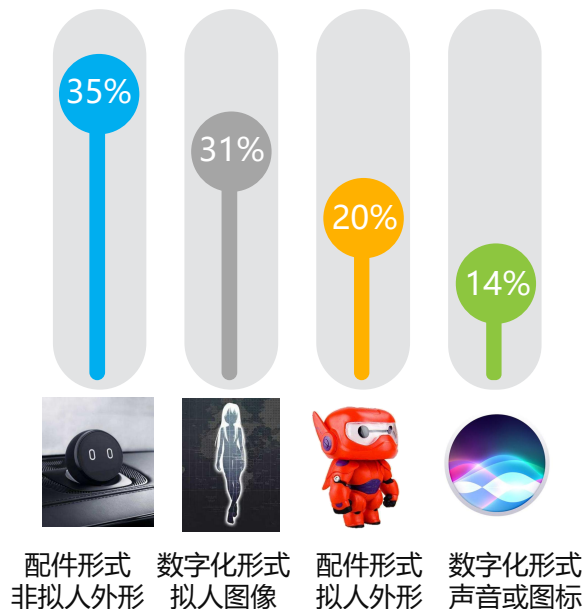
网联化-3.消费者是否有交互接口的需求？

- 消费者对未来的交互接口赋予了一定的情感和人格诉求，期望是更**自然化**的互动

角色



外形



数据来源：尼尔森研究整理

智能化-1.消费者对自动驾驶的接受程度如何？

- 消费者认可自动驾驶在未来的重要性，并对其抱持一定兴趣，认为其可以**解放双手、提升乘坐体验**，但同时也对其实际应用场景时的安全性表示担忧

→ 优势

解放双手，可利用时间增加



乘坐体验提升（减轻疲劳，更放松）



事故发生量减少，车辆更加安全



不必考虑驾车带来的麻烦（违章，停车等）



提高能源效率，降低成本出行



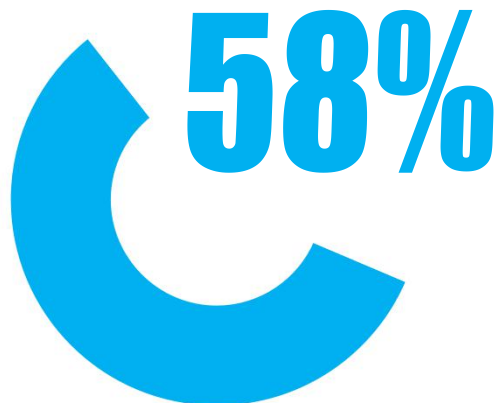
无需学习驾驶，出行更方便



减少能源消耗和废气排放



消费者对自动驾驶的接受意愿

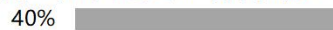


→ 顾虑

安全性持有保留态度



对行人等非机动车的安全保障缺乏



担心数据/隐私安全



发生事故/违章责任难以界定



自动驾驶系统技术还不如自己的驾车技术



喜欢自己驾车带来的快感



价钱太高，超出接受范围



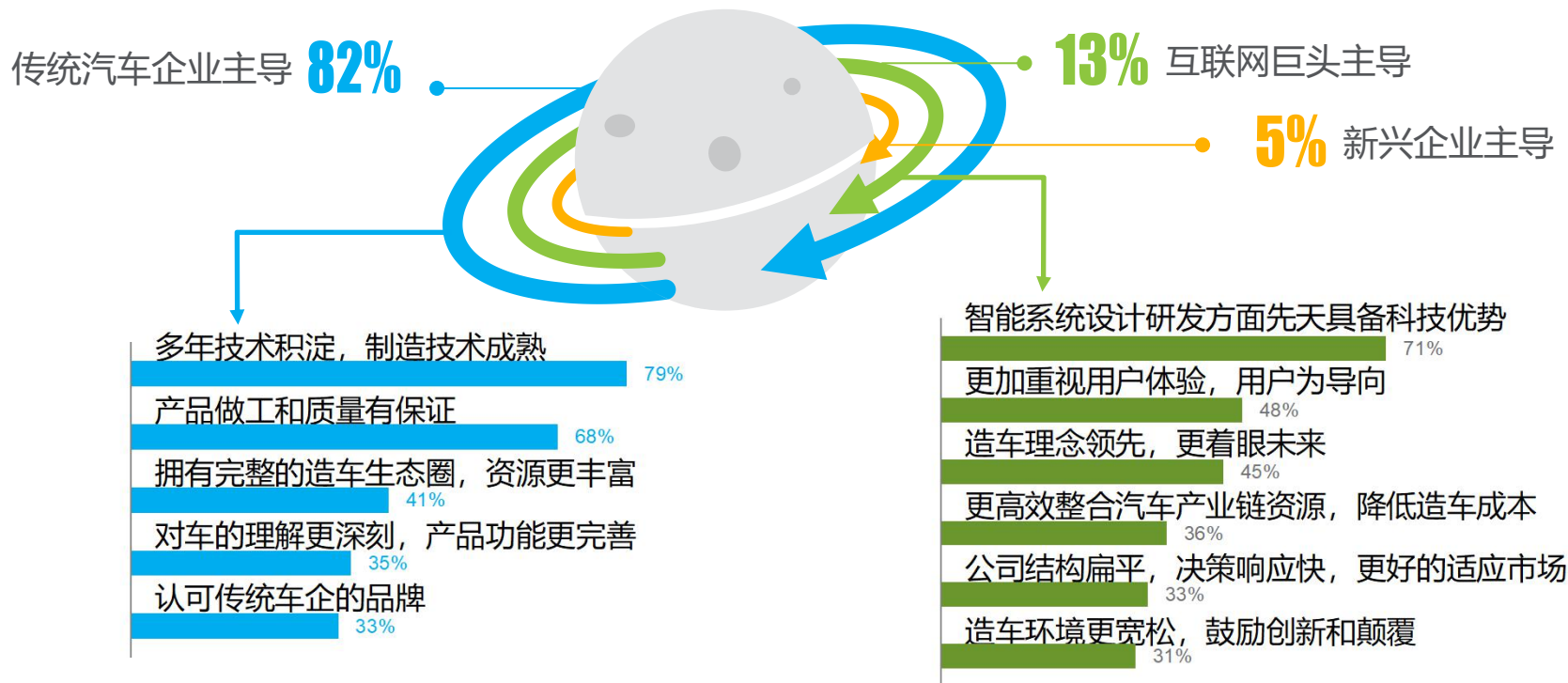
会引发难以解决的伦理和道德难题



数据来源：尼尔森研究整理

智能化-2.消费者希望谁来主导自动驾驶发展？

- 消费者基于技术成熟度和做工、质量考虑，**更信赖主机厂主导自动驾驶**，而互联网巨头存在智能系统设计的科技优势



数据来源：尼尔森研究整理

智能化-3.消费者希望在车辆内部空间实现哪些功能？

- 随着未来无人驾驶的实施，消费者更期待在保障安全的前提下，在车内进行**娱乐、休闲**活动

休闲

汽车内部可以平整，照明模式可以调整睡眠，按摩，SPA，修脚等



65%

娱乐

具有沉浸式全屏幕或天窗屏幕，3D立体声环绕扬声器和其他设施，可以观看电影，现场直播，打麻将，视频游戏等



63%

工作与社交

内部座椅可以旋转，有一个小桌子，AR屏幕，能够使用计算机办公室，举行视频会议等



41%

运动与健康

配备健康监测设备和健身器材，可测量血压，体重，训练力量，瑜伽等



24%

共享化-1.消费者对共享化的接受程度？

- 有一小部分互联出行人群，未来将会放弃购车，这部分人群中非车主比例更高；而车主则相对更期望私家车和互联出行二者兼得。

偏向互联出行 (11%)

4%



车主

+14%

18%



非车主

二者兼得 (68%)

+15%

75%



车主

60%



非车主

互联出行时代，是不是真的需要
买一辆车？

偏向自购车 (22%)

21%



车主




23%

















非车主

共享化-2.消费者对移动出行方式的偏好及发展趋势

- 网约车现状较好但发展可能有所阻滞，而分时租赁现状较弱但是未来可期

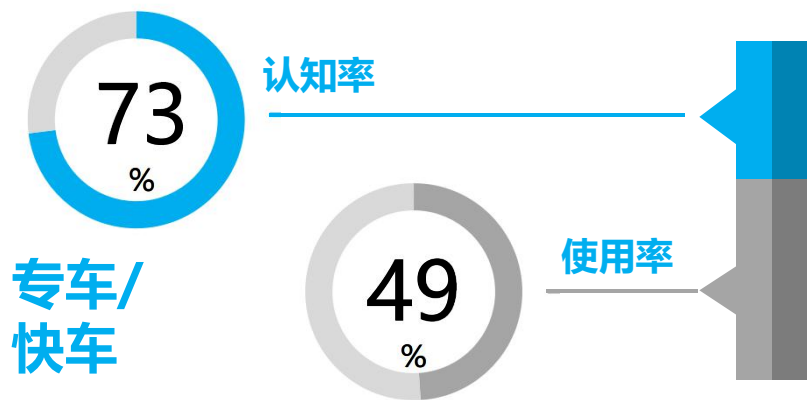
 显著优于平均
 平均水平
 显著弱于平均

		汽车共享		网约车		
		汽车分时租赁	P2P租车	专车/快车	顺风车/拼车	智能巴士
现状	认知率					
	使用率					
趋势	增用转化率					
	减用转化率					

数据来源：尼尔森研究整理

共享化-3.消费者对移动出行的认知和体验

n

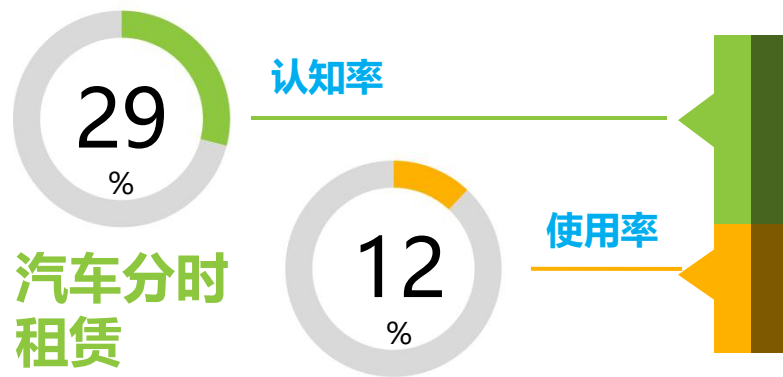


好的体验:

- 方便快捷
- 司机素质高
- 乘坐舒适

不好的体验:

- 车辆少等待时间长
- 收费高
- 车内环境差



好的体验:

- 出行方便
- 价格优惠
- 环保

不好的体验:

- 客服及人员服务不到位
- App使用体验差
- 车况不好
- 网点少/不完善

1

2018年自动驾驶联合调研报告

2

2018年尼尔森
新能源市场联合调研报告

3

2017年尼尔森
新兴消费群体联合调研报告

4

2017年尼尔森
互联出行联合调研报告