

共享成风，一路飞骑

中国互联网出行市场年度分析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



互联网出行

分析定义

- 互联网出行：是指基于出行场景的互联网服务。根据运营模式的不同，互联网出行包含专车，拼车，租车，出租车，巴士，共享单车，代驾等。



分析范畴

- 本分析所涉及的主要厂商：滴滴出行、神州专车、神州租车，Gofun出行，途歌，摩拜单车，ofo共享单车等。
- 本分析所研究的国家和地区：中国大陆，不包括港澳台地区。



分析方法

- 分析中的资料和数据来源于对行业公开信息的研究、对业内资深人士和相关企业高管的深度访谈，以及易观分析师综合以上内容作出的专业性判断和评价。
- 报告中运用Analysys易观的产业分析模型，并结合市场研究、行业研究和厂商研究，能够反映当前市场现状，趋势和规律，以及厂商的发展现状。



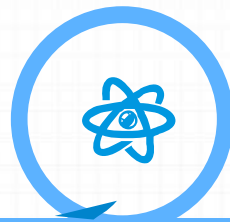
引领共享潮流

- 共享经济在互联网出行领域实现爆发，尤其共享单车的走红更是引发了一股共享主题创业潮流。随着大众消费观念的升级，共享出行将成为互联网出行发展焦点。互联网出行服务商将研发更智能化的交通工具、发现更多样化的细分领域，以满足大众出行需求。



服务范围下沉

- 互联网出行服务商往往从一二线城市开始推广服务，目前主要一二线城市用户的日常出行需求已经基本得到满足。中国主流互联网出行企业将继续挖掘三四线城市的互联网出行潜力，同时积极探索海外市场。



建设生态体系

- 中国互联网出行市场中综合出行平台依靠强大的资源优势、成熟的商业模式，在自身覆盖的细分领域的竞争中占据了较多的市场份额。互联网出行市场竞争将升级为综合出行服务生态体系的角逐。

目录

CONTENTS

- 01  中国互联网出行市场发展概况
- 02  中国互联网出行市场细分领域分析
- 03  中国互联网出行市场典型厂商分析
- 04  中国互联网出行市场发展趋势

PART 1

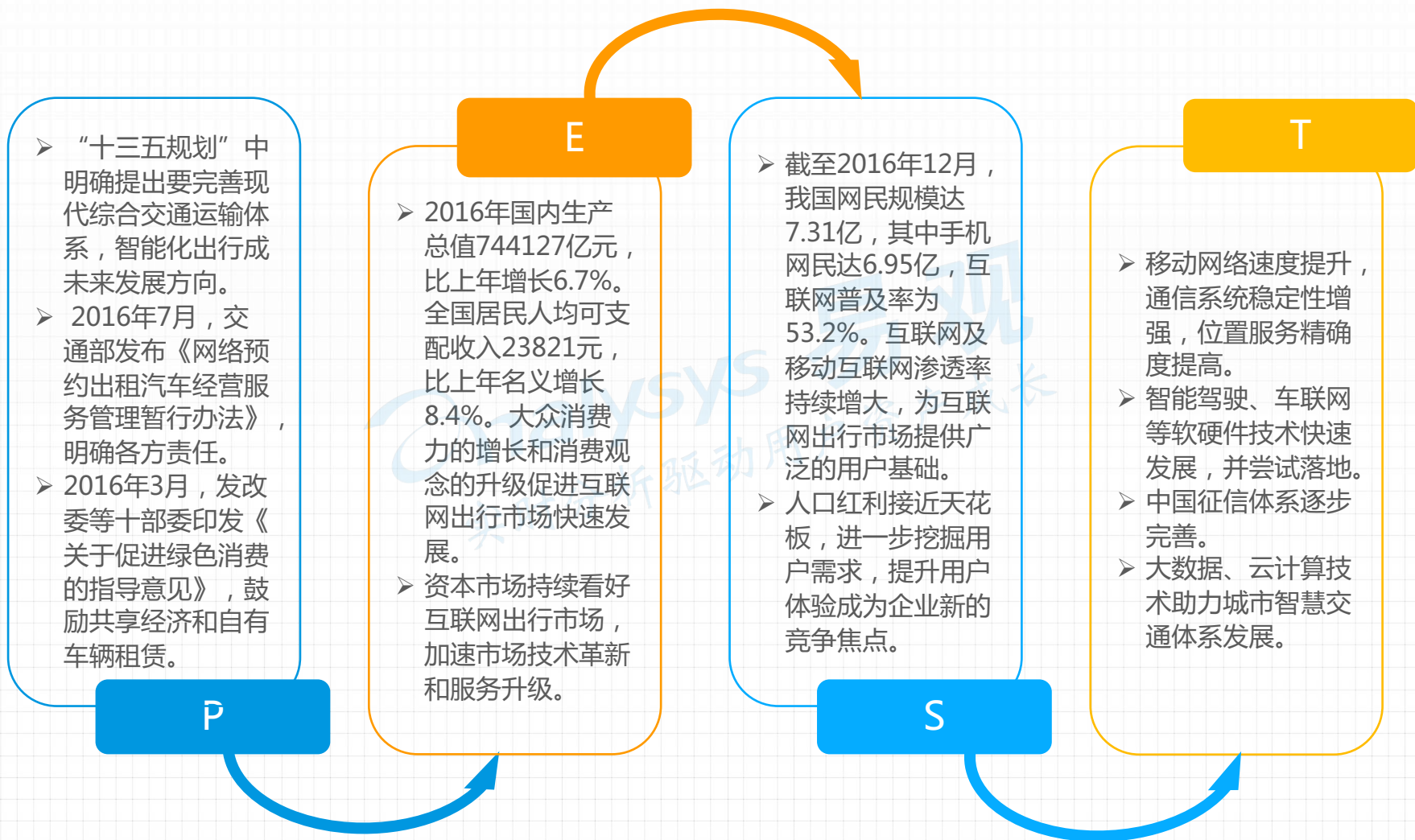


中国互联网出行市场发展概况

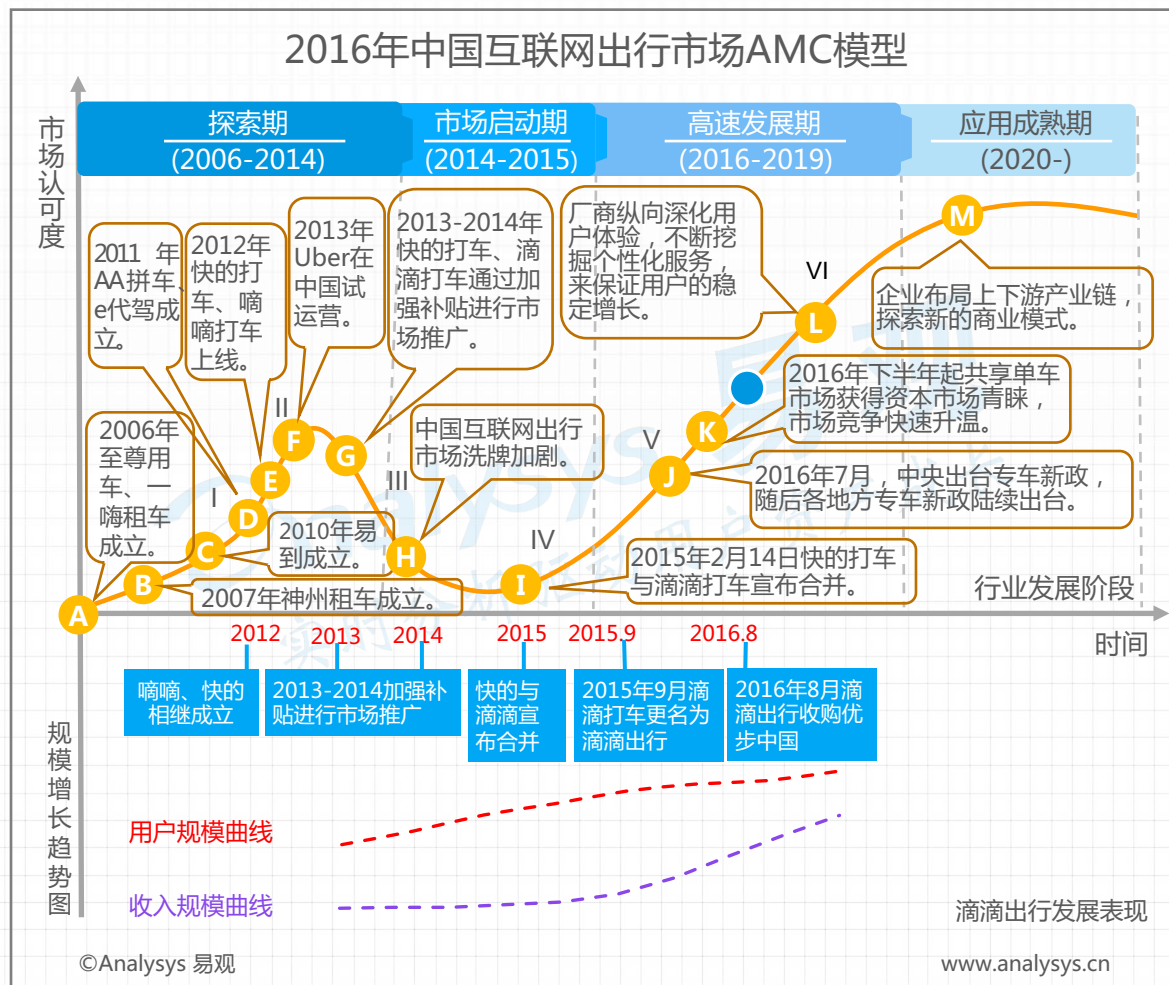
© Analysys 易观

www.analysys.cn

宏观环境促进互联网出行市场快速发展

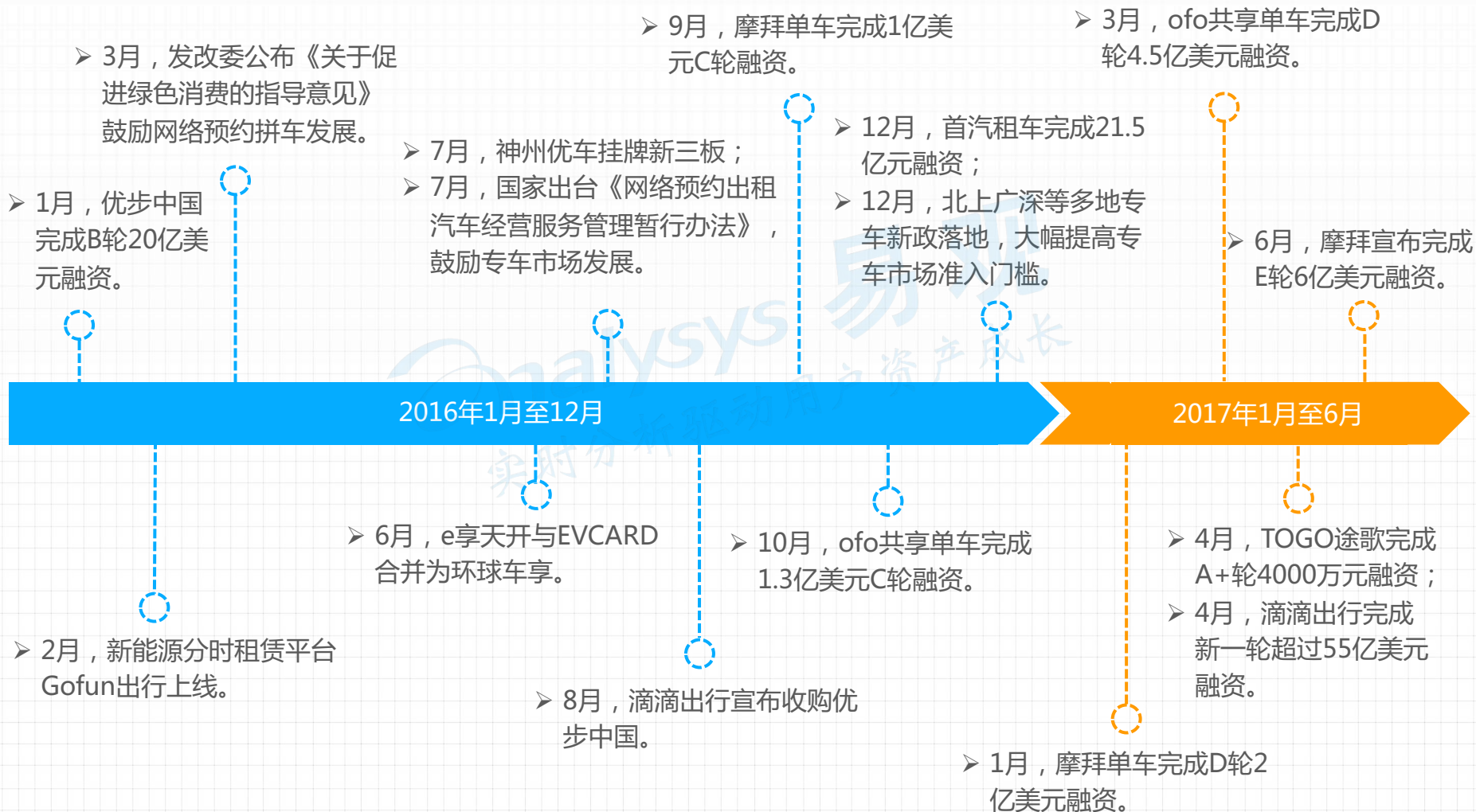


中国互联网出行市场保持高速发展，将聚焦共享出行、技术驱动、服务质量和海外市场



- 2016年，互联网出行市场整体保持高速发展态势。互联网专车市场相关政策落地，共享单车市场异军突起，汽车分时租赁市场受到更多关注，拼车、代驾市场趋于成熟。
- Analysys易观分析认为，未来互联网出行市场的发展主题将聚焦于共享出行、技术驱动、服务质量、海外市场。对于互联网出行企业而言，在不断扩大用户规模、提高用户体验的同时，还要根据自身优势向平台化延伸，布局上下游产业链，扩大领域优势，探索新的商业模式。

资本寒冬论调甚嚣尘上，互联网出行市场逆势上扬



中国互联网出行版图再添新成员共享单车

资源提供方

车辆生产商



车载终端



移动终端



地图与交通数据



地图导航



通讯服务



汽车销售服务商

汽车经销服务



汽车金融服务



互联网出行服务

专车



拼车



租车



出租车



共享单车



汽车后市场服务商

维修保养



汽车工具



充电设施服务提供商

充电设备制造商



充电设备运营商



充电设备解决方案提供商



PART 2



中国互联网出行市场细分领域分析

© Analysys 易观

www.analysys.cn

PART 2-1



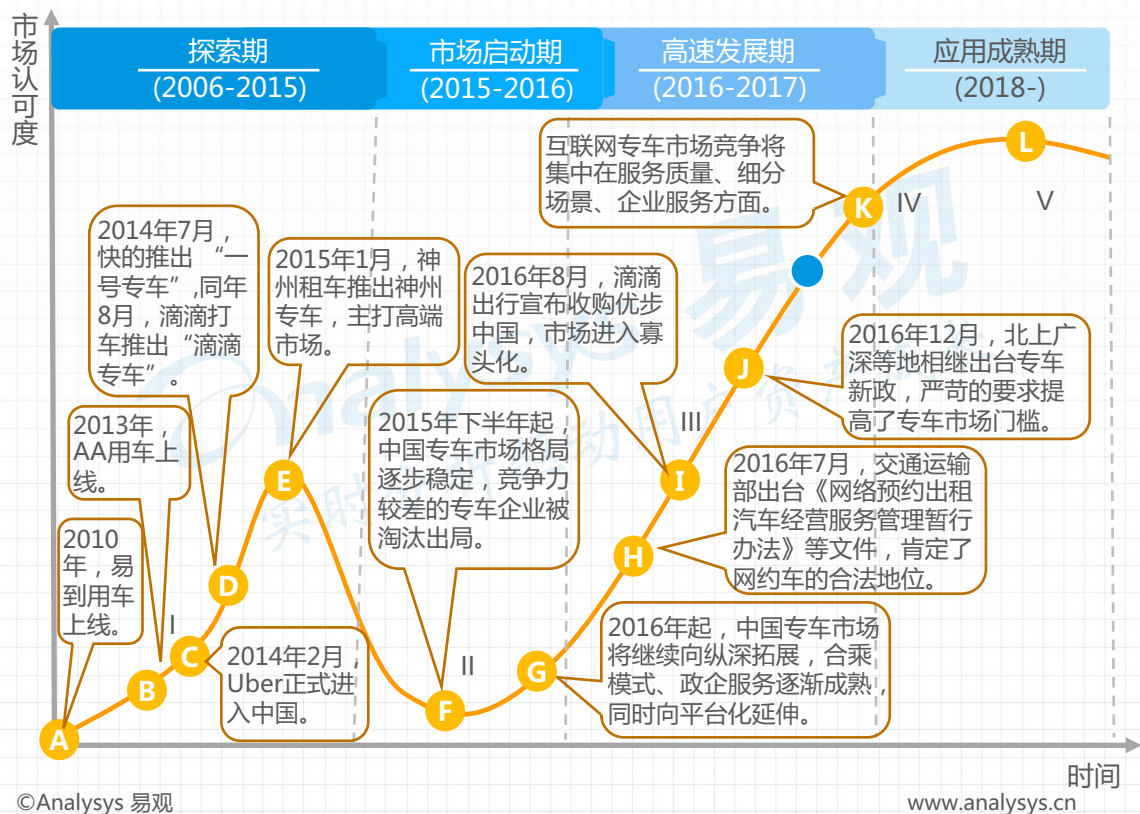
中国互联网专车市场

© Analysys 易观

www.analysys.cn

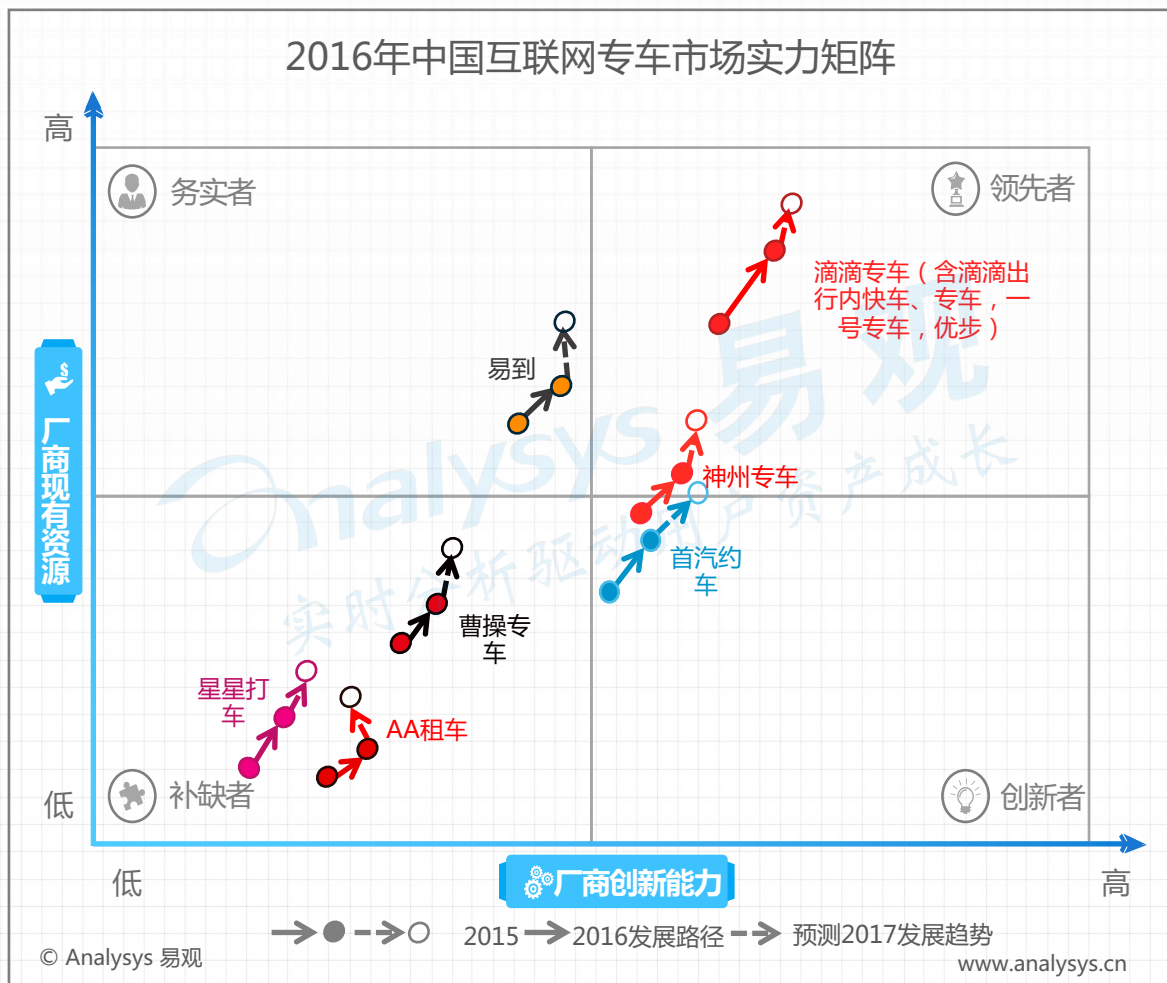
中国互联网专车新政打破市场发展节奏，打车难现象重现

2016年中国互联网专车市场AMC模型



- 2016年，随着滴滴出行收购优步中国，中国互联网专车市场格局基本确定，现金补贴大战结束，服务升级成为新的竞争焦点。
- 2016年，国家和各地方政府专车新政陆续落地，其中多数对司机、车辆的准入门槛要求过于严格，导致市场供需平衡被强势打破，市场发展节奏被打乱，打车难现象重现，用户体验下降。
- 未来中国互联网专车运营商在继续多方面深化服务质量的同时，将加大技术投入并加速产业链布局，稳固自身生态体系。

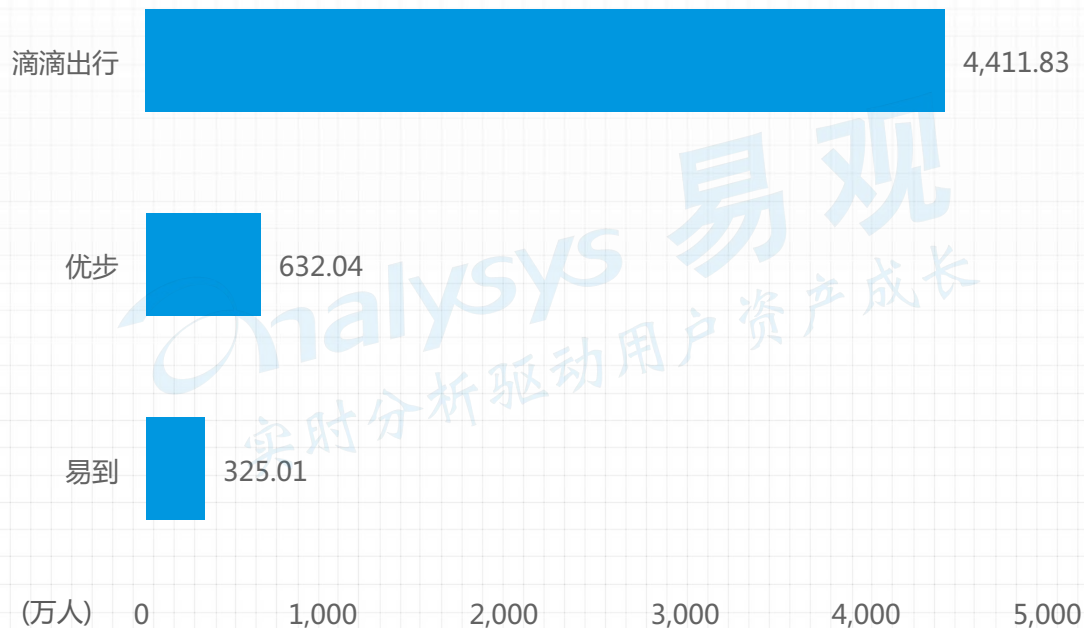
中国互联网专车市场寡头化格局趋于稳定



- 2016年, 滴滴通过合作、融资、投资等方式进军海外市场, 同时收购优步, 整合双方专车资源, 领先者地位得以巩固。神州专车运营主体在新三板成功挂牌, 成为中国互联网专车服务第一股。
- 首汽约车借助首汽集团资源优势迅速打开市场, 并推出多项特色服务, 将保持快速发展状态。
- 易到的生态充返策略对拉动活跃用户快速增长优势减小, 新盈利点尚未成熟, 将保持稳定发展。
- 中国专车市场寡头化格局已定, 补缺者内企业将继续稳步增长。

中国互联网专车市场回归理性发展

2017年5月中国互联网专车APP活跃用户数TOP3



数据说明：易观千帆只对独立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2017年第1季度易观千帆基于对18.21亿累计装机覆盖及4.42亿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·易观千帆

www.analysys.cn

➤ 从中国专车APP活跃用户榜单中可以看出，截止至2017年5月，中国专车市场仍然是以滴滴出行为行业寡头，多中小企业竞争细分市场的一超多强局面，前三名已经覆盖了超9成的活跃用户。在经历了巨头合并、专车新政等洗礼之后，市场已经从原本的疯狂竞争回归到了平稳发展的态势，传统活跃用户数已经不是对市场及企业进行评判的最重要标准，进入稳定发展期的专车企业将更加关注用户对于专车品牌的粘性、价值等相关指标。因此，易观在对传统活跃用户指标的研究之外，提出了硬核用户指标（见下页）。

中国互联网专车市场用户偏好明显，硬核用户分布较为集中

2017年第1季度中国互联网专车APP硬核用户数量TOP3

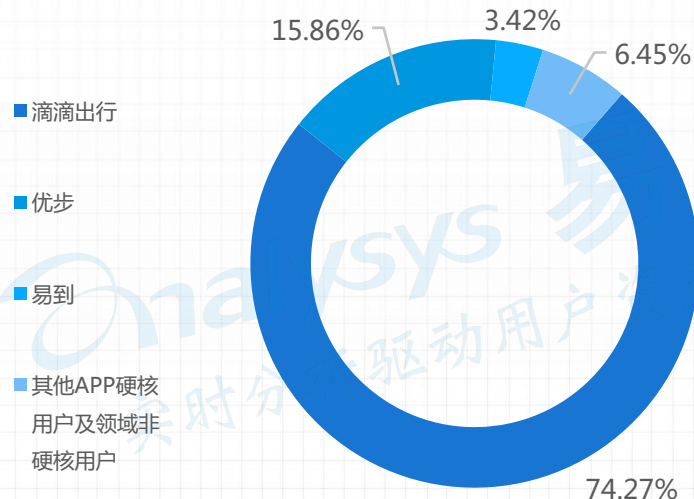


数据说明：易观千帆只对独立APP中的用户数据进行监测统计，不包括APP之外的调用等行为产生的用户数据。截止2017年第1季度易观千帆基于对18.21亿累计装机覆盖及4.42亿活跃用户的行为监测结果采用自主研发的enfoTech技术，帮助您有效了解数字消费者在智能手机上的行为轨迹。

© Analysys 易观·易观千帆

www.analysys.cn

2017年第1季度中国互联网专车领域硬核用户分布



数据说明：易观千帆只对独立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2017年第1季度易观千帆基于对18.21亿累计装机覆盖及4.42亿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。

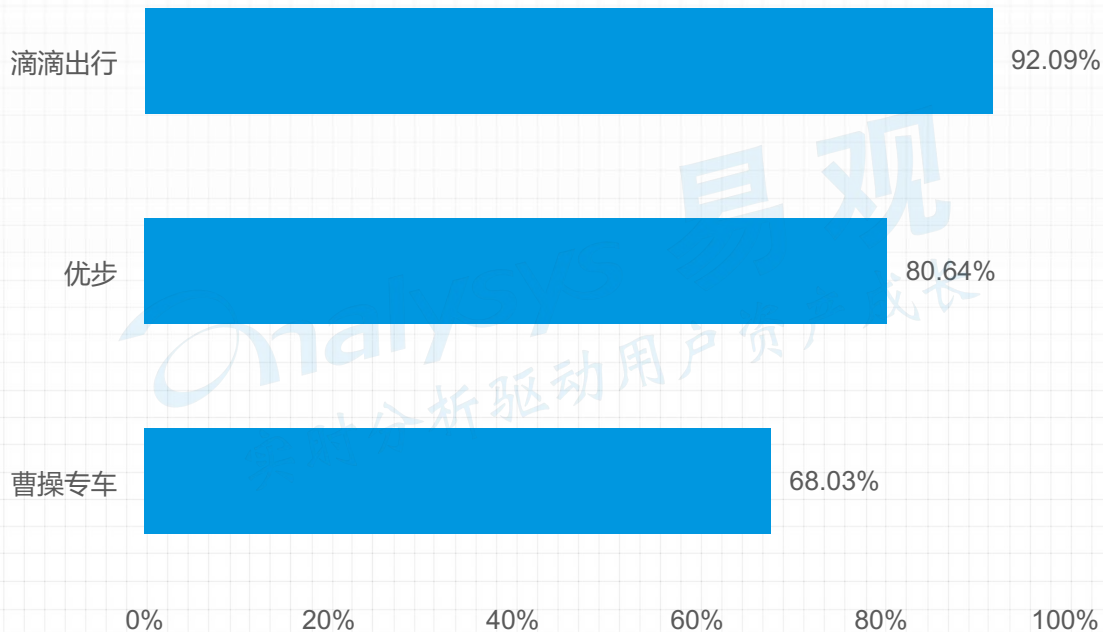
© Analysys 易观·易观千帆

www.analysys.cn

- APP硬核用户：统计周期内，若某用户使用某APP频次大于其使用同领域内其他APP频次之和1倍，则该用户为该APP硬核用户。
- APP硬核用户代表APP活跃用户中使用意愿或付费意愿比较强烈的用户群体，相较于APP活跃用户规模，更能体现领域用户对各产品服务的偏好程度。互联网专车用户使用习惯逐渐养成，硬核用户体量庞大且分布集中。专车新政实施后，能够始终保证司机供给量的企业将赢得更多用户。

凭借综合出行平台优势，滴滴出行APP硬核度最高

2017年第1季度中国互联网专车APP硬核度TOP3



数据说明：易观千帆只对独立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2017年第1季度易观千帆基于对18.21亿累计装机覆盖及4.42亿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。

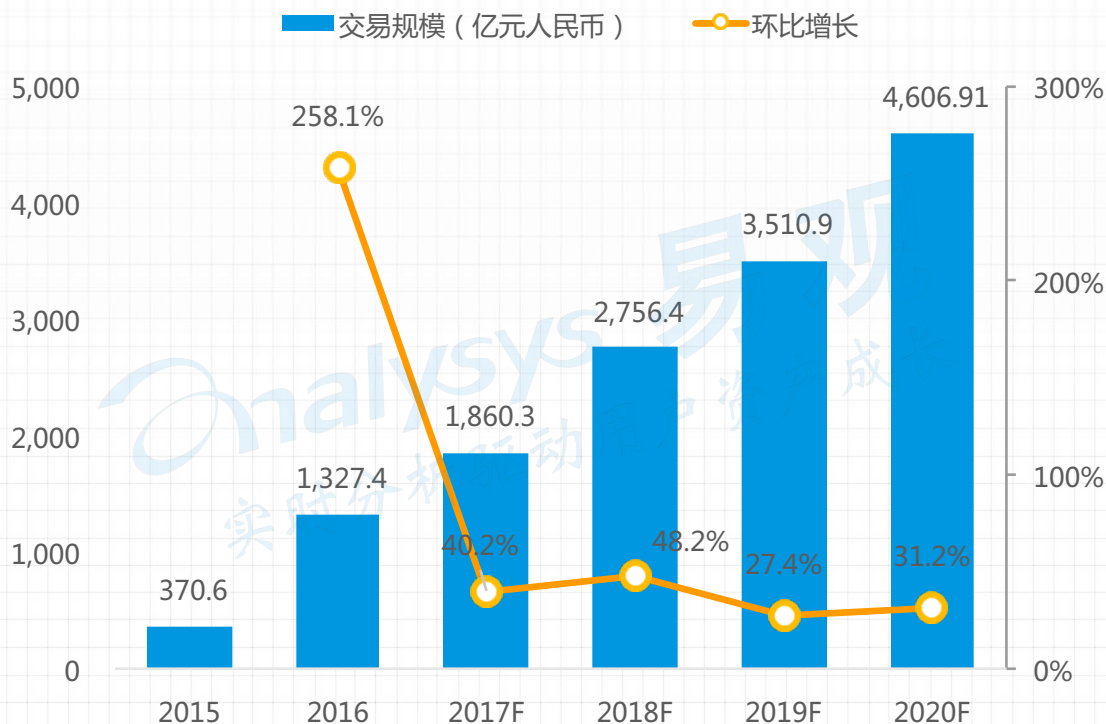
© Analysys 易观·易观千帆

www.analysys.cn

- APP硬核度：统计周期内，某APP硬核用户占其活跃用户的比例。
- 在互联网专车领域，2017年第1季度，滴滴出行APP硬核度达92.09%，说明滴滴出行活跃用户中，92.09%的用户会优先选用滴滴出行APP。这主要得益于其作为互联网综合交通出行平台，覆盖多个互联网出行细分领域，内部各产品线相互协同，为用户提供了全方位的出行服务。

中国互联网专车市场在经历爆发式增长后将进入稳定增长阶段

2017-2020年中国移动互联网专车市场交易规模预测



数据来源：根据易观自有预测模型预测得出。

© Analysys 易观

www.analysys.cn

- 中国互联网专车市场在经历了爆发式增长后，市场格局基本确立，未来将进入稳定增长阶段。
- 用户消费习惯逐渐形成、资本市场持续利好、服务质量不断提升共同促进互联网专车市场向前发展。
- 2017年中国互联网专车市场将呈现以下趋势：1.服务质量、细分场景、企业服务将成发展焦点；2.综合出行服务生态体系成为发展方向；3.加强与传统出租车、租车企业合作。

PART 2-2



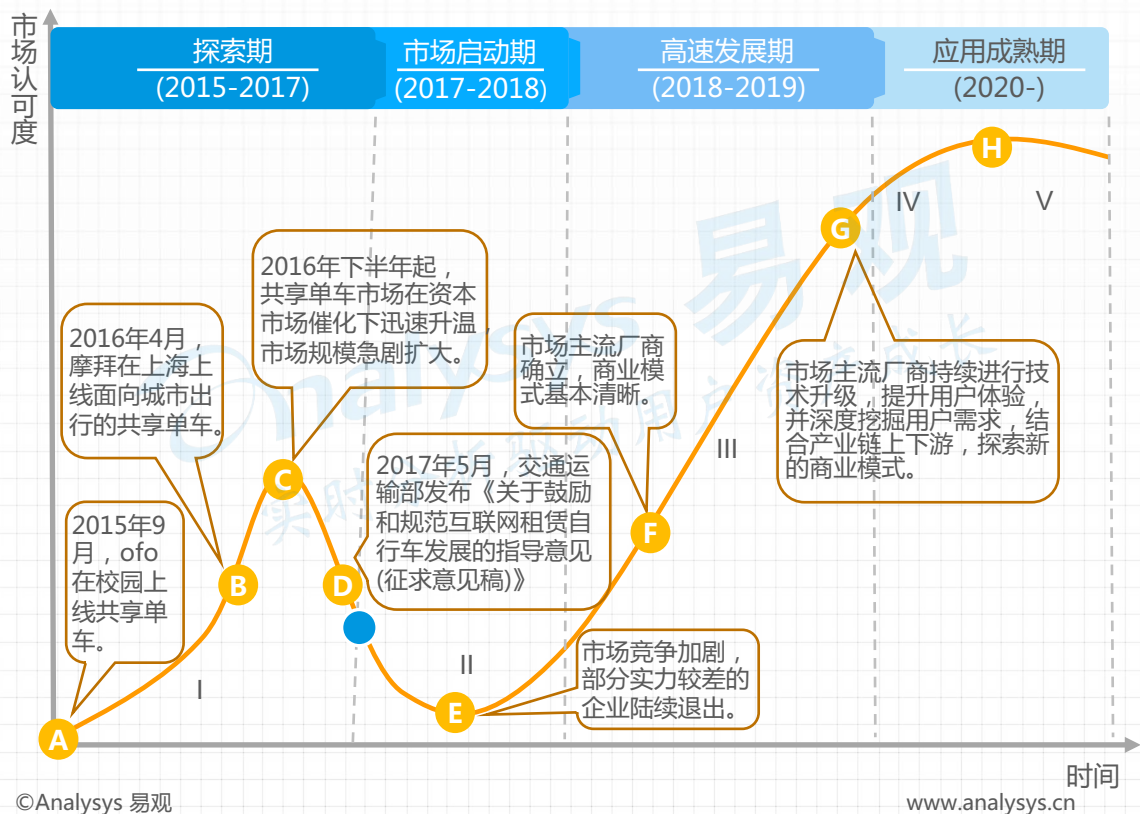
中国共享单车市场

© Analysys 易观

www.analysys.cn

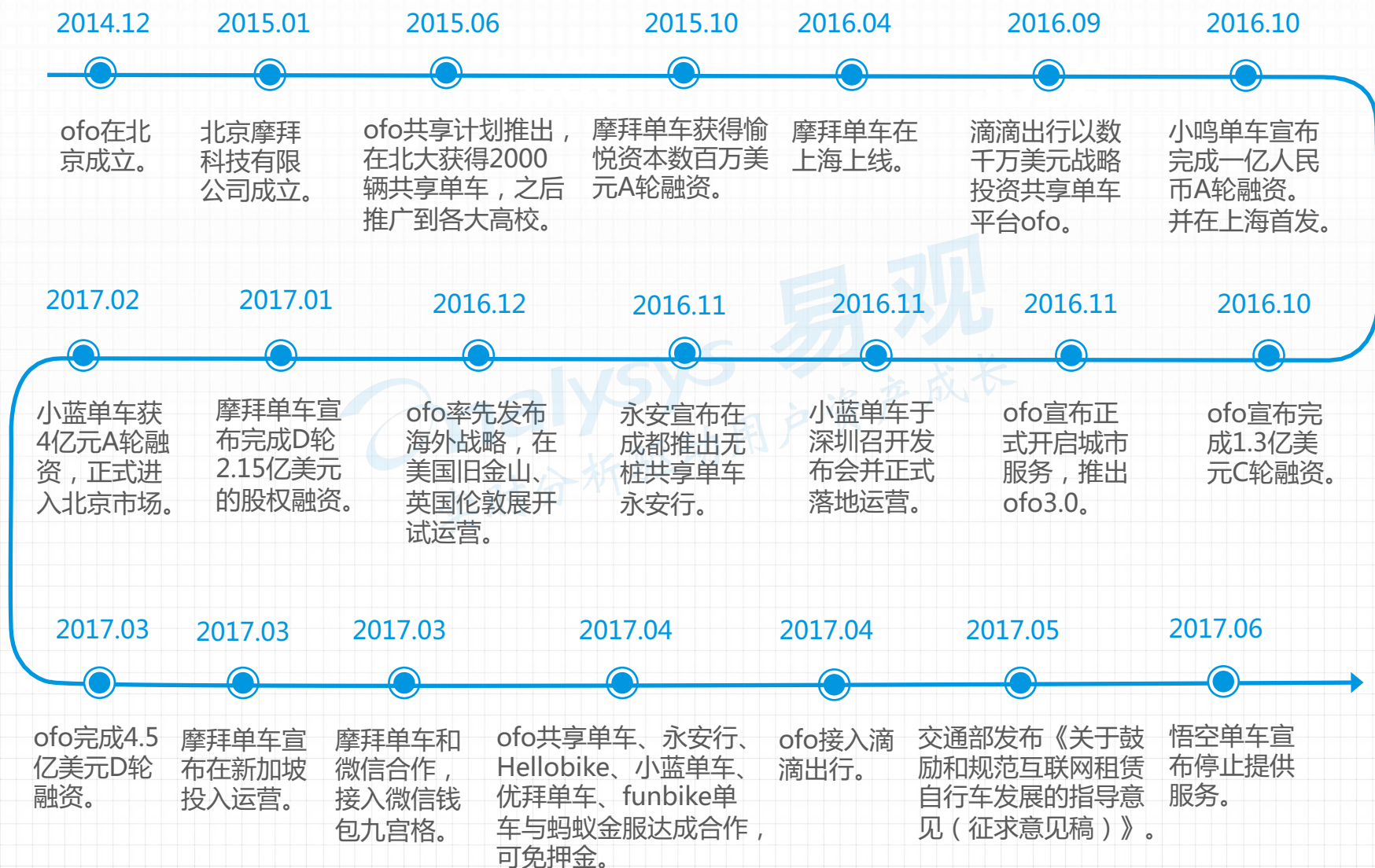
中国共享单车市场即将迎来洗牌期

2016年中国共享单车市场AMC模型



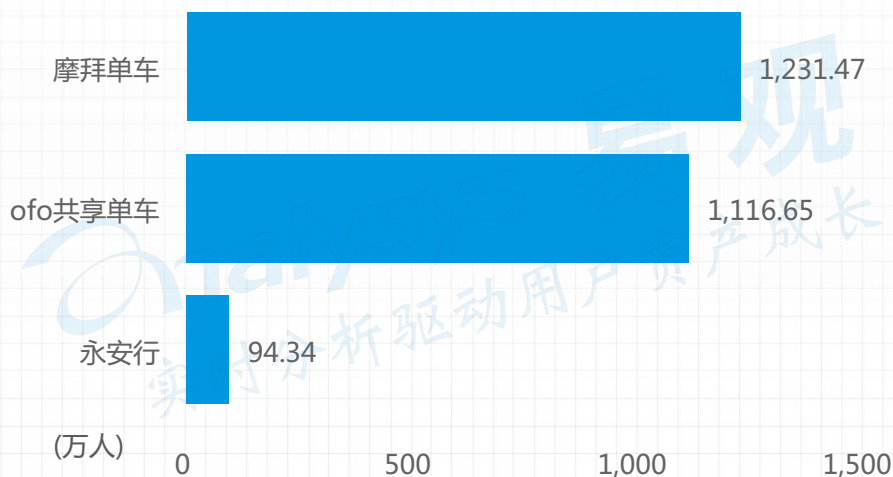
- 2016年下半年起共享单车市场呈现爆发式发展态势，市场规模急剧扩大，参与其中的共享单车运营商逾30家，市场融资总额过百亿人民币。但共享单车给用户出行带来便捷的同时也引发了各种社会问题和交通问题。
- Analysys易观分析认为中国共享单车市场即将进入洗牌期，一批资本实力、运营能力较弱的企业将陆续退出市场。未来，存活的主流厂商将与政府协作完善市场管理，同时探索成熟的商业模式。

资本市场催化下中国共享单车市场急剧升温



依靠先发优势和规模优势，摩拜单车和ofo共享单车的用户使用产品意愿最高

2017年第1季度中国共享单车APP硬核用户数量TOP3

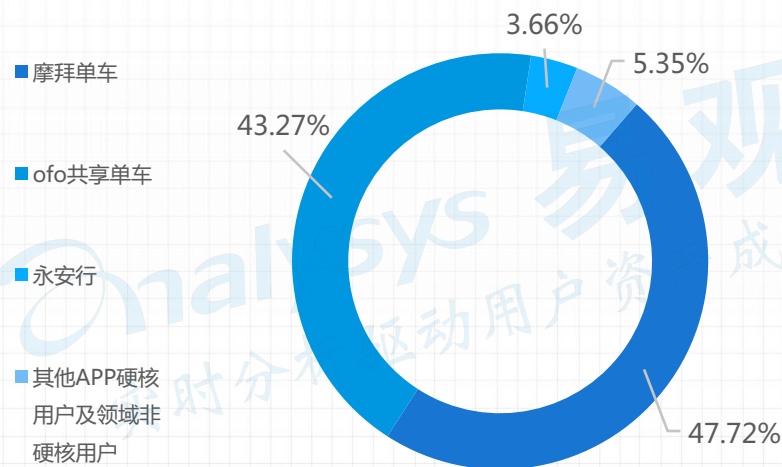


数据说明：易观千帆只对独立APP中的用户数据进行监测统计，不包括APP之外的调用等行为产生的用户数据。截止2017年第1季度易观千帆基于对18.21亿累计装机覆盖及4.42亿活跃用户的行为监测结果采用自主研发的enfoTech技术，帮助您有效了解数字消费者在智能手机上的行为轨迹。

© Analysys 易观·易观千帆

www.analysys.cn

2017年第1季度中国共享单车领域硬核用户分布



数据说明：易观千帆只对独立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2017年第1季度易观千帆基于对18.21亿累计装机覆盖及4.42亿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。

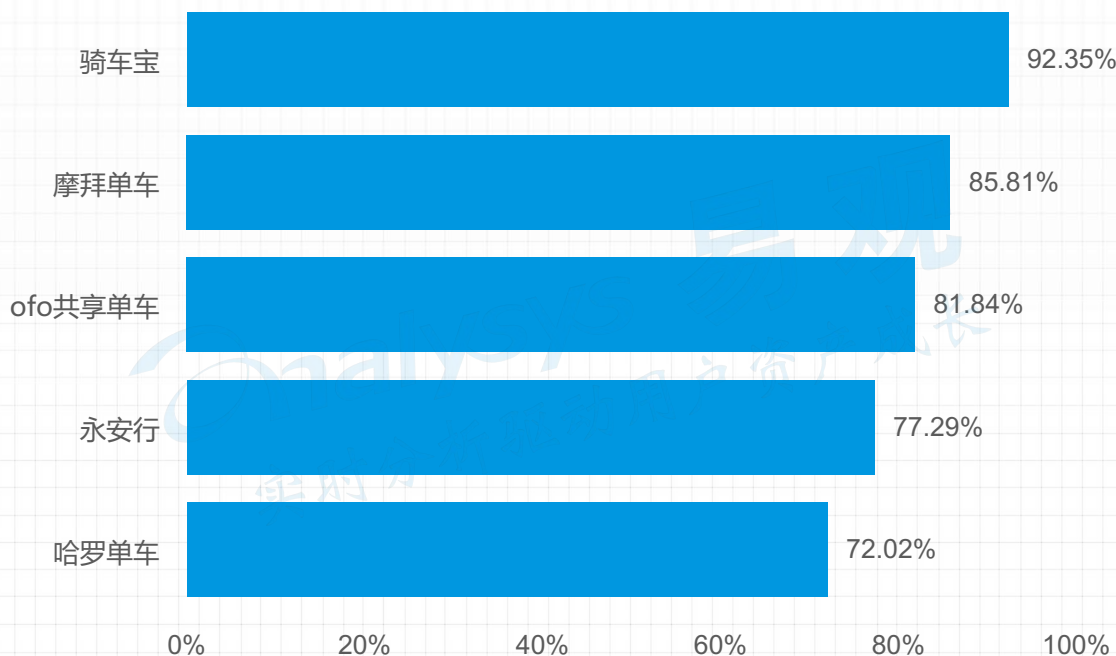
© Analysys 易观·易观千帆

www.analysys.cn

- APP硬核用户：统计周期内，若某用户使用某APP频次大于其使用同领域内其他APP频次之和1倍，则该用户为该APP硬核用户。
- 2017年第1季度，中国共享单车市场中摩拜单车APP和ofo共享单车APP的硬核用户数量均远超领域内其他APP，领跑共享单车市场，这主要归功于二者的先发优势和规模优势。从硬核用户分布来看，摩拜单车和ofo共享单车硬核用户之和占共享单车领域用户的90%以上，中国共享单车市场初步显现两超多强市场趋势。

中国共享单车用户会同时使用多个产品，但有明显偏好

2017年第1季度中国主要共享单车APP硬核度



数据说明：易观千帆只对独立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2017年第1季度易观千帆基于对18.21亿累计装机覆盖及4.42亿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。

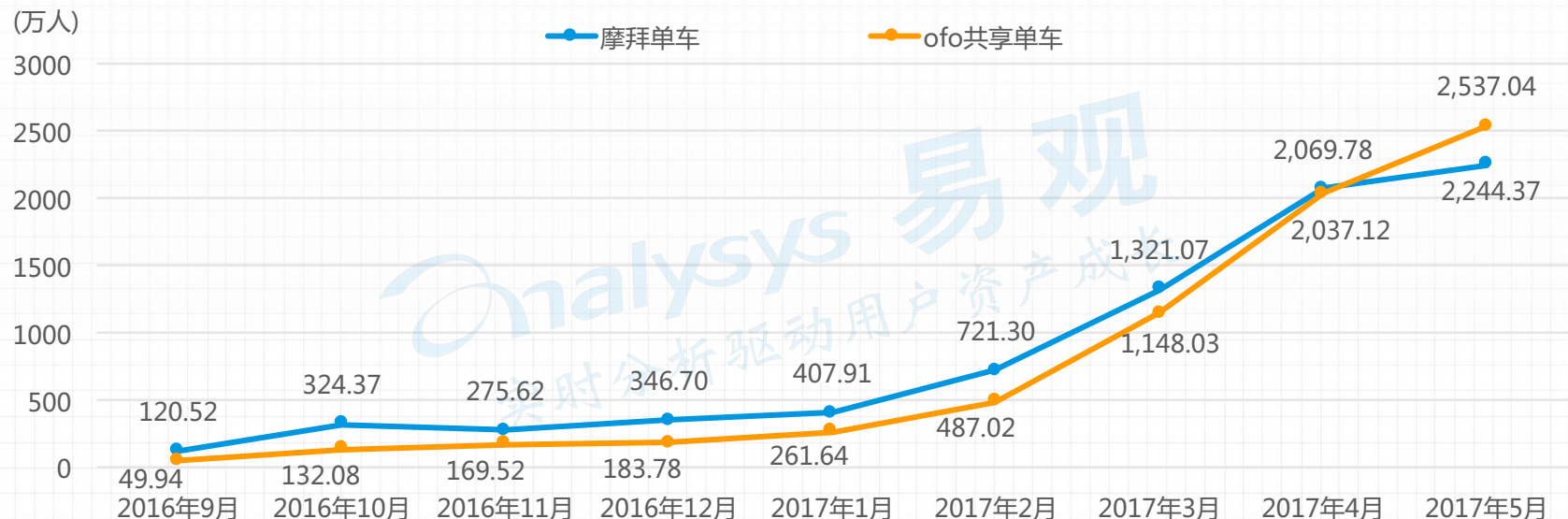
© Analysys 易观·易观千帆

www.analysys.cn

- APP硬核度：统计周期内，某APP硬核用户占其活跃用户比例。
- 骑车宝、摩拜单车、ofo共享单车的硬核度最高，说明它们的用户中大部分会优先选择使用它们。
- 中国共享单车市场竞争激烈，各企业产品服务有一定同质化。为获取用户，企业在大量投放车辆的同时对用户推出各种补贴。为方便用车及获得更多优惠，用户会同时使用多个共享单车APP。市场格局看似百家争鸣，但从APP硬核度排名来看，用户的选择有明显偏好。硬核度较低的共享单车APP需要重点思考和解决如何对非硬核用户进行转化。

摩拜单车与ofo共享单车共同主导中国共享单车市场发展

2016年9月-2017年5月摩拜单车APP和ofo共享单车APP活跃用户分布



数据说明：易观千帆只对独立APP中的用户数据进行监测统计，包括APP之外的调用等行为产生的用户数据。截止2017年第1季度易观千帆基于对18.21亿累计装机覆盖及4.42亿活跃用户的行为监测结果采用自主研发的enfoTech技术，不帮助您有效了解数字消费者在智能手机上的行为轨迹。

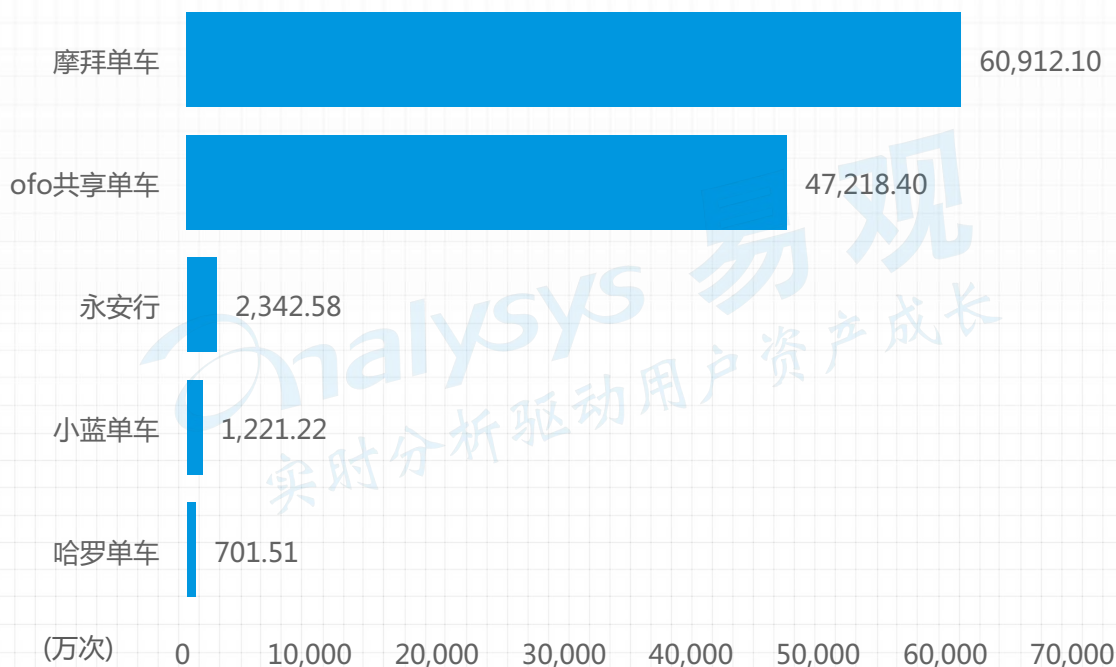
© Analysys 易观·易观千帆

www.analysys.cn

- 摩拜单车和ofo共享单车作为中国共享单车市场的开拓者一直主导市场发展节奏。自2016年第4季度起，在资本市场助推下，二者的活跃用户规模很快从百万级增长至千万级，成为共享单车市场领头羊。
- 2017年5月，ofo共享单车月度活跃用户首次超过摩拜单车，其激进的扩张和营销策略起到重要作用。摩拜单车活跃用户增长率虽然降低，但依然保持增长趋势。二者将继续保持胶着状态，并引领共享单车市场高速发展。

共享单车企业应警惕以价格补贴策略提高活跃用户与订单量

2017年5月中国共享单车APP启动次数TOP5



数据说明：易观千帆只对独立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2017年第1季度易观千帆基于对18.21亿累计装机覆盖及4.42亿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。

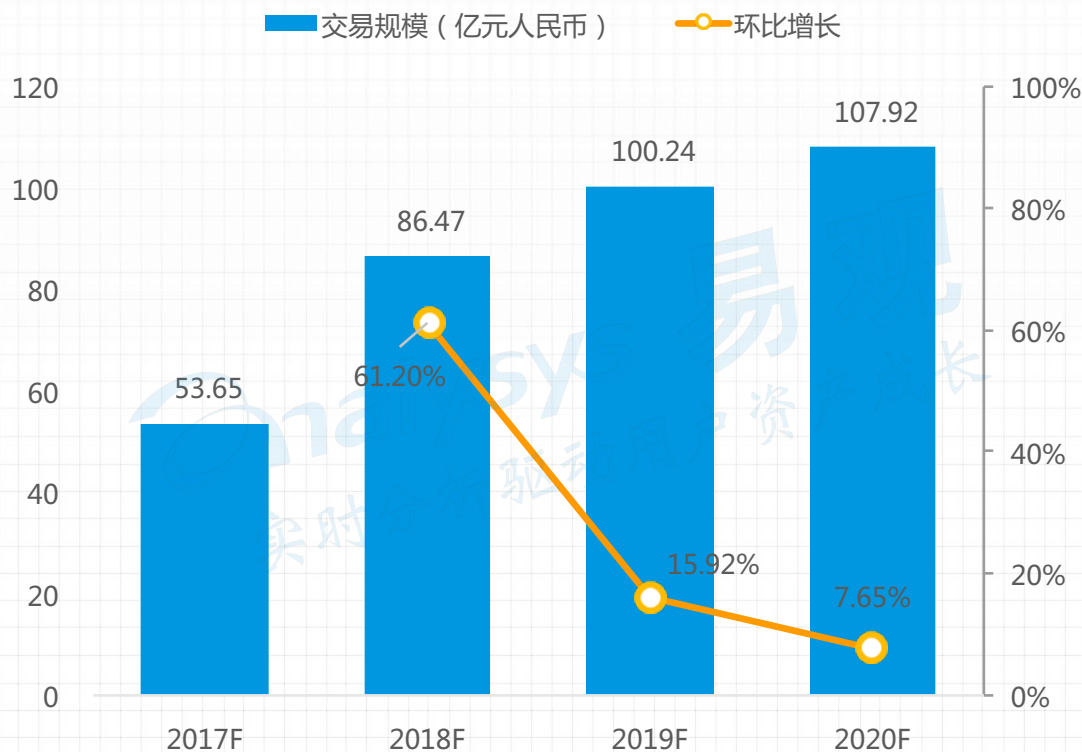
© Analysys 易观·易观千帆

www.analysys.cn

- 2017年5月，ofo共享单车活跃用户数高于摩拜单车，而在APP启动次数上，摩拜单车高于ofo共享单车。共享单车APP的工具属性决定了其启动次数与订单量呈强正相关。
- 目前共享单车企业多采取价格补贴的方式保证活跃用户和订单量的增长。这一策略与数年前的专车大战策略相同，亦面临着补贴结束后，非硬核用户从活跃用户中流失的问题。对于共享单车运营企业来说，这一问题值得警惕，企业更应以提升线上线下用户体验等方式提升用户活跃数和订单量，才能在未来市场进入洗牌期和平稳发展期后继续拥有规模优势和健康的自我造血机能。

中国共享单车市场将保持高速增长并完成市场洗牌

2017-2020年中国共享单车市场交易规模预测



数据来源：根据易观自有预测模型预测得出。

© Analysys 易观

www.analysys.cn

- 2016年下半年，共享单车进入大众视野，从第4季度起，中国共享单车市场呈现井喷式发展，并将这种发展状态延续至2017年。预计2017年中国共享单车市场将保持高速增长并完成第一波市场洗牌，确立主流厂商。未来，待人口红利消退后，市场规模将呈现稳定增长趋势。
- 2017年，中国共享单车市场发展主题将集中在加强线下运营管理、提高车辆利用效率、促进相关政策落地、探索成熟商业模式等方面。

PART 2-3



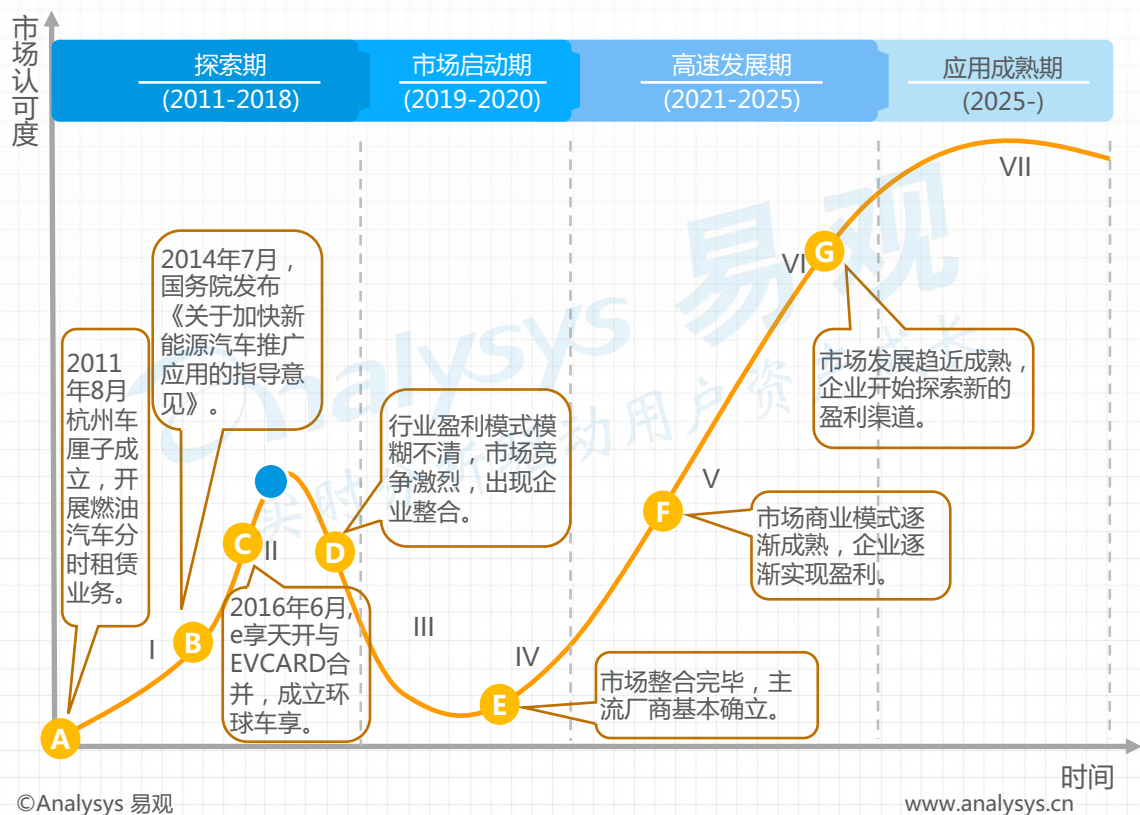
中国互联网汽车分时租赁市场

© Analysys 易观

www.analysys.cn

中国互联网汽车分时租赁：降低运营成本，提升用户体验

2016年中国互联网汽车分时租赁市场AMC模型



- 2016年, 中国互联网汽车分时租赁市场加快了发展速度, 相继出现了Gofun出行、EZZY等多个汽车分时租赁品牌。6月, 上汽旗下e享天开与互联网企业EVCARD合并为环球车享, 是将车企资源优势与互联网企业运营优势结合的重要尝试。
- Analysys易观分析认为, 虽然汽车分时租赁市场玩家众多, 但由于车辆规模限制和各家策略差异较大, 目前市场处于各自为战的阶段。预计到2018年, 待市场规模进一步扩大, 竞争将逐渐加剧, 市场将迎来整合阶段。

发展机遇来临：消费升级、需求旺盛、政策优势、技术进步等因素驱动中国互联网汽车分时租赁发展



目前中国互联网汽车分时租赁市场运营车以新能源车为主，较燃油汽车具有巨大优势



新能源汽车

VS



燃油汽车

- 国家支持新能源汽车的发展，车辆牌照更易获取；
- 当前无限行限号影响。

政策支持

- 国家对燃油车的管控抬高运营车辆使用门槛；
- 一线城市/省会城市出台限行限号和限牌等措施。

- 新能源汽车受限于电池等核心技术，车辆残值率低，退役车辆难处理，增加了运营车辆投入成本。

车辆残值

- 传统能源汽车产业链成熟，车辆残值高，二手车辆处理利于减轻资金压力，完成商业闭环，扩充车队规模。

- 新能源汽车贬值率低，目前未形成二手车灰色产业链，丢车系数低。

风险控制

- 传统能源汽车残值率高，二手车黑色产业链成熟，车辆被盗风险高，运营车辆的风险控制要求高。

- 充电设备设施尚不完善，充电过程耗时较长，车辆运营时间短。带充电桩的停车位规模化尚需时日。

续能设备

- 传统加油体系非常成熟，加油过程方便快捷，车辆持续运营时间较长。

- 目前满电行驶里程约150~300公里，里程较短；但由于分时租赁车辆运营里程也较短，影响小。

里程性能

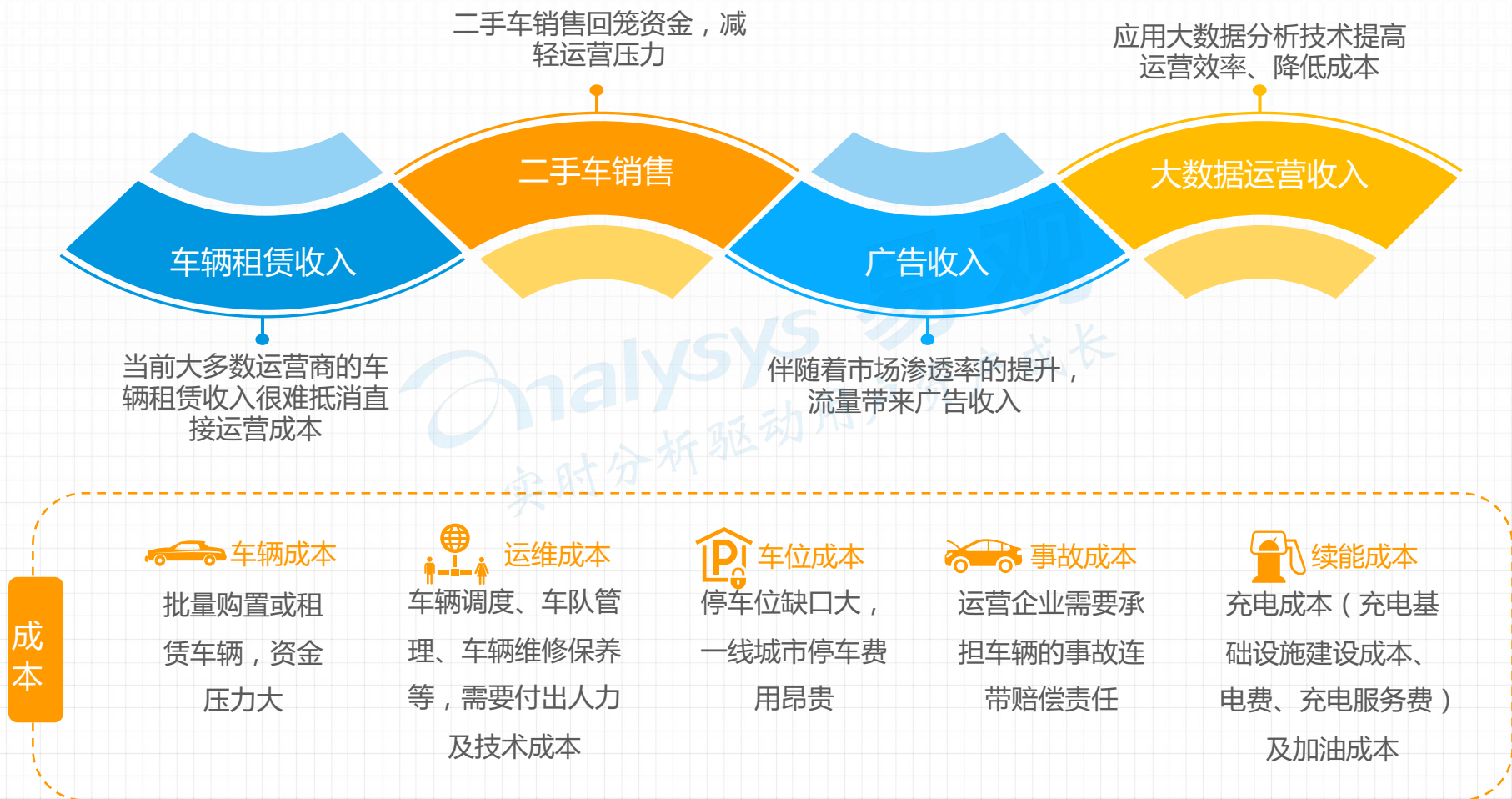
- 一般乘用车加满油后行驶里程约400~600公里，里程较长；技术成熟，维保成本低，节省人力资源配置。

- 新能源汽车由电池提供动力，能源清洁度高，不会产生污染物排放，有利于缓解大气污染。

能源清洁

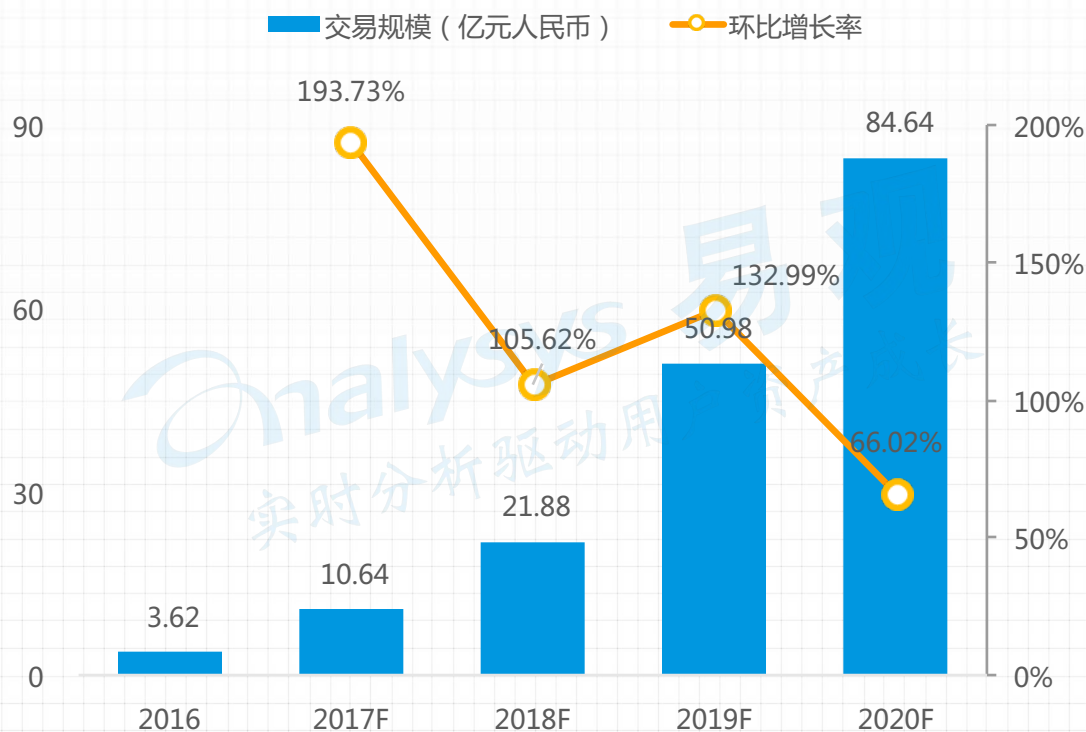
- 燃油车由汽油燃烧提供动力，能源清洁度较低，尾气排放是造成大气污染，雾霾等环境问题的主要原因之一。

盈利点：提高运营效率、降低运营成本是中国互联网汽车分时租赁盈利关键



2017年中国互联网汽车分时租赁市场交易规模将迎来突破性进展

2017-2020年中国互联网汽车分时租赁市场交易规模预测



数据来源：易观自有预测模型。

© Analysys 易观

www.analysys.cn

- 随着共享出行观念逐渐渗透，互联网汽车分时租赁成为大众出行的新方式。当前，市场依然处于探索期，虽然玩家众多，但市场潜在需求量大，各玩家凭借自身优势找准定位，摸索适合自己的商业模式。预计2017年，市场将迎来突破性进展，市场交易规模将达10.64亿元。
- 随着各运营商地域范围的扩张，必将迎来短兵相接的局面。预计2018年起，市场竞争将逐渐加剧，同时市场规模发展亦将加速。未来数年，中国互联网汽车分时租赁市场将保持高速发展。

PART 2-4



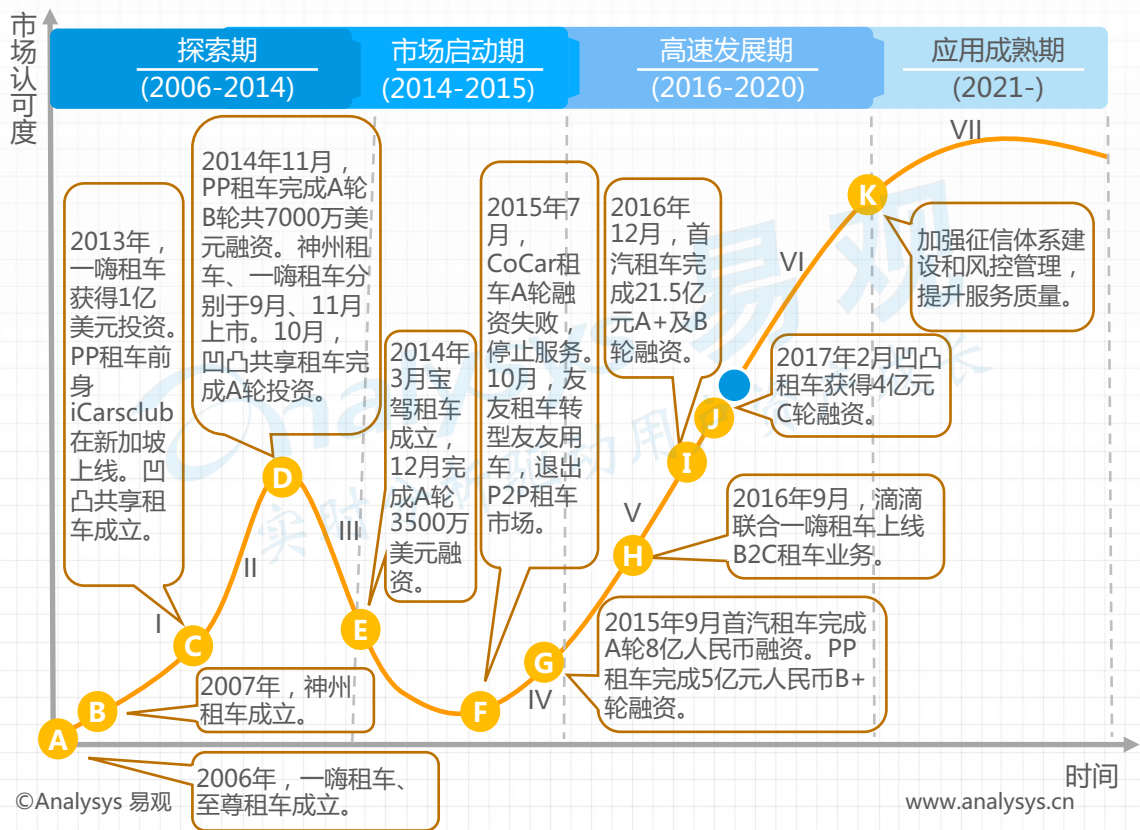
其他互联网出行细分领域

© Analysys 易观

www.analysys.cn

中国互联网汽车长短租服务商将布局产业链上下游，同时加强征信体系建设

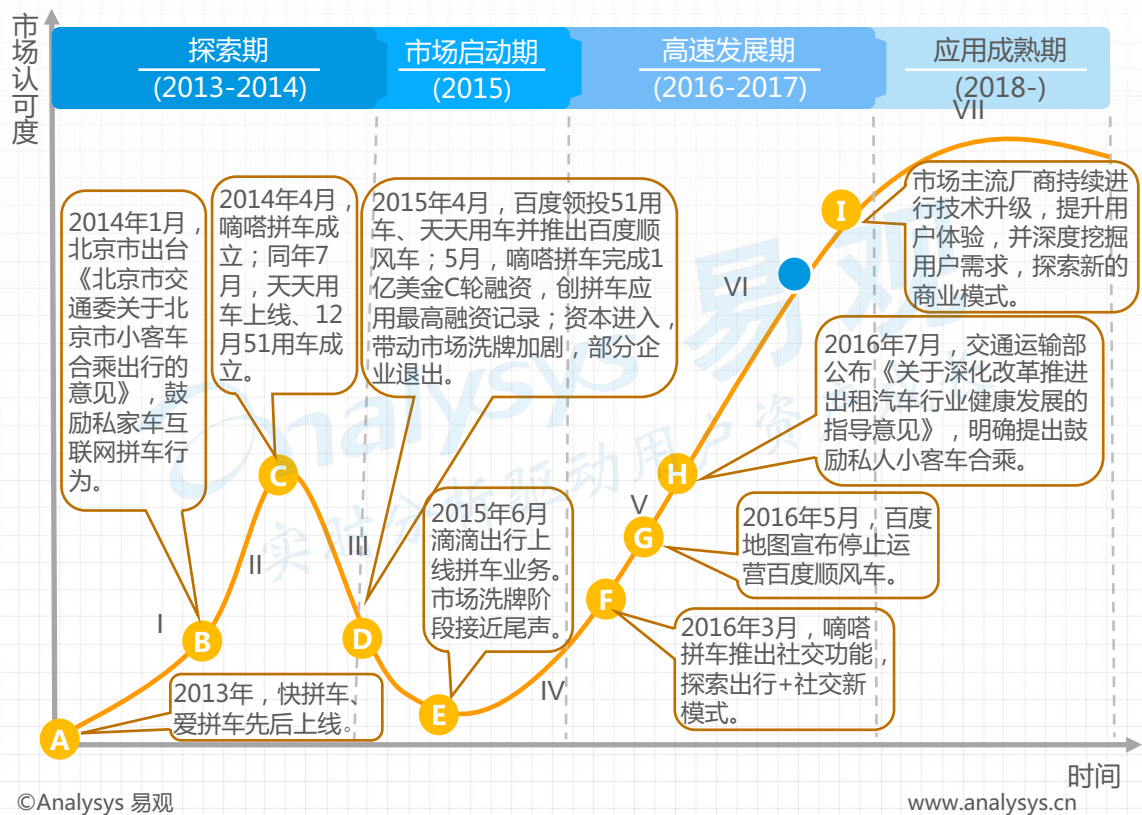
2016年中国互联网汽车长短租市场AMC模型



- 2016年，中国互联网汽车长短租市场发展实现稳定上升态势。除了资本利好外，各企业也在寻求新的突破点，如神州租车发力汽车金融与新车电商，PP租车更名START，向体验型用车服务转型等等。
- Analysys易观分析认为，虽然中国互联网汽车长短租市场发展时间较长，商业模式清晰，但在个人征信体系和风控体系方面，与发达国家相比，依然不够完善。未来，除了探索新的商业模式，加强征信体系建设和风控管理也将是市场各方的关注焦点和努力方向。

中国互联网拼车市场主流厂商基本确立，将继续探索新的盈利点

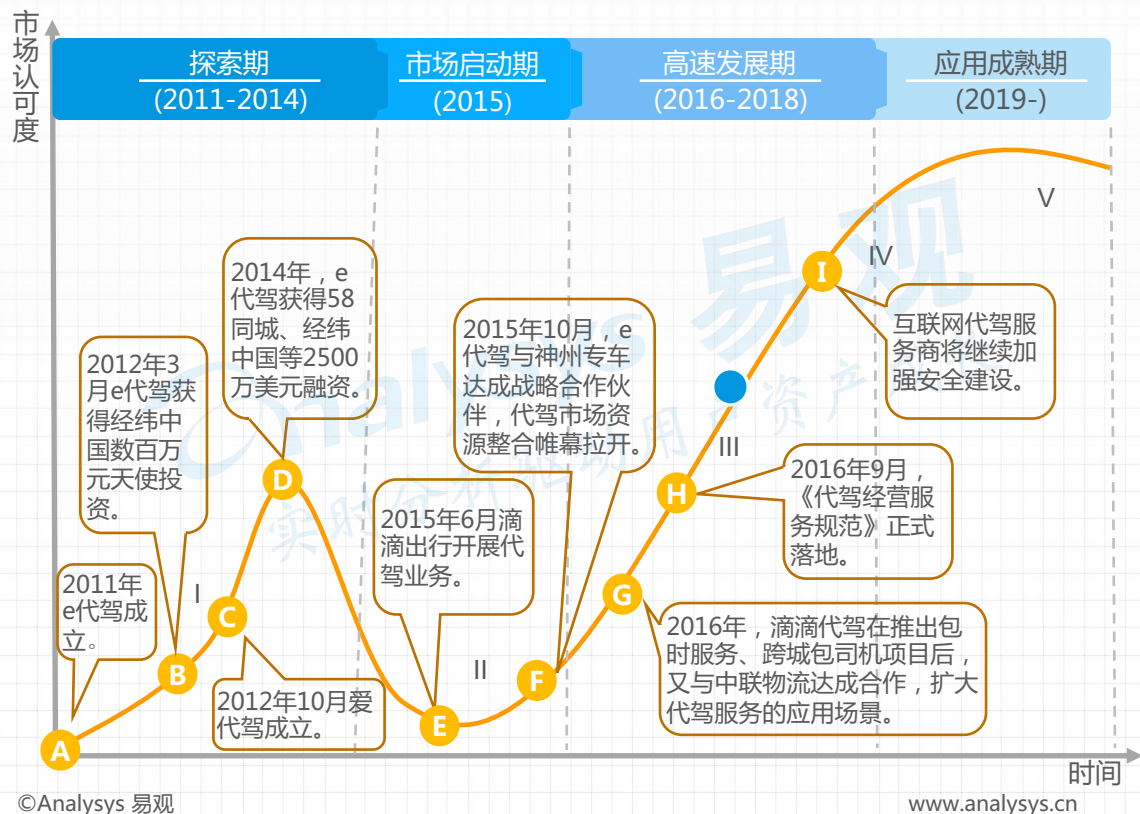
2016年中国互联网拼车市场AMC模型



- 2016年3月，互联网拼车垂直运营商嘀嗒拼车推出社交功能，深度挖掘拼车服务社交属性，以增强用户粘性。5月，百度退出拼车市场，市场格局基本确立，滴滴顺风车、嘀嗒拼车占据市场大部分份额。
- Analysys易观分析认为，中国互联网拼车市场发展已经进入下半场。互联网拼车服务商将持续进行技术升级，提升用户体验，并积极探索新的盈利渠道。

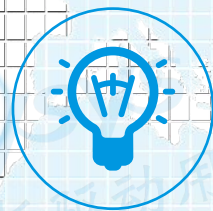
中国互联网代驾服务商充分利用人力资源，扩展服务范围

2016年中国互联网代驾市场AMC模型



- 2016年，中国互联网代驾市场经历烧钱补贴大战后，市场格局基本定型。
- Analysys易观分析认为，互联网代驾服务商拥有大量司机资源，且日常代驾是以酒后代驾服务为主，需求大多集中在晚上，潮汐性较强。为了优化司机资源配置，提高司机收入，中国互联网代驾服务商在2C端服务将向场景化、定制化方向发展，同时，将继续深化布局跨领域B端企业服务，打造多元化代驾服务。

PART 3



中国互联网出行市场典型厂商分析

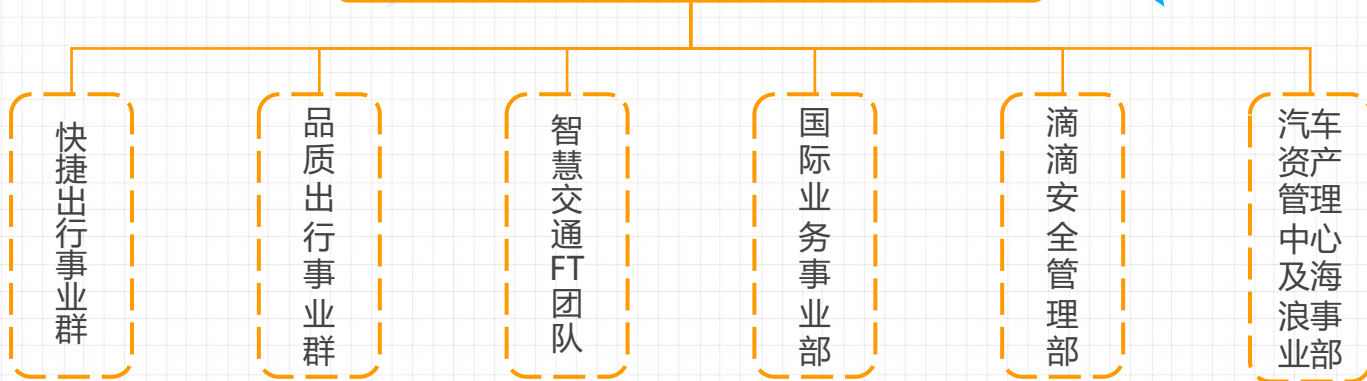
© Analysys 易观

www.analysys.cn

滴滴出行：升级组织结构，聚焦安全驾驶、全球化



滴滴组织架构



精简人员，打通业务，形成两大事业群、一个FT团队、多个事业部协同高效发展的独特架构。

神州专车：发布U+开放平台，稳定司机车辆供给

- 神州专车于2015年1月28日上线，主打中高端商务用车服务。神州专车采用B2C运营模式，为乘客提供标准化出行服务。
- 2016年7月，神州专车的运营主体神州优车在新三板挂牌。

- 发挥现有专车业务优势，打造出行共享平台。
- 联手合作伙伴，构建汽车电商平台。
- 充分发挥独特优势，打造全新的一站式汽车金融服务平台。
- 充分利用行业资源及产业链协同效应，重塑人车生态圈。

发展战略

企业策略

- 2016年3月，神州孕妈专车上线。
- 2016年9月，正式发布U+开放平台战略，引入C2C模式，并承诺永不抽成。

企业挑战

C2C模式

- 神州专车推出U+平台，以C2C模式专车服务增加了司机车辆的供给。但相对于神州专车原有的B2C模式，C2C模式不可控因素更多，其市场表现还有待观察。

司机数量

- 专车新政出台后，神州专车部分司机资质受限。如何在保证服务质量的前提下满足用户出行需求，是神州专车面临的重要挑战。

摩拜单车：专注于物联网、大数据、生活圈



- 摩拜单车于2016年4月在上海上线，陆续推出经典版、Lite版、升级版、风轻扬等多款共享单车产品。
- 2017年6月，摩拜完成E轮6亿美元融资。

企业合作



招商银行
CHINA MERCHANTS BANK

押金管理

富士康®

FOXCONN®

车辆生产



小程序和限时推广



车辆回收利用



产品

运营策略

海外市场



新加坡



英国



日本

营销活动

FREE

免费骑



红包车



宝箱车

打造移动物联网平台

2017年2月至5月摩拜相继与中国移动、沃达丰、爱立信、华为等多家电信运营商和设备商达成合作。

物联网

未来战略

助力智能交通、绿色城市和可持续发展

摩拜与十多家研究机构、科研院所达成合作，打造大数据开放平台，每天产生的超过5TB出行大数据。

大数据

“摩拜+”
开放平台
战略

生活圈



华住酒店集团
成就美好生活



中国银联
China Unionpay

打造高品质生活

ofo : 扩大规模 , 促进合作 , 开放平台

ofo

ofo小黄车于2014年12月北京成立,作为无桩共享单车出行平台,致力于解决城市出行问题。截止2017年5月,已在全球连接了600万辆共享单车,在100座城市提供出行服务。



- 2016年9月,滴滴出行数千万美元战略投资ofo。2017年4月ofo接入滴滴出行。



- 2016年11月,ofo宣布和700bike达成战略合作,发布共享单车Curve。



- 2017年2月,ofo与中国电信、华为合作共同研发基于物联网NB-IoT技术的共享单车智能解决方案。



- 2017年5月,ofo与飞鸽、凤凰等知名自行车企业合作进行车辆规模化生产。

ofo面向全球合作伙伴开放API接口,用户可在部分第三方应用内使用ofo单车服务。降低单车使用门槛,增长用户数量。

骑行大数据

构建生态圈



启动城市战略

与企业合作

进军海外市场

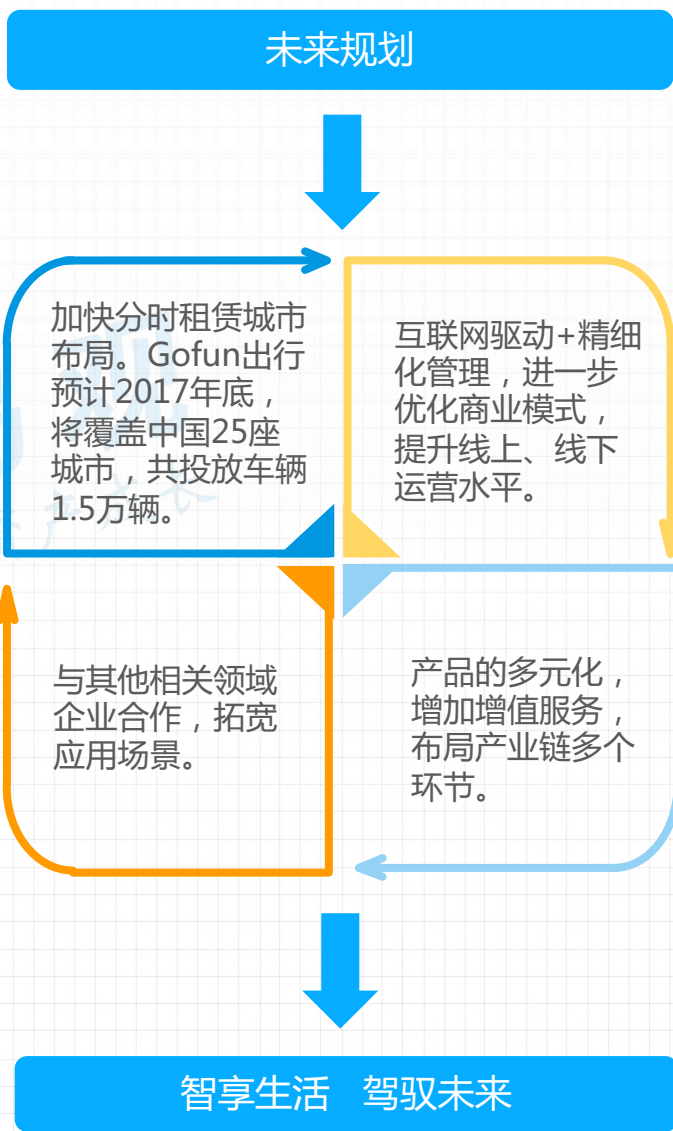
ofo开放平台

- 2016年11月,ofo共享单车在京召开城市战略发布会,宣布走出校园正式开启城市服务。
- 截止2017年5月,已经布局100座城市。



2016年12月,ofo发布全球战略,首选北美、欧洲市场,2017年3月,已在硅谷、伦敦、新加坡市场投放共享单车。ofo的目标是2017年底覆盖20个国家。

Gofun出行：凭借资源优势，加速规模扩张



途歌TOGO：X2X模式进入市场，用户认可度高，成本压力大

北京途歌科技有限公司于2015年7月成立，为用户提供城市内即时短途出行服务。同年9月产品正式运营，并获得拓璞基金数百万人民币天使投资。2017年4月，公司获得由真格基金、拓璞基金投资的共计4000万元A+轮融资。

途歌主营业务为汽车分时租赁，运营车辆品牌包括奔驰、标致、雪铁龙等，共6款车型。

商业模式



运营车辆全部为燃油车，避免了汽车充电的难题，途歌得以采用X2X运营模式，为用户提供尽量便捷的用车服务。

平台合作

与海尔产业金融达成共享经济出行战略合作，以“产业金融+”和“出行服务+”两大方针为用户解决出行问题。

入驻企业端

与蓝色光标传播集团达成战略协议，入驻企业端，共同推进2B和2C服务。

企业动向

X2X运营

运营车辆采用燃油车辆，不同档次6款车型共用户可选择。

布局核心城市

先后在北京、深圳、上海、广州上线。

企业面临压力



运营成本

汽车分时租赁需要强大线下运营能力的支撑，而X2X随地还车运营模式增加了运营压力和运营成本。



车辆成本

车辆成本包含租车费、停车费、油费、保养费等诸多费用，一线城市的牌照资源获取成本也在不断增加。

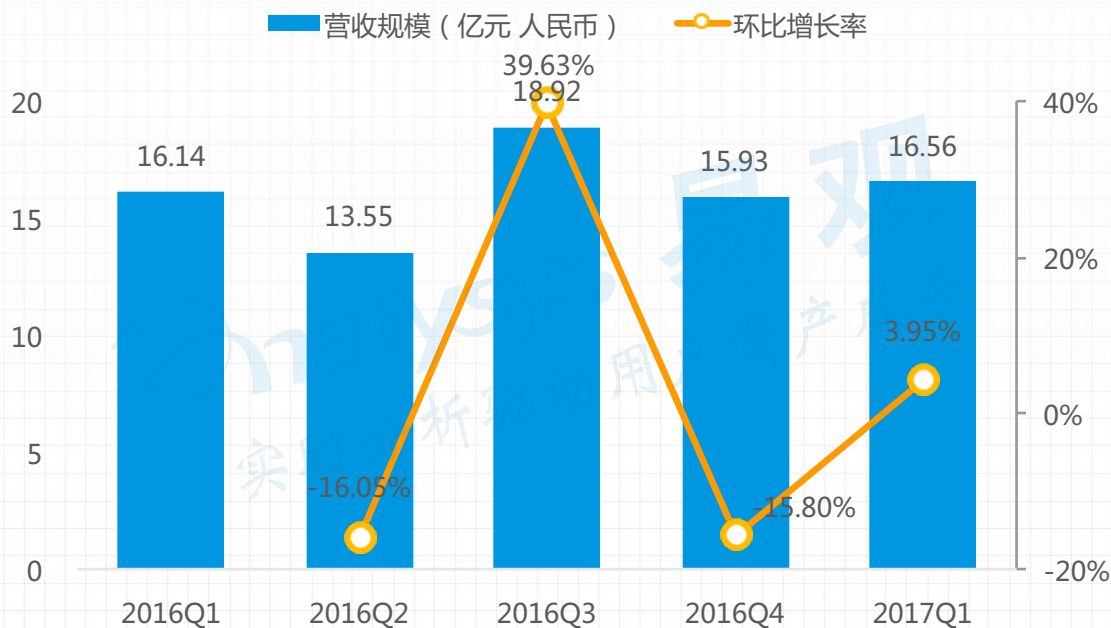


停车成本

一线城市的汽车保有量较多，停车位缺口大，核心商圈车位租赁费用较高。

神州租车：以技术手段提升租车效率，加强汽车消费生态圈建设

2016Q1-2017Q1神州租车营收情况



数据来源：神州租车财报

© Analysys 易观·企业公开数据

www.analysys.cn

- 神州租车内部框架和运营效率提升，并推出免费上门取车业务，使得神州租车用户体验得以提升，2016年Q3营收增长迅速。
- 车队总运营规模缩减，短租规模和车队利用率下降，是2016年Q4神州租车营收下滑的原因。
- 2017Q1，在智能定价策略、创新促销计划以及更新等因素推动下，神州租车收入实现稳步增长。

发展战略



以技术和创新作为业务的推动模式布局产业链上下游。



投入大量的产品、营销和技术资源，进一步升级租车效率和客户体验。



进行汽车消费生态圈建设，各业务板块协同作用，以增强企业竞争力，拓展盈利渠道。

PART 4



中国互联网出行市场发展趋势

© Analysys 易观

www.analysys.cn

2017/7/6

44

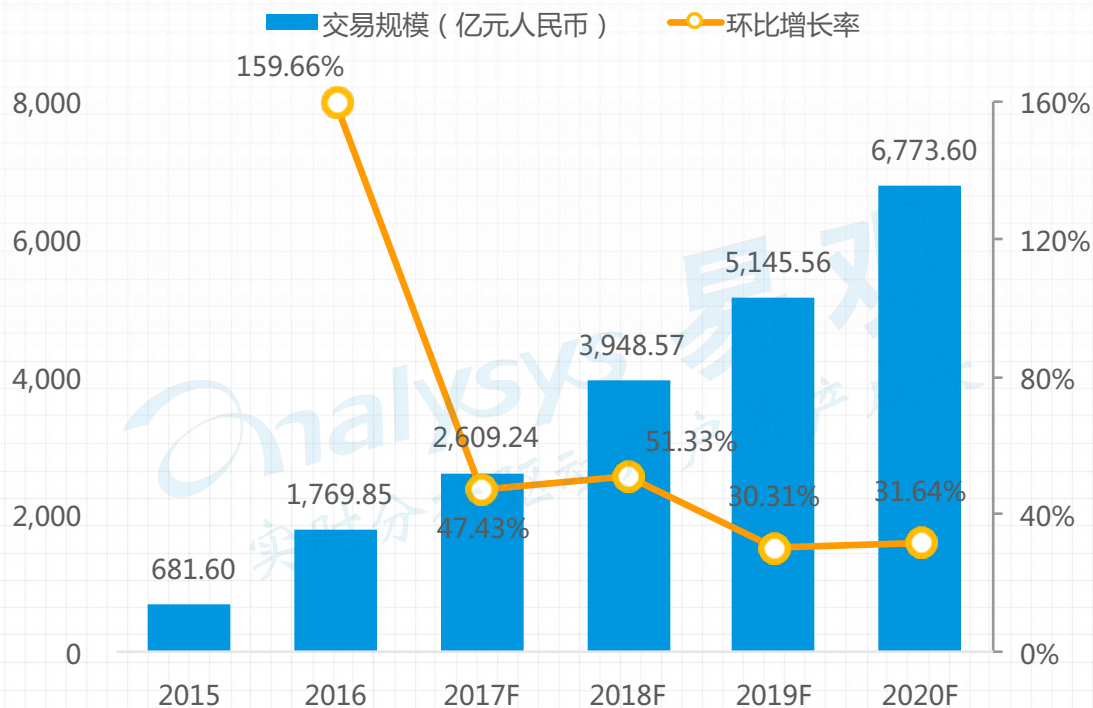
2017/7/6

实时分析驱动用户资产成长

44

中国移动互联网出行市场规模将保持高速增长

2017-2020年中国移动互联网出行市场交易规模预测



数据来源：根据易观自有预测模型预测得出。

© Analysys 易观

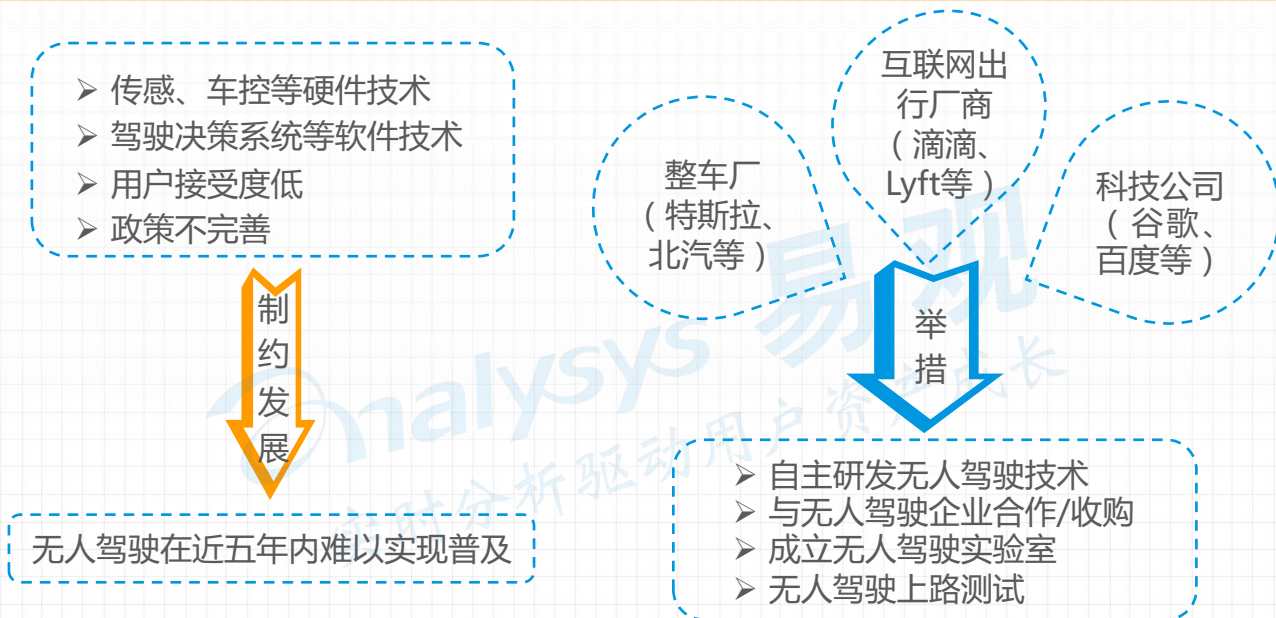
www.analysys.cn

- 2016年，中国移动互联网出行市场依然保持高速增长，主要得益于互联网专车市场的拉动。
- 2016年底共享单车市场爆发，并带动共享出行概念进一步普及。未来，共享、智能、新能源将成为互联网出行产品和服务的关键要素。在技术、资本、政策的推动下，现有的互联网出行领域将深化变革，同时将有新的出行细分领域出现。预计未来几年，中国移动互联网出行市场规模将继续保持高速增长。

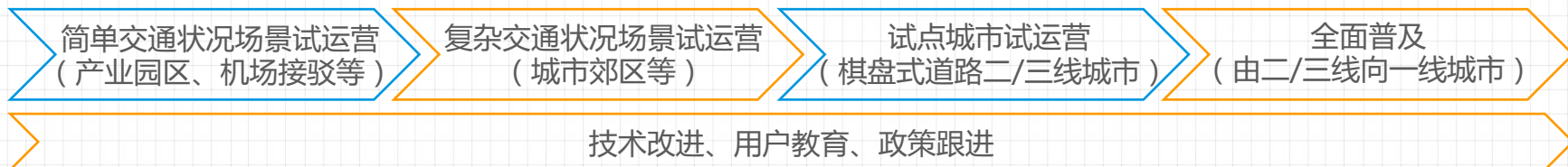
无人驾驶需较长时间普及，专车或将成其在互联网出行领域落地首选



无人驾驶指所有场景下车辆在无驾驶员介入的情况下完全自主驾驶（包括车辆中无人的情况）。



互联网专车市场已进入高速发展期，商业模式较为完善，开始探寻以拓展服务和技术提升为突破口的新盈利点。作为市场规模最大、用户认可度较高的互联网出行细分领域，专车市场具有资本优势，并拥有海量的车辆实地运营数据。因此未来互联网专车市场或将成为无人驾驶商业化落地的首选。



新能源汽车将在B2C专车、分时租赁、巴士等互联网出行领域普及

现阶段新能源汽车以电动汽车为主。太阳能充电汽车由于太阳能充电转化率低、产电量不足以供汽车行驶、太阳能芯片成本高昂且易损坏等原因，短时间内依旧难以量产普及。氢燃料汽车是未来新能源汽车的发展方向。



技术进步

电动汽车电池能量密度约四年翻一倍，电动汽车续航里程将不断增加。



电动汽车产业链完善

汽车后市场各厂商开始重视电动汽车市场，不断完善电动汽车产业链。



政策支持

国家对新能源汽车实施补贴政策，并提出2020年新能源汽车保有量达500万辆的目标。



充电桩普及

包括国家电网在内的充电设施建设运营企业加速布局充电桩，并不断提高充电技术水平。

促进







反推

电动汽车普及

- 在电动汽车普及的过程中，受产业链不完善、续航里程短、舒适度差等因素影响影响，私家电动汽车的增长较运营用电动汽车的增长将更为缓慢，因此电动汽车或将率先在B2C模式互联网专车、分时租赁、巴士领域实现规模化落地。
- 此外，互联网专车、分时租赁以及巴士厂商将与互联网汽车后市场厂商在二手车电商、汽车金融、汽车维修保养等方面紧密合作，形成新能源汽车出行的生态闭环。

车联网技术快速发展，提高互联网出行服务质量、降低出行事故率

车联网基础技术

-  地理信息技术（目前应用如北斗导航系统、专车内置定位等）
-  通信技术（目前应用如租车车辆内置盒子用于开锁及定位、车载wifi等）
-  移动终端（目前应用如智能手机等）
-  大数据基础（目前应用如专车对车辆路线规划及调度等）
-  场景识别系统（目前应用如绘制车辆行驶环境3D模型等）
-  人工智能（目前应用如车辆调度与路径规划等）

技术进步促进互联网出行市场发展

互联网出行市场受益点



为互联网出行用户提供全方位的社交、生活等LBS服务。



提升互联网出行安全，降低事故率。

伴随着车联网技术发展，车联网厂商盈利模式不断升级。

传统车联网厂商

TSP（汽车远程服务提供商）费用
内容/服务授权费
技术服务费
数据通信费

新型车联网厂商
大数据产品与服务
增值服务费
广告费

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



易观订阅号



易观千帆试用