



# 专车市场研究报告

## 2018年5月专车市场研究报告

极光大数据

2018.06

# 关键发现



截至2018年5月底，网约车app市场渗透率为16.9%，用户规模为1.85亿



滴滴出行在用户中知名度最高，神州专车、首汽约车位列二三位



专车用户更喜欢接送机/车站、预约用车和为他人叫车



神州专车用户满意度最高，用户向亲友同事推荐此平台的意愿也高于其他专车平台

# 目录

1 市场概况

2 运营数据

3 用户画像

4 用户态度

5 用户使用习惯

CHAPTER 01

# 市场概况

- 国内共享出行市场主要分共享单车和共享汽车，在共享汽车出行中，根据服务类型又可分为包括分时租赁在内的汽车租赁和网约车
- 目前主流网约车平台运营模式多采用B2C与C2C相结合方式，神州专车和首汽约车以自营的B2C模式为主，并吸引私家车加盟，易到和滴滴出行以私家车C2C模式为主，并配有少量自营车队

## C2C为主

© JIGUANG Confidential. All Rights Reserved

# 市场概况

## 出行需求与技术发展助推网约车盛行

- 网约车的兴起主要源于传统出行方式越来越难以满足社会经济发展背景下的个性化、高质量出行需求。而互联网、大数据、移动智能终端、基于LBS技术服务的发展，则为其提供技术支撑

### 网约车兴起与发展背景

#### ➤ 个性化高质量出行供需不平衡

个性化高质量出行需求的提升：随着经济发展、人民生活水平提高，出行更加频繁，出行时间和出行目的地更加灵活多变，对于个性化出行服务的需求逐渐提升

打车难、服务差，传统出行方式不足：传统出租车作为重要个性化出行方式，难以实现供给数量的及时调整，同时也具有乘客议价能力弱、服务质量难以保证、难以实现及时有效监管等不足之处

网约车的出现丰富大众出行方式，优化个人出行体验。尤其是面向中高端市场的专车服务，满足了用户多样化、优质服务的需求

#### ➤ 技术发展使网约车服务成为可能

互联网及移动智能终端：移动智能终端的发展使得用户可以便捷地接入移动互联网，获取信息和服务。智能终端的使用为出行领域发展打下了良好基础

基于位置服务的技术：通过LBS（位置服务）技术，供需双方能实时了解服务进程

大数据：目前大众外出活动轨迹逐渐数据化，平台通过对数据的收集、存储、分析及可视化处理，可进一步掌握大众出行习惯和难点，并提出针对性解决方案

资料来源：根据公开资料整理

# 市场概况

## 网约车服务类型主要分类：快车、专车

- 网约车服务指符合条件的驾驶员和车辆通过网约车平台为用户提供非巡游的预约出租汽车的服务
- 专车定位中高端市场，相对于快车，它对驾驶员、服务、车辆要求更高



### 网约车服务类型

根据《网络预约出租汽车经营服务管理暂行办法》，网约车全称为“网络预约出租汽车”，指符合条件的车辆和驾驶员通过网约车平台，为用户提供非巡游的预约出租汽车服务，区别于传统巡游出租汽车服务

#### ➤ 快车服务

定位于大众市场，价格与出租车相当，主打快速响应，对于驾驶员、服务、车辆要求相对较低。目前，主要服务商为滴滴、易到等平台

#### ➤ 专车服务

定位中高端市场，对司机驾驶经验、服务质量、车辆品质均有更高要求，相较快车，专车更符合网约车新政定位，合规性更强。目前主要服务商为首汽约车、神州专车等平台，滴滴出行及易到也在发力专车服务

资料来源：根据公开资料整理

# 市场概况

## 政策整理分析

- 2016年7月，国家相关部门发布《网络预约出租汽车经营服务管理暂行办法》对网约车市场进行监管，此办法强调专车平台运营管理能力，并对车辆硬件质量和驾驶员水平做出了明确规定

### 《网络预约出租汽车经营服务管理暂行办法》

2016年7月27日，交通运输部、工信部等七部委联合发布《网络预约出租汽车经营服务管理暂行办法》，并于2016年11月1日正式施行，主要有以下四方面内容：

#### ➤ 平台持证运营

网约车平台需具有企业法人资格，具有相应信息数据交互及处理能力，已与银行建立电子结算支付协议等，需向所在经营区域行政主管部门申请《网络出租汽车经营许可证》方可进入

#### ➤ 车辆持证上路

具体标准和营运要求由相应行政主管部门，按照高品质服务、差异化经营的发展原则，结合本地实际情况确定；网约车行驶里程达到60万千米时强制报废；车辆运营需取得《网络预约出租汽车运输证》

#### ➤ 驾驶员持证上岗

3年以上驾驶经历；无交通肇事犯罪、危险驾驶犯罪记录，无吸毒记录，无饮酒后驾驶记录等；无暴力犯罪记录；获得《网络预约出租汽车驾驶员证》

#### ➤ 各地网约车细则陆续落地

2016年12月起，北京、上海、广州、深圳、杭州、成都等多城市相继出台网约车管理细则

资料来源：根据公开资料整理



# 市场概况

## 滴滴出行、神州专车、易到、首汽约车为目前专车市场主要竞争者

- 滴滴出行、易到为综合性平台，除专车外还包括其他类型订单，而神州专车、首汽约车则主要以中高端专车市场为主
- 目前各平台的专车产品中，除了立即用车、预约用车、包车、接送机等服务外，还提供多种定制化服务，以优化乘客体验，提升竞争力

### 滴滴出行

除快车、专车等网约车服务外，还提供顺风车、出租车、单车、代驾等服务。其中，滴滴专车划分为舒适性、商务型和豪华型三种车型，可预约，具有接送机、包车等服务

### 神州专车

主要以专车为主，还可提供租车服务。专车划分为公务轿车、商务七座、豪华轿车三种车型，可预约，具有接送机、包车服务，提供孕妈专车、上班、回家等定制化服务；支持开通企业账号，方便企业用车

### 首汽约车

以专车为主，另有出租车、代驾、租车服务。专车划分为舒适和商务七座两种车型，可预约，具有接送机、包车服务

### 易到

主要提供快车、专车的网约车服务。专车可预约，提供接送机、包车、集团用车等服务，在不同城市推出特色专线，如在广州长隆世界欢乐线、上海迪士尼畅玩专线

资料来源：根据公开资料整理；本页并不覆盖所有提供专车服务的平台

# 市场概况

## 专车行业未来发展趋势

- 头部平台渐趋稳定，行业竞争从“拼补贴”转向“拼服务”的下半场

### 专车行业未来发展趋势

极光大数据

#### ➤ 头部平台显露

自2016年下半年，网约车新政出台以后，部分企业悄然退场，资本的力量也推动行业逐渐整合。目前，市场头部平台已经显露

在快车领域，头部平台仍存在潜在新进入者的威胁，比如美团对市场的搅动。同时，平台还面临巨大的政策风险

#### ➤ 服务质量成为核心竞争力

网约车市场已从初期的“拼补贴”转向“拼服务”阶段

由于新政的执行尚未完全落地，快车仍占网约车巨大份额。随着市场的完善和出行消费升级，用户要求平台提供更为优质的服务，服务质量成为平台核心竞争力

各平台正发力更为合规化的专车产品，目前已推出各种人性化服务措施。未来市场逐步规范化后，专业化、人性化的专车产品竞争，将成为赢得用户认可度的核心

资料来源：根据公开资料整理

CHAPTER 02

# 运营数据

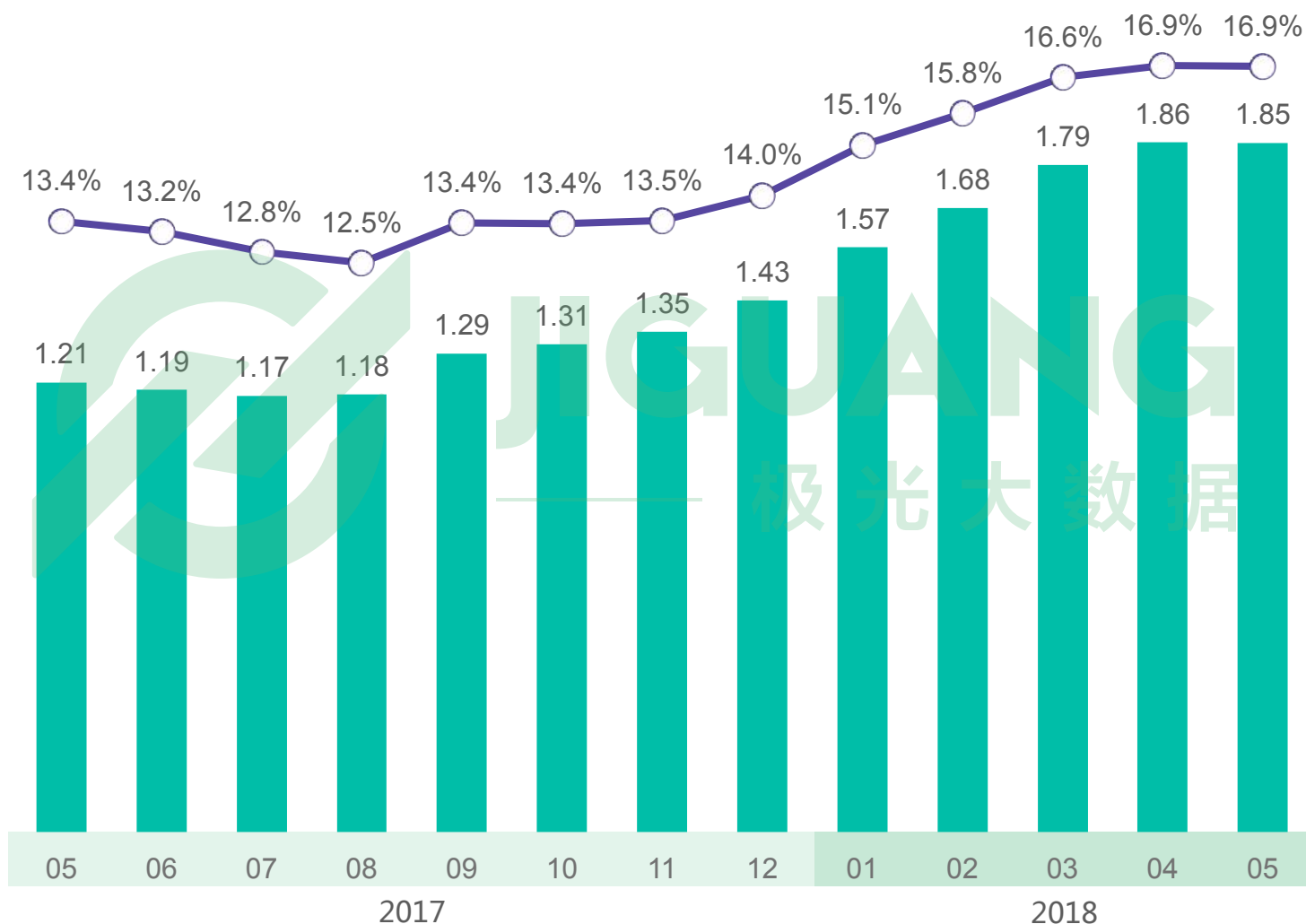
# 市场概况

## 网约车市场进入缓慢增长期

- 极光大数据显示，截至2018年5月最后一周，网约车app整体渗透率为16.9%，用户规模达到1.85亿；2017年8月以来，网约车市场增长趋于稳定

### 网约车app渗透率及用户规模变化

用户规模（亿人） 渗透率



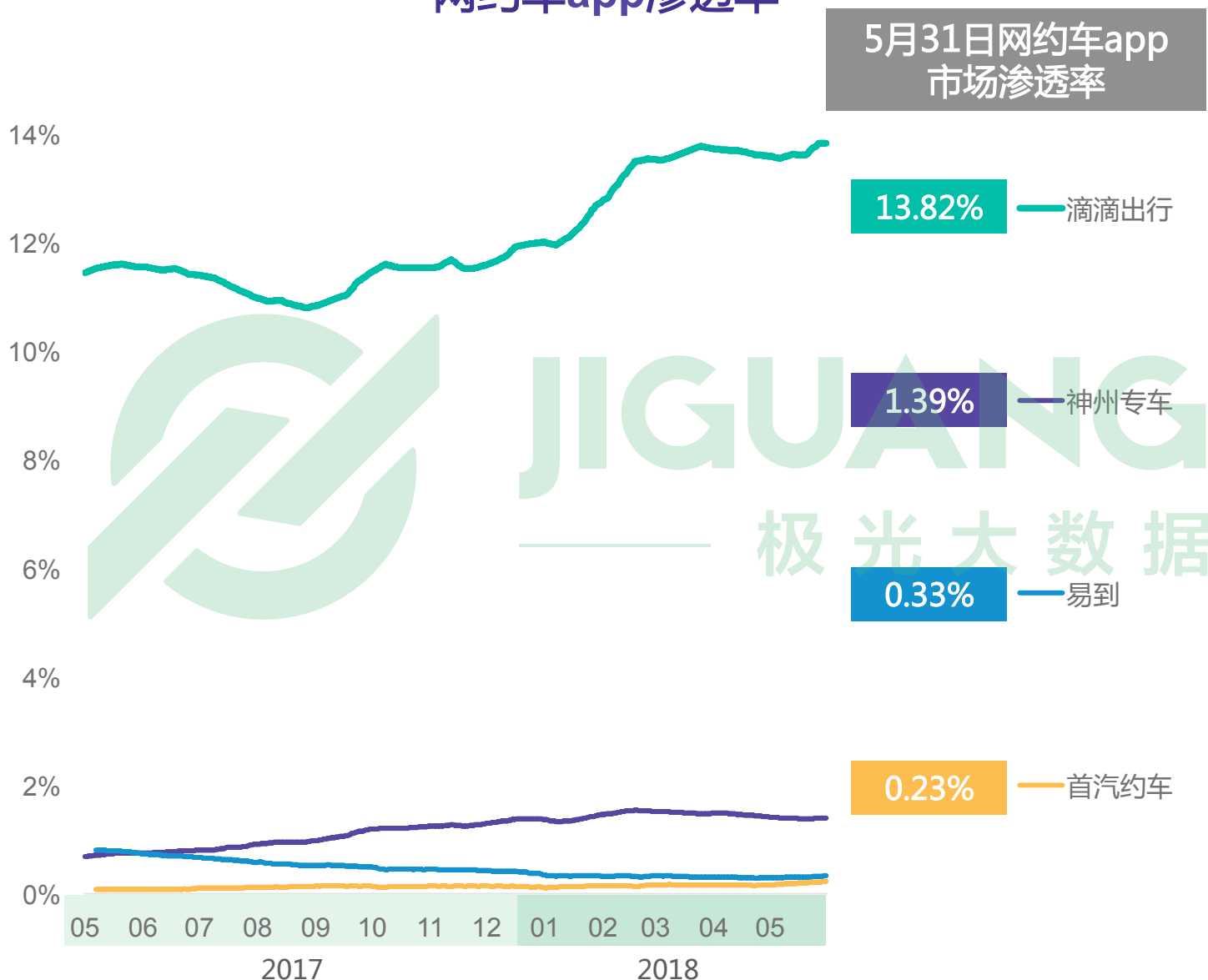
数据来源：极光大数据，取数周期：2017.05-2018.05

# 运营数据

## 综合性出行平台滴滴出行渗透率优势明显

- 拥有快车、专车、顺风车等多种出行业务的滴滴出行app渗透率数据优势明显，截至2018年5月31日，其app市场渗透率为13.82%

### 网约车app渗透率



数据来源：极光大数据，取数周期：2017.05-2018.05

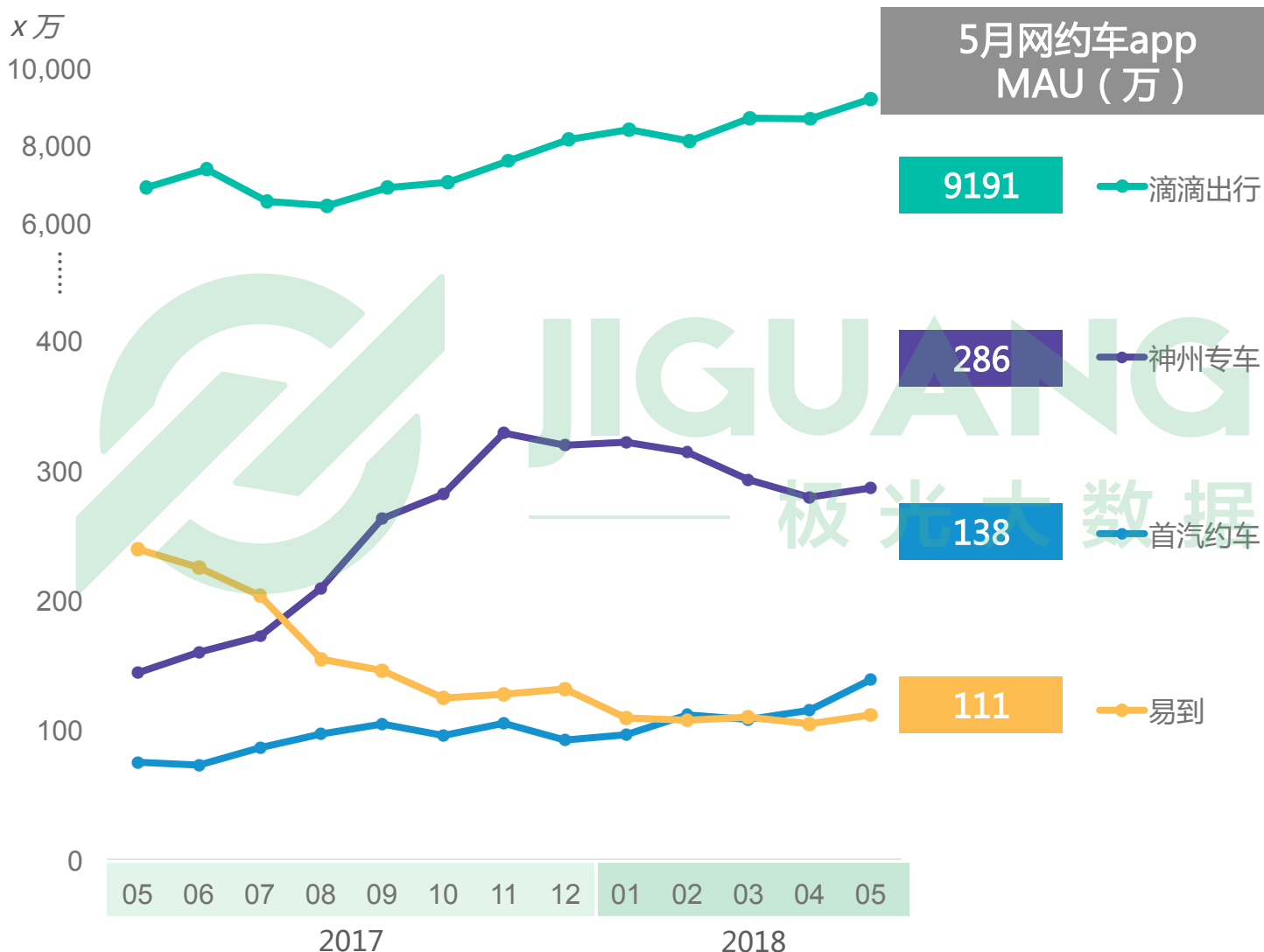
该数据监测选取滴滴出行、神州专车、易到和首汽约车进行数据对比，不包含其他网约车行业企业

# 运营数据

## 各平台近一年MAU基本稳定

- 根据极光大数据显示，滴滴出行2018年5月MAU为9191万，是唯一一款MAU为千万级的app
- 根据极光大数据显示，近一年以来，除易到MAU持续下滑，滴滴出行、神州专车、首汽约车变化幅度不大，这与国内趋于稳定的网约车市场有关

### 网约车app MAU



数据来源：极光大数据，取数周期：2017.05-2018.05

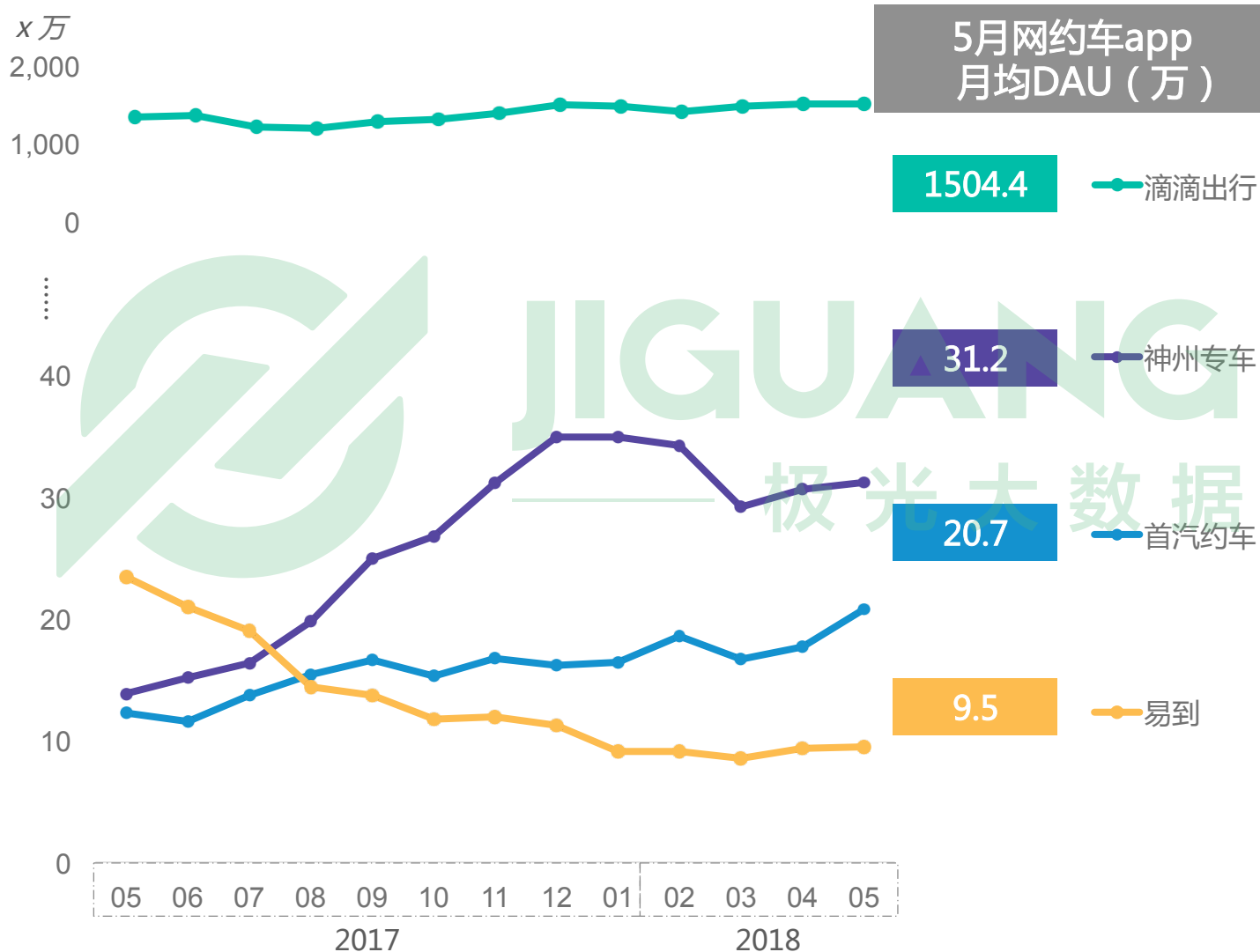
该数据监测选取滴滴出行、神州专车、易到和首汽约车进行数据对比，不包含其他网约车行业企业

# 运营数据

## 主攻专车市场的神州专车、首汽约车月均DAU为几十万级别

- 根据极光大数据显示，2018年5月，滴滴出行月均DAU为1504.4万，神州专车和首汽约车分别为31.2万、20.7万，缺少快车、顺风车的数据，主打中高端专车市场的平台DAU数据均不高

### 网约车app月均DAU



数据来源：极光大数据，取数周期：2017.05-2018.05

该数据监测选取滴滴出行、神州专车、易到和首汽约车进行数据对比，不包含其他网约车行业企业

## CHAPTER 03

# 用户画像

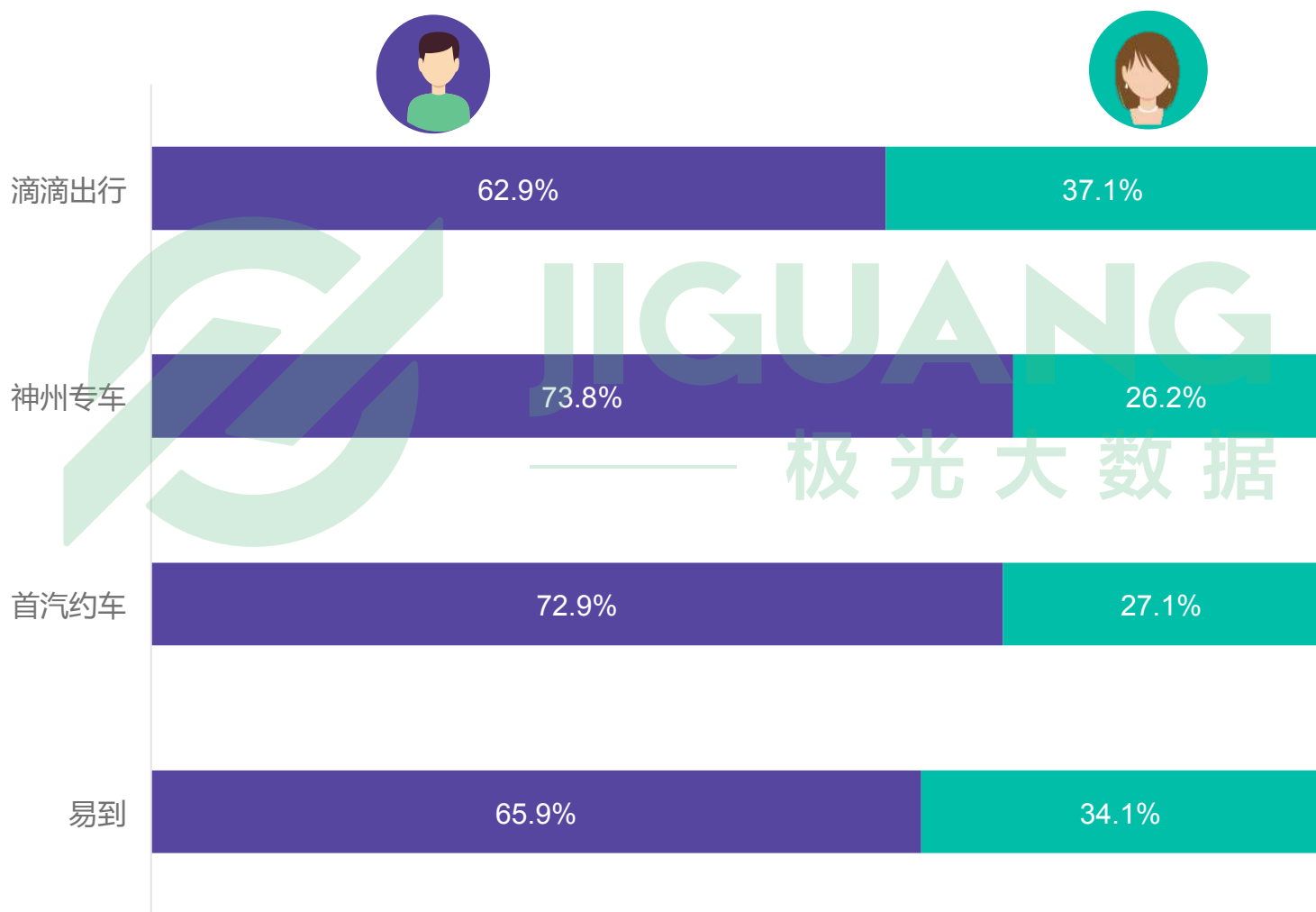


# 网约车app用户画像之性别

神州专车和首汽约车男性用户占比均在七成以上

- 神州专车男性用户占比最高，为73.8%
- 包含快车业务的综合性出行平台女性比例偏高，滴滴出行最高为37.1%

各网约车app用户性别比



数据来源：极光大数据，取数周期：2018.05

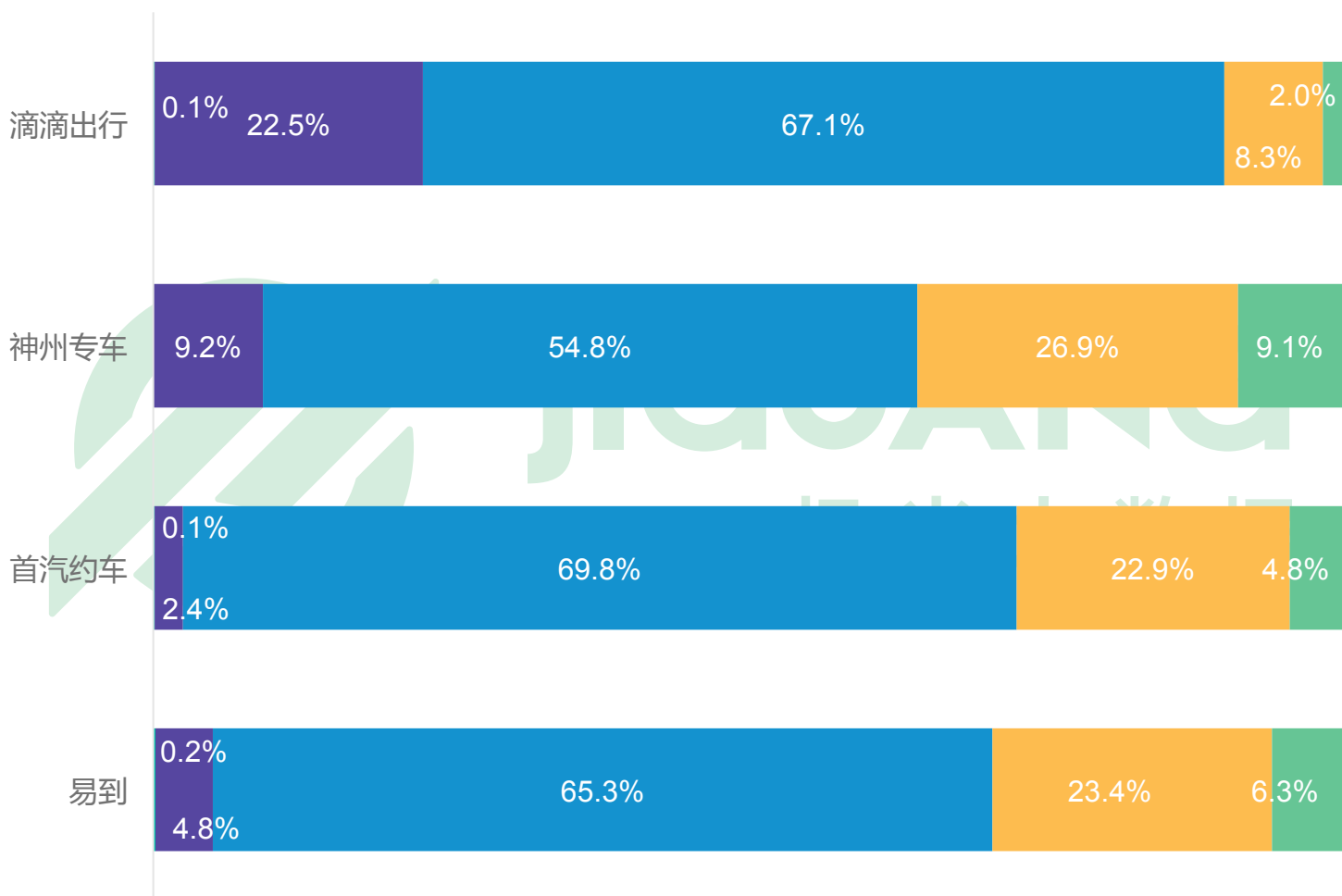
# 网约车app用户画像之年龄

## 主打专车的平台36岁以上用户占比更高

- 26-35岁用户为各网约车app用户主要年龄段
- 从更具消费能力的36岁及以上年龄段看，主打中高端市场的神州专车（36%）、首汽约车（27.7%）的用户占比远超综合平台滴滴出行的10.3%。最早专注高端用户的易到（29.7%）36岁及以上用户比例也比较高

### 各网约车app用户年龄分布

■ ≤15岁 ■ 16-25岁 ■ 26-35岁 ■ 36-45岁 ■ ≥46岁



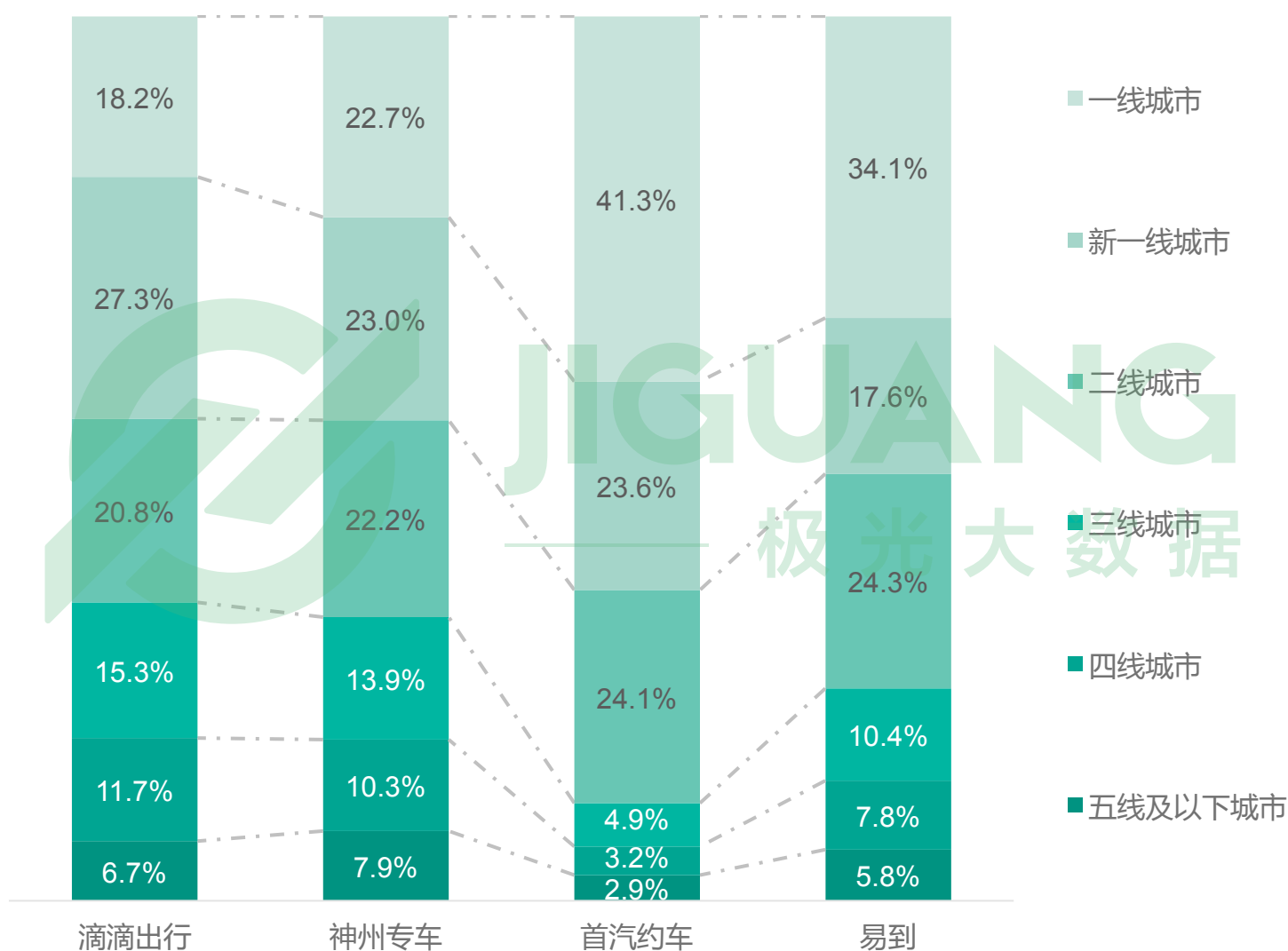
数据来源：极光大数据，取数周期：2018.05

# 网约车app用户画像之城市等级

## 网约车用户集中于二线及以上城市

- 根据极光大数据显示，网约车用户更多集中于一线、新一线和二线城市，覆盖范围更广的滴滴出行、神州专车、易到用户来源更多元化，首汽约车则把有限精力聚焦更具出行需求的大城市。首汽约车二线城市及以上用户占比89%

各网约车app用户所在城市等级分布



数据来源：极光大数据，取数周期：2018.05

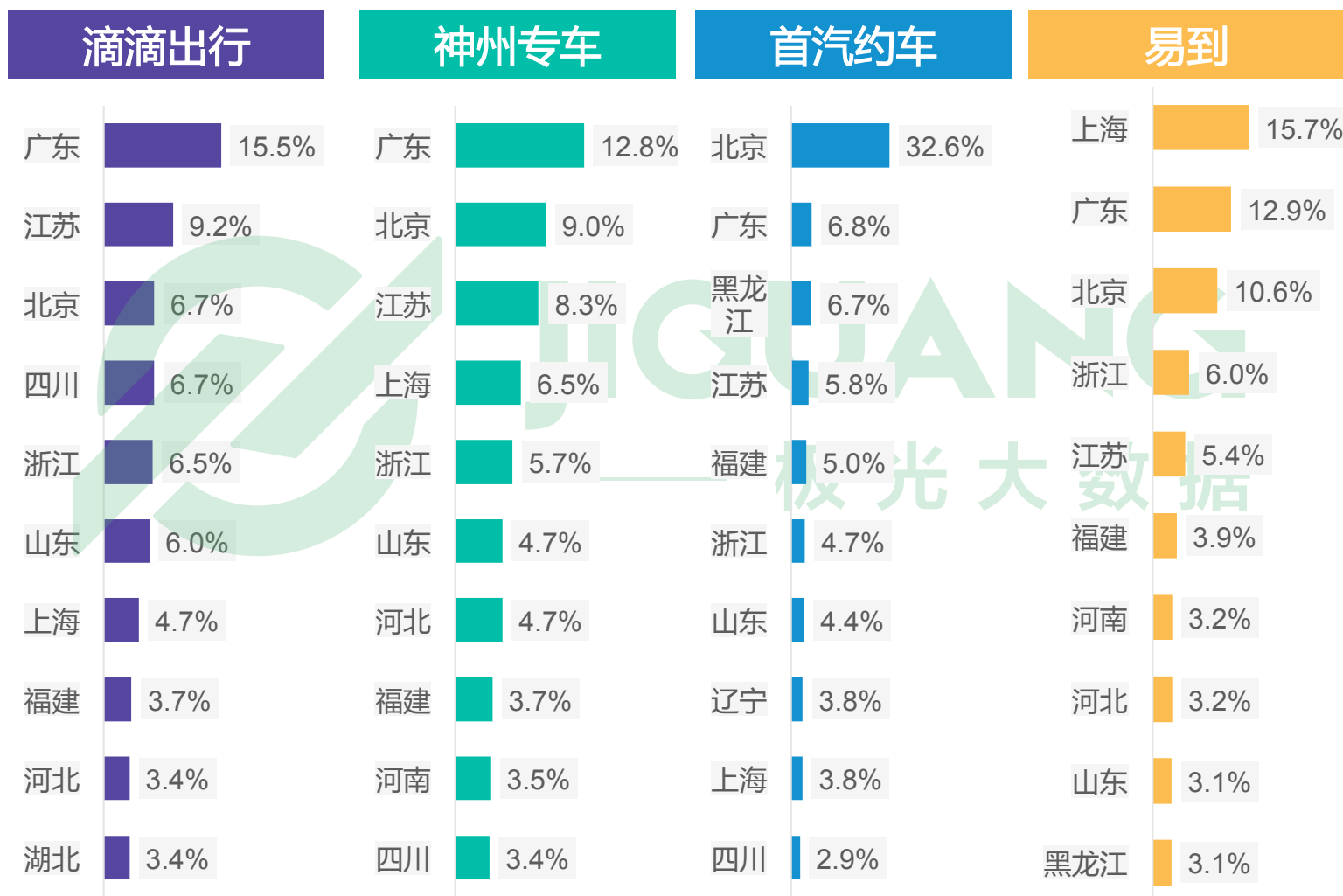
城市等级分布：一线城市包括北上广深；新一线城市包括成都等15个城市；二线城市包括厦门等30个城市；三线城市包括潍坊等70个城市；四线城市包括乐山等90个城市；五线及以下城市包括永州等129个城市

# 网约车app用户画像之省份

## 拼省份，广东人最爱用网约车

- 得益于珠三角城市群以及深圳、广州两个一线城市的拉动，广东省用户在各网约车APP中占比均比较高
- 三成首汽约车用户来自北京，易到用户中15.7%来自上海

### 各网约车app用户所在省份分布



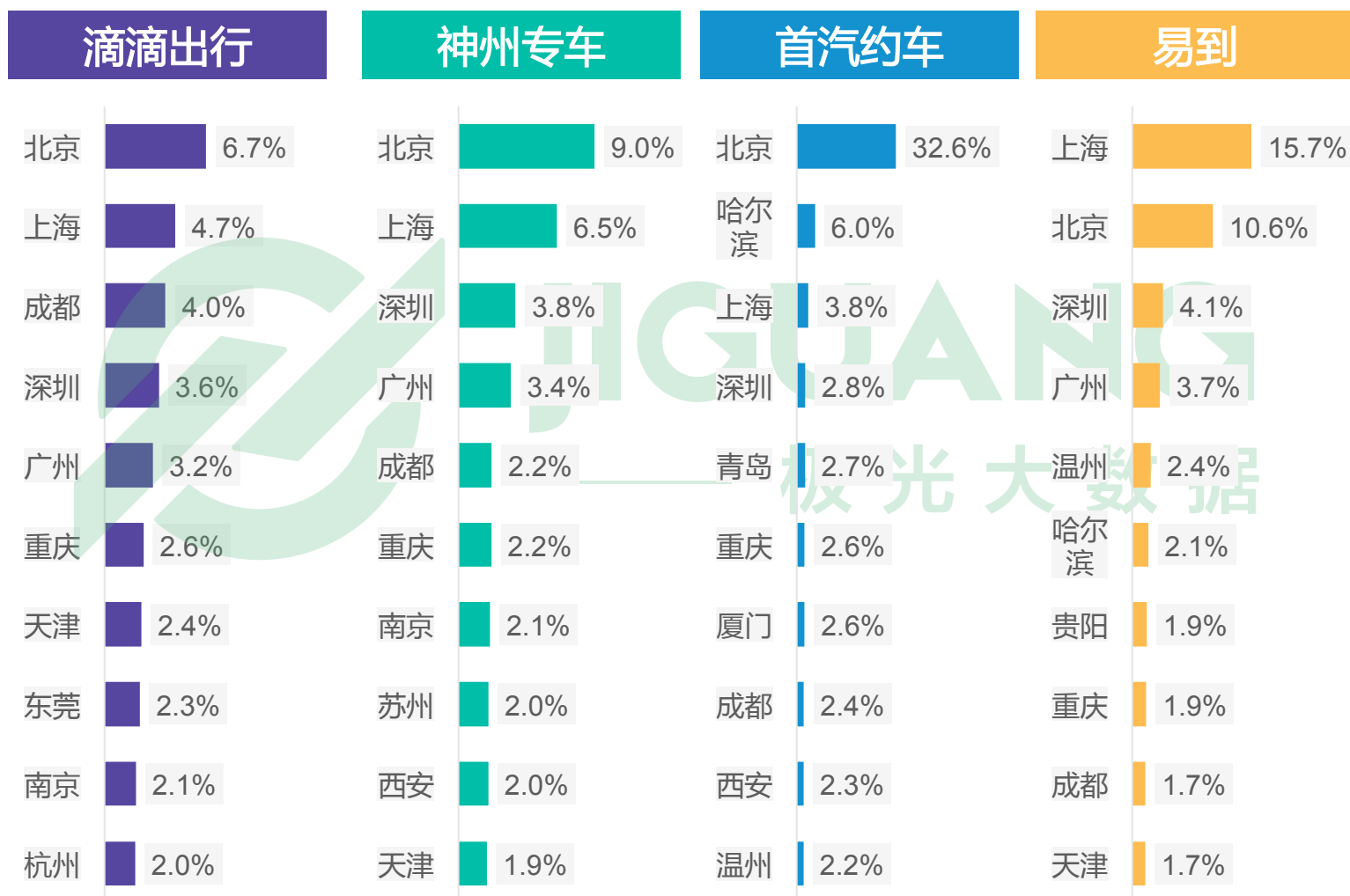
数据来源：极光大数据，取数周期：2018.05

# 网约车app用户画像之城市

## 拼城市，北京、上海用户占比最高

- 北京、上海在各网约车app用户的城市分布占比中基本位于前两位
- 除一线城市占比均比较高之外，成都位居滴滴出行用户中第三位，哈尔滨位居首汽约车用户中第二

### 各网约车app用户所在城市分布



数据来源：极光大数据，取数周期：2018.05

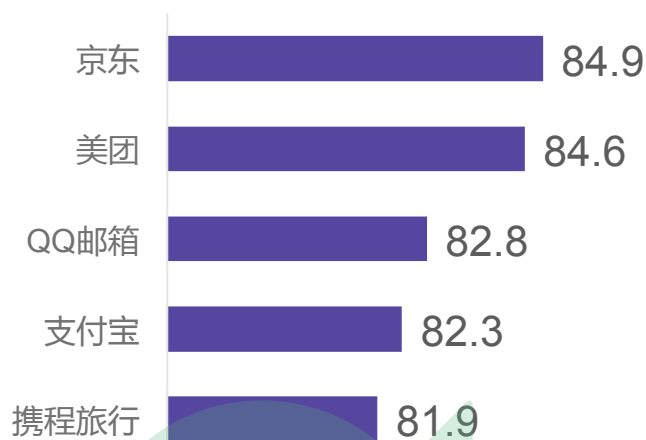
# 各网约车app用户画像之偏好app

购物偏好京东，外出旅行更爱用携程旅行

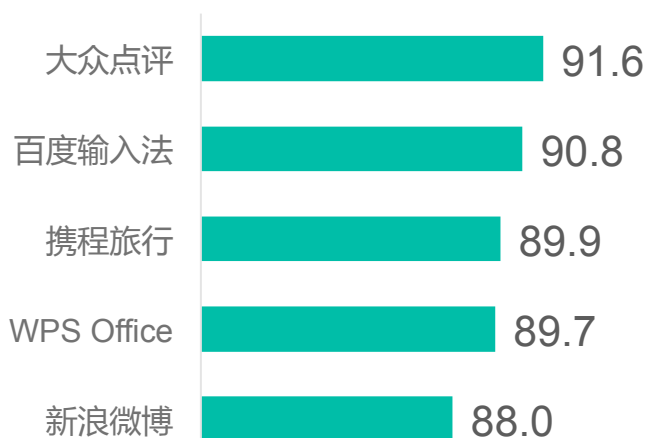
- 根据极光大数据显示，各网约车app用户均比较偏好京东和携程旅行

## 各网约车app用户偏好app top5

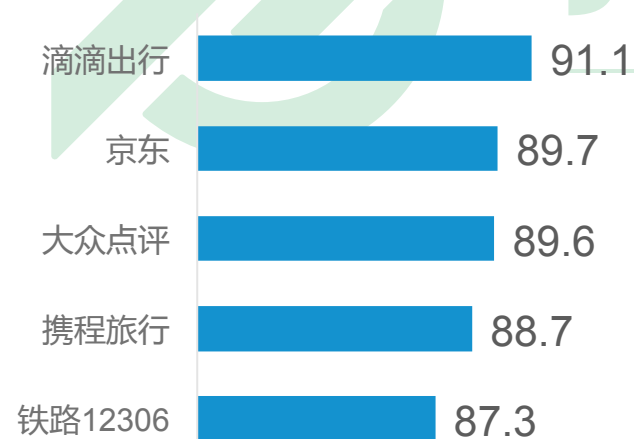
### 滴滴出行



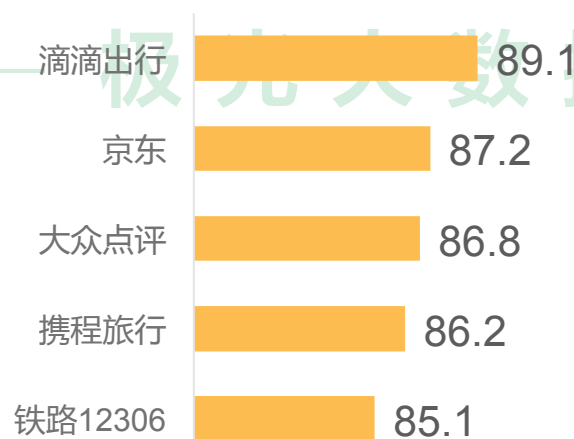
### 神州专车



### 首汽约车



### 易到



数据来源：极光大数据，取数周期：2018.05

极光app偏好指数：极光基于app大数据挖掘建立的评价指标，用于评估该群体（各网约车app用户）相对平均水平（全网用户）而言，对于某款app的偏好度

CHAPTER 04

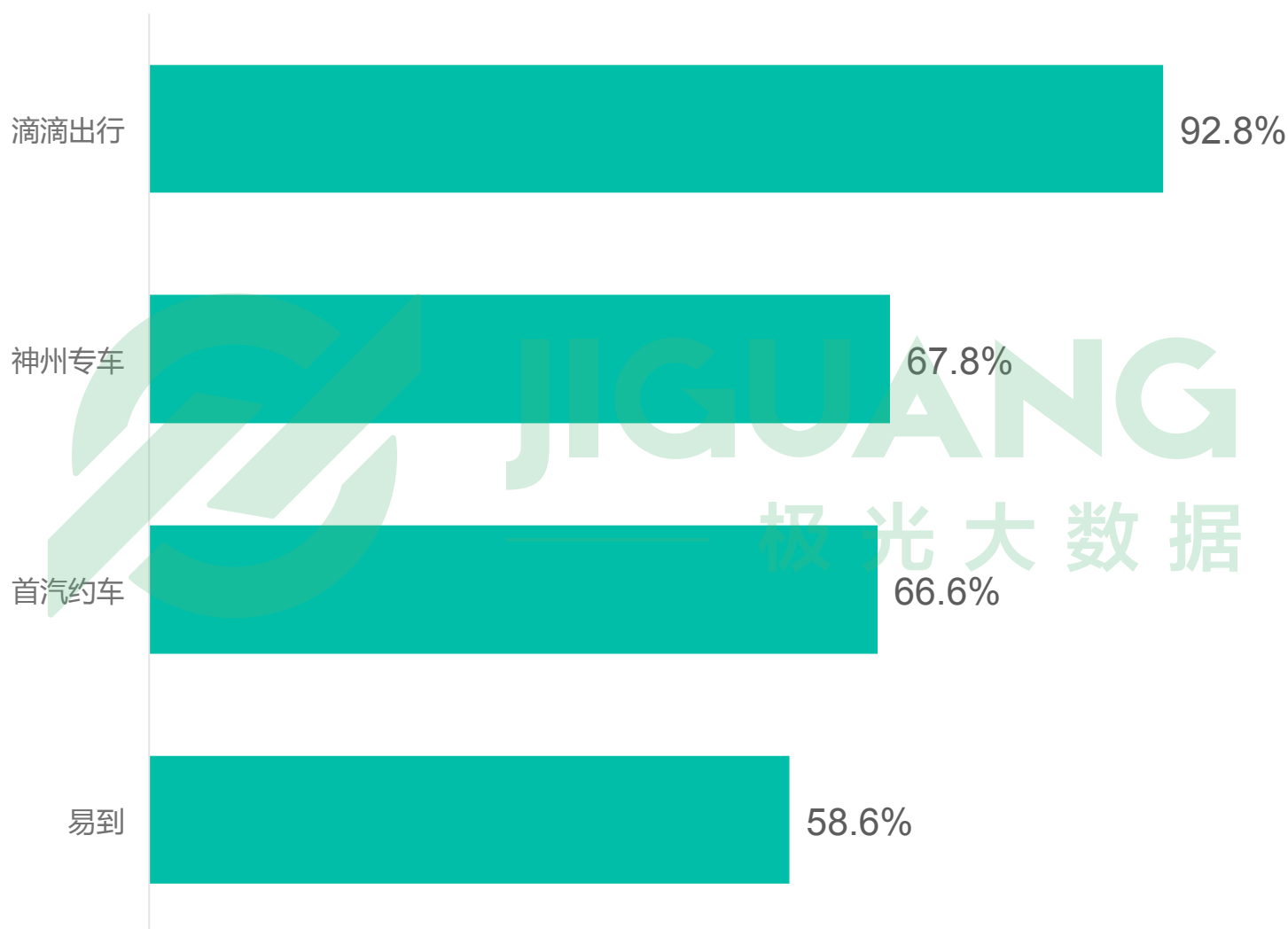
# 用户态度

# 用户态度

## 滴滴出行在网约车用户中知名度最高

- 极光调研发现，滴滴出行在网约车用户中知名度最高，超过九成的网约车用户知道此平台，神州专车知名度仅低于滴滴出行

主流网约车平台知名度



数据来源：极光调研，调研周期：2018.05

Q：请问您知道以下哪些网约车平台？（MA；图表中未包含“其他平台”选项结果）

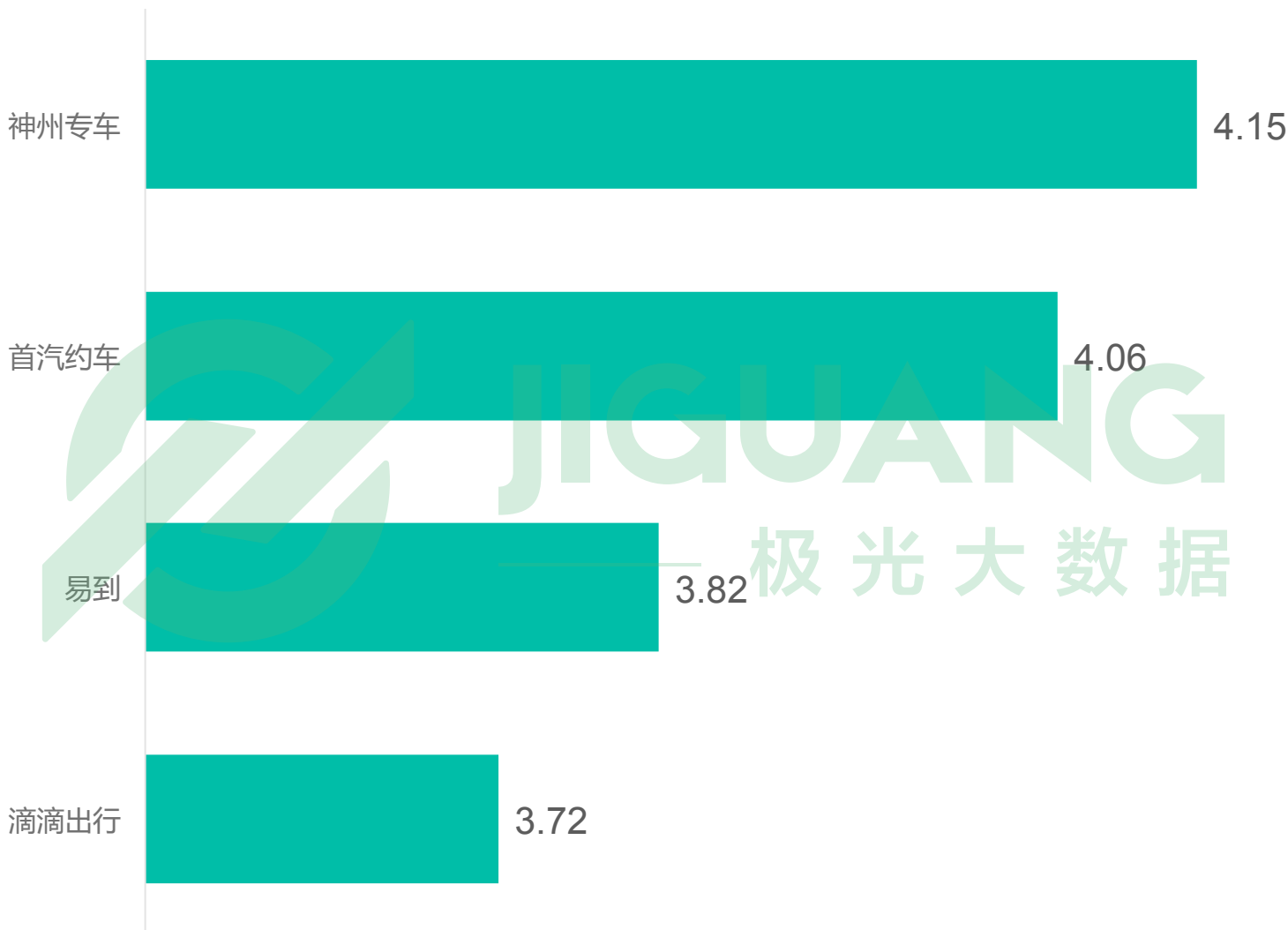


# 用户态度

## 神州专车用户满意度最高

- 在专车用户满意度方面，用户对神州专车满意度最高，首汽约车位居第二，而滴滴出行用户满意度垫底

各专车平台用户整体满意度



数据来源：极光调研，调研周期：2018.05

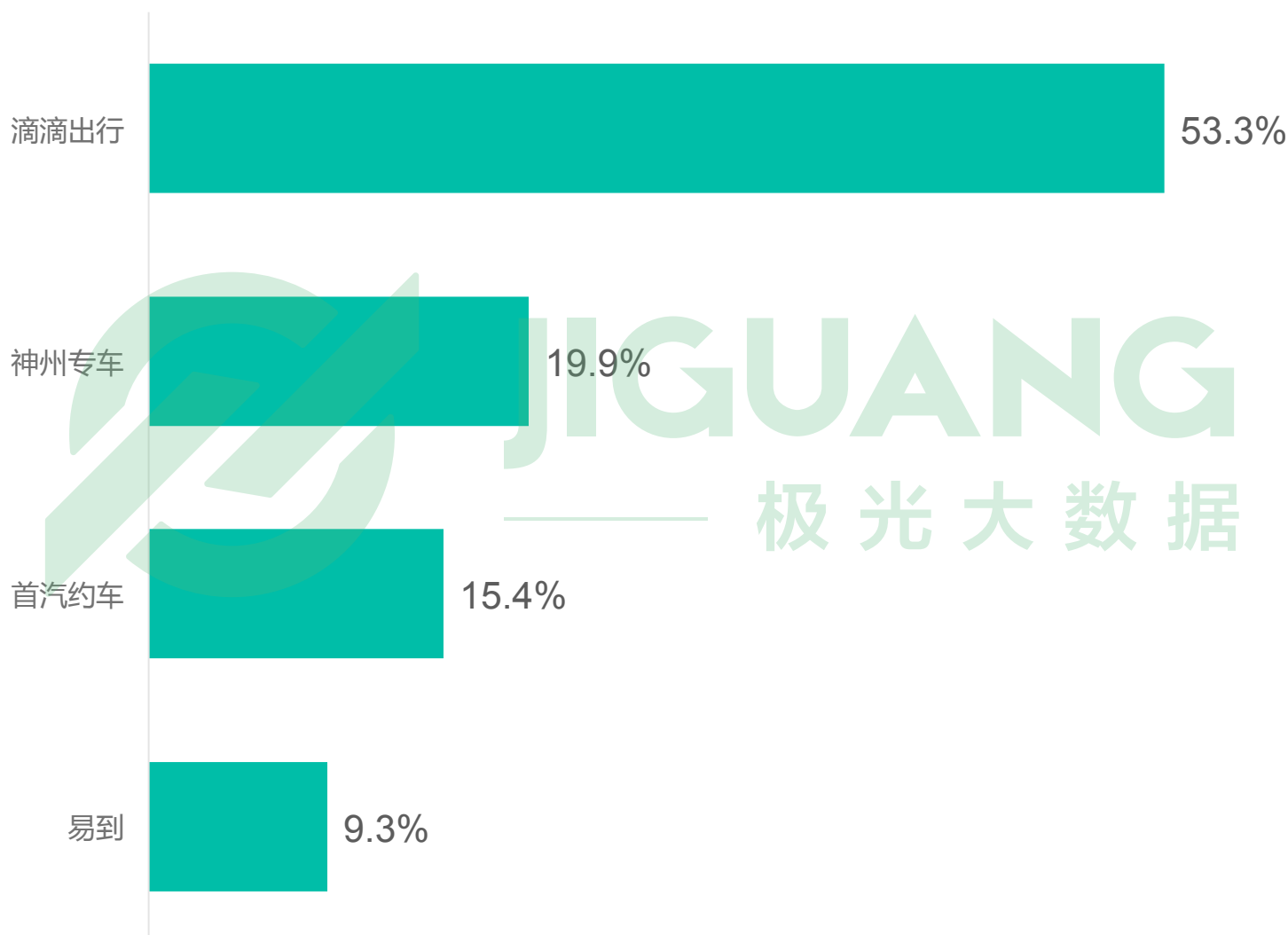
Q：对于您用过的这些专车平台，总的来说，您的满意程度是怎样的呢？（量表题，最低1分，最高为5分；图表中未包含“其他平台”选项结果）

# 用户态度

## 半数未使用用户愿尝试滴滴出行

- 有半数未使用过滴滴出行的专车用户表示，接下来会考虑使用此平台服务，这或与滴滴出行高知名度有关

### 专车用户接下来考虑使用的专车平台



数据来源：极光调研，调研周期：2018.05

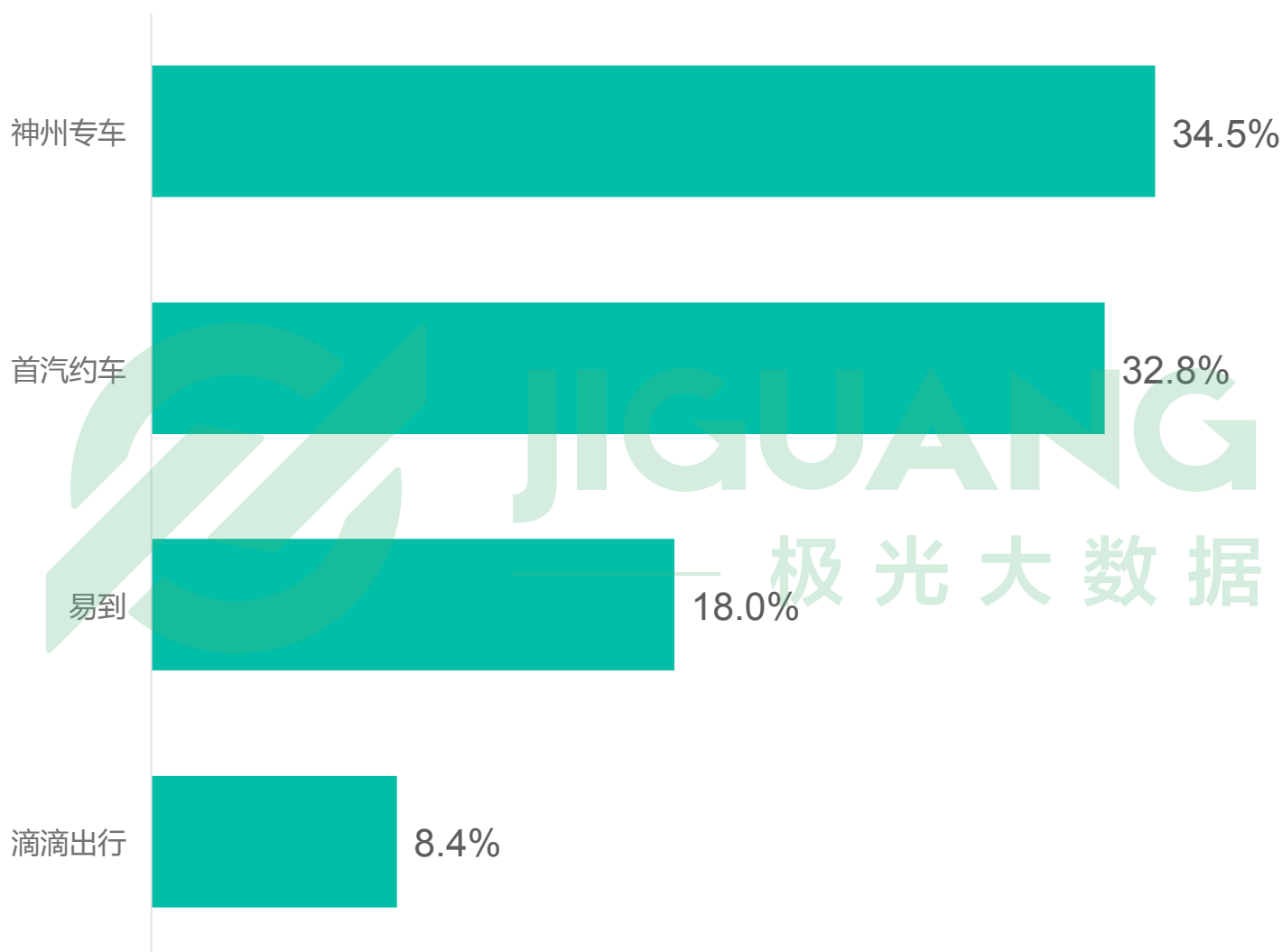
Q：请问，您接下来会考虑使用下列哪些平台来呼叫专车呢？（MA；图表中未包含“其他平台”选项结果）

# 用户态度

## 神州专车用户最愿意向亲友同事推荐此平台

- 调查发现，神州专车用户对此平台的净推荐值为34.5%，相比其他平台专车用户，此平台专车用户向亲友同事推荐此平台的意愿最强

各专车平台用户净推荐值



数据来源：极光调研，调研周期：2018.05

Q：请问，您有多大意愿向您的亲戚朋友同事推荐使用以下专车平台呢？（量表题，最低1分，最高为10分；图表中未包含“其他平台”选项结果）

# 用户态度

## 在用车安全方面，神州专车用户满意度最高

- 极光调研发现，在受用户关注的用车安全方面，神州专车用户满意度最高

各专车平台用户细分项满意度

				
用车安全	3.75	4.38	4.32	4.05
乘坐舒适度	3.77	4.29	4.36	4.02
司机态度和服务	3.83	4.38	4.28	4.01
司机驾驶技术	3.87	4.26	4.33	4.02
等待司机到达时间	3.74	4.09	4.01	3.77
后台客服	3.53	4.08	3.99	3.69
APP容易使用	4.00	4.08	4.12	4.02
打车成功率	3.82	4.02	3.95	3.53
价格	3.50	3.25	3.58	3.80

数据来源：极光调研，调研周期：2018.05





Q：根据您使用和乘坐的体验和印象，对此平台专车服务在下列各方面的满意程度如何？（量表题，最低1分，最高为5分；图表中未显示“其他”选项结果）

# 用户态度

## 专车用户更喜欢接送机、预约用车和为他人叫车

- 神州专车、首汽约车和滴滴出行的专车用户都对接送机/车站、预约用车和为别人叫车这三项人性化服务最为满意；易到用户对“收藏司机、优先选派”评分最高

各专车平台用户对人性化服务满意度

				
接送机/车站	33.5%	57.8%	45.8%	33.6%
预约用车	43.8%	56.9%	51.2%	43.8%
为别人叫车	40.6%	47.4%	38.4%	35.9%
免费充电线	16.1%	28.4%	32.5%	18.8%
收藏司机，优先选派	/	25.9%	/	38.3%
包车	8.7%	21.6%	16.7%	13.3%
免费WiFi	8.7%	19.0%	33.5%	7.8%
企业付款	11.6%	18.1%	11.3%	9.4%

数据来源：极光调研，调研周期：2018.05

Q：专车平台推出一些人性化服务，请问，您觉得以下专车平台在哪些人性化服务上做得比较好呢？  
(MA；图表中未显示“其他”选项结果)

# CHAPTER 05

## 用户使用习惯

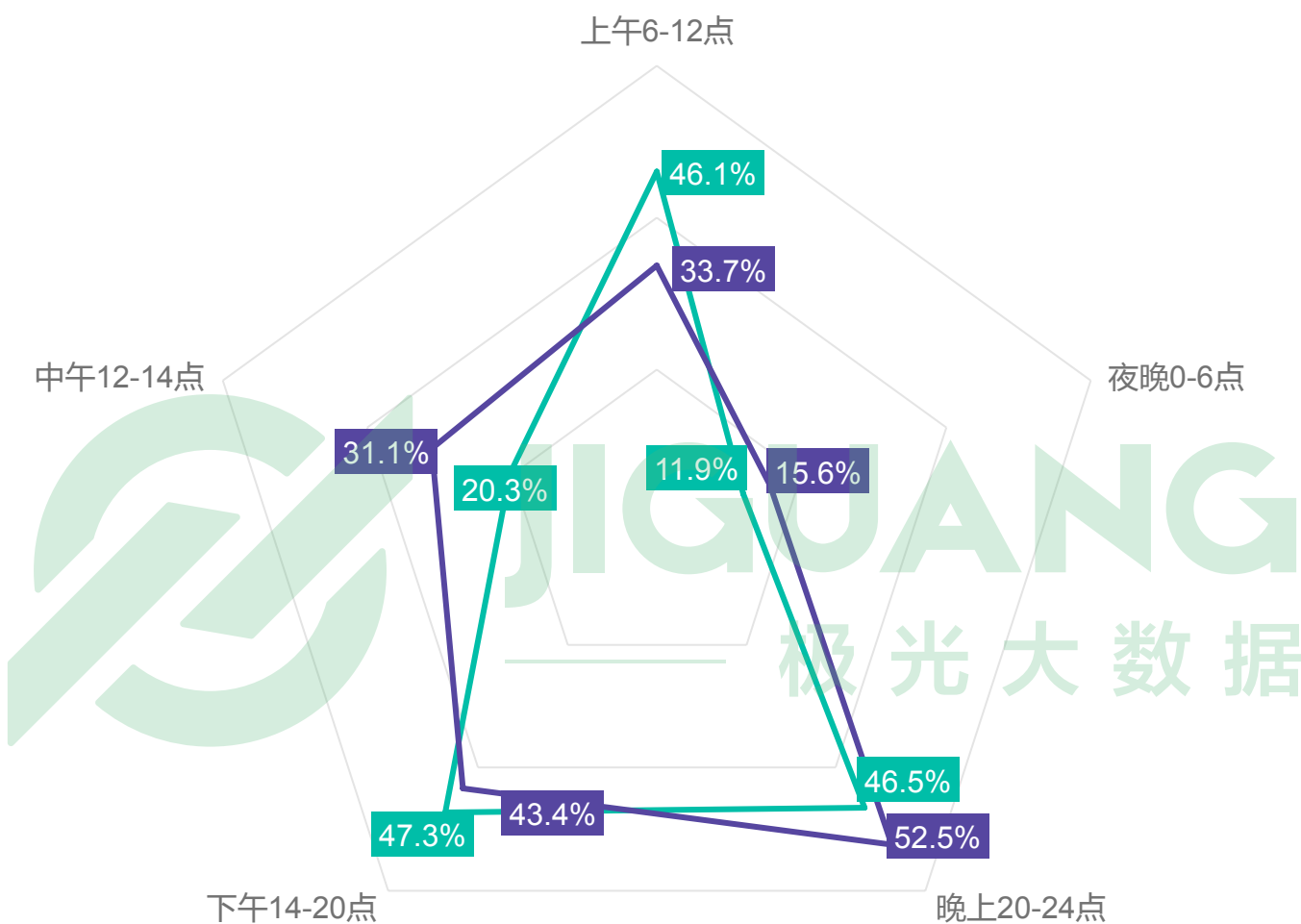
# 用户使用习惯

## 周末和节日夜间，专车用户最活跃

- 极光调研发现，工作日专车用户活跃时间并不局限于通勤时间段，早晚与夜间用车情况相对均衡
- 周末及节假日，超过半数专车用户会在晚间20-24点出行，约三成专车用户会在中午12-14点出行

### 专车用户打车时间段分布

— 工作日 — 周末/节假日



数据来源：极光调研，调研周期：2018.05





Q：请问，您通常工作日/周末/节假日会在哪些时间段打专车呢？（SA；图表中未显示“其他”选项结果）

# 用户使用习惯

## 购物娱乐，滴滴出行、易到最常用

- 在个人和家庭出行场景下，滴滴出行和易到用户是外出购物/娱乐/餐饮的首选，神州专车和首汽约车最常使用于接送亲友
- 恶劣天气/紧急情况上下班也是用户使用专车的重要场景之一

各专车平台用户个人和家庭出行场景

				
接送亲友	42.2%	75.0%	61.1%	45.3%
正式宴请/约会	37.5%	52.6%	47.3%	35.9%
恶劣天气/紧急情况下班	44.9%	46.6%	43.3%	42.2%
恶劣天气/紧急情况上班	45.6%	44.0%	40.4%	45.3%
外出购物/娱乐/餐饮	51.7%	42.2%	42.4%	56.3%
平日下班	20.3%	11.2%	19.2%	25.0%
平日上班	21.4%	10.3%	23.2%	28.1%

数据来源：极光调研，调研周期：2018.05

Q：以下是一些关于个人和家庭出行的情景，请问，您会在哪些情景下使用专车呢，在该情境下通常会使用哪些平台的专车呢？（MA；图表中未显示“其他”选项结果）







# 用户使用习惯

## 公务出行，神州专车选用比例最高

- 接送客人和本地公务/商务出行是各平台用户使用专车的重要商务情景
- 超半数神州专车用户会在外地公务/商务出差情况下使用此平台专车

各专车平台用户公务和商务出行场景

				
接送客人	45.1%	69.8%	55.7%	43.8%
本地公务/商务出行	47.8%	62.2%	51.5%	46.1%
外地公务/商务出差	39.8%	60.9%	40.4%	40.6%
会议用车	18.7%	45.7%	25.6%	24.2%
紧急情况出行	45.1%	40.5%	36.9%	45.3%
企业日常用车	14.5%	26.7%	21.7%	24.2%

数据来源：极光调研，调研周期：2018.05

Q：以下是一些关于公务/商务出行的情景，请问，您会在哪些情景下使用专车呢，在该情境下通常会使用哪些平台的专车呢？（MA；图表中未显示“其他”选项结果）

# 报告说明

## 1. 数据来源

极光大数据，源于极光云服务平台的行业数据采集及极光iAPP平台针对各类移动应用的长期监测，并结合大样本算法开展的数据挖掘和统计分析；调研数据，通过极光调研平台进行网络调研，共回收有效问卷512份，执行周期为2018年5月

## 2. 数据周期

报告整体时间段：2017.05-2018.05；具体数据指标请参考各页标注

## 3. 数据指标说明

该报告仅选取滴滴出行、神州专车、易到和首汽约车四款专车app

## 4. 法律声明

极光大数据所提供的数据信息系依据大样本数据抽样采集、小样本调研、数据模型预测及其他研究方法估算、分析得出，由于方法本身存在局限性，极光大数据依据上述方法所估算、分析得出的数据信息仅供参考，极光大数据不对上述数据信息的精确性、完整性、适用性和非侵权性做任何保证。任何机构或个人援引或基于上述数据信息所采取的任何行动所造成的法律后果均与极光大数据无关，由此引发的相关争议或法律责任皆由行为人承担

## 5. 报告其他说明

极光数据研究院后续将利用自身的大数据能力，对各领域进行更详尽的分析解读和商业洞察，敬请期待

# 关于极光

极光 ( [www.jiguang.cn](http://www.jiguang.cn) ) 是中国领先的移动大数据服务商。其团队核心成员来自腾讯、摩根士丹利、豆瓣、Teradata和中国移动等公司。公司自2011年成立以来专注于为app开发者提供稳定高效的消息推送、统计分析、即时通讯、短信和社会化分享组件等开发者服务。至今我们已经服务了超过78.4万款移动应用，30万开发者，累计覆盖超过130亿个移动终端，月独立活跃设备超过9.25亿，日发送消息60亿，产品覆盖了中国国内90%以上的移动终端。基于积累的海量数据，我们拓展了在大数据领域的产品，包括极光效果通和极光数据服务。极光致力于为各行各业节约开发成本，提高运营效率，优化业务决策。

## 极光产品线

极光开发者服务：高效稳定 SDK、节约开发资源、增强用户体验、提升业务效率

极光效果通：精准锁定目标用户，量身定制广告投放策略，提高运营效率

极光数据服务：解析目标客户，洞悉行业趋势，跟踪企业运营情况，帮助企业决策者提升决策效率

# 业务咨询请联系



数据改变世界



极光大数据

华北地区数据咨询

胡畅达：15101510721

华东、华南地区数据咨询

Oliver：18320141359

全国商务咨询

[sales@jiguang.cn](mailto:sales@jiguang.cn)

媒体数据引用：

[marketing@jiguang.cn](mailto:marketing@jiguang.cn)