

共享出行的黄金时代

中国出行服务市场数字化升级年度分析2018

本产品保密并受到版权法保护

Confidential and Protected by Copyright Laws

Analysys 易观
你要的数据分析



分析定义与分析方法



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，互联网出行包含网约车，顺风车，出租车，共享单车，分时租赁、代驾等。



分析范畴

- 本分析所涉及的主要厂商：滴滴出行、首汽约车、神州专车、嘀嗒出行、美团打车、ofo共享单车、摩拜单车、Gofun出行、EVCARD等。
- 本分析所包含的国家和地区：中国大陆，不包括港澳台地区。







数据说明

- 易观千帆“A3” 算法升级说明：易观千帆“A3”算法引入了机器学习的方法，使易观千帆的数据更加准确地还原用户的真实行为、更加客观地评价产品的价值。整个算法的升级涉及到数据采集、清洗、计算的全过程：1、采集端：升级SDK以适应安卓7.0以上操作系统的开放API；通过机器学习算法，升级“非用户主观行为”的过滤算法，在更准确识别的同时，避免“误杀”。2、数据处理端：通过机器学习算法，实现用户碎片行为的补全算法、升级设备唯一性识别算法、增加异常设备行为过滤算法等。3、算法模型：引入外部数据源结合易观自有数据形成混合数据源，训练Ai算法机器人，部分指标的算法也进行了调整。

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
- 03  | 中国互联网出行市场典型厂商
- 04  | 中国互联网出行市场发展趋势

PART 1



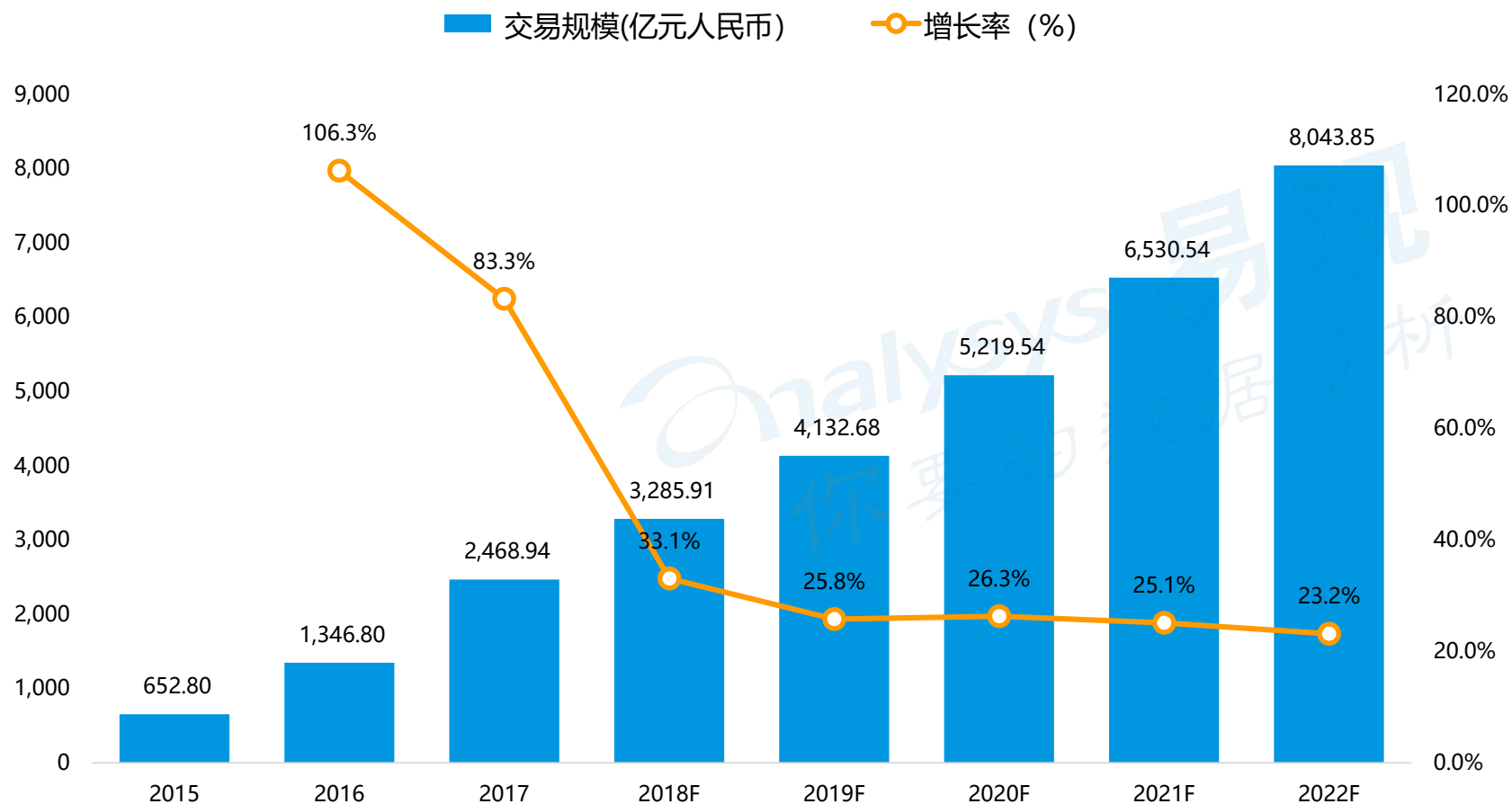
中国互联网出行市场发展概况

© Analysys 易观

www.analysys.cn

中国互联网出行市场总体交易规模增速保持在20%以上

2015-2022年中国互联网出行市场交易规模及预测



数据说明：数据来源于行业公开数据、各家企业访谈，结合易观监测数据，并根据Analysys易观自有模型推算得出。

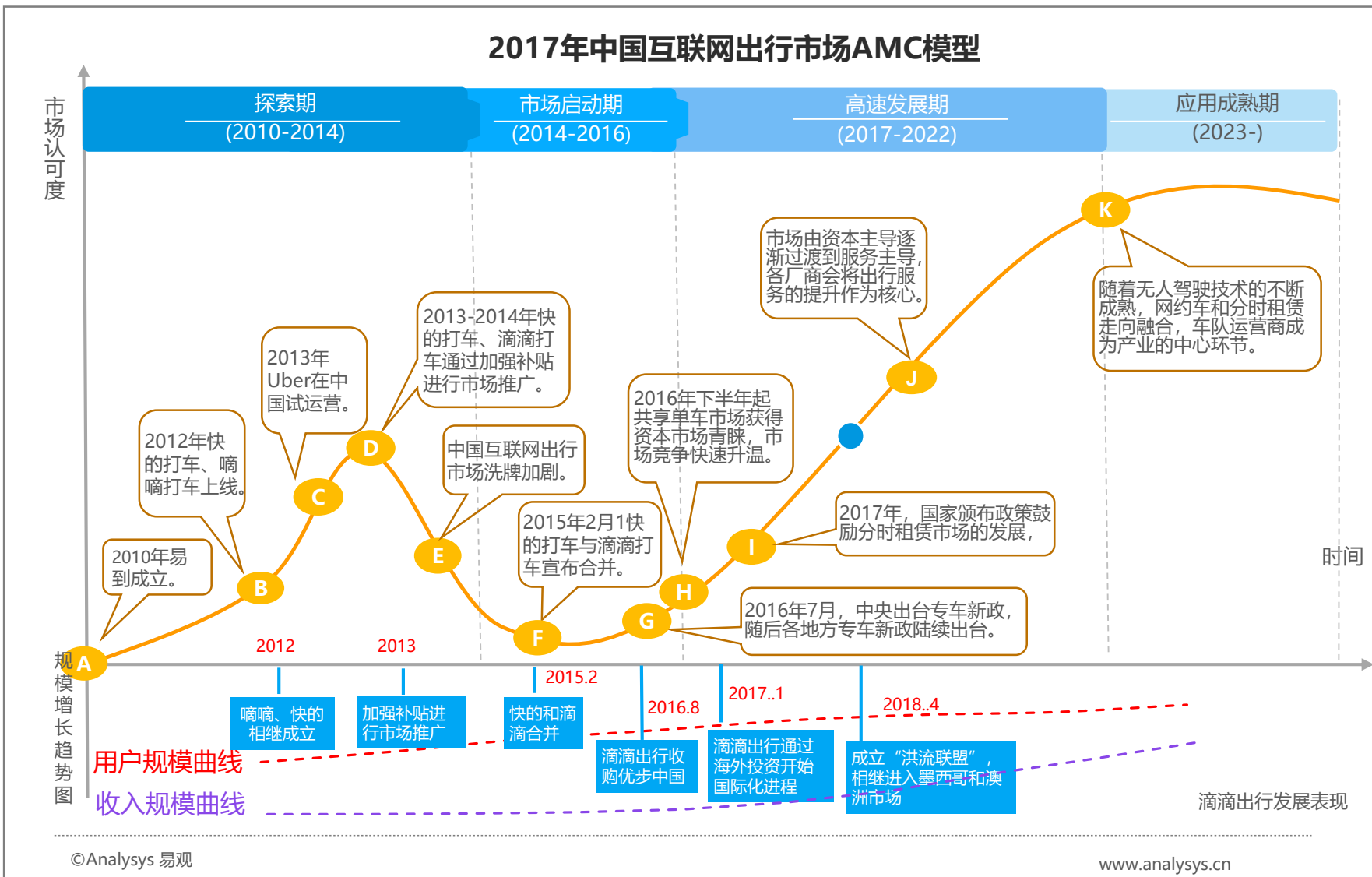
©Analysys易观

www.analysys.cn

- 中国互联网出行市场包括网约车（快车、专车）、出租车（APP端）、顺风车、租车（APP端租车、分时租赁）以及共享单车市场。
- 中国互联网出行市场保持高速发展，预计整体市场增速在未来五年内保持在25%以上。其中网约车业务因为占比最高同时发展迅速，成为了市场增长的最重要动力。出租车市场和传统租车市场的APP端渗透率不断提升，传统出行市场不断实现互联网化。顺风车和分时租赁业务占比较小但是增长迅速，分时租赁市场即将进入市场启动阶段。共享单车在2017年经历了爆发式增长和市场洗牌后，在2018年增速放缓并进入较为稳定的发展阶段。

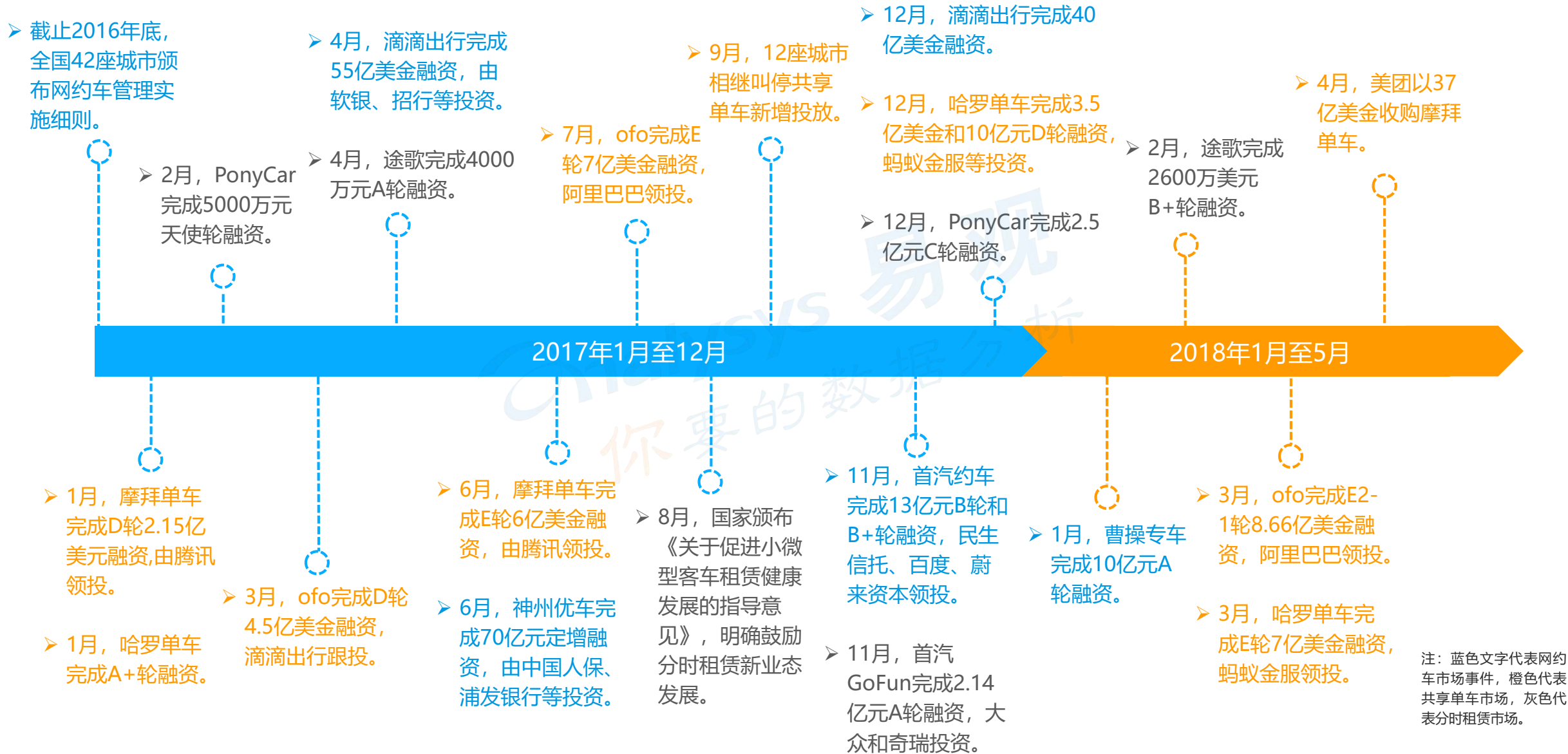
行业政策不断完善，市场由资本补贴战过渡到服务体验的竞争

2017年中国互联网出行市场AMC模型



- 2017年，互联网出行市场整体保持高速发展态势。网约车市场相关政策落地，共享单车市场出现爆发式增长，汽车分时租赁市场受到国家政策支持。
- Analysys易观分析认为，网约车市场和共享单车市场在经过激烈洗牌过后，会将服务质量的提升作为竞争的核心，同时针对不同人群提供多样化服务，打造出行生态平台。分时租赁市场则即将进入整合期并迎来高速发展。
- 对于互联网出行平台而言，无人驾驶汽车将成为行业颠覆的关键因素，未来各家都将试图转型成为无人驾驶车队的运营商。

资本高度看好互联网出行市场潜力，政府不断加强市场监管



互联网出行生态覆盖范围广泛，行业龙头向全产业链布局

> 设备与技术供应商



> 互联网出行运营平台



> 服务提供商



PART 2



中国互联网出行市场细分领域

© Analysys 易观

www.analysys.cn

PART 2-1



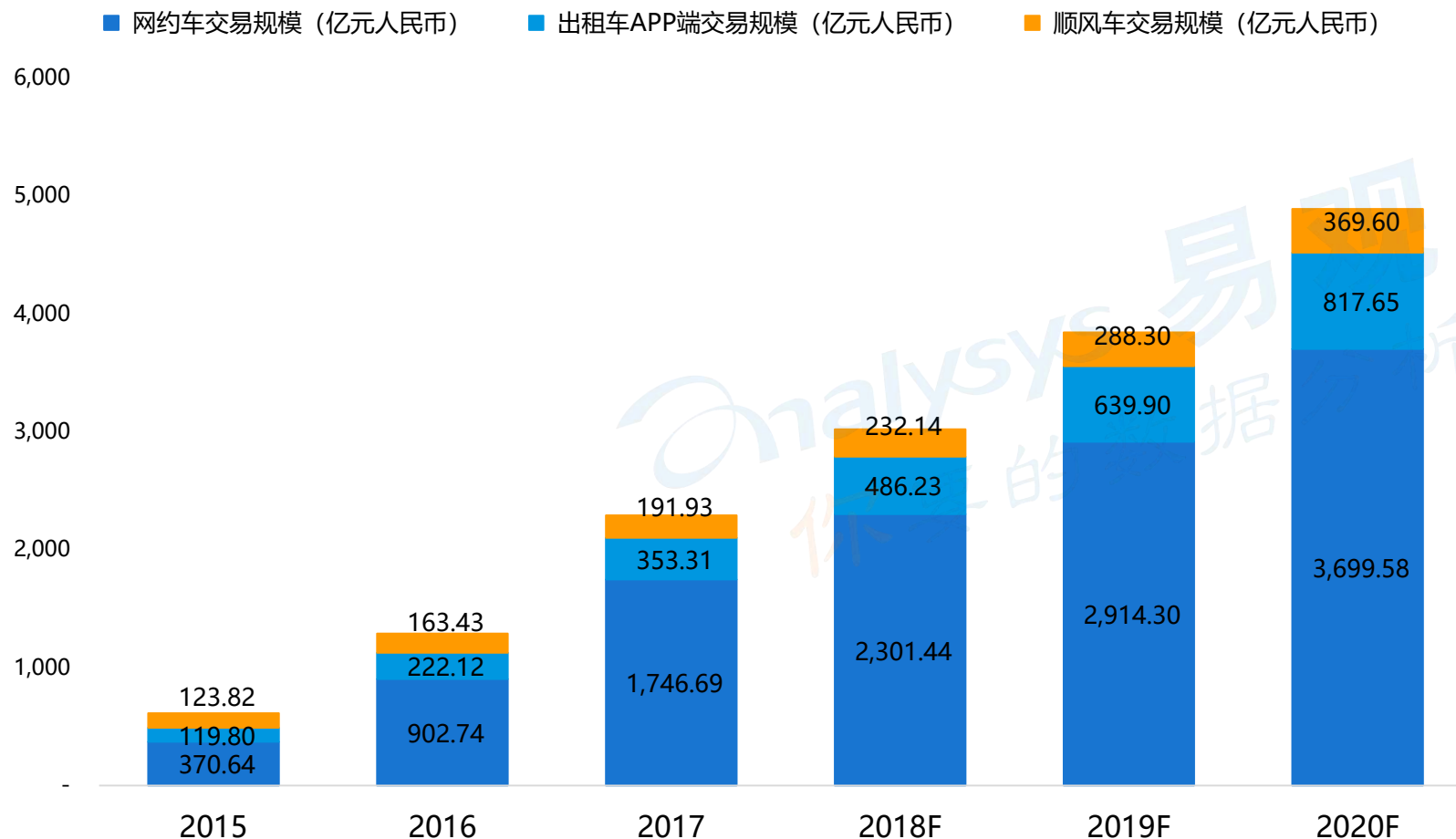
中国城市用车市场

© Analysys 易观

www.analysys.cn

城市用车市场规模巨大，三大细分市场共同增长

2015-2020年中国城市用车各细分市场规模及预测



数据说明：数据来源于行业公开数据、各家企业访谈，结合易观监测数据，并根据Analysys易观自有模型推算得出，

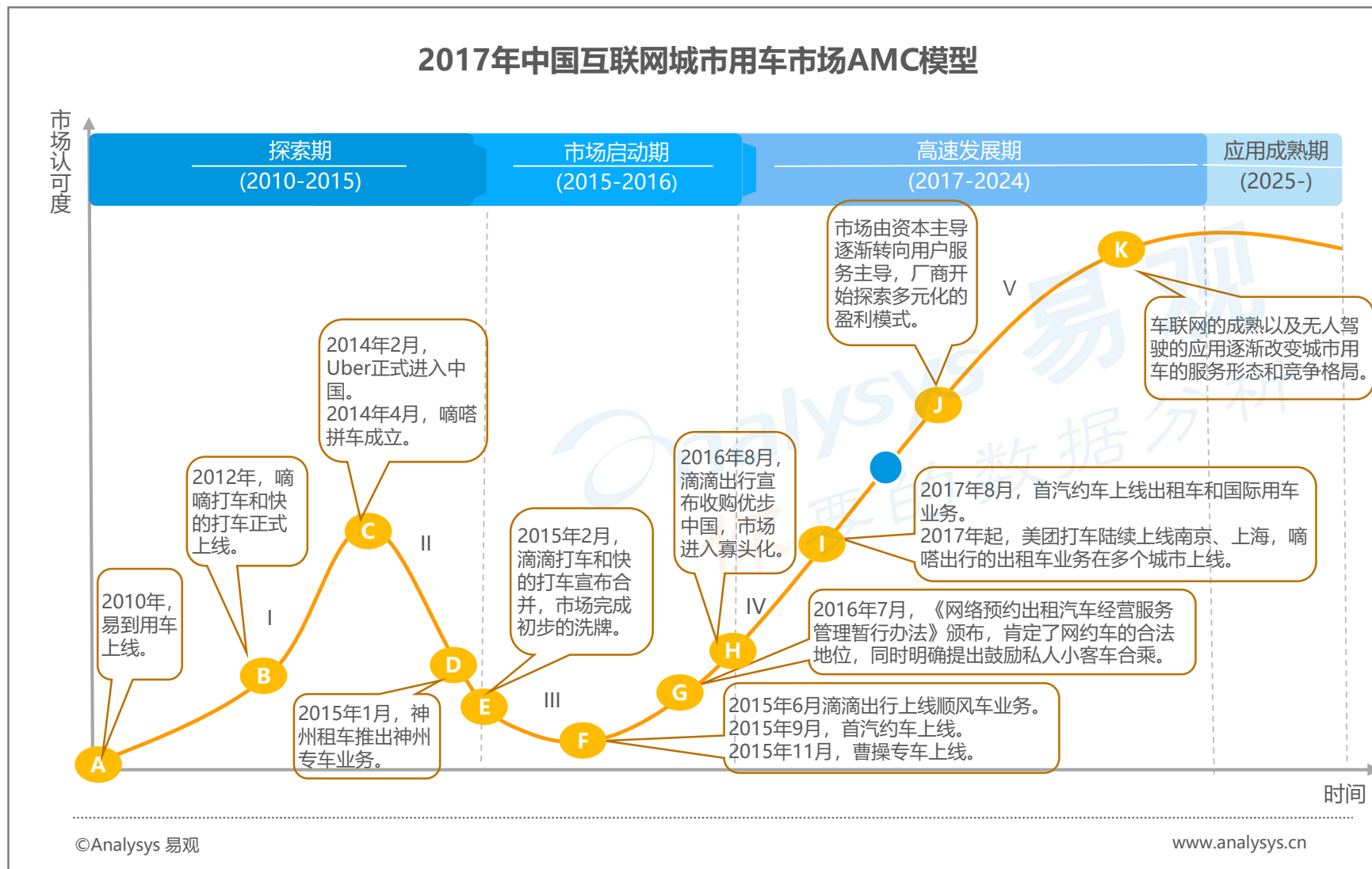
©Analysys易观

www.analysys.cn

- 城市用车市场服务结合线上与线下，能够帮助用户**在线即时呼叫或预约**点到点的汽车出行服务，城市用车服务可以细分为**网约车（快车、专车等）、出租车（APP端）以及顺风车**三大类型。根据Analysys易观的测算，2017年城市用车市场总体交易规模达到2292亿元，其中网约车市场交易规模占比达到76%。预计到2020年城市用车市场交易规模将达到4887亿元，2015-2020年整体市场规模的复合增长率为51%。
- 网约车市场是占比最高且增长迅速的细分市场，预计未来更多用户将选择专车出行。出租车市场的使用APP预订的人群不断提升，预计2018年出租车市场APP端渗透率将达到35%以上。顺风车业务符合共享出行的理念，在政策推动下同样保持稳定发展。



城市用车市场处于高速发展期，市场竞争依旧激烈

2017年中国互联网城市用车市场AMC模型



- 2017年，随着各主要城市网约车新政条例的颁布与实施，整体城市用车行业走向了相对规范化的高速发展阶段。
- 滴滴出行在收购了优步中国之后，在城市用车市场获得了绝对性的市场领先地位。2017年起，美团打车相继在南京、上海上线，嘀嗒和首汽约车在多个城市上线出租车业务，高德地图上线顺风车业务，对滴滴出行的寡头地位进行着挑战。
- 在经历了多轮补贴与价格战之后，整体城市用车市场逐渐进入一个以服务质量为核心的竞争中。同时主流厂商开始探索汽车金融、车后服务等多元化的盈利模式。

城市用车市场模式众多，滴滴全面布局，其他厂商各有侧重

	快车	专车		出租车		顺风车
运营性质	网约出租汽车	网约出租汽车		巡游出租汽车		私人小客车合乘
模式	C2C	B2C	C2C	买断	承包	C2C
车型	经济型	舒适性、商务型、行政级、豪华型		经济型		各类型
收费标准	里程费+时长费	起步费+里程费+时长费（分车型档次）		起步费+里程费（打表计费）		起步费+里程费（不分车型）
服务平台	 	   	   	   	  	
平台收入	平台抽成	运营收入	平台抽成	无抽成		平台抽成或服务费
司机收入	运营收入	工资	运营收入	运营收入		运营收入

国内网约车市场实力矩阵，滴滴出行处于绝对领先地位



实力矩阵是从厂商现有资源和厂商创新能力两个维度综合反映市场上主要厂商的市场表现和竞争地位的研究模型。

横轴——创新能力包括产品服务创新、技术研发投入、品牌成长能力以及运营能力等创新能力；

纵轴——现有资源包括用户规模、司机车辆资源、资本实力以及牌照资源和覆盖城市等指标。

领先者象限：滴滴出行、首汽约车

创新者象限：曹操专车、嘀嗒出行、斑马快跑

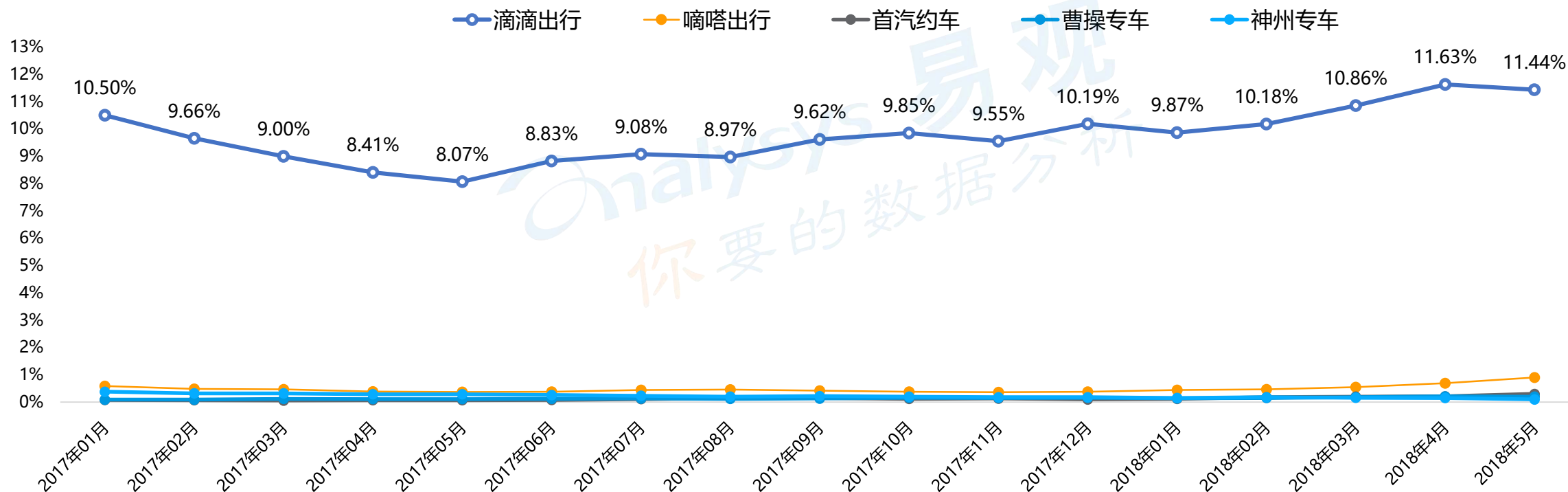
务实者象限：神州专车、易到用车、美团打车

补缺者象限：神马专车、克穷专车

城市用车潜在市场巨大，滴滴出行用户规模处于绝对领先

- 根据Analysys易观千帆数据显示，中国城市用车市场上滴滴出行在用户规模上处于绝对的领先地位，其市场领跑者地位稳固。而其他主要厂商则差距较小，同时竞争也十分激烈。从活跃用户的全网渗透率来看，在全网10亿移动网民中，滴滴出行APP的渗透率超过10%，而其他家都不满1%。随着城市用车市场不断向低线城市下沉，用户渗透率还有很大提升空间，城市用车的潜在市场依然非常巨大。

2017年1月-2018年5月中国主要城市用车APP活跃用户全网渗透率

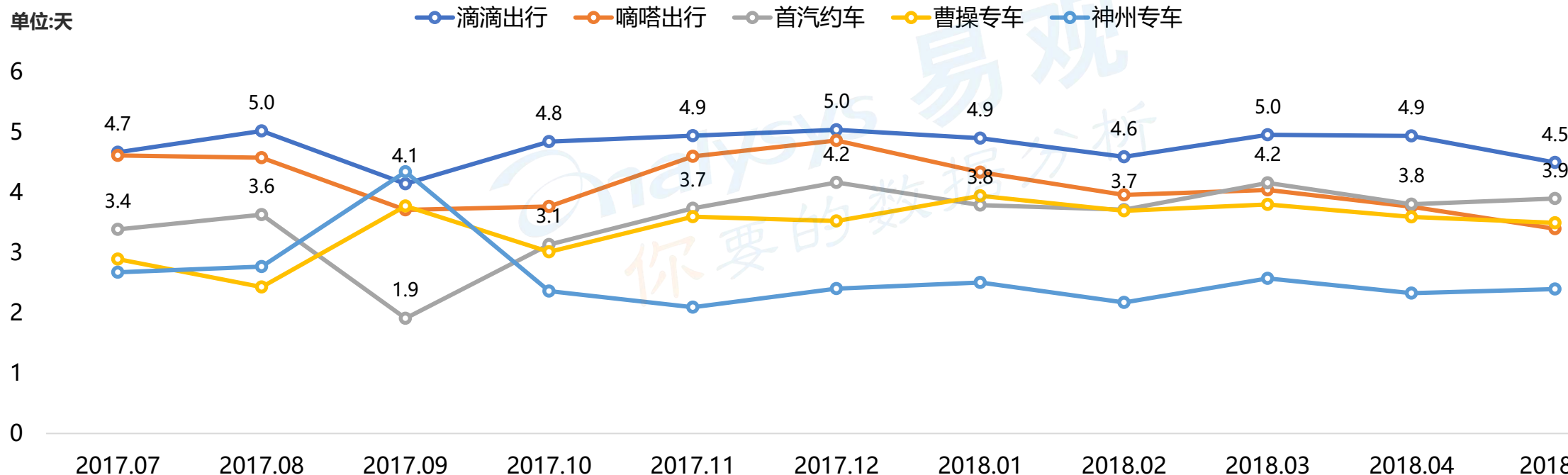


数据说明：易观千帆只对独立APP中的用户数据进行监测统计，不包括APP之外的调用等行为产生的用户数据。截止2018年第2季度易观千帆基于对23.2亿累计装机覆盖及5.9亿活跃用户的行为监测结果采用自主研发的enfoTech技术，帮助您有效了解数字消费者在智能手机上的行为轨迹。

滴滴出行用户使用频次最高，首汽约车用户粘性提升迅速

- 根据Analysys易观千帆数据显示，主要城市用车APP的人均月度使用天数在5天以内，相比于用户每天出行的需求来说，用户的打车频次还有很高的提升空间。滴滴出行的人均月度使用天数保持在5天左右并始终处于行业领先，表明其多样化的出行服务有效的提升了用户粘性。首汽约车的人均月度使用天数增长明显，说明其用户粘性在不断加强。

2017年7月-2018年5月中国主要城市用车APP用户人均月度使用天数

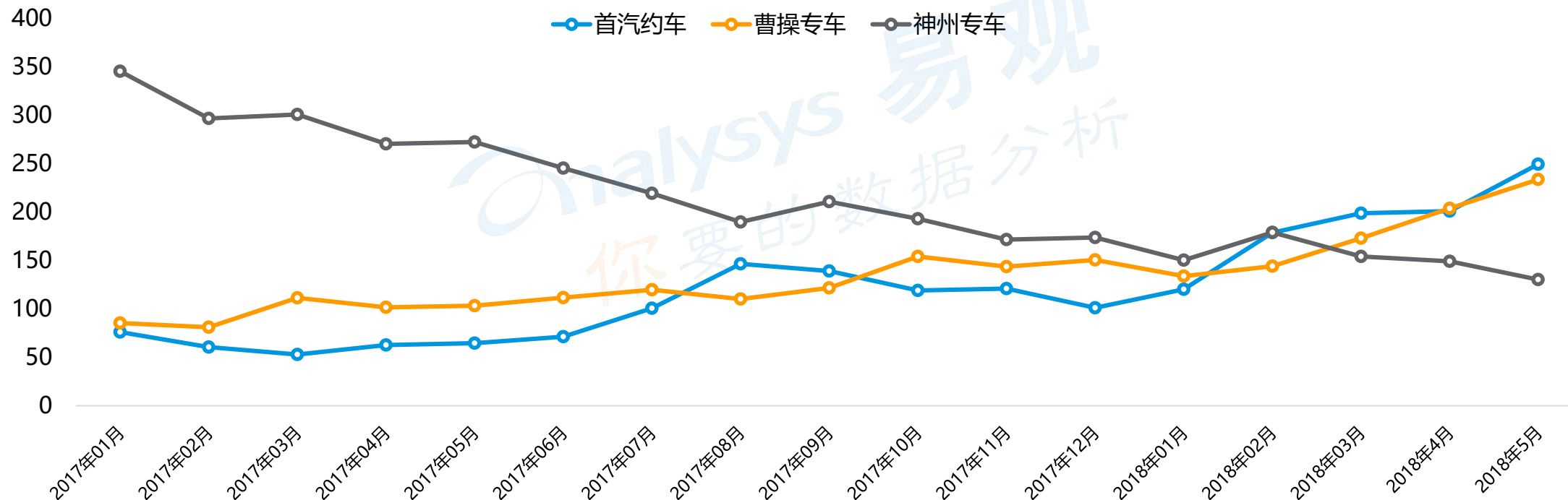


数据说明：易观千帆只对独立APP中的用户数据进行监测统计，不包括APP之外的调用等行为产生的用户数据。截止2018年第2季度易观千帆基于对23.2亿累计装机覆盖及5.9亿活跃用户的行为监测结果采用自主研发的enfoTech技术，帮助您有效了解数字消费者在智能手机上的行为轨迹。

专车市场竞争激烈，首汽约车的用户规模增长迅速

- 根据Analysys易观千帆数据显示，在城市用车的细分专车市场中，滴滴专车、首汽约车、曹操专车和神州专车处于激烈的竞争中，市场排名不断在发生变化。对比三家独立专车的APP，首汽约车和曹操专车在城市拓展和服务创新的基础上，从2017年开始保持着较为强劲的用户增长趋势。2018年5月，首汽约车的用户规模成为仅次于滴滴专车的行业第二。而神州专车从2017年至今出现了较为明显的用户规模下滑的趋势。

2017年1月-2018年5月中国主要独立专车APP活跃用户规模

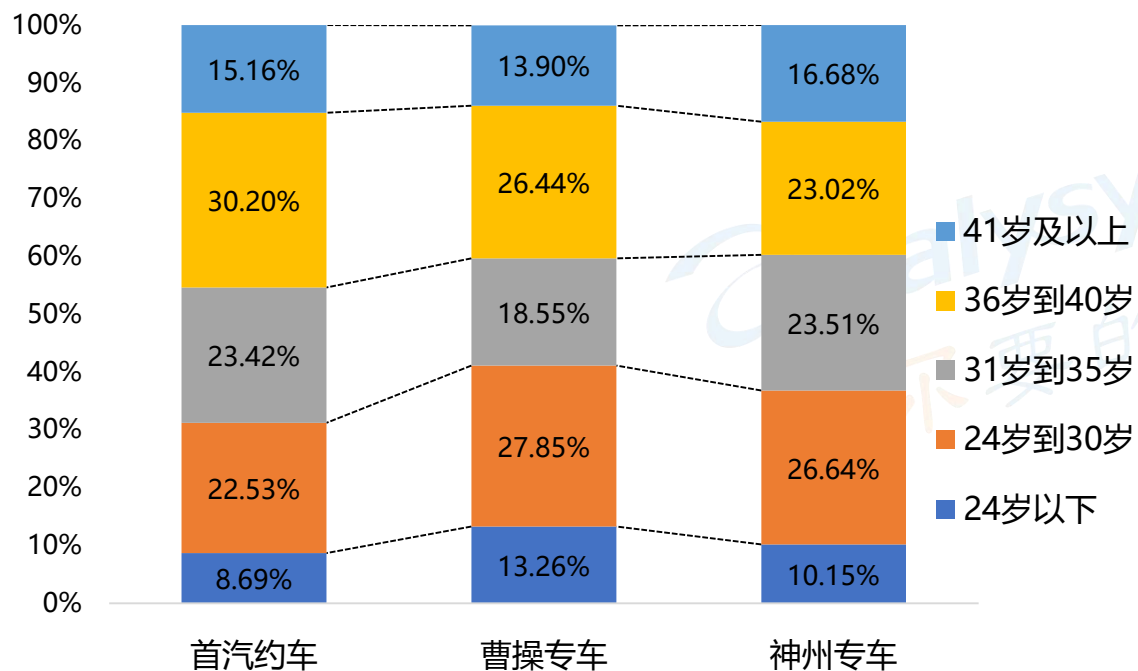


数据说明：易观千帆只对独立APP中的用户数据进行监测统计，不包括APP之外的调用等行为产生的用户数据。截止2018年第2季度易观千帆基于对23.2亿累计装机覆盖及5.9亿活跃用户的行为监测结果采用自主研发的enfoTech技术，帮助您有效了解数字消费者在智能手机上的行为轨迹。

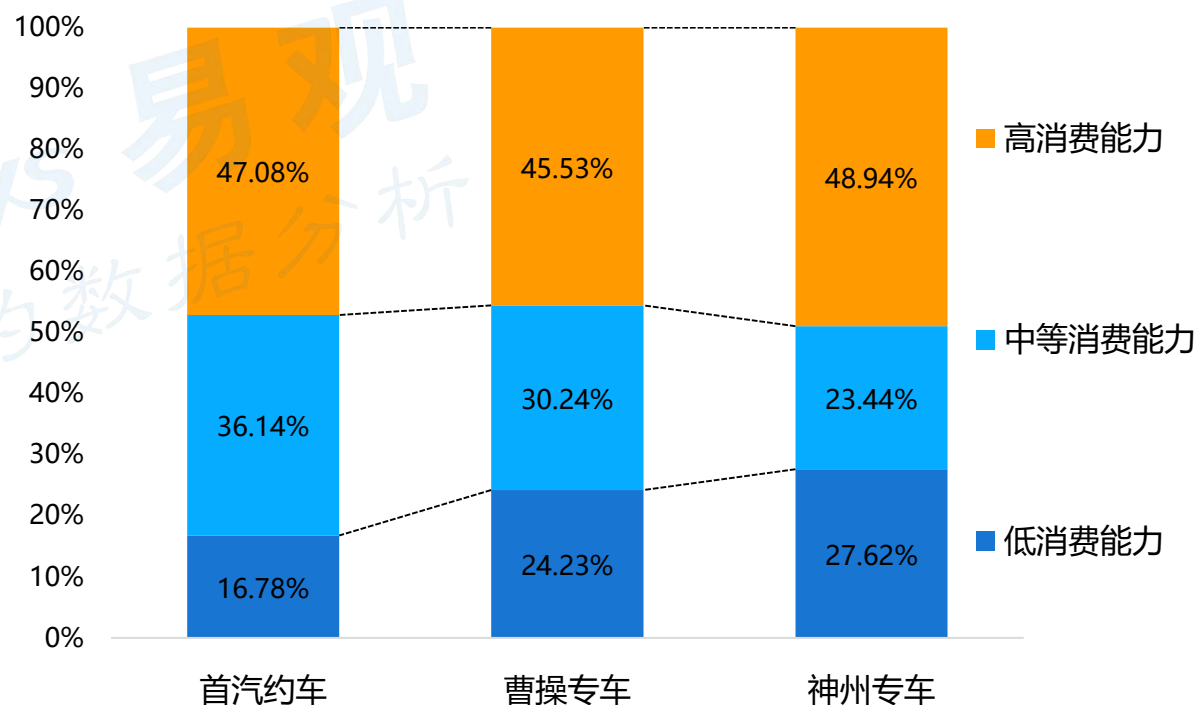
专车用户偏向高端商务，年龄偏大且消费能力较强

- 根据Analysys易观千帆数据显示，主要专车APP用户的年龄分布中，30岁以上人群均在60%以上，其中首汽约车和神州专车由于定位偏向高端商务，因此用户年龄相对更大。曹操专车由于先使用新能源车且单价较低，因此年轻用户占比相对较高。同时对比三家用户的消费能力画像，专车用户整体消费能力较强，高消费人群接近50%。其中首汽约车的中等和高消费用户占比最高，与平台的高端化和品质化的定位相吻合。

2018年6月中国主要独立专车APP用户年龄分布



2018年6月中国主要独立专车APP用户消费能力分布

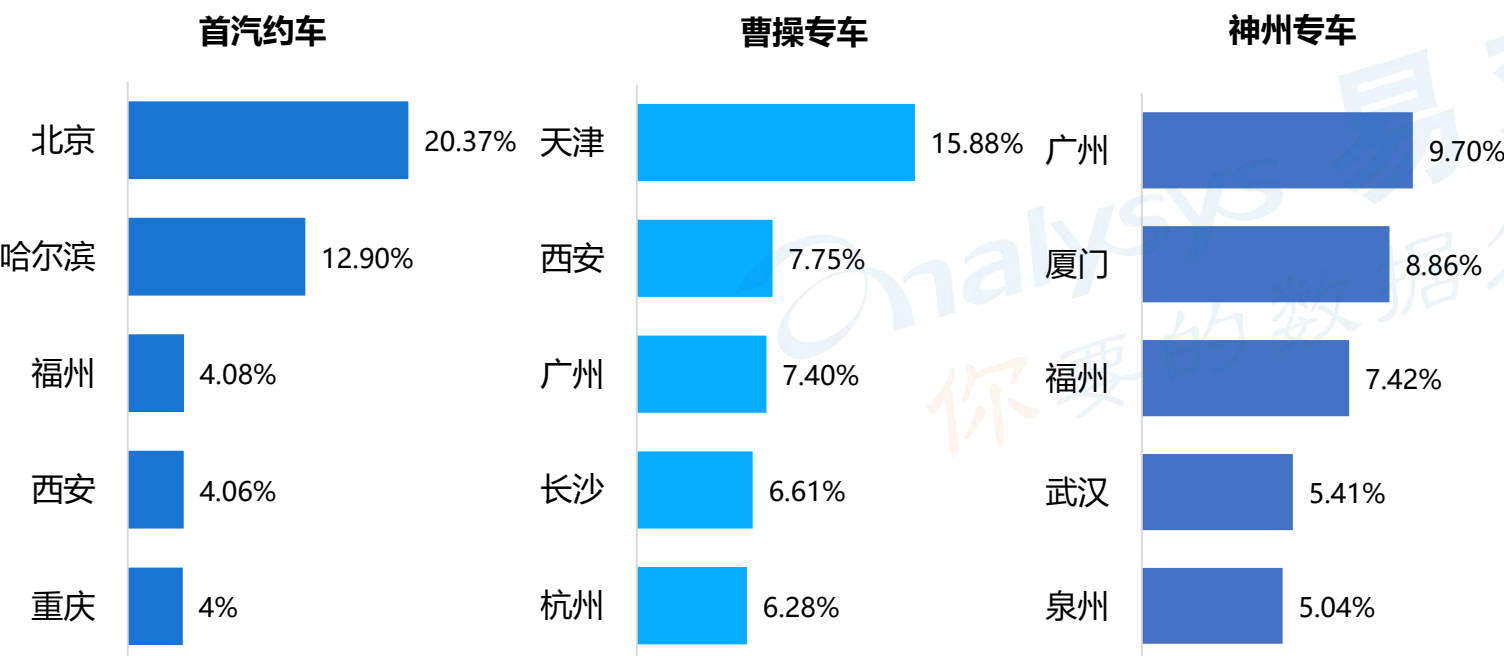


数据说明：易观千帆只对独立APP中的用户数据进行监测统计，不包括APP之外的调用等行为产生的用户数据。截止2018年第2季度易观千帆基于对23.2亿累计装机覆盖及5.9亿活跃用户的行为监测结果采用自主研发的enfoTech技术，帮助您有效了解数字消费者在智能手机上的行为轨迹。

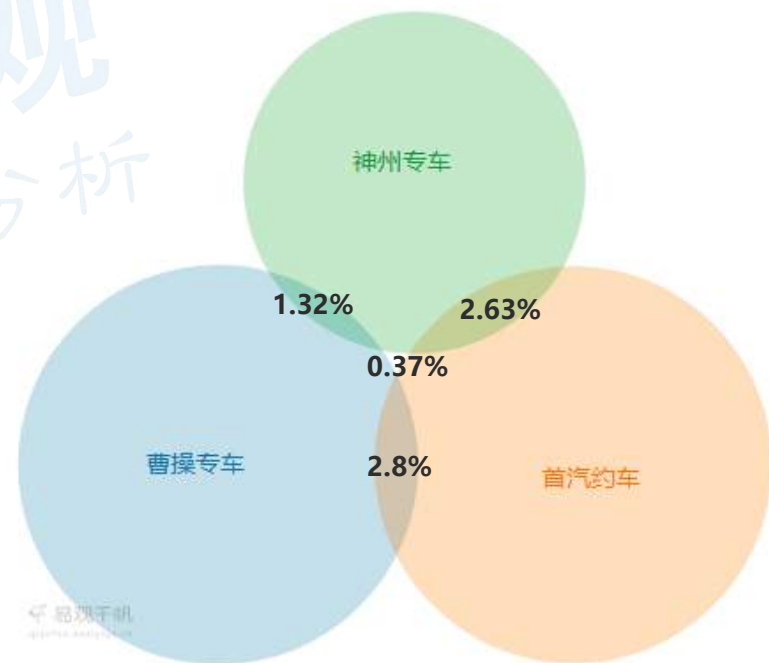
专车用户的城市分布差异较大，用户重合度较低

■ 根据Analysys易观千帆数据显示，主要专车APP用户的地域分布存在明显差异，首汽约车用户偏重在北京，曹操专车在天津用户较多，神州专车用户则明显集中在福建。同时对比三大以专车业务为主的APP，神州专车、首汽约车和曹操专车的用户重合度都是比较低的，各自都拥有较高比例的独占用户，因此也说明不同厂商在城市布局上的差异化竞争。

2018年6月中国主要独立专车APP用户城市分布Top5



2018年6月中国主要独立专车APP用户重合度



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2018年第2季度易观千帆基于对23.2亿累计装机覆盖及5.9亿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。

PART 2-2



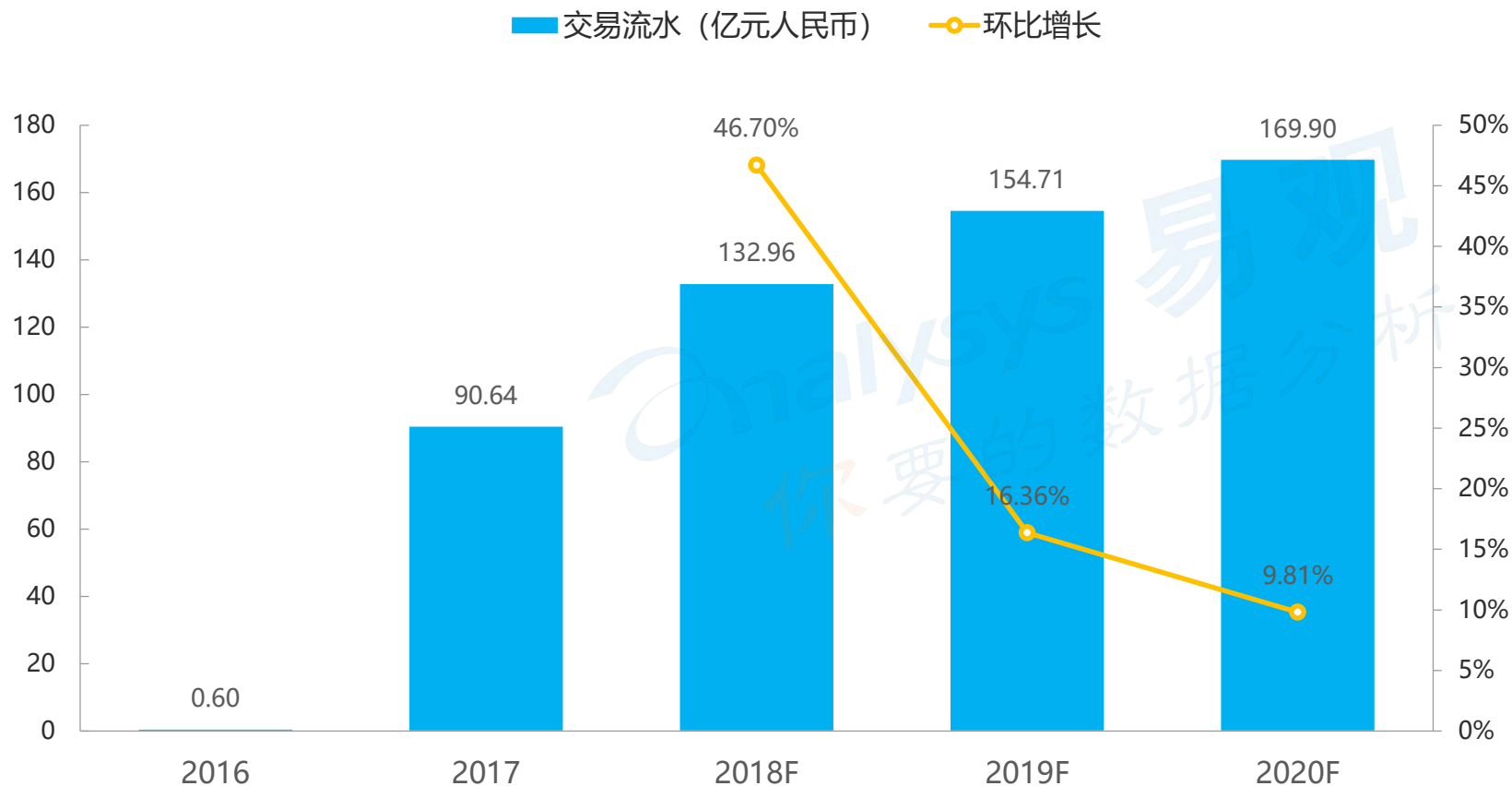
中国共享单车市场

© Analysys 易观

www.analysys.cn

2017年共享单车行业出现爆发式增长，未来市场交易规模将平稳上涨

2016年-2020年共享单车市场交易规模及预测



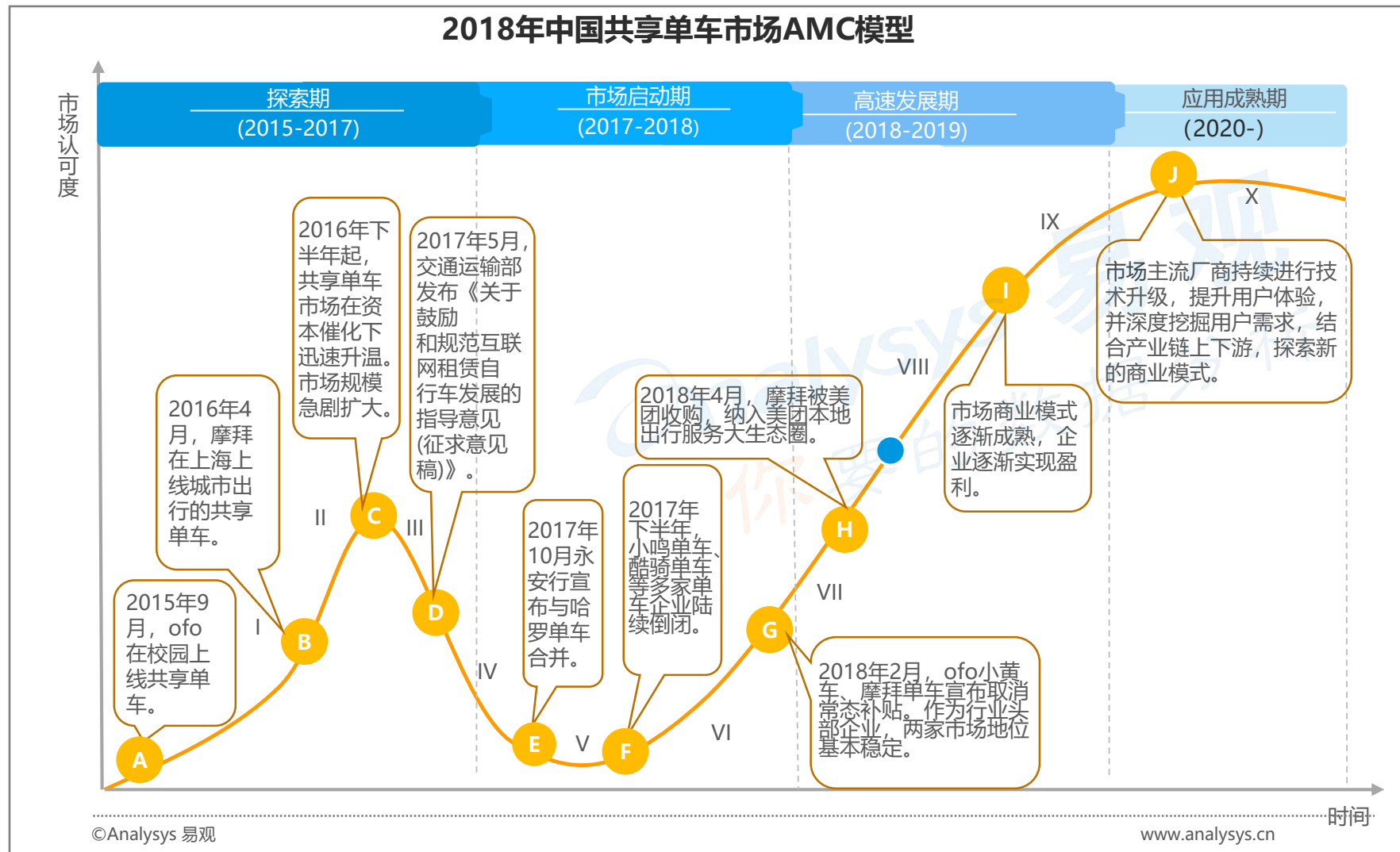
数据来源：易观自有预测模型对共享单车市场交易规模进行预测。

© Analysys 易观

www.analysys.cn

- Analysys易观估算认为，2017年中国共享单车市场规模为90.24亿元；2018年市场规模预计将达132.96亿元，到2020年预计市场规模将达到169.90亿元。
- 2017年市场交易规模出现井喷式增长，吸引企业玩家疯狂跑马圈地，加大单车投放量。2018年由于共享单车市场逐步饱和，市场交易规模增长率将出现大幅下滑。但随着行业内业陆续上调单车使用资费，以及考虑到用户对共享骑行的较强需求，2018年共享单车市场交易规模仍将平稳上涨。

2017-2018年共享单车行业经历爆发式增长与行业洗牌，行业整体由高速转型期向市场成熟期过渡



- 2016年下半年至发展态2017年上半年，共享单车市场呈现爆发式势，用户规模突破市场规模急剧扩大，行业内众多玩家涌现。
- 自2017年下半年行业逐步开始洗牌，小鸣单车等约20家共享单车企业暴露盈利模式弱点，相继倒闭。第二梯队玩家永安行与哈罗单车宣布合并。市场集中度进一步增加，ofo小黄车、摩拜单车、哈罗单成为主流厂商，市场格局基本稳定。
- Analysys易观认为，随着主流厂商上调资费，头部企业被收购，行业将迈向健康发展阶段。2018年市场发展将呈现以下趋势：行业逐步规范化、企业通过精细化运营、降本以探索盈利模式并持续布局海外业务。

共享单车行业经历市场洗牌，盈利模式仍处于艰难探索阶段

- 根据Analysys易观不完全统计，2017年至2018年5月，共享单车行业融资金额超277.41亿元人民币。三家头部企业投资轮次均已达到E轮，未来或将面临更多正面竞争。未来行业整体将由补贴之争进入服务质量与运营效率的比拼，并将面临探索盈利模式的巨大挑战。

2017-2018年5月融资事件

厂商	时间	金额	轮次	投资方
ofo小黄车	2017.03	超5.5亿美元	D轮	DST、滴滴出行、蚂蚁金服等
	2017.07	超7亿美元	E轮	阿里巴巴等
	2018.03	8.66亿美元	E2-1轮	阿里巴巴等
哈罗单车	2017.01	未透露	A+轮	纪源资本等
	2017.04	超2亿元	B轮	成为资本、威马汽车
	2017.10	未透露	C轮	蚂蚁金服、深创投等
	2017.12	3.5亿美元	D1轮	蚂蚁金服等
	2017.12	10亿元	D2轮	复星等
	2018.03	7亿美元	E轮	蚂蚁金服
摩拜单车	2017.01	2亿美元	D轮	腾讯等
	2017.01	数亿美元	战略投资	富士康
	2017.06	超6亿美元	E轮	腾讯
	2018.04	美团以27亿美元收购摩拜		

2017-2018.5月共享单车行业大事件



数据说明：数据信息截至2018年5月

各地政府加强监管力度，助力共享单车市场规范化发展，产业链后端车辆维修、回收等领域存在商机

政府

- ✓ 21个城市暂停新车投放
- ✓ 动态监测
- ✓ 总量调控

暂停投放

企业

- ✓ 整体向二三四线城市下沉
- ✓ 减少车辆生产订单
- ✓ 在市场饱和城市不再新增单车投放

停放运维

- ✓ 交通部：用户实名制
- ✓ 上海等地：单车三年强制报废
- ✓ 正面清单负面清单相结合
- ✓ 建立城市统一监控平台
- ✓ 北京：推动“入栏结算”
- ✓ 上海：完成车辆回收监管
- ✓ 成都：车位规划

- ✓ 电子围栏与电子地图
- ✓ 对接政府监管平台
- ✓ 建立大数据研究中心
- ✓ 摩拜：依据信用评级收费
- ✓ ofo：为用户缴纳四类骑行保险
- ✓ ofo：区块链研究院

押金监管

- ✓ 鼓励免押金
- ✓ 规范企业终止业务流程
- ✓ 完善第三方监管制度
- ✓ 消协公益诉讼

- ✓ 哈罗：全国范围免押金
- ✓ ofo：25城市实现信用免押金
- ✓ 摩拜：6城市试点无信用限制免押金

政府

单车行业走向标准化、规范化

市场饱和单车销量将大幅下滑

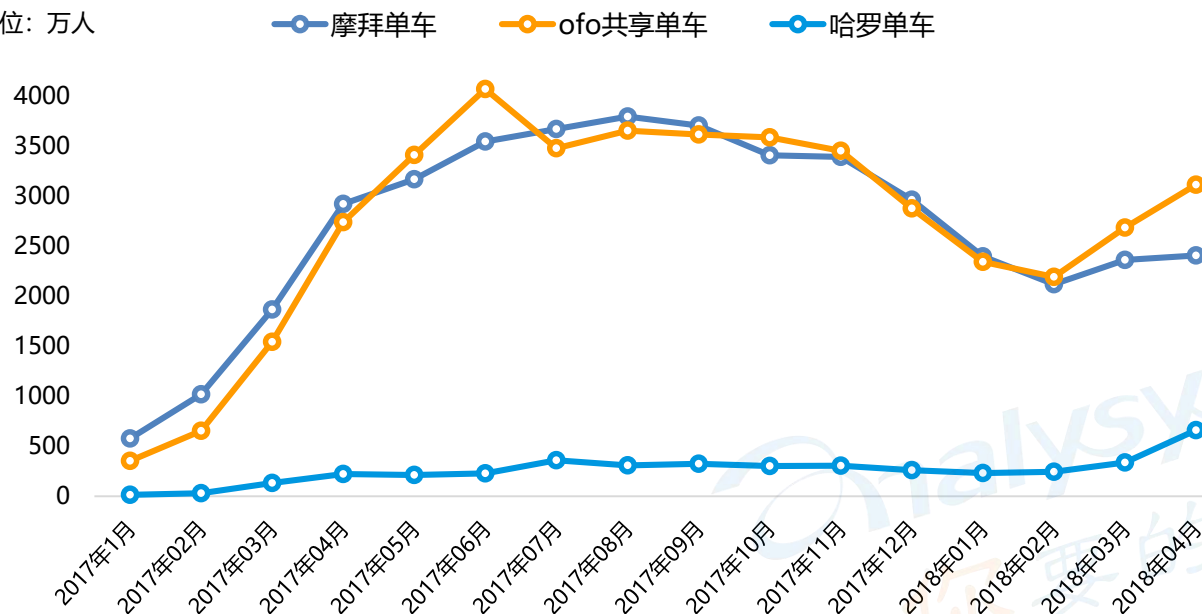
维修、回收迎来新的发展机遇

企业

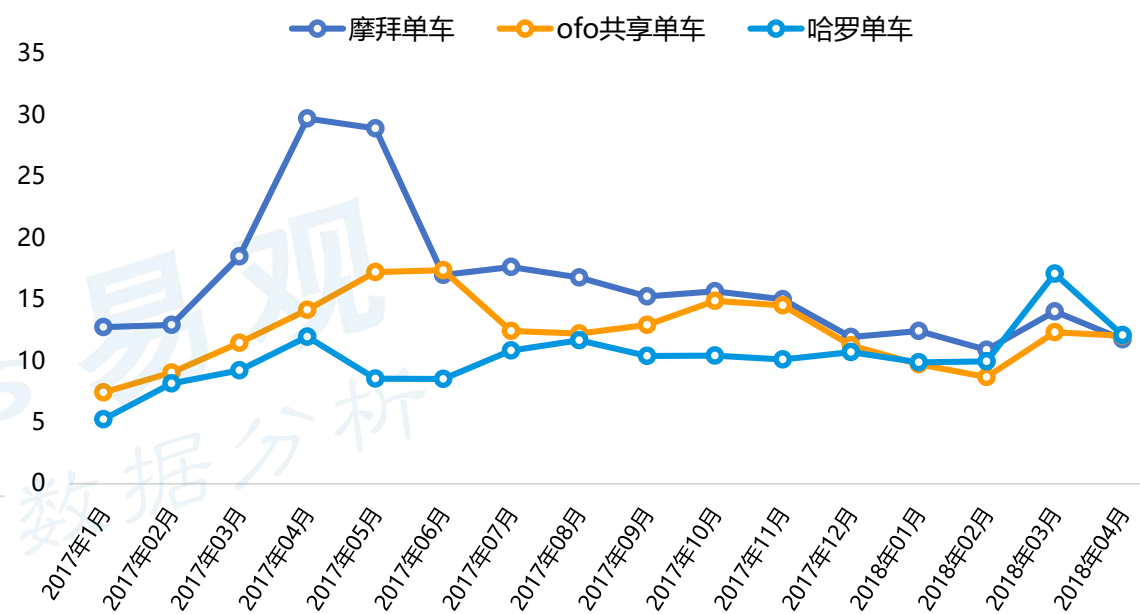
共享单车行业用户规模受天气、补贴等诸多因素影响

2017年1月至2018年4月中国共享单车APP月活跃用户规模变化

单位：万人



2017年1月至2018年4月共享单车APP人均启动次数



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2018年第2季度易观千帆基于对23.2亿累计装机覆盖及5.9亿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·A3

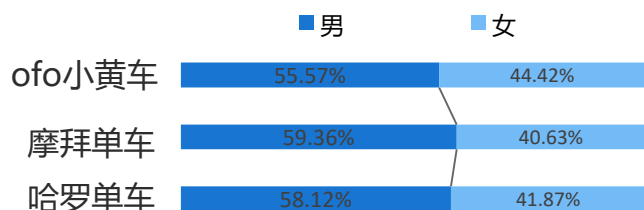
www.analysys.cn

- 2017年1月至6月，行业内部分企业抓住行业发展窗口期，以低价月卡、红包车等形式的高额补贴做用户推广。同时以较快城市扩张速度抢占有限城市空间，仅头部两家企业月活跃用户规模就达到7621万人。
- 2017年7月至11月，伴随着一线、超一线市场逐步趋向饱和，上海等地暂停新车投放令的出台，以及一些小玩家在日渐激烈的市场竞争下暴露出盈利模式存在弱点而陆续退出市场，用户规模出现轻微下滑。
- 2017年12月-2018年2月，受到冬季气候、春节等节假日影响，用户骑行需求下降，加之头部两家企业取消常态补贴，行业活跃用户规模大幅下滑。
- 2018年3月到4月，天气回暖，共享单车整体用户规模出现回升。ofo小黄车、哈罗单车凭借信用免押金受到更多消费者青睐，增长较快。

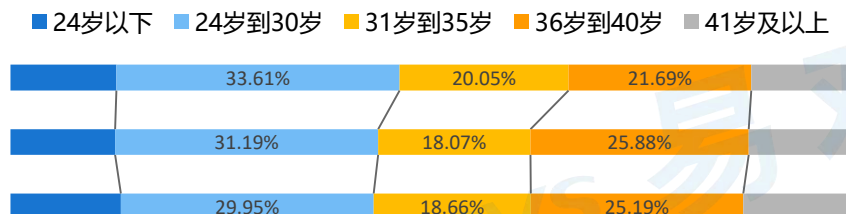
ofo小黄车与摩拜单车在一线、超一线城市构筑竞争壁垒； 哈罗单车用户分布均匀，未来或将提升重点城市运营力度

2018年4月共享单车行业用户画像

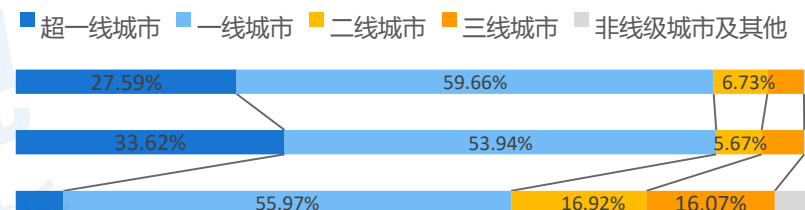
共享单车行业男性用户偏多



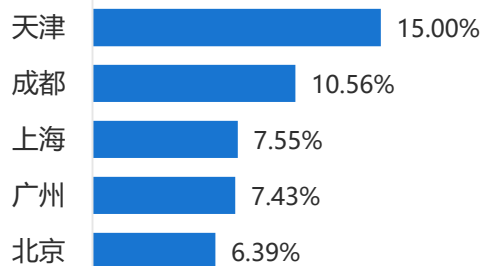
共享单车行业用户多为24-40岁上班族



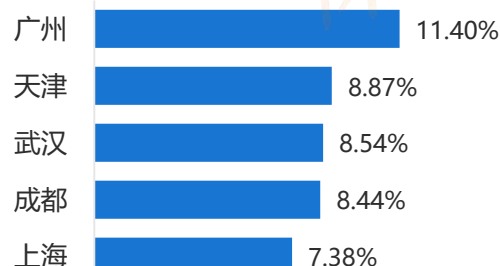
ofo、摩拜超87%用户分布在一线、超一线城市 哈罗单车72%用户在一线、二线城市



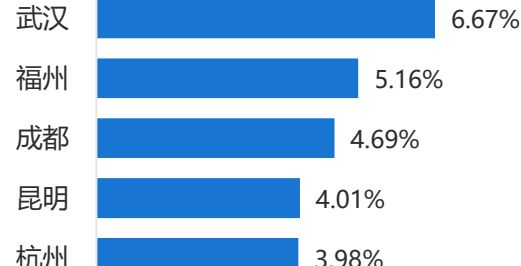
约47%ofo用户分布在其用户TOP5的城市中



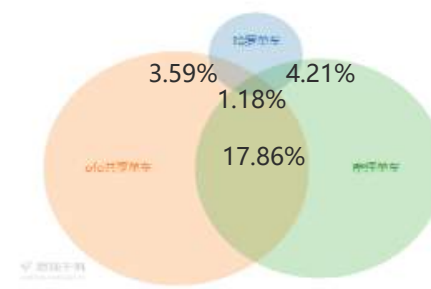
摩拜单车约45%用户分布在其用户TOP5的城市中



哈罗单车仅25%用户分布在其用户TOP5的城市中



共享单车行业用户重合度 ofo、摩拜近20%用户重合



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2018年第2季度易观千帆基于对23.2亿累计装机覆盖及5.9亿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。

PART 2-3



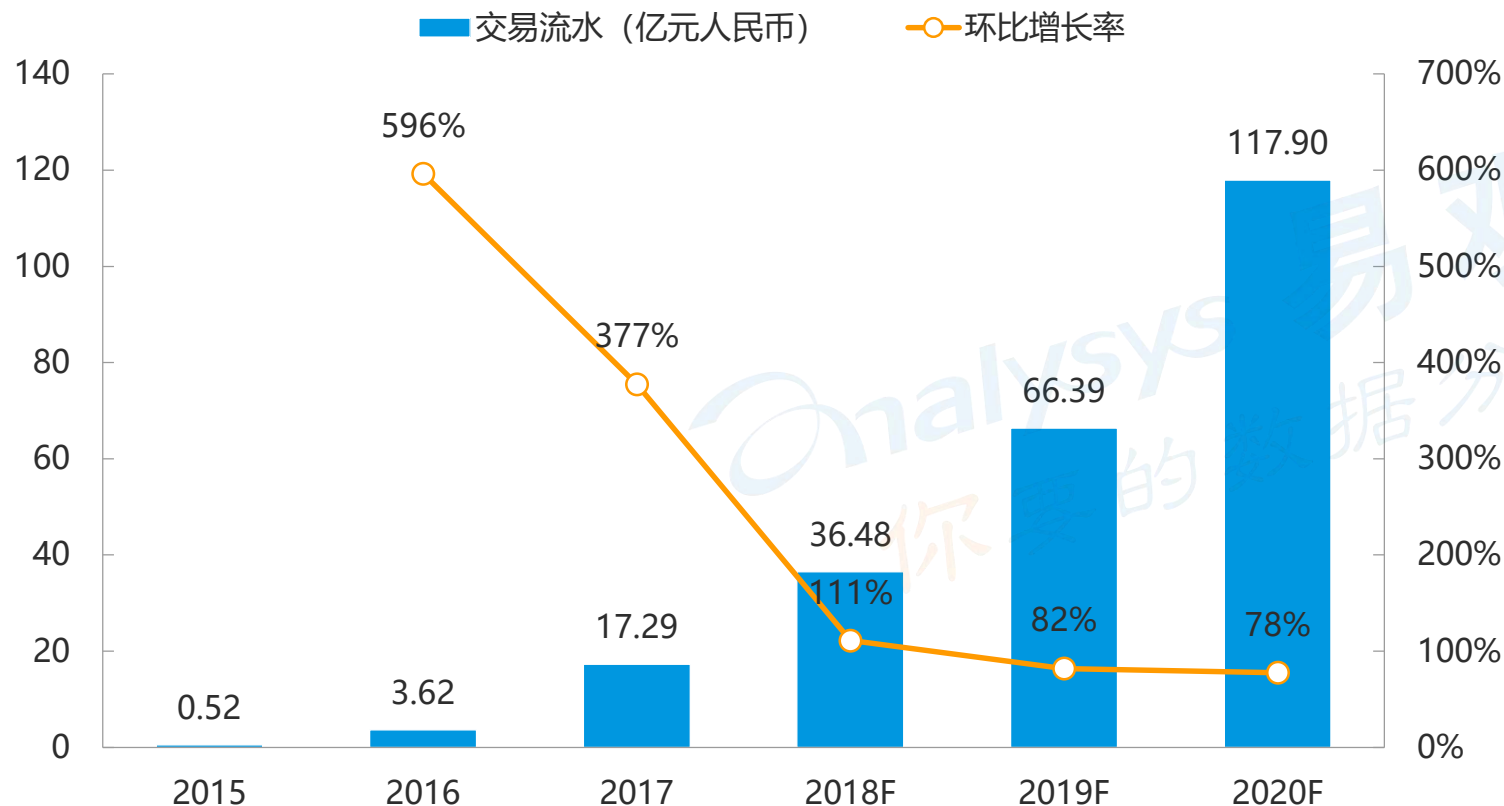
中国互联网汽车分时租赁市场

© Analysys 易观

www.analysys.cn

中国分时租赁市场规模将翻倍增长，行业加速洗牌

2015-2020年汽车分时租赁市场交易规模预测



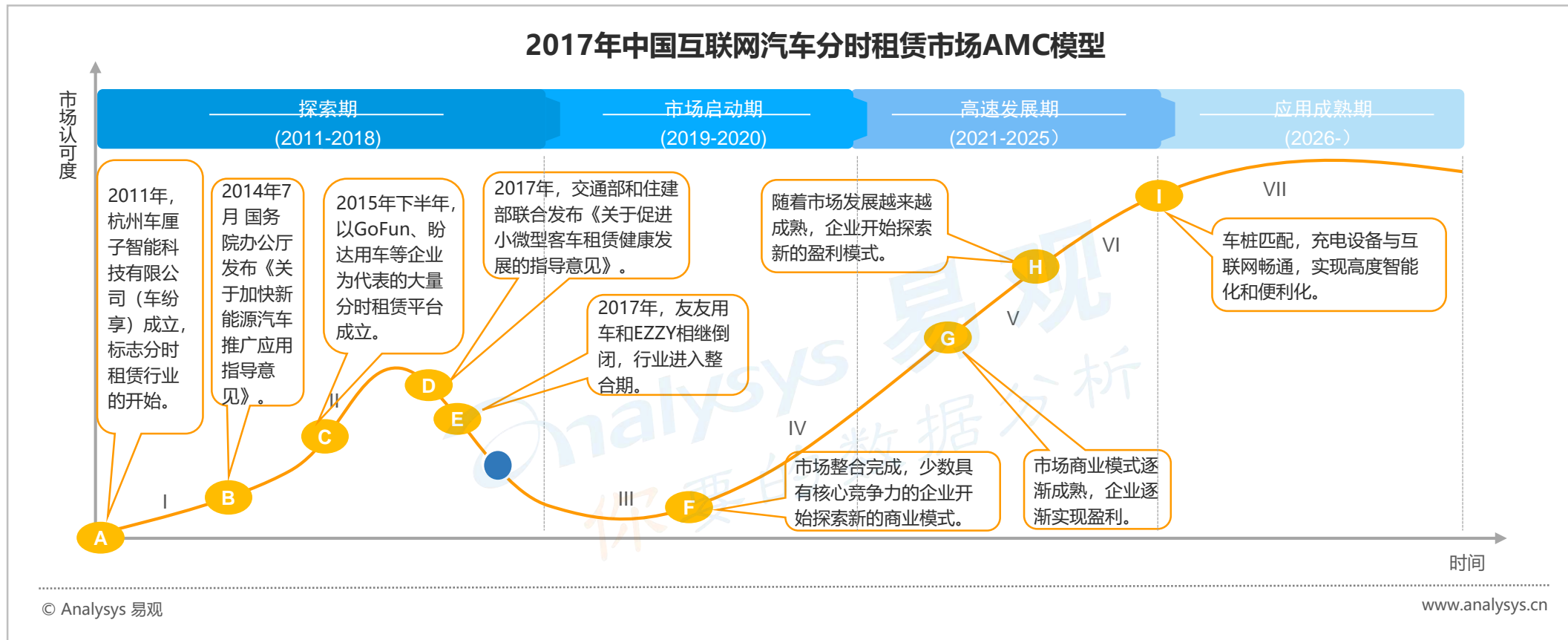
数据来源：易观自有预测模型对汽车分时租赁市场交易规模进行预测。

© Analysys 易观

www.analysys.cn

- Analysys易观估算认为，2017年中国互联网汽车分时租赁市场规模为17.29亿元，预计到2020年预计市场规模将达到117.90亿元。2018至2019年市场集中度将提高，一方面部分先入局企业将凭借前期在资源、用户、运营等方面的积累保持较快增长，另一方面，随着互联网巨头、主机厂在内的较多企业的进入、新能源补贴政策的收紧，资源将快速向优势企业靠拢，小企业处境艰难。
- 目前用户需求端仍有较大提升空间，未来企业将加速优化运营模式提高效率，来降低价格吸引用户，教育用户和市场。分时租赁重资产、重运营、依靠当地政府支持。一批拥有主机厂或国企背景的企业发展势头良好，未来区域性龙头企业或将出现。

中国互联网汽车分时租赁从探索期向市场启动期过渡



- 分时租赁发展历时7年, 结束了第一波爆发式增长, 随着交通部和住建部联合发布《关于促进小微型客车租赁健康发展的指导意见》, 整体行业开始步入深度整合期。Analysys易观分析认为, 国家对分时租赁领域的监管趋于严格, 行业内每一个企业都将实现规范化运营, 一些运营不规范的企业会随着监管的不断严苛而逐渐被市场淘汰, 最终留下数家具有正确商业模式且运营规范的企业, 整体市场预计将在2020年初迎来新一轮增长。

各方主角纷纷登场，无人驾驶分时租赁是大势所趋，新技术助力分时租赁快速发展



2017年8月，滴滴租车上线“分分租”业务，涉猎分时租赁市场，试水短时租赁业务。12月，滴滴出行宣布将投入超过10亿元发展分时租赁业务。

新主角



2017年12月，宝马与EVCARD达成合作，选取成都作为首个落地城市，共同推广分时租赁业务ReachNow。



2018年2月，易开出行推出“车桩位一体化”战略，并四川同程达签订了战略合作协议，将分时租赁业务延伸至物流市场，为分时租赁业务带来了新的发展方向。

新方向



2018年3月，神州租车在北上广深上线分时租赁平台iCAR，iCAR利用神州租车闲置燃油车车辆资源开展分时租赁业务，不按车型收费，宝马、路虎与经济型车同价，低边际成本参与市场竞争。



率先在北京启用“人脸识别”技术进行用户身份识别，将向全国范围延伸，提高企业风控管理能力、便于免押金的用车服务，提升用户体验。

新体验



GoFun Pro
高端品牌上线，拥有宝马i3等多种车型，为用户提供更加高端舒适的用车体验



2017年11月，百度、力帆汽车及盼达用车达成战略合作，将围绕自动驾驶展开合作，推动自动驾驶共享汽车商业应用。

新技术

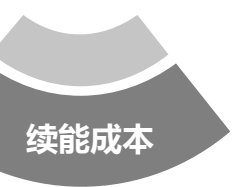


分时租赁尚处于发展初期，企业发展和盈利模式面临诸多挑战

主要收入渠道



主要成本类型



01

牌照紧缺

伴随新能源汽车的快速发展，新能源号牌稀缺性逐渐显现，号牌资源稀缺将严重制约分时租赁企业的规模扩张。

02

充电设施不足

中国公共充电设施尚无法满足车辆的充电需求，但公共充电设施的不完备会造成用车过程中的不便，降低用户体验。

03

车辆管理困难

车辆使用过程中经常会出现处理违章、车内卫生等问题。会影响车辆的使用，给车辆管理增加负担。

04

网点布局不足

分时租赁用车网点布局较为分散，无法满足用户随用随取的需求，影响用户用车的便捷性和体验。

05

退押金时间长

分时租赁的押金金额在500-1500不等，大部分企业退押金的周期在半个月以上，严重影响用户体验。

06

运营成本高

车辆折旧费用高和停车成本高是企业发展过程中遇到的重点挑战之一，运营成本过高给企业带来资金层面的压力。

2017年分时租赁市场实力矩阵，首汽GoFun与EVCARD领跑7



实力矩阵是从厂商现有资源和厂商运营能力两个维度综合反映市场上主要厂商的市场表现和竞争地位的研究模型。

横轴——运营能力包括线下运营能力、产品创新能力、技术实力、模式创新能力和经营管理水平等评判指标。

纵轴——现有资源包括车辆资源、牌照资源、区域覆盖、供应链资源、用户规模、资本实力、市场关注度等评判指标。

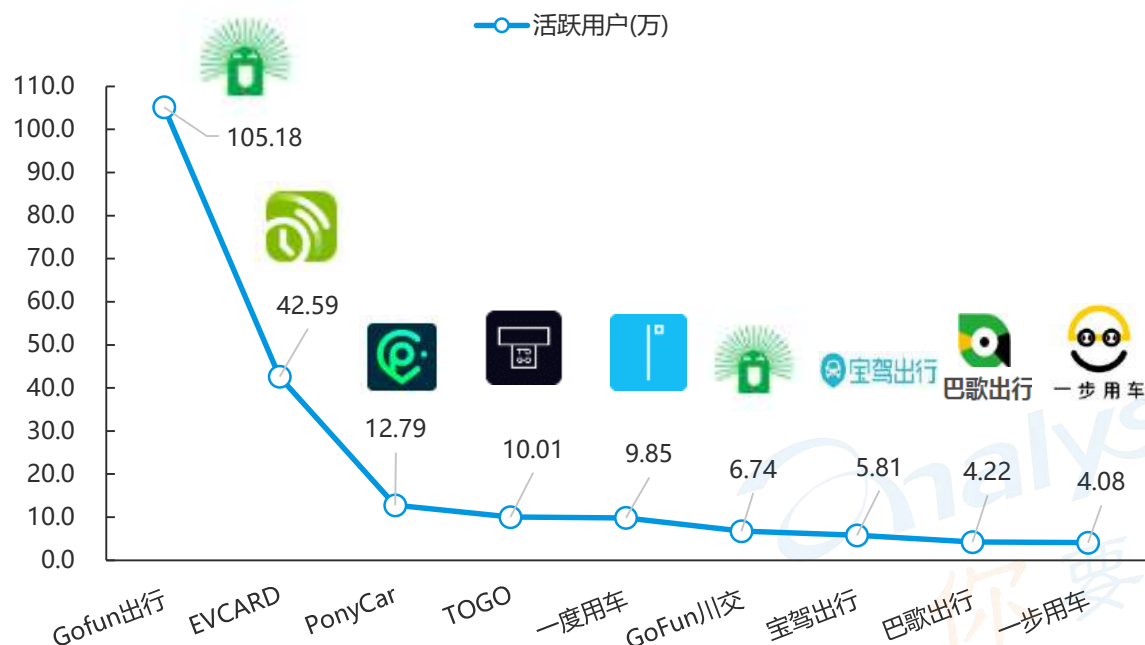
领先者象限：首汽GoFun、EVCARD

创新者象限：PonyCar、盼达用车、宝驾出行、一度用车

补缺者象限：途歌、即行Car2go、一步用车、巴歌出行

GoFun出行和EVCARD用户规模和城市覆盖处于大幅领先

2018年4月中国互联网汽车分时租赁移动端活跃用户TOP10

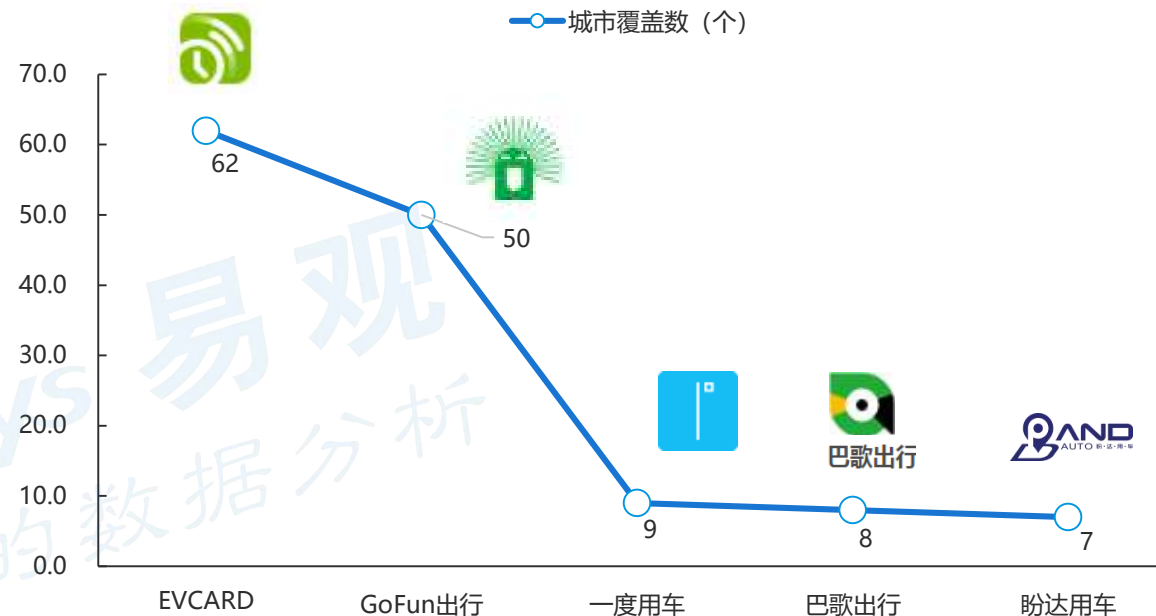


数据说明：易观千帆只对独立APP中的用户数据进行监测统计，不包括APP之外的调用等行为产生的用户数据。截止2018年第2季度易观千帆基于对23.2亿累计装机覆盖及5.9亿活跃用户的行为监测结果采用自主研发的enfoTech技术，帮助您有效了解数字消费者在智能手机上的行为轨迹。

© Analysys 易观·易观千帆·A3

www.analysys.cn

中国互联网汽车分时租赁城市覆盖数TOP5



数据说明：根据市场公开信息和企业深度访谈整理,数据截至2018年3月

©Analysys 易观

www.analysys.cn

- 截至2018年3月，中国互联网汽车分时租赁活跃用户TOP10中的企业，GoFun和EVCARD两家企业脱颖而出，活跃用户数量分别达到84.9万人和37.6万人，分列行业前两名，成为分时租赁领域中发展速度较快的两家企业。
- EVCARD与GoFun出行的城市覆盖数分别占据行业前两名，并在过去的一段时间实现了一定规模的城市扩张，由于开拓新城市面临着牌照、停车资源、充电桩资源等诸多方面的挑战，从行业整体来看，各家企业均采用稳健而理性的方式进行城市扩张。此外，以EVCARD为代表的企业开始逐步向三四线城市进行业务布局，三四线城市公共交通不够完善，存在发展机遇，但也面临用户习惯尚未养成、以及用户出行距离短等多种问题。

互联网汽车分时租赁以男性为主，普遍表现出较强的消费能力，四川及沿海地区用户更为活跃

Analysys 易观
你要的数据分析

用户性别分布



64%



36%

用户年龄分布



69%

36岁以上用户人群占比增加，年龄上涨趋势明显

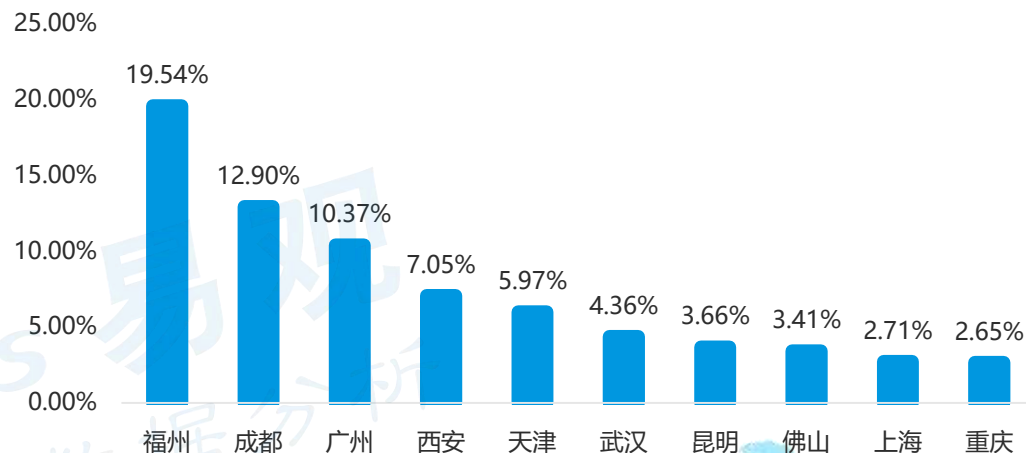
消费能力分布



68%

行业偏好中高消费人群，该用户人群占比近七成

2018年3月分时租赁行业活跃用户城市分布TOP10



颜色越深表示该区域内目标人群越集中

数据说明：易观万像只对独立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2018年第2季度易观万像基于对23.2亿累计装机覆盖及5.9亿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。

PART 2-4



中国其他互联网出行细分市场

© Analysys 易观

www.analysys.cn

移动互联网在租车、公交等传统出行领域渗透率不断加深

- 主流的长短租车根据车辆来源有两类商业模式，分别是B2C的租车和P2P的租车。根据Analysys易观千帆数据显示，在前五名的长短租车类APP中，前两名是B2C模式的神州租车和一嗨租车，第三和第四名则是P2P模式的凹凸租车和Start(原PP租车)。B2C模式对车源把控能力更强，因此在市场中处于领先地位。
- 传统公共交通行业在互联网推动下不断走向智能化，主要公共交通类APP为用户提供路线班次实时查询、买票乘车等多种服务。根据Analysys易观千帆数据显示，2018年4月车来了和掌上公交的月活跃用户量都已经超过千万，未来公共交通类APP的商业化探索将成为重点。

2018年4月中国长短租车行业移动端活跃用户规模Top5

2018年4月中国公共交通行业移动端活跃用户规模Top5



数据说明：长短租车主要是指至少按照天为单位计价，在固定门店取还的传统租车模式。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2018年第2季度易观千帆基于对23.2亿累计装机覆盖及5.9亿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。

整合车位、油站以及代驾司机等资源为车主提供服务

- 在互联网出行市场中，停车、加油/充电等车主服务是重要场景。厂商通过整合线下的停车位、油站、充电桩等类型资源，为车主提供位置查询、提前预定、线上支付等服务，并以此为基础拓展到汽车保养、配件电商等车后市场服务。根据Analysys易观千帆数据显示，ETCP停车和微车分别是在线停车和车辆充电加油这两个市场的领先者。
- 互联网代驾服务将司机资源整合，为车主提供以酒后场景为主的上门代驾服务，时间集中在晚上。根据Analysys易观千帆数据显示，在滴滴出行外，e代驾是主要的代驾类APP。代驾服务在未来会不断走向场景化与定制化，并为企业提供B端服务。

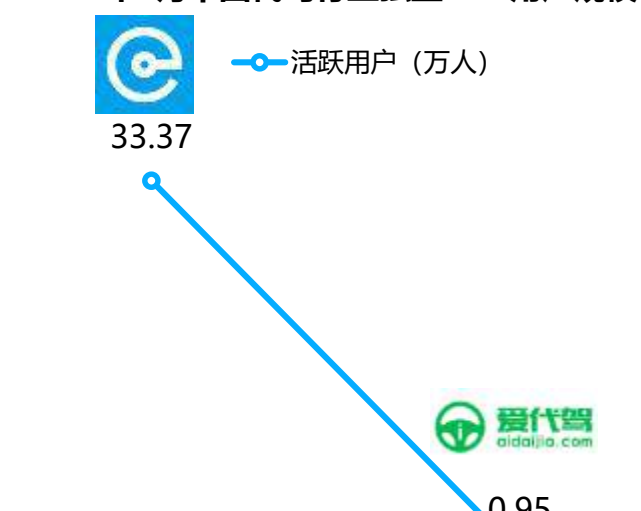
2018年4月中国在线停车行业移动端用户规模Top3



2018年4月中国车辆充电加油行业移动端用户规模Top3



2018年4月中国代驾行业独立APP用户规模



ETCP停车

宜停车

好停车

微车违章查询

加油广东

昆仑加油卡

e代驾

爱代驾

数据说明：仅统计独立的代驾APP，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2018年第2季度易观千帆基于对23.2亿累计装机覆盖及5.9亿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。

PART 3



中国互联网出行市场典型厂商

© Analysys 易观

www.analysys.cn

滴滴出行：国内市场地位稳固，在服务升级、技术创新和海外市场 市场竞争中谋求新的发展高度

规模效应凸显



盈利能力提升

- 2017年订单量达到74.3亿，拥有2100万车主。
- 2018年4月日均订单量为3000万单，总用户数达到5.5亿。

- 减少补贴，引入“分时计价”模式，提高快车起步价。
- 拓展至汽车租赁、金融服务、车后服务等盈利模式。

产品更新与 战略升级

- **快车**：滴滴推出“优享”服务，对快车业务进行进一步细分。
- **专车**：将专车业务升级为“礼橙专车”，并将推出独立APP。
- **单车**：投资ofo，收购小蓝单车，并推出自有单车产品“青桔单车”。
- **汽车服务平台**：成立涵盖汽车租赁（一号有车、人人车）、加油（小桔加油）、维保（小桔养车）、分时租赁等业务的一站式汽车服务平台。
- **洪流联盟**：与汽车产业链企业合作，共同开发共享化的智能汽车。

加大技术研 发投入

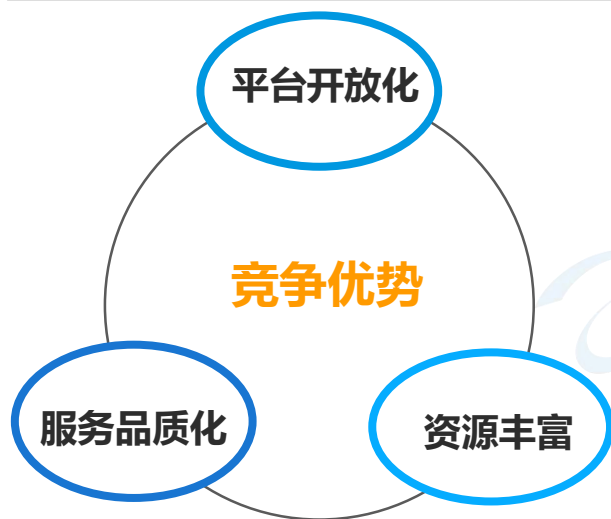
- **智慧交通**：基于出行大数据，滴滴出行推出的智慧诱导屏、智慧公交、智慧代驾热力图、“互联网+信号灯”等项目已在全国多个城市落地。
- **无人驾驶**：滴滴出行在硅谷成立“无人驾驶实验室”，与主机厂商合作进行研发，提供数据和软件技术支持。
- **新能源**：成立全球新能源汽车服务公司，布局电动汽车及配套基础设施。

投资与布局 海外市场

- **海外投资**：滴滴通过战略入股和技术运营支持方式搭建全球出行网络，收购巴西(99)，同时战略入股北美 (Lyft)、东南亚 (Grab)、印度(Ola)、欧非 (Taxify)以及中东北非(Careem) 地区的打车软件。
- **业务出海**：其快车业务进入墨西哥和澳洲市场，出租车业务进入日本市场。
- **海外租车**：滴滴在全球超过100个国家推出境外租车业务。

首汽约车：以提升用户出行服务体验为核心，行业政策和 技术革新带来战略性发展机遇

- ✓ 向符合要求的车辆租赁公司和个人车主**开放车辆加盟**。
- ✓ 与出租车公司等平台合作，开放**出租车、代驾、国际用车、巴士**等多元化服务。



- ✓ 拥有67年的**国宾服务经验**。
- ✓ 拥有严格的车辆**准入、培训、监察、评分和激励体系**。
- ✓ 提供丰富的车内**增值服务**。

- ✓ 自有车辆在北京拥有**本地车牌**。
- ✓ 62座城市获得**线下经营资质**，30座城市获得001号认证，26城实现三证齐全。
- ✓ 拥有酒旅、航司、银行、4S店、加油等合作资源。

网约车政策促进专车市场高速发展

重点城市对司机户籍、车牌、车型级别有着较高要求，网约车平台的政策风险随着政策执行力度的加强而不断增加。

高端专车服务的价值不断提升，首汽约车的专车定位和牌照资源优势将不断得到凸显，为其未来快速增长提供了基础。

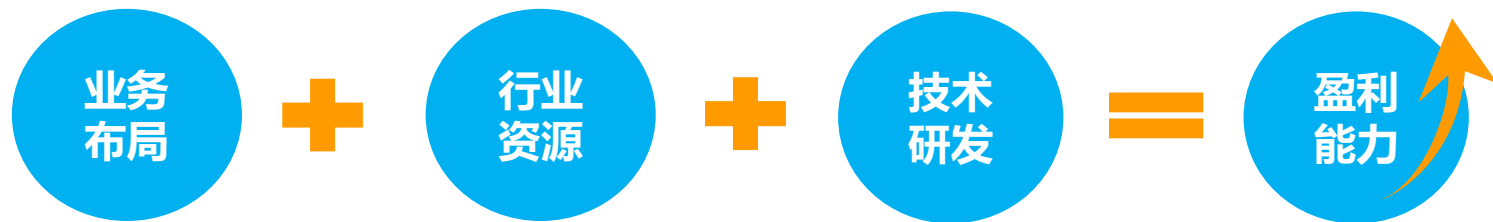
发展机遇

智能化技术促进专车服务质量提升

车联网、智能驾驶、新能源等技术有助于提升专车服务的安全性和舒适性，同时为用户提供更多车内的娱乐和生活服务。

首汽约车联合百度共同进行智能汽车技术的研发和测试，并推出车载智能硬件系统，在网约车智能化服务领域走在行业前列。

神州专车：提升运营效率与质量，实现营业成本的大幅减少，盈利能力提升迅速



➤ 神州优车布局**专车、买卖车、车闪贷**三大业务。同时持有神州租车29%的股份。

➤ 专车业务和其他业务形成联动效应，共同打造“**车生活**”生态圈。平台自有专车来自于神州租车，对C端开放的“U+”业务为买卖车和车闪贷业务带来客流。

➤ 神州专车拥有丰富的**牌照资源**。截止2017年已经获得47座城市的经营许可证。

➤ 与众多主机厂有战略合作关系，拥有稳定的**车辆资源**，目前自有车辆有3万余辆，司机3.3万人。同时通过U+平台接入外部车辆资源。

➤ 神州优车2017年募集融资70亿元，拥有雄厚的**资金实力**。

➤ 神州优车2017年共有研发人员接近400人，研发费用达8647万元。

➤ 公司车辆采用OBD车载监控设备以及**ADAS驾驶智能辅助系统**，提高驾驶安全性并采集数据。

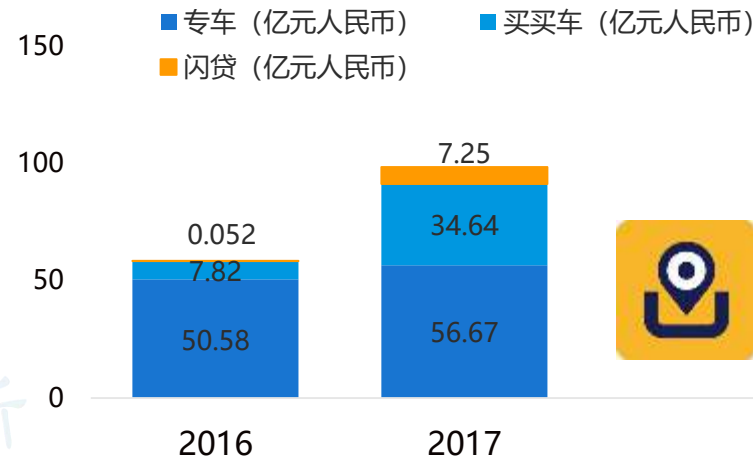
➤ 公司研发出**人车智能生态系统**，实现上车地点推荐、资源调配以及动态定价。

➤ 神州专车2017年实现**营业收入56.67亿元，同比增长12%**。

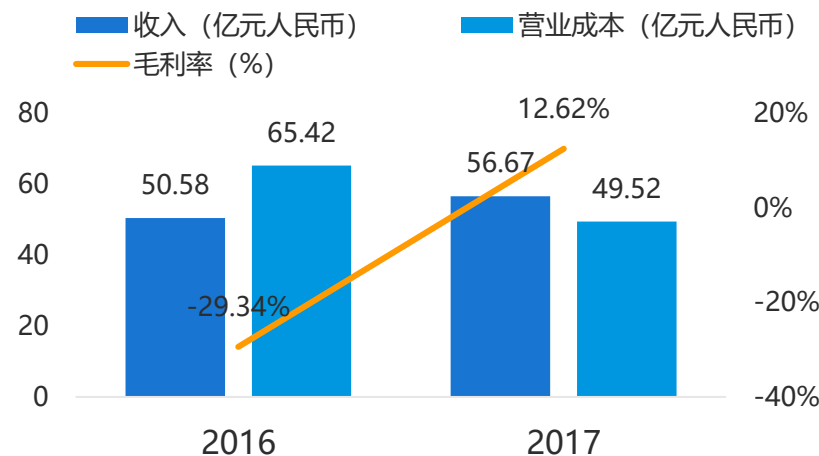
➤ 神州专车主要成本为车辆租赁以及司机费用。2017年随着运营效率的提升，单均成本不断下降。

➤ 2017年神州专车**运营成本同比下降32%。毛利率大幅提升至12.6%**。预计未来神州专车的盈利能力会继续快速提升。

神州优车收入结构变化

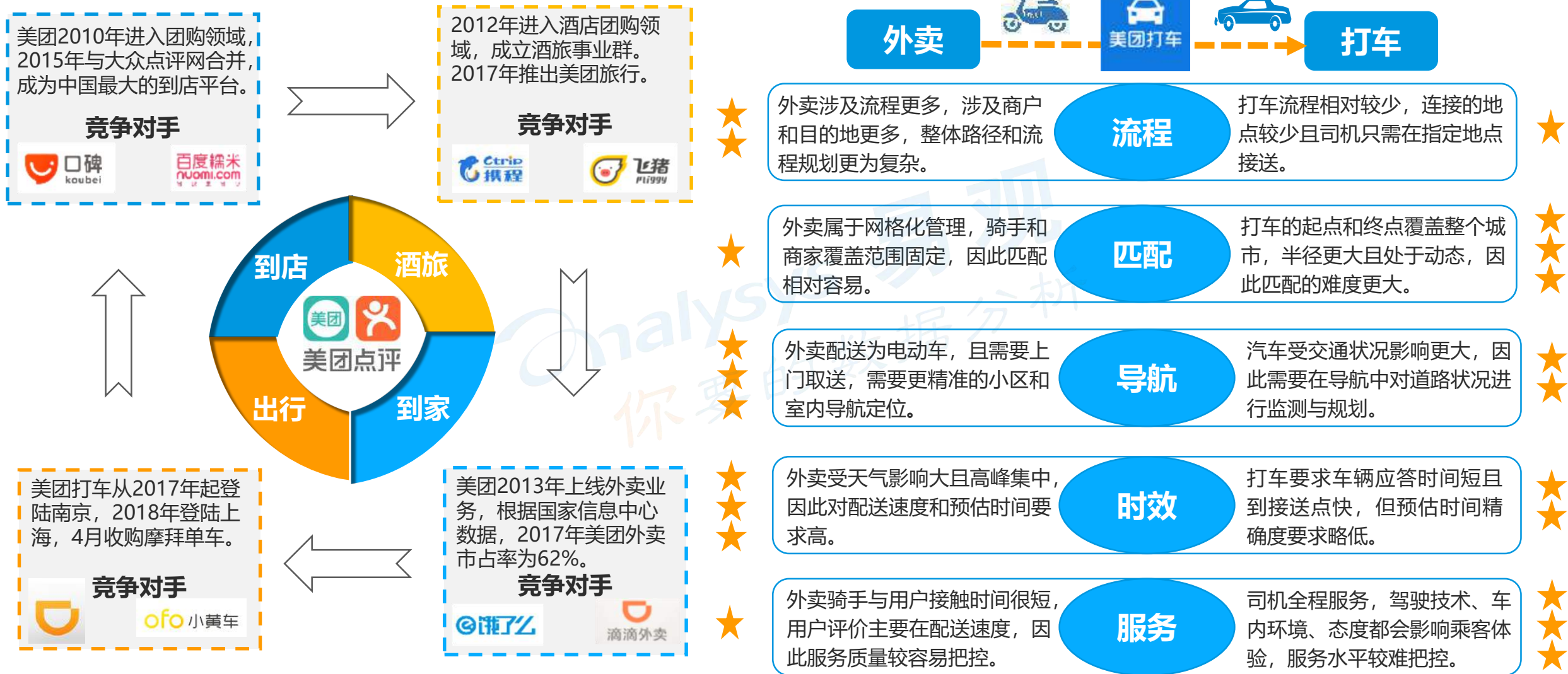


神州优车的专车业务盈利能力变化



数据来源：神州优车2017年财报

美团打车：以快车业务切入出行市场，构建LBS服务生态



嘀嗒出行：进军出租车业务，以服务出租车司机为核心，与顺风车业务形成互补效应



模式优势



面临挑战



改进方案



盈利模式

顺风车



嘀嗒出行

出租车 顺风车

出租车



- **经济价值：**为车主带来额外收入，为乘客带来更经济实惠的出行方式。
- **社会价值：**充分利用社会资源，符合共享出行绿色和公益的价值。

盘活车辆和司机的存量市场
不增加道路交通额外负担

- **专业性：**出租车司机在驾驶的专业性和道路熟悉度上具有明显优势。
- **安全性：**出租车具有合法运营资格，受到更严格的监管。

- **匹配效率：**供给端的车主和需求端的乘客呈现数量、区域、时间等不平衡性。
- **安全性：**陌生人同行对于车主和乘客都有安全风险。

出租车和顺风车面临的挑战
为嘀嗒出行创造了市场机遇

- **供给不足：**出租车数量受国家管控，呈现明显供不应求的局面。
- **服务质量：**司机服务态度参差不齐，车内舒适度不足。

- **智能系统：**通过奖励机制调节供需不均，提高匹配效率，通过数据+AI优化路线设计。
- **安全系统：**加强身份认证，增加紧急求助和行程分享功能，提升行程的安全性。

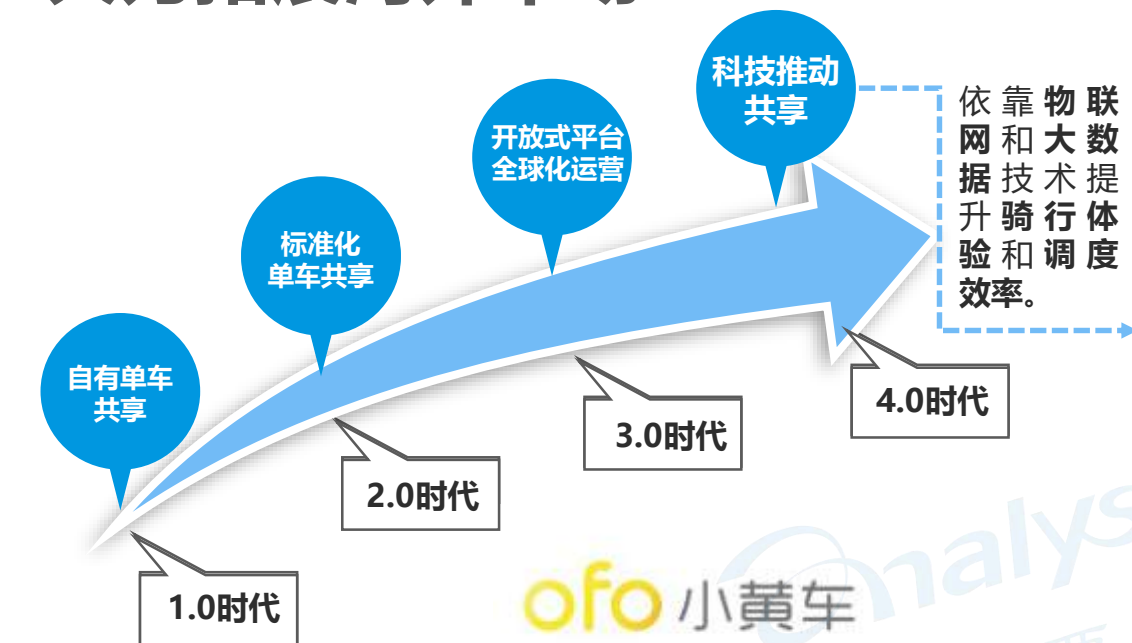
出租车（即时、短途）和顺风车（预约、长途）形成互补

- **司机端：**平台不提供竞争性业务，采用自由抢单不派单模式，提升司机主动性。
- **乘客端：**推出新的服务标准，通过线上与线下的评估和监控提升出租车服务水平。

两大业务协同发展
提升用户规模和粘性

- **服务费：**对顺风车业务采取每单收取固定的服务费用。
- **流量变现：**包括页面广告收入和App内接入第三方服务的利润分成。

ofo：以技术研发带动产品升级，实现单车运营的精细化，大力拓展海外市场



收入端

- 适度减少补贴和折扣，可采取**差异化定价模式**。
- 布局更多三四线城市和海外市场，**扩大用户规模**。
- 通过产品服务升级和智能调度**提高用户的使用频次**。
- 挖掘包括广告、数据在内的**多元化盈利模式**。

成本端

- 通过产品硬件升级增加单车的**使用年限和残余价值**。
- 以大数据指导单车智能化投放与调度，**降低运营成本**。
- 通过单车硬件升级，加强市场教育，与政府合作监管等方式**降低单车的损坏率与盗窃率**。

产品与技术

- **智能锁**：9月，ofo发布行业发布NFC智能锁，该锁使用了GSM、NFC、蓝牙三种通信方式，可实现手机贴近解锁。同时ofo与中国电信、华为正在共同研发NB-IoT物联网智能锁，NB-IOT具有广覆盖、大容量、低功耗三大特点，是下一代物联网的重要解决方案。
- **智能单车**：9月，ofo推出新一代单车产品“小黄蜂”，将跑鞋的理念和材料应用到单车轮胎。同时ofo也研发成功智能助力车，以锂电池为车载设备提供能源。
- **大数据平台**：ofo成立人工智能大数据平台“奇点”，“奇点”系统可以结合用户用车情况，自动识别用车区域、预估单车存量及用户需求，并通过算法预估用户报修准确度，对车辆进行及时处理。

市场布局

- **国内市场**：2017年，ofo在国内市场的布局城市由年初的33座城市增长到了年末的130多座城市，国内城市布局由一二线城市逐渐下沉到了三四线城市。
- **海外市场**：2017年，ofo进入了海外20个国家的超过50座城市，在海外总计投放了超过10万辆单车。海外市场上的车型设计和运营团队都采用了本地化策略。

融资情况

- 2017年，ofo完成了D轮和E轮融资，融资金额达到11.5亿美金，主要投资方为阿里巴巴、蚂蚁金服、DST资本、滴滴出行等。
- 2018年3月，ofo完成了8.66亿美元股权+债权融资，领投方为阿里巴巴。

摩拜单车：“物联网+大数据+生态圈”模式，与各方协作加强研发与运营能力



单车生产

- 与陶氏化学达成战略合作，共同研发推出的新款单车采用了聚氨酯实心轮，重量减轻20%，减震性能和耐用性得到大幅提升。
- 与中再生集团达成战略合作，打造共享单车绿色回收产业链，为共享单车的全生命周期管理提供批量化、无害化和资源再生化处理方案。



网络云端

- 与中国移动、华为、高通、爱立信等达成合作，共同研发和应用NB-IOT物联网技术。
- 基于拥有全球多模定位系统的智能锁进行数据采集，构建“魔方大数据”平台。
- 和百度云合作推出智能推荐停车位，准确定位单车位置与停放状态。



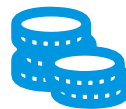
运营推广

- 接入微信第三方服务，并首批上线微信小程序，同时接入高德地图、百度地图，实现了多元化渠道获取新用户。
- 推出摩拜“信用分”，并推出了“红包车”、“宝箱车”、免费月卡等一些优惠活动，获取新用户并提升老用户粘性。



业务布局

- 由单车向其他出行业务拓展，与首汽约车、嘀嗒出行合作接入专车、顺风车业务。在贵阳推出“摩拜汽车”分时租赁业务，在武汉推出地铁票购买业务。
- 截止2017年11月，实现全球200个城市以上的业务布局，总共投放700万辆单车，日订单量超过3000万次。在11个海外国家实现落地，包括英国、美国、日本、德国等。



融资情况

- 2017年2月，D轮，3亿美元融资，腾讯、华平投资领投，淡马锡跟投。
- 2017年6月，E轮，超6亿美元，由腾讯领投。
- 2017年11月，富士康入股。
- 2018年4月，美团以27亿美金+10亿美金债务收购摩拜。



收入来源

- 单车租金收入。
- 与招行合作，进行押金托管，并获得利息收入。
- 拓展包括开屏、Banner、LBS、车贴等类别的广告业务，为众多线下商家服务。

GoFun出行：多样化商业模式实现差异化竞争，为用户、行业 and 汽车产业创造多元的价值

商业模式

□ A2B

GoFun出行：A点取车，B点还车。

□ A2X

Fun开停：A点取车，任意停靠。

□ GoFun川交

政府合作：GoFun出行与四川交投集团合作，共同服务用户出行需求。

□ 平台化运营

通过以加盟的方式为车辆提供商提供分时租赁运营服务。

盈利模式

□ 现在

用车租金：以“时长+里程”的方式向用户收取分时租赁费用。

□ 未来

广告收入：通过线下流量优势吸引广告商入驻。

二手车交易：通过二手车交易将不适合运营的车辆出售。

模式



价值

用户

- 满足有本无车人群对出行的刚性需求。
- 消除工作日限号对用车需求的限制。
- 满足商务人士对差旅出行私密性的需求。
- 满足郊游出行对自由性的需求。

行业

- 促进分时租赁规范运营健康发展。
- 丰富城市分时租赁网点布局密度。
- 吸引社会资本对分时租赁领域的关注。

产业

- 促进汽车能源结构转型。
- 加快充电桩网点建设速度。
- 引导车企向出行服务转型。
- 为车联网技术提供广泛的应用场景。
- 丰富移动支付线下使用场景。

特点

商务合作能力



异地还车服务



租车网点合理化布局

用户出行动态
大数据模型



科学的网点布局
和车辆投放规模

EVCARD: 与各方合作开展多维度战略合作, 在旅游城市进行特色化运营, 模式逐渐由重转轻

- 碧桂园物业与环球车享达成战略合作。
- 共享汽车概念引入社区, 打造业主出行新方式。



- 在安徽黄山、双流黄龙溪、海南、温江国色天香等点旅游景区和热门区域周边设立网点。
- 提供特色自驾游服务。
- 与洲际酒店集团开启战略合作。
- 打造住宿、自驾无缝连接服务。



- 与上海国际机场签署合作协议, 在浦东机场、虹桥机场等大型交通枢纽, 建立网点, 满足乘客城内、城际出行需求。
- EVCARD与华晨宝马之诺合作, 一次性投入150辆之诺1E纯电动汽车。
- 宝马与EVCARD合作推广其分时租赁业ReachNow。
- EVCARD接入高端车型, 满足起高端商务需求。



- EVCARD与三大保险公司合作, 在车辆保险、承保理赔服务、车辆维修、品牌推广及会员服务等方面提供保险服务。
- 保障用户在车辆使用中的权益。

发展战略

市场启动期自营做重, 降本提效

- 占据场站、牌照、充电桩资源, 增加运营网点, 减少调度成本。
- 持续优化运营模式, 提高服务标准化。
- 市场启动期企业众多, 实力相差不大, 平台对各玩家把控力较弱。故此阶段专注于自营模式, 打磨产品。

自营
做重

平台
运营

市场发展期平台化运营, 共享资源

- 实现场站和充电桩的资源共享, 提高利用率。
- 凭借前期经验, 实现平台服务标准化。
- 未来市场高速发展期第一梯队玩家基本确立, 凭借资源能力聚集中小企业, 进一步提高市场占有率。

PART 4



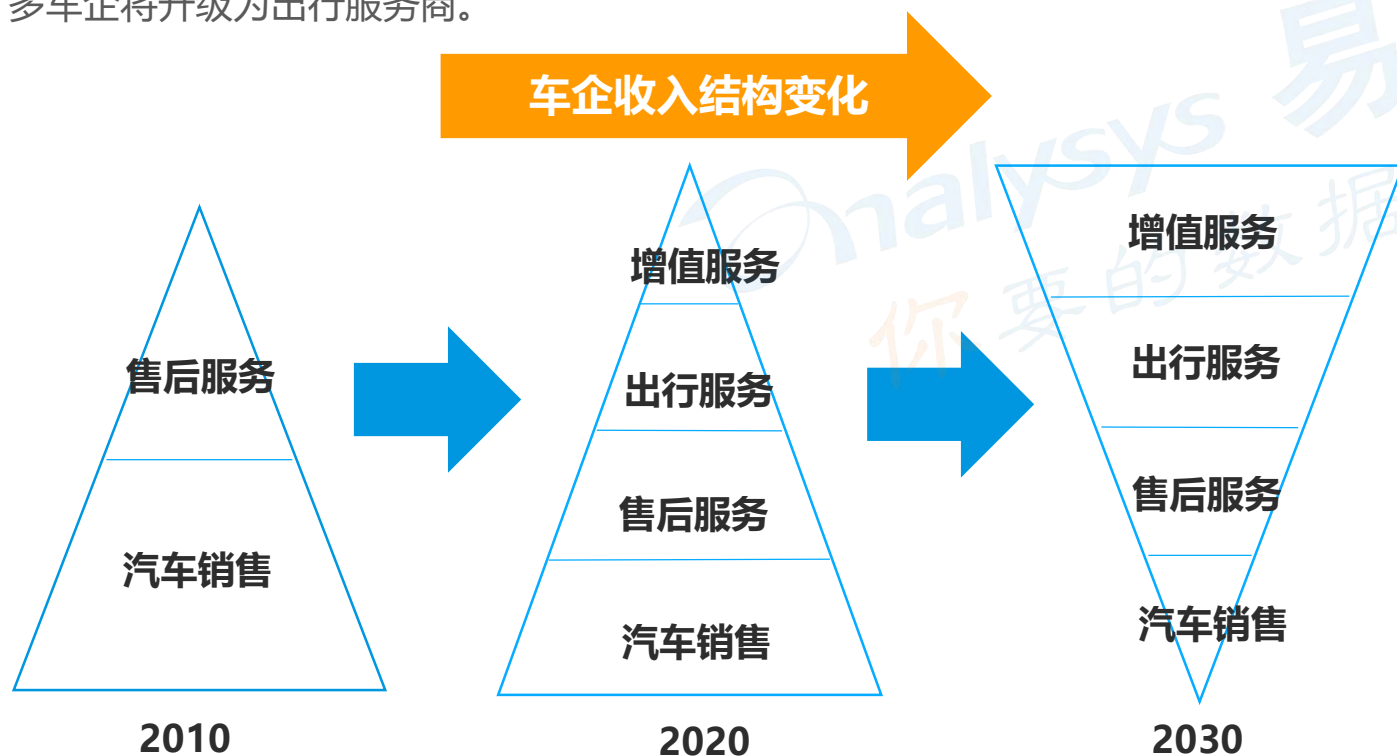
中国互联网出行市场发展趋势

© Analysys 易观

www.analysys.cn

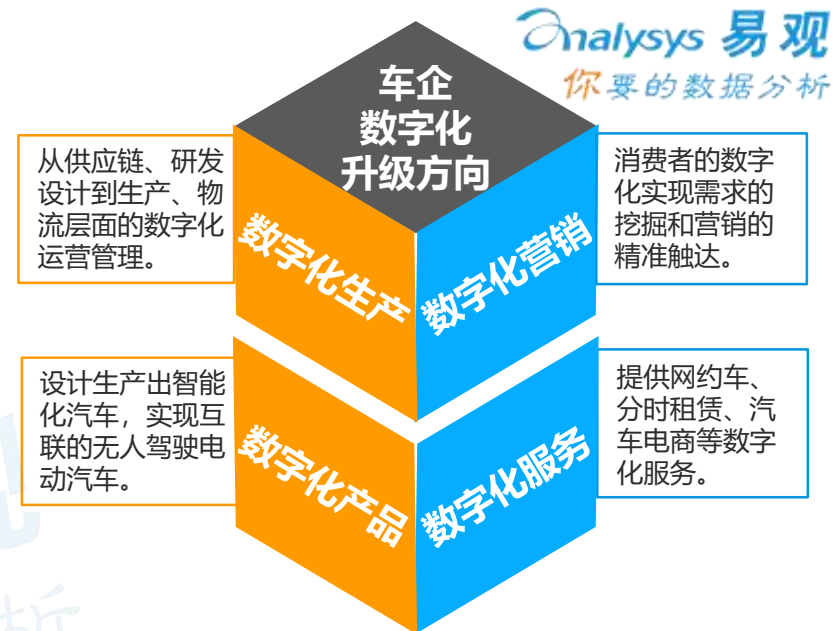
车企加速数字化升级，布局互联网出行服务

- 数字化升级成为未来车企面临的主要挑战，而其业务模式和收入结构也随着数字化出行时代的到来而发生根本性的变化。主机厂将逐渐从单一的汽车制造商逐步过渡到数字化出行服务的提供商，在销售和后市场收入之外，未来出行服务和各类数字化增值服务（例如车载娱乐、充电停车等）将成为车企的重要利润来源。目前国内的车企中，上汽和吉利都已经在网约车和分时租赁业务上布局，同时国际厂商奔驰、宝马、通用等也已经布局租车类服务，未来更多车企将升级为出行服务商。



2018/9/12

数据驱动精益成长



国内车企的数字化出行升级案例



新服务：更多出行服务实现数字化升级，构建一站式多元化服务



单车、租车等服务实现数字化升级
城市交通出行走向全面数字化

- **Analysys易观分析认为**，传统出行服务行业在移动互联网的推动下走向数字化升级，2017年单车、租车等行业在车联网技术的推动逐步实现了车辆位置、车辆状态以及用户画像的数字化，实现了交通工具的随取随停、移动支付。在出租车升级为网约车之后，**共享单车和分时租赁行业实现对传统单车、租车行业的数字化升级。**
- **Analysys易观分析认为**，未来城市交通出行将实现全面的数字化升级。目前互联网出行等行业已经初步实现位置信息、支付手段的数字化，未来发展的重点将放在各类出行数据的打通与共享，从而完成城市交通的数字化调度与运营，真正实现数字化和智慧化的城市交通。

提供一站式汽车服务平台
探索金融、后市场等业务模式



- **Analysys易观分析认为**，现阶段的出行仍然属于用户去往目的地的一种手段，因此平台需要拓展出行服务的类型来满足用户的需求。2017年，各出行平台努力拓展平台服务种类，滴滴出行接入单车、公交等服务，首汽约车接入出租车，摩拜单车接入了专车和顺风车，**规模化厂商都在向出行生态平台转型。**
- **Analysys易观分析认为**，**互联网出行平台还可以探索汽车租赁、汽车金融、车后服务等业务模式。**这些业务不仅能够提高平台的一站式服务能力，提升车主和用户粘性，同时能够为平台带来新的利润来源，使平台由单一的租金收入逐渐走向盈利渠道的多元化，增强其商业模式的竞争力和可持续性。

新技术：车联网提升运营效率和质量，无人驾驶推动行业变革

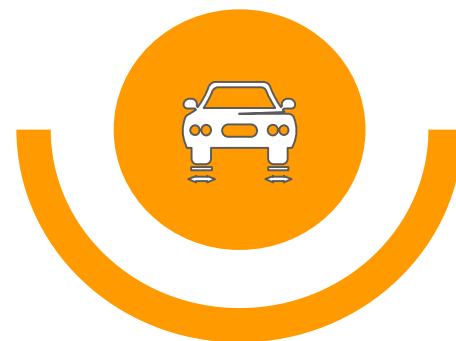


车联网实现海量数据积累
推动精细化运营并提供增值服务

- **Analysys易观分析认为**，在出行平台数据不断积累的基础上，包括滴滴、首汽在内主要出行平台都将眼光放在了未来最为关键的**无人驾驶技术研发**上。对于出行平台而言，可以充分**利用其丰富的出行数据资源**，和主机厂、科技企业实现合作，成立实验室并进行不同场景的试运营。
- **Analysys易观分析认为**，**无人驾驶很有可能会重塑未来的互联网出行行业形态和 market 格局**。预计在10-15年之内，随着无人驾驶技术的成熟和应用场景的落地，网约车和分时租赁会逐渐走向融合，同时无人车队将有可能变成大公共交通的一部分。因此如何应对无人驾驶带来的变革是目前所有出行企业都应该深思的问题。

- **Analysys易观分析认为**，车联网的发展将逐步实现车辆数据、用户数据以及交通数据的实时采集，**出行企业将获得海量的数据储备**。因此未来出行厂商将利用各类出行数据来实现车辆调度的优化，提供车主个性化服务，同时和政府合作共同建设智慧化的城市交通。
- **Analysys易观分析认为**，车联网同样将为出行服务带来更多的可能性，车载系统将为乘客带来更多的娱乐、信息、社交、生活等类型的服务，从而**将出行由单纯的工具升级为体验式的服务**，为服务带来更多溢价。同时根据出行的场景识别，也可以提供目的地服务的推送，从而带来平台新的利润来源。

平台合作进行无人驾驶技术研发
未来行业格局或被重新塑造



新市场：海外市场 and 中小城市有巨大机遇，服务人群不断细分



中小城市出行市场潜力巨大
头部企业加速国际化布局

- **Analysys易观分析认为**，随着移动互联网的渗透率不断加深，加上中小城市公共交通建设较为落后，因此**中小城市的出行需求有巨大释放空间**。2017年，以哈罗单车为代表的共享单车和以EVCARD为代表的分时租赁都在中小城市取得了长足发展，同时也有一批新的网约车平台开始提供城乡出行服务。
- **Analysys易观分析认为**，随着国内互联网用户红利逐渐消失，再加上技术和商业模式的成熟和领先，海外市场也成为互联网出行厂商布局的重要领域。2017年，滴滴出行投资了全球各个区域的本地打车应用，ofo和摩拜在海外几十个城市引领了单车热潮。预计未来**投资和本地化运营将成为出行行业出海的主要手段**。

- **Analysys易观分析认为**，随着互联网出行市场的不断成熟，其**服务的人群和场景也越发的多元化**，2017年滴滴出行将快车进一步细分到了拼车和优享服务，将服务的价格和司机车型等进一步细分。在未来服务人群和场景的细分将成为重要趋势，出行人群将逐渐细分到幼儿、学生、孕妇、女性、老人以及特殊群体等。
- **Analysys易观分析认为**，出行厂商正在和将要探索的服务场景包括高端专车、城乡出行、特殊人群出行、境外出行等。预计未来出行服务将有更细分的类型，用户将能够选择**差异化的定制服务**，用户在通勤、娱乐、商务、医疗、旅游、教育等不同场景下将享受差异化的出行服务。

市场向不同场景和人群细分
服务走向精细化和定制化



数据驱动精益成长

- 易观方舟
- 易观千帆
- 易观万像
- 易观标签云



易观方舟试用



易观千帆试用



易观订阅号