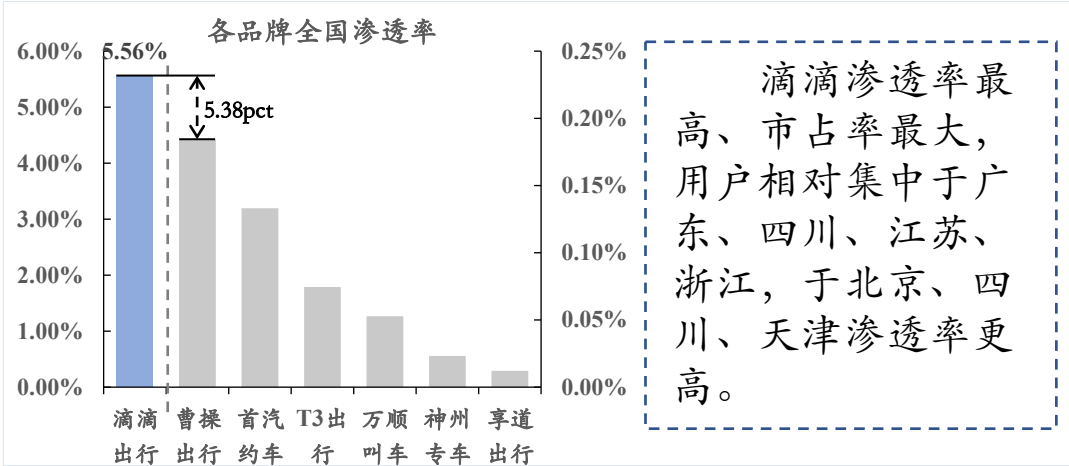
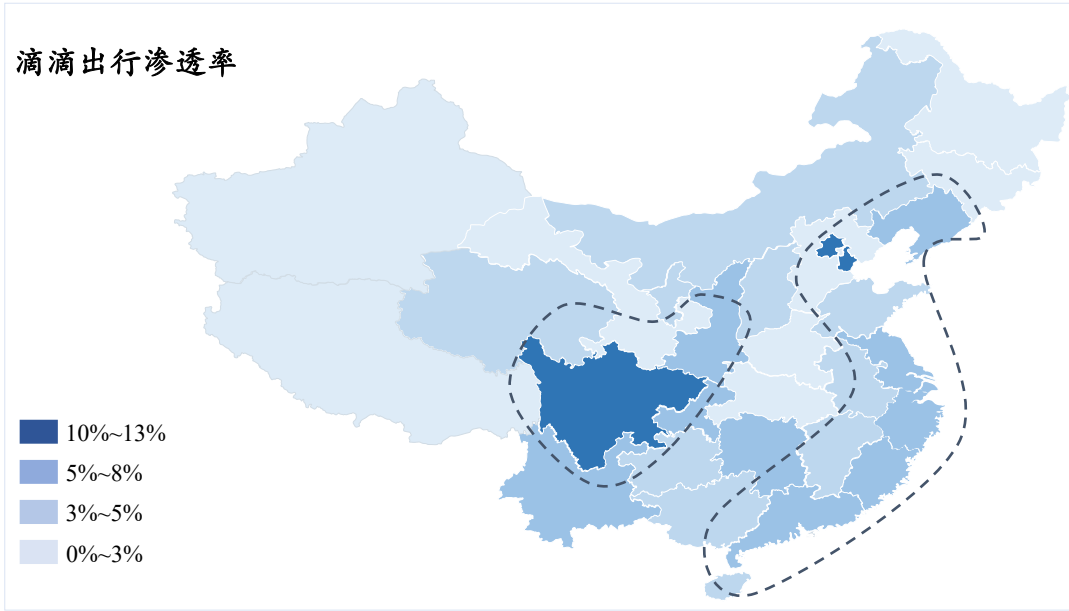


滴滴主要市场粤苏浙为各品牌争夺地，京川渝等省市面临首汽、万顺和T3地域挑战

滴滴渗透率远超其它竞品，曹操与首汽为第二梯队



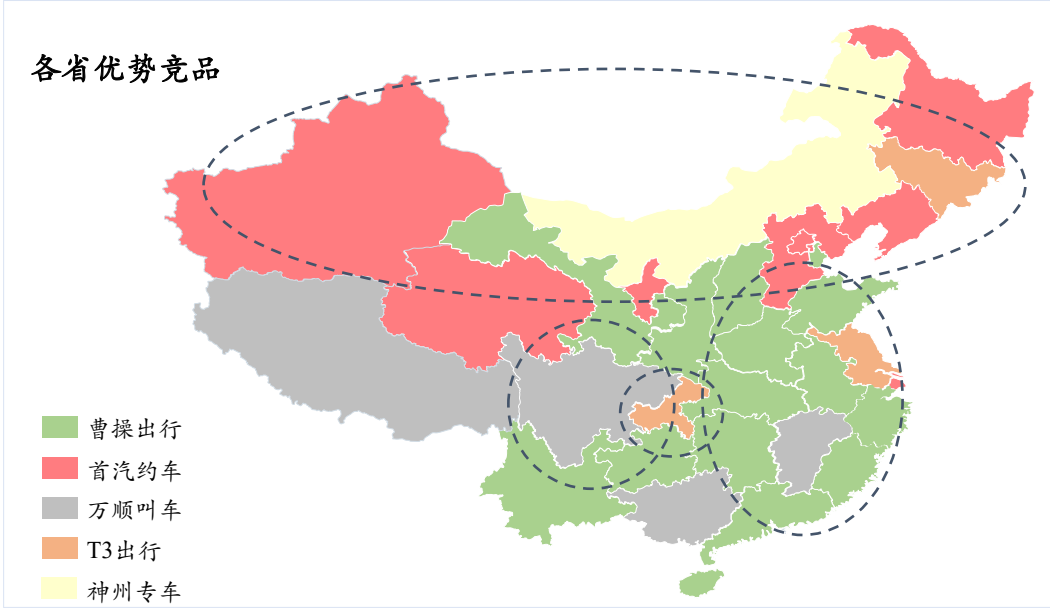
公司于东部沿海与川渝等经济相对发达地区渗透率较高



主要竞品用户相对集中，粤浙苏川渝为重点城市

| 竞品品牌 | 焦点 | 用户集中城市 |
|------|----|-----------------------------|
| 曹操出行 | 粤苏 | 广东(16%)、江苏(10%)、浙江、福建、四川、天津 |
| 首汽约车 | 京粤 | 北京(25%)、广东(12%)、浙江、江苏、黑龙江 |
| 万顺叫车 | 川渝 | 四川(29%)、重庆(20%)、广东、贵州 |
| T3出行 | 渝苏 | 重庆(44%)、江苏(28%)、吉林、浙江 |
| 神州专车 | 分散 | 广东(11%)、北京、福建、江苏 |
| 享道出行 | 豫沪 | 河南(45%)、上海(20%)、浙江、江苏 |

曹操与首汽分为南北优势竞品，T3与万顺为地域优势竞品

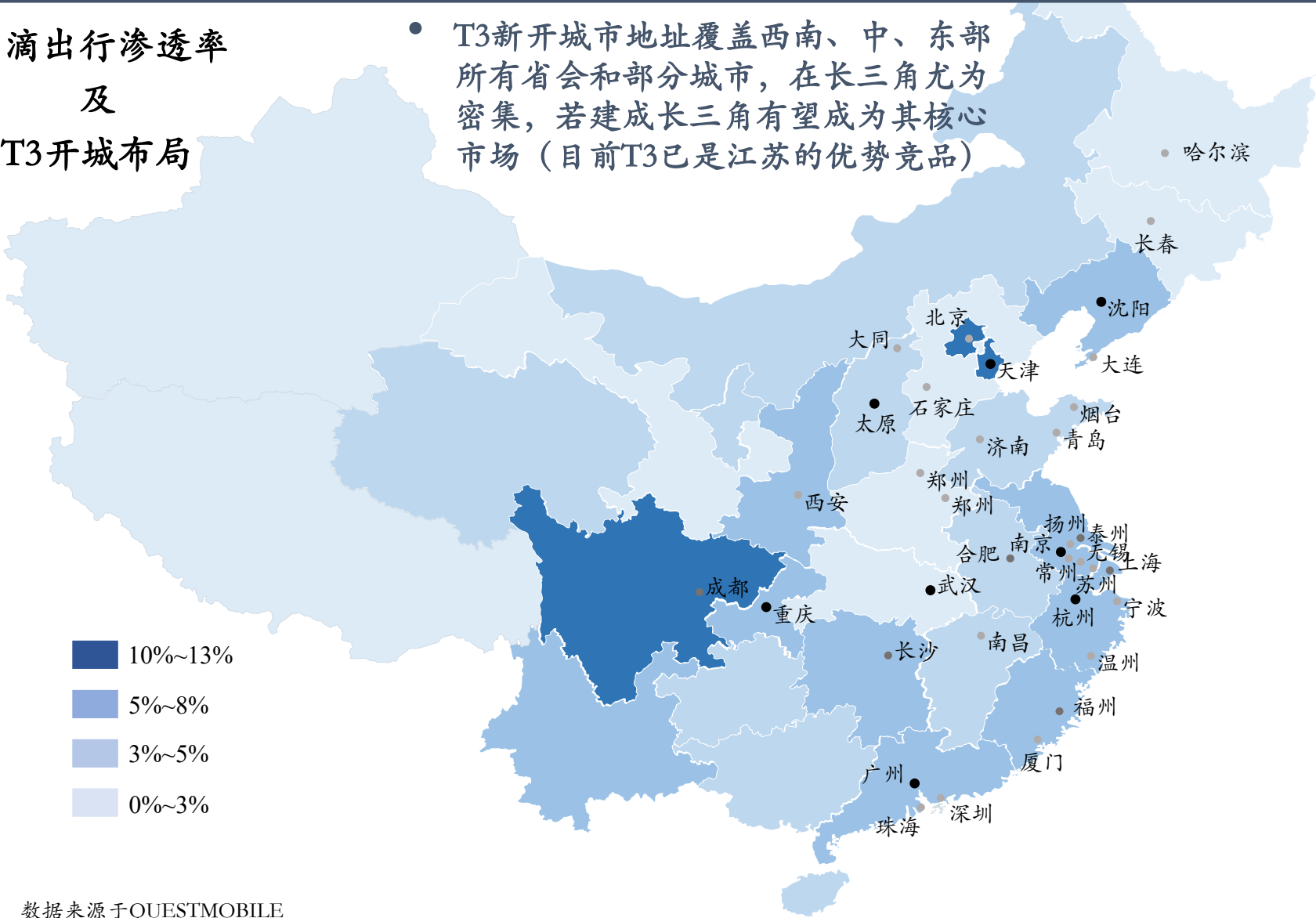


T3新开城市集中于长三角，建成后将对滴滴长三角市场形成较大挑战，需特别关注

4月态势报告
2020年6月12日

滴滴出行渗透率
及
T3开城布局

- T3新开城市地址覆盖西南、中、东部所有省会和部分城市，在长三角尤为密集，若建成长三角有望成为其核心市场（目前T3已是江苏的优势竞品）



各省份优势竞品：

- 曹操：广东、山东、河南、浙江、湖南、安徽、湖北、云南、陕西、福建、陕西、天津、甘肃、海南
- 首汽：北京、上海、河北、辽宁、黑龙江、新疆、青海
- T3：江苏、重庆、吉林
- 神州：内蒙古

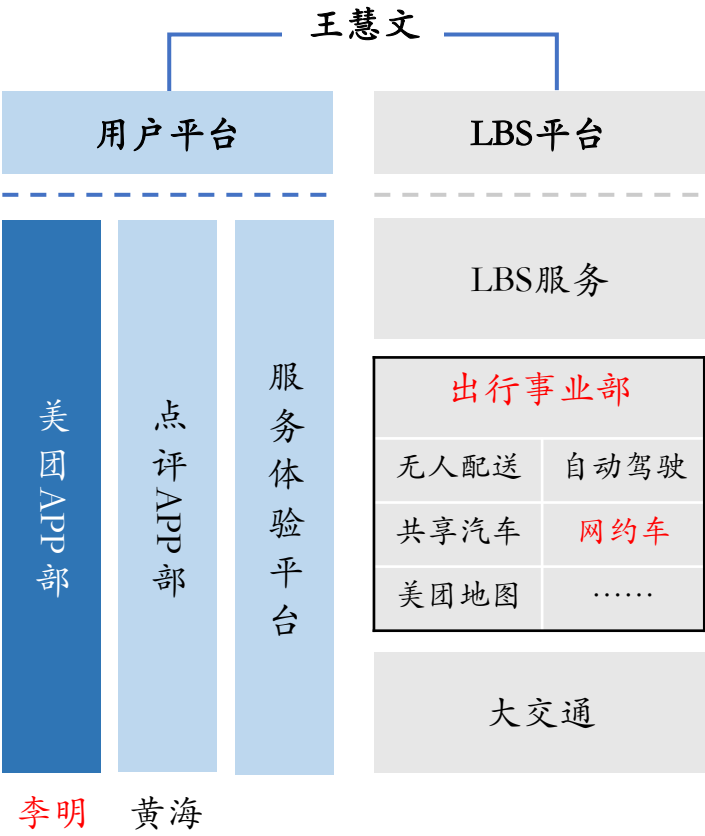
竞品用户渗透率

| 品牌 | 渗透率 |
|-------|-------|
| 滴滴出行 | 5.56% |
| 曹操出行 | 0.18% |
| 首汽约车 | 0.13% |
| T3出行 | 0.07% |
| 万顺叫车 | 0.05% |
| 神州专车 | 0.02% |
| 花小猪打车 | 0.02% |
| 享道出行 | 0.01% |

• 数据来源于QUESTMOBILE
• 渗透率为竞品4月月活用户数 / 全网活跃设备数；月活用户表示该月打开app的去重设备数；全网活跃设备数表示当月联网的去重设备数
• 各省市优势竞品指除DD外在当地渗透率最高的竞品

2018.10-2019.2调整

- 成立两大平台：用户平台、LBS平台
- 出行事业部负责网约车业务，也负责无人配送、共享汽车、美团地图、自动驾驶等出行领域的新业务，从属于LBS平台



2020.1调整

- 成立美团平台，负责人为公司副总裁李树斌，整合美团资源
- 出行事业部负责网约车业务，共4个业务组：聚合、巡游车、中台、自营



2020.6调整

- 原LBS平台调整为交通事业部，出行事业部未调整
- 原LBS平台下属充电宝业务部、两轮事业部、公交业务部、地图服务部调整至美团平台，进一步整合充实美团平台资源；相关负责人向李树斌汇报

