共享单车的市场分析和战略研究

摘 要

近年来，随着移动互联网技术的快速发展，智能手机的广泛使用和移动支付的普及，以及以分享经济为商业模式的企业发展日趋成熟，如交通出行行业的滴滴，Uber；民宿短租行业的Airbnb，蚂蚁短租；资金众筹领域的京东众筹和淘宝众筹等等，共享单车行业的发展尤为迅速。相对政府主导的公共自行车系统，共享单车的便捷性大幅提升，不仅摆脱了固定停车桩的限制，还解决了计费和支付问题。在一二线城市针对短距离出行，共享单车既便利，又有助于解决城市交通拥堵，过剩机动车出行造成的环境污染等问题。因此短期内吸引了大量资本注入，发展迅猛，为共享经济的进一步发展添加了新的活力。随着共享单车商业模式的逐渐清晰，市场开始回归运营本质，更多关注其盈利及未来的市场走向，以及单车企业为了可持续发展如何定位自身的战略问题。

本文首先分析共享单车的发展历程，共享单车市场爆发并迅速壮大的根本原因，以及单车市场的发展现状，对单车行业的历史和目前的发展格局有一个清晰的认识。

其次针对目前单车市场”两家独大，多家并存”的竞争格局下，通过波特竞争模型分析法对典型的单车企业的产品，市场，运营策略等进行分析研究，在此基础上可以得出影响单车企业可持续发展的几个主要因素。

最后针对发展最壮大的两家单车企业摩拜和ofo为例，运用服务战略的思想分析单车企业未来的市场走向，并结合SoLoMo(社交化，本地化，移动化)的商业模式分析单车企业的战略定位，并结合滴滴的发展历史，探索出影响共享单车可持续发展的因素和关键控制点，找出单车企业未来的发展方向，为单车市场的持久发展提供有价值的参考依据。

关键词**：**共享单车；盈利；市场分析；发展方向

Shared cycling market analysis and strategic research

Abstract

In recent years, with the rapid development of mobile Internet technology, the widespread use of smart phones and the popularity of mobile payment, as well as to share the economic business model for the development of enterprises mature, such as traffic travel industry, Uber; Of the Airbnb, ants short rent; funds in the field of Jingdong public and Taobao all chips, etc., sharing the development of the bicycle industry is particularly rapid. Compared to the government-led public bicycle system, the convenience of sharing bicycles has increased significantly, not only to get rid of the restrictions of fixed parking piles, but also to solve the billing and payment problems. In a second-tier cities for short-distance travel, sharing bicycles is both convenient, but also help to solve the urban traffic congestion, excessive motor vehicle travel caused by environmental pollution and other issues. So the short term to attract a lot of capital injection, the rapid development of the shared economy for the further development of added new vitality. With the sharing of bicycle business model gradually clear, the market began to return to the nature of the operation, pay more attention to its profitability and future market trends, and bicycle companies in order to sustainable development how to locate their own strategic issues.

This paper first analyzes the development process of sharing bicycles, shares the root causes of the rapid development of the bicycle market and the rapid development of the cycling market, and has a clear understanding of the history of the bicycle industry and the current development pattern.

Secondly, according to the current competition pattern of the bicycles market, the two products, the market and the operation strategy of the cycling enterprises are analyzed and analyzed by the Porter competition model analysis method. On this basis, Several Major Factors Affecting the Sustainable Development of Cycling Enterprises.

 Finally, for the development of the two largest bicycles business and the distribution of the aso, for example, the use of service strategy analysis of the future market trends of bicycle companies, combined with SoLoMo (socialization, localization, mobile) business model analysis of bicycle business Strategic positioning, combined with the development history of the drop, to explore the factors that affect the sustainable development of shared bicycles and key control points, to find the future direction of development of bicycle companies for the sustainable development of the bicycle market to provide a valuable reference.

**Key Words**: Shared bicycle; profit; market analysis; development direction

目 录

[第1章 绪论 1](#_Toc476171225)

[1.1 研究背景和意义 1](#_Toc476171226)

[1.2 国内外研究现状 1](#_Toc476171227)

[1.2.1 X的研究现状 1](#_Toc476171228)

[1.2.2 其他 1](#_Toc476171229)

[1.2.3 理论 1](#_Toc476171230)

[1.3 本文的研究内容 2](#_Toc476171231)

[1.4 论文组织结构 2](#_Toc476171232)

[第2章 相关X介绍 3](#_Toc476171233)

[2.1 X 3](#_Toc476171234)

[2.2 本章小结 3](#_Toc476171235)

[第3章 X设计 4](#_Toc476171236)

[3.1 设计 4](#_Toc476171237)

[3.1.1 X 4](#_Toc476171238)

[3.2 本章小结 4](#_Toc476171239)

[第4章 X 5](#_Toc476171240)

[4.1 X 5](#_Toc476171241)

[4.1.1 。。。。。 5](#_Toc476171242)

[4.1.2 。。。。。 5](#_Toc476171243)

[第5章 总结和展望 6](#_Toc476171244)

[参考文献 7](#_Toc476171245)

[攻硕期间发表的论文与研究成果 8](#_Toc476171246)

[致谢 9](#_Toc476171247)

图表目录

[图2‑1 图的名称 3](#_Toc471929206)

[图3‑1 图的名称 4](#_Toc471929207)

[表1‑1 表的名称 1](#_Toc471929212)

# 绪论

## 研究背景和意义

### 研究背景

随着移动互联网技术的快速发展，智能手机的普及和移动支付的广泛使用，共享单车的便捷性大幅提高，不仅摆脱了固定停车桩的限制，还解决了计费和支付问题，在一二线城市，针对3公里内的短距离出行，共享单车既便利，又有助于解决城市交通拥堵，过剩机动车导致的环境污染等问题。

单车市场从2014年诞生，至2017年，三年期间经历了萌芽期，表演期，爆发期。截止2017年7月，我国单车行业总融资额超过了170亿元；已经有30多家单车品牌；全国累计投放单车数量达1000万辆，仅北京市投放单车数量就达235万辆；注册用户超过1亿人次，累计服务超过10亿人次。行业竞争愈加激烈，随着摩拜和ofo两家超级单车企业”吃掉”国内市场上的大部分用户，“悟空单车”等小型单车企业因资金链断裂等问题导致的陆续出局，资金，技术和用户量等因素使得单车行业的壁垒日趋明显。

2017年9月，北京，上海，广州，深圳等12个城市交通委陆续发布消息，暂停单车新增投放，而这仅仅是个开始。共享单车要挥别过去野蛮生长的时代了，投资回归理性，共享单车行业的市场争夺进入了“下半场”。接下来的竞争已经不再是资本的大比拼，而是企业运维管理能力和城市管理者的规划，引导能力的考验。单纯的依赖资本注入，增加单车投放量来提高企业竞争力是不可行的，必须拥有自己的“持续造血功能”，找准产品的市场定位才可以可持续发展下去。

因此共享单车企业接下来该如何定位自己未来的市场，找准企业战略发展方向显得尤为重要。

### 理论意义

共享单车的商业模式发酵于中国，是国内首创的商业模式，目前，共享单车商业模式在国内是相对新生的事物，国内关于共享单车的研究文献稀少，文献基础也相对薄弱，对于共享单车的商业模式还没有系统的，完善的学术研究；而国外单车行业的资料更多的是关于自行车租赁商业模式的研究分析，和共享单车商业模式存在较大的差别。自行车出行，无线互联网，移动支付，社交网络等共享经济要素的发展速度远远超过理论的更新速度。因此，针对国内研究共享单车商业模式的匮乏现状，本文将结合真实的单车案例分析，总结共享单车商业模式的特点和类型，通过O2O思想和视角，尝试分析出共享单车市场未来的市场发展方向；结合有效的企业数据，摸索出单车企业的战略定位，进一步丰富共享单车商业模式的研究成果。这将丰富共享单车商业模式理论，为国内单车企业的发展和壮大提供强有力的理论支撑和案例知识。

### 实际意义

对共享单车未来的市场分析和战略研究，可以为国内单车市场提供更多理论依据，为单车企业的未来发展提供更多的思路参考和建设意见。单车企业的发展壮大和可持续，可以极大的弥补公共自行车租赁系统的不完善和不合理之处，有助于减轻城市交通拥堵和环境污染，同时可以为城市居民增加运动，促进身心健康，引导公民的素质更加趋于良好，信用体系更加健全，城市发展更加智能和完善。

### 国外研究现状

在X主要分为下面三大研究方向。

（1）一句话只有一个引用，就标注在句末[3]。

（2）同一处多个引用时，将序号全部列出：张三[3]认为。。李四[4]指出。。。，形成某个模型[1],[4]-[5]。

（3）同一文献在论著中被引用多次，只编1个序号，引文页码放在“[ ]”外，文献表中不再重复著录页码。例如：张三等[4]15-17。。，张三等[4]55认为。。。

插入引用[3-5]、[1,4-5]：先用“交叉引用”插入多个引用[3]-[5]，引用内容之间用减号或逗号分隔，然后用Shift键和方向键选择 “]-[” 这三个字符，设置字体格式为“隐藏”。

### 国内研究现状

在表1‑1列出（要使用三线表，即表格最顶和最低的横向用1.5磅实线、表头分隔横向用0.5磅横向，内容横向和竖线不画。选择表点右键插入题注，选择或创建题注类型“表”，插入后去掉“表”和序号中间的空格）。。。

表1‑1 表的名称

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| 项目 | B | 特点 |
| Bb | 2 | 2 |
| Cc | 2 | 2 |
| W | 2 | 2 |

。。。

。。。

。。。

## 本文的研究内容和研究方法

。。。

因此，本文对下列工作内容进行重点研究和阐述：

（1）。。

。。。

（2）。。

。。。

（3）。。

。。。

## 本文的创新点

本文共分为下列七章：

第一章，绪论。说明研究的意义、背景、现状，描述了研究的主要内容。

第二章，相关X介绍。概括本文涉及的基础理论和X。

第三章，X设计。总结X。

第四章，X。。

第五章，。

第六章，评估和总结。

第七章，总结和展望。总结本文的主要工作、创新点和不足，及后续研究工作。

# 相关X介绍

本章描述X的关键X，后续章节将用到这些技术。

## X

对于X，如图2‑1所示的。注意：图片中的文字大小和颜色对比度要能辨识出文字，避免使用商业色彩浓的宣传图片，网上复制的图片要自己重画。



图2‑1 图的名称

。。插图的样式名为“图”，在图上点右键插入脚注，插入后去掉“图”和序号中间的空格。

## 本章小结

本章分析了，总结了：。

在后续章节将根据本章的。

# X设计

本章根据X，设计了X。。

## 设计

相对于。

### X

对于X，如图3‑1（a）所示。多个分图时每个分图要有名称。

 

（a）必须有分图名称 （b）不好的序号

图‑1 图的名称

。。插图的样式名为“图”，在图上点右键插入脚注。

## 本章小结

本章提出了。。

序号说明：避免使用图3‑1（b）所示序号符号，更不要用PPT中花哨的符号，可用（1）或2）这样的格式。

# X

本章阐述了。

## X

### 。。。。。

### 。。。。。

# 总结和展望

本文在。。

受限制。。

由于项目的开发时间较短、笔者经验不足，在本论文中难免存在一些问题，请各位老师和同学批评指正。

参考文献

1. 人名. 学位论文名[D]. 城市:大学名, 2014.
2. 王东. 重要的网络文章名[EB/OL]. [2015-04-19]. http://xxxx.com/39.shtml.
3. 人名. 硕士论文名[D]. 北京:北京交通大学, 2010.
4. 人名. 博士论文名[D]. 杭州:浙江大学, 2010.
5. 人名, 人名. 期刊论文名[J]. 期刊名, 2012, 27(1):111-113.
6. Epps J, Lichman S, Wu M. A study of [A]. Proceedings of EA '06 [C]. New York: ACM, 2006: 748-753.
7. Onur Cinar. Book Title[M]. Berkeley: Apress, 2012.

攻硕期间发表的论文与研究成果

致谢

本论文得以完成，首先感谢导师X副教授。X老师学风严谨、认真负责，从论文开题到写作的一年内经常主动监督和指导我的工作，提出了很高的要求，多次当面指导，耐心细致的提出了各种修改意见。

感谢我的企业导师X博导。X老师在治学态度、研究方法上给我很多指导甚至是批评，在论文选题、写作思路上给了很多指导意见，在繁忙的工作中仔细评阅了各种文档。

从论文开题起，… 对他们所有支持和帮助，在此一并表示感谢。

最后感谢各位专家评委对本论文的指正和建议。