

2019年中国共享汽车市场分析报告- 市场深度分析与发展前景预测

报告大纲

观研报告网

www.chinabaogao.com

一、报告简介

观研报告网发布的《2019年中国共享汽车市场分析报告-市场深度分析与发展前景预测》涵盖行业最新数据，市场热点，政策规划，竞争情报，市场前景预测，投资策略等内容。更辅以大量直观的图表帮助本行业企业准确把握行业发展态势、市场商机动向、正确制定企业竞争战略和投资策略。本报告依据国家统计局、海关总署和国家信息中心等渠道发布的权威数据，以及我中心对本行业的实地调研，结合了行业所处的环境，从理论到实践、从宏观到微观等多个角度进行市场调研分析。

官网地址：<http://baogao.chinabaogao.com/qiche/430936430936.html>

报告价格：电子版: 8200元 纸介版：8200元 电子和纸介版: 8500

订购电话: 400-007-6266 010-86223221

电子邮箱: sale@chinabaogao.com

联系人: 客服

特别说明：本PDF目录为计算机程序生成，格式美观性可能有欠缺；实际报告排版规则、美观。

二、报告目录及图表目录

共享汽车是以分钟或小时等为计价单位，利用移动互联网、全球定位等信息技术构建网络服务平台，为用户提供自助式车辆预订、车辆取还、费用结算为主要方式的汽车租赁服务。

近年来，伴随着共享经济的兴起，共享汽车在我国逐渐发展起来。其兴起背后，是共享经济、政策鼓励和技术支撑三因素的共同作用，到目前行业已经进入调整阶段。

同时新能源汽车具有节能环保、后期养护成本低和驾驶体验小等优势，近年来又受到国家政策的补贴，得以大力推行，很适合作为共性汽车的主要车型。同时，新能源汽车续航里程的提升、充电桩等基础设施不断完善和使用者体验的提升都促进共享汽车的发展。2012-2018年新能源汽车产销量情况数据来源：中汽协 从共享汽车App用户数量来看，其用户规模和行业渗透率还在稳定增长。数据显示，截止到2018年11月，我国共享汽车行业用户规模达到了952.4万人，同比增长了144.83%；行业渗透率达到0.87%，增长了0.48个百分点。2017-2018年中国共享汽车行业APP用户规模数据来源：极光大数据 从融资方面，根据数据，2018年我国汽车出行行业共发生341起融资时间，总融资金额达到1873亿元。其中，科技出行领域（网约车、共享单车、共享汽车等）共有84家科技出行领域的企业完成融资，占企业总数的28%，依然是资本追逐的焦点。2018年汽车出行行业各领域融资企业数量分布情况数据来源：汽车工业协会2018年汽车出行行业各领域融资金额分布情况

数据来源：汽车工业协会

但目前，我国共享汽车行业也存在运营企业责任意识不强、用户资金管理要求未能落实等问题，用户资金安全风险凸显，损害了用户合法权益。

中国共享汽车发展困境仍然严峻

当前企业运营成本高、盈利难

当前共享汽车企业面临的最主要的客观问题还是运营成本高、自身盈利难。一方面，共享汽车多为新能源汽车，而新能源汽车领域相关网点、基础设施等方面的建设都还不完善，在前期配套相对不足的情况下，推行共享汽车所产生的运营成本十分巨大。另一方面，共享汽车本质上还属于汽车租赁行业，而这一行业具有明显的重资产、重运营、重管理属性，企业在运营中需要投入大量的资金，且共享汽车领域具有长线投资的特点，当前收入模式较为单一，收入来源主要是车辆租赁收入、二手车交易收入、广告收入以及车辆大数据收入，短期内盈利困难，如果企业不能有效的控制成本、提高运营效率，探索形成一个合理的盈利模式，将无法在长期竞争中盈利生存。

牌照、充电桩等资源有限

其一，牌照数量有限，是共享汽车卡脖子的难题。伴随新能源汽车的快速发展，新能源号牌发放从最初的申请即领到如今排队领号的局面，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。其二，充电桩的建设，决定着电动共享汽车的发展速度。当前公共充电设施尚无法满足车辆的充电需求，尽管分时租赁以停车场集中充电为主，但公共充电

设施的不完备、缺乏统一标准等均会造成用车过程中的不便，降低用户体验，除加快充电桩的合理建设以外，还应提升充电桩智能化管理，从源头上解决新能源汽车充电难问题。

存在停车难、找车难、还车难等问题

停车问题依旧是共享汽车发展所面临的很大难题。其发展路线基本上是从一、二线城市逐步下沉，实际上一、二线城市的停车位紧缺早已是难题。不同于共享单车，共享汽车需要规整的停车位，城市停车位本来就紧张，土地价格又寸土寸金，这一问题很难得到解决。

停车难的同时还滋生了找车难和还车难等问题。由于停车位稀缺，很多用户在需要用车的时候并不能及时在附近找到可用车辆;此外一部分共享汽车要求指定位置归还，实际上增加了出行的麻烦。同时，大部分共享汽车采用里程+时间的双向计费方式，虽然企业有优惠措施，正常使用成本低于出租车，但考虑到停车、还车时间计费等诸多隐性条件和附加成本，总体价格实际并不便宜。

技术突破亟待加快

共享汽车是个高技术壁垒行业，涉及车辆充电、车辆的安全性、车联网系统、智能辅助驾驶甚至无人驾驶等多个维度，技术的突破对于汽车共享效率的提升至关重要。技术不成熟，大量运营工作只能采用原始的人工服务，不仅运营效率低下、成本高昂，还会造成诸多安全隐患。而在充电这个维度，目前的解决方案主要有充电和换电两种，如何提升充电效率和电池续航能力一直是业界亟待解决的难题，大大制约了汽车分时租赁的发展。资料来源：互联网

预计未来在在市场环境、新能源汽车政策补贴多重要素推动下，我国共享汽车市场规模将持续增长。预计到2023年，我国共享汽车市场规模将超450亿元，2019-2023年均复合增长率约为61.84%。2016-2023年中国共享汽车市场规模统计情况及预测数据来源：汽车工业协会

中国共享汽车行业发展趋势

政策红利推动发展

2017年8月，交通部、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》，提出要从充分认识发展分时租赁的作用、科学确定分时租赁发展定位、提升线上线下服务能力、建立健全配套政策措施四方面出发，鼓励分时租赁发展。《意见》表示分时租赁能在一定程度上缓解私家车保有量的快速增长及对道路和停车资源的占用，同时还鼓励使用新能源车辆开展分时租赁，并在充电基础设施布局和建设方面给予扶持，促进新形势下汽车分时租赁健康发展以更好满足大众多层次出行需求。

2017年10月，深圳、广州、成都等城市也相继出台了有关汽车分时租赁的相关政策。如成都市实施的《关于鼓励和规范新能源汽车分时租赁业发展指导意见》明确，至2020年全市形成覆盖广泛的新能源汽车分时租赁服务网络，服务网点达到5000个，充电桩达到2万个。

汽车消费观念发生转变

从政府、企业的角度看，当前政府、企业考虑到资产配置优化、商务出行的便利性，实现“轻资产运营”，并减少车辆的持有成本和维修、保养、人力等费用，更倾向于汽车租赁这一

灵活、低成本的方式而非以往汽车资产采购的方式。从大众消费者的角度看，以前购买车辆是刚性需求，被看作与房产同等重要，但实际上，高价购买、低频使用造成了资源闲置、浪费等。加上近年来，很多城市限牌、摇号等政策性制约，让很多人特别是80后、90后年轻人的出行方式发生了改变，他们对车辆的消费价值观不再是以占有为主，而是倾向于租赁。汽车消费整体观念的转变将推动汽车租赁市场快速增长，共享汽车作为汽车租赁的垂直细分，市场需求亦将得到有效扩张。

社会、环境及经济效益明显

汽车共享模式的提出，人们出行方式的改变，对停车状况、交通状态、资源供需关系、资源消耗、环境生态等均会产生新的影响。

其一，未来共享汽车的推行，将使得汽车所需量大幅下降，虽然车辆行驶总里程增加，但由于车辆减少，交通资源利用效果更好，从而缓解交通拥堵，提升汽车行驶的经济性和节能性。

其二，汽车共享能提高车辆的利用率，降低汽车保有量，减少汽车产生的大量污染；同时，短时租赁模式下的汽车多为小型新能源汽车，其产生的能耗费用较少，且使用的电能可以通过风力、光伏等可再生能源技术获得，实现“零排放”“无污染”。

其三，共享汽车的车源先天地依赖新能源汽车，而我国正在大力推行新能源汽车战略，这就为共享汽车企业提供了充足的车源。且共享模式作为城市内部短距离交通出行的解决方式，巧妙地规避了新能源汽车续航里程的短板，同时也为新能源汽车推广使用拓展了空间。

未来新技术深度融合趋势

移动互联网、大数据、物联网等技术与汽车租赁行业的深度融合，将会带来日益便利的租车体验。尤其是以神州租车为代表的企业在场景化、智能化运营、无门店运营等创新服务模式上的推进，用户随时随地下单，上门送取车，进一步激发了分时租赁和短租市场的需求。同时，未来无人驾驶技术的实现普及可以解决共享汽车行业当前存在的诸多问题，例如用户不用去找车，而是让车自己行驶到用户身边，结束服务时汽车可自行行驶至指定停车点，不仅能优化用户体验、还能合理调度各网点车辆需求，真正实现随取随还、全面覆盖。资料来源：互联网（www）

中国报告网是观研天下集团旗下打造的业内资深行业分析报告、市场深度调研报告提供商与综合行业信息门户。《2019年中国共享汽车市场分析报告-市场深度分析与发展前景预测》涵盖行业最新数据，市场热点，政策规划，竞争情报，市场前景预测，投资策略等内容。更辅以大量直观的图表帮助本行业企业准确把握行业发展态势、市场商机动向、正确制定企业竞争战略和投资策略。本报告依据国家统计局、海关总署和国家信息中心等渠道发布的权威数据，以及我中心对本行业的实地调研，结合了行业所处的环境，从理论到实践、从宏观到微观等多个角度进行市场调研分析。

它是业内企业、相关投资公司及政府部门准确把握行业发展趋势，洞悉行业竞争格局

，规避经营和投资风险，制定正确竞争和投资战略决策的重要决策依据之一。本报告是全面了解行业以及对本行业进行投资不可或缺的重要工具。观研天下是国内知名的行业信息咨询机构，拥有资深的专家团队，多年来已经为上万家企业单位、咨询机构、金融机构、行业协会、个人投资者等提供了专业的行业分析报告，客户涵盖了华为、中国石油、中国电信、中国建筑、惠普、迪士尼等国内外行业领先企业，并得到了客户的广泛认可。

本研究报告数据主要采用国家统计局数据，海关总署，问卷调查数据，商务部采集数据等数据库。其中宏观经济数据主要来自国家统计局，部分行业统计数据主要来自国家统计局及市场调研数据，企业数据主要来自于国家统计局规模企业统计数据库及证券交易所等，价格数据主要来自于各类市场监测数据库。本研究报告采用的行业分析方法包括波特五力模型分析法、SWOT分析法、PEST分析法，对行业进行全面的内外部环境分析，同时通过资深分析师对目前国家经济形势的走势以及市场发展趋势和当前行业热点分析，预测行业未来的发展方向、新兴热点、市场空间、技术趋势以及未来发展战略等。

【报告大纲】

第一章 2016-2019年中国共享汽车行业发展概述

第一节 共享汽车行业发展情况概述

- 一、共享汽车行业相关定义
- 二、共享汽车行业基本情况介绍
- 三、共享汽车行业发展特点分析

第二节 中国共享汽车行业上下游产业链分析

- 一、产业链模型原理介绍
- 二、共享汽车行业产业链条分析
- 三、中国共享汽车行业产业链环节分析
 - 1、上游产业
 - 2、下游产业

第三节 中国共享汽车行业生命周期分析

- 一、共享汽车行业生命周期理论概述
- 二、共享汽车行业所属的生命周期分析

第四节 共享汽车行业经济指标分析

- 一、共享汽车行业的赢利性分析
- 二、共享汽车行业的经济周期分析
- 三、共享汽车行业附加值的提升空间分析

第五节 中国共享汽车行业进入壁垒分析

- 一、共享汽车行业资金壁垒分析
- 二、共享汽车行业技术壁垒分析
- 三、共享汽车行业人才壁垒分析

四、共享汽车行业品牌壁垒分析

五、共享汽车行业其他壁垒分析

第二章 2016-2019年全球共享汽车行业市场发展现状分析

第一节 全球共享汽车行业发展历程回顾

第二节 全球共享汽车行业市场区域分布情况

第三节 亚洲共享汽车行业地区市场分析

一、亚洲共享汽车行业市场现状分析

二、亚洲共享汽车行业市场规模与市场需求分析

三、亚洲共享汽车行业市场前景分析

第四节 北美共享汽车行业地区市场分析

一、北美共享汽车行业市场现状分析

二、北美共享汽车行业市场规模与市场需求分析

三、北美共享汽车行业市场前景分析

第五节 欧盟共享汽车行业地区市场分析

一、欧盟共享汽车行业市场现状分析

二、欧盟共享汽车行业市场规模与市场需求分析

三、欧盟共享汽车行业市场前景分析

第六节 2019-2025年世界共享汽车行业分布走势预测

第七节 2019-2025年全球共享汽车行业市场规模预测

第三章 中国共享汽车产业发展环境分析

第一节 我国宏观经济环境分析

一、中国GDP增长情况分析

二、工业经济发展形势分析

三、社会固定资产投资分析

四、全社会消费品共享汽车总额

五、城乡居民收入增长分析

六、居民消费价格变化分析

七、对外贸易发展形势分析

第二节 中国共享汽车行业政策环境分析

一、行业监管体制现状

二、行业主要政策法规

第三节 中国共享汽车产业社会环境发展分析

一、人口环境分析

二、教育环境分析

三、文化环境分析

四、生态环境分析

五、消费观念分析

第四章 中国共享汽车行业运行情况

第一节 中国共享汽车行业发展状况情况介绍

一、行业发展历程回顾

二、行业创新情况分析

三、行业发展特点分析

第二节 中国共享汽车行业市场规模分析

第三节 中国共享汽车行业供应情况分析

第四节 中国共享汽车行业需求情况分析

第五节 中国共享汽车行业供需平衡分析

第六节 中国共享汽车行业发展趋势分析

第五章 中国共享汽车所属行业运行数据监测

第一节 中国共享汽车所属行业总体规模分析

一、企业数量结构分析

二、行业资产规模分析

第二节 中国共享汽车所属行业产销与费用分析

一、流动资产

二、销售收入分析

三、负债分析

四、利润规模分析

五、产值分析

第三节 中国共享汽车所属行业财务指标分析

一、行业盈利能力分析

二、行业偿债能力分析

三、行业营运能力分析

四、行业发展能力分析

第六章 2016-2019年中国共享汽车市场格局分析

第一节 中国共享汽车行业竞争现状分析

一、中国共享汽车行业竞争情况分析

二、中国共享汽车行业主要品牌分析

第二节 中国共享汽车行业集中度分析

一、中国共享汽车行业市场集中度分析

二、中国共享汽车行业企业集中度分析

第三节 中国共享汽车行业存在的问题

第四节 中国共享汽车行业解决问题的策略分析

第五节 中国共享汽车行业竞争力分析

一、生产要素

二、需求条件

三、支援与相关产业

四、企业战略、结构与竞争状态

五、政府的作用

第七章 2016-2019年中国共享汽车行业需求特点与动态分析

第一节 中国共享汽车行业消费市场动态情况

第二节 中国共享汽车行业消费市场特点分析

一、需求偏好

二、价格偏好

三、品牌偏好

四、其他偏好

第三节 共享汽车行业成本分析

第四节 共享汽车行业价格影响因素分析

一、供需因素

二、成本因素

三、渠道因素

四、其他因素

第五节 中国共享汽车行业价格现状分析

第六节 中国共享汽车行业平均价格走势预测

一、中国共享汽车行业价格影响因素

二、中国共享汽车行业平均价格走势预测

三、中国共享汽车行业平均价格增速预测

第八章 2016-2019年中国共享汽车行业区域市场现状分析

第一节 中国共享汽车行业区域市场规模分布

第二节 中国华东地区共享汽车市场分析

一、华东地区概述

二、华东地区经济环境分析

三、华东地区共享汽车市场规模分析

四、华东地区共享汽车市场规模预测

第三节 华中地区市场分析

一、华中地区概述

二、华中地区经济环境分析

三、华中地区共享汽车市场规模分析

四、华中地区共享汽车市场规模预测

第四节 华南地区市场分析

一、华南地区概述

二、华南地区经济环境分析

三、华南地区共享汽车市场规模分析

四、华南地区共享汽车市场规模预测

第九章 2016-2019年中国共享汽车行业竞争情况

第一节 中国共享汽车行业竞争结构分析（波特五力模型）

一、现有企业间竞争

二、潜在进入者分析

三、替代品威胁分析

四、供应商议价能力

五、客户议价能力

第二节 中国共享汽车行业SWOT分析

一、行业优势分析

二、行业劣势分析

三、行业机会分析

四、行业威胁分析

第三节 中国共享汽车行业竞争环境分析（PEST）

一、政策环境

二、经济环境

三、社会环境

四、技术环境

第十章 共享汽车行业企业分析（随数据更新有调整）

第一节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

1、主要经济指标情况

2、企业盈利能力分析

3、企业偿债能力分析

4、企业运营能力分析

5、企业成长能力分析

四、公司优劣势分析

第二节 企业

- 一、企业概况
- 二、主营产品
- 三、运营情况
- 四、公司优劣势分析

第三节 企业

- 一、企业概况
- 二、主营产品
- 三、运营情况
- 四、公司优劣势分析

第四节 企业

- 一、企业概况
- 二、主营产品
- 三、运营情况
- 四、公司优劣势分析

第五节 企业

- 一、企业概况
- 二、主营产品
- 三、运营情况
- 四、公司优劣势分析

第十一章 2019-2025年中国共享汽车行业发展前景分析与预测

第一节 中国共享汽车行业未来发展前景分析

- 一、共享汽车行业国内投资环境分析
- 二、中国共享汽车行业市场机会分析
- 三、中国共享汽车行业投资增速预测

第二节 中国共享汽车行业未来发展趋势预测

第三节 中国共享汽车行业市场发展预测

- 一、中国共享汽车行业市场规模预测
- 二、中国共享汽车行业市场规模增速预测
- 三、中国共享汽车行业产值规模预测
- 四、中国共享汽车行业产值增速预测
- 五、中国共享汽车行业供需情况预测

第四节 中国共享汽车行业盈利走势预测

- 一、中国共享汽车行业毛利润同比增速预测
- 二、中国共享汽车行业利润总额同比增速预测

第十二章 2019-2025年中国共享汽车行业投资风险与营销分析

第一节 共享汽车行业投资风险分析

- 一、共享汽车行业政策风险分析
- 二、共享汽车行业技术风险分析
- 三、共享汽车行业竞争风险分析
- 四、共享汽车行业其他风险分析

第二节 共享汽车行业企业经营发展分析及建议

- 一、共享汽车行业经营模式
- 二、共享汽车行业销售模式
- 三、共享汽车行业创新方向

第三节 共享汽车行业应对策略

- 一、把握国家投资的契机
- 二、竞争性战略联盟的实施
- 三、企业自身应对策略

第十三章 2019-2025年中国共享汽车行业发展战略及规划建议

第一节 中国共享汽车行业品牌战略分析

- 一、共享汽车企业品牌的重要性
- 二、共享汽车企业实施品牌战略的意义
- 三、共享汽车企业品牌的现状分析
- 四、共享汽车企业的品牌战略
- 五、共享汽车品牌战略管理的策略

第二节 中国共享汽车行业市场的重点客户战略实施

- 一、实施重点客户战略的必要性
- 二、合理确立重点客户
- 三、对重点客户的营销策略
- 四、强化重点客户的管理
- 五、实施重点客户战略要重点解决的问题

第三节 中国共享汽车行业战略综合规划分析

- 一、战略综合规划
- 二、技术开发战略
- 三、业务组合战略
- 四、区域战略规划
- 五、产业战略规划
- 六、营销品牌战略
- 七、竞争战略规划

第十四章 2019-2025年中国共享汽车行业发展策略及投资建议

第一节 中国共享汽车行业产品策略分析

一、服务产品开发策略

二、市场细分策略

三、目标市场的选择

第二节 中国共享汽车行业定价策略分析

第三节 中国共享汽车行业营销渠道策略

一、共享汽车行业渠道选择策略

二、共享汽车行业营销策略

第四节 中国共享汽车行业价格策略

第五节 观研天下行业分析师投资建议

一、中国共享汽车行业重点投资区域分析

二、中国共享汽车行业重点投资产品分析

图表详见正文

更多好文每日分享，欢迎关注公众号

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/qiche/430936430936.html>