

2021年中国共享单车市场分析报告- 市场现状调查与投资战略研究

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《2021年中国共享单车市场分析报告-市场现状调查与投资战略研究》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/536402536402.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

共享单车是指共享平台在学校、站点、住宅区、商业地段和公共服务区等提供自行车公用服务。目前我国各大城市流行的共享单车，就是互联网共享行业最典型的代表。伴随着智能手机的普及以及移动用户的数量激增，以共享单车为主导的共享经济得以快速发展。可以说，共享单车是当下互联网共享行业的最显著的缩影。

随着最近几年诸如滴滴、Uber等网约车的快速发展，使得人们的出行方式得到大大改变。作为共享经济的代表，共享单车在2016年横空问世，通过多个用户共同用同一辆自行车来达到共享经济。五年时间，我国共享单车就经历了四个阶段，从探索期到爆发期再到调整期，最后到现在的平稳期。截止2019年底，我国共享单车用户规模约有2.6亿人。

我国共享单车发展历程 数据来源：公开资料整理

2015-2019年我国共享单车用户规模情况 数据来源：公开资料整理

一、优势分析

（1）交换效率高

随着互联网的快速发展，基于互联网平台的共享经济已经从一开始的金融领域。到现在的餐饮住宿，交通出行以及生活服务等各个方面。共享经济所带来的共享行业，已经成为经济生活中不可或缺的一部分。互联网共享提倡“以租为主”，摒弃了以往用户购买的传统模式，使资源达到合理配置。不仅在实物领域，共享经济也深入到信息、资源等虚拟领域，有利于经济的可持续发展。

（2）电子货币发展迅猛

互联网信息时代的到来，对实体货币的冲击影响最大，电子货币作为金融业与互联网结合的产物俨然受到了人们的欢迎，电子货币作为现代一种新兴货币形式，以互联网作为支付的方式更是传统货币所不可匹敌的。

在现实生活中，通过支付宝、微信等移动支付终端给民众提供了便利。由于电子货币的出现，为互联网共享行业创造了良好的生存环境。近年来随着互联网的发展，我国移动支付市场也在不断增长。根据数据显示，2019年我国移动支付用户规模将达到7.33亿人。目前我国移动支付的普及情况在世界处于领先水平，随着各大平台对日常生活场景和下沉市场覆盖加强，未来将普及更大规模人群，预计到2020年付用户规模有望达到7.90亿人。

2016-2020年我国移动支付用户规模及预测情况 数据来源：公开资料整理

（3）灵活性强

如今多变的市场经济环境与传统的经济模式相比，共享经济能够更加高效灵活地应对诸如市场形势。个人方面由于不需要拥有交换物品的所有权，在用低成本使用完某种商品以后，对于其剩余价值，可以再转移给下一个消费者继续使用；企业方面，企业拥有物品所有权，虽然要承担物品损耗所带来的风险，但由于收取的用户的佣金，便足以抵消风险。并且可以在物品使用期间用客户的资金去进行投资，以获得投资收益。这也是目前很多共享平台大幅

推广优惠的原因，其投资收益远远大于成本损耗。

二、劣势分析

建立在诚信基础上的一个信用经济，推行了数十年仍有很多小问题，共享经济作为信用经济的一个分支，同样也无法避免各种问题的出现。由于供给双方经常处于信息不对称的情况下，使处于实体经济下的交易经常不平衡，而这种依托互联网平台的共享经济，更是完全暴露在无人监管的风险之下。近些年随着共享单车的风靡，对共享单车私自占有，肆意破坏的时间也是屡见不鲜。由于共享经济的发展迅速，目前政府对共享平台方面的监控和监管很难跟上，在一定程度上让一些社交软件有机可乘。由于我国对共享经济方面的立法还没跟上，存在法律的漏洞，对于消费者和共享平台的权责关系没有明确的界限，更是加大了在交易过程中的交易风险，双方权益都难得到保障。

三、机遇分析

共享经济对社会的深入影响，引起了民众的关注。5月7日，在上海成立了中国自行车协会共享单车专业委员会，标志着共享单车被正式纳入国家自行车行业协会。根据资料了解，2016年，共享经济首次写入政府工作报告，国务院通过“十三五”就业规划，提出大力发展共享经济。

在不久的将来，我国将会出台相关的政府规章来规范共享单车，共享平台的运行将会越来越规范，将会出台更为标准的法律条文来保障消费者和平台的共同权益。

共享单车行业相关重点监管政策汇总

城市

时间

政策/措施

主要内容

上海

2018.04

《上海市规范发展共享自行车指导意见(试行)》

规定车辆投放、押金管理、信用信息互通共享等方面。

北京

2019.05

开展为期一个月的互联网租赁自行车专项治理行动，重点清理未报备违规投放车辆，逾期不整改执法部门将对企业进行处罚

加大“禁投令”管控力度。

2018.12

上线监管与服务平台，继续实行又限制增量、减量调控政策

对共享单车数量、服务等进行实时监控管理。

2017.04

《北京市鼓励规范发展共享自行车的指导意见(试行)》
明确了企业、政府、使用者的责任,提出数量管控要求。

深圳

2017.09

《深圳市互联网租赁自行车规范管理整治行动实施方案》
对控制车辆规模、企业运营监管、骑行停放管理完善和基础设施建设提出了相应的要求。

广州

2018.04

实行公开招标配额措施
发布40万辆共享单车配额招标,以招标方式确定3家互联网租赁自行车运营商。

杭州

2017.12

试点“电子围栏”
杭州全国首推共享单车全市监管平台,接入市内5大共享单车平台,共77万辆单车。

2017.04

《杭州市促进互联网租赁自行车规范发展的指导意见(试行)》
规定政府监管、单车投放等问题。

厦门

2019.04

实行公开招标配额措施
根据企业考核情况确定运营企业。

昆明

2019.08

昆明市城市管理局召开共享单车乱象治理约谈会
拟对共享车辆进行上牌管理。

2018.06

《昆明市共享单车运营服务管理实施细则(试行)》
对共享单车进行整顿管理。

成都

2018.09

将每月的15日定为“互联网租赁自行车定期清理整治工作日”
整治单车乱停乱放。

2018.06

开展城市精细化管理“百日攻坚”专项行动
整治单车乱停乱放。数据来源：公开资料整理

四、威胁分析

由于共享经济出现时间较晚，在面对传统实体经济的压力下，将会形成很多冲突，而这种冲突往往在短时间内是得不到解决。在共享经济主体之间，也存在着激烈的竞争。以共享单车为例，我国的共享单车品牌就多达26种。如果用户需求市场饱和，这些品牌，不寻找新的发展方向，将会不可避免地面临破产倒闭等情况出现。共享单车在经历了早期野蛮扩张，到目前剩下的哈啰单车、美团单车、青桔单车，分别在阿里巴巴、美团点评和滴滴的支持下，形成三足鼎立的垄断局面。

2019年我国用户综合满意度排名前三企业情况 数据来源：公开资料整理

共享单车通过高度自由的互联网运营的方式给了用户更多的选择机会。随着共享单车市场规模的不断扩大，整个行业内部的竞争也越来越激烈。然而，在带来方便的同时，一些大城市集中的停放点也不可避免的和城市公共交通产生矛盾，造成交通拥堵，给出行带来大大的不便。共享单车的成长过程，也是整个互联网共享行业成长的缩影。（TJL）

中国报告网是观研天下集团旗下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。《2021年中国共享单车市场分析报告-市场现状调查与投资战略研究》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 2017-2020年中国共享单车行业发展概述

第一节 共享单车行业发展情况概述

一、共享单车行业相关定义

二、共享单车行业基本情况介绍

三、共享单车行业发展特点分析

四、共享单车行业经营模式

1、生产模式

2、采购模式

3、销售模式

五、共享单车行业需求主体分析

第二节 中国共享单车行业上下游产业链分析

一、产业链模型原理介绍

二、共享单车行业产业链条分析

三、产业链运行机制

1、沟通协调机制

2、风险分配机制

3、竞争协调机制

四、中国共享单车行业产业链环节分析

1、上游产业

2、下游产业

第三节 中国共享单车行业生命周期分析

一、共享单车行业生命周期理论概述

二、共享单车行业所属的生命周期分析

第四节 共享单车行业经济指标分析

一、共享单车行业的赢利性分析

二、共享单车行业的经济周期分析

三、共享单车行业附加值的提升空间分析

第五节 中国共享单车行业进入壁垒分析

一、共享单车行业资金壁垒分析

二、共享单车行业技术壁垒分析

三、共享单车行业人才壁垒分析

四、共享单车行业品牌壁垒分析

五、共享单车行业其他壁垒分析

第二章 2017-2020年全球共享单车行业市场发展现状分析

第一节 全球共享单车行业发展历程回顾

第二节 全球共享单车行业市场区域分布情况

第三节 亚洲共享单车行业地区市场分析

- 一、亚洲共享单车行业市场现状分析
- 二、亚洲共享单车行业市场规模与市场需求分析
- 三、亚洲共享单车行业市场前景分析
- 第四节 北美共享单车行业地区市场分析
 - 一、北美共享单车行业市场现状分析
 - 二、北美共享单车行业市场规模与市场需求分析
 - 三、北美共享单车行业市场前景分析
- 第五节 欧洲共享单车行业地区市场分析
 - 一、欧洲共享单车行业市场现状分析
 - 二、欧洲共享单车行业市场规模与市场需求分析
 - 三、欧洲共享单车行业市场前景分析
- 第六节 2021-2026年世界共享单车行业分布走势预测
- 第七节 2021-2026年全球共享单车行业市场规模预测
- 第三章 中国共享单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、全社会消费品共享单车总额
 - 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 中国共享单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 中国共享单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 中国共享单车行业运行情况
 - 第一节 中国共享单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 中国共享单车行业市场规模分析

第三节 中国共享单车行业供应情况分析

第四节 中国共享单车行业需求情况分析

第五节 我国共享单车行业细分市场分析

一、细分市场一

二、细分市场二

三、其它细分市场

第六节 中国共享单车行业供需平衡分析

第七节 中国共享单车行业发展趋势分析

第五章 中国共享单车所属行业运行数据监测

第一节 中国共享单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 中国共享单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 中国共享单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 2017-2020年中国共享单车市场格局分析

第一节 中国共享单车行业竞争现状分析

一、中国共享单车行业竞争情况分析

二、中国共享单车行业主要品牌分析

第二节 中国共享单车行业集中度分析

一、中国共享单车行业市场集中度影响因素分析

二、中国共享单车行业市场集中度分析

第三节 中国共享单车行业存在的问题

第四节 中国共享单车行业解决问题的策略分析

第五节 中国共享单车行业钻石模型分析

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 2017-2020年中国共享单车行业需求特点与动态分析

第一节 中国共享单车行业消费市场动态情况

第二节 中国共享单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 共享单车行业成本结构分析

第四节 共享单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 中国共享单车行业价格现状分析

第六节 中国共享单车行业平均价格走势预测

一、中国共享单车行业价格影响因素

二、中国共享单车行业平均价格走势预测

三、中国共享单车行业平均价格增速预测

第八章 2017-2020年中国共享单车行业区域市场现状分析

第一节 中国共享单车行业区域市场规模分布

第二节 中国华东地区共享单车市场分析

一、华东地区概述

二、华东地区经济环境分析

三、华东地区共享单车市场规模分析

四、华东地区共享单车市场规模预测

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、华中地区共享单车市场规模分析

四、华中地区共享单车市场规模预测

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、华南地区共享单车市场规模分析
- 四、华南地区共享单车市场规模预测

第九章 2017-2020年中国共享单车行业竞争情况

第一节 中国共享单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 中国共享单车行业SCP分析

- 一、理论介绍
- 二、SCP范式
- 三、SCP分析框架

第三节 中国共享单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 共享单车行业企业分析（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 2021-2026年中国共享单车行业发展前景分析与预测

第一节 中国共享单车行业未来发展前景分析

一、共享单车行业国内投资环境分析

二、中国共享单车行业市场机会分析

三、中国共享单车行业投资增速预测

第二节 中国共享单车行业未来发展趋势预测

第三节 中国共享单车行业市场发展预测

一、中国共享单车行业市场规模预测

二、中国共享单车行业市场规模增速预测

三、中国共享单车行业产值规模预测

四、中国共享单车行业产值增速预测

五、中国共享单车行业供需情况预测

第四节 中国共享单车行业盈利走势预测

一、中国共享单车行业毛利润同比增速预测

二、中国共享单车行业利润总额同比增速预测

第十二章 2021-2026年中国共享单车行业投资风险与营销分析

第一节 共享单车行业投资风险分析

一、共享单车行业政策风险分析

二、共享单车行业技术风险分析

三、共享单车行业竞争风险分析

四、共享单车行业其他风险分析

第二节 共享单车行业应对策略

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 2021-2026年中国共享单车行业发展战略及规划建议

第一节 中国共享单车行业品牌战略分析

一、共享单车企业品牌的重要性

二、共享单车企业实施品牌战略的意义

三、共享单车企业品牌的现状分析

四、共享单车企业的品牌战略

五、共享单车品牌战略管理的策略

第二节 中国共享单车行业市场重点客户战略实施

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 中国共享单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

第四节 共享单车行业竞争力提升策略

一、共享单车行业产品差异性策略

二、共享单车行业个性化服务策略

三、共享单车行业的促销宣传策略

四、共享单车行业信息智能化策略

五、共享单车行业品牌化建设策略

六、共享单车行业专业化治理策略

第十四章 2021-2026年中国共享单车行业发展策略及投资建议

第一节 中国共享单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 中国共享单车行业营销渠道策略

一、共享单车行业渠道选择策略

二、共享单车行业营销策略

第三节 中国共享单车行业价格策略

第四节 观研天下行业分析师投资建议

一、中国共享单车行业重点投资区域分析

二、中国共享单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/536402536402.html>