

2018年中国互联网租赁自行车行业分析报告- 市场深度调研与发展前景预测

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《2018年中国互联网租赁自行车行业分析报告-市场深度调研与发展前景预测》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/banyunshebei/346563346563.html>

报告价格：电子版: 7200元 纸介版：7200元 电子和纸介版: 7500

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

互联网租赁自行车行业尝试用“信用免押”模式解锁押金模式，建立以信用为核心的新型监管机制。目前，行业内采用的信用监管模式有两种，一是与第三方征信机构合作，如ofo和永安行公司与芝麻信用合作监管；二是由服务提供企业建立独立的用户信用管理体系，如摩拜公司建立行业首个大数据人工智能平台“魔方”监管用户行为。这两种信用监管模式都是在对部分领域信用数据进行分析的基础上形成对用户的整体信用评价，且缺少对企业的监管。互联网租赁自行车行业要建立以信用为核心的规范发展体系，加强信用管理，构建多层次、高效率、全方位的社会信用监管机制。

图：互联网租赁自行车

资料来源：互联网 1、健全信用管理制度，加强法律法规建设

车辆违规停放，骑行交通事故，盗窃诈骗行为，企业押金账户安全，自行车产品质量，等等，都是交易行为中缺乏诚信的表现。《中华人民共和国道路交通安全法》对非机动车通行作了明确规定，车辆停放、行驶不得违反法律规定，学龄前儿童需在监护人陪同下骑行等。我国出台了《关于建立完善守信联合激励和失信联合惩戒制度加快推进社会诚信建设的指导意见》，依法依规加强对重点领域和严重失信行为实施联合惩戒，加强对失信行为的行政性、市场性和行业性约束。交通运输部《关于鼓励和规范互联网租赁自行车发展的指导意见》要求，加强信用管理，加快互联网租赁自行车领域信用记录、共享和联合奖惩，实施“先监管、后进入”的准入机制，规范企业运营服务，引导用户安全文明用车。我国信用管理制度陆续发布，地方性信用立法提上议程，针对失信行为联合奖惩的制度较多，加大执行力度，加强信用监管，完善奖惩措施，有利于促进互联网租赁自行车行业健康有序发展。

2、明确信用监管主体，健全信用监管体系

我国互联网租赁自行车的准公共物品属性，决定其监管不能仅仅依靠行业自律或社会自治，而服务提供企业与政府职能部门的关系也不是简单的“管”与“被管”，需要把握该行业多元主体及其利益关系，构建社会共治的信用监管体系。行政职能部门应充分鼓励服务提供企业作用的发挥，给予更多的发展选择、利益表达和权益维护等，协调与企业之间的关系。对纳入信用基础数据库的企业，交通运输、发展改革、工商、质检等部门按照各自职责实施监督检查，并依法依规进行奖惩。促进与社区、街道、环卫等单位合作，实施网格化监督，及时排查违规行为并记入信用数据库。支持行业协会、产业联盟等强化服务质量监管和第三方信用评价，发布行业规范或公约，划分失信行为等级，实现与信用基础数据库互通共享。

企业主体加强对用户失信行为监管，多方参与监督和举报用户失信行为，司法和行政部门在职权范围内采取有效的监管措施，避免向用户转嫁经营风险等行为的发生。

3、加快信用记录建设，纳入信用基础数据库

加快互联网租赁自行车服务领域各类主体信用记录建设，实施信用分类监管，将服务提供企业和用户信用记录纳入基础数据库。各级公共信用信息系统加快与已建设信用数据管理平台的服务提供企业对接，定期共享用户信用记录；尚未建立独立信用数据管理平台的企业采用全量报送、增量更新的方式共享信用信息。各级政府职能部门将互联网租赁自行车企业和用户行为纳入信用信息系统，将企业和用户不文明行为和违法违规行记入信用记录。通过设置专用端口供社会监管人员取证上报。互联网服务提供企业应当遵守国家网络和信息安全有关规定，依法合规归集、使用、共享和保护用户个人的信用信息。

4、加强信用信息共享，建立联合奖惩机制

各级信用信息系统将归集的互联网租赁自行车信用信息与国家信用平台共享，建立全国单车信用信息共享机制。鼓励企业建立信用信息共享联盟，让违法违规使用者“一处失信，处处受限”。以信息共享为基础，建立完善的联合奖惩机制。一是加大失信行为惩戒力度。

。

创新技术手段，升级互联网租赁自行车的定位和监控系统，锁定违法违规行为的准确信息；发动单车猎人等公众对违规行为进行监督举报；将企业和用户履约情况与征信挂钩，一旦出现失信行为，将影响企业在享受财政资金支持、招投标等领域支持，个人信贷、签证、出行等也将受到负面影响。对严重失信和多次失信行为将被列入“老赖”名单，取消市场准入资格，加大曝光力度。二是健全褒扬和激励守信行为机制。筛选推介诚实守信的企业和用户，建立行政审批绿色通道，在各类优惠政策中优先提供公共服务便利，降低守信企业的市场交易成本等，保障互联网租赁自行车健康持续发展。

5、完善信用评价体系，建立信用“红黑榜”

服务提供企业大多采取用户信用分体系奖惩用户信用行为，违停、破坏等失信行为扣积分，当用户信用积分低于某一个数值时，将取消这一用户的使用权。信用积分是企业对用户信用评价的估值，但信用评价不等于信用定价，信用管理部门和行业协会需完善个人信用评价体系，提高信用评价标准，将互联网租赁自行车领域发生的失信行为纳入到用户经济行为中，关联其他领域信用行为，形成完整的信用评价指标体系。根据用户个人信用评价结果

，建立互联网租赁自行车领域信用“红黑榜”，如用户信用评价结果低于某一标准，就会上“黑榜”，该用户需用信用成本来买单，在其他经济活动中的行为也会受到相应约束。“红榜”用户将取得相关激励，享受各类免押金优惠，办理信用卡、贷款等提供绿色通道，鼓励用户诚信用车，最大限度地降低违法违规行为。

6、创新信用监管技术，建立信用大数据平台

2015年7月，国务院办公厅印发《关于运用大数据加强对市场主体服务和监管的若干意见》，要求在公共服务和市场监管中积极稳妥、充分有效、安全可靠地运用大数据等现代信息技术、社会数据资源和社会化的信息服务，降低行政监管成本，提高监管服务的针对性和有效性。通过建立信用基础数据库，结合大数据分析，明确互联网租赁自行车用户需求热点，引导城市交通合理规划，指导车辆精准投放。鼓励企业开发推行“电子围栏”，打造“无桩有站”的模式，从技术上解决违停问题。在车辆上安装GPS锁，作为联合奖惩机制的辅助技术，更加有效地判断失信责任人。建立和完善车辆的预约服务以及管控措施，合理安排各投放点的车辆数量，试行车辆升级服务。

互联网租赁自行车是共享经济发展的一次重要探索，现有的社会条件，包括价值观念、信用建设、监管方式等尚不能适应商业模式和互联网技术的持续创新，导致日益普遍化的互联网租赁自行车遭到损毁、上锁专用和竞争性破坏等，用户的账户押金和信息安全拷问企业的运营管理能力和社会责任意识。因此，为了互联网租赁自行车行业能够健康、有序、持续地发展，必须促进社会信用体系的发展，建立以信用为核心的监管机制，制定和完善信用监管方面的法律法规，加快行业自律方面服务标准规范和机制的建立，加大信用信息归。

(GYWWJP)

观研天下发布的《2018年中国互联网租赁自行车行业分析报告-市场深度调研与发展前景预测》内容严谨、数据翔实，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动向、市场前景、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 2016-2018年中国互联网租赁自行车行业发展概述

第一节 互联网租赁自行车行业发展情况概述

- 一、互联网租赁自行车行业相关定义
- 二、互联网租赁自行车行业基本情况介绍
- 三、互联网租赁自行车行业发展特点分析

第二节 中国互联网租赁自行车行业上下游产业链分析

- 一、产业链模型原理介绍
 - 二、互联网租赁自行车行业产业链条分析
 - 三、中国互联网租赁自行车行业产业链环节分析
- 1、上游产业
 - 2、下游产业

第三节 中国互联网租赁自行车行业生命周期分析

- 一、互联网租赁自行车行业生命周期理论概述
- 二、互联网租赁自行车行业所属的生命周期分析

第四节 互联网租赁自行车行业经济指标分析

- 一、互联网租赁自行车行业的赢利性分析
- 二、互联网租赁自行车行业的经济周期分析
- 三、互联网租赁自行车行业附加值的提升空间分析

第五节 国中互联网租赁自行车行业进入壁垒分析

- 一、互联网租赁自行车行业资金壁垒分析
- 二、互联网租赁自行车行业技术壁垒分析
- 三、互联网租赁自行车行业人才壁垒分析

四、互联网租赁自行车行业品牌壁垒分析

五、互联网租赁自行车行业其他壁垒分析

第二章 2016-2018年全球互联网租赁自行车行业市场发展现状分析

第一节 全球互联网租赁自行车行业发展历程回顾

第二节 全球互联网租赁自行车行业市场区域分布情况

第三节 亚洲互联网租赁自行车行业地区市场分析

一、亚洲互联网租赁自行车行业市场现状分析

二、亚洲互联网租赁自行车行业市场规模与市场需求分析

三、亚洲互联网租赁自行车行业市场前景分析

第四节 北美互联网租赁自行车行业地区市场分析

一、北美互联网租赁自行车行业市场现状分析

二、北美互联网租赁自行车行业市场规模与市场需求分析

三、北美互联网租赁自行车行业市场前景分析

第五节 欧盟互联网租赁自行车行业地区市场分析

一、欧盟互联网租赁自行车行业市场现状分析

二、欧盟互联网租赁自行车行业市场规模与市场需求分析

三、欧盟互联网租赁自行车行业市场前景分析

第六节 2018-2024年世界互联网租赁自行车行业分布走势预测

第七节 2018-2024年全球互联网租赁自行车行业市场规模预测

第三章 中国互联网租赁自行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、全社会消费品互联网租赁自行车总额

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 中国互联网租赁自行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 中国互联网租赁自行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 中国互联网租赁自行车行业运行情况

第一节 中国互联网租赁自行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 中国互联网租赁自行车行业市场规模分析

第三节 中国互联网租赁自行车行业供应情况分析

第四节 中国互联网租赁自行车行业需求情况分析

第五节 中国互联网租赁自行车行业供需平衡分析

第六节 中国互联网租赁自行车行业发展趋势分析

第五章 中国互联网租赁自行车所属行业运行数据监测

第一节 中国互联网租赁自行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 中国互联网租赁自行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 中国互联网租赁自行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 2016-2018年中国互联网租赁自行车市场格局分析

第一节 中国互联网租赁自行车行业竞争现状分析

一、中国互联网租赁自行车行业竞争情况分析

二、中国互联网租赁自行车行业主要品牌分析

第二节 中国互联网租赁自行车行业集中度分析

一、中国互联网租赁自行车行业市场集中度分析

二、中国互联网租赁自行车行业企业集中度分析

第三节 中国互联网租赁自行车行业存在的问题

第四节 中国互联网租赁自行车行业解决问题的策略分析

第五节 中国互联网租赁自行车行业竞争力分析

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 2016-2018年中国互联网租赁自行车行业需求特点与价格走势分析

第一节 中国互联网租赁自行车行业消费特点

第二节 中国互联网租赁自行车行业消费偏好分析

一、需求偏好

二、价格偏好

三、品牌偏好

四、其他偏好

第三节 互联网租赁自行车行业成本分析

第四节 互联网租赁自行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 中国互联网租赁自行车行业价格现状分析

第六节 中国互联网租赁自行车行业平均价格走势预测

一、中国互联网租赁自行车行业价格影响因素

二、中国互联网租赁自行车行业平均价格走势预测

三、中国互联网租赁自行车行业平均价格增速预测

第八章 2016-2018年中国互联网租赁自行车行业区域市场现状分析

第一节 中国互联网租赁自行车行业区域市场规模分布

第二节 中国华东地互联网租赁自行车市场分析

- 一、华东地区概述
- 二、华东地区经济环境分析
- 三、华东地区互联网租赁自行车市场规模分析
- 四、华东地区互联网租赁自行车市场规模预测
- 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、华中地区互联网租赁自行车市场规模分析
 - 四、华中地区互联网租赁自行车市场规模预测
- 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、华南地区互联网租赁自行车市场规模分析

第九章 2016-2018年中国互联网租赁自行车行业竞争情况

第一节 中国互联网租赁自行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 中国互联网租赁自行车行业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 中国互联网租赁自行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 互联网租赁自行车行业企业分析（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

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

第三节 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

第四节 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

第五节 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

第十一章 2018-2024年中国互联网租赁自行车行业发展前景分析与预测

第一节 中国互联网租赁自行车行业未来发展前景分析

一、互联网租赁自行车行业国内投资环境分析

二、中国互联网租赁自行车行业市场机会分析

三、中国互联网租赁自行车行业投资增速预测

第二节 中国互联网租赁自行车行业未来发展趋势预测

第三节 中国互联网租赁自行车行业市场发展预测

一、中国互联网租赁自行车行业市场规模预测

二、中国互联网租赁自行车行业市场规模增速预测

三、中国互联网租赁自行车行业产值规模预测

四、中国互联网租赁自行车行业产值增速预测

五、中国互联网租赁自行车行业供需情况预测

第四节 中国互联网租赁自行车行业盈利走势预测

一、中国互联网租赁自行车行业毛利润同比增速预测

二、中国互联网租赁自行车行业利润总额同比增速预测

第十二章 2018-2024年中国互联网租赁自行车行业投资风险与营销分析

第一节 互联网租赁自行车行业投资风险分析

一、互联网租赁自行车行业政策风险分析

二、互联网租赁自行车行业技术风险分析

三、互联网租赁自行车行业竞争风险分析

四、互联网租赁自行车行业其他风险分析

第二节 互联网租赁自行车行业企业经营发展分析及建议

一、互联网租赁自行车行业经营模式

二、互联网租赁自行车行业销售模式

三、互联网租赁自行车行业创新方向

第三节 互联网租赁自行车行业应对策略

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 2018-2024年中国互联网租赁自行车行业发展策略及投资建议

第一节 中国互联网租赁自行车行业品牌战略分析

一、互联网租赁自行车企业品牌的重要性

二、互联网租赁自行车企业实施品牌战略的意义

三、互联网租赁自行车企业品牌的现状分析

四、互联网租赁自行车企业的品牌战略

五、互联网租赁自行车品牌战略管理的策略

第二节 中国互联网租赁自行车行业市场的关键客户战略实施

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 中国互联网租赁自行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 2018-2024年中国互联网租赁自行车行业发展策略及投资建议

第一节 中国互联网租赁自行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 中国互联网租赁自行车行业定价策略分析

第三节 中国互联网租赁自行车行业营销渠道策略

一、互联网租赁自行车行业渠道选择策略

二、互联网租赁自行车行业营销策略

第四节 中国互联网租赁自行车行业价格策略

第五节 观研天下行业分析师投资建议

一、中国互联网租赁自行车行业重点投资区域分析

二、中国互联网租赁自行车行业重点投资产品分析

图表详见正文

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/banyunshebei/346563346563.html>