

2017-2022年中国共享单车行业竞争现状及投资动向研究报告

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《2017-2022年中国共享单车行业竞争现状及投资动向研究报告》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/yunshufuzhusheshi/289260289260.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

2016年，国内共享单车行业发展速度迅猛。截至2017年3月，我国共享单车行业总融资额达到了70亿元，已有超过30家的单车品牌，行业竞争愈加激烈。其中摩拜单车和ofo共享单车已宣布完成了D轮融资，小鸣单车在内的11家企业也处于完成了天使轮到c轮之前的融资。

一、共享单车的现状

(一)符合绿色、环保的生活观念，完善公共交通系统

当今，城市空气污染日趋严重、雾霾天气逐年增加，环境状况不容乐观，即使在地铁、公交汽车等交通网络的覆盖日趋完善的一线城市，依旧存在着“从站台到目的地最后一公里”的难题。此时，共享单车的出现，有效的改善了环境和交通问题，进而成功的提升了城市形象。首先，单车出行作为绿色的交通方式，其环境效益显而易见：据德高公司相关数据显示，自行车代替汽车出行，每公里路程平均可减少200gCO₂排放量；其次，共享单车作为日趋完善的城市交通网络有效的补充，其自由灵活的租赁模式，能够为1-3公里的短途出行提供服务，配合现存的公共交通系统，形成了“点对点”的运输服务，提高现有公共交通系统的可达性，并且起到了缓解城市交通拥堵的作用。

(二)随时取用，破解市民出行“最后一公里”的难题

租用一辆共享单车的操作方法简便：使用者通过手机号和验证码在APP客户端登录，寄交99~299元不等的押金后获得车辆使用权，之后利用车辆定位信息找到停放在附近车辆，扫码或手动输入车身编号开锁开始骑行，在骑行完毕后将单车停放在路边安全位置，并在APP中点击结束或手动锁车后系统计算骑行时间完成结算，费用在每30分钟0.1到1元之间不等。据《2016中国共享单车市场研究报告》相关数据显示，截至2016年底，中国共享单车市场用户数量已达到1886.4万人，预计之后的几年，用户数量将持续大幅增长，2019年底将达到11000万用户规模，主要在25-35岁上班族以及25岁以下学生中受到广泛欢迎。作为当前时尚的出行方式，共享单车的用途由上下班“站台”到目的地之间骑行扩大至校园骑行、购物、周边旅行，为市民2~3公里的短途出行提供了服务。正是由于共享单车具有使用便捷、理念环保、经济实惠、共享自由度高的特点，为使用者带来了极高的用户体验。

(三)带动产业链各行业各显所长，实现多方共赢

“闲置资源、共享网络平台、人人参与”是共享经济的三大基本要素，其中“人人参与”是指各个参与者在各取所需的同时对共享经济进行创新，是共享经济模式能够实现“互助互励，收益共享”的原因。作为共享经济的典型案例，共享单车的出现，解决了政府交通拥堵和环境污染问题、市民出行无序需求的问题以及为其运营商创造了商业价值。并且，在产业链方面，共享单车企业成功的连接了上游和下游的产业链。以ofo共享单车企业为例，使用者通过具有GPS定位功能的app智能终端找到单车，完成骑行行为后通过支付宝或微信提供的移动支付平台进行支付。

此外，ofo企业积极飞鸽、凤凰等老牌自行车生产商合作，获得单车供应，与华为、电信企业合作进行电子锁技术方面提升。所以说，共享单车真正实现了多角色、多行业互助互励，共同发展。

图：2017预计产量

资料来源：公开资料，中国报告网整理

二、发展对策建议

(一)政府部门出面，完善相关制度

1.建立个人共享单车的租用信用体系，加大惩处力度以减少失信行为，利用社会性惩戒制度并且通过信息资源的共享，将共享单车的个人信用应用到生活各领域。

2.通过征求市民建议的方式，出台并实施针对于共享单车行业行为规范条例，例如：倡导运营者定期检查单车质量、开通24小时投诉电话，竞争者不破坏、不盗窃、不自藏单车，使用者文明使用、文明停放、文明保护单车。

3.完善相关的法律法规，真正的做到有法可依、有法必依、违法必究，公安部门、交通部门等政府部门介入管理，按照相关规定对违法违规用户进行惩罚，以此约束用户行为，促使整个共享单车行业良性发展。

(二)完善基础设施，优化后台管理系统

共享单车进入市场后期，消费者对其新鲜感会减弱，能否切实提高单车本身的功能性和实用性、通过优化用户体验来提高消费者满意度成为企业留住更多消费者的关键。

首先，完善基础设施：1.企业自身在追求低成本单车的同时必须保障单车质量，定期对存量车进行安全抽查，对故障车及时处理，为车辆购买保险；2.积极利用自己在环保、交通方面的贡献争取政府方面的资金支持，对共享单车基础设施如单车停放区域、公路单车道的

建立与维修；3.对于城市共享单车总量产能过剩和部分路段高峰期单车却供不应求的现象，分别需要根据单车数量与区域人口的比例，科学的投放单车，对共享单车大数据挖掘，合理的规划停车区域，实现信息的流通和车辆快速调配。

其次，优化后台管理系统：

1.企业软件开发人员在前期研发过程中对app软件进行充分的测评工作，不断优化界面设计，选择合适的操作系统。

2.后期app软件投入使用中，定期对服务器升级和维护，及时发现漏洞并不断完善软件系统。

(三)线上线下相结合，形成跨领域多方面盈利模式

显然，单凭单车租金是不能实现共享单车企业的盈利，企业可以采用线上线下O2O的商业模式，寻求更多的“盈利点”：

1.线上注重与社交网络、电商平台的合作，通过与社交网站合作提升品牌知名度，app上推送广告、硬件销售、出售大数据挖掘等经济副产品等方式获得盈利。

2.线下通过在单车集中停放区域、单车车身的广告投放获取赢利，将共享单车由出行领域扩大到旅游领域、健身领域。景区规划与共享单车骑行相结合，为景区增加旅游价值的同时对共享单车进行推广盈利，实现双赢；为客户推出个性化增值服务，提供单车出行线路策划、团队组织、提供保障一站式服务。

图：一线城市共享单车容量 资料来源：公开资料，中国报告网整理

图：预测未来共享单车总需求量 资料来源：公开资料，中国报告网整理

三、小结

作为共享经济的代表，共享单车在出现短时间内取得了一定的成绩：具有可持续发展、自主创新模式的共享单车，力求向更低的成本和为客户提供更高的用户体验的方向发展；实现环保效益、交通效益、使用效益、可持续发展效益等多方面效益的“共赢”，共享单车在各大城市迅速普及并且得到市民广泛的认可，为共享经济的发展注入了新的活力，所以，共享单车的前程可谓光明。

中国报告网发布的《2017-2022年中国共享单车行业竞争现状及投资动向研究报告》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。

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。

第一章：中国共享单车行业发展综述

1.1 共享单车行业发展背景概述

1.1.1 共享经济得到社会广泛认可

- (1) 共享经济简介
- (2) 共享经济发展历程及现状
- (3) 共享经济类型占比情况
- (4) 共享经济全面渗透交通出行领域

1.1.2 共享单车发展历程与模式革新

- (1) 共享单车发展历程
- (2) 公共自行车租赁发展情况
- (3) 公共自行车租赁推动政策
- (4) 公共自行车租赁区域分布
- (5) 公共自行车租赁运营情况
- (6) 公共自行车租赁竞争格局
- (7) 公共自行车租赁发展痛点
- (8) 共享单车应运而生

1.1.3 共享单车行业产业链分析

- (1) 共享单车产业链介绍
- (2) 产业链上游市场分析
- (3) 产业链下游需求分析

1.2 共享单车与其他共享出行的对比

1.2.1 共享单车与共享私家车的对比

- (1) 共享私家车发展现状
- (2) 共享单车对共享私家车的优势

1.2.2 共享单车与共享巴士的对比

- (1) 共享巴士发展现状
- (2) 共享单车对共享巴士的优势
- 1.3共享单车行业发展环境分析
 - 1.3.1行业政策环境分析
 - (1) 行业相关标准
 - (2) 行业发展规划
 - 1.3.2行业经济环境分析
 - (1) 中国经济发展情况
 - (2) 中国居民收入水平
 - (3) 经济环境对行业的影响分析
 - 1.3.3行业社会环境分析
 - (1) 中国人口环境分析
 - (2) 居民出行方式变化
 - (3) 健康低碳生活方式
 - (4) 社会环境对行业的影响分析
- 1.4共享单车行业发展机遇与威胁分析

第二章：中国共享单车行业发展现状分析

- 2.1中国共享单车行业发展概况分析
 - 2.1.1中国共享单车行业发展历程
 - 2.1.2中国共享单车行业发展特点
 - 2.1.3中国共享单车投放进程分析
- 2.2中国共享单车行业发展规模分析
 - 2.2.1中国共享单车行业数据汇总
 - 2.2.2中国共享单车行业市场规模
 - (1) 共享单车用户规模
 - (2) 共享单车市场规模
 - 2.2.3中国共享单车APP活跃度分析
 - 2.2.4中国共享单车行业渗透率分析
 - 2.2.5中国共享单车行业区域分布
- 2.3中国共享单车行业投资回报分析
 - 2.3.1共享单车运营成本分析
 - 2.3.2共享单车收费标准分析
 - 2.3.3共享单车盈利水平分析
 - 2.3.4共享单车投资回报分析

2.4中国共享单车行业发展痛点分析

2.4.1共享单车运营商存在的痛点

- (1) 运营商存在的痛点分析
- (2) 运营商存在的痛点解决方案

2.4.2共享单车用户存在的痛点

- (1) 用户存在的痛点分析
- (2) 用户存在的痛点解决方案

2.4.3共享单车监管存在的痛点

- (1) 监管存在的痛点分析
- (2) 监管存在的痛点解决方案

2.5中国共享单车市场需求调研分析

2.5.1共享单车目标顾客特征

2.5.2选择共享单车主要缘由

2.5.3共享单车偏好选择调研

2.5.4共享单车品牌偏好调研

2.5.5共享单车出行时长调研

2.5.6共享单车使用频率调研

2.5.7共享单车服务质量调研

2.5.8共享单车满意度调研

2.6共享单车给自行车行业带来的机遇

2.6.1国内自行车行业发展较为低迷

2.6.2共享单车使自行车焕发第二春

2.6.3共享单车促自行车升级转型

2.6.4自行车企业进入共享单车领域

- (1) 自行车企业进入共享单车的优势
- (2) 自行车企业投资共享单车的现状
- (3) 自行车企业进入共享单车的前景

2.6.5主要受益自行车企业分析

- (1) 中路股份
- (2) 信隆健康
- (3) 上海凤凰
- (4) 深中华A
- (5) 金通科技
- (6) 绿畅科技
- (7) 常州永安

第三章：中国共享单车市场竞争及融资分析

3.1中国共享单车行业竞争分析

3.1.1中国共享单车行业竞争层次分析

3.1.2中国共享单车品牌竞争格局分析

3.1.3不同区域共享单车竞争格局分析

3.1.4中国共享单车行业五力模型分析

(1) 行业现有竞争者分析

(2) 行业潜在进入者威胁

(3) 行业替代品威胁分析

(4) 行业供应商议价能力分析

(5) 行业购买者议价能力分析

(6) 行业竞争情况总结

3.2主要共享单车企业竞争对比

3.2.1主要共享单车企业“开通城市”对比

3.2.2主要共享单车企业“单车数量”对比

3.2.3主要共享单车企业“硬件设备”对比

3.2.4主要共享单车企业“用户定位”对比

3.2.5主要共享单车企业“收费标准”对比

3.2.6主要共享单车企业“用户数量”对比

3.2.7主要共享单车企业“日订单量”对比

3.2.8主要共享单车企业“活跃用户”对比

3.2.9主要共享单车企业“运营难度”对比

3.2.10主要共享单车企业“日均使用时长”对比

3.2.11主要共享单车企业“损毁率”对比

3.2.12寻找共享单车的行业龙头

3.3中国共享单车行业融资分析

3.3.1中国共享单车融资次数统计

3.3.2中国共享单车融资金额统计

3.3.3中国共享单车融资主体分析

(1) 共享单车融资主体构成

(2) 各融资主体核心资源分析

3.3.4中国共享单车融资方式分析

3.3.5中国共享单车主要融资事件

3.3.6中国共享单车融资趋势分析

3.4中国共享单车运营策略分析

3.4.1中国共享单车运营策略现状

3.4.2中国共享单车产品内容运营现状

3.4.3中国共享单车社交媒体运营现状

3.4.4中国共享单车UI/UE设计现状

第四章：中国共享单车行业盈利模式探索

4.1共享单车横空出世_千亿市场有待挖掘.pdf

4.1.1共享单车行业盈利模式概述

(1) 共享单车盈利模式现状分析

(2) 共享单车盈利存在的问题

(3) 共享单车盈利模式趋势分析

4.1.2共享单车行业广告盈利模式分析

(1) 共享单车行业广告盈利模式发展现状

(2) 共享单车企业在广告盈利模式的尝试

(3) 共享单车行业广告盈利模式盈利点探索

(4) 共享单车行业广告盈利模式前景分析

4.1.3共享单车行业大数据服务盈利模式分析

(1) 共享单车行业大数据服务盈利模式发展现状

(2) 共享单车企业在大数据服务盈利模式的尝试

(3) 共享单车行业大数据服务盈利模式盈利点探索

(4) 共享单车行业大数据服务盈利模式前景分析

4.1.4共享单车行业金融服务盈利模式分析

(1) 共享单车行业金融服务盈利模式发展现状

(2) 共享单车企业在金融服务盈利模式的尝试

(3) 共享单车行业金融服务盈利模式盈利点探索

(4) 共享单车行业金融服务盈利模式前景分析

4.1.5共享单车行业增值服务盈利模式分析

(1) 共享单车行业增值服务盈利模式发展现状

(2) 共享单车企业在增值服务盈利模式的尝试

(3) 共享单车行业增值服务盈利模式盈利点探索

(4) 共享单车行业增值服务盈利模式前景分析

第五章：重点区域共享单车需求潜力分析

5.1上海市共享单车市场需求潜力分析

5.1.1上海市共享单车发展环境

- (1) 上海市人口规模结构
- (2) 上海市交通出行方式
- (3) 上海市公共自行车发展情况

5.1.2上海市共享单车规模统计

- (1) 上海市共享单车用户规模
- (2) 上海市共享单车市场规模
- (3) 上海市共享单车投放量

5.1.3上海市共享单车消费调查

5.1.4上海市共享单车竞争分析

5.1.5上海市共享单车市场潜力

- (1) 上海市共享单车有利因素分析
- (2) 上海市共享单车需求潜力分析

5.2北京市共享单车市场需求潜力分析

5.2.1北京市共享单车发展环境

- (1) 北京市人口规模结构
- (2) 北京市交通出行方式
- (3) 北京市公共自行车发展情况

5.2.2北京市共享单车规模统计

- (1) 北京市共享单车用户规模
- (2) 北京市共享单车市场规模
- (3) 北京市共享单车投放量

5.2.3北京市共享单车消费调查

5.2.4北京市共享单车竞争分析

5.2.5北京市共享单车市场潜力

- (1) 北京市共享单车有利因素分析
- (2) 北京市共享单车需求潜力分析

5.3广州市共享单车市场需求潜力分析

5.3.1广州市共享单车发展环境

- (1) 广州市人口规模结构
- (2) 广州市交通出行方式
- (3) 广州市公共自行车发展情况

5.3.2广州市共享单车规模统计

- (1) 广州市共享单车用户规模
- (2) 广州市共享单车市场规模

- (3) 广州市共享单车投放量
- 5.3.3 广州市共享单车消费调查
- 5.3.4 广州市共享单车竞争分析
- 5.3.5 广州市共享单车市场潜力
 - (1) 广州市共享单车有利因素分析
 - (2) 广州市共享单车需求潜力分析
- 5.4 深圳市共享单车市场需求潜力分析
 - 5.4.1 深圳市共享单车发展环境
 - (1) 深圳市人口规模结构
 - (2) 深圳市交通出行方式
 - (3) 深圳市公共自行车发展情况
 - 5.4.2 深圳市共享单车规模统计
 - (1) 深圳市共享单车用户规模
 - (2) 深圳市共享单车市场规模
 - (3) 深圳市共享单车投放量
 - 5.4.3 深圳市共享单车消费调查
 - 5.4.4 深圳市共享单车竞争分析
 - 5.4.5 深圳市共享单车市场潜力
 - (1) 深圳市共享单车有利因素分析
 - (2) 深圳市共享单车需求潜力分析
- 5.5 杭州市共享单车市场需求潜力分析
 - 5.5.1 杭州市共享单车发展环境
 - (1) 杭州市人口规模结构
 - (2) 杭州市交通出行方式
 - (3) 杭州市公共自行车发展情况
 - 5.5.2 杭州市共享单车规模统计
 - (1) 杭州市共享单车用户规模
 - (2) 杭州市共享单车市场规模
 - (3) 杭州市共享单车投放量
 - 5.5.3 杭州市共享单车消费调查
 - 5.5.4 杭州市共享单车竞争分析
 - 5.5.5 杭州市共享单车市场潜力
 - (1) 杭州市共享单车有利因素分析
 - (2) 杭州市共享单车需求潜力分析
- 5.6 成都市共享单车市场需求潜力分析

5.6.1成都市共享单车发展环境

- (1) 成都市人口规模结构
- (2) 成都市交通出行方式
- (3) 成都市公共自行车发展情况

5.6.2成都市共享单车规模统计

- (1) 成都市共享单车用户规模
- (2) 成都市共享单车市场规模
- (3) 成都市共享单车投放量

5.6.3成都市共享单车消费调查

5.6.4成都市共享单车竞争分析

5.6.5成都市共享单车市场潜力

- (1) 成都市共享单车有利因素分析
- (2) 成都市共享单车需求潜力分析

5.7南京市共享单车市场需求潜力分析

5.7.1南京市共享单车发展环境

- (1) 南京市人口规模结构
- (2) 南京市交通出行方式
- (3) 南京市公共自行车发展情况

5.7.2南京市共享单车规模统计

- (1) 南京市共享单车用户规模
- (2) 南京市共享单车市场规模
- (3) 南京市共享单车投放量

5.7.3南京市共享单车消费调查

5.7.4南京市共享单车竞争分析

5.7.5南京市共享单车市场潜力

- (1) 南京市共享单车有利因素分析
- (2) 南京市共享单车需求潜力分析

5.8天津市共享单车市场需求潜力分析

5.8.1天津市共享单车发展环境

- (1) 天津市人口规模结构
- (2) 天津市交通出行方式
- (3) 天津市公共自行车发展情况

5.8.2天津市共享单车规模统计

- (1) 天津市共享单车用户规模
- (2) 天津市共享单车市场规模

(3) 天津市共享单车投放量

5.8.3 天津市共享单车消费调查

5.8.4 天津市共享单车竞争分析

5.8.5 天津市共享单车市场潜力

(1) 天津市共享单车有利因素分析

(2) 天津市共享单车需求潜力分析

第六章：中国共享单车领先企业案例分析

6.1 共享单车行业企业发展总况

6.2 国内共享单车领先企业案例分析

6.2.1 摩拜单车

(1) 企业概况

(2) 主营业务情况分析

(3) 公司运营情况分析

(4) 公司优劣势分析

6.2.2 ofo 共享单车

(1) 企业概况

(2) 主营业务情况分析

(3) 公司运营情况分析

(4) 公司优劣势分析

6.2.3 小鸣单车

(1) 企业概况

(2) 主营业务情况分析

(3) 公司运营情况分析

(4) 公司优劣势分析

6.2.4 优拜单车

(1) 企业概况

(2) 主营业务情况分析

(3) 公司运营情况分析

(4) 公司优劣势分析

6.2.5 小蓝单车

(1) 企业概况

(2) 主营业务情况分析

(3) 公司运营情况分析

(4) 公司优劣势分析

6.2.6哈罗单车

- (1) 企业概况
- (2) 主营业务情况分析
- (3) 公司运营情况分析
- (4) 公司优劣势分析

6.2.7一步单车

- (1) 企业概况
- (2) 主营业务情况分析
- (3) 公司运营情况分析
- (4) 公司优劣势分析

6.2.8骑呗单车

- (1) 企业概况
- (2) 主营业务情况分析
- (3) 公司运营情况分析
- (4) 公司优劣势分析

6.2.9由你单车

- (1) 企业概况
- (2) 主营业务情况分析
- (3) 公司运营情况分析
- (4) 公司优劣势分析

6.2.10悠悠单车

- (1) 企业概况
- (2) 主营业务情况分析
- (3) 公司运营情况分析
- (4) 公司优劣势分析

6.2.11永安行

- (1) 企业概况
- (2) 主营业务情况分析
- (3) 公司运营情况分析
- (4) 公司优劣势分析

6.2.12Funbike

- (1) 企业概况
- (2) 主营业务情况分析
- (3) 公司运营情况分析
- (4) 公司优劣势分析

6.2.13CCbike

- (1) 企业概况
- (2) 主营业务情况分析
- (3) 公司运营情况分析
- (4) 公司优劣势分析

6.2.14快兔出行

- (1) 企业概况
- (2) 主营业务情况分析
- (3) 公司运营情况分析
- (4) 公司优劣势分析

6.2.15奇奇出行

- (1) 企业概况
- (2) 主营业务情况分析
- (3) 公司运营情况分析
- (4) 公司优劣势分析

6.2.16小鹿单车

- (1) 企业概况
- (2) 主营业务情况分析
- (3) 公司运营情况分析
- (4) 公司优劣势分析

6.2.17海淀智享

- (1) 企业概况
- (2) 主营业务情况分析
- (3) 公司运营情况分析
- (4) 公司优劣势分析

6.2.18DDBIKE

- (1) 企业概况
- (2) 主营业务情况分析
- (3) 公司运营情况分析
- (4) 公司优劣势分析

第七章：中国共享单车行业前景预测与投资建议

7.1共享单车行业发展前景与趋势预测

7.1.1行业发展前景预测

- (1) 共享单车用户数量预测

- (2) 共享单车市场潜力分析
- (3) 共享单车市场容量预测
- (4) 共享单车投资收益预测

7.1.2 行业发展趋势预测

- (1) 行业监管趋势预测
- (2) 行业竞争趋势预测
- (3) 行业运营趋势预测
- (4) 行业产品趋势预测

7.2 共享单车行业投资潜力分析

7.2.1 行业投资现状分析

7.2.2 行业进入壁垒分析

7.2.3 行业经营模式分析

7.2.4 行业投资风险预警

7.3 共享单车行业投资策略与建议

7.3.1 行业投资价值分析

7.3.2 行业投资机会分析

7.3.3 行业运营策略建议

7.3.4 行业营销策略建议

7.3.5 行业商业模式建议

图表目录

图表1：共享经济的运作模式

图表2：国内目前各共享经济类型占比

图表3：共享经济全面渗透交通出行领域

图表4：共享单车发展历程

图表5：1986-不同交通工具分担率的变化情况（单位：%）

图表6：城市公共自行车租赁相关法律法规与政策

图表7：全国主要城市公共自行车数量一览

图表8：杭州公共自行车数量

图表9：杭州公共自行车服务点数量

图表10：传统公共自行车系统发展痛点分析

图表11：共享单车与政府公共自行车对比

图表12：共享单车产业链介绍

图表13：上游市场对共享单车的影响分析

图表14：下游需求对共享单车的影响分析

图表15：共享私家车发展现状分析

图表16：最新的网约车政策对私家车共享限制明显
(GYWW)

图表详见正文

特别说明：中国报告网所发行报告书中的信息和数据部分会随时间变化补充更新，报告发行年份对报告质量不会有任何影响，请放心查阅。

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/yunshufuzhusheshi/289260289260.html>