

2018-2023年中国自行车租赁行业市场现状分析及 投资前景预测报告

报告大纲

一、报告简介

观研报告网发布的《2018-2023年中国自行车租赁行业市场现状分析及投资前景预测报告》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/yunshushebei/295315295315.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

1国内租赁服务发展及现状

当前，生态文明建设问题已经成为全球关注的热点，温室效应的影响日益严重，以PM2.5指标为例，机动车辆尾气的排放量占据了不小的比重。改革开放人民生活水平得到显著提高，私家车保有量也大幅度上涨，不仅造成了城市交通拥堵，而且排放了大量尾气造成环境污染。各地都采取了不同的手段控制私家车的增长，如北京率先实行的“限牌”、“限购”等措施。为了倡导绿色低碳出行，同时契合了许多城市希望减少私家车的使用、缓解交通压力，提升城市环境品质等愿景，各个地方城市相继地推出了公共自行车租赁这项服务。

1.1公共自行车租赁服务起步

公共自行车凭借其自身的优势，解决了部分城市公交出行“最后一公里”的难题。公共自行车的建设也能够充分利用当地的各种因素解决城市交通发展问题，如城市规模、现有交通配套、城市地形等。

自2008年9月杭州市在全国率先采用了公共自行车系统后，随后武汉、上海、广州等地相继推出了公共自行车租赁服务项目。至今7年的时间里，各级地方政府都提出了“低碳出行，绿色环保”的理念，公共自行车租赁服务系统在全国百余个县市相继建设、运营。

在网点分布设置上，以杭州、北京两个城市为例，主要分布在交通枢纽、大型居住区、商业区和景区等。杭州市公共自行车服务覆盖范围由建设初期的西湖风景区、城东、城北逐渐扩张到全市主城区，再扩张至各郊区，因此也成为服务覆盖区域最广的城市之一。根据北京市政府发布的《北京市建设人文交通科技交通绿色交通行动计划（2009年—2015年）》，至2015年北京市交通体系将呈现公共交通占45%，依托轨道交通和公交枢纽，设置1000个左右自行车租赁点，形成5万辆以上租赁规模。

表：北京市公共自行车网点分布

资料来源：公开资料，中国报告网整理

1.2公共自行车租赁服务运营模式

目前公共自行车租赁服务的运营模式，从管理方式来看可以划分为：政府主导、企业主导和商业化运营三大模式。

(1) 政府主导政府主导是指由政府引导并进行投资建设，后期运维工作交由企业负责的一种模式。在这种模式下推出的公共自行车，更多的是作为一种公益项目推出。如国内最早启动公共自行车项目的杭州市采用的便是此种模式。由杭州市政府投资，后期交由杭州市公共交通集团公司下属的子公司负责运营，这就是经典的“杭州模式”。

(2) 企业主导在此模式下，政府会出台相关支持政策，减轻企业建设公共自行车系统的资金压力。

2011年9月，武汉市公共自行车投入运营，采用的正是此种模式，上亿资金的投入，陆续建成了近千个服务网点，投入数万辆自行车等，并一度被后续城市称之为“武汉模式”。

(3) 商业化运营模式商业化运营模式是指整套系统的建设、运营和后期维护等都由企业自己负责。因前期投入较大，盈利渠道单一，导致企业常常面临亏本运营状态，而企业需考虑到其自身利润导致租赁费用上涨，像北京最初采用此方式运营最终未能成功。

总结三种模式来看，政府主导模式即所谓的“杭州模式”，是公共自行车租赁服务运营模式的第一选择。“武汉模式”虽然符合公共服务外包的趋势，政府给予企业的补贴不仅能维持项目的运行，还能给企业带来利润。但是武汉市公共自行车项目却在运营几年之后终止，究其原因监管不到位等管理因素造成的。商业化运营模式和企业主导模式下，租赁公共自行车的费用与政府主导模式下公共自行车的租赁费用必然有一定的区别。

1.3公共自行车租赁服务收费方式

目前投入运行的公共自行车服务系统的收费方式可以分为两类：免费和限时免费超时收费。第一种方式以上海市闵行区的公共自行车服务系统为代表，实行“政府购买企业运营”的方式，实行免费租用。

大部分城市采用了第二种“限时免费，超时收费”的收费模式。不同的是，各地区的免费时长及收费价格不尽相同，但基本上都采用了缴纳押金之后才能使用的规则。其中，北京市公共自行车的办理条件和收费方式在各个区县又略有差异，主要以城六区、大兴、通州、平谷、顺义、房山、亦庄7个区域进行划分。以城六区作为北京市的标准，分别对公共自行车卡的办理要求和收费标准与杭州进行对比，从而获得直观的感受。

通过对包括杭州、北京在内的其他一些城市公共自行车租赁服务的收费分析，在采用

限时免费、超时收费方式的城市，大部分将60m i n作为免费时长。一方面，公共自行车作为短途出行的交通工具，大多数都能在60m i n内抵达目的地，如果更长距离的出行，公交、地铁等将会是更优的选择。另一方面，为了避免一些使用者为了不耽误时间从而将公共自行车长时间占用的现象，设置一个合理的免费时间段。

表：公共自行车办理要求（以杭州、北京为例）

资料来源：公开资料，中国报告网整理

表：公共自行车收费标准（以杭州、北京为例）

资料来源：公开资料，中国报告网整理

1.4公共自行车租赁服务进展

截止目前，国内已经有100多个市县开通运营了公共自行车服务。

2公共自行车租赁服务对策建议

2.1加大政府支持力度

作为一项准公益类项目，公共自行车需要得到政府的支持，前述提及的运营模式中，在当前环境下，政府主导模式更有效率。目前在公共自行车系统的完善方面在很多方面都需要政府支持，如后期增加服务网点涉及建设用地等问题，若得到政府的帮助支持，对于公共自行车系统的完善将是一剂强有力的助推剂。同时，在政府主导模式下运营的公共自行车运营商也需要政府对其进行资金上的补助，从而更好地建设本系统，为更多群众服务。此外，在推进低碳城市建设过程中，可以通过政策制度和交通法规减缓机动车辆的增长，促进公共自行车的发展。

2.2完善基础设施建设

在基础设施建设方面，包括了增设服务网点、扩大服务范围，优化租赁系统的流程，提高系统的可靠性。公共自行车租赁服务起步较晚的城市，其项目建设分批次进行，对于已投入运营的区域，在后期建设中进行网点地址、网点锁车器数量方面的优化，更加合理的建设公共自行车租赁服务网络。在对已有的网点分布评价时，可以采用类似对公交线网评价的模糊综合评价法进行多维度综合评价，发现不足之处。

同时，需要提升改造行车环境。当前形势下，非机动车的行驶环境恶劣，路面存在障碍，道路被机动车侵占等诸如此类问题，既影响了交通秩序，增添交通压力，又容易对骑车者造成安全隐患。因此，完善基础设施建设迫在眉睫，为骑车者创造安全、便捷、舒适的环境。

如《北京市建设人文交通科技交通绿色交通行动计划（2009年—2015年）》中所提及的建设自行车专用道和行人步道网络，加强路权管理，在客流集中地区增设自行车停车场。在中关村西区等重点地区、重点大街和历史文化保护区，规划建设一批步行、自行车交通示范街区。此外，优化租还车手续、提高读卡器的读卡效率、减少等待时间也是完善基础设施建设的手段。

2.3提高运营水平，降低运维成本

在现有运营模式上进行创新，提升运营水平，减缓车辆的损坏，建立车辆信息数据库，实时追踪车辆最新的状态。对现有三种运营模式进行了分析，目前除政府主导外的另外两种都有着失败案例，商业化运营模式生存时间最短。曾一度被其他城市标榜学习的“武汉模式”也在运行了四年之后于2013年宣告停止运营。

通过借鉴国外先进管理水平，参考国内持续运营的管理方式，武汉于2015年重新启动了武汉市公共自行车项目，由武汉环境投资开发集团有限公司投资组建的国有独资企业——武汉环投公共自行车服务有限公司负责武汉市公共自行车的恢复运营工作。这是一种基于“杭州模式”，又在其业务构成上有新成分的一种模式，辅助业务则可以为公司创造收入以投入到日常运维工作中。

对于采用政府主导运营模式的的城市，可以在业务方面进行创新，充分利用现有资源，可以将报刊亭与服务网点相结合，既可以保证服务网点有人员随时服务和维护，又可以通过报刊亭业务创造收入，同时还能提供一些咨询服务等。在“互联网+”的大环境下，以多平台、多方式、多对象为基础，扩充信息的传播沟通渠道，探索创造新的盈利点。

2.4优化站点设置，加强调度力度

公共自行车的设计初衷是为了推广公共出行，服务于民，缓解现阶段交通压力，解决“最后一公里”。因此，在进行站点的布局 and 设置时，要充分考虑到人群流动的因素，对于居住区和写字楼、学校等人群流动具有规律性的地点，要设置适当数量的站点，少了不行，多了则过犹不及，造成资源浪费。

在高峰时期容易出现部分站点无车可借，部分站点无位可还的状况，需要运营部门加大调度力度，保证人员配置，实现合理的资源分配。通过一定时间的运营，对数据进行分析，可以采用K-means聚类方法对站点之间的关系进行聚类，对于关联度较高的站点在日常运营中应该加以重点关注，加强站点之间的联络。

2.5期待社会素质提升

公共自行车作为公益项目推出，目的不是为了盈利，但后期的维护成本也居高不下。使用者在使用时会出现暴力使用现象，如骑车下台阶、非正常路面使用等一些不适合普通自行车使用的环境中使用，增加了维护成本。希望使用者能有爱护公物的意识，为他人创造方便也是为自己创造方便。另一方面，私自占用公共空间，非公共自行车占用服务网点的锁车桩，导致无法还车的现象屡屡发生。

3结语

公共自行车经历7年的发展，对比创建伊始已经有了非常巨大的变化，取得了相当不错的成绩，解决了“最后一公里”问题，创新了城市公交建设的新方式，便捷的新型绿色环保的出行方式已经深入人心。当然，在发展过程中也应及时发现存在的问题，汲取国内外先进经验，进一步完善管理体系。在建设公共自行车的过程中，也可以考虑鼓励大家使用私人自行车出行，这就需要政府、社会去做更多的事情，最终使人们更愿意采用公共出行等低碳、环保的交通出行方式。

中国报告网发布的《2018-2023年中国自行车租赁行业市场现状分析及投资前景预测报告》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。

目录

第一章自行车行业概述

第一节自行车概念与分类

一、自行车概念

二、自行车的分类

三、自行车的部分行业标准

第二节自行车行业的行业特征

一、自行车行业技术特性

二、自行车行业资本密集度分析

三、自行车行业的规模效益分析

第三节自行车行业在国民经济中的重要性

一、各地区自行车发展现状

二、不同国家地区自行车行业的发展现状及政策

三、行业相关统计数据

第二章国外市场自行车出租

第一节国外市场自行车出租概述

第二节亚洲地区主要国家市场概况

一、日本

二、韩国

三、新加坡

第三节欧洲地区主要国家市场概况

一、法国

二、英国

三、德国

第四节美洲地区主要国家市场概况

一、美国

二、加拿大

三、巴西

第三章2018-2023年自行车行业发展环境分析

第一节我国宏观经济环境分析

一、我国宏观经济形势

二、我国宏观经济面临的问题

三、"十三五"经济发展思考

第二节自行车行业政策环境分析

一、自行车行业政策及相关政策解读

二、自行车行业面临的行业风险

三、自行车行业"十三五"规划

第三节自行车行业技术环境分析

一、生产工艺与技术

二、技术发展趋势与方向

三、我国自行车行业面临的问题

第四章自行车年度市场调查分析

第一节自行车行业盈利能力分析

一、自行车行业生产现状

二、自行车行业盈利能力分析

第二节自行车行业偿债能力分析

一、自行车行业基本经济指标分析

二、助动自行车行基本经济指标分析

第三节自行车行业经营效率分析

一、自行车行业成长能力分析

二、助动自行车行业成长能力分析

第四节自行车行业亏损面分析

一、自行车行业偿债能力分析

二、助动自行车偿债能力分析

第五章自行车行业发展情况分析

第一节自行车行业发展分析

一、自行车行业发展历程及现状

二、自行车行业发展特点分析

三、自行车行业与宏观经济相关性分析

四、自行车行业生命周期分析

第二节自行车行业生产情况分析

一、自行车行业生产总量及增速分析

二、自行车行业厂家开工情况分析

三、公共自行车的发展现状

第三节自行车行业对外贸易情况

一、进口数量及增长情况

二、出口数量及增长情况

第四节自行车产品价格走势分析

一、铅酸电池价格走势

二、锂电池自行车价格走势

第六章自行车市场供需调查分析

第一节自行车市场供给分析

一、市场供给分析

二、价格供给分析

三、渠道供给调研

第二节自行车市场需求分析

一、市场需求分析

二、价格需求分析

三、渠道需求分析

四、购买需求分析

第三节自行车市场特征分析

一、自行车产品特征分析

二、自行车价格特征分析

三、自行车渠道特征

四、自行车购买特征

第四节2018-2023年自行车市场特征预测分析

一、2018-2023年自行车种类特征预测分析

二、2018-2023年自行车价格特征预测分析

三、2018-2023年自行车市场渠道特征

四、2018-2023年自行车购买特征

第七章自行车行业产业链分析

第一节自行车行业产业链分析

一、产业链模型介绍

二、自行车产业链模型分析

第二节上游产业发展及其影响分析

一、上游产业发展现状

二、上游产业发展趋势预测

三、上游产业对自行车行业的影响

第三节下游产业发展及其影响分析

- 一、下游产业发展现状
- 二、下游产业发展趋势预测
- 三、下游产业对自行车行业的影响

第八章自行车营销策略调研

第一节销售组织及结构调查分析

- 一、主要销售模式分析
- 二、主要销售组织架构分析
- 三、主要销售战略规划分析

第二节销售区域调查分析

- 一、主要产品品种销售区域分布
- 二、新产品销售区域分布预测

第三节品牌策略分析

第九章2018-2023年自行车行业竞争格局展望

第一节自行车行业的发展周期

- 一、自行车行业的经济周期
- 二、自行车行业的增长性与波动性
- 三、自行车行业的成熟度

第二节自行车行业历史竞争格局综述

- 一、自行车行业集中度分析
- 二、自行车行业竞争程度

第三节中国自行车市行业SWOT分析与对策

- 一、优势
- 二、劣势
- 三、威胁
- 四、机遇
- 五、发展我国自行车市工业的建议

第十章自行车行业主要优势企业分析

第一节捷安特

- (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

第二节美利达

(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

第三节永久

(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

第四节凤凰

(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

第五节阿米尼

(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

第六节常州华邦自行车智能控制系统有限公司

(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

第十一章2018-2023年自行车企业投资潜力与价值分析

第一节2018-2023年自行车企业投资环境分析

一、人口、政治、法律、环境

二、经济环境

三、科技环境

四、自然环境和社会文化环境

第二节2018-2023年我国自行车企业投资潜力分析

一、良好的能效特征和巨大的节能潜力

二、零排放、零污染已成为"绿色交通"的范例

三、轻型电动车向微型电动汽车升级

第三节2018-2023年我国自行车企业前景展望分析

第四节2018-2023年我国自行车企业盈利能力预测

第五节2018-2023年行业生产总量及增速预测

第十二章2018-2023年中国自行车行业发展趋势分析

第一节未来自行车行业发展趋势分析

一、2018-2023年行业发展分析

二、2018-2023年行业技术开发方向

三、总体行业"十三五"整体规划及预测

第二节2018-2023年自行车行业运行状况预测

一、2018-2023年行业总产值预测

二、2018-2023年行业销售收入预测

三、2018-2023年行业利润总额预测

四、2018-2023年行业总资产预测

第十三章自行车产业投资机会与风险总结

第一节产业风险总结

一、宏观调控风险

二、行业竞争风险

三、供需波动风险

四、经营管理风险

五、技术风险

六、其他风险

第二节投资机会及建议

一、投资效益

二、投资方向

三、投资需注意的问题分析

第三节经营风险建议

一、影响自行车企业经营的内外因素

二、企业业务方向分析

三、企业营销分析

第十四章中国自行车出租未来发展预测及投资前景分析

第一节未来自行车出租行业发展趋势分析

- 一、未来自行车出租行业发展分析
- 二、未来自行车出租行业技术开发方向

第二节2018-2023年自行车出租行业运行状况预测

- 一、2018-2023年自行车出租行业工业总产值预测
- 二、2018-2023年自行车出租行业销售收入预测
- 三、2018-2023年自行车出租行业总资产预测

第十五章业内专家对中国自行车出租投资的建议及观点

第一节投资机遇自行车出租

- 一、中国强劲的经济增长率对行业的支撑
- 二、企业在危机中的竞争优势
- 三、金融危机促使优胜劣汰速度加快

第二节投资风险自行车出租

- 一、同业竞争风险
- 二、市场贸易风险
- 三、行业金融信贷市场风险
- 四、产业政策变动的影响

第三节行业应对策略

- 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

第四节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

图表目录：

图表："十三五"期间自行车行业主要经济指标

图表：我国自行车产量统计

图表：天津地区自行车产量统计

图表：上海地区自行车产量统计

图表：浙江地区自行车产量统计

图表：我国国内生产总值统计分析

图表：2015我国第一产业增加值统计

图表：我国第二产业增加值统计

图表：我国第三产业增加值统计

(GYZJY)

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/yunshushebei/295315295315.html>