

# 2018年中国分时租赁行业分析报告- 市场深度调研与发展前景研究

报告大纲

观研报告网

[www.chinabaogao.com](http://www.chinabaogao.com)

## 一、报告简介

观研报告网发布的《2018年中国分时租赁行业分析报告-市场深度调研与发展前景研究》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/fangdichang/346543346543.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

分时租赁（俗称汽车共享）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定、车辆取还、费用结算为主要方式的小微型客车租赁服务，是传统小微型客车租赁在服务模式、技术、管理上的创新。分时租赁改善了用户体验，为城市出行提供了一种新的选择，有助于减少个人购车意愿，一定程度上缓解城市私人小汽车保有量快速增长趋势以及对道路和停车资源的占用。

作为一类新型交通服务方式，分时租赁在国内投入运营时间不长、规模不大，相关的运行特征分析积累较薄弱，不利于科学评估其在城市综合客运体系中的作用和地位。更为重要的是，随着汽车“四化”（电动化、智能化、网联化及共享化）趋势的加速推进，分时租赁未来的发展前景如何，面向未来前景当前应如何制定引导性政策等等，成为当前分时租赁行业迫切需要回答的问题。

### 1 分时租赁发展现状

汽车共享于1948年首次出现在瑞士北部城市——苏黎世。当时有一个小的住房合作社（housingcooperative）组织，组建了一个名为Sefage的汽车共享项目，合作社内的某个会员用完车后可以将车钥匙交给下个使用者。上世纪70年代至80年代，出现了一些新的汽车共享服务模式，但运行规模都比较小，目前基本都淘汰了。现代意义上的汽车共享是从上世纪80年代晚期开始的，90年代中后期传到加拿大、美国和日本，随即又延伸到澳大利亚、巴西、以色列、马来西亚、新西兰、新加坡和韩国。社区汽车共享（NeighborhoodCarsharing）仍然是目前的主导运营模式，尤其是在欧洲。理想状态下汽车共享能够实现“用较少的车解决较多人的出行问题”的愿景。

根据相关统计，截至2014年10月，全球有33个国家、1 531个城市拥有汽车共享项目，总会员数约480万，车辆数约10.4万。欧洲占据全球46%的会员数和56%的车辆数，北美的会员数和车辆数分别占34%和23%<sup>[3]</sup>。按照服务模式不同，分时租赁可以分为三种类型：基于站点的A借A还模式（取车点和还车点为同一站点），基于站点的A借X还模式（不要求将车辆还到取车站点，可异站点还车）以及自由浮动模式（在指定的服务区域内，可在任意公共停车点取车、还车）。截至2014年10月，A借X还模式占据82.4%的会员和76.7%的车辆，是分时租赁的主体模式。

2010年，中国首个汽车共享业务车纷享（CCClub）出现在阿里巴巴商业园区——一组小型车队在园区内部为人们提供出行服务。2013年，中国分时租赁汽车达到780辆，其中旗

下汽车超过50辆的公司有五家。目前中国拥有超过26 000辆分时租赁汽车、数十家业务运营商，特别是在北京、上海、杭州、深圳、长沙、成都、重庆等一二线城市，汽车分时租赁市场尤为繁荣。

## 2 分时租赁基本运行特征

### 2.1 用户特征

分时租赁用户以青年男性群体为主：80后、90后共占75%；男性用户占70%以上。分时租赁用户受教育程度较高，研究生及以上学历占21%，大专本科以上占56%[5]。

根据一项针对EVCARD用户区隔的研究，分时租赁用户可以分为七大类型：中庸平淡族、向往认可的工作狂、工作为上的安稳族、享乐积极族、挑剔实惠族、自研尝鲜族和潮流精明族，如图2所示。

图：EVCARD用户年龄构成（左）与性别构成（右）数据来源：公开数据整理

图：EVCARD用户区隔特征

数据来源：公开数据整理

### 2.2 用车特征

#### 2.2.1 时间分布特征

从周变特征来看，分时租赁周末用车量高于工作日，周六最高，周一最低。从一天24小时的时变特征来看，与整体交通出行时间分布不同，分时租赁白天12小时未出现明显的用车高峰，出行量分布较为平均。另外，分时租赁夜间出行比例显著高于整体出行水平。夜间22点至凌晨6点，EVCARD出行量占其全日出行量的25%左右。

图：EVCARD出行时变特征

数据来源：公开数据整理

目前EVCARD采取基于用车时长的收费机制，一定程度上更鼓励非高峰时段用车，从而降低用车成本。因此，分时租赁车辆对道路交通运行具有一定的“削峰填谷”效益。

#### 2.2.2 空间分布特征

EVCARD运营订单主要集中于上海城市外围地区，与郊区（外环线以外）相关的订单量（出行一端或两端在外环线以外）占93.4%。另外，分析轨道站点密度与EVCARD人均订单强度的关系可知，两者呈现明显的负相关性，即：轨道交通发达的区域，分时租赁用车强度较低；轨道交通不发达的地区，分时租赁用车强度高。“公交+分时租赁”的互补模式初步显现。

图：EVCARD出行量的空间分布特征

数据来源：公开数据整理

### 2.2.3 对购车意愿的影响

为了评估分时租赁对用户购车意愿的影响，以EVCARD用户为对象，开展了用户购车意愿调查分析。在被调查的11 158个活跃用户中，因为EVCARD而出售家庭车辆的有28人（0.25%），因为EVCARD而放弃购买车辆的有3 771人（33.8%），因为EVCARD而延迟购买车辆的有1 719人（15.4%）。

进一步对28名卖车用户进行深访，得知大多数用户在加入EVCARD之前已具有卖车动机，主要原因在于车子老旧、维护保养费用高、不能进市区、不能走高架，以及用车需求下降等。加入EVCARD后，由于分时租赁提供的用车便利性，加速了卖车用户由动机向实际行动转变。卖车用户中，近60%的用户注册后3个月内卖车，75%的用户注册后半年内卖车。

图：被出售的家庭车辆特征

数据来源：公开数据整理

基于EVCARD对车辆出售与车辆购买抑制的作用，比较中外不同分时租赁项目对车辆保有的替代效益。可以看到，上海分时租赁项目已经显现出对机动车保有的替代效应（卖车、放弃买车、延迟买车），每辆分时租赁车可替代5~6辆私人小汽车。与欧美国家相比，上海分时租赁的替代效应主要表现在对车辆购买的抑制作用，即对增量的调控。存量替代效应显著低于欧美国家水平。

表：中外不同分时租赁项目对车辆保有的影响对比

数据来源：公开数据整理

（GYWWJP）

观研天下发布的《2018年中国分时租赁行业分析报告-市场深度调研与发展前景研究》

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年中国分时租赁行业发展概述

#### 第一节 分时租赁行业发展情况概述

- 一、分时租赁行业相关定义
- 二、分时租赁行业基本情况介绍
- 三、分时租赁行业发展特点分析

#### 第二节 中国分时租赁行业上下游产业链分析

- 一、产业链模型原理介绍
- 二、分时租赁行业产业链条分析
- 三、中国分时租赁行业产业链环节分析
  - 1、上游产业
  - 2、下游产业

#### 第三节 中国分时租赁行业生命周期分析

- 一、分时租赁行业生命周期理论概述

## 二、分时租赁行业所属的生命周期分析

### 第四节 分时租赁行业经济指标分析

- 一、分时租赁行业的赢利性分析
- 二、分时租赁行业的经济周期分析
- 三、分时租赁行业附加值的提升空间分析

### 第五节 国内分时租赁行业进入壁垒分析

- 一、分时租赁行业资金壁垒分析
- 二、分时租赁行业技术壁垒分析
- 三、分时租赁行业人才壁垒分析
- 四、分时租赁行业品牌壁垒分析
- 五、分时租赁行业其他壁垒分析

## 第二章 2016-2018年全球分时租赁行业市场发展现状分析

### 第一节 全球分时租赁行业发展历程回顾

### 第二节 全球分时租赁行业市场区域分布情况

### 第三节 亚洲分时租赁行业地区市场分析

- 一、亚洲分时租赁行业市场现状分析
- 二、亚洲分时租赁行业市场规模与市场需求分析
- 三、亚洲分时租赁行业市场前景分析

### 第四节 北美分时租赁行业地区市场分析

- 一、北美分时租赁行业市场现状分析
- 二、北美分时租赁行业市场规模与市场需求分析
- 三、北美分时租赁行业市场前景分析

### 第五节 欧盟分时租赁行业地区市场分析

- 一、欧盟分时租赁行业市场现状分析
- 二、欧盟分时租赁行业市场规模与市场需求分析
- 三、欧盟分时租赁行业市场前景分析

### 第六节 2018-2024年世界分时租赁行业分布走势预测

### 第七节 2018-2024年全球分时租赁行业市场规模预测

## 第三章 中国分时租赁产业发展环境分析

### 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、全社会消费品分时租赁总额

#### 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 中国分时租赁行业政策环境分析

#### 一、行业监管体制现状

#### 二、行业主要政策法规

### 第三节 中国分时租赁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 中国分时租赁行业运行情况

### 第一节 中国分时租赁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 中国分时租赁行业市场规模分析

### 第三节 中国分时租赁行业供应情况分析

### 第四节 中国分时租赁行业需求情况分析

### 第五节 中国分时租赁行业供需平衡分析

### 第六节 中国分时租赁行业发展趋势分析

## 第五章 中国分时租赁所属行业运行数据监测

### 第一节 中国分时租赁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 中国分时租赁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 中国分时租赁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年中国分时租赁市场格局分析

### 第一节 中国分时租赁行业竞争现状分析

- 一、中国分时租赁行业竞争情况分析
- 二、中国分时租赁行业主要品牌分析

### 第二节 中国分时租赁行业集中度分析

- 一、中国分时租赁行业市场集中度分析
- 二、中国分时租赁行业企业集中度分析

### 第三节 中国分时租赁行业存在的问题

### 第四节 中国分时租赁行业解决问题的策略分析

### 第五节 中国分时租赁行业竞争力分析

- 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年中国分时租赁行业需求特点与价格走势分析

### 第一节 中国分时租赁行业消费特点

### 第二节 中国分时租赁行业消费偏好分析

- 一、需求偏好
- 二、价格偏好
- 三、品牌偏好
- 四、其他偏好

### 第三节 分时租赁行业成本分析

### 第四节 分时租赁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 中国分时租赁行业价格现状分析

### 第六节 中国分时租赁行业平均价格走势预测

- 一、中国分时租赁行业价格影响因素
- 二、中国分时租赁行业平均价格走势预测
- 三、中国分时租赁行业平均价格增速预测

## 第八章 2016-2018年中国分时租赁行业区域市场现状分析

### 第一节 中国分时租赁行业区域市场规模分布

#### 第二节 中国华东地区分时租赁市场分析

- 一、华东地区概述
- 二、华东地区经济环境分析
- 三、华东地区分时租赁市场规模分析
- 四、华东地区分时租赁市场规模预测

#### 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、华中地区分时租赁市场规模分析
- 四、华中地区分时租赁市场规模预测

#### 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、华南地区分时租赁市场规模分析

## 第九章 2016-2018年中国分时租赁行业竞争情况

### 第一节 中国分时租赁行业竞争结构分析（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 中国分时租赁行业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 中国分时租赁行业竞争环境分析（PEST）

- 一、政策环境
- 二、经济环境
- 三、社会环境
- 四、技术环境

## 第十章 分时租赁行业企业分析（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年中国分时租赁行业发展前景分析与预测

### 第一节 中国分时租赁行业未来发展前景分析

#### 一、分时租赁行业国内投资环境分析

#### 二、中国分时租赁行业市场机会分析

#### 三、中国分时租赁行业投资增速预测

### 第二节 中国分时租赁行业未来发展趋势预测

### 第三节 中国分时租赁行业市场发展预测

#### 一、中国分时租赁行业市场规模预测

#### 二、中国分时租赁行业市场规模增速预测

#### 三、中国分时租赁行业产值规模预测

#### 四、中国分时租赁行业产值增速预测

#### 五、中国分时租赁行业供需情况预测

#### 第四节中国分时租赁行业盈利走势预测

- 一、中国分时租赁行业毛利润同比增速预测
- 二、中国分时租赁行业利润总额同比增速预测

### 第十二章 2018-2024年中国分时租赁行业投资风险与营销分析

#### 第一节 分时租赁行业投资风险分析

- 一、分时租赁行业政策风险分析
- 二、分时租赁行业技术风险分析
- 三、分时租赁行业竞争风险分析
- 四、分时租赁行业其他风险分析

#### 第二节 分时租赁行业企业经营发展分析及建议

- 一、分时租赁行业经营模式
- 二、分时租赁行业销售模式
- 三、分时租赁行业创新方向

#### 第三节 分时租赁行业应对策略

- 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年中国分时租赁行业发展策略及投资建议

#### 第一节 中国分时租赁行业品牌战略分析

- 一、分时租赁企业品牌的重要性
- 二、分时租赁企业实施品牌战略的意义
- 三、分时租赁企业品牌的现状分析
- 四、分时租赁企业的品牌战略
- 五、分时租赁品牌战略管理的策略

#### 第二节中国分时租赁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 中国分时租赁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年中国分时租赁行业发展策略及投资建议

### 第一节 中国分时租赁行业产品策略分析

- 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 中国分时租赁行业定价策略分析

### 第三节 中国分时租赁行业营销渠道策略

- 一、分时租赁行业渠道选择策略
- 二、分时租赁行业营销策略

### 第四节 中国分时租赁行业价格策略

### 第五节 观研天下行业分析师投资建议

- 一、中国分时租赁行业重点投资区域分析
- 二、中国分时租赁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/fangdichang/346543346543.html>