

中国共享单车行业研究报告

2017年

前言	1
中国共享单车行业发展现状	2
2.1 中国共享单车行业分析	
2.2 中国共享单车市场研究	
2.3 中国共享单车用户研究	
中国共享单车企业案例研究	3
中国共享单车行业未来发展趋势	4

摘要



城市化进程的加快与汽车工业的发展给我国居民出行结构带来了巨大的改变，网约车的出现虽丰富了用户的出行选择，但仍未解决用户“最后一公里”的出行痛点。针对此痛点，政府公共自行车运营时间已久，然而一直在取还车便捷度方面存在弊点。摩拜单车、ofo共享单车等共享单车平台以无桩自行车切入市场空白点，解决用户痛点，受到用户青睐。其中，摩拜单车和ofo共享单车分别以城市及校园作为切入点，成为市场主要参与者。

报告将通过行业发展历程、不同共享单车企业车辆模式及运营模式、用户需求等多方面分析市场现状、企业竞争力，探索未来发展可能性及挑战。

共享单车行业概念定义

解决居民“最后一公里”出行问题，引领绿色环保新经济

- 共享单车，指在城市、校园等场所提供的自行车共享服务，目前国内首创的智能共享单车模式指通过App寻找车辆，利用扫码等智能方式一键解锁自行车，通过后台远程实时监控车辆健康和运营状态的单车智能出行新形式；
- 80年代，中国被誉为“自行车王国”，首都北京的自行车数量超过千万辆，出行比重高达63%，随着城市生活半径越来越大，北京等内地各大城市的自行车出行比重快速下降。目前，国内一线城市自行车平均出行比重低于20%。共享单车的出现使得自行车重新成为城市居民重要的出行方式之一。

共享经济

共享经济指将现有资源共享给他人，以提高资源利用率，简而言之，共享经济的理念是“共享而不占有”



自行车制造业

几十年前的中国，自行车遍布城市各个角落。近几年来，自行车制造业停滞不前。2016年我国两轮脚踏自行车累计完成产量5303.3万辆，累计同比下降5%

物联网

物物相连的互联网：在互联网基础上的延伸和扩展，进行信息交换和通信，通过智能感知、识别技术等通信感知技术，应用于网络的融合中，以用户体验为核心的创新2.0是物联网发展的灵魂



共享单车



前言	1
中国共享单车行业发展现状	2
2.1 中国共享单车行业分析	
2.2 中国共享单车市场研究	
2.3 中国共享单车用户研究	
中国共享单车企业案例研究	3
中国共享单车行业未来发展趋势	4

中国在线出行行业发展历程

在线出行服务行业发展迅速，共享出行成为其中主流服务

- 自2006年出现首家专业租车网站以来，中国在线出行服务行业经历了“线下重资产+线上服务”向“互联网+共享经济/轻资产重服务”的转变，同时也实现了PC端向移动端使用场景的转变；
- 2012年起移动端出行服务模式大量涌现，主流服务包括租车、拼车、代驾、出租车、专车（快车）与分时租赁等，其中，专/快车、共享单车等共享出行服务成为其主流服务。

在线出行服务发展历程



中国共享出行模式分析

共享单车更好地解决了用户“最后一公里”出行痛点，成为市场新热点

作为在线出行行业的主流服务，共享出行包含专车、快车等网约车服务，分时租赁服务，以及2016年火爆市场的共享单车服务；相比网约车的专/快车及顺风车，共享单车解决了用户“最后一公里”的出行问题，节约用户等车的时间成本及服务的费用成本；相比分时租赁，共享单车使用方便，取还车灵活，使用性价比高，目前共享单车用户覆盖率增长迅速，远超分时租赁用户群体。

共享出行服务模式对比

	共享单车	专车/快车	拼车/顺风车	分时租赁
使用场景	短途出行	中/长途	中/长途	中长途
使用习惯	公交、地铁站往返办公楼、居住地	通勤、商务	通勤	通勤、用车需求
价位	0.5元起	高档/平价	平价/便宜	昂贵
出行区间	无限制	无限制	无限制	无限制
服务	-	服务优、乘车环境好	一般	-
归还方式	合规区域内灵活停放	-	-	定点归还
用户规模	超过2000万人	8000万人 - 1亿人	8000万人 - 1亿人	50万人 - 100万人
特点	解决“最后一公里”问题	应用场景广泛，主流移动出行模式		用户覆盖较低

来源：艾瑞咨询整理。

共享单车发展环境——政策

国家和地方政府对共享单车持正面积极态度并加强相关政策，以带动共享单车的快速发展

两会态度：共享单车作为创新模式，有效地解决了人民群众“最后一公里”出行问题；对此创新举措，政府首先的态度是支持，同时，发展中的问题同样需要努力解决



改善出行环境

《国务院关于城市优先发展公共交通的指导意见》

加快转变城市交通发展方式，将公共交通发展放在城市交通发展的首要位置。把握方便群众、综合衔接、绿色发展、因地制宜的科学发展原则。改善步行、自行车出行条件。



规范出行规则

《关于鼓励规范互联网自行车服务的若干意见征求意见稿》

深圳市交通委和政府各部门对于以摩拜单车为代表的互联网自行车共享单车这种新业态给予了鼓励和支持，同时也将为以摩拜单车为代表的共享单车企业在深圳的发展创造更良好的环境，便利市民的同时也引导和规范文明用车。深圳意见稿的发布对全国其他城市具有较强的参考作用。



鼓励资本合作

《关于推广运用政府与社会资本合作模式有关问题的通知》

政府和社会资本合作模式是在基础设施及公共服务领域建立的一种长期合作关系，推广运用政府和社会资本合作模式，是国家确定的重大经济改革任务，对于加快新型城镇化建设、提升国家治理能力、构建现代财政制度具有重要意义。



推动智能制造

《中国制造2025》

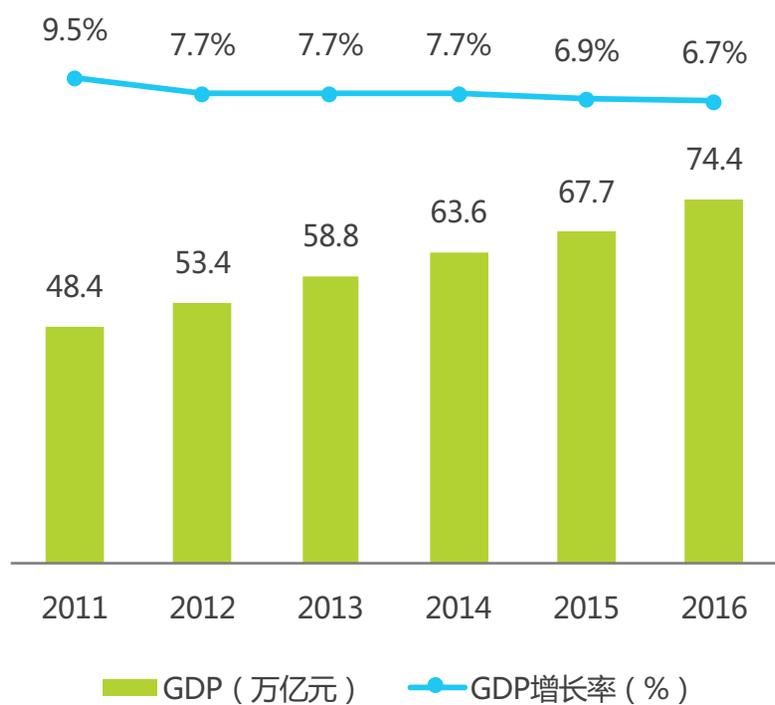
要加快推动新一代信息技术与制造技术融合发展，就要把智能制造作为两化深度融合的主攻方向，全面提升企业研发、生产、管理和服务的智能化水平，推动我国制造模式从“中国制造”向“中国智造”转变。

共享单车发展环境——经济

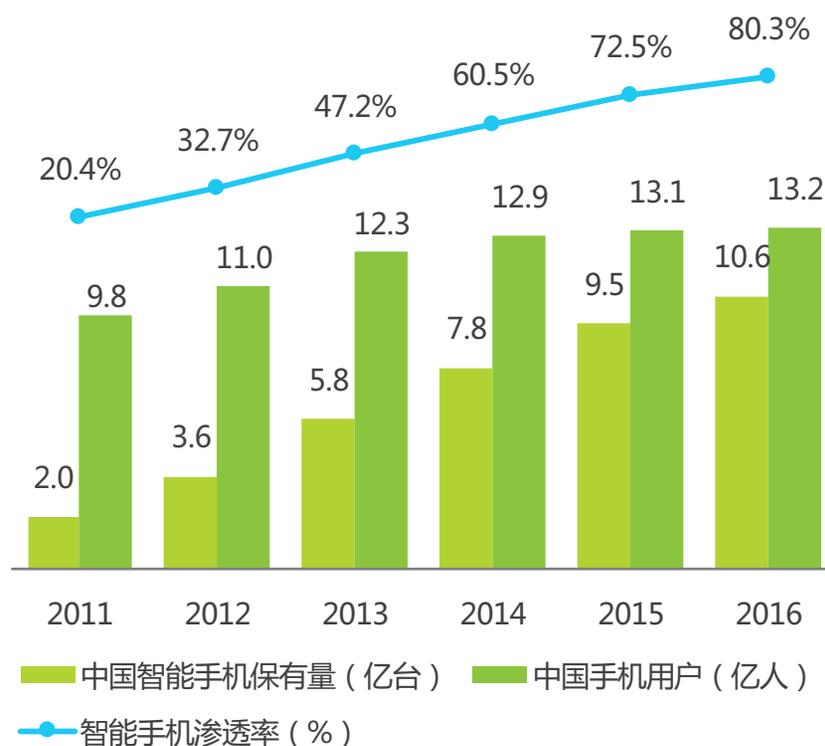
整体经济呈温和上升趋势，智能手机渗透率增长迅速

2016年GDP增长至74.4万亿元，经济总量呈增长趋势，整体智能手机保有量稳步提升，2016年智能手机渗透率已达到75.7%，智能手机成为了多数用户必不可少的日常用品之一，居民移动支付的习惯也随之逐步养成，移动互联网的快速发展以及智能手机的普及率为共享单车的渗透和发展奠定了良好的基础。另外，2016年资本寒冬期，创投领域融资有所减少，共享单车却受到不少知名投资机构的青睐，投资方中不乏红杉、华平、高瓴等。

2011-2016年中国GDP及实际增长率



2011-2016年中国智能手机保有量及渗透率



来源：国家统计局。

来源：根据艾瑞数据推算模型。

共享单车发展环境——社会

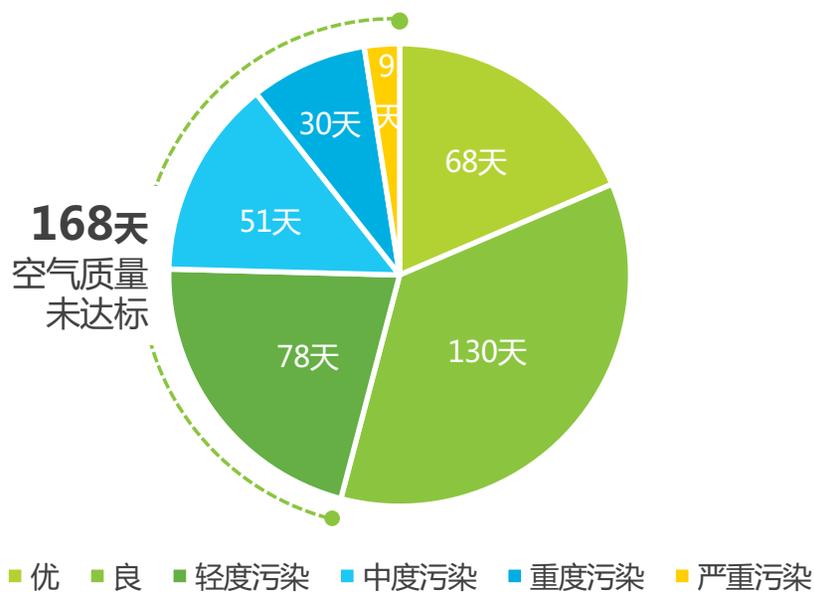
空气污染严重，城市交通拥堵等出行问题亟待解决

2016年北京市日均浓度未达标天数达到168天，占全年45.9%的时间，给城市空气质量带来巨大威胁；2016年，济南、哈尔滨、北京等主要一二线城市的拥堵指数均高达2左右，致使城市出行效率大大降低；随着环境污染、城市拥堵问题的日益加重，政府、资本、以及用户对出行环境改善的需求也愈发强烈，共享单车以其绿色环保、轻便高效的出行模式赢得了社会的好感和政府的鼓励支持。



城市环保压力巨大 - 日均浓度未达标情况加速城市空气质量问题

2016年北京市日均浓度达标情况



来源：北京市环境保护局。

©2017.3 iResearch Inc.

www.iresearch.com.cn



城市出行效率较低 - 机动车数量的快速增长加重城市拥堵指数

2016年中国主要城市拥堵指数

排名	城市名称	高峰拥堵指数	平均速度(km/h)
1	济南	2.29	19.9
2	哈尔滨	2.13	21.5
3	北京	2.17	23.1
4	重庆	2.06	23.4
5	贵阳	2.11	22.6
6	深圳	2.12	24.4
7	昆明	2.09	24.6
8	杭州	1.91	22.5
9	大连	1.88	22.6
10	广州	2.15	23.0

来源：高德《2016年中国主要城市交通分析报告》。

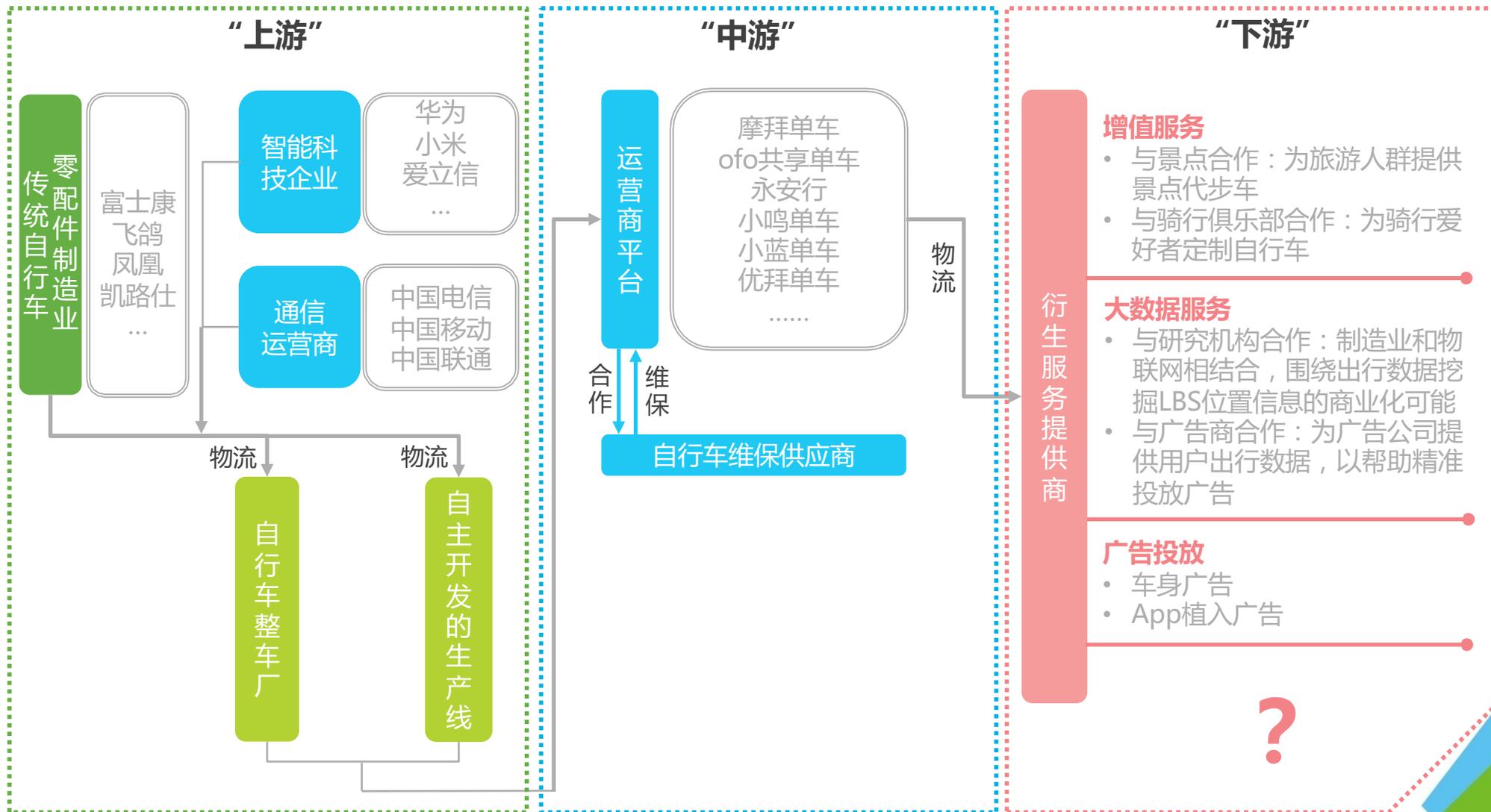
©2017.3 iResearch Inc.

www.iresearch.com.cn

前言	1
中国共享单车行业发展现状	2
2.1 中国共享单车行业分析	
2.2 中国共享单车市场研究	
2.3 中国共享单车用户研究	
中国共享单车企业案例研究	3
中国共享单车行业未来发展趋势	4

共享单车产业链剖析

共享单车产业链逐渐成熟，上游供应商是关键，衡量着企业的量产能力和迭代更新速度；物流连接过程中带来的问题以及寻找下游最合适的盈利模式仍需探索；在拓展盈利模式的同时需思考其可行性，例如车身的广告投放会对城市容貌带来影响、与景点/骑行俱乐部的合作会面临用户体量小等类似问题。



共享单车主要运营成本

运营成本涉及多项维度，维保调度费是除制造成本外另一重要模块

企业运营成本涉及多项维度，研发阶段成本主要为零配件采购、技术研发等费用；运营阶段中，由于车辆的开锁等模块会涉及到通信运营商，期间会随之产生网络费用；维修保养方面，目前各家企业主要通过大数据监管、人工调度车辆以及区域化分配维修师傅进行统一修缮，期间费用涉及零配件置换修理费、劳力成本、运输调度费等，除车辆制造成本以外，运维成本成为共享单车行业另一重要模块，而如何减少运维成本，提高运维效率需根据不同的车辆属性、造价等因素进行策略规划。

共享单车主要运营成本拆解

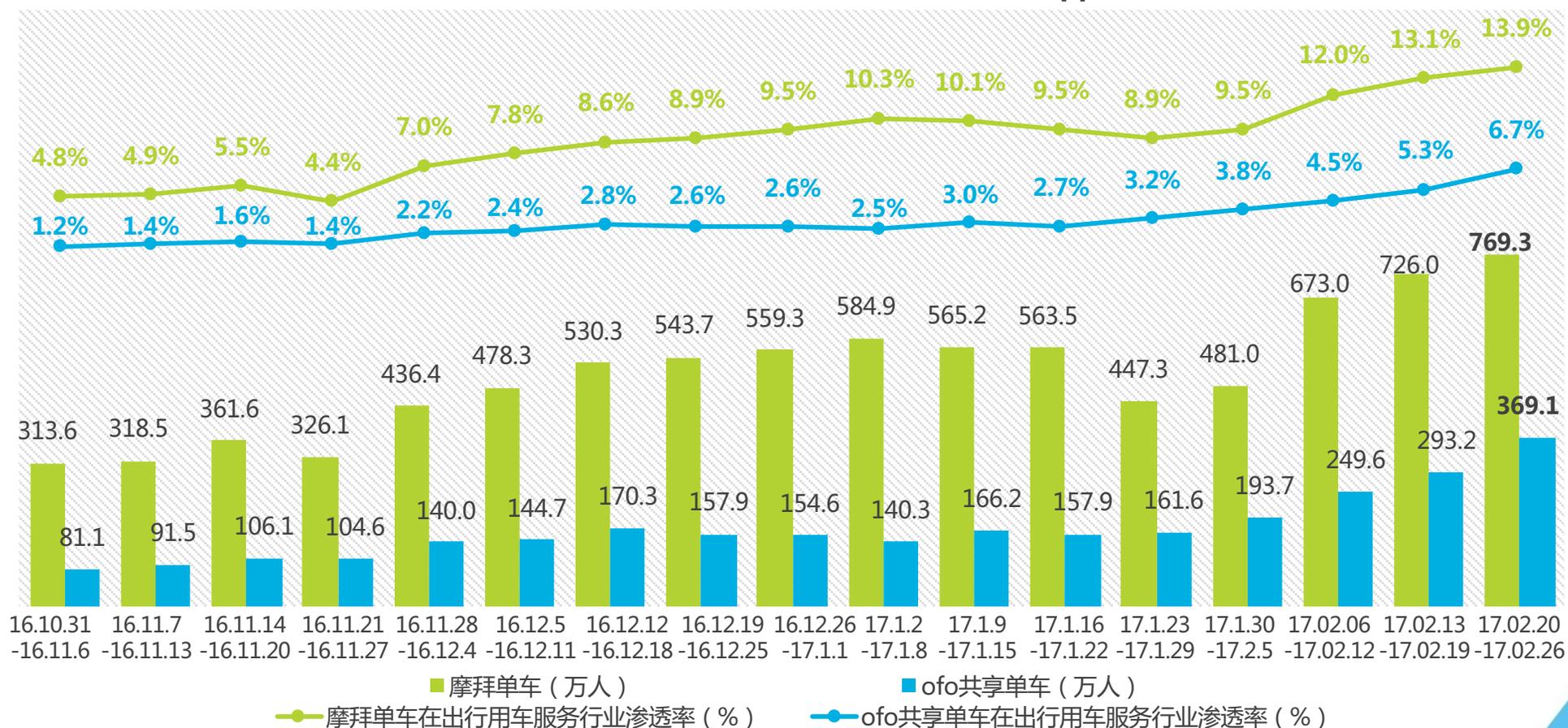


共享单车行业主要参与者用户覆盖

摩拜单车用户覆盖优势明显，处于行业领先地位

2016年11月至2017年2月，摩拜单车活跃用户总体呈上升趋势，由于春节的因素，2017年春节周摩拜单车活跃用户规模受到影响，但在春节后迅速回升，2月末活跃用户规模达到最高值，为769.3万人，相较2016年10月末，增长455.7万人，增长约2.5倍；摩拜单车目前在整体出行用车服务行业中渗透率已达13.9%；同期，ofo共享单车活跃用户整体稳步提升，活跃用户规模最高为369.1万人，相较2016年10月末，增长288.0万人，增长约4.6倍，在整体出行用车服务行业中的渗透率最高达到6.7%。

mUserTracker-2016年11月至2017年2月主要参与者App端WAU



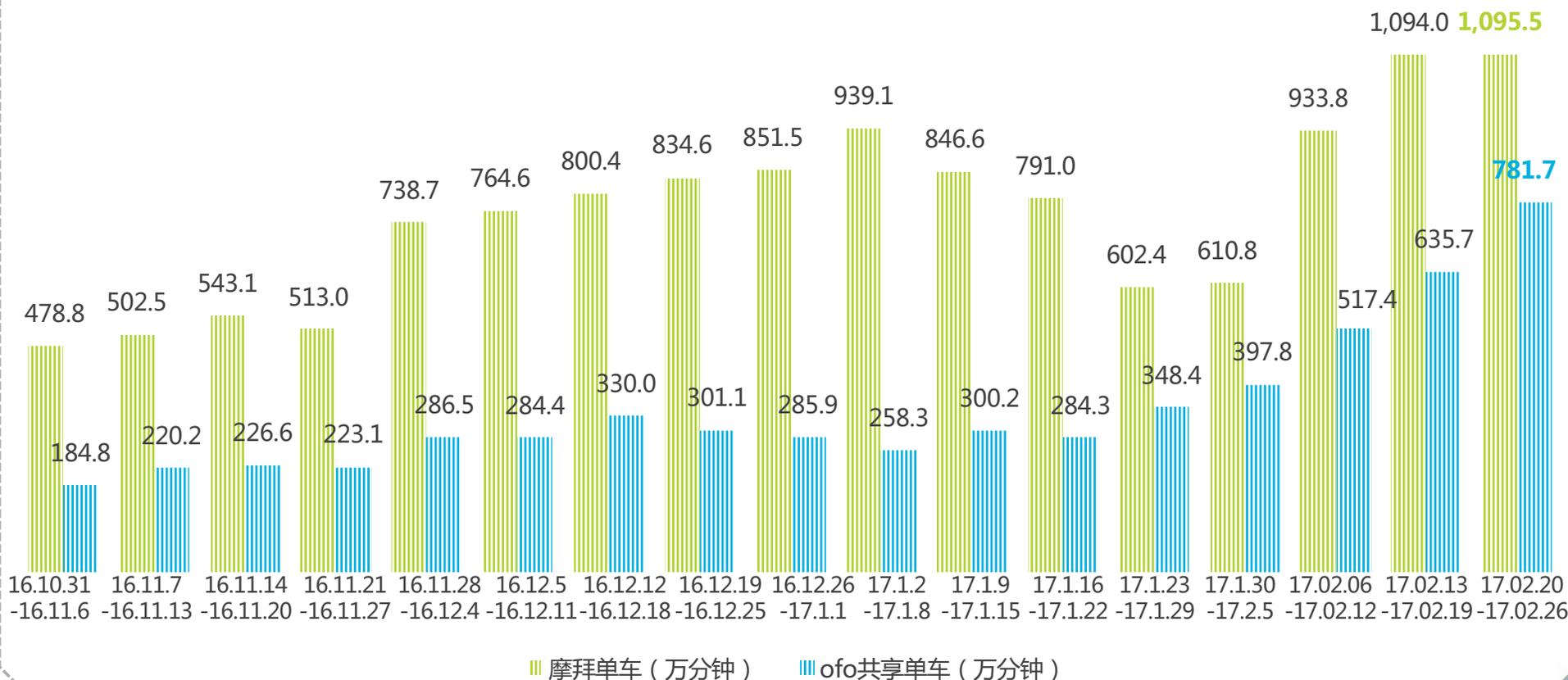
注释：1. 不包含摩拜单车微信小程序、ofo微信端数据；2. 出行用车服务行业包括网约车、代驾、拼车、共享单车等出行App。
来源：mUserTracker. 2017年1月，基于日均400万手机、平板移动设备软件监测数据，与超过1亿移动设备的通讯监测数据，联合计算研究获得。

共享单车行业主要参与者用户活跃度

摩拜单车用户活跃时长增幅明显，峰值已超千万分钟

摩拜单车App日均使用时长由16年10月底478.8万分钟到2017年2月末，大幅增长至1095.5万分钟，相较10月底增长616.7万分钟，增长约2.3倍；ofo共享单车在2017年推出免费骑行日以及充值返现的营销活动，日均总有效使用时长在2017年2月末达到最高值，为781.7万分钟，相较10月底增长596.9万分钟，增长约4.2倍；从用户覆盖和日均使用时长来看，摩拜单车与ofo共享单车属于行业第一梯队。

mUserTracker-2016年11月至2017年2月主要参与者App端周度日均总有效使用时间



注释：1. 不包含摩拜单车微信小程序、ofo共享单车微信端相关数据；2. 日均使用时间统计口径为用户使用App的前台时间，非骑行时长；用车使用流程可能影响使用时长，摩拜单车使用流程：打开App扫码开锁使用车辆，关锁自动计费；ofo使用流程：打开App扫码，获取密码打开车辆，用车结束后打开App手动计费。

来源：mUserTracker. 2017年1月，基于日均400万手机、平板移动设备软件监测数据，与超过1亿移动设备的通讯监测数据，联合计算研究获得。

共享单车服务模式分析

共享单车市场参与者众多，各有千秋

- 各类共享单车通常注册方式为：实名认证+手机绑定+押金，其中摩拜单车、小鸣单车押金较高，分别为299元和199元，其他平台均为99元，押金不能用作使用计费，使用费用需额外充值，价位维持在是0.5元-1元/半小时；
- 各类单车中，摩拜单车及小蓝单车采用自行设计及生产制造方式，整车科技感较强；
- 目前能够覆盖全国主要大型城市的单车平台较少，行业集中度较高；各单车平台中，摩拜单车和ofo单车城市覆盖最广。

单车出行服务模式分析

	摩拜单车	ofo共享单车	小鸣单车	小蓝单车	政府公共自行车
押金	299元	99元	199元	99元	不同城市有差异
收费标准	城市：0.5元/半小时起 合作校园：0.1元/10分钟	城市：1元/半小时 校内：0.5元/半小时	1元/半小时	0.5元/半小时	不同城市有差异
驱动方式	轴传动 / 链条传动	链条传动	链条传动	链条传动	链条传动
重量	经典版：≈22kg Lite：≈15kg	初代大黄车：普通自行车 3.0版小黄车：≈16kg	≈16kg	≈15kg	普通自行车
车锁	GPS智能锁	手动密码锁	蓝牙智能锁	GPS智能锁	咪表+电子锁
轮胎	防爆轮胎	普通轮胎	防爆轮胎	普通轮胎	普通轮胎
刹车	碟刹	初代大黄车：普通车刹 3.0版小黄车：夹刹 + 抱闸	前后双抱闸	前后双抱闸	普通车刹
使用方式	合规区域内灵活停放	合规区域内灵活停放	虚拟停车场	合规区域内灵活停放	固定桩位
结算方式	无需开启App，自动结算	需开启App，手动结算	需开启App， 手动结算	需开启App， 手动结算	-
押金监管	通过银行专有监管账户 (合作招行)	暂无公开信息	暂无公开信息	暂无公开信息	暂无公开信息
投放城市	北京、上海、广州、深圳、 成都、南京等33座城市	北京、上海、广州、深圳、 成都、厦门等46座城市	上海、广州、深圳、 无锡、杭州、汕头	广州、深圳、佛山、 南京、成都、北京	主要集中在一二线城市

注释：城市覆盖数量来源于企业对外公布数据，统计截止到2017年3月23日。

来源：公开资料及企业访谈。

©2017.3 iResearch Inc.

www.iresearch.com.cn

共享单车车辆配置分析

GPS智能锁是共享单车车辆最核心的部件，将直接影响用户使用体验及后期运维管理

共享单车车辆配置分析

智能定位系统



- 特点：通过App寻找车辆，用户使用体验较好且利于后期车辆运维管理
- 代表企业：摩拜单车、永安行等

车辆轮胎



- 现状：目前分为实心轮胎和普通单车轮胎两种，其中，防爆实心轮胎耐用性强，不易损坏，延长车辆使用寿命
- 代表企业：摩拜单车



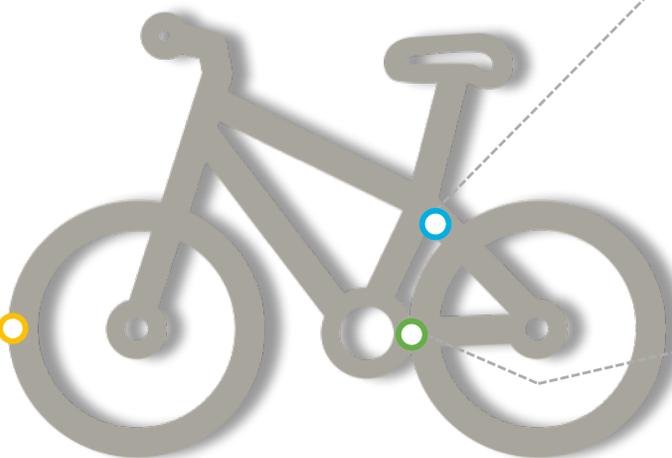
车锁

现状：目前分为智能锁与机械锁两种模式，智能锁科技含量高、使用便捷、不易损坏
开锁方式：智能锁通过手机App扫码开锁，机械锁则需通过输入密码开锁
代表企业：摩拜单车、小蓝单车等



驱动方式

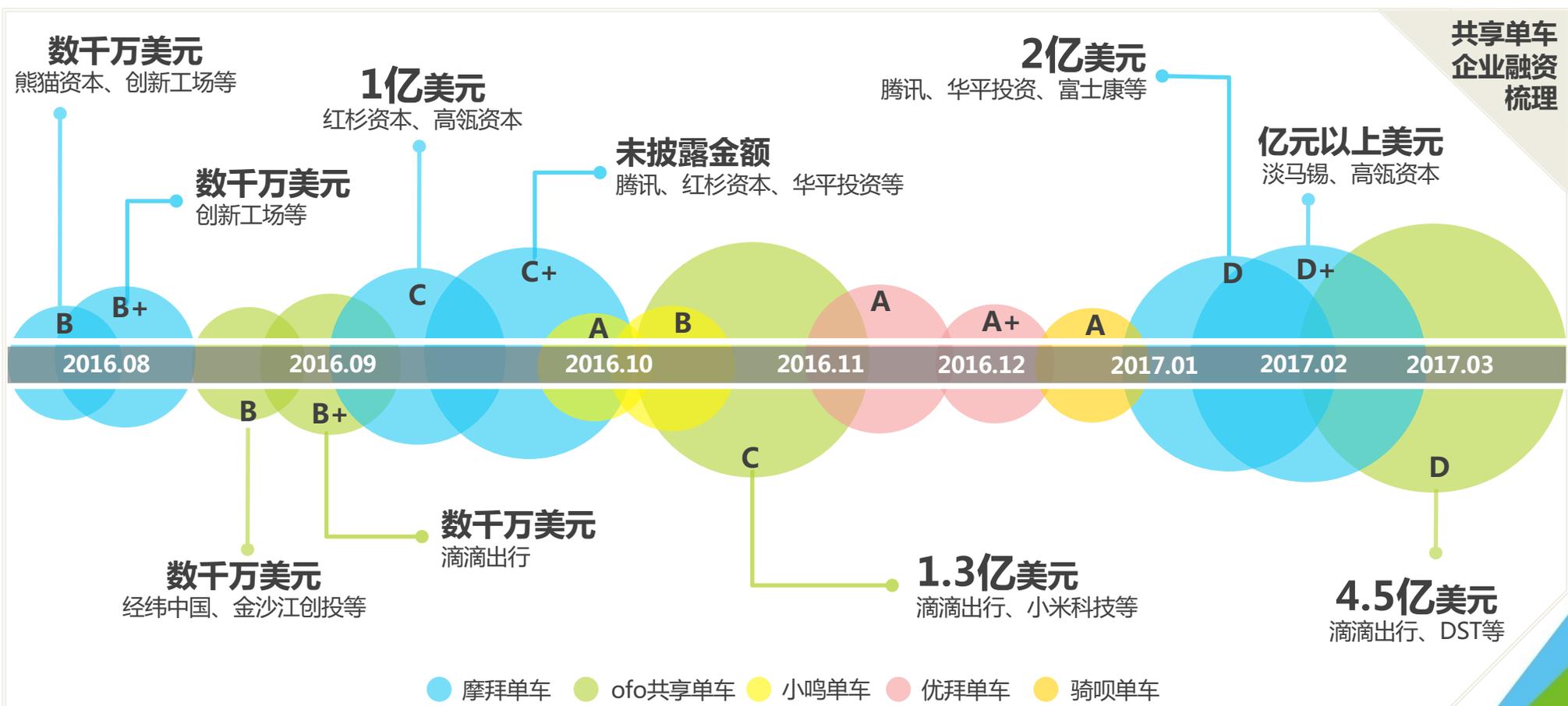
现状：目前分为轴传动、链条传动两种方式，轴传动方式可以避免链条脱落等问题，用户体验更好
代表企业：摩拜单车



共享单车企业融资情况梳理

融资主体增加，融资规模扩张，PE机构入局

- 目前已有11家共享单车企业披露了融资消息，截至目前，行业融资额已超60亿人民币，其中，ofo共享单车与摩拜单车均已完成D轮融资；优拜单车在3个月内获得3轮融资，已完成A+轮；小鸣单车在1个月内完成B轮融资；
- 投资方方面，摩拜单车有腾讯、红杉资本、华平资本以及高瓴资本等知名投资机构作为主要投资人；ofo投资方中则出现了滴滴、小米以及经纬中国等国内具有影响力的企业的身影。



前言	1
中国共享单车行业发展现状	2
2.1 中国共享单车行业分析	
2.2 中国共享单车市场研究	
2.3 中国共享单车用户研究	
中国共享单车企业案例研究	3
中国共享单车行业未来发展趋势	4

用户研究——核心发现

◆ 用户认知

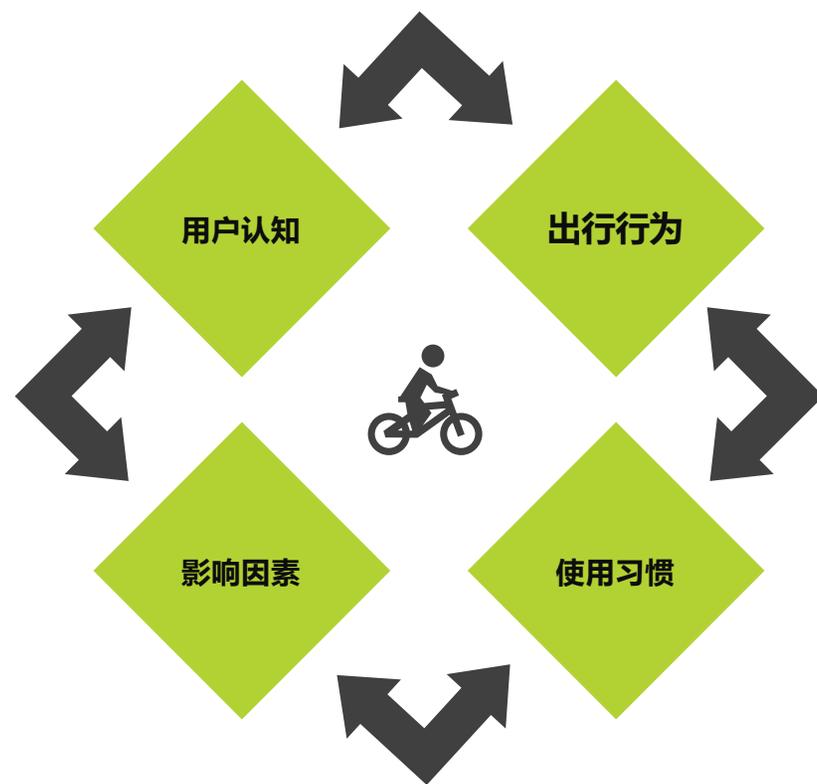
- 用户认知的主要途径是通过看到停放/骑行的共享单车及口碑相传得知
- 使用摩拜单车的用户比例最高

◆ 用户出行行为

- 高频用户出行场景更为多元化，但高低频用户出行场景均主要集中在地铁站/公交站与家/商区之间的代步
- 近七成用户会配合其他公共交通工具协同使用共享单车
- 单次骑行时长主要在30分钟以内

◆ 用户使用现状

- 超过六成的高频用户单次充值金额在100元以上，相对低频用户，对共享单车的使用更为忠实、有责任感
- 道路拥挤度及空气质量是影响用户骑行意愿的关键因素，深圳地区用户骑行意愿最高



共享单车典型用户画像

共享单车主要用户为中高等收入且追求健康生活方式的中青年男性

性别分布

用户中男性居多，占**65.7%**，女性占34.3%

年龄分布

用户集中在26-35岁之间，占**65.0%**，36-45岁及25岁以下用户各占21.0%

收入情况

月收入在8001-10000元间的占**33.2%**，其次为月收入10001-20000元的用户，占23.0%

学历情况

用户整体学历偏高，本科学历占**71.7%**，硕士/MBA占12.0%

生活方式

日均运动时长在1小时以上的用户占**56.2%**

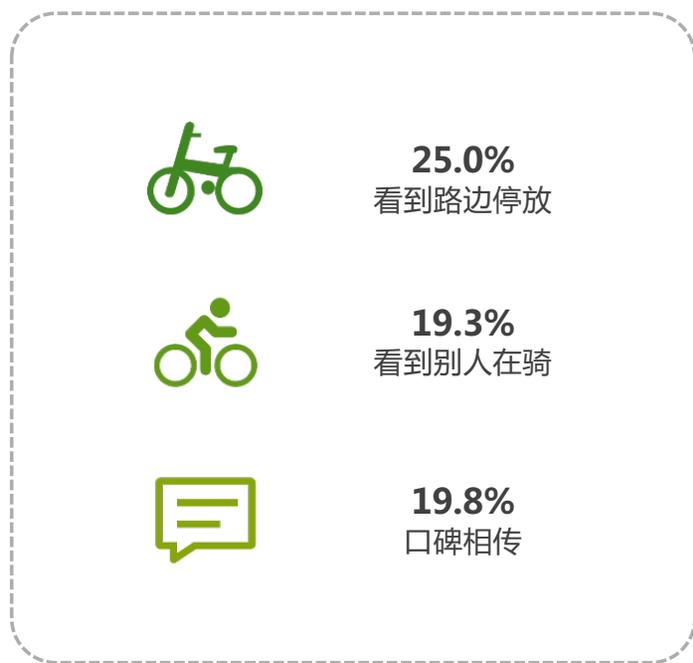


用户认知情况

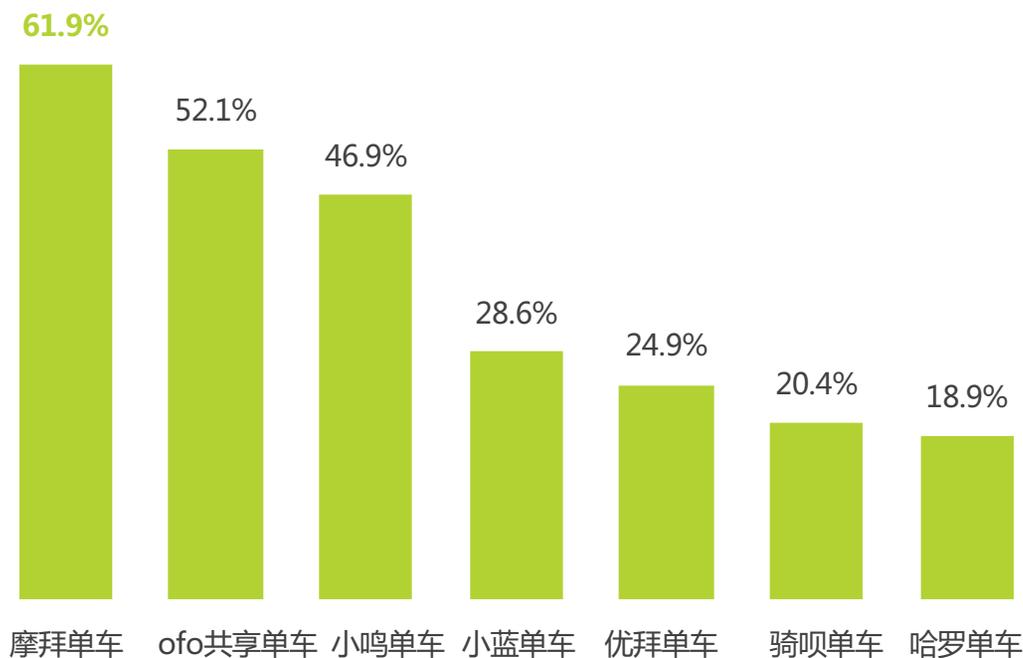
用户主要通过看到停放/骑行的共享单车及口碑相传的方式进行了解；使用摩拜单车的用户比例最高，达到61.9%

用户对于共享单车的认知多通过口碑相传以及看到在路上停放或被人骑行的共享单车，通过看到路边车辆的直观认知排名第一，占比25%；各共享单车平台中，使用摩拜单车的用户最多，为61.9%，其次为ofo共享单车，占比在52.1%。

2017年1月中国共享单车用户主要认知途径



2017年1月中国各单车平台用户使用率

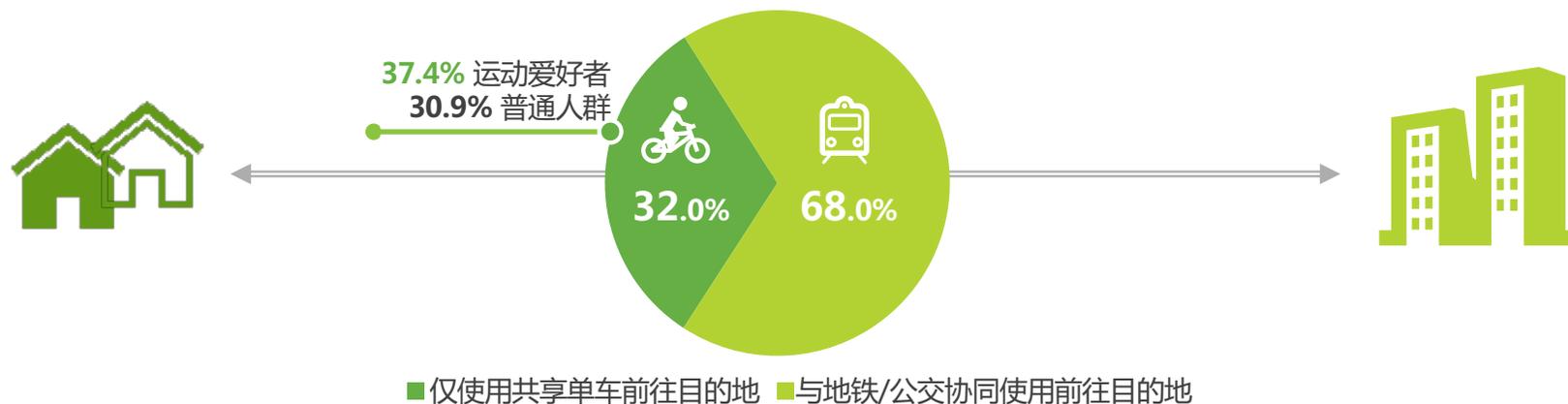


用户出行习惯

多数用户会将共享单车与其他出行工具结合使用，运动爱好者则更倾向单独使用单车

约七成的单车用户会将共享单车作为出行工具组合中的一环，其余30%的用户倾向于不与公共交通结合、仅使用共享单车前往目的地，其中，运动爱好者（日均运动时长1小时以上）占多数，比例达到37.4%。90%用户在目的地与地铁/公交站相距3000米内时选择使用共享单车，用户使用需求被激活，共享单车成为最有效的“最后一公里”解决方案。

2017年1月中国单车用户出行方式



2017年1月中国车站与目的地间不同距离使用单车的人群比例



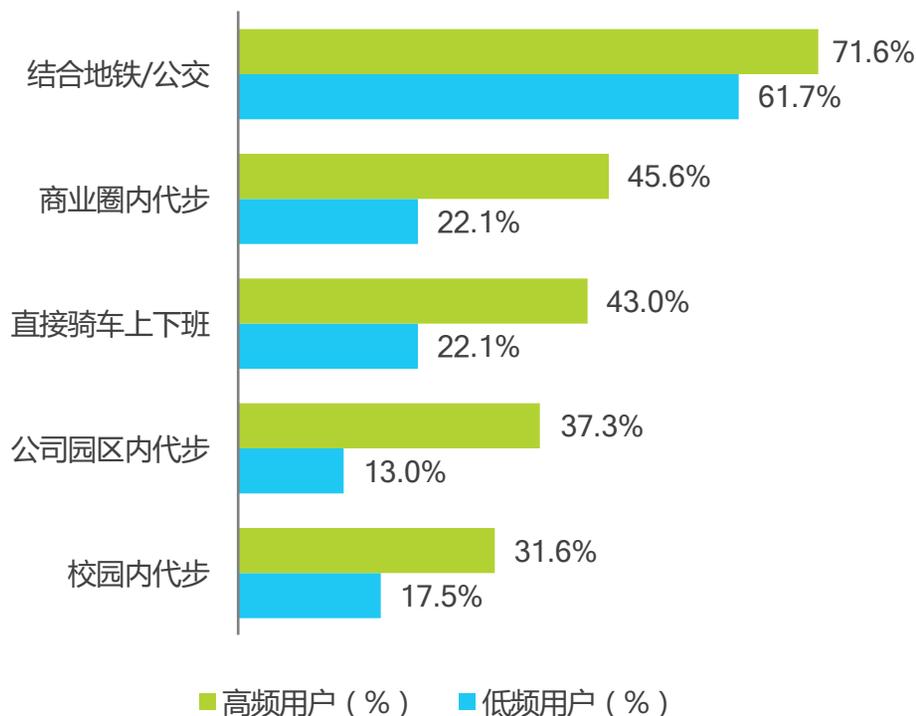
注释：“运动爱好者”指日均运动时长在1小时以上的人群。
样本：N=1255，于2017年1月通过艾瑞iClick在线调研社区调查获得。

用户出行习惯

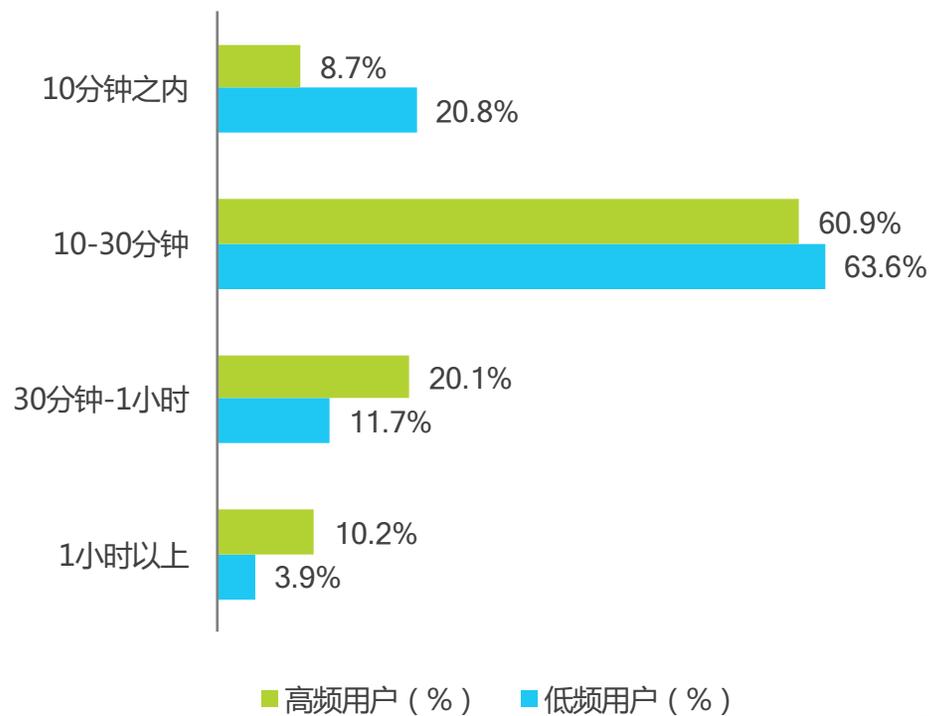
高频用户用车场景多样化，愿意长时间骑行

- 低频用户的使用场景较为单一，61.7%的用户出行场景集中在家/公司/商圈到地铁站/公交站间的往返，单次使用时间集中在30分钟以内，占比达到84.4%；
- 高频用户使用场景较为丰富，最主要的场景仍是家/公司/商圈到地铁站/公交站间的往返，占比均在70%左右，其次为商业圈内的代步或上下班通勤，占比与主要场景差距不大；骑行时长同样主要集中在30分钟内，但10%的高频用户骑行时长达到1小时以上，是低频用户的2.5倍。

2017年1月中国共享单车用户使用场景



2017年1月中国共享单车用户单次骑行时长



注释：高频用户：周使用单车次数多于5次（含次）；低频用户：周使用单车次数少于5次。
样本：N=1255，于2017年1月通过艾瑞iClick在线调研社区调查获得。

注释：高频用户：周使用单车次数多于5次（含次）；低频用户：周使用单车次数少于5次。

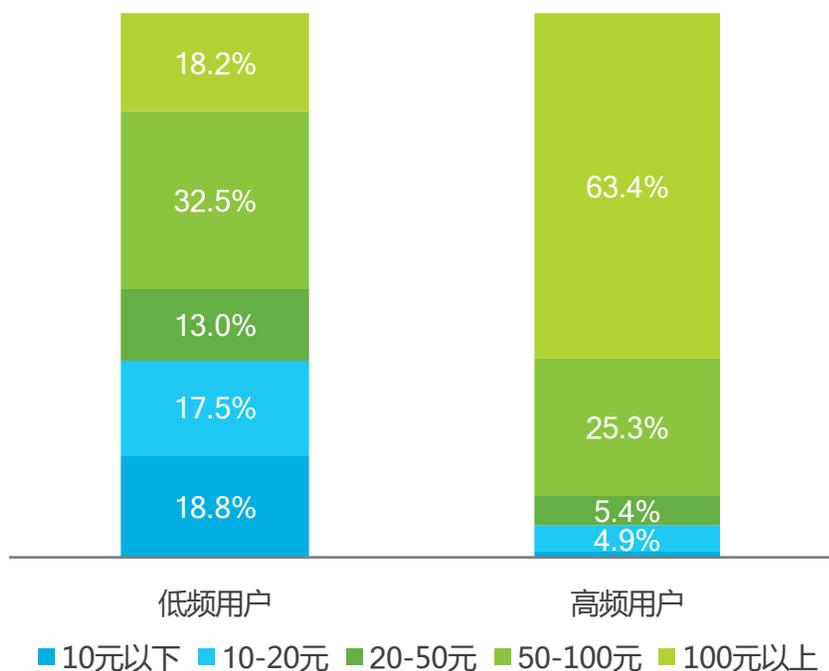
样本：N=1255，于2017年1月通过艾瑞iClick在线调研社区调查获得。

用户出行习惯

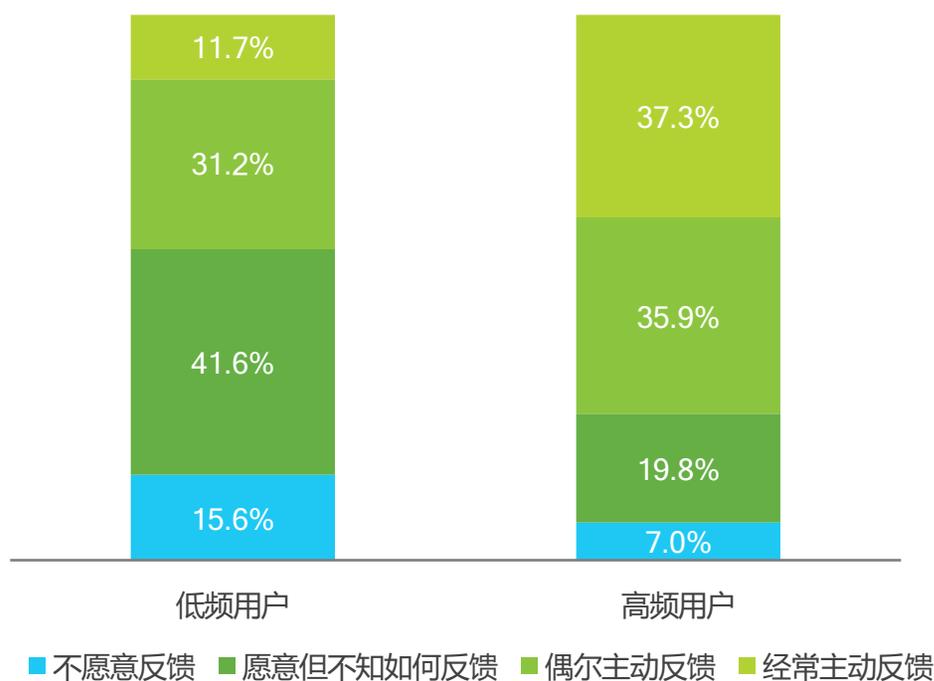
高频用户单次充值金额高，反馈车辆问题及不文明行为积极性高

- 高频用户单次充值金额集中则集中在100元以上，占比达到63.4%，而低频用户的单次充值金额集中在100元以内，仅有18.2%用户单次充值金额在100元以上；
- 高频用户的反馈力度较强，37.3%的高频用户会经常反馈车辆问题及不文明行为，表示不愿意反馈的用户仅有7.0%；但低频用户中，多数人愿意但不知道如何进行反馈，并且，不愿意反馈的用户占到15.6%。

2017年1月中国共享单车用户单次充值金额



2017年1月中国共享单车用户对车辆问题反馈力度



注释：高频用户：周使用单车次数多于5次（含5次）；低频用户：周使用单车次数少于5次。
样本：N=1255，于2017年1月通过艾瑞Click在线调研社区调查获得。

注释：高频用户：周使用单车次数多于5次（含5次）；低频用户：周使用单车次数少于5次。

样本：N=1255，于2017年1月通过艾瑞Click在线调研社区调查获得。

用户骑行意愿影响因素

道路拥挤状况和空气质量是影响用户骑行意愿的主要因素

- 通过影响力模型分析，所在城市道路拥挤状况和空气质量是影响人们骑行意愿的主要因素，其中，路况拥挤程度对用户的骑行意愿影响最大，路况不佳时，用户更愿意使用共享单车以躲避交通拥堵，骑行意愿提升10.1%，而当道路通畅时，用户的骑行意愿则会降低11.4%；
- 对于北京、上海、广州、深圳四座共享单车主要布局城市，深圳用户对道路拥挤度和空气质量满意度最高，当地用户的骑行意愿也是最高的，而北京及上海因两项评分较低，当地用户的骑行意愿也低于广州和深圳。

对骑行意愿的影响 城市环境因素

	自行车道路丰富度	路况拥挤程度	空气质量优良指数	
高	↑ 4.18%	↑ 10.1%	↑ 5.8%	↑ 骑行意愿提升 ↓ 骑行意愿减退
低	↓ 3.23%	↓ 11.4%	↓ 5.7%	

不同城市骑行意愿得分

	北京	上海	广州	深圳
骑行意愿得分	73.61/100	73.68/100	79.28/100	80.00/100
道路拥挤满意度	一般满意	一般满意	一般满意	满意
空气质量	不满意	一般	满意	满意

注释：算法解释：“城市环境因素对骑行意愿的影响”表格中，将通过线性模型回归分析得出的Beta系数代入一元函数公式，根据用户对不同影响因素的满意度打分计算出一元函数公式的y值，即表格中骑行意愿变化的百分比。

样本：N=1255，于2017年1月通过艾瑞Click在线调研社区调查获得。

©2017.3 iResearch Inc.

www.iresearch.com.cn

前言	1
中国共享单车行业发展现状	2
2.1 中国共享单车行业分析	
2.2 中国共享单车市场研究	
2.3 中国共享单车用户研究	
中国共享单车企业案例研究	3
中国共享单车行业未来发展趋势	4

案例研究——摩拜单车

摩拜单车：首创押金监管专属账户，打造智能无忧用户体验

企业运营策略

- 合作**富士康**，不仅**自设工厂**生产车辆，并且**自主设计自行车**；合作**招商银行**，管理账户资金安全，成为行业内**首个开设押金专属账号**的共享单车企业；合作**腾讯**，打造**微信小程序**，共同探索共享单车市场

城市运营策略

- 目前已开通北京、上海、广州、深圳、成都、南京等**33个城市**，其中北上广深成五座城市车辆规模均已**超过10万辆**
- 与广佛地铁、成都地铁合作，打造**骑乘无缝衔接**；与社区合作，开创摩拜社区；与规划部门合作，为城市规划提供有价值的参考数据

海外开拓策略

- 通过**政府招标**，摩拜单车在2017年3月21日在**新加坡**正式运营
- 对于海外布局，摩拜表示会考虑到支付方式、海外用户App使用习惯、语言、地图、海外公司设立等问题，做好充足的准备后进行开拓

用户运营

- 从App端来看，目前摩拜单车**月活用户覆盖已达到千万级**
- 除了“摩拜骑行券”外，摩拜发起了全国首个共享单车行业文明骑行倡议活动；两会期间推出全国免费骑行，鼓励并倡导绿色出行；与招行、华住集团等推出“超级品牌日”绿色骑行活动；成立全球首家摩拜单车主题的肯德基餐厅等

车辆运营

- 基于**智能锁、GPS和通信模块**等多种高科技技术体系下的大数据，对车辆运营状况进行分析，通过运营数据进行热力需求分析，进而优化新车投放
- 利用**物联网管理**，远程锁定需要维护的车辆，就近运营人员进行维护并确保用户开锁使用的车辆处于安全运营状态
- 作为**首个进入城市**的共享单车，摩拜单车车辆拥有**多项技术专利**

行为规范管理

- 通过线下举办宣传活动、志愿者活动，线上微信、微博等多渠道向用户灌输合法骑行思想及安全文明出行理念
- 设定信用分体系，当用户信用分过低时会被暂时冻结或封号，成为**首个设立信用分体系且唯一有信用体系**的共享单车企业
- 采用**实名制注册**，从根本上避免12岁以下儿童使用单车的隐患



注释：城市覆盖数量来源于企业对外公布数据，统计截止到2017年3月23日。

来源：公开资料及企业访谈。

©2017.3 iResearch Inc.

www.iresearch.com.cn

案例研究——摩拜单车

摩拜单车：打造智能化单车，实现数字化骑行



大数据

- 基于摩拜单车智能锁、GPS和通信模块体系下的大数据，根据每天的运营数据进行热力需求分析，判断市场需求，**对已投放的车辆进行调整**，以及**对新车投放进行优化**

云平台

- 摩拜单车将数据存储在云平台上，用户因而可通过扫码开锁，实现**智能锁与用户的互动连接**
- 处理**用户充值、支付服务**；并通过建立用户的信用体系，实现用户文明用车、规范停车的**秩序管理**

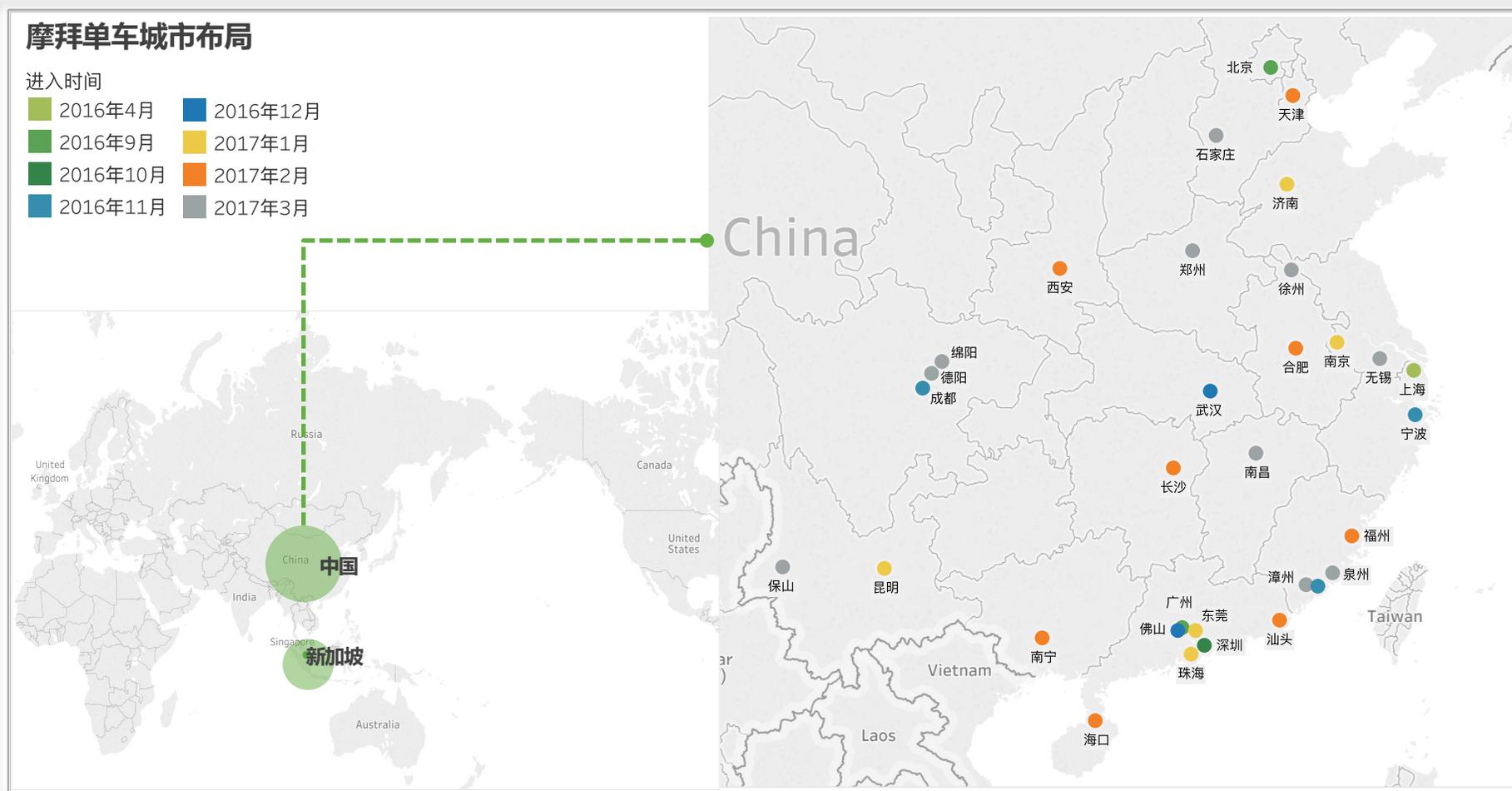
物联网技术

- 摩拜单车通过运用智能车锁内集成的GPS模块实现精准定位，采用专用的**物联网SIM卡**，实现智能锁与云平台的即时通信，并在云平台监控车辆运营情况，以达到高效的技术管理与运营的效果
- 携手百度云，打造**国内外首创“智能推荐停车点”**，融合一体化太阳能供电系统、“**物管理**”、“**物可视**”等物联网技术

案例研究——摩拜单车

摩拜单车：让自行车回归城市，现已入驻33座城市

截至2017年3月，摩拜单车已进入33座城市，其中包括2016年进入的北京、上海、广州、深圳、成都、厦门、武汉等，以及2017年新布局的合肥、西安、长沙、福州、新加坡等海内外城市。在新的一年里，摩拜单车将继续引领绿色、环保、智能出行风潮，让自行车回归城市。



注释：城市覆盖数量来源于企业对外公布数据，统计截止到2017年3月23日。

来源：艾瑞研究院自主研究及绘制。

©2017.3 iResearch Inc.

www.iresearch.com.cn

案例研究——摩拜单车

摩拜单车用户对增加车辆投放量需求最强烈

摩拜单车用户最希望增加车辆投放的数量和地点，其中，呼声最高的投放地点是地铁站沿线，用户占比73.6%；呼声位于其次的是更新押金标准，可以看出，多数用户更追求性价比高的出行体验。

2017年1月摩拜单车用户需求

合理配置车辆投放数量和地点



73.6% 地铁站沿线



64.8% 公交站沿线



63.9% 住宅区



57.9% 办公区



57.3% 商业区

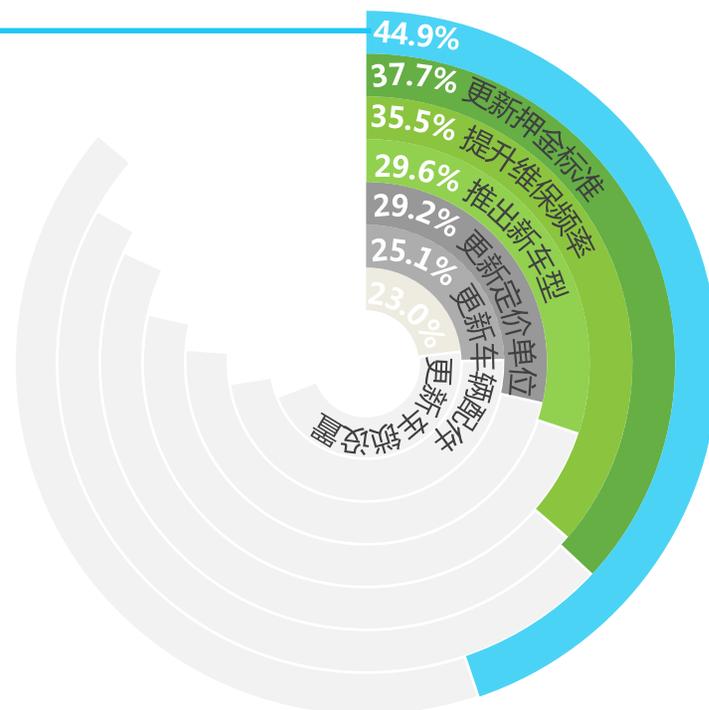


42.3%
8:00-10:00



41.9%
8:00-10:00

共享单车的使用时间集中在早上8:00-10:00以及傍晚18:00-20:00的上下班期间，主要用于地铁站/公交站与家/商区之间的代步，根据用户需求可以看出，目前单车的投放力度仍需加强



案例研究——摩拜单车

摩拜单车用户社会责任感较高

摩拜用户中，91.4%人群表示愿意对车辆问题及不文明使用情况进行上报反馈，其中，64.2%用户会主动反馈，另外27.2%用户表示愿意反馈但不知如何反映情况。整体来说，摩拜单车用户社会责任感较高，但企业仍需加强上报反馈途径方面的用户教育。

摩拜单车社会责任管理

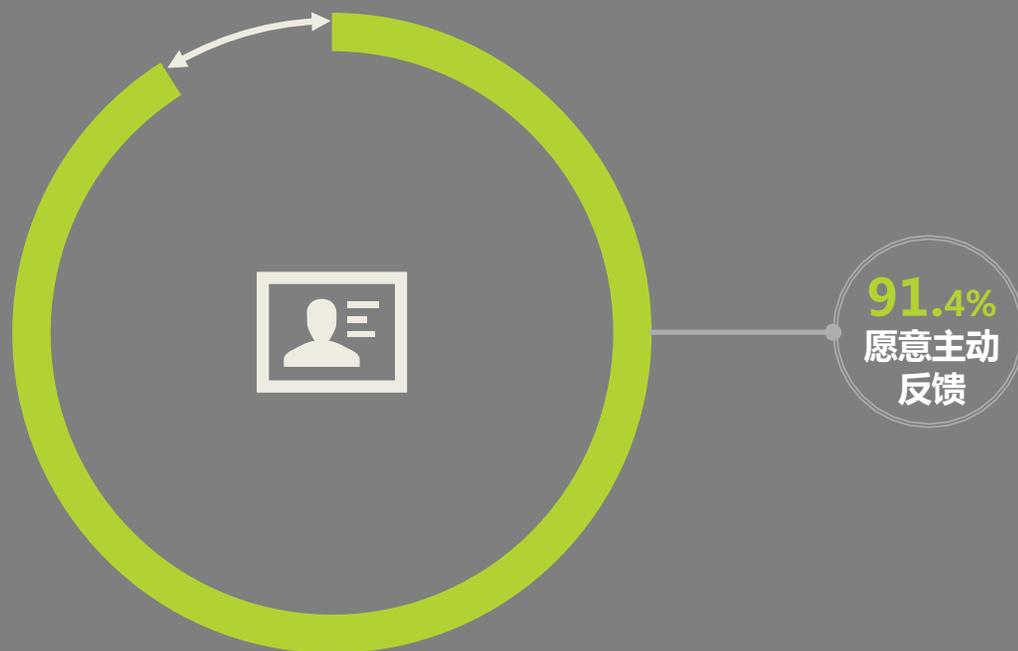


用户对车辆问题及不文明行为的态度

64.2% 会主动反馈

27.2% 愿意但不知如何反馈

8.6% 没有考虑过进行反馈



案例研究——ofo共享单车

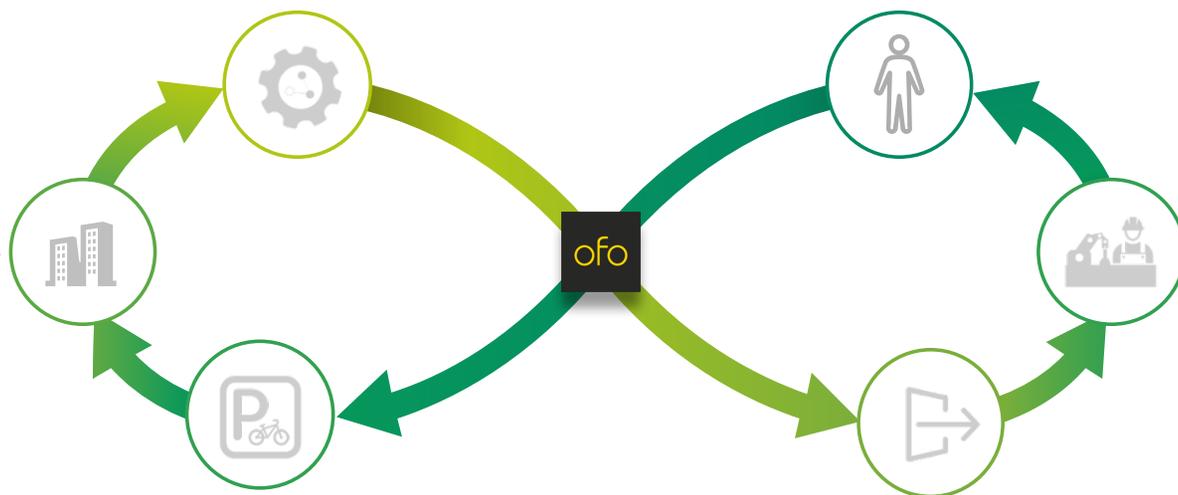
ofo共享单车：从校园到城市，让出行更便利

车辆运营

- 一代“大黄车”采用普通自行车、按键式机械锁的设计，3.0小黄车缩小了车辆体积、更新了车锁设计
- 采取**网格化管理政策**，将城市划分成网格，每一个网格区域内配备一个维修师傅，维保师傅通过每天定时街面巡查的方式工作，每个网格区域的**报修率与维保师傅的奖金进行挂钩**

用户运营

- 联合滴滴出行推出**红包活动**；每周一的“免费星骑一”**免费骑行活动**；16年11月，开展“双11不期而遇”的**脱单活动**；16年11-12月，携手ENJOY开展“扩大美食半径”的**美食优惠活动**



城市运营策略

- 以校园作为突破口，覆盖**全国200所高校**；2016年11月，正式进入城市，目前已覆盖**46座城市**
- 合作深圳地铁，规划地铁站**共享单车停放区**

合作策略

- 合作第三方供应商进行造车，如**飞鸽、凤凰**等知名自行车企业
- 合作中国电信、华为共同研发基于**物联网NB-IoT技术**的共享单车智能解决方案

行为规范管理

- 与深圳市交管局、市教育局联合发布《**关于未成年人共享单车使用行为的联合声明**》
- 通过实名制禁止未满12岁儿童注册使用；通过公共渠道进行传播宣传，规范未成年人使用行为

海外开拓策略

- 目前已进入**新加坡**免费运营
- 海外投放策略将以**校园**作为入口
- 目前会将重点放在国内，对于海外市场，由于不同国家策略不同，因此会在前期跑通商业模式后进行大规模扩张

注释：城市覆盖数量来源于企业对外公布数据，统计截止到2017年3月23日。

来源：公开资料及企业访谈。

案例研究——ofo共享单车

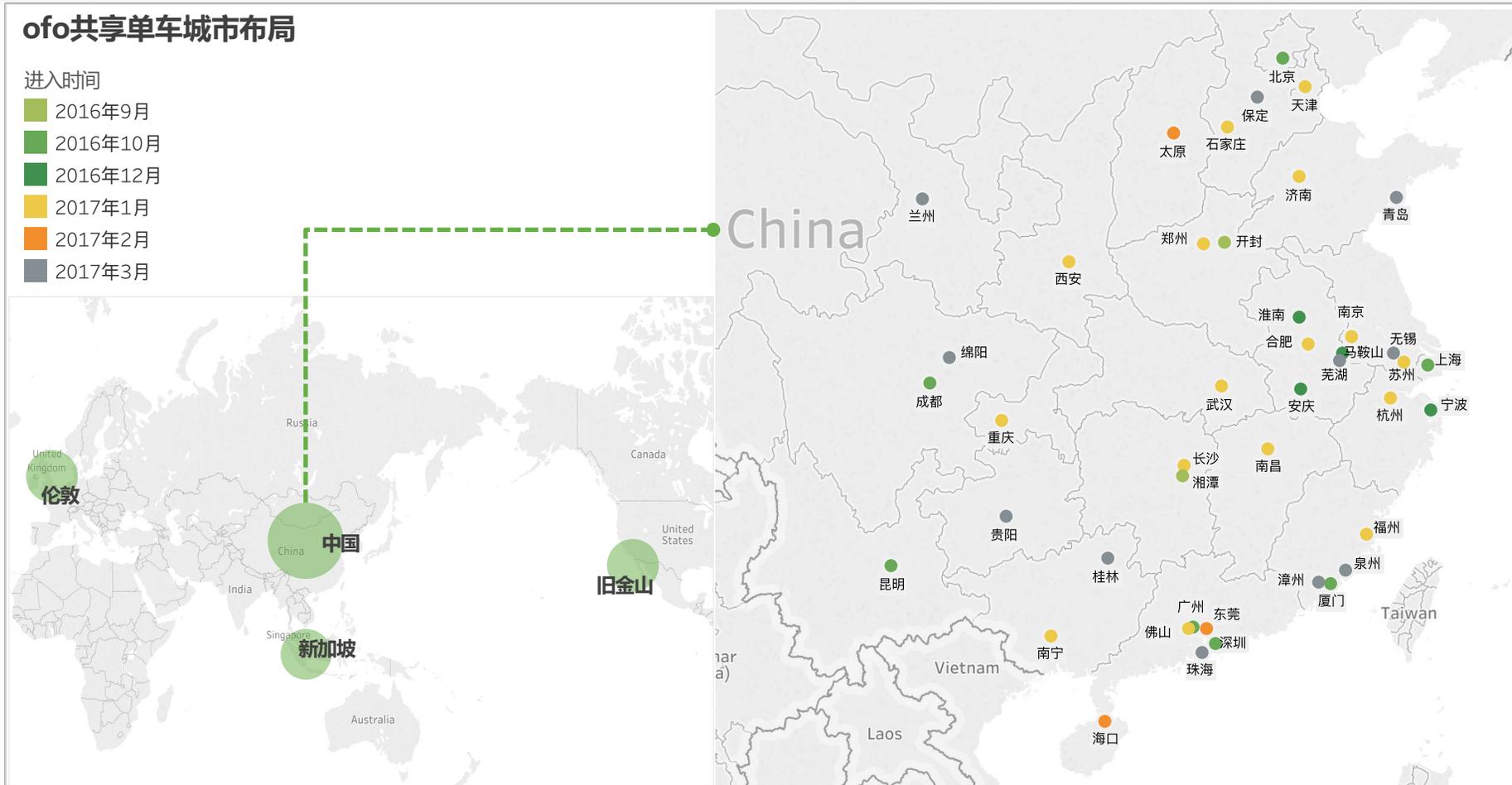
ofo共享单车：开启2017城市策略，现已覆盖46座城市

2017年1月22日，ofo共享单车启动“2017城市策略”，先后进入合肥、武汉、长沙、南京、重庆等城市，加之2016年开通的北京、上海、广州、深圳等地，目前城市已覆盖46座，ofo表示，未来将根据地形、人口、公共交通环境等维度进行城市筛选，加大覆盖力度。

ofo共享单车城市布局

进入时间

- 2016年9月
- 2016年10月
- 2016年12月
- 2017年1月
- 2017年2月
- 2017年3月



注释：城市覆盖数量来源于企业对外公布数据，统计截止到2017年3月23日。

来源：艾瑞研究院自主研究及绘制。

©2017.3 iResearch Inc.

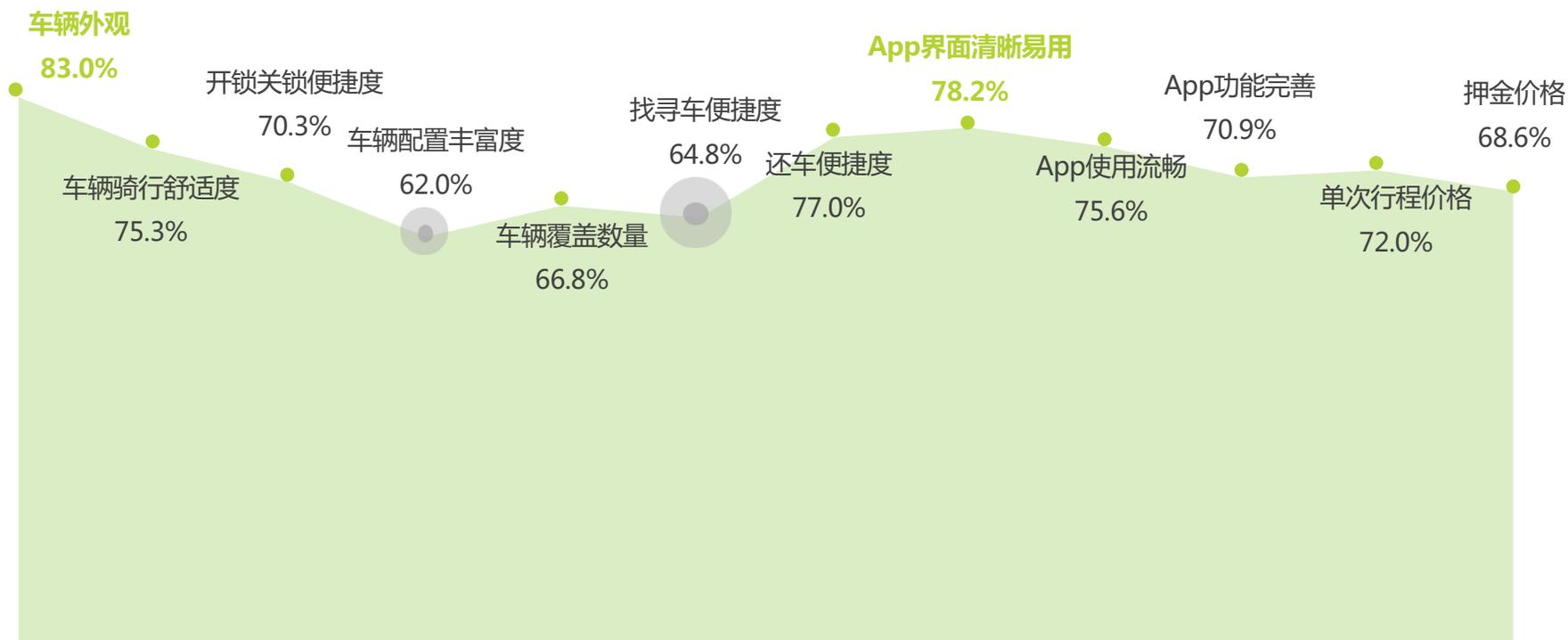
www.iresearch.com.cn

案例研究——ofo共享单车

车辆配置丰富度以及找寻车便捷度影响ofo用户满意度

清新的外观和简洁的App设计给ofo用户带来较好的个人体验，此方面用户满意度较高；缺乏定位模块给用户找寻车的便捷度带来一定的困扰，另外，由于初代ofo共享单车采用的是普通自行车，导致车辆配置丰富度不够，总的来说，用户对找寻车便捷度和车辆配置丰富度满意度最低。

2017年1月ofo共享单车用户满意度



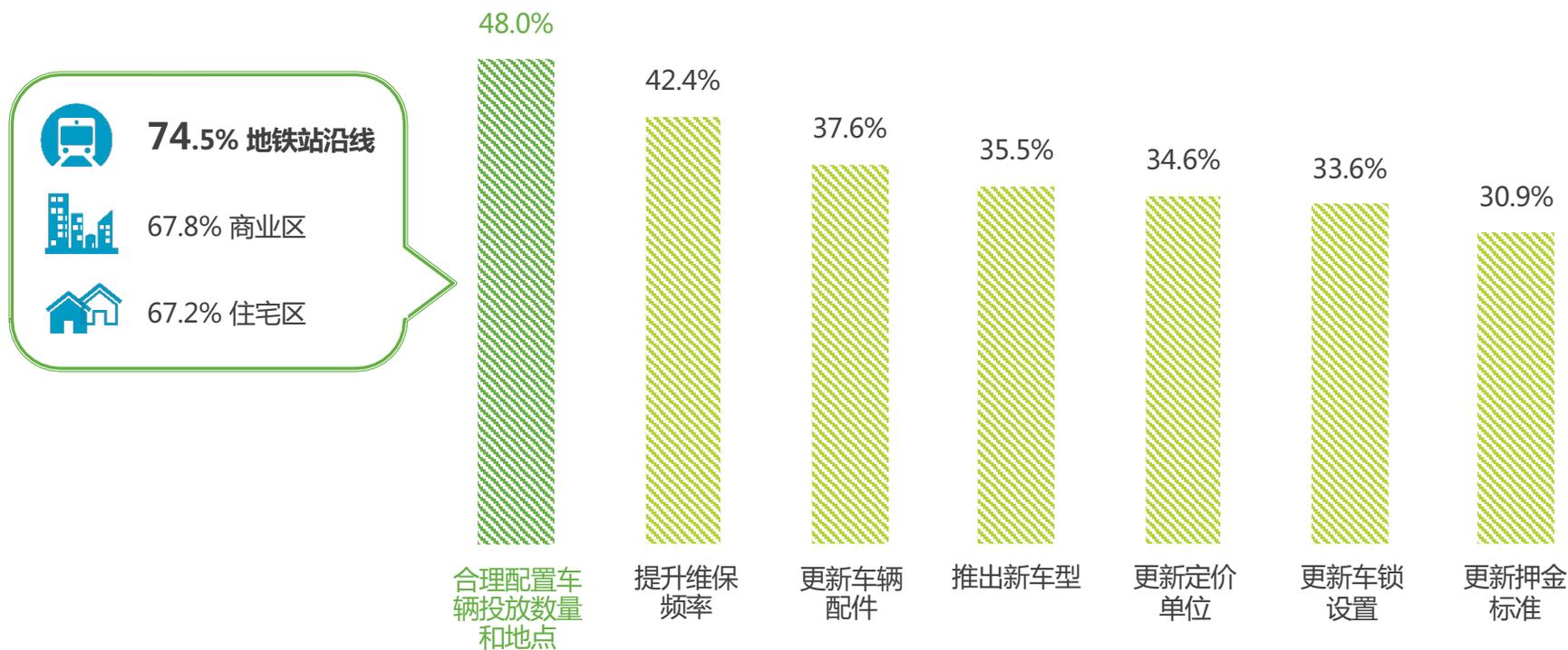
样本：N=654，2017年1月，艾瑞咨询iClick社区调研获得。百分比为用户满意度（4+5分）得分比例。

案例研究——ofo共享单车

ofo共享单车用户需求主要为增加车辆投放量及维修频率

与摩拜单车一致，48%ofo共享单车用户希望在地铁站沿线投放更多共享单车，这点与现如今居民更加依赖地铁等公共交通工具相关；与摩拜单车用户不同的是，用户其次希望提升维保车辆的频率以及更新车辆配件（包括增加手机支架、水杯支架、夜灯、雨衣等能够使得骑行更加便利的配件），占比均在40%左右。

2017年1月ofo共享单车用户需求



案例研究——永安行

永安行：合作芝麻信用，有桩向无桩转型

永安行车辆运营现状解析



- 作为中国早期公共自行车运营商之一，永安行采用蓝+黄的外观设计，配置免充气车胎、无限防盗锁、前轮减震器、车前筐等设计，开通互联网+单车服务
- 永安行无桩单车包含“永安行”和“永安行S版”两款，分别为**手机密码开锁**和**手机蓝牙开锁**的方式，目前已进入成都、上海、北京等一二线城市

永安行企业运营现状解析



- 2017年3月1日，永安行完成**A轮融资**，融资金额在亿元人民币以上，投资方包括**蚂蚁金服、IDG资本以及深创投**
- 支持用户通过**支付宝、微信以及App**三种方式扫码用车，并通过合作芝麻信用，开启满600分信用积分**可免押金的骑行模式**
- 基于原有运营资源，在全国**多个城市拥有运营团队**

永安行未来布局策略



- 推出共享单车2.0 **“有站无桩”式永安栈**，设立共享单车固定投放和停放站点，通过永安栈对停车进行规范管理，目前已在上海地区进行公测，未来将展开布局点

前言	1
中国共享单车行业发展现状	2
2.1 中国共享单车行业分析	
2.2 中国共享单车市场研究	
2.3 中国共享单车用户研究	
中国共享单车企业案例研究	3
中国共享单车行业未来发展趋势	4

未来挑战——市场需求及容量

一线城市市场需求旺盛但容量有限，三四线城市及海外市场是未来两大拓展方向

- 目前，共享单车市场主要集中在一线及部分发达二线城市，市场需求非常显著，但随着单车数量的急速增加以及用车场景相对单调及同质化的限制，现阶段市场竞争激烈；
- 一线及部分发达二线城市市场容量有限，单车数量将会较快到达饱和点，向三四线城市拓展成为必然，但市场需求及机会仍有待探索；
- 海外市场自行车售价相对较高，但用户需求旺盛，为共享单车出海提供良好市场机会；同时，海外市场相对高的客单价将会帮助共享单车企业提升盈利能力。

共享单车行业现阶段发展特点及市场表现

城市布局

- **现状**
主要覆盖一线城市及部分发达二线城市
- **特点**
城市用户需求旺盛，以地铁线路发达或全年气候适宜的城市为主
- **未来发展策略**
对于更低级别城市居民，探索其对共享单车的需求情况；另外，国际市场机会及利润可观，对国际市场的开发也尤为重要

使用场景

- **现状**
使用场景相对单调，主要应用于上下班，景区游览、校园代步、休闲娱乐等场景
- **特点**
解决“最后一公里”的出行问题，使许多尴尬的出行场景变得高效顺畅
- **未来发展策略**
“最后一公里”的出行问题可能在低线城市不具有普适性，拓展共享单车使用场景势在必行

用户人群

- **现状**
主要集中在年轻上班一族、在校大学生等中青年群体
- **特点**
短途出行中，对自行车的需求明显，且愿意尝试新鲜事物，依赖移动互联网
- **未来发展策略**
目前首批用户人群范围相对较窄，市场体量有拓展空间，例如，中老年用户群体

未来挑战——车辆智能化管理

单车数量急速增加、车辆停放、后期维护等问题日益凸显，对精细化管理的呼唤迫切

随着资本的大量涌入以及用户需求的显现，共享单车行业得到快速发展，单车数量也快速增加。在半年多时间内，部分一线城市的共享单车数量已经超过10万辆。然而，行业的快速发展也随之带来城市管理等诸多问题，无桩化特点导致目前乱停车的现象屡见不鲜；另外，部分共享单车由于缺少GPS定位，不能够及时、有效的管理车辆。共享单车的城市管理问题已经初步显现，未来需要共享单车企业与政府相关部门共同努力，建立有效机制，引导共享单车向更规范、更健康的方向发展。

共享单车行业发展带来的车辆管理问题

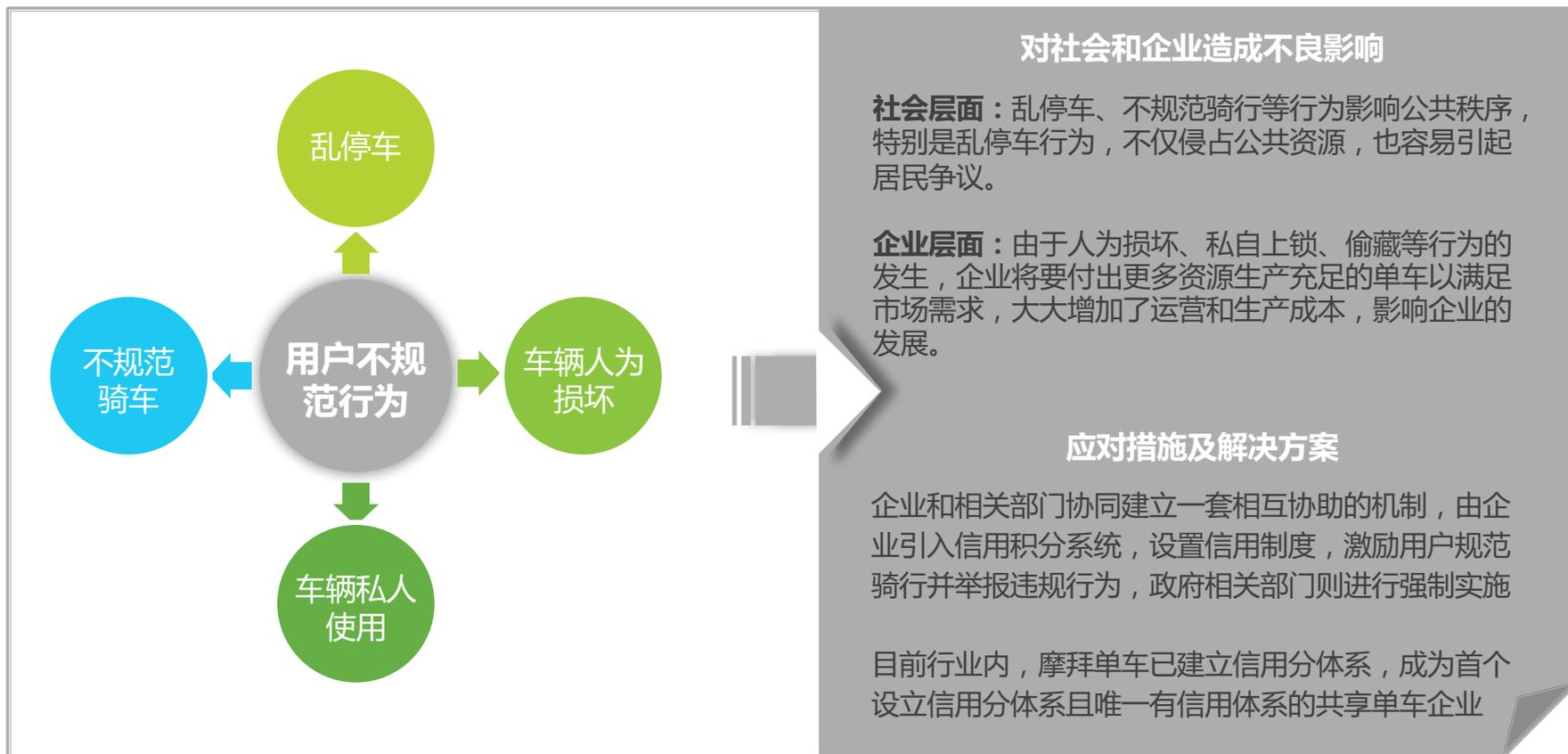


未来挑战——用户行为规范及诚信建设 iResearch 艾瑞咨询

规范化的用车行为将会极大促进行业发展，反之会限制其规模性发展；用户诚信体系建设能够更加有效地规范用户行为

用户是共享单车行业快速发展的核心，引导用户规范用车，培养用户的诚信态度及行为，并辅助建立一套社会通用的诚信管理体系，不仅能够解决现阶段共享单车面临的一些用户问题，也能极大地促进社会规范化发展，为整体国民素质的提升起到促进作用。

现阶段用户主要不规范行为及影响



未来发展趋势

基于物联网的大数据管理是未来共享单车行业发展的核心驱动力

共享单车行业未来将面临市场需求不平衡、城市管理难度大以及用户行为不规范等问题，针对以上问题，企业层面的产品制造升级、智能科技创新能力是为满足消费者需求与提升企业效率的核心竞争力，随着发展，马太效应显著，科技化产品、注重用户体验与城市可持续化发展的企业将占据市场主要地位，因此，企业应加强产品升级迭代速度与质量、合理投放车辆并完善车辆维护措施；而政府层面，应考虑因城施策，要求单车企业建立有效的智能化管理方式，以提升车辆监管与运营效率，彻底改善目前车辆停放、运维、安全等问题。

共享单车行业未来发展策略解析

企业层面

- 改善用户体验
- 提升B端效率

产品升级迭代：制造更舒适的车型，改善用户体验；优化制造成本，提升快速布局能力

合理布局车辆：加大布局力度，合理布局车辆，提升用户体验，降低运营成本

精细维护车辆：通过技术手段优化车辆后期运营，为提高车辆使用频率、延长车辆使用寿命，节省企业综合运营成本

未来发展策略

居民素质培养：通过教育宣传的活动加强用户自觉性，培养用户合理停放、爱护车辆等习惯

强化监管力度：增加监管人员，改进自行车停放区域管理以及完善惩罚措施

设定准入门槛：地方政府根据各地实际情况设定相应的准入要求，例如济南政府提出欢迎精细化、智能化运营的共享单车

政府层面

- 精细化监管
- 标准化制度

公司介绍/法律声明



公司介绍

艾瑞集团是专注于中国互联网及全球高成长领域的洞察咨询与企业服务集团，业务领域包括大数据洞察与预测、行业研究与企业咨询、投资与投后服务等。

艾瑞咨询成立于2002年，是最早涉及互联网研究的第三方机构，累计发布数千份互联网行业研究报告，为上千家企业提供定制化的研究咨询服务，成为中国互联网企业IPO首选的第三方研究机构。2015年艾瑞咨询在海外建立研究中心，研究范围扩展至全球高成长领域，建立中国与世界优秀企业的链接。

版权声明

本报告为艾瑞集团制作，报告中所有的文字、图片、表格均受有关商标和著作权的法律保护，部分文字和数据采集于公开信息，所有权为原著者所有。没有经过本公司书面许可，任何组织和个人不得以任何形式复制或传递。任何未经授权使用本报告的相关商业行为都将违反《中华人民共和国著作权法》和其他法律法规以及有关国际公约的规定。

免责条款

本报告中行业数据及相关市场预测主要为公司研究员采用桌面研究、行业访谈、市场调查及其他研究方法，并且结合艾瑞监测产品数据，通过艾瑞统计预测模型估算获得；企业数据主要为访谈获得，仅供参考。本报告中发布的调研数据采用样本调研方法，其数据结果受到样本的影响。由于调研方法及样本的限制，调查资料收集范围的限制，该数据仅代表调研时间和人群的基本状况，仅服务于当前的调研目的，为市场和客户提供基本参考。受研究方法和数据获取资源的限制，本报告只提供给购买报告的客户作为市场参考资料，本公司对该报告的数据和观点不承担法律责任。

联系我们

咨询热线 400 026 2099

集团网站 <http://www.iresearch.com.cn>

生活梦想 科技承载
TECH DRIVES BIGGER DREAMS



艾 瑞 咨 询