iResearch
艾瑞咨询

中国自驾租车行业研究报告

2020年



摘要

我国居民交通和通信消费水平持续提升，千人汽车保有量仍处于较低水平，**租车市场仍有较大发展空间**。疫情对出行方式的安全、防疫等提出了新的要求，造就了租车企业培养用户、挖掘用户的新契机。

多方面利好租车市场发展，**自驾游为主要驱动因素**。短期租赁为自驾租车行业最常见的租赁模式，长期租车区域性特征较为显著。**2021年或摆脱疫情影响，市场规模有望达到770亿元。**

品牌使用情况分层显著，一嗨租车和神州租车稳居第一阵营。一嗨租车定位高端、年轻市场并聚焦于用户，坚持直营战略，专注于服务的品质。神州租车直营和加盟并重，注重品牌营销，致力于为大众客户提供完善的汽车租赁服务。

神州租车与一嗨租车的品牌认知度较高，**一嗨为用户经常使用的品牌；**自驾租车用户最注重安全性，更喜欢**舒适型轿车**；**自驾游**成为自驾租车用户主要的应用场景。

标准化租赁流程下，**可灵活组合的租车服务**将提升用户体验。**三、四线城市自驾游将推动自驾租车市场快速发展。**

来源：艾瑞咨询研究院自主研究绘制。

©2020.10 iResearch Inc.

自驾租车行业发展环境	1
自驾租车行业发展现状	2
自驾租车行业主要玩家分析	3
自驾租车用户调研	4
自驾租车行业发展趋势	5

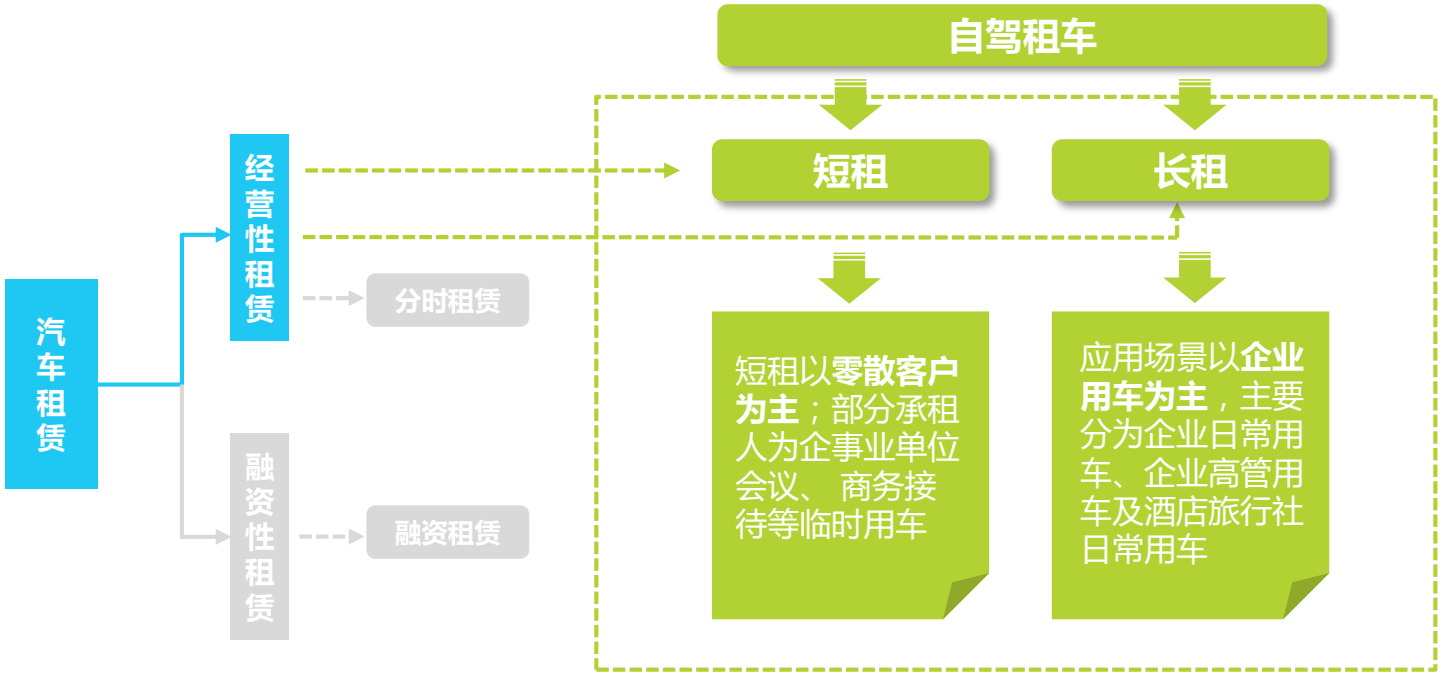
研究范围界定

自驾租车主要包括自驾短租与自驾长租

汽车租赁（简称“租车”）是指将汽车的资产使用权从拥有权中分开，出租人具有资产所有权，承租人拥有资产使用权，出租人与承租人签订租赁合同，以交换使用权利的一种交易形式。

传统长期和短期租赁可根据驾驶员配备情况，分为带驾租车和自驾租车。本报告研究范围包含自驾短租和长租，并以自驾短租行业为主。

研究范围界定



来源：艾瑞咨询研究院自主研究及绘制。

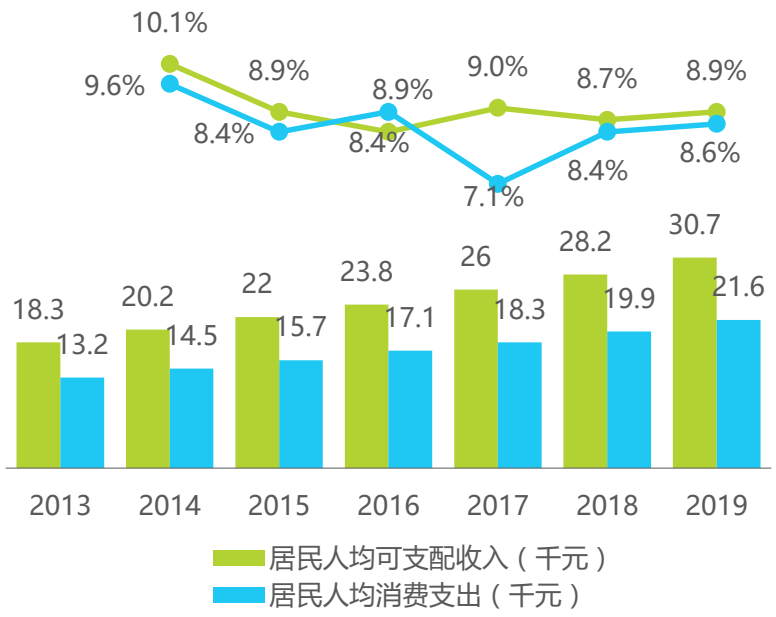
©2020.10 iResearch Inc.

中国经济发展环境

居民交通消费水平持续提升，助力出行消费升级

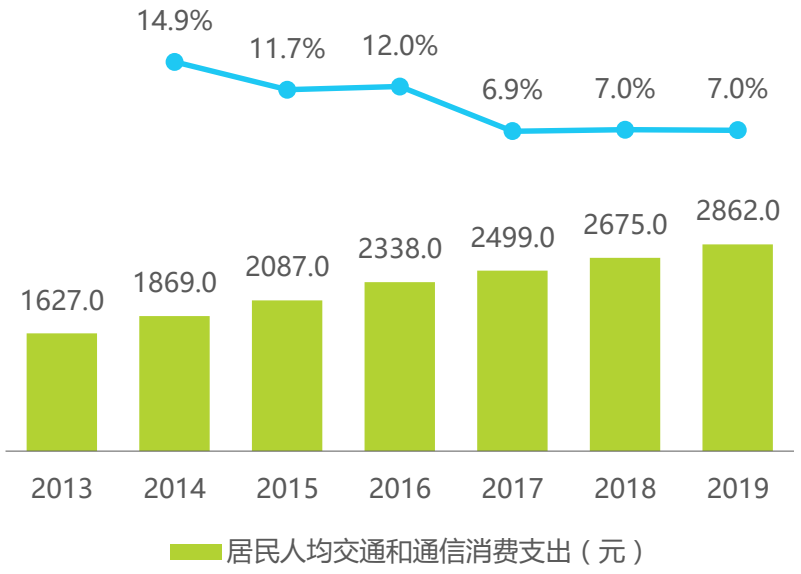
随着国民经济水平的提高，我国居民的消费能力及消费水平均以高于7%的增速持续提升。2019年，我国居民的人均可支配收入已高于3万元，消费支出已高于2万元。在居民的消费支出中，交通与通信的消费支出仅次于居住，近三年均以7%的增速持续提升。相较于公共交通，租车出行不受时间，地点等限制，更加方便与舒适。居民交通消费水平的持续提升有望助力出行的消费升级，利好租车行业发展。

2013-2019年中国居民人均可支配收入和消费支出



来源：国家统计局，艾瑞咨询研究院整理绘制。

2013-2019年中国居民人均交通和通信消费支出



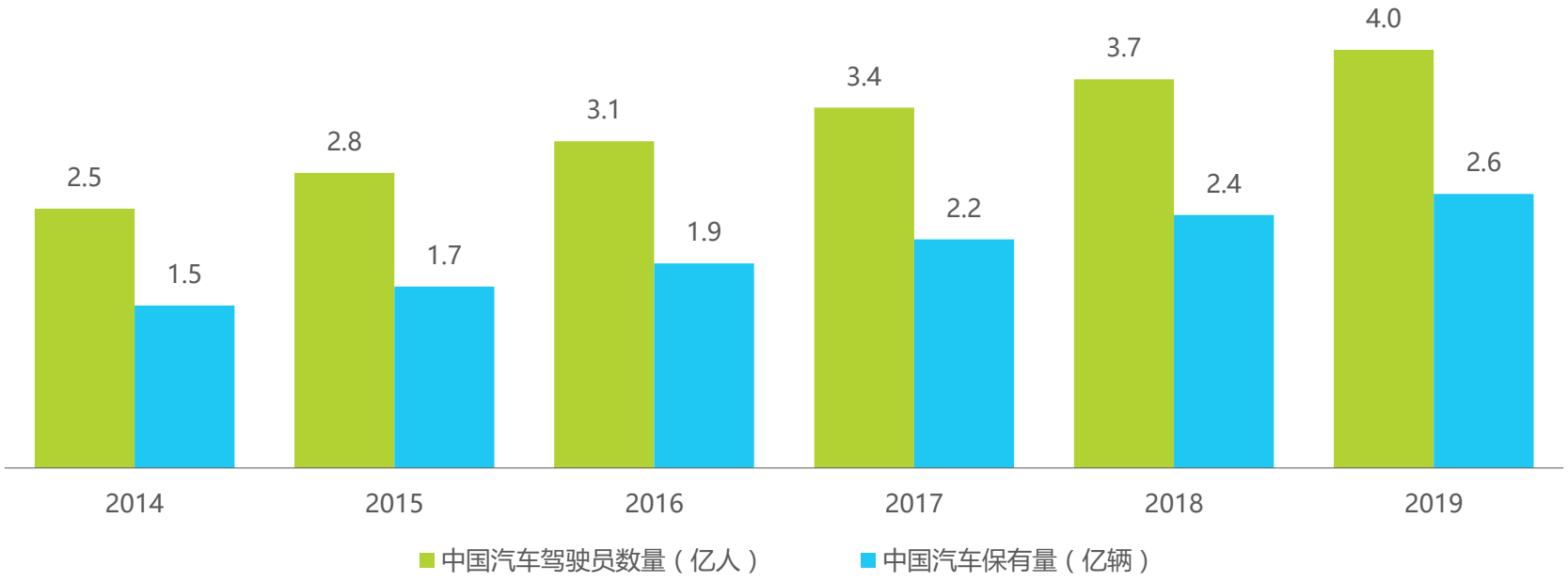
来源：国家统计局，艾瑞咨询研究院整理绘制。

中国社会环境

中国汽车驾驶员数量远高于汽车保有量，租车市场空间大

从近几年的数据来看，虽然我国汽车驾驶员的数量及汽车保有量均在持续增长，且后者增速较高，但从整体数量来看，汽车驾驶员数量远高于全国汽车保有量。2019年底，全国汽车保有量2.6亿辆，而汽车驾驶员已接近4亿人，汽车驾驶员与汽车保有量之间依然存在较大缺口。在自驾游、限行政策的驱动下，居民有较大的用车需求，租车市场发展空间大。

2014-2019年中国驾驶员数量和汽车保有量



来源：公安部，艾瑞咨询研究院整理绘制。

©2020.10 iResearch Inc.

中国自驾租车政策环境

以安全、创新及监管为原则，促进汽车租赁行业健康发展

汽车租赁是满足人民群众个性化出行、商务活动、公务活动和旅游休闲等需求的交通服务方式。为促进汽车租赁行业健康有序发展，2017年交通运输部发布《关于促进小微型客车租赁健康发展的指导意见》。指导意见主要以安全、创新及监管为原则，制定了一系列促进汽车租赁行业发展的措施。安全原则是指坚持以人民为中心的发展思想，牢固树立安全发展理念，加快提升行业服务水平，提供安全、便捷、优质的汽车租赁服务。创新原则是指坚持问题导向，深化行业供给侧结构性改革，推动汽车租赁业与互联网融合发展，促进汽车租赁业创新发展。监管原则是指加强信用体系建设，利用先进技术手段，提升事中事后监管能力，维护公平竞争的市场秩序，保障各方合法权益，给租车行业的发展提供了坚实的保障。

《关于促进小微型客车租赁健康发展的指导意见》内容梳理



来源：公开资料，艾瑞咨询研究院整理绘制。

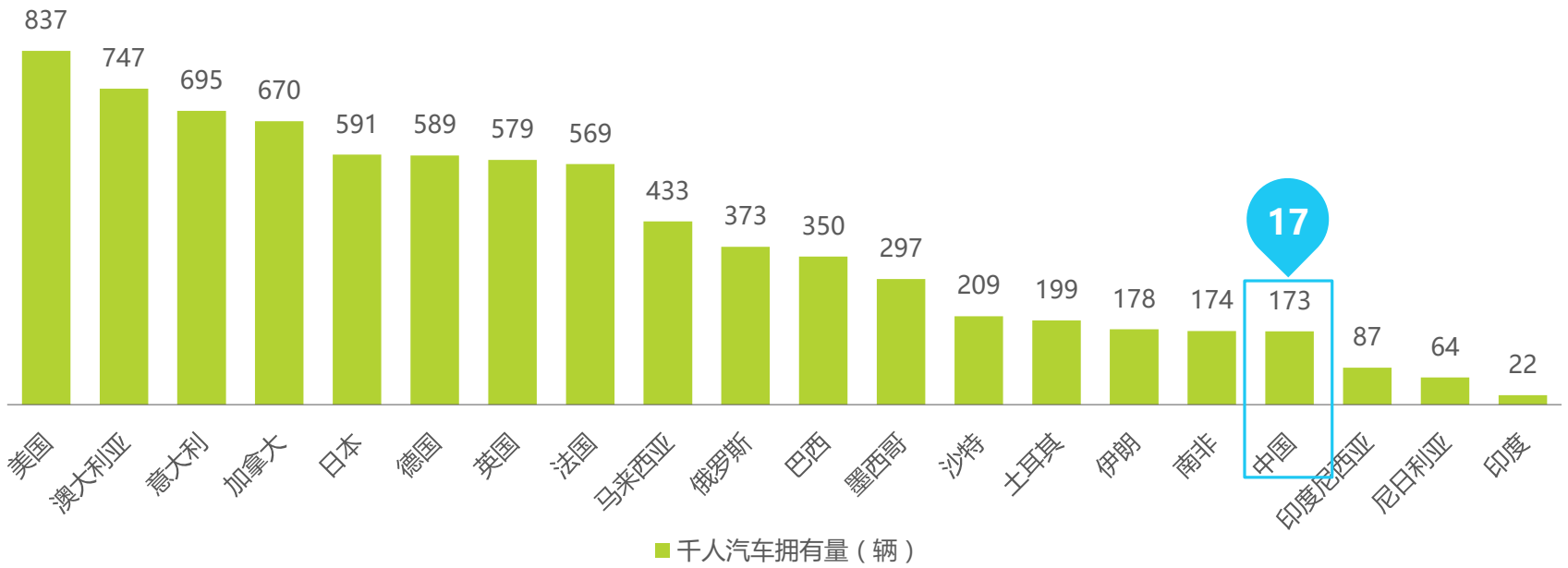
©2020.10 iResearch Inc.

国际千人汽车保有量

中国千人汽车拥有量仍有较大提升空间，利好租车市场发展

在2019年全球主要国家千人汽车拥有量的排名中，中国千人汽车拥有量排名17，与第一名的美国相差664，存在较大的提升空间，也意味着我国部分居民的用车需求未被满足。租车或将成为未购车居民出行的选择，利好租车市场的发展。

2019年全球主要国家千人汽车拥有量



来源：世界银行，艾瑞咨询研究院整理绘制。

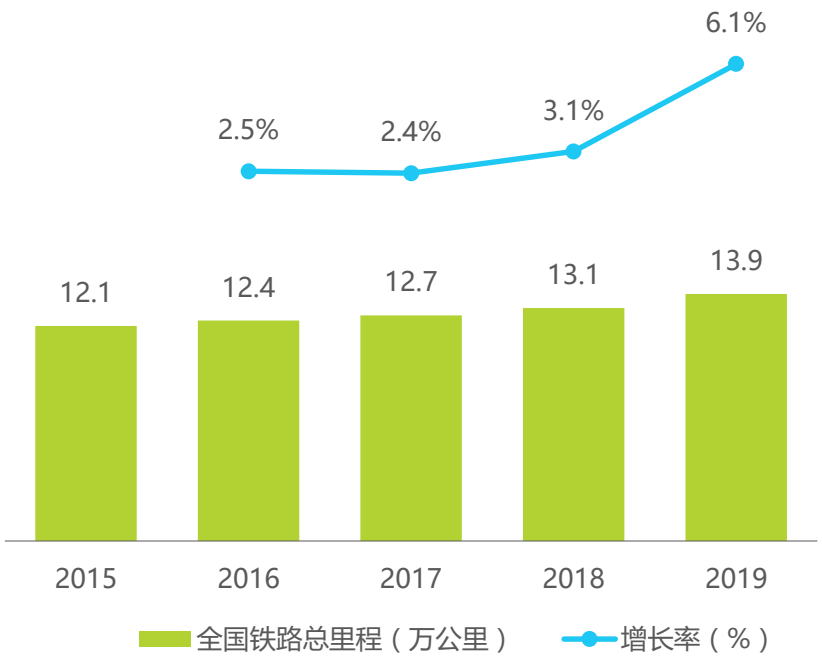
©2020.10 iResearch Inc.

中国自驾租车相关产业环境-道路

良好的道路环境便于居民的出行，保障租车行业发展

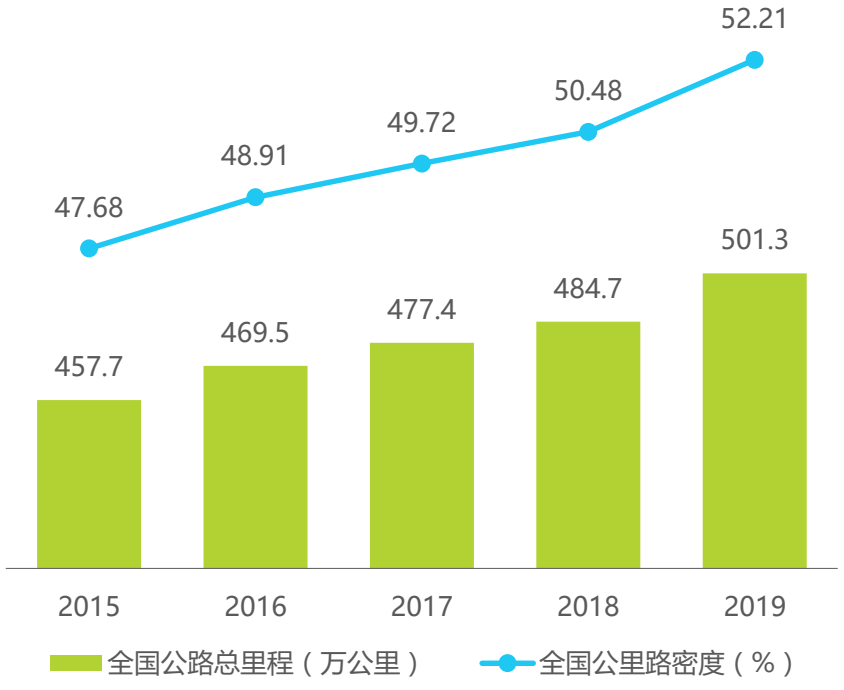
作为基建大国，我国铁路营业里程与公路总里程持续增长。2019年，全国铁路营业总里程已高达13.9万公里，全国公路总里程高达501.3万公里。良好的道路环境，使居民出行更加方便，也为租车行业发展带来保障。一方面，铁路的快速发展，促进了高铁出差及旅游的需求，也带动了目的地租车需求。另一方面，良好的公路环境也刺激了自驾出差与旅游的需求。

2015-2019年全国铁路营业里程



来源：交通运输部，艾瑞咨询研究院整理绘制。

2015-2019年全国公路总里程及公路密度



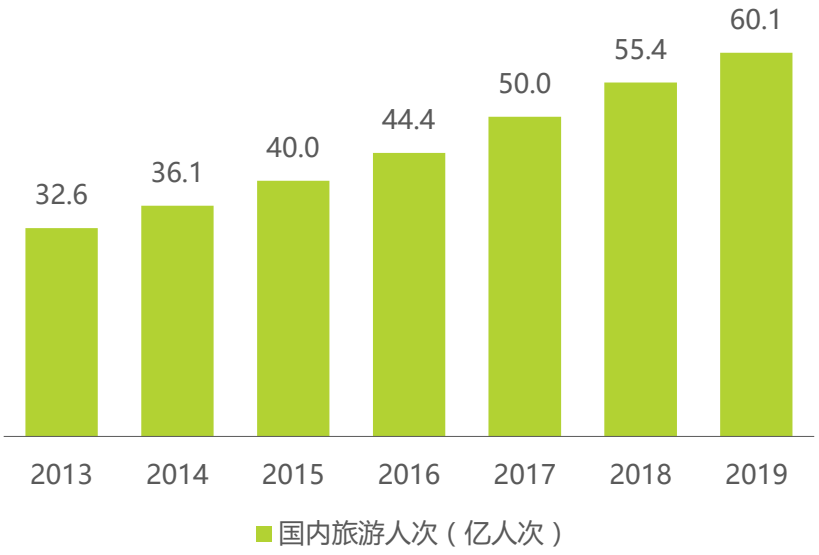
来源：交通运输部，艾瑞咨询研究院整理绘制。

中国自驾租车相关产业环境-旅游

国内旅游市场不断增长，自驾旅游将带动租车市场的发展

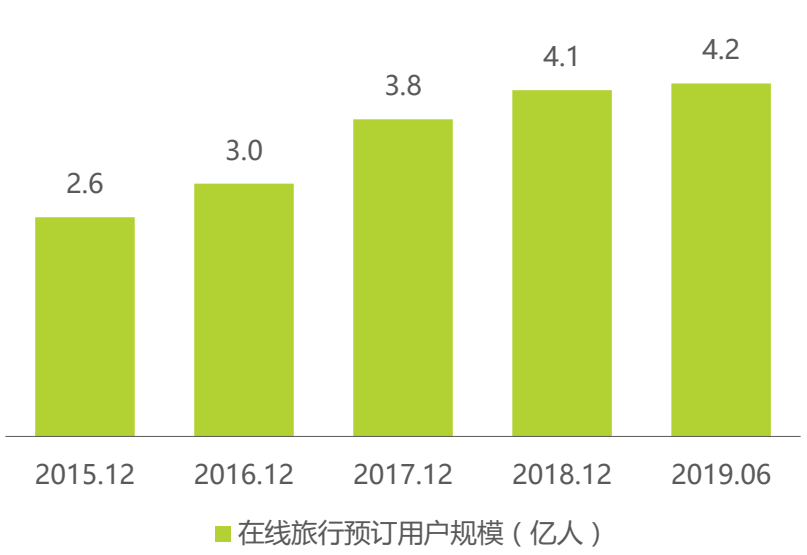
国内旅游市场稳步增长，2019年，国内旅游人数60.1亿人次，比上年同期增长8.4%。近几年，国内在线旅行预订用户规模也在持续增长，2019年6月，在线旅行用户规模已经达到4.2亿人。在线旅行预订使旅行变得更加方便，将助力国内旅游市场的持续发展。自驾旅游作为当下非常受欢迎的一种旅游方式，将带动租车市场的发展。

2013-2019年中国国内旅游人次



来源：文化和旅游部，艾瑞咨询研究院整理绘制。

2015.12-2019.06中国在线旅行预订用户规模



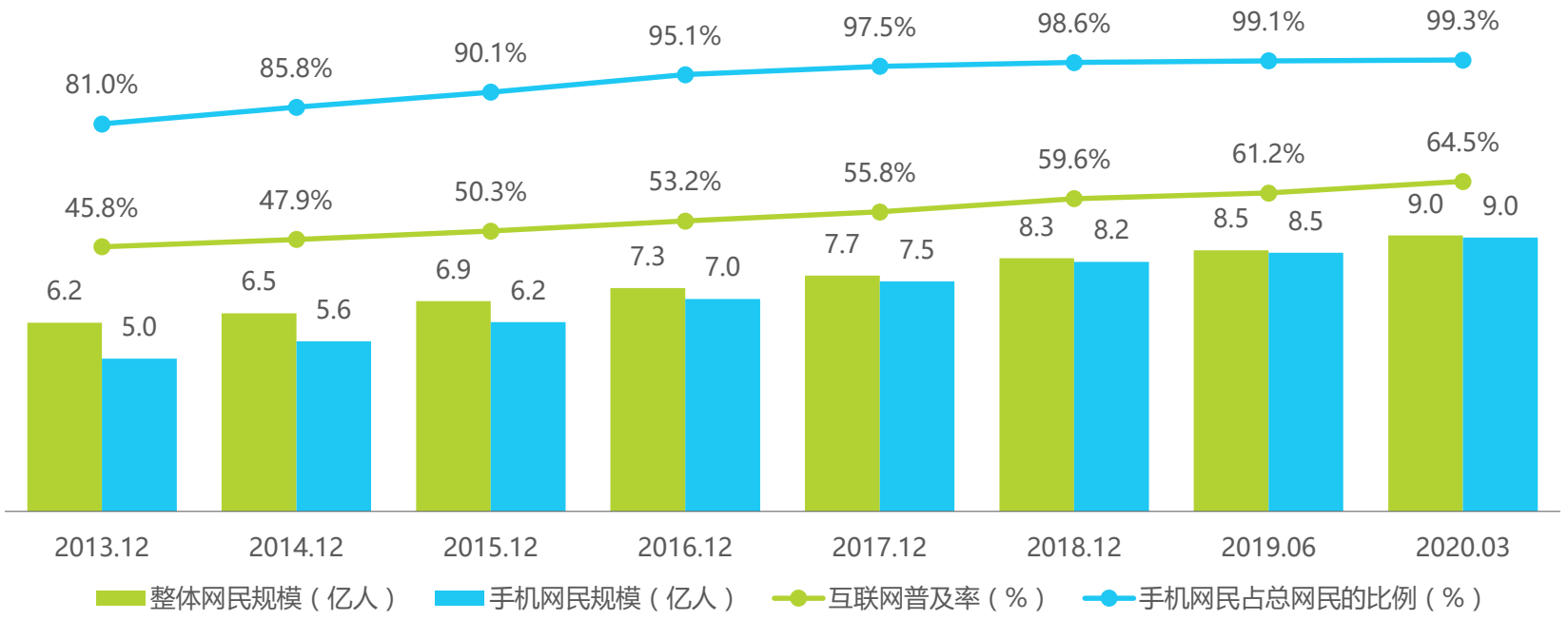
来源：CNNIC，艾瑞咨询研究院整理绘制。

中国自驾租车相关产业环境-互联网

移动互联网的发展使租车更加便捷，助力租车行业快速发展

2019年，我国整体网民规模已达到9.04亿，手机网民的规模已达到8.97亿，占总网民数量的99.3%。移动互联网的发展将助力租车行业的快速发展，具体体现在以下两个方面。一方面，移动互联网的快速发展，能够支撑租车用户随时随地的下单与还车，使租车变得更加便捷。另一方面，线上支付的信用免押，能够免去几千元甚至上万元的押金费用，减少了用户的大额资金占用，降低了租车门槛，简化了租车流程，强有力的缩短了用户的决策时间，同时也激活了在校学生这批年轻的用户群体，助力租车行业的快速发展。

2013.12-2020.03中国互联网与移动互联网发展情况



来源：CNNIC，艾瑞咨询研究院整理绘制。

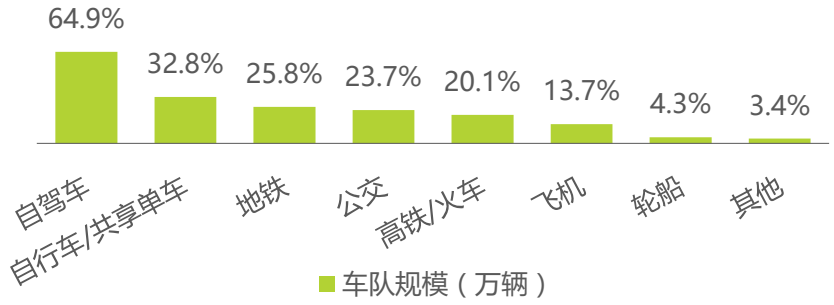
©2020.10 iResearch Inc.

后疫情时代租车行业新契机

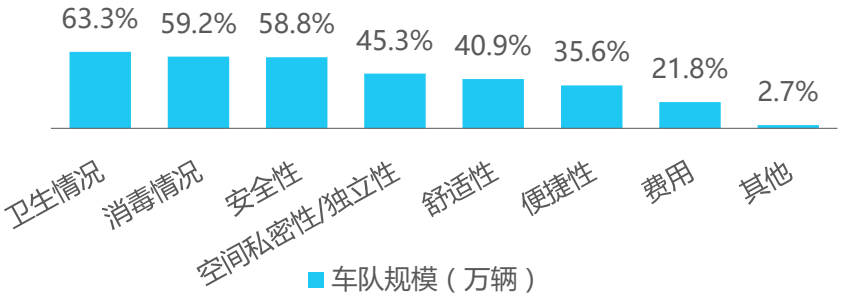
后疫情时代用户更倾向于自驾车出行，迎来用户培养新契机

疫情进入新常态后，64.9%的用户更加倾向自驾出行，超过40%的人对于交通工具的安全和私密性等较为关注，因此大量“有本无车”一族或将释放租车需求，预计此次疫情或给租车市场带来一定增长，抵消部分消极影响，同时疫情也成为了租车行业市场教育和用户培养的新机遇。而在疫情之后逐渐升温的自驾旅游也成为了短租行业的助推器。艾瑞预计，疫情的常态化和防疫的长期化将使自驾出行成为民众更安心、更放心的出行方式。而租车行业或将是受到负面影响较少且有望获得积极影响的少数领域。同时行业将迎来洗牌，只有实力充足的企业才能在后疫情时代下站稳脚跟。

疫情后用户倾向的出行方式



疫情后用户选择交通工具时关心的因素



来源：样本：N=1000，于2020年9月通过艾瑞iClick在线平台调研获得。

后疫情时代发展新契机

1. 用户更加倾向于自驾车出行
2. 部分城市限号政策暂无放宽迹象
3. 对交通工具的安全性、卫生情况、消毒情况和私密性更加关注
4. 全国机动车驾驶人稳步增长

疫情对出行方式的安全、防疫等提出了新的要求，使更多的人认识了租车行业。同时周边游的复苏使得自驾租车市场快速升温、因此**租车为疫情后恢复较快的行业之一，同时造就了培养、挖掘新用户的新契机**

来源：专家访谈，艾瑞咨询研究院整理绘制。

自驾租车行业发展环境 1

自驾租车行业发展现状 2

自驾租车行业主要玩家分析 3

自驾租车用户调研 4

自驾租车行业发展趋势 5

自驾租车行业租赁模式

短期租赁为自驾租车行业最常见的租赁模式

自驾租车可分为短租、长租和分时租赁。短租为其中最为常见的租车方式，可以满足不同用户的个性化租车需求。同时租赁方式更加灵活，用车周期短，相比其他租赁方式出行半径较大。因此，短租更容易在不同城市开展业务、拓展市场。实力雄厚、管理完善的大型企业可利用其优势快速扩张，以一嗨和神州租车为主的头部企业占据大部分市场份额。而长租主要以服务企业为主，区域性特征更加明显，市场则更为分散。分时租赁为新兴的租赁模式，可按小时或分钟计算价格。但与城市地铁、公交等交通工具有所竞争，因此在自驾租车行业中较为少见。

自驾租车租赁模式

短期租赁	长期租赁	分时租赁
人群特征： 以个人用户自驾为主，可满足短期、灵活的自驾需求	长租在自驾租车市场中并不常见，主要**以企业用户为主**。尤其以企业高管、外企高管、酒店、或旅行社等为主。 中大型商务车和大巴车、MPV等较为常见	分时租赁以一、二线城市容易接受新事物的年轻人为主。按分钟或小时计费，**多用来代替地铁、公交等市内交通工具**，以新能源车型居多
租车场景： 短期自驾游、旅游目的地用车、出境游用车、商务接待、差旅		
租赁方式： 通过租车APP或OTA平台等进行线上预订、线上付款、自主提出或送车上门；或在线下门店直接租赁		
车型特征： 以紧凑型轿车SUV为主，MPV更适合多人使用；新能源比例逐渐增加		

来源：专家访谈、艾瑞咨询研究院自主研究及绘制。

©2020.10 iResearch Inc.

短租市场租赁模式

直营连锁模式行业领先，OTA平台流量优势明显

在传统的直营连锁模式下，租车企业大量购买不同类型的车辆，广泛在各级城市铺设网点，并拥有完整的、标准化的租车流程，可以同时满足消费者多样化的期待和企业标准化管理的需求。然而重资产的经营方式也使得资产负债率较高，因此车辆的平均租金与使用率为重点关注的经营指标。而OTA平台、加盟平台和P2P平台为轻资产运营，企业更加灵活，以平台的方式连接车主和租户。但OTA平台价格相对较高，售后服务难；加盟平台水平参差不齐，车况及售后难以保障。

直营连锁

规模化采购车辆，具备**规模经营优势**

服务网点铺设密集，服务网络完善

自有汽车租赁平台，**线上下单线下提车**
具备标准化服务流程、**用户接受度高**

代表性企业

一嗨ehi　神州租车

OTA平台

轻资产，与租赁公司合作获取车源

纯线上交易入口，少数自建服务网点

平台用户流量优势明显，契合用车场景，刺激 平台各业务之间联动、转化

代表性企业

携程旅行　飞猪

加盟平台

与OTA平台合作引流，保证部分客源

加盟门槛较低，可通过前期培训掌握业务开展方式

利用大数据进行远程风控，降低骗车风险

代表性企业

悟空租车　大方租车

P2P平台

利用社会闲置资源，连接车主与租户
共享理念，价格更加吸引消费者

难以保证车辆供给，相关法规不完善

代表性企业

atzuche 凹凸租车

来源：专家访谈、公开资料整理、艾瑞咨询研究院整理绘制。

©2020.10 iResearch Inc.

长期租车市场特征

区域性特征较为显著，大型企业地方性布局优势明显

长租市场是国内出现较早的租车市场，其区域性特征较为显著，业务开展更加依赖线下资源。目前地方性的租车企业由于资源更为集中，占据主要的市场份额。而大型租车企业虽然具有品牌效应和规模优势，但短期内难以获取优质的客户资源，因此暂未形成全国性布局。现阶段长租主要服务包含车辆租赁、带驾租赁和综合企业用车服务。主要客户以民企和外企为主。随着企业对用车要求的精细化和灵活化，大型租车企业大量的车源、优质的服务和丰富的管理经验或将成为拓展市场的核心竞争力，其市场份额有望进一步扩大。

驱动因素

- **公车改革**
  通过公车改革减少了机关车辆购置，增加了长租需求
- **商务出行**
  大量企业通过长租解决管理层用车和商务用车需求
- **轻资产运营**
  部分企业希望从重资产向轻资产转型，从购车转向租车，降低资产负债率和大量的现金支出

市场特征

主要依托与客户的长期合作关系

区域化特征显著，市场较为分散

对车型的要求较为集中，B级车更受欢迎

可为企业提供定制化的车辆租赁、带驾租赁和综合企业用车服务

客户特征

企业
以外企、民企高管日常用车为主；同时兼有酒店、旅行社日常用车、企业日常车队和上下班接驳车

+

网约车司机
部分网约车司机通过租车获取车辆

来源：专家访谈、艾瑞咨询研究院整理绘制。

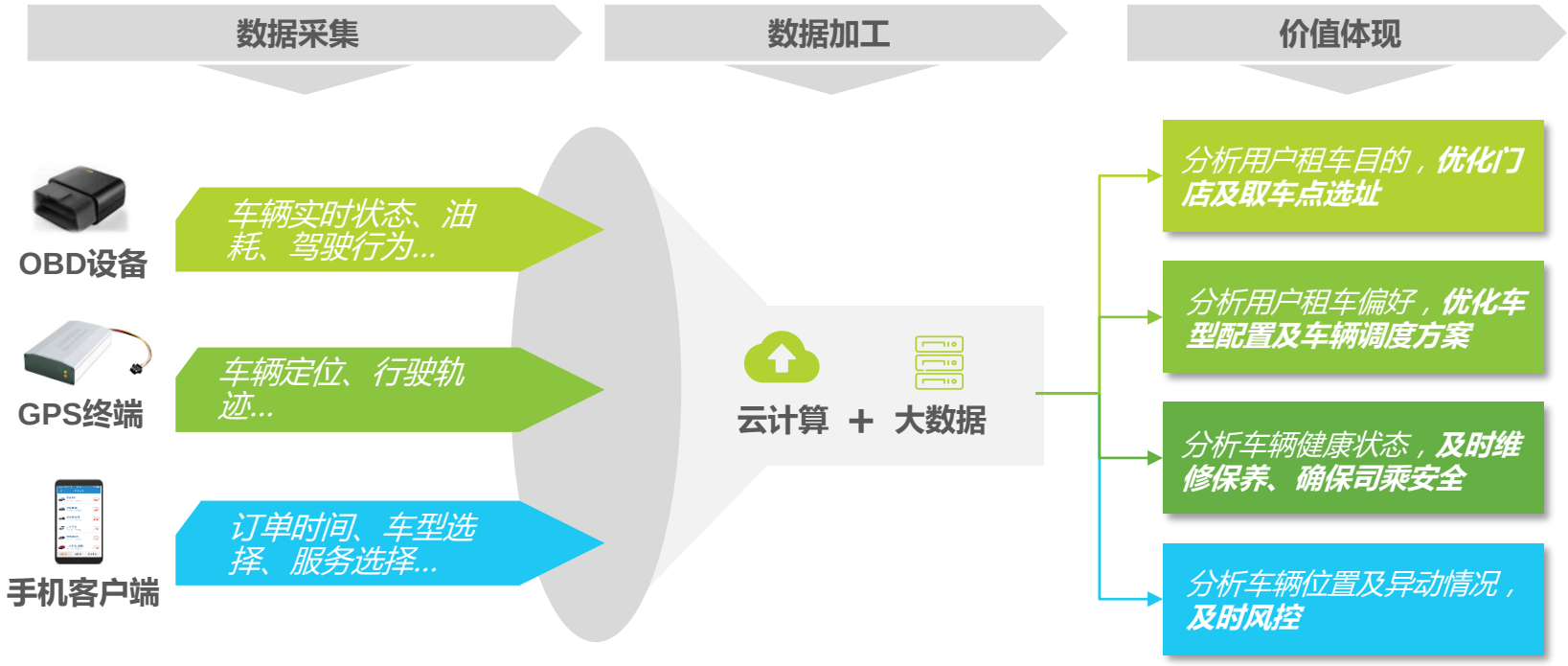
©2020.10 iResearch Inc.

租车行业科技应用

云计算和大数据分析加速租车行业数字化、精细化运营

用户在每日的车辆行驶过程中会产生大量数据，云计算与大数据等科技的利用可以帮助租车企业的日常运营。OBD设备、GPS终端和手机客户端中的数据可做到实时上云，将敏感信息剔除后，通过大数据的分布式计算得到精准的车辆状态及用户行为偏好，可帮助租车企业优化门店选址、合理配置车辆、保证车辆健康状态和及时把控风险。

云计算和大数据在租车运营中的应用



来源：公开资料整理、艾瑞咨询研究院自主研究及绘制。

©2020.10 iResearch Inc.

租车行业驱动因素

多方面利好租车市场发展，自驾游为主要驱动因素

近年来我国旅游业不断发展，而自驾游为旅游业的重要组成部分，其与租车行业关系密切，可为租车市场提供发展动力。同时，我国道路交通基础设施的不断建设和移动互联网的持续发展也给租车市场提供了巨大利好，客户用车愈加便利、出行方式加速转变。同时，在大城市车辆限购的条件下，有本无车人群有着相对旺盛的租车需求。加以众多年轻人对于车辆消费观念的改变，租车市场显示出强劲的增长动力。

租车行业驱动因素



自驾游

近几年自驾游产业发展迅猛，其与租车行业的黏粘性巨大，对其起到巨大的促进作用

车辆限购

我国一线城市的车辆限购政策导致了部分人群难以购置车辆，在有用车刚需时要通过租车来满足需求

道路基础设施

截止2019年，我国公路里程484.7公里，高速公路14.3万公里，给自驾车用户提供了极大的便利

移动互联网、电子导航

互联网的发展使用户可以极为便捷的用APP下单租车；同时电子导航精度的不断提高也使用户在陌生地点驾驶时更为便捷

有本无车人群

2019年我国汽车保有量2.6亿，汽车驾驶人达3.97亿；大量有本无车人群需求旺盛

消费方式转变

我国年轻人的出行方式正在逐渐从拥有车辆到使用车辆转变，而短租即可满足其灵活、个性化的用车需求

来源：专家访谈、公开资料整理、艾瑞咨询研究院自主研究及绘制。

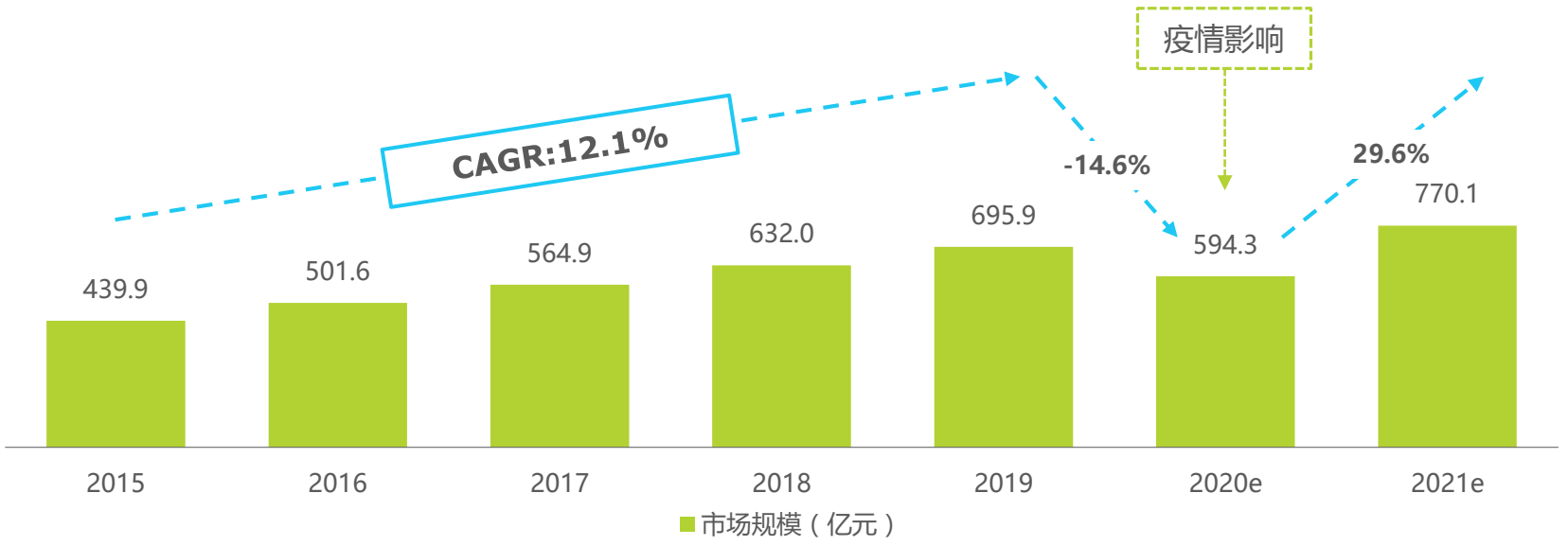
©2020.10 iResearch Inc.

自驾租车行业市场规模

2021年或摆脱疫情影响，市场规模有望达到770亿元

在自驾游、限行等多种驱动因素下，我国自驾租车行业一直保持着良好的发展态势。2015年到2019年的年复合增长率（CAGR）达12.1%。2020年上半年受疫情影响，居民出行需求锐减，虽然国内疫情已经得到控制，自驾租车行业也恢复较好，但2020年自驾租车行业整体规模不可避免将出现负增长。在疫情不出现大规模反复的情况下，预计2021年自驾租车行业将持续向好，整体规模将达到770亿，较2019年增长超10%。未来随着自驾游、道路基础设施建设和移动互联网等产业的快速发展，租车需求不断增长，预计自驾租车市场规模有望以年均10%左右的增速继续扩大。

2015-2021年中国自驾租车行业市场规模



注释：自驾租车市场指汽车租赁服务市场规模，包含经营性短期租赁和长期租赁；不包含二手车、汽车金融、分时租赁和融资租赁。
来源：企业年报、专家访谈、公开资料、根据艾瑞统计模型核算。

©2020.10 iResearch Inc.

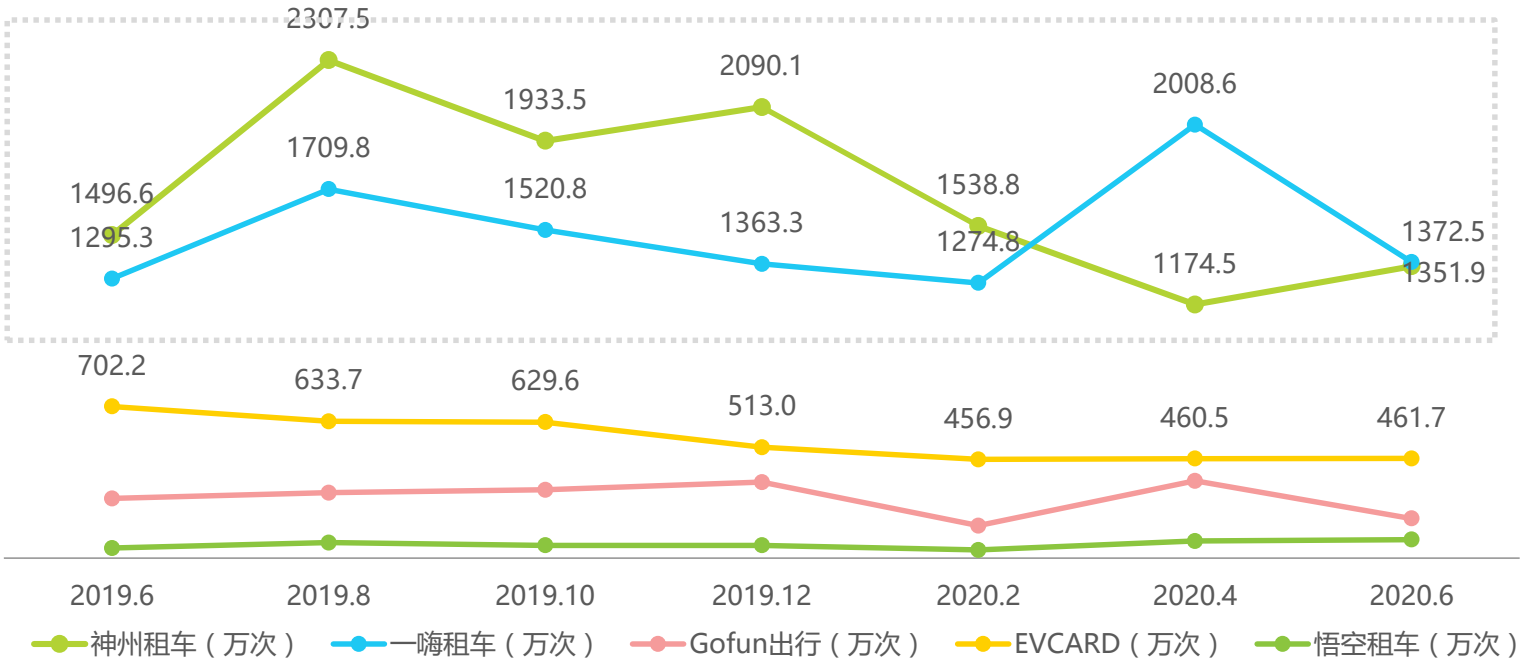
自驾租车行业发展环境 1
自驾租车行业发展现状 2
自驾租车行业主要玩家分析 3
自驾租车用户调研 4
自驾租车行业发展趋势 5

不同品牌用户使用情况

品牌使用情况分层显著，一嗨租车和神州租车稳居第一阵营

在用户使用情况层面，不同品牌之间差距较大，一嗨租车和神州租车月度APP使用次数均超千次，牢牢占据租车行业第一梯队。一嗨和神州为两家较早进入租车市场的企业，拥有良好的知名度、完善的租车服务网络和规模化的车队，在行业内建立了一定的壁垒，据保守预计，两家市场份额约占租车市场的13.3%。而新兴品牌如Gofun出行和EVCARD等则依托共享经济积极探索细分领域，寻找差异化的市场机遇，仍有机会在租车行业中占率部分市场份额。

iUserTracker&mUserTracker-2019.6~2020.6
部分租车APP月度使用次数



注释：由于页面限制，本页仅显示部分租车品牌使用情况。
来源：艾瑞咨询研究院自主研究及绘制。

©2020.10 iResearch Inc.

典型企业案例-一嗨租车

专业、高效、可靠的综合租车服务提供商

一嗨租车创立于2006年1月，主要为个人和企业用户提供综合租车服务，定位高端年轻市场并聚焦于用户，坚持直营战略，专注于服务的品质。在全国450多座城市开设了6000多个服务网点，现拥有200多种车型，服务范围覆盖全国。成立多年以来，一嗨始终处于稳健、高速发展的状态，其关键运营指标如车辆利用率、单车日均收入、直营城市及网点等均领跑行业，并以年均25%的增速持续扩大市场份额。目前，一嗨租车已成为众多世界500强企业在华指定的商务用车服务公司，成为都市白领、商务人士出行的全新选择。

核心竞争力

经营模式：
全国直营模式，拥有自有车队、门店及员工，可以达到高标准的服务质量

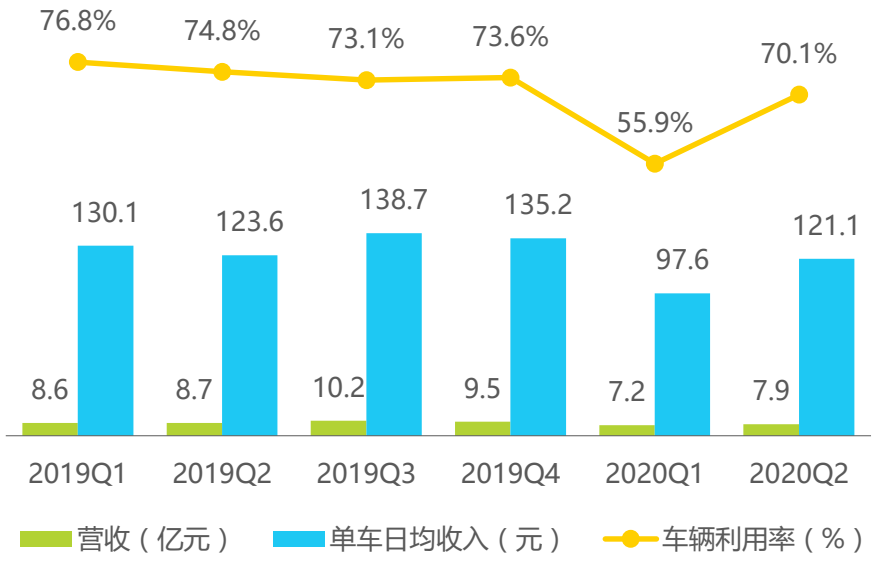
车队规模：
拥有8万余台租赁车辆，并及时根据市场需求和规律，灵活调整城市、区域车辆配比，实现资源的高效利用。

车型多样性：
为消费者提供多样化的车型选择，可满足不同用户群体的差异化用车需求，**时尚、高端车型众多，尤其受年轻人欢迎**

企业文化：
诚信、服务、团队、活力、创新、执行，为一嗨带来了高速的成长和阶段性的成功

2019-2020Q2一嗨租车关键经营指标

*近6个季度，一嗨租车平均车辆利用率为**70.7%**，达到租车行业领先水平*



来源：企业官网、专家访谈、艾瑞咨询研究院整理绘制。

©2020.10 iResearch Inc.

典型企业案例-神州租车

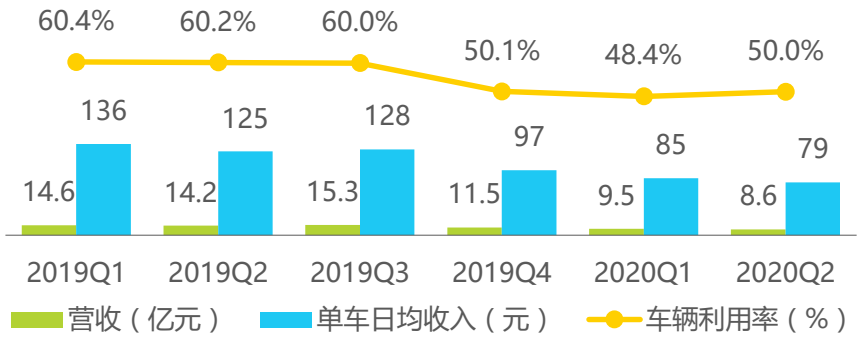
国内领先的汽车租赁服务提供商

神州租车成立于2007年9月，是国内知名的租车服务提供商，秉持“Any One、Any Time、Any Car、Any Where”的服务理念，致力于为大众客户提供完善的汽车租赁服务。神州租车积极借鉴国际上成功的汽车租赁模式，为客户提供短租、长租、企业租赁和国际租赁等多种租车服务，满足消费者各种租车需求。截止2019年12月，神州租车在300余个主要城市设有1100余个服务网点，车队规模达14.9万辆，可覆盖其主要业务的车辆需求。

主要业务



2019Q1-2020Q2神州租车关键经营指标



2020年发展战略



来源：企业官网、企业年报、艾瑞咨询研究院整理绘制。

©2020.10 iResearch Inc.

自驾租车行业发展环境 1

自驾租车行业发展现状 2

自驾租车行业主要玩家分析 3

自驾租车用户调研 4

自驾租车行业发展趋势 5

调研说明

1 研究目的

本次调研通过多种在线调研社区收集样本，利用定量调研方法，对自驾用户在租车场景、行为、选择、态度方面进行调查研究。包含租车品牌的认知度、租车渠道、考虑因素、选车偏好等。

2 样本说明



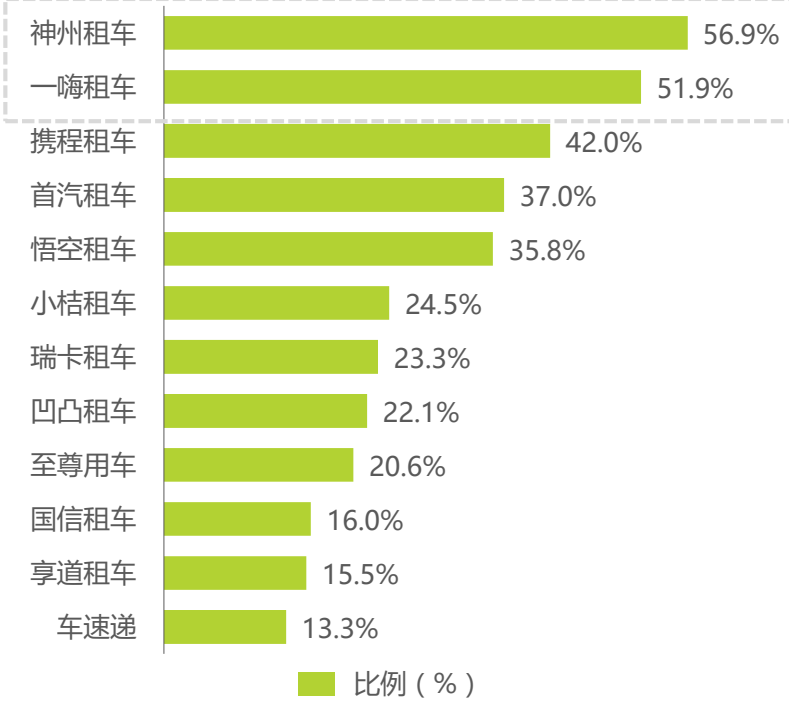
调研概况	说明
调研时间	2020.09
覆盖地区	全国各线城市
调研对象	一年之内使用过租车服务的用户
样本数量	1000

自驾租车行业品牌认知度

神州与一嗨的品牌认知度高，一嗨为用户经常使用的品牌

自驾租车行业品牌林立，行业集中度较低。在众多品牌中，神州租车与一嗨租车的品牌认知度高，用户使用率高。在品牌认知度的调研中，超过半数的自驾租车用户听说过神州租车与一嗨租车，占比高达56.9%与51.9%。在自驾租车用户最常使用的品牌调研中，一嗨租车以44.4%的比例超越神州租车稳居榜首。

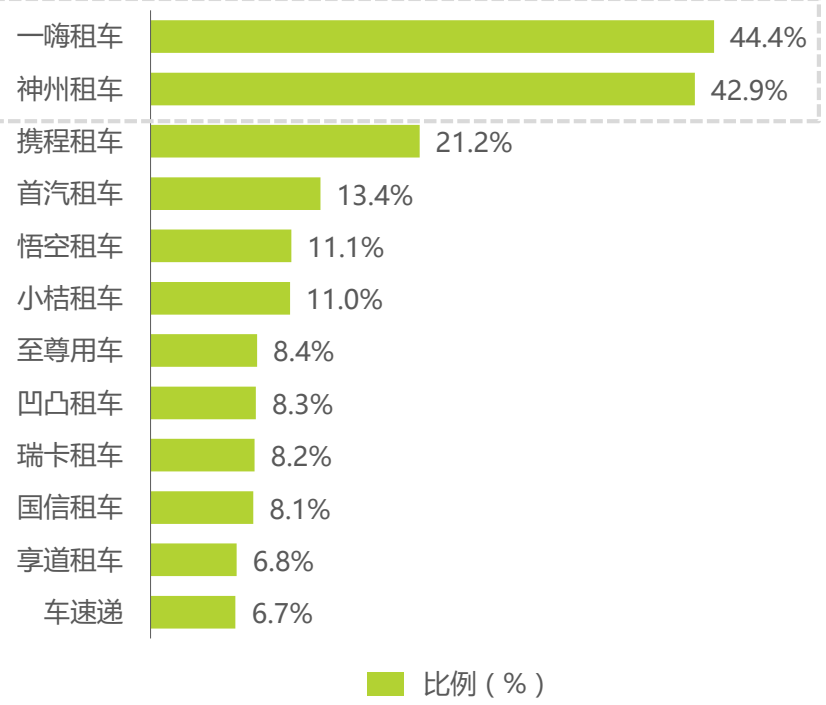
2020年中国自驾租车品牌认知度



样本：艾瑞咨询调研数据，N=1000，于2020年9月通过艾瑞 iClick社区调研获得。

©2020.10 iResearch Inc.

2020年中国自驾租车用户经常使用的品牌



样本：艾瑞咨询调研数据，N=1000，于2020年9月通过艾瑞 iClick社区调研获得。

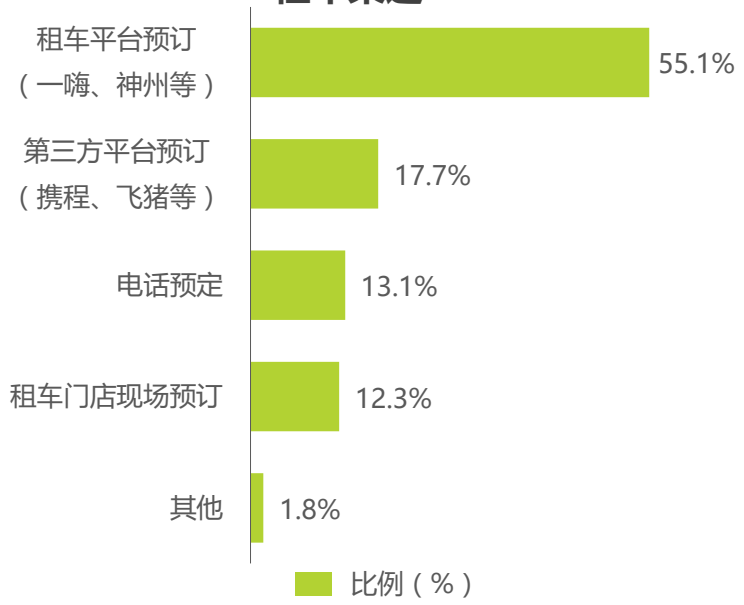
©2020.10 iResearch Inc.

自驾租车用户租车偏好

自驾租车用户常用租车平台预订，注重租车/还车的便捷度

自驾租车用户最常用租车平台进行预订，注重租车/还车的便捷度。在用户最常用的租车渠道调研中，超过一半的用户更喜欢在自驾租车企业的自有平台进行预订，其次是携程、飞猪等第三方平台。在自驾租车用户租车考虑因素的调研中，超过一半的用户关注租车/还车的便捷度和平台的口碑信誉，超过40%的用户关注租车的便利度、租后服务、车辆的丰富度及门店覆盖量，超过30%的用户关注品牌影响力、租前服务及网友评价。从调研数据来看，租车用户的整体满意度较高，30.6%的用户对租车服务感到非常满意，47.6%的用户感到满意，只有5.2%的用户感到不满意。虽然当前租车用户的整体满意度较高，但是租车平台仍需从多维度着手持续提升用户租车体验。

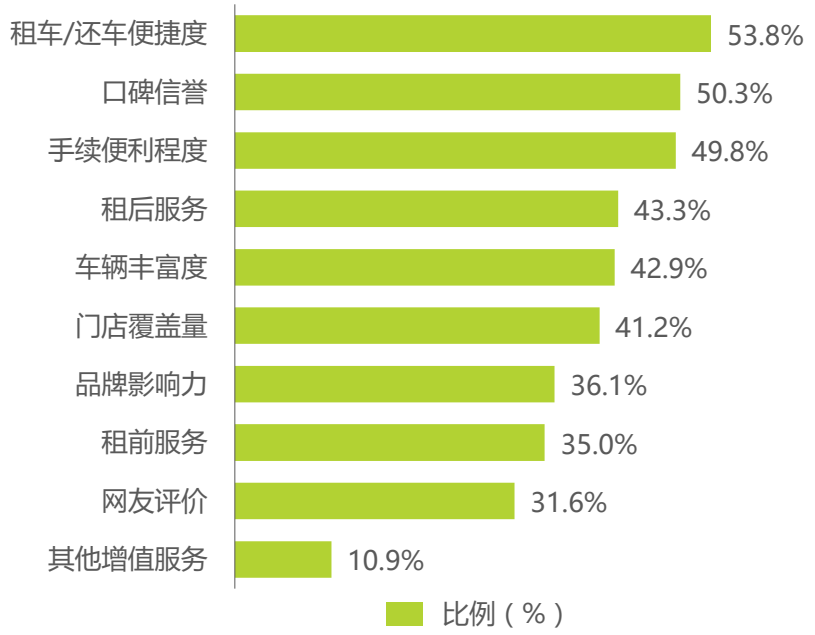
2020年中国自驾租车用户最常用的租车渠道



样本：艾瑞咨询调研数据，N=1000，于2020年9月通过艾瑞 iClick社区调研获得。

©2020.10 iResearch Inc.

2020年中国自驾租车用户租车考虑因素



样本：艾瑞咨询调研数据，N=1000，于2020年9月通过艾瑞 iClick社区调研获得。

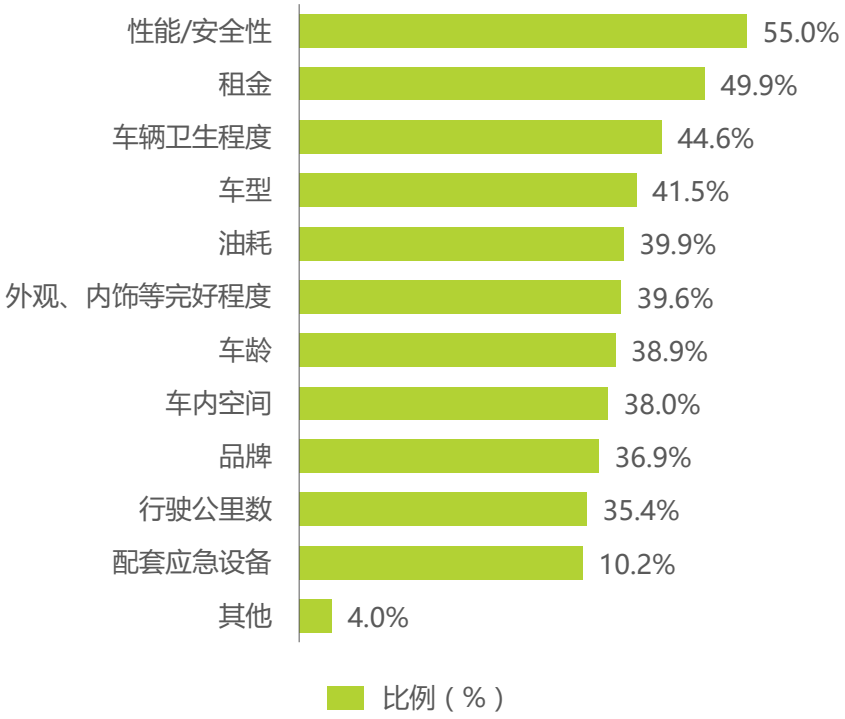
©2020.10 iResearch Inc.

自驾租车用户选车偏好

自驾租车用户最注重安全性，更喜欢舒适型轿车

自驾租车用户最注重安全性，更喜欢舒适型轿车。在用户选车偏好的调研中，安全性是用户最关注的因素，其次是价格。在自驾租车用户车型偏好的调研中，占比最高的是速腾、领动等舒适型轿车，其次是朗逸、飞度等经济型轿车。可见，安全性高、性价比高的舒适型轿车及经济型轿车将受到更多用户的青睐。

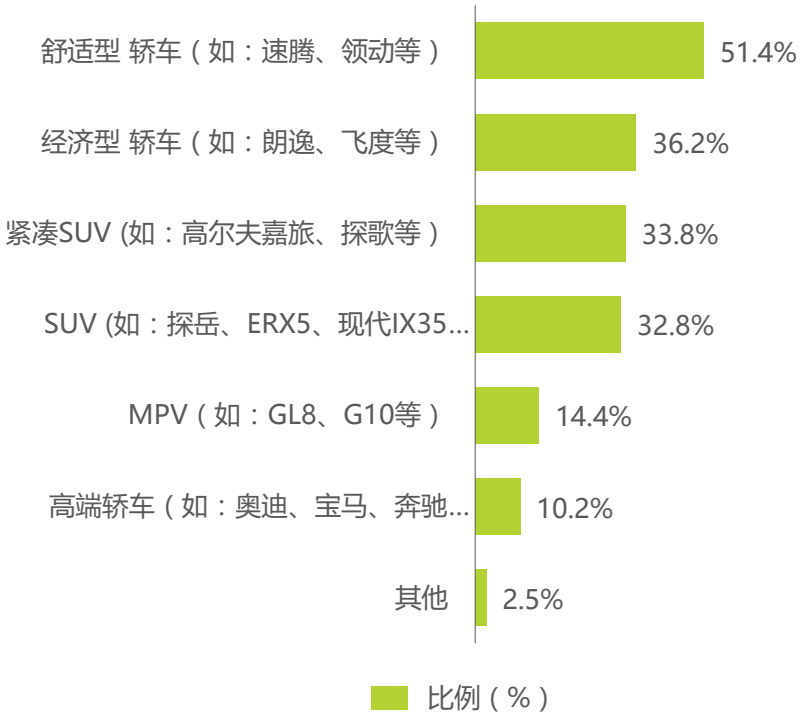
2020年中国自驾租车用户选车偏好



样本：艾瑞咨询调研数据，N=1000，于2020年9月通过艾瑞 iClick社区调研获得。

©2020.10 iResearch Inc.

2020年中国自驾租车用户车型偏好



样本：艾瑞咨询调研数据，N=1000，于2020年9月通过艾瑞 iClick社区调研获得。

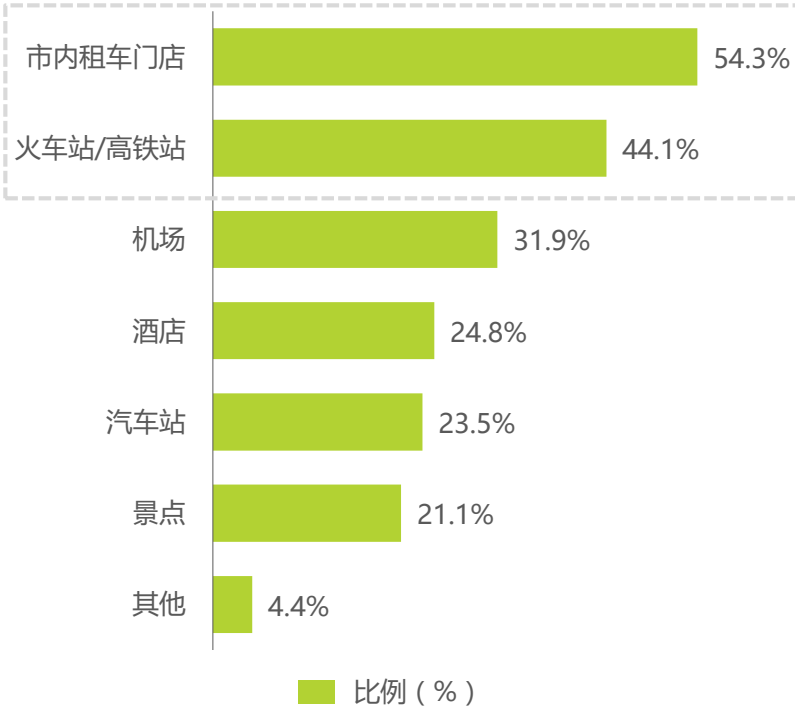
©2020.10 iResearch Inc.

自驾租车用户提车与还车偏好

市内租车门店与火车站/高铁站是用户常用的提车与还车地点

提车与还车的便捷性在一定程度上影响着租车用户的体验。在用户提车与还车偏好的调研中，超过一半的用户常在市内租车门店进行提车与还车，44%的用户常在火车站/高铁站进行提车与还车，超过30%的用户常在机场提车与还车，高于20%的用户常在汽车站提车与还车，约20%的用户常在景点提车与还车。由此可见，网点数量多的租车平台将更有优势。

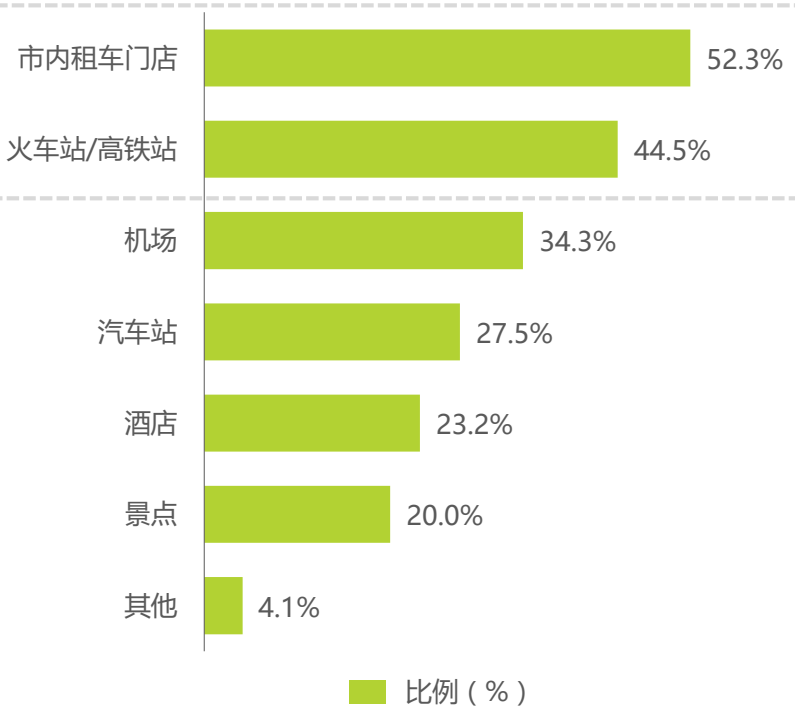
2020年中国自驾租车用户提车地点



样本：艾瑞咨询调研数据，N=1000，于2020年9月通过艾瑞 iClick社区调研获得。

©2020.10 iResearch Inc.

2020年中国自驾租车用户还车地点



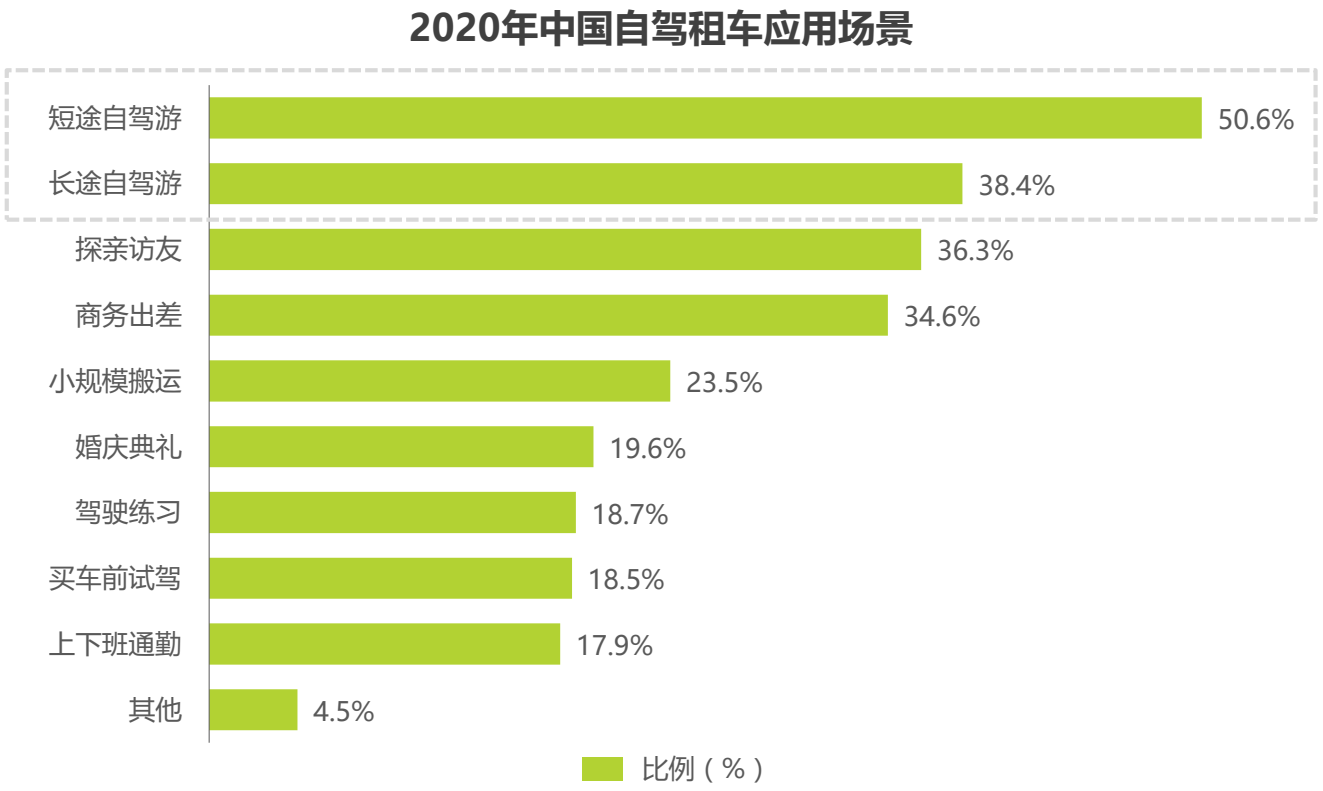
样本：艾瑞咨询调研数据，N=1000，于2020年9月通过艾瑞 iClick社区调研获得。

©2020.10 iResearch Inc.

自驾租车应用场景

自驾游成为自驾租车用户主要的应用场景

近几年，国内旅游市场稳步增长，居民旅游消费进一步升级。相较于跟团游，自驾游自由、便捷的特点满足了人们从容、舒适的旅游度假体验，使其成为当下非常受欢迎的一种旅游方式。调研结果显示，50.6%的用户租车是为了短途自驾游，38.4%的用户是为了长途自驾游。可见，自驾游已成为自驾租车用户主要的应用场景。



样本：艾瑞咨询调研数据，N=1000，于2020年9月通过艾瑞 iClick社区调研获得。

©2020.10 iResearch Inc.

自驾租车行业发展环境 1

自驾租车行业发展现状 2

自驾租车行业主要玩家分析 3

自驾租车用户调研 4

自驾租车行业发展趋势 5

个性化自驾租车服务探索

标准化租赁流程下，可灵活组合的租车服务将提升用户体验

目前消费者寻求差异化和个性化产品的需求日益增长，单一化的服务已无法满足用户需求。在租车企业标准化、简单化的租赁流程下，租车企业也在加速汽车租赁服务的个性化进程，在提车点、车型、换车方式、保险等方面提供给消费者越来越多的选择，以满足不同消费者的个性化需求。预计未来消费者在租车门店取车的比例将逐渐下降，而在企业设立的取车点取车的比例将逐渐上升；同时个性化服务的范围也将逐渐扩大。

标准化租赁流程



个性化租车服务组合

预定阶段即可选择个性化服务，用户可按照需求自由组合，自动计费，以满足不同消费者需求

送/还车点	车型	送/还车方式	租车保障	增值服务	付款方式
市内门店 ☑	紧凑型 ☑	上门送车 ☑	道路救援 ☑	违章代办 ☐	一次性付款 ☐
火车站 ☐	中大型 ☐	自行取车 ☐	车损免赔 ☑	手机支架 ☑	分期付款 ☑
机场 ☐	大型 ☐	本地还车 ☐	第三者保障 ☑	加油补贴 ☑	免押金 ☑
景点 ☐	豪华型 ☐	异地还车 ☑	… ☐	… ☐	… ☐

来源：专家访谈、艾瑞咨询研究院自主研究及绘制。

©2020.10 iResearch Inc.

低线城市自驾租车市场逐步扩大

三、四线城市自驾游将推动自驾租车市场快速发展

由于我国自驾游的市场下沉和消费升级，让国内旅游消费基本面更加稳固。自驾游消费人群也在向更为辽阔的三、四线城市逐步扩散。同时，由于自驾游与租车行业的黏粘性巨大，因此自驾游的发展也会带动自驾租车市场在低线城市的快速发展。

三、四线城市自驾租车市场逐步扩大



影响因素

自驾出游因为**私密性**及**安全性**的特点成为疫情后的热门选择

旅游消费趋于**大众化**，人群向三四线城市扩散

自驾游与租车行业关系密切，可相互促进协同发展

来源：专家访谈、中国旅游研究院、艾瑞咨询研究院整理绘制。

©2020.10 iResearch Inc.

关于艾瑞

在艾瑞　我们相信数据的力量，专注驱动大数据洞察为企业赋能。

在艾瑞　我们提供专业的数据、信息和咨询服务，让您更容易、更快捷的洞察市场、预见未来。

在艾瑞　我们重视人才培养，Keep Learning，坚信只有专业的团队，才能更好的为您服务。

在艾瑞　我们专注创新和变革，打破行业边界，探索更多可能。

在艾瑞　我们秉承汇聚智慧、成就价值理念为您赋能。

- 我们是艾瑞，我们致敬匠心　始终坚信“工匠精神，持之以恒”，致力于成为您专属的商业决策智囊。

扫描二维码
读懂全行业

海量的数据　专业的报告

400-026-2099　ask@iresearch.com.cn

法律声明

版权声明

本报告为艾瑞咨询制作，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，本报告只提供给用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。

为商业决策赋能

EMPOWER BUSINESS DECISIONS

iResearch

艾 瑞 咨 询