头豹 LeadLeo

400-072-5588

头豹研究院 | 汽车应用系列深度研究

# 2019 年
# 中国经营性汽车租赁行业应用概览

## 行业走势图



## TMT 团队


卢佩珊 分析师

邮箱：cs@leadleo.com


## 相关热点报告

- 汽车应用系列深度研究——汽车融资租赁消费新模式，刺激汽车产业增长新动力
- 汽车应用深度研究——“黑天鹅”降临，汽车行业能否实现逆风翻盘?
- 汽车应用系列深度研究——解决新能源汽车安全问题，BMS 配吗？
- 汽车应用系列深度研究——二手车金融的下一个风口——单一模式向多元化模式迈进

## 报告摘要


经营性汽车租赁业务是租赁行业发展到现代阶段的产物，属于租赁市场的细分产品，具备租赁业务的明显特性。2012 年后汽车租赁企业在全国范围内大规模扩展汽车短租业务，推动经营性汽车租赁行业快速发展，但经营性汽车租赁业务的渗透率仍然不高，截至 2018 年底，全国经营性租赁的汽车供给数量仅在 20-30 万辆的区间范围内，全国平均渗透率仅为 2%。随着公车改革的深入，企业轻资产化的需求增长，居民消费水平提高以及出游频次的增加，未来 3-5 年，经营性汽车租赁行业市场规模将以同比 15.0%的年增速实现稳步扩张，预计到 2020 年可超 800 亿元人民币，经营性汽车租赁业务渗透率将进一步提高。


### 热点一：旅游市场的发展带动短租需求增长

居民旅游消费档次的提高，提升了在旅途中使用舒适交通工具的需求，自驾游以及旅游目的地租车游方式逐渐受旅游者青睐，旅游短期汽车租赁需求逐步扩大。在欧美发达国家，汽车租赁服务已经成为旅游业的重要环节，机场、码头和火车站等客运站点均设有汽车租赁业务站点，众多在线旅游服务商提供酒店、机票、车票、汽车租赁预订等一站式服务。参考欧美旅游业发展经验，随着中国旅游市场的深入发展，汽车租赁业务有望与旅游业务进一步关联，推动汽车短期租赁业务的发展。

### 热点二：短租市场会逐渐呈现多足鼎立的局面

未来短租市场会逐渐呈现多足鼎立的局面。头部企业将持续深挖用户需求，拓展更多汽车租赁周边业务，打造出行生态圈，提升用户使用满意度，深度锁定用户。潜在进入者市场壁垒较高，后发者在汽车综合租赁领域市场机会较少，细分汽车租赁领域如旅游用车，分时租赁等垂直细分市场机会相对更高。

### 热点三：长租业务的区域市场集中度将提高

未来长租业务的区域市场集中度将提高，区域市场内的企业数量将逐渐减少，中小型企业由于受车队数量、服务能力、资金成本等方面因素限制，较难满足企业客户日益升级的用车需求，市场空间和机会逐渐减少。具备良好综合服务能力的大型租赁企业，利用自身优势兼并、收购部分中小型企业，获得更多的企业客户资源，进而提升区域市场的占有率。

# 目录


1 方法论 5

1.1 方法论 5

1.2 名词解释 5

2 中国经营性汽车租赁市场综述 6

2.1 定义及分类 6

2.2 业务特征 7

2.3 发展历程 8

2.4 市场规模 9

2.5 产业链分析 10

2.5.1 产业链上游 11

2.5.2 产业链中游 12

2.5.3 产业链下游 12

3 行业驱动因素 14

3.1 B 端用车方式变更，租赁需求推动行业发展 14

3.2 旅游市场的发展带动短租需求增长 15

3.3 C 端用户用车理念转变，推崇汽车租赁服务 16

4 行业制约因素 17

4.1 行业规范与监管缺失 17

4.2 行业发展尚不成熟 ..... 18
4.3 租赁企业融资渠道受限 ..... 18
5 行业政策 ..... 20
6 发展趋势 ..... 22
6.1 汽车租赁定制化 ..... 22
6.2 智能化自助服务 ..... 22
6.3 与相关行业深度合作 ..... 23
7 竞争格局 ..... 25
7.1 竞争概况 ..... 25
7.2 典型代表企业分析 ..... 26
7.2.1 瑞卡租车 ..... 26
7.2.2 至尊租车 ..... 27
7.2.3 车速递租车 ..... 28

# 图表目录

图 2-1 中国经营性长期与短期汽车租赁的主要区别 ..... 7

图 2-3 中国经营性汽车租赁市场规模，2014-2023 年预测 ..... 10

图 2-4 中国经营性汽车租赁产业链 ..... 10

图 2-5 中国个人租车用户车辆使用场景，2018 年 ..... 13

图 5-1 中国经营性汽车租赁行业相关政策 ..... 21

# 1 方法论

## 1.1 方法论

沙利文研究院布局中国市场，深入研究 10 大行业，54 个垂直行业的市场变化，已经积累了近 50 万行业研究样本，完成近 10,000 多个独立的研究咨询项目。

- ✓ 研究院依托中国活跃的经济环境，从互联网、汽车流通领域着手，研究内容覆盖整个行业的发展周期，伴随着行业中企业的创立，发展，扩张，到企业走向上市及上市后的成熟期，研究院的各行业研究员探索和评估行业中多变的产业模式，企业的商业模式和运营模式，以专业的视野解读行业的沿革。

- ✓ 研究院融合传统与新型的研究方法，采用自主研发的算法，结合行业交叉的大数据，以多元化的调研方法，挖掘定量数据背后的逻辑，分析定性内容背后的观点，客观和真实地阐述行业的现状，前瞻性地预测行业未来的发展趋势，在研究院的每一份研究报告中，完整地呈现行业的过去，现在和未来。

- ✓ 研究院秉承匠心研究，砥砺前行的宗旨，从战略的角度分析行业，从执行的层面阅读行业，为每一个行业的报告阅读者提供值得品鉴的研究报告。

- ✓ 弗若斯特沙利文本次研究于 2019 年 05 月完成。

## 1.2 名词解释

- ➢ 资产支持证券——由受托机构发行的、代表特定目的信托的信托受益权份额。
- ➢ ERP（Enterprise Resource Planning）——建立在信息技术基础上，以系统化的管理思想，为企业员工及决策层提供决策手段的管理平台。

# 2 中国经营性汽车租赁市场综述

## 2.1 定义及分类

经营性汽车租赁又称营运性汽车租赁，指出租人将车辆出租给承租人使用，承租人支付租金从而获得车辆的使用权，并在合同期满时退还车辆给出租人的交易活动。

按照租赁期限不同，可将经营性汽车租赁分为长期租赁与短期租赁。

- 长期租赁

长期租赁的承租人一般为企业用户，少数为个人用户。长期租赁的承租人与汽车租赁公司签订长期的汽车租赁合同，时间一般以年为计算单位，通常为半年以上。汽车租赁公司按合同规定将手续齐全的租赁车辆交付给承租人使用，同时向承租人提供汽车税费、保险、维修等综合服务，并向承租人收取租金。长期租赁业务可以为汽车租赁企业保障稳定的出租率以及稳定的收益，降低企业经营风险。

- 短期租赁

短期租赁的承租人一般为个人用户，部分为企业用户，企业用户短期租赁汽车以应对机构的会议、商务接待等临时用车需求。承租人与汽车租赁公司签订短期租赁合同，时间一般以日或月为计算单位，通常不超过半年。短期租赁业务风险较高，无法为汽车租赁企业保持稳定的车辆出租率，但车辆流转周期短，投资回报率高，可以提高企业的经营利润。

中国的长期汽车租赁主要应用于企业场景，如企业的日常车队用车、企业高管的日常用车和旅行社的日常用车等。短期汽车租赁主要用于满足个人用户短期用车需求，如用户的旅游目的地的短期用车，中短途自驾游用车等。

**图 2-1 中国经营性长期与短期汽车租赁的主要区别**

| 经营性汽车租赁方式 | 使用对象 | 使用场景 | 租赁方式 | 车型选择 |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| 长期租赁 | 以企业客户为主，少数为个人用户 | • 企业日常车队用车<br>• 外企、国企高管日常用车<br>• 酒店、旅行社等日常用车 | • 用车企业一般会通过一定的采购流程，与汽车租赁企业签订书面协议，订立具体的付款结算周期 | 车型需求多样化，包括大型巴士、商务MPV、SUV、普通轿车等 |
| 短期租赁 | 以个人用户为主，满足个人短期用车需求 | • 城市周边自驾出游；<br>• 旅游目的地用车；<br>• 短期商务接待、商务差旅用车 | • 用户线上平台预定，线上付款，线下提车；<br>• 传统线下门店租赁 | 以普通轿车为主，SUV、MPV比例增加 |

*来源：沙利文研究院绘制*

## 2.2 业务特征

经营性汽车租赁业务是租赁行业发展到现代阶段的产物，属于租赁市场的细分产品，具备租赁业务的明显特性。

➢ 租赁物所有权与使用权分离

租赁业务将租赁物的所有权与使用权分离，交易方将租赁物的部分权益作为交易对象。汽车租赁业务的出租方以租金为代价，在租期内将所支配的车辆的用益物权即占有权、使用权和收益权让渡给承租方，只保留车辆的所有权和担保权。

➢ 契约性

汽车租赁业务将汽车的使用权作为交易标的，出租人通过转移汽车的使用权而达成商品交易。权利的转移一般需要通过签订合同进行交易，以明确各交易方的权利与义务。汽车租赁交易通过汽车租赁合同将汽车出租人、承租人与汽车的使用权有机地联系起来，明确租赁双方的权利与义务，从而保证双方的责任与权利有据可依。

➢ 服务性

服务性是汽车租赁业务的基本特性。汽车租赁企业能够为用户提供“车辆管理服务”，包括车辆的购置、出租、维修、保险及车队管理等服务内容，满足企业和个人消费者的用车

需求。从服务义务来看，汽车租赁经营者应该在租赁有效期内将车辆使用权转移给承租方，并在交付与承租方使用前对租赁车辆进行全面的检查与保养，按规定缴纳车辆的税费和必要保险。在租赁期内若承租人租赁的车辆无法运营，出租方应当提供车辆的更换服务，以保证承租方的用车需求。

### 2.3 发展历程

中国经营性汽车租赁行业起源于 1989 年，经历了初步发展阶段，发展调整阶段以及快速发展阶段，租赁业务对象从最初的政府机构、国营企业拓展至中小型企业以及大众消费者，业务范围从最初的个别重点城市拓展至全国范围。

- 初步发展阶段（1989-2001 年）

中国经营性汽车租赁行业起源于 1989 年，政府为筹备北京亚运会，成立了中国第一家汽车租赁公司——北京福斯特汽车租赁公司，为在京的国外记者提供运动会期间的采访用车。汽车租赁行业正式进入公众视线后，多家汽车租赁公司如北京首汽租赁公司、上海安吉租赁公司等相继成立。在 1996-1998 年期间，第二轮汽车租赁企业发展高峰兴起，开展汽车租赁业务的企业超百家。

- 发展调整阶段（2002-2011 年）

2002 年开始，中国的汽车租赁企业快速发展，海外的大型汽车租赁公司开始进入中国市场，积极探索和开发中国汽车租赁行业的发展机会。2002 年，世界最大的汽车租赁公司赫兹与中汽安华达成合作，开始进入中国市场，但海外汽车租赁市场的运营模式、企业经验不适用于中国市场，海外汽车租赁公司在中国市场的探索并不成功。这一阶段，由于企业数量快速增长，汽车租赁行业的管理、政策法律等配套设施与行业发展进程无法匹配，导致行业发展出现较多问题，如企业、车辆的无牌照运营等。在政府实施一系列调整措施后，中国汽车租赁行业进入发展调整期，市场秩序开始转良，企业数量、市场规模、业务范围都有不

同程度的增长。根据《2005 年道路运输统计资料汇编》关于营运载客汽车的统计，中国开展汽车租赁业务的企业达 2,126 家，营运租赁车辆达 47,353 辆。

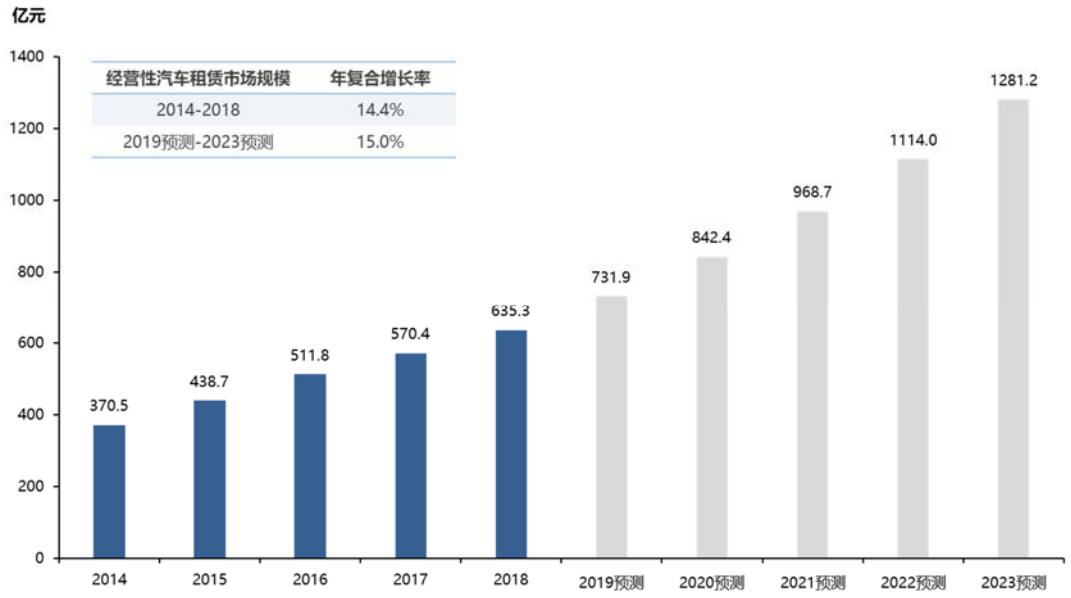
- 快速发展阶段（2012 年-至今）

这一阶段，汽车租赁业务对象从企业拓展至个人消费者，以个人消费者为主的短租市场逐步扩大，以神州租车、一嗨租车、首汽租车为主的短租市场领跑者已基本完成全国重要城市的短租业务布局。与此同时，以首汽租车、神州租车、一嗨租车为代表的汽车租赁企业纷纷建立线上租车平台，积极拓展线上平台业务。

### 2.4 市场规模

根据从事经营性汽车租赁产品及业务运营长达 9 年时间的专家分析，2012 年后汽车租赁企业在全国范围内大规模扩展汽车短租业务，推动经营性汽车租赁行业快速发展，经营性汽车租赁市场规模从 2014 年的 370.5 亿元人民币增长至 2018 年的 635.3 亿元人民币，年复合增长率达 14.4%。但专家表示经营性汽车租赁业务的渗透率仍然不高，截至 2018 年底，全国经营性租赁的汽车供给数量仅在 20-30 万辆的区间范围内，全国平均渗透率仅为 2%，只有北京、上海、广州和深圳等一线城市的渗透率约为 5%-8%。随着公车改革的深入，企业轻资产化的需求增长，居民消费水平提高以及出游频次的增加，未来 3-5 年，经营性汽车租赁行业市场规模将以同比 15.0%的年增速实现稳步扩张，预计到 2020 年可超 800 亿元人民币，经营性汽车租赁业务渗透率将进一步提高。

**图 2-2 中国经营性汽车租赁市场规模，2014-2023 年预测**




*来源：fsTEAM 软件采编，沙利文数据中心编制*

## 2.5 产业链分析

经营性汽车租赁产业链包括上游的整车制造厂商和资金供应商，中游的经营性汽车租赁企业以及下游的用户，包括企业用户和个人用户。上游的整车制造厂商及资金供应商分别为经营性汽车租赁企业提供业务开展所需的车辆工具及融资服务。中游的经营性汽车租赁企业为下游用户提供汽车长期租赁、短期租赁、分时租赁以及融资租赁等服务。

**图 2-3 中国经营性汽车租赁产业链**




*来源：沙利文研究院绘制*

### 2.5.1 产业链上游

上游资金供应商主要有战略投资集团、银行、信托公司和保险公司等。这些不同性质的投资主体利用不同的融资方式助力经营性汽车租赁产业的发展，其中主要的融资方式包括：①商业银行对接汽车租赁企业的应收租金发售理财产品；向汽车租赁企业提供中长期流动资金贷款、银行保理等综合性金融服务；②信托公司为经营性汽车租赁公司提供单一资金信托计划和集合资金信托计划服务，通过向投资者受让汽车租赁公司的一个或多个租赁服务项目所产生的租金收益权来筹措资金，并把所筹的资金借贷给汽车租赁公司；③保险公司通过将保险资金整合成投资信托计划，向经营性汽车公司投放信托贷款，或通过购买以租赁租金收益权为基础的资产支持证券，注资汽车租赁产业；④战略投资集团通过股权投资的方式入股汽车租赁机构。

上游市场车辆供应商包括整车厂商以及汽车经销商。整车厂商如广汽集团、比亚迪、长城汽车、吉利汽车等，作为汽车租赁企业的直接供货商，主要为汽车租赁行业提供中低价位的新车产品。4S 汽车经销商如广汇汽车服务有限公司、庞大集团和利星行汽车等，亦可作为汽车租赁企业的直接供货商，向汽车租赁公司零售或批量出售新车，赚取新车买卖收益。

参照欧美成熟汽车租赁市场的发展经验，汽车租赁企业与整车厂商通常保持着良好的合作关系，汽车租赁公司与整车厂商签订车辆回购合同，汽车租赁公司以较低的折扣价购得的新车，经过短期租赁后（一般不超 2 年），由整车厂商回购并向二手车市场出售，两者良好的合作关系加速汽车租赁与二手车市场的车辆更替，促进新车销售、新车租赁以及二手车业务的发展。而中国的汽车租赁行业发展尚不成熟，汽车租赁企业与汽车厂商间尚未达成深度合作，汽车租赁企业的车辆更替没有良好的处置渠道，资金回笼受限，车队以及企业规模拓展高度依靠资本力量，因此上游市场的资本供应商对汽车租赁企业的发展至关重要。

### 2.5.2 产业链中游

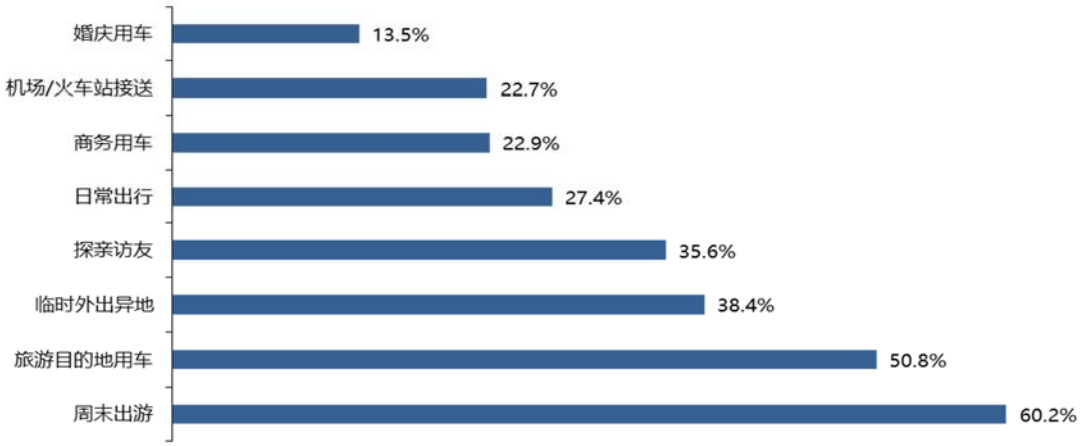
中国汽车租赁行业发展尚不成熟，行业集中度较低。根据沙利文数据显示，现阶段，汽车租赁企业多达 7,000 家，其中过半数汽车租赁企业聚集在北京、上海、深圳等一线城市。多数汽车租赁企业规模较小，尚未形成规模经济效应。主要从事长租业务的汽车租赁企业呈现小规模区域化经营特征，排名前 10 的汽车租赁公司的市占率合计不超 20%。短租领域的市场集中度较长租市场高，龙头企业强势崛起，据从事经营性汽车租赁产品及业务运营长达 9 年时间的专家反馈，神州租车在短租市场中拥有 40%-45%的市场份额。但相比海外成熟的汽车租赁市场，中国的长、短租汽车租赁市场的集中度、行业渗透率和企业规模均有待提高。

### 2.5.3 产业链下游

汽车租赁行业下游市场主体为消费者，主要包括企业、事业单位及个人用户。企业、事业单位、集团客户是主要的长租客户，汽车租赁企业主要为长租客户提供长期车辆租赁、带驾租赁、综合用车管理三大服务。带驾租赁和综合用车管理服务对汽车租赁企业车队数量、驾驶员数量、车型丰富性、协调管理等能力要求较高，目前，仅有部分大型汽车租赁企业能够为用户提供完善的综合用车管理服务，较为典型的代表企业有首汽租车，具有大型国有企业背景，具备丰富的客户资源、车队资源以及服务经验，在长租市场中优势明显。

个人消费者是主要的短租用户，周末出游、旅行目的地用车、探亲访友等是个人用户主要的汽车租赁使用场景。根据沙利文 2018 年一项经营性汽车租赁个人用户调研数据显示，用于休闲旅游是个人用户短期租车的主要目的，60.2%的受访者短期租赁汽车用以周末出游，50.8%的受访者短期租车用以旅游目的地出行。全年租车频次在 3-5 次的受访用户数量最多，占 29.2%，其次是全年租车频次在 10 次以上的用户，占比达 24.8%。受访用户中，租车持续 1-2 天的现象较为普遍。

**图 2-4 中国个人租车用户车辆使用场景，2018 年**




*来源：fsTEAM 软件采编，N=1,230，沙利文数据中心编制*

# 3 行业驱动因素

## 3.1 B 端用车方式变更，租赁需求推动行业发展

（1） 政府公车改革，释放汽车租赁需求

国务院办公厅 2014 年 7 月发布的《关于全面推进公务用车制度改革的指导意见》指出，随着社会主义市场经济体制不断完善，传统公务用车制度越来越难以适应形势发展需要，车辆配备范围过大、运行管理成本偏高、公车私用等问题日益突出，要求改革公务用车制度，规范公务用车运行管理，有效降低行政成本。各地区各部门需按照中央确定的改革方向和原则制定改革实施方案，中央和国家机关先行示范，地方党政机关加快实行，事业单位、国有企业和国有金融企业有序推进。

中国公车改革持续深化，中央政府及地方政府制定公务用车制度改革具体实施方案，大幅减少车辆采购，对政府机构采购汽车的数量及车型加以限制，并鼓励使用租车作为满足日常用车需求的主要途径之一。众多政府公车改革实施方案中，通过适当保留公务用车以及发放公务交通补贴方式保障公务出行，通过公开招标方式选择部分汽车租赁公司，发展适合公务出行的市场化交通定制服务。随着公车改革的深化与执行，大量政府机构的公务出行需求，对汽车租赁行业长租与短租业务发展产生了推动作用。

（2）企业资产配置优化，商务出行需求旺盛

长期汽车租赁市场一直以企业客户为主，企业通过长期租赁方式解决高管用车、企业日常商务出行用车需求。企业精细化运营管理理念普及，众多企业希望通过轻资产运营，控制现金流，优化财务成本。企业自购大量商务用车，会导致固定资产增加，流动资产减少，现金流紧张，且车辆持有成本上升，养车费用增加，不利于企业降低运营成本，财务优化。而以租代购方式既能满足日常用车需求，又可节省企业大额现金支出，避免企业资金被大量非

经营业务占用。企业可将拟购车的资金投入核心业务，产生更多的主营业务收益，提高资产回报率，彰显轻资产化的优势。此外，汽车租赁公司可为企业提供多样化的租赁车辆，满足企业不同场景下的用车需求，还保障企业租赁车辆的日常维修，保养以及保险购买事项，节省企业对车辆运维投入的人力成本和时间成本等。

企业频繁的商务活动和高管出行用车需求要求企业必须配备一定量的商务用车，而企业轻资产化发展要求则将企业刚性的商务用车需求释放给汽车租赁行业，使汽车长租市场获得稳定客源。随着企业轻资产化的普及，越来越多企业采用汽车租赁的方式实现轻资产运营，企业释放出来的刚性商务用车需求成为汽车长租市场发展的主要动力。

### 3.2 旅游市场的发展带动短租需求增长

随着居民收入水平及消费水平的提高，居民对旅游的消费需求逐渐增长，根据中国文化和旅游部数据显示，截至 2018 年底，国内旅游人数 55.4 亿人次，同比增长 10.8%；出境旅游人数 14,972 万人次，比上年同期增长 14.7%。全年实现旅游总收入达 6.0 万亿元人民币，同比增长 10.5%。居民出游意愿持续走高，2018 年第一、二季度居民总体旅游意愿分别为 83.0%、84.8%，分别同比增加 1.0%和 3.7%。旅游成为居民生活中不可缺少的一部分，居民对旅游消费的档次亦逐步提高，开始追求舒适的旅程，愿意增加支出用于旅游消费，支撑了属于中高端消费类型的租车出游方式的发展。

居民旅游消费档次的提高，提升了在旅途中使用舒适交通工具的需求，自驾游以及旅游目的地租车游方式逐渐受旅游者青睐，旅游短期汽车租赁需求逐步扩大。在欧美发达国家，汽车租赁服务已经成为旅游业的重要环节，机场、码头和火车站等客运站点均设有汽车租赁业务站点，众多在线旅游服务商提供酒店、机票、车票、汽车租赁预订等一站式服务。参考欧美旅游业发展经验，随着中国旅游市场的深入发展，汽车租赁业务有望与旅游业务进一步关联，推动汽车短期租赁业务的发展。

### 3.3 C 端用户用车理念转变，推崇汽车租赁服务

80、90 后群体成为社会的主要消费力量，消费能力以及消费理念均有所改变，并不一味地追求商品的所有权，针对汽车而言，更强调汽车的使用性和实用性，逐渐养成对汽车按需使用的习惯，开始偏好选择汽车租赁消费方式。按需使用的汽车租赁消费方式能帮助消费者大幅节省养车成本，根据沙利文数据显示，目前国内的私家车除日常通勤时间外，每日使用率不超 10%，大量私家车资源被闲置和浪费。私家车辆尽管经常被闲置，但必备的保险、保养、检查维修以及停车费用依然需要支付，此外车辆的折旧也是一大成本支出。以一辆车身价为 15 万元人民币的车型为例，自购车辆需支付车价、购置税、保险费、上牌费等费用共计 17 万元人民币，每年的养车费用约需 2 万元人民币。以车辆使用 3 年为例，车主平均每天承担的用车成本约为 173 元。若选择神州汽车租赁服务，使用同样的车型，同样的年限，用户平均每天承担的用车成本仅为 109 元，比自购车辆大幅降低用车成本。

此外，在限购限行的城市，汽车租赁消费方式更能满足用户的实际用车需求。限购政策大幅增加了用户的购车成本，车牌摇号等待时间长，中号概率小，而竞价拍牌则大幅推高牌照价格，无论摇号还是拍牌均导致用户的购车成本上升。在购车成本上升，车辆使用率不高的情况下，汽车租赁方式成为很好的用车替代方案，低成本、按需使用、灵活度高的汽车租赁模式受到更多消费者青睐。根据沙利文数据显示，2000-2010 年间，北京租赁汽车净增量约为 5,000 辆，但限购政策推行后，仅 2011 年一年内租赁汽车净增量达到 11,000 辆。目前北京市和上海市的汽车租赁渗透率高达 8%，在全国排名最前。

# 4 行业制约因素

## 4.1 行业规范与监管缺失

汽车租赁行业的相关法律政策规范缺失，行业发展缺少明确的部门监管，导致行业发展长期处于无序状态。1998 年 2 月交通部、国家计划委员会发布了《汽车租赁业管理暂行规定》为依法管理和规范汽车租赁市场提供了法律依据和保障。但 2004 年 7 月《行政许可法》施行后，《汽车租赁业管理暂行规定》按规定不能作为管理汽车租赁行业的法律依据，使汽车租赁业失去了政策保障。随后 2004 年 7 月国务院颁布的《道路运输条例》亦没有将汽车租赁业纳入道路运输管理范畴，造成汽车租赁业长期陷入无法可依，政策监管缺位的境地。

为保障汽车租赁业的正常经营，部分城市相继出台地方性政策法规，如《北京市汽车租赁经营服务规范》、《重庆市汽车租赁管理办法》等，部分省市按照行政许可制度管理汽车租赁行业，而部分城市遵循备案制度管理汽车租赁行业，各省市间的汽车租赁管理办法并不统一，标准差异较大。交通运输部于 2008 年发布《关于促进汽车租赁业健康发展的通知》，同时将《汽车租赁业管理规定》列入立法计划，作为《道路运输条例》的配套规章，但具有全国性、权威性的汽车租赁行业法律法规仍未推行，汽车租赁行业仍缺乏统一的行业规范。

汽车租赁行业长期缺乏统一的行业管理规范，导致汽车租赁企业在服务质量标准、合同签订、价格制定、汽车保险、风险管理等方面没有统一标准。部分汽车租赁企业为了盈利，在客源不足时，采取竞相压价的手段争夺客源；在汽车租赁的高峰时段，又随意哄抬价格，以获取更多利润。此外，部分汽车租赁企业没有合规经营，部分非专业提供汽车租赁服务的企业擅自从事汽车租赁业务，租赁合同签订及履约不规范，侵害消费者的合法权益。部分汽车租赁企业的租赁车辆管理不善，租赁车辆来源没有统一规范，企业可接受私家车或单位闲

置车辆挂靠，各方对车辆疏于维修，一旦发生事故或车辆丢失，车主、汽车租赁企业以及用户均推卸责任，各方权益难以得到有效保障，不利于租赁业务的开展。

### 4.2 行业发展尚不成熟

经营性汽车租赁行业发展尚不成熟，汽车的出租率难以保证，影响汽车租赁企业的规模扩张。一方面，三线及以下城市的用户用车需求较弱，用车人次相对一、二线城市少，难以为经营性汽车租赁行业提供稳定的汽车租用率，影响汽车租赁企业向三线及以下城市的拓展积极性，较多经营性汽车租赁企业布局仍停留在一、二线城市。另一方面，用户的短期用车需求仍不稳定，在国家法定节假日或周末的短期汽车租赁需求高涨，出现汽车租赁企业运营车辆供给不足的现象。在一般工作日，汽车租赁需求相对下降，较多汽车租赁企业存在车辆闲置的现象。忽高忽低的消费需求，使汽车租赁企业难以根据市场需求购置车辆。

在海外成熟的汽车租赁市场，汽车租赁需求相对稳定，汽车租赁企业可以预估车辆的出租率以调整经营规模，可在不大量闲置车辆的情况下最大化满足市场用户需求。而中国的经营性汽车租赁市场发展尚不成熟，车辆的出租率尚不稳定，租赁企业无法根据用户需求调整经营规模，若大量购置车辆以满足高峰时段的用户需求，则会导致闲暇时段租赁车辆大量闲置，增加汽车租赁企业的运营成本。随着中国经营性汽车租赁市场的发展，汽车租赁企业能深度挖掘用户需求，刺激闲时的用户需求，缩小闲时与忙时的用车需求量的差距，刺激三线及以下城市的用户需求，扩展更多用户，提高车辆出租率的稳定性，进而逐步合理地调整经营规模。

### 4.3 租赁企业融资渠道受限

汽车租赁行业属于重资产行业，汽车租赁企业普遍高负债运行，业务网点建设、车辆购买投入以及市场营销费用较高，租赁企业资金回笼较慢，经营车辆定期更换需要大量的后续资金支持，通畅的融资渠道以及稳定的资金来源对汽车租赁企业而言非常重要。目前中国经

营性汽车租赁企业融资渠道受限，高度依赖单一的商业银行融资渠道，而银行融资贷款审核门槛较高，通常需要车辆运营证作为抵押，较多中小型汽车租赁公司无法达到审核要求，难以获取融资，影响汽车租赁企业乃至汽车租赁行业的规模扩张。部分得不到银行贷款的汽车租赁企业通过高利率的民间借贷获取融资，增加了企业的融资成本，且资金来源安全性与稳定性不高，不利于汽车租赁企业建立长期的融资关系。

在欧美国家成熟的汽车租赁市场中，汽车租赁公司融资渠道较为多样，如 Hertz 的资金来源包括银行贷款、公司债及车队债券的发行等，资金来源相对稳定与安全，融资成本相对较低，对企业运营负担较小。融资渠道不完善，制约了中国中小型汽车租赁企业的兴起，不利于大型汽车租赁企业丰富融资渠道，降低融资成本，不利于汽车租赁行业的良性扩张。

# 5 行业政策

2011 年 4 月，交通运输部下发《关于促进汽车租赁业健康发展的通知》，明确提出今后 5 至 10 年，中国初步形成龙头企业引领、经营主体多元、网络覆盖全国、经营行为规范、市场秩序良好、服务标准与国际先进水平接轨的汽车租赁服务体系，基本满足经济社会发展和人民群众对汽车租赁业的需求。

2017 年 6 月，交通运输部为促进新形势下汽车租赁业的健康发展，推动移动互联网与汽车租赁业的融合发展，更好地满足人民群众多层次出行需求，发布了《关于促进汽车租赁业健康发展的指导意见(征求意见稿)》，规范汽车租赁车辆管理，落实汽车租赁身份查验制度，鼓励分时租赁发展等，促进汽车租赁行业的健康发展。汽车租赁存在市场集中度不高，网络化、规模化服务水平不足、经营网点不足、租车与还车不便捷等问题，不能满足社会公众多样化出行需求，出台《征求意见稿》有利于推动汽车租赁经营者规模化、网络化、品牌化经营，提升行业服务能力。由于汽车租赁法规建设的滞后，基本管理制度不统一，在发展定位、发展方向、业务边界等涉及行业发展的关键问题上，社会各方认识不一致，出台《征求意见稿》有利于明确汽车租赁行业的基本管理制度、促进行业健康发展。

2017 年 8 月交通运输部、住房城乡建设部联合发布了《关于促进小微型客车租赁健康发展的指导意见》，涉及小微型客车发展总体要求、夯实安全管理基础、提升行业服务能力、鼓励分时租赁发展、营造良好发展环境等内容。《指导意见》的出台，对保护用户权益、提高小微型客车租赁有效供给、优化交通出行体系、促进行业健康规范发展具有积极意义。为保障租赁车辆安全性能和用户合法权益，《指导意见》提出了规范租赁车辆管理、落实实名制查验制度等要求。租赁车辆应按照相关法律法规和技术标准规定到公安机关办理登记，并按照相关规定，对车辆进行安全技术检验、环保检验和报废。小微型客车租赁经营者应当具

备身份查验所需的设施设备，对承租人提供的有效证件进行查验。对不符合要求、身份不明或者拒绝身份查验的，不应提供租赁服务。为提升行业服务能力，《指导意见》要求小微型客车租赁行业依据城市总体规划，根据当地经济社会发展和居民出行需要，综合有关方面因素，制定小微型客车租赁发展规划，需加强小微型客车租赁与不同交通运输方式的换乘衔接，推进机场、火车站、汽车站、港口等交通枢纽营业网点以及客流密集区停车站点建设。鼓励租赁经营者利用新技术、新手段加强日常经营管理，提高用户租车的便捷性。经营者应当完善网络安全防护措施，依法合规采集、存储、使用和保护个人信息。加强上下游行业及相关行业联动，推动行业规模化、网络化、品牌化发展。

**图 5-1 中国经营性汽车租赁行业相关政策**

| 政策名称 | 颁布日期 | 颁布主体 | 主要内容及影响 |
| --- | --- | --- | --- |
| 《关于促进汽车租赁业健康发展 的通知》 | 2011-04 | 交通运输部 | 明确提出今后5至10年，中国初步形成龙头企业引领、经营主体多元、网络覆盖全国、经营行为规范、市场秩序良好、服务标准与国际先进水平接轨的汽车租赁服务体系，基本满足经济社会发展和人民群众对汽车租赁业的需求 |
| 《汽车租赁服务规范》 | 2014-04 | 国家标准化委员会 | 1.标准对汽车租赁的定义; 2.租赁车辆定义不包括九座以上的客运车辆; 3.标准将汽车租赁服务分类；4.标准提出租赁车辆使用年限；5.标准规定汽车租赁费用所包含项目、汽车租赁的服务流程、服务评价 |
| 《关于促进汽车租赁业健康发展的指导意见(征求意见稿)》 | 2017-06 | 交通运输部 | 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。为促进新形势下汽车租赁业的健康发展，推动移动互联网与汽车租赁业的融合发展，更好满足人民群众多层次出行需求，提出指导意见 |
| 《关于促进小微型客车租赁健康发展的指导意见》 | 2017-08 | 交通运输部<br>住房城乡建设部 | 小微型客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。为促进新形势下小微型客车租赁的健康发展，推动移动互联网与小微型客车租赁的融合发展，更好满足人民群众多层次出行需求，提出指导意见 |

*来源：沙利文研究院绘制*

# 6 发展趋势

## 6.1 汽车租赁定制化

用户需求精细化程度提高，对汽车租赁服务的定制化程度要求不断提升，汽车租赁服务趋于个性化定制。为提高市场竞争力，汽车租赁企业逐渐提高为用户提供个性化定制服务的能力，针对企业和个人用户，制定具有针对性的定制化方案，可根据企业按需用车、灵活用车、异地用车等需求，提供整合出行解决方案；可根据用户租赁偏好，提供适当的个性化服务，如某长期租赁企业用户需要批量租赁某品牌的车辆，汽车租赁公司可根据用户需求购买该品牌车辆出租予该客户，并为该长期租赁用户提供车队管理方案，合理规划长、短租用车方式，以降低企业运营成本等。在北京汽车租赁市场中，大部分国际汽车租赁企业利用成熟的业务优势，在中国市场上率先掀起“定制租赁”浪潮，主要针对集团客户和长租客户，提供定制化服务。定制化租赁已经成为大型汽车租赁企业的核心业务，能有效开发和管理企业用户和长租用户的需求。

## 6.2 智能化自助服务

随着汽车租赁企业业务网点的广泛布局，量多、分散的网点布局特点导致传统的店面管理模式难以适应业务快速发展及节省运营成本的需要。为适应汽车租赁企业快速发展步伐，汽车租赁业务逐渐趋于智能化，实现无人化业务管理。例如，2018 年，神州租车加速推进智能取、还车业务，用户从下单、取车到还车均可自助操作，全程无需工作人员协助，实现无人化租车。位置定位技术、汽车智能化技术的应用可实现车辆的精确定位，车辆状况的实时反馈，用户通过智能手机获知周边可用车辆信息，扫描车辆二维码取车或还车，完成自助租车服务。智能化与无人化大幅降低租赁企业的人力投入，有效节省企业运营成本。神舟租车还通过安装更多的自助服务设备，持续深化无人运营模式的布局，推出智能助理系统，将

传统定点的服务网点转为流动服务网点，根据用户位置，用户需求以及各网点的业务量，智能调配公司资源，实现业务和运营的智能化安排。在智能助理系统支援下，神舟租车开始实现去门店化，提升运营效率，流动服务网点可高度分散，更贴近用户，深度了解用户需求，有利于进一步挖掘用户价值。

### 6.3 与相关行业深度合作

汽车租赁行业与汽车业、旅游业、金融业等相关行业的联系逐渐加强，加深合作行业间的合作，有利于汽车租赁行业获得更持续的发展动力。

（1） 与金融业的合作加强

汽车租赁行业属于资本密集型行业，汽车租赁企业需要巨大的资金投入以支撑业务运转，若想持续扩大企业规模，增加营运车辆就必须拥有稳定的资金支持。汽车租赁企业与金融业展开更为广泛的合作，有利于拓宽融资渠道，获得更稳定的资金支持。

（2） 与汽车业合作加强

汽车租赁企业与汽车生产厂商合作，有利于获得稳定的车辆供给以及优化资金周转链，汽车租赁企业可将一部分购车费用以租金的形式定期返还汽车生产厂商，可节省租赁企业的一次性大笔支出，同时也为汽车生产厂商提供一段较长时间内的现金流入，为其补充流动性资产。汽车租赁企业及经销商的合作，可利用经销商广泛的销售网点，拓展异地租车、维修、保养等汽车租赁后服务，提高盈利能力。

（3）与旅游业/运输业合作加强

汽车租赁业企业与旅游业合作，可研究与旅行社、酒店服务之间的合作方案，扩大客源，增加增值服务；与机场、火车站、码头等交通枢纽合作开展汽车租赁业务，有效识别潜在的汽车租赁客户，以具竞争力的便捷手续为其提供所需的汽车租赁服务。如海外汽车租赁巨头安飞士租车与航空公司一直有着长期合作，在扩充客源的同时使汽车租赁服务渗透到航空运

输业，安飞士已与国际上 95%的航空公司建立了业务合作，有效地拓展汽车租赁业务。

# 7 竞争格局

## 7.1 竞争概况

长期租赁业务作为汽车租赁企业的发展基石，为汽车租赁企业提供稳定的出租率以及营业收入，支撑企业的短租业务拓展，因此发展进程优先于短租业务。汽车租赁企业发展长租业务高度依赖线下企业客户资源，与企业客户的商务洽谈到达成合作意向的流程较长，难以实现业务的快速拓展，发展具有明显的区域性特征，因此中国汽车长期租赁市场发展时间最长，但市场仍然高度分散，全国性、绝对领先的企业尚未出现，市场内仍以地方性的中小型汽车租赁企业为主，典型的长租业务代表企业有首汽租车、一嗨租车、中进汽贸、安飞士租车等。

从事经营性汽车租赁产品及业务运营长达 9 年时间的专家分析，未来长租业务的区域市场集中度将提高，区域市场内的企业数量将逐渐减少，中小型企业由于受车队数量、服务能力、资金成本等方面因素限制，较难满足企业客户日益升级的用车需求，市场空间和机会逐渐减少。具备良好综合服务能力的大型租赁企业，利用自身优势兼并、收购部分中小型企业，获得更多的企业客户资源，进而提升区域市场的占有率。

短租业务可借助资本力量实现快速拓展，中国的短租市场发展较长租市场发展快且成熟，市场集中度较高，市场逐渐进入稳定发展时期。神州租车、一嗨租车等头部企业已基本完成全国重要城市的布局，形成广泛的市场影响力。截至 2018 年底，短租市场中，神州租车占 40%-50%的市场份额，一嗨租车约占 15%，首汽租车、安飞士租车、至尊用车、瑞卡、友邻、车速递等企业为中部企业。

从事经营性汽车租赁产品及业务运营长达 9 年时间的专家分析，未来短租市场会逐渐呈现多足鼎立的局面。头部企业将持续深挖用户需求，拓展更多汽车租赁周边业务，打造出

行生态圈，提升用户使用满意度，深度锁定用户。潜在进入者市场壁垒较高，后发者在汽车综合租赁领域市场机会较少，细分汽车租赁领域如旅游用车，分时租赁等垂直细分市场机会相对更高。

## 7.2 典型代表企业分析

### 7.2.1 瑞卡租车

#### 7.2.1.1 企业简介

瑞卡连锁租车集团成立于 2009 年 6 月，是提出“租车便利店”概念的汽车租赁服务提供商，主营业务为短期租车和自驾租车。瑞卡租车立足于中国华南地区并逐步向其余核心城市辐射扩张，致力于为消费者提供城市内、城郊之间的交通解决方案，为消费者提供便利出行。

#### 7.2.1.2 竞争优势

- 经济低价

瑞卡租车打破行业收费规则，实行“一口价”租车承诺，公开租车价格已包含手续费、基本保险等各项费用，没有额外的隐形收费项目，保证行业内同款车型收费最低，为消费者提供最实惠的租车价格。

- 流程简便快捷

瑞卡租车在选车、订车、付款、取车和还车流程方面简单快捷，用户凭借两证一卡（身份证、驾驶证、信用卡）即可租车，线上订车简便快捷，通过当面刷卡或在线付款即可完成付款步骤，用户取、还车免检，缩短取车、还车时间。

- 网点密集

瑞卡租车网点分布众多，同城布点密集。门店选址通常在交通便利的地方，用户取、还车更方便。

#### 7.2.1.3 发展战略

瑞卡租车通过单一化服务来实现企业的管理和服务的简化，进而降低管理成本，同时实现管理体系的高复制性，员工稍作培训便可胜任工作，为租车业务的快速扩展提供便利，从而实现“简单即有效和简单即高效”相结合。

瑞卡租车通过目标集聚，将业务范围仅限于短期自驾租车，可以快速实现细分领域的规模经济，同时配合简化的运营管理体系，进一步降低服务项目的成本，为消费者提供高性价比的租车服务，进而快速获得用户及市场竞争力。

### 7.2.2 至尊租车

#### 7.2.2.1 企业简介

至尚威汽车服务（深圳）有限公司成立于 2006 年 1 月，旗下的连锁即时用车服务品牌——至尊租车，截至 2018 年底，注册会员超 400 万人，服务网点超 150 个，服务车辆超 10,000 台，服务城市 100 个，包括北京、上海、广州、深圳、香港等。至尊用车借鉴国际化连锁租车模式，在中国首创凭身份证、驾驶证、信用卡即可租车的“两证一卡”模式，率先将免担保、免押金、刷信用卡租车的连锁经营模式引入中国，为消费者提供了快捷、专业、人性化的租车服务。

#### 7.2.2.2 竞争优势

至尊租车研发了 ERP 系统及客户管理系统，对客户实行会员制服务，分为个人客户分普卡、银卡、金卡、钻卡四个级别。不同级别会员在租车时，除享受对应的日租金和日限制里程收费标准外，还可以享受不同级别的增值服务。

至尊租车推出“一口价包车”收费政策，与传统的租车接送收费起价+超公路超时价不同，客户在 App 上选定出发点以及目的地后，系统就会自动根据路程、油耗、路费精准计算出一个用户实际需要支付的价格，如果出现堵车、飞机晚点、司机不熟悉路程等客观原因，

系统均不需客户承担额外的费用，用户一律按照最初的订单价格进行支付。而市场上众多租车公司面对下单用户飞机误点的情况，均向用户加收司机等待费，不利于用户消费体验的提升。

#### 7.2.2.3 发展战略

至尊租车采用全国连锁直营模式开展业务，所有门店均统一设计、配备统一车型、采用统一定价和统一业务流程，员工统一的着装，保证统一的服务质量以及用户服务体验。对车型有差异需求的城市，至尊租车会利用大数据分析城市的差异性，在不同城市内统一配置不同档次的车型，满足用户需求。

至尊租车主要针对商旅人群提供带驾租车服务。至尊租车主要选择在各个城市的机场和重要码头等运输枢纽开设店面，以鲜明的橙红色设计店面和柜台，使商旅人士在机场、码头等运输枢纽简便的标识至尊租车，节省用户的寻找时间。

### 7.2.3 车速递租车

#### 7.2.3.1 企业简介

上海车速递汽车租赁有限公司成立于 2009 年，是专注于个人消费者的连锁汽车租赁企业，在上海、北京、广州、深圳、杭州、苏州六大城市设有分公司，形成了连锁租车网络，为用户提供全国性的租车服务。车速递为广大个人及企业用户提供短租、长租、以租代购等专业汽车租赁及附加综合服务，借助自身的 6 大预定平台，打造优秀的租车服务平台。

#### 7.2.3.2 竞争优势

车速递租车服务手续便捷，用户采用网上预订、电话预订、微信预定、智能手机 APP 预定、门店预订等任意预订方式预定车辆后，到门店签字、领取钥匙，即完成取车流程。公司的服务价格公开透明，保证无隐性消费，真正做到提供价低质优的租车服务。支持多种支付方式，用户可通过网银、储值卡、信用卡、借记卡以及支付宝、微信等第三方平台支付，简

便快捷。公司为用户提供多类型的短租服务，鼓励用户周租、月租，租车时间越久价格越优惠，月租还能获得折上折，不限里程，性价比更高。

#### 7.2.3.3 发展战略

车速递租车从具有高频需求的租车市场切入低频需求的汽车后市场，打造以租车为入口的汽车租赁生态产业链，积极拓展业务种类，开发多元化的业务，如短租业务，专车业务，分时租赁以及车辆出售等，为加盟商创造更多商机。车速递具有车源批量采购优势，无论是新车、二手车、进口车都有直接生产商大力支持，直接有效地降低加盟店的运营成本。未来车速递将完成全国二十个多个省份的网点设立，服务遍布重要商业城市及旅游城市的主要交通口岸和商业核心地段，实现全国化联网租赁，打造中国个人租车第一品牌。