亿欧智库

EO INTELLIGENCE

研究报告



洞见十年生死鏖战

2020中国新型出行服务市场研究报告

Research Report Of Chinese New Mobility Service Market In 2020

亿欧智库 www.iyiou.com/intelligence

Copyright reserved to EO intelligence, August 2020

目录

CONTENTS

04 Part 1 中国新型出行服务市场发展背景

1.1 概念阐释与范围界定
1.2 发展历程与行业背景

17 Part 2 中国新型出行服务市场发展现状

2.1 行业现状
2.2 商业模式
2.3 行业环境

38 Part 3 中国新型出行服务市场发展困境及新风向

3.1 发展困境
3.2 新风向与机遇

序言
INTRODUCTION

新四化浪潮下，技术变革正改变全球汽车产业，影响着用户的出行方式，助推中国新型出行服务市场的诞生。在该市场中，网约车、共享汽车、顺风车、RoboTaxi细分赛道相继崛起。当下，中国新型出行服务市场玩家交织混战、逐鹿群雄。

随着中国新型出行服务市场近年来趋于理性与冷静。该市场亟需寻求更多发展路径，从而更好实现多样化、共享化、定制化发展。

亿欧汽车希望，站在2020年的时间节点，通过梳理中国新型出行服务市场的发展历程，挖掘市场痛点、展望新风向，以供行业人士参考。

中国新型出行服务市场发展背景

Development Background Of Chinese New Mobility Service Market



在技术升级、市场需求、政策引导、经济推动等因素驱动下，中国新型出行服务市场随之诞生。

2010年至今，中国新型出行服务市场众多玩家先后崛起，但部分参与者历经洗牌后随之出局。10年生死鏖战之下，该市场已形成一定规模，并正不断发展壮大。

本章将重点介绍中国新型出行服务市场的发展背景与发展历程。

Part 1 中国新型出行服务市场发展背景
1.1 概念阐释与范围界定
1.2 发展历程与行业背景

Part 2 中国新型出行服务市场发展现状
2.1 行业现状
2.2 商业模式
2.3 行业环境

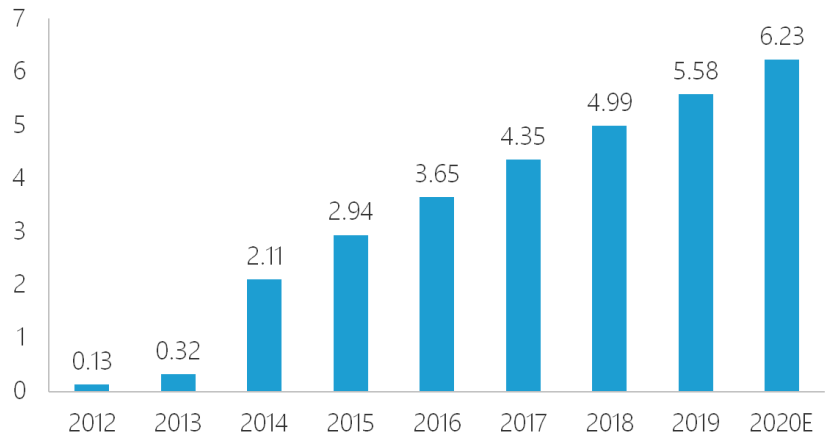
Part 3 中国新型出行服务市场发展困境及新风向
3.1 发展困境
3.2 新风向与机遇

1.1 概念阐释与范围界定

什么是“新型出行服务市场”？

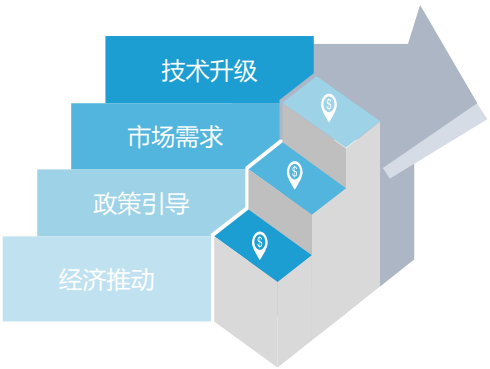
2010年至今，中国出行服务市场发生了巨变。移动互联网、大数据等技术的发展，用户获得了满足不同需求、不同场景的出行服务。随着中国移动出行用户规模逐年增长，该市场正处于发展壮大时期。

亿欧汽车：中国移动出行用户规模（亿人）



信息来源：尼尔森、艾媒咨询、公开资料；亿欧汽车整理

基于对中国出行服务市场多年的行业沉淀与洞察分析，亿欧汽车认为：“新型出行服务市场”是指，2010年以后，由具有营运性质的第三方企业，依托技术升级、市场需求、政策引导、经济推动等因素驱动，满足用户差异化、多场景出行需求，提供乘用车辆移动服务的市场（不包含传统租赁与巡游出租车业务）。



新型出行服务市场

- 网约车
- 顺风车
- 共享汽车
- RoboTaxi（自动驾驶出租车）

本份报告所研究的范围

Part 1 中国新型出行服务市场发展背景
1.1 概念阐释与范围界定
1.2 发展历程与行业背景

Part 2 中国新型出行服务市场发展现状
2.1 行业现状
2.2 商业模式
2.3 行业环境

Part 3 中国新型出行服务市场发展困境及新风向
3.1 发展困境
3.2 新风向与机遇

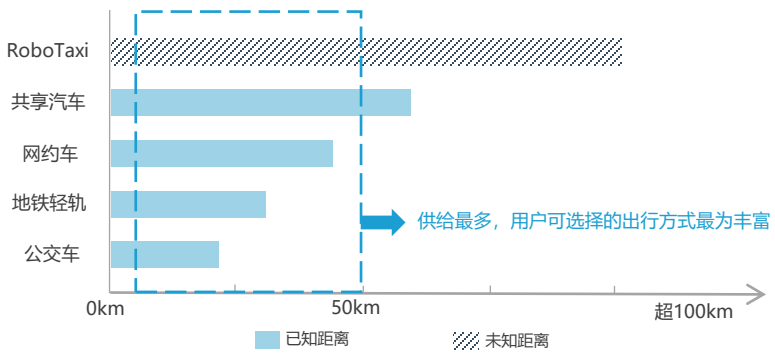
1.1 概念阐释与范围界定

“新型出行服务市场”拆解

更好满足当代市场需求

中国新型出行服务市场满足了用户的差异化、多场景出行需求。在用户出行最为频繁的50km半径内，用户可选择的出行方式最为丰富。随着网约车、顺风车、共享汽车、RoboTaxi细分市场不断出现，整个出行服务市场实现了不断更迭与升级完善。

亿欧汽车：不同出行方式所覆盖的出行距离



信息来源：艾瑞咨询、专家访谈；亿欧汽车整理

技术变革出行服务

随着移动互联网、自动驾驶等技术的发展，中国新型出行服务市场代表着以技术手段对出行服务市场进行变革的新型市场，使用户的出行体验更为便捷、舒适。

共享理念深入人心

共享经济浪潮袭来，用户的衣食住行等方面衍生出了众多“共享模式”，如：共享出行、共享住宿等。在出行领域，限行、限牌、限停等因素为共享车辆提供了发展机会，共享出行得以快速发展。

亿欧汽车：2016年与2019年主要生活领域共享型服务普及情况

领域	用户规模（万人）			网民普及率	
	2016年	2019年	年均增速	2016年	2019年
网约车	22463	40512	21.7%	32.3%	47.4%
共享住宿	3500	8300	33.4%	5%	9.7%
外卖服务	20856	44057	28.3%	30%	51.6%
共享医疗	19476	35960	22.7%	14%	21%

信息来源：国家信息中心；亿欧汽车整理

Part 1 中国新型出行服务市场发展背景
1.1 概念阐释与范围界定
1.2 发展历程与行业背景

Part 2 中国新型出行服务市场发展现状
2.1 行业现状
2.2 商业模式
2.3 行业环境

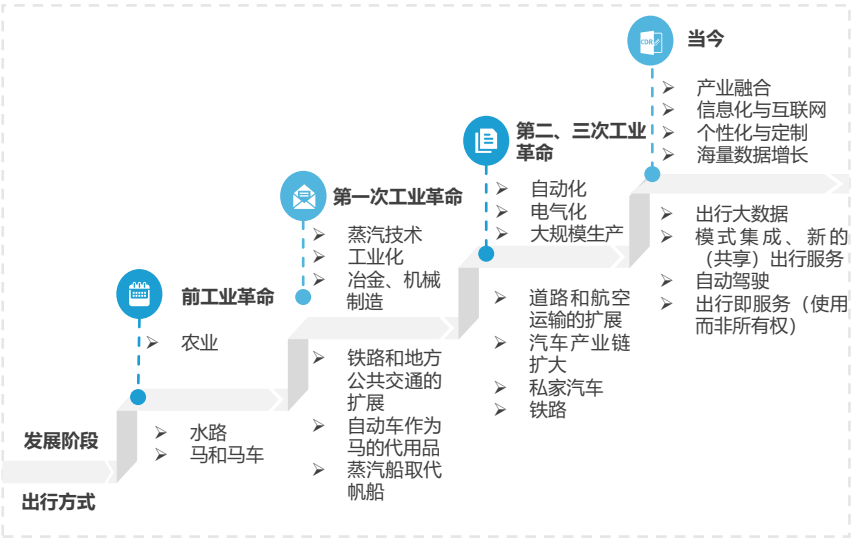
Part 3 中国新型出行服务市场发展困境及新风向
3.1 发展困境
3.2 新风向与机遇

1.1 概念阐释与范围界定

“新型出行服务市场”拆解

从三次技术革命的发展与人类交通出行的变革来看，技术在不同时期的发展与更新，影响了人们的出行方式发生相应变革。自2010年以来，产业融合、信息化与互联网、个性化与定制、海量数据增长等在出行服务市场加速发展。

亿欧汽车：出行方式变革脉络



信息来源：中国电动汽车百人会；亿欧汽车整理

随着人们的出行目的与出行需求的变化，人们已不再满足最初的以生存为主要出行目的。如今，出行服务市场已呈现出“多目的、链条式出行”的发展特征。

亿欧汽车：出行需求变革脉络



信息来源：中国电动汽车百人会；亿欧汽车整理

相较于前工业革命与三次技术革命，中国新型出行服务市场在技术、模式、角色等方面实现了改变与升级。

Part 1 中国新型出行服务市场发展背景
1.1 概念阐释与范围界定
1.2 发展历程与行业背景

Part 2 中国新型出行服务市场发展现状
2.1 行业现状
2.2 商业模式
2.3 行业环境

Part 3 中国新型出行服务市场发展困境及新风向
3.1 发展困境
3.2 新风向与机遇

1.1 概念阐释与范围界定

“新型出行服务市场”详解

技术层面

- 移动互联网技术的充分应用，实现了乘客与车辆的实时定位，为乘客与司机带来了更为准确的出行信息。

- 自动驾驶技术的出现，使得出行服务在成本、安全、效率、体验方面实现了进一步优化与完善，也为解放人类双手双脚提供了更多的想象空间。

亿欧汽车：自动驾驶技术对出行服务市场的影响

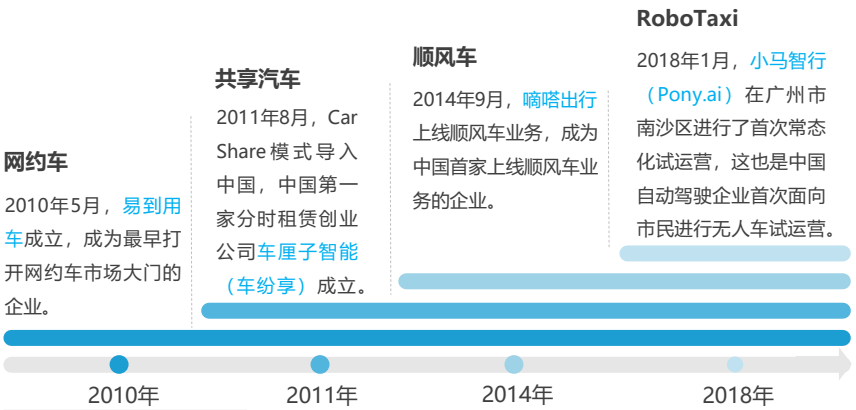


信息来源：罗兰贝格；亿欧汽车整理

模式层面

为满足用户日益增长的出行需求，自2010年起，中国出行服务市场先后衍生出网约车、共享汽车、顺风车以及RoboTaxi等多个细分赛道。

亿欧汽车：中国新型出行服务市场各赛道首家商业化落地企业



信息来源：亿欧汽车根据公开资料整理

Part 1 中国新型出行服务市场发展背景
1.1 概念阐释与范围界定
1.2 发展历程与行业背景

Part 2 中国新型出行服务市场发展现状
2.1 行业现状
2.2 商业模式
2.3 行业环境

Part 3 中国新型出行服务市场发展困境及新风向
3.1 发展困境
3.2 新风向与机遇

1.1 概念阐释与范围界定

“新型出行服务市场”详解

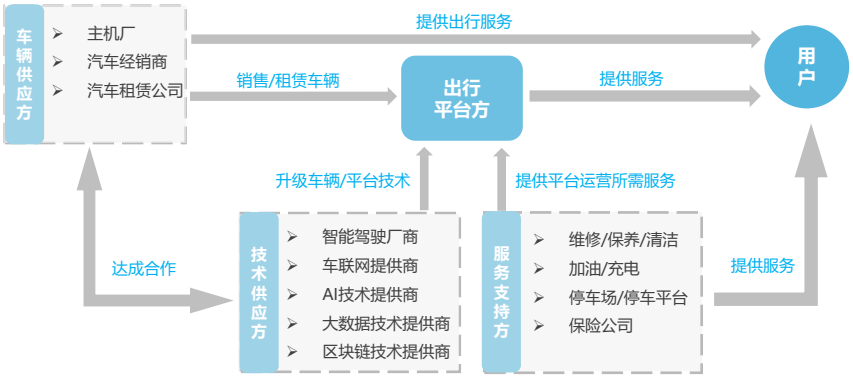
角色层面

- 按照产业链的上中下游逻辑，中国新型出行服务市场参与方主要由车辆供应方、出行平台方、用户构成。

- 车辆供应方扮演着多重角色：一方面，车辆供应方为出行平台提供车辆，通过出行平台最终为用户提供服务。另一方面，不少车辆供应方直接为用户提供出行服务。

- 无论是由汽车制造商转型为出行服务商的主机厂，还是互联网出行平台方，双方均为用户提供出行服务，“出行即服务”的理念已成为行业的运营共识。

亿欧汽车：中国新型出行服务市场各环节参与方



信息来源：亿欧汽车根据公开资料整理

亿欧汽车通过梳理出行目的、出行频次、出行工具等维度发现，中国新型出行服务市场已呈现出用户参与度高、技术赋能度强、出行体验优良等特性。

亿欧汽车：中国新型出行服务市场特性



Part 1 中国新型出行服务市场发展背景
1.1 概念阐释与范围界定
1.2 发展历程与行业背景

Part 2 中国新型出行服务市场发展现状
2.1 行业现状
2.2 商业模式
2.3 行业环境

Part 3 中国新型出行服务市场发展困境及新风向
3.1 发展困境
3.2 新风向与机遇

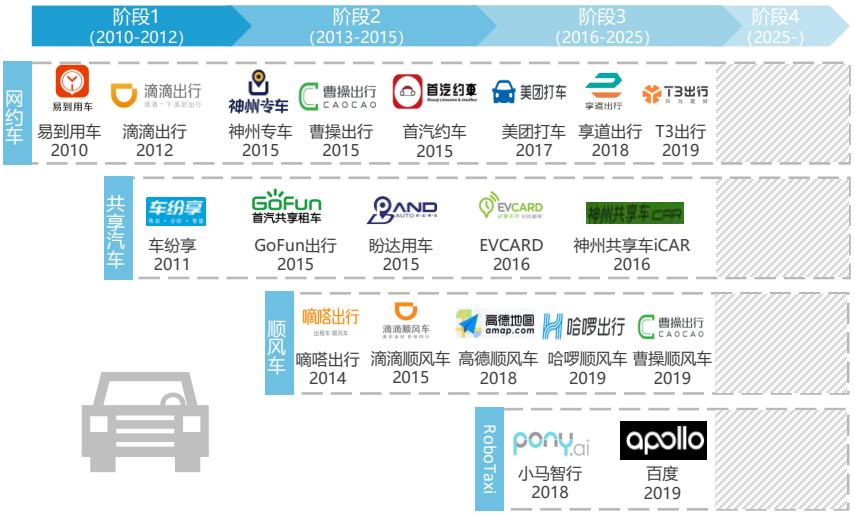
1.2 发展历程与行业背景

中国新型出行服务市场发展历程

从中国新型出行服务市场整体发展历程来看，自2010年起，网约车率先打开了中国新型出行服务市场的大门。随后，相继出现了共享汽车、顺风车及RoboTaxi三大细分赛道。

如今，网约车、共享汽车、顺风车三大细分赛道，经历了不同程度的“行业洗牌期”。近年来，逐渐兴起的RoboTaxi，正处于不断崛起的“行业壮大期”。

亿欧汽车：中国新型出行服务市场代表企业（部分）成立/相关业务上线时间



注：RoboTaxi根据企业实现商业化落地时间进行排序

信息来源：亿欧汽车根据公开资料整理

网约车方面

- 2010年，易到用车上线后，相继出现了摇摇招车、快的、滴滴、大黄蜂打车等平台。自2014年起，腾讯、阿里等互联网巨头纷纷下场，加速搅动中国网约车市场发展。

- 随着网约车行业合规化进程的加速推进，自2015年，车企纷纷加码布局，重构了网约车行业的竞争格局。

- 网约车行业竞争加剧，催生出新的合作模式。网约车平台更青睐于通过“聚合模式”，聚合资源与流量入口，拓展其出行服务的发展空间。

Part 1 中国新型出行服务市场发展背景
1.1 概念阐释与范围界定
1.2 发展历程与行业背景

Part 2 中国新型出行服务市场发展现状
2.1 行业现状
2.2 商业模式
2.3 行业环境

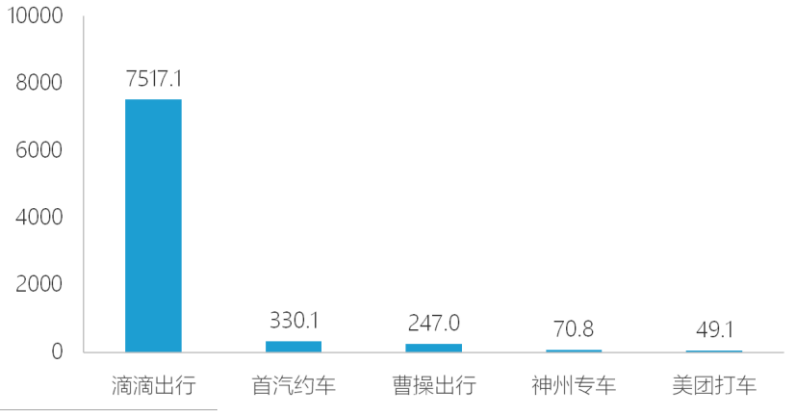
Part 3 中国新型出行服务市场发展困境及新风向
3.1 发展困境
3.2 新风向与机遇

1.2 发展历程与行业背景

中国新型出行服务市场发展历程

如今，网约车市场已历经10年发展史。当下，滴滴出行成为该市场中的龙头企业，其在网约车的市场份额长期占据首位。

亿欧汽车：2019年5月网约车市场主流平台乘客端活跃用户规模（万人）



信息来源：易观；亿欧汽车整理

共享汽车方面

成立于2011年的车纷享，是中国最早开展共享汽车业务的本土企业。历经市场探索期后，自2017年起，不少共享汽车企业黯然退场：友友用车、EZZY、麻瓜出行等企业陆续倒下。

经营不善、资金链断裂成为多数共享汽车企业出局的原因。基于此，整个共享汽车市场经历了全行业性质的“大洗牌”过程。

亿欧汽车：共享汽车阵亡名单（部分）

企业名称	阵亡时间	阵亡原因	最新融资轮次	公开融资金额
友友用车	2017年3月	签署的投资款项未到位	A+轮	超2000万美元
零派乐享	2017年7月	经营不善	/	/
中冠共享汽车	2017年7月	不详	/	/
EZZY	2017年10月	融资不顺，资金链断裂	A轮	超4000万元
途宽易	2018年1月	合伙人出走，暂时告别共享汽车市场	/	/
麻瓜出行	2018年5月	不详	B+轮	超5000万美元

信息来源：公开资料、中商产业研究院；亿欧汽车整理

不过，2017年至2018年，部分具有发展潜质的共享汽车企业依旧获得了资本加码：阿里系蚂蚁金服领投了立刻出行；大众资本与奇瑞汽车投资了GoFun出行。

Part 1 中国新型出行服务市场发展背景
1.1 概念阐释与范围界定
1.2 发展历程与行业背景

Part 2 中国新型出行服务市场发展现状
2.1 行业现状
2.2 商业模式
2.3 行业环境

Part 3 中国新型出行服务市场发展困境及新风向
3.1 发展困境
3.2 新风向与机遇

1.2 发展历程与行业背景

中国新型出行服务市场发展历程

顺风车方面

不同于传统巡游出租车、网约车，顺风车属于私人小车合乘，也被称为“拼车”。嘀嗒出行是中国首家上线顺风车业务的企业。

受2018年两起重大顺风车安全事件影响，中国顺风车市场随之进入下半场，“安全”已成为这一市场的重要命题。

亿欧汽车：顺风车安全体系建设主体



信息来源：亿欧汽车根据公开资料整理

顺风车平台需要实现“平台、车主、车辆”的三方合规化：平台合规、车主均为私家车主合规且通过背景筛查、车辆合规。



政府部门出台的相关政策法规，引导、规范了顺风车市场实现良性发展。在政府部门、顺风车平台、司乘双方、行业协会等多方主体协作推进下，顺风车安全体系得以不断升级与完善。

Part 1 中国新型出行服务市场发展背景
1.1 概念阐释与范围界定
1.2 发展历程与行业背景

Part 2 中国新型出行服务市场发展现状
2.1 行业现状
2.2 商业模式
2.3 行业环境

Part 3 中国新型出行服务市场发展困境及新风向
3.1 发展困境
3.2 新风向与机遇

1.2 发展历程与行业背景

中国新型出行服务市场发展历程

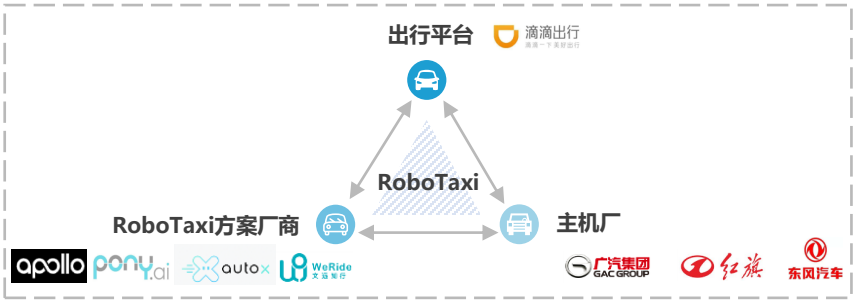
RoboTaxi方面

RoboTaxi即自动驾驶出租车。2018年，小马智行（Pony.ai）在广州市南沙区进行了首次常态化试运营，这也是中国无人车企业首次面向市民进行无人车试营业。

目前，共有三大势力正在角逐RoboTaxi市场：

- 出行平台，如：滴滴出行等；
- RoboTaxi方案厂商，如：百度、小马智行、AutoX、文远知行等；
- 主机厂，如：广汽、红旗、东风等。

亿欧汽车：中国RoboTaxi市场三大势力



三大势力的界限并无严格区分，且彼此间更愿意相互合作。如今，整个行业已形成了一个由出行平台、RoboTaxi方案厂商、主机厂构成的“RoboTaxi生态圈”。

亿欧汽车：RoboTaxi方案厂商与主机厂合作案例（部分）

自动驾驶企业	主机厂	时间	合作方式
百度	一汽红旗	2018年11月	合作研发
文远知行	雷诺-日产-三菱联盟	2018年11月	投资、合作研发
小马智行	广汽	2019年9月	合作研发
	现代	2019年11月	
	丰田	2020年2月	投资
AutoX	上汽	2017年10月	投资
	比亚迪	2019年3月	合作研发
	东风	2019年4月	投资

信息来源：车百智库、公开资料；亿欧汽车整理

由于RoboTaxi市场于近年来才逐渐发展，整个市场目前仍处于“探索发展期”。从商业化落地进程来看，如今，整个RoboTaxi行业的商业模式尚未真正成熟。

Part 1 中国新型出行服务市场发展背景
1.1 概念阐释与范围界定
1.2 发展历程与行业背景

Part 2 中国新型出行服务市场发展现状
2.1 行业现状
2.2 商业模式
2.3 行业环境

Part 3 中国新型出行服务市场发展困境及新风向
3.1 发展困境
3.2 新风向与机遇

1.2 发展历程与行业背景

中国新型出行服务市场行业背景

自2010年以来，中国新型出行服务市场的发展与经济、社会、技术、政策4个方面的联系变得更为紧密。

亿欧汽车：中国新型出行服务市场背景



信息来源：亿欧汽车根据公开资料整理；图片来源：iSlide

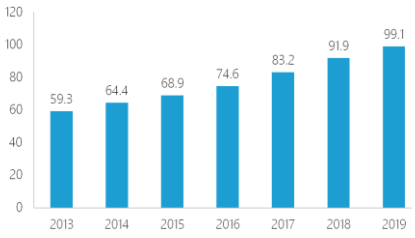
经济方面

近10年来，中国经济实现了高速发展。

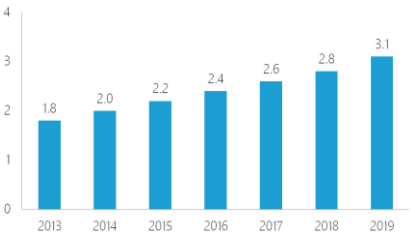
- 2013年，中国国内生产总值（简称：GDP）达59.3万亿元。随着中国GDP逐年增长，直至2019年，中国完成的GDP高达99.1万亿元。

- 2013年-2019年，中国居民人均可支配收入持续增长，用户更注重生活品质。

亿欧汽车：2013年-2019年中国国内生产总值（万亿元）



亿欧汽车：2013年-2019年中国居民人均可支配收入（万元）



信息来源：国家统计局；亿欧汽车整理

Part 1 中国新型出行服务市场发展背景
1.1 概念阐释与范围界定
1.2 发展历程与行业背景

Part 2 中国新型出行服务市场发展现状
2.1 行业现状
2.2 商业模式
2.3 行业环境

Part 3 中国新型出行服务市场发展困境及新风向
3.1 发展困境
3.2 新风向与机遇

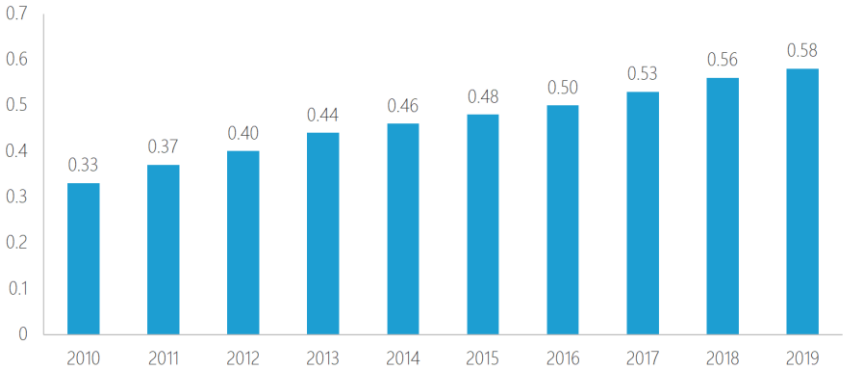
1.2 发展历程与行业背景

中国新型出行服务市场行业背景

社会方面

近年来，随着中国经济发展水平不断提高、交通基础设施网络不断完善，居民出行更为频繁。2019年，中国居民人均出行次数增长至0.58次/日，是2010年的1.76倍。

亿欧汽车：2010年-2019年中国居民人均出行次数变化（次/日）



信息来源：中国电动汽车百人会、专家访谈；亿欧汽车整理

技术方面

自2010年以来，互联网技术突飞猛进、移动智能终端快速普及，给用户的生活带来了巨大便利。同时，新能源汽车、车联网、自动驾驶、区块链技术的发展，极大推动了中国出行服务市场的升级与发展。

亿欧汽车：中国新型出行服务市场中的技术要素



信息来源：亿欧汽车根据公开资料整理

Part 1 中国新型出行服务市场发展背景
1.1 概念阐释与范围界定
1.2 发展历程与行业背景

Part 2 中国新型出行服务市场发展现状
2.1 行业现状
2.2 商业模式
2.3 行业环境

Part 3 中国新型出行服务市场发展困境及新风向
3.1 发展困境
3.2 新风向与机遇

1.2 发展历程与行业背景

中国新型出行服务市场行业背景

政策方面

在中国新型出行服务市场发展的10年间，政策既引导了整个市场朝着安全化、规范化方向良性发展，又驱动了整个市场实现升级与发展。

对于网约车、顺风车等新型出行方式，政策的出现肯定了其合法地位。对于RoboTaxi，政策更是发挥了显著的引导作用，如：发改委、工信部等11个国家部委联合下发 “关于印发《智能汽车创新发展战略》的通知”提出，到2025年，中国标准智能汽车的技术创新、产业生态、基础设施、法规标准、产品监管和网络安全体系基本形成。

亿欧汽车：中国新型出行服务市场相关政策（部分）



网约车

- 2016年7月，《网络预约出租车经营服务管理暂行办法》颁布，肯定了网约车的合法地位。
- 网约车“三证” 从平台、车、司机三个方面进行了全方位规定：平台拥有《网络预约出租汽车经营许可证》、驾驶员持有《网络预约出租汽车驾驶员证》、车辆具备《网络预约出租汽车运输证》。



共享汽车

- 2017年，交通部和住建部联合发布《关于促进小微型客车租赁健康发展的指导意见》，鼓励共享汽车发展。



顺风车

- 2016年7月，《国务院办公厅关于深化改革推进出租汽车行业健康发展的指导意见》明确了顺风车的定义。顺风车应以自我出行为主，拒绝以顺风车之名行非法营运之实的行为。



RoboTaxi

- 2020年2月，发改委、工信部等11个国家部委联合下发了“关于印发《智能汽车创新发展战略》的通知”。通知提出，到2025年，中国标准智能汽车的技术创新、产业生态、基础设施、法规标准、产品监管和网络安全体系基本形成。到2035年，中国标准智能汽车体系全面建成的目标。
- 2020年7月，国务院办公厅印发《关于进一步优化营商环境更好服务市场主体的实施意见》，提出统一智能网联汽车自动驾驶功能测试标准。

信息来源： 亿欧汽车根据公开资料整理

CHAPTER 2

中国新型出行服务市场发展现状

Development Status Of Chinese New Mobility Service Market



随着中国经济的发展，用户的传统出行需求已被打破，出行方式也逐渐变得丰富多样。技术的迭代，助推中国新型出行服务市场实现升级与发展。

尽管中国新型出行服务市场满足了用户日益增长的出行需求，但各细分赛道的发展现状各有不同。

本章将重点介绍中国新型出行服务市场的发展现状，以及网约车、顺风车、共享汽车、RoboTaxi各细分赛道的发展情况。

Part 1 中国新型出行服务市场发展背景
1.1 概念阐释与范围界定
1.2 发展历程与行业背景

Part 2 中国新型出行服务市场发展现状
2.1 行业现状
2.2 商业模式
2.3 行业环境

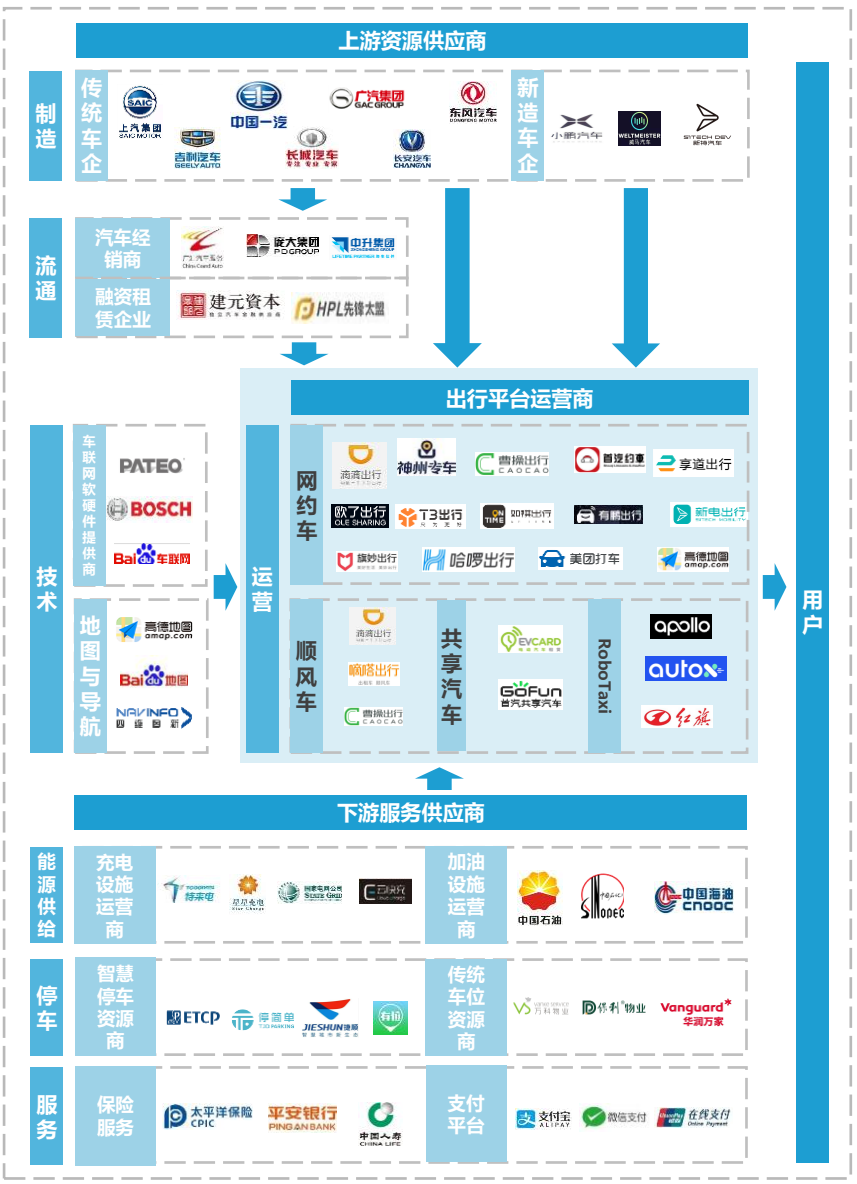
Part 3 中国新型出行服务市场发展困境及新风向
3.1 发展困境
3.2 新风向与机遇

2.1 行业现状

中国汽车出行服务生态圈发展现状

从整个中国出行服务生态圈来看，包含制造、流通、技术、运营、能源供给、停车、服务等环节。无论是上游资源供应商，还是下游服务供应商，均作用于出行平台运营商，并最终服务于用户。其中，部分处于制造环节的上游资源供应商，也直接布局出行服务领域，转型成为出行平台运营商。

亿欧汽车：中国汽车出行服务生态圈



Part 1 中国新型出行服务市场发展背景
1.1 概念阐释与范围界定
1.2 发展历程与行业背景

Part 2 中国新型出行服务市场发展现状
2.1 行业现状
2.2 商业模式
2.3 行业环境

Part 3 中国新型出行服务市场发展困境及新风向
3.1 发展困境
3.2 新风向与机遇

2.1 行业现状

中国新型出行服务市场玩家分布现状

在中国新型出行服务市场中，不少玩家均进行了相应布局：

- 曹操出行、首汽约车均在网约车、顺风车市场开展了相应业务。
- 滴滴出行更是横跨多重赛道，目前已在中国新型出行服务市场各个赛道中布局，如：滴滴专/快车、滴滴顺风车、滴滴租车（其共享汽车项目）、滴滴出行自动驾驶叫车服务“RoboTaxi“。

玩家在不同细分赛道进行布局，意味着中国新型出行服务市场的竞争愈发激烈，同时，行业资源也逐渐向头部玩家靠拢。

亿欧汽车：中国新型出行服务市场代表玩家



Part 1 中国新型出行服务市场发展背景
1.1 概念阐释与范围界定
1.2 发展历程与行业背景

Part 2 中国新型出行服务市场发展现状
2.1 行业现状
2.2 商业模式
2.3 行业环境

Part 3 中国新型出行服务市场发展困境及新风向
3.1 发展困境
3.2 新风向与机遇

2.1 行业现状

中国新型出行服务市场玩家分布现状

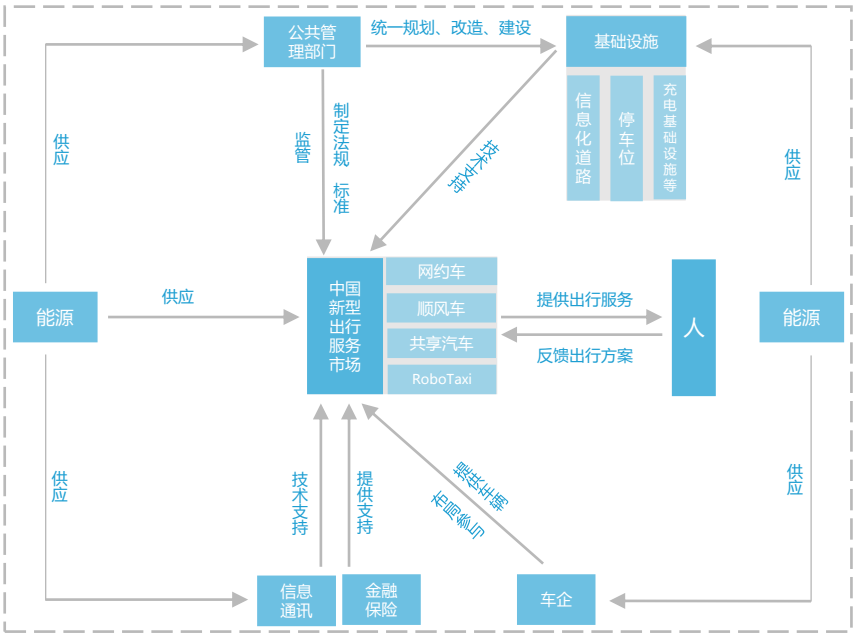
行业竞争加剧之下，通过对中国新型出行服务市场的观察与分析，亿欧汽车发现，在网约车、顺风车、共享汽车、RoboTaxi细分赛道中，均呈现出三股不同势力。

- 网约车、顺风车分为：互联网平台、车企系平台、聚合式平台；
- 共享汽车分为：互联网背景、车企背景、传统租车背景；
- RoboTaxi分为：互联网科技公司、自动驾驶初创企业、车企系。

汽车产业发展过程中的电动化、智能网联化、轻量化、共享化潮流席卷至出行产业，传统车企正积极向出行服务商转型。RoboTaxi的逐渐商业化落地，也为中国新型出行服务市场的升级与发展提供了更多的想象空间。

亿欧汽车认为，不同势力的出现，意味着中国新型出行服务市场的竞争愈发激烈。随着技术对于产业的影响愈发深入，中国新型出行服务市场竞争加剧，整个中国汽车出行服务生态圈各单元间的相互作用也将更为紧密。

亿欧汽车：出行生态系统中各单元间相互作用



信息来源：中国电动汽车百人会、公开资料；亿欧汽车整理

Part 1 中国新型出行服务市场发展背景
1.1 概念阐释与范围界定
1.2 发展历程与行业背景

Part 2 中国新型出行服务市场发展现状
2.1 行业现状
2.2 商业模式
2.3 行业环境

Part 3 中国新型出行服务市场发展困境及新风向
3.1 发展困境
3.2 新风向与机遇

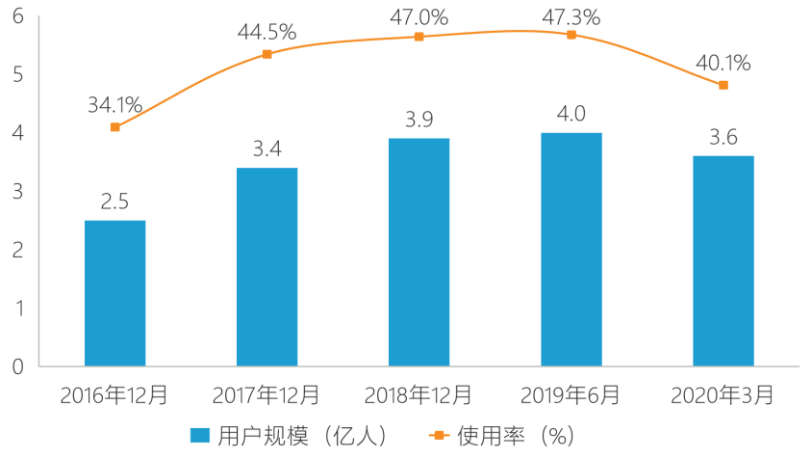
2.1 行业现状

网约车市场发展迅猛，衍生出多个细分场景

在中国新型出行服务市场中，兴起于2010年的网约车市场发展迅猛，现已成为用户的主流出行方式之一。

根据中国互联网络信息中心（CNNIC）发布第45次《中国互联网络发展状况统计报告》，截至2020年3月，中国网约车用户规模达3.6亿，占网民整体的40.1%。尽管2020年，受新冠肺炎疫情影响，部分城市暂停了网约车运营服务。但从中长期来看，中国网约车用户规模将持续增长。

亿欧汽车：2016年12月-2020年3月中国网约车用户规模及使用率



信息来源：CNNIC中国互联网络发展状况统计调查；亿欧汽车整理

目前，网约车主要分为专车、快车两大模式，且两者各有不同。

亿欧汽车：专车与快车两大模式对比

对比维度	专车	快车
概念界定	专车由打车平台、政府共同认证，借助企业、平台车源，通过手机等移动设备，可实现订单预约及支付。	快车由打车平台、政府共同认证，借助社会闲置车辆与运力，通过大数据智能匹配，可以缓解城市高峰期运力短缺。
模式特征	注重打造服务品质	注重发挥价格优势
用户群体	中高端人群	大众消费者
模式优势	更易满足中高端用户的出行需求	没有起步价，一口价、不存在加价问题
模式劣势	专车运营资质稀缺、运营车辆牌照有限	服务质量较差、存在非法营运与安全风险
代表企业	滴滴礼橙专车、神州专车、首汽约车、曹操专车、易到用车等	滴滴快车、美团打车等

信息来源：亿欧汽车根据公开资料整理

Part 1 中国新型出行服务市场发展背景
1.1 概念阐释与范围界定
1.2 发展历程与行业背景

Part 2 中国新型出行服务市场发展现状
2.1 行业现状
2.2 商业模式
2.3 行业环境

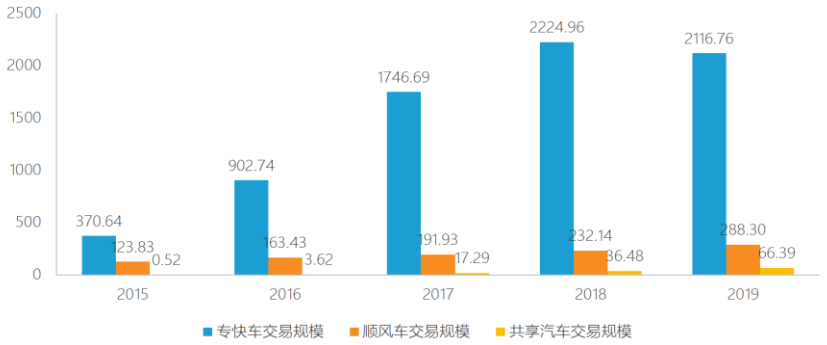
Part 3 中国新型出行服务市场发展困境及新风向
3.1 发展困境
3.2 新风向与机遇

2.1 行业现状

网约车市场发展迅猛，衍生出多个细分场景

在中国新型出行服务市场中，网约车这一细分赛道表现最为强劲。2015年-2019年，网约车市场整体保持快速增长。

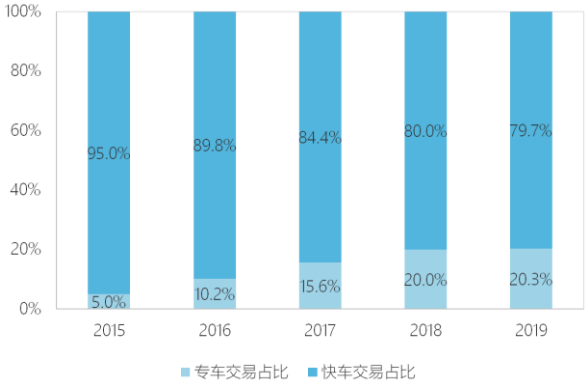
亿欧汽车：2015年-2019年专快车、顺风车、共享汽车交易规模（亿元）



信息来源：易观、公开资料；亿欧汽车整理

- 从网约车交易结构上看，快车仍作为主要业务形式。
- 相对规范、安全的专车服务，近年来持续受到市场的认可，呈现出交易规模逐年攀升的发展过程。

亿欧汽车：2015年-2019年专车、快车交易占比变化



信息来源：易观、公开资料；亿欧汽车整理

随着网约车市场日趋饱和，整个行业逐渐由“资本导向”变为“服务导向”。基于此，网约车市场衍生出接送机服务、包车出行服务等多个细分用车场景。

亿欧汽车：当下网约车市场中的多个细分用车场景



信息来源：亿欧汽车根据公开资料整理；图片来源：iSlide

Part 1 中国新型出行服务市场发展背景
1.1 概念阐释与范围界定
1.2 发展历程与行业背景

Part 2 中国新型出行服务市场发展现状
2.1 行业现状
2.2 商业模式
2.3 行业环境

Part 3 中国新型出行服务市场发展困境及新风向
3.1 发展困境
3.2 新风向与机遇

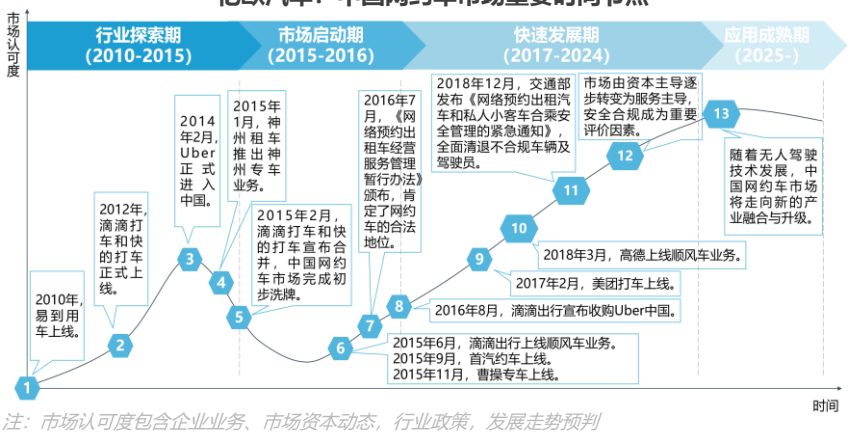
2.1 行业现状

网约车市场处于快速发展期，多方势力正竞相角逐

根据发展时间与市场认可度，中国网约车市场的发展阶段可分为：行业探索期、市场启动期、快速发展期、应用成熟期。当下，中国网约车市场处于快速发展期。

2014年，Uber正式进入中国，掀起了中国网约车市场的首次激战高峰。历经合并、补贴大战后的中国网约车市场，在网约车新政的引导下走向规范化发展。

亿欧汽车：中国网约车市场重要时间节点



注：市场认可度包含企业业务、市场资本动态，行业政策，发展走势预判

信息来源：亿欧汽车根据公开资料整理

行业探索期（2010年-2015年）

易到用车是中国最早开展网约车业务的企业。专车业务的出现，丰富了网约车市场的初步竞争格局，为后续市场启动期的到来奠定了基础。

市场启动期（2015年-2016年）

在网约车市场中，市场主流厂商逐步确立，主流平台开始逐渐发力。滴滴出行收购Uber中国业务后，整个网约车市场正式进入寡头时代。

快速发展期（2017年-2024年）

2017年2月，美团打车上线；2018年3月，高德上线顺风车业务。聚合式平台的逐渐兴起，加速中国网约车市场的“多足鼎立”竞争格局初步形成。

应用成熟期（2025年以后）

随着无人驾驶技术的发展，中国网约车市场将实现新的产业融合与升级。技术加持下，各平台趋于成熟发展。

Part 1 中国新型出行服务市场发展背景
1.1 概念阐释与范围界定
1.2 发展历程与行业背景

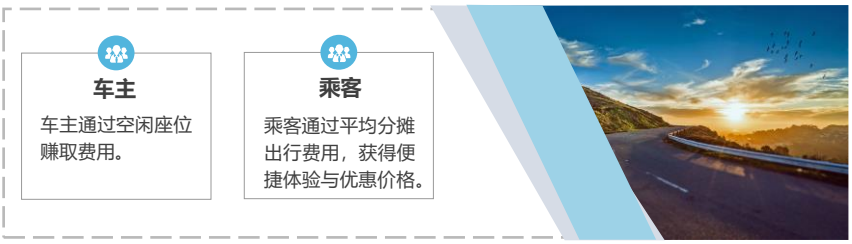
Part 2 中国新型出行服务市场发展现状
2.1 行业现状
2.2 商业模式
2.3 行业环境

Part 3 中国新型出行服务市场发展困境及新风向
3.1 发展困境
3.2 新风向与机遇

2.1 行业现状

顺风车用户规模近年来骤减，盲目扩张已并非行业发展命题

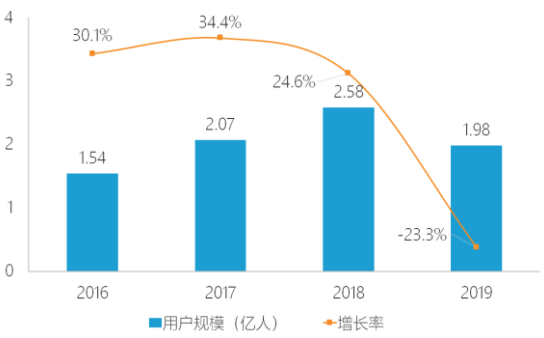
作为中国出行生态中重要的一环，顺风车由顺路的私家车主构成。相较于快车、专车，顺风车能够满足于用户的预约性需求。



信息来源：亿欧汽车根据公开资料整理；图片来源：iSlide

- 2016年至2017年，中国顺风车市场呈现出向上增长的发展态势。
- 安全整改期间，受部分平台顺风车业务下线影响，中国顺风车用户规模急剧下降，从2018年的2.58亿人骤减至2019年的1.98亿人。

亿欧汽车：2016年-2019年中国顺风车用户规模



信息来源：艾媒咨询、专家访谈；亿欧汽车整理

亿欧汽车：中国网民顺风车使用场景Top5



信息来源：艾媒咨询；亿欧汽车整理

- 在中国网民顺风车使用场景中，排名前5为：中短途城际出行、日常上下班、紧急情况、去往商圈、长途出行。
- 中短途城际出行，成为用户使用顺风车最频繁的场景之一。

Part 1 中国新型出行服务市场发展背景
1.1 概念阐释与范围界定
1.2 发展历程与行业背景

Part 2 中国新型出行服务市场发展现状
2.1 行业现状
2.2 商业模式
2.3 行业环境

Part 3 中国新型出行服务市场发展困境及新风向
3.1 发展困境
3.2 新风向与机遇

2.1 行业现状

顺风车已趋于规范化，安全成当下首要命题

顺风车的本质是一种车主、乘客顺路合乘的社会互助行为，倡导共享精神。

随着政府加大监管力度、警企合作不断强化，整个顺风车行业的安全体系开始全面升级，行业标准规范建设也已启动。如今，在安全技术手段方面，各顺风车平台已基本实现行程分享、录音取证、号码保护、人脸识别等必备安全功能。



- 目前，嘀嗒出行、滴滴出行等顺风车平台，已通过平台监控与保障、司机车主审核等环节，构建了较为完善的顺风车安全体系。
- 嘀嗒出行加大了用户实名认证与安全筛查力度，实时监控司乘状态。
- 滴滴顺风车下线期间，该平台从司机端、乘客端、司乘双方三大方面，对其业务进行了意见整改。

图片来源：iSlide

以滴滴、嘀嗒顺风车等为代表的顺风车平台，已从安全功能、平台技术、安全整改等方面对平台进行改造升级。

亿欧汽车：滴滴顺风车业务意见整改



司机端

- 提高了司机审核的标准，社会公开的失信被执行人不可入行；
- 用动态拍摄的方式采集三证信息，防止证件造假；
- 携手公安机关对注册车主进行背景审查，实现双重保护。



乘客端

- 增加人脸识别验证，保证双方安全；
- 增设安全任务及安全学习教育，提高安全意识；
- 下线头像性别等个人信息展示，保护了用户隐私。



司乘双方

- 下线附近接单功能，避免挑单行为；
- 限定每日接单数量，减少安全风险；
- 重构评价体系，呈现真实评价。

信息来源：亿欧汽车根据公开资料整理；图片来源：iSlide

Part 1 中国新型出行服务市场发展背景
1.1 概念阐释与范围界定
1.2 发展历程与行业背景

Part 2 中国新型出行服务市场发展现状
2.1 行业现状
2.2 商业模式
2.3 行业环境

Part 3 中国新型出行服务市场发展困境及新风向
3.1 发展困境
3.2 新风向与机遇

2.1 行业现状

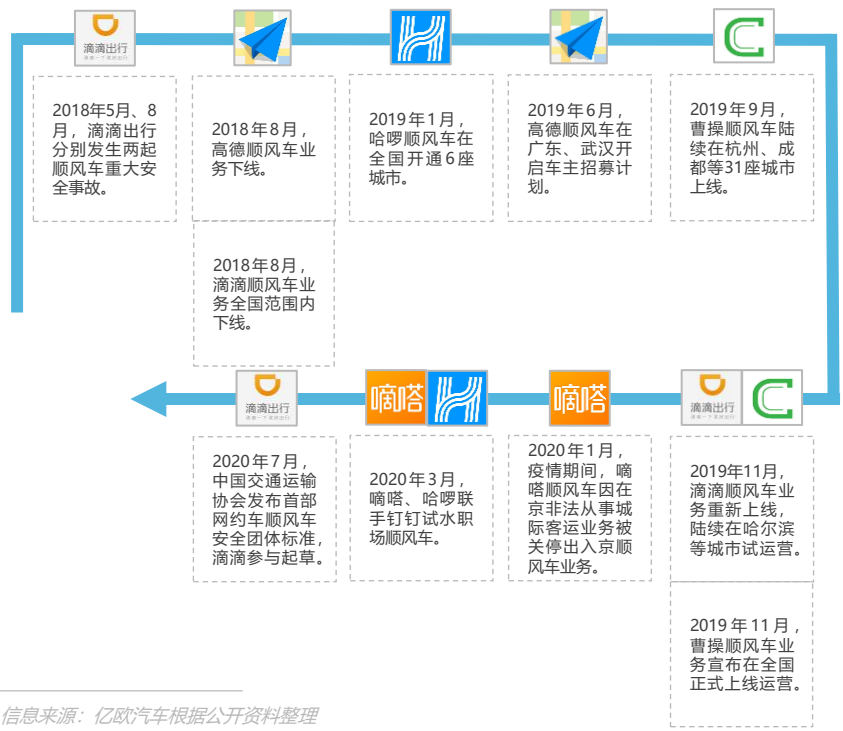
顺风车多方竞相布局，各类玩家实力均衡棋逢对手

中国顺风车市场崛起之初，行业里的巨头玩家以“拓荒者”嘀嗒出行与“领头羊”滴滴出行为主。此后，高德、曹操出行、哈啰出行等玩家相继进入这一市场。目前，市场中还出现了一些区域性顺风车玩家，如：拼客顺风车、阿尔法顺风车、一喂顺风车等。

当下，整个顺风车行业竞争激烈，各类玩家实力均衡、棋逢对手。

亿欧汽车通过桌面研究发现，自2018年以来，顺风车玩家动作频频、加速自身布局。2020年，行业里还出现了嘀嗒出行、哈啰出行“强强联手”共同推出职场顺风车业务的案例。

亿欧汽车：2018-2020年中国顺风车玩家主要动作时间节点



信息来源：亿欧汽车根据公开资料整理

如今，各顺风车平台之间不再是单纯的补贴与价格竞争。当下，打造安全合规的平台，成为整个顺风车行业的竞争落脚点。但要想确保顺风车市场的规范运营，还需要政府部门、顺风车平台、司乘双方、社会组织等多方发力。

Part 1 中国新型出行服务市场发展背景
1.1 概念阐释与范围界定
1.2 发展历程与行业背景

Part 2 中国新型出行服务市场发展现状
2.1 行业现状
2.2 商业模式
2.3 行业环境

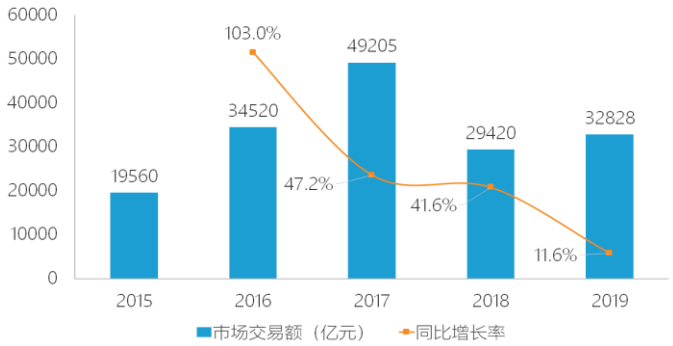
Part 3 中国新型出行服务市场发展困境及新风向
3.1 发展困境
3.2 新风向与机遇

2.1 行业现状

共享汽车历经洗牌，行业已到赛点时刻

如今，“共享经济”火热依旧。国家信息中心分享经济研究中心发布《中国共享经济发展报告（2020）》显示，2019年共享经济市场交易额为3.28万亿元，比上年增长11.6%。

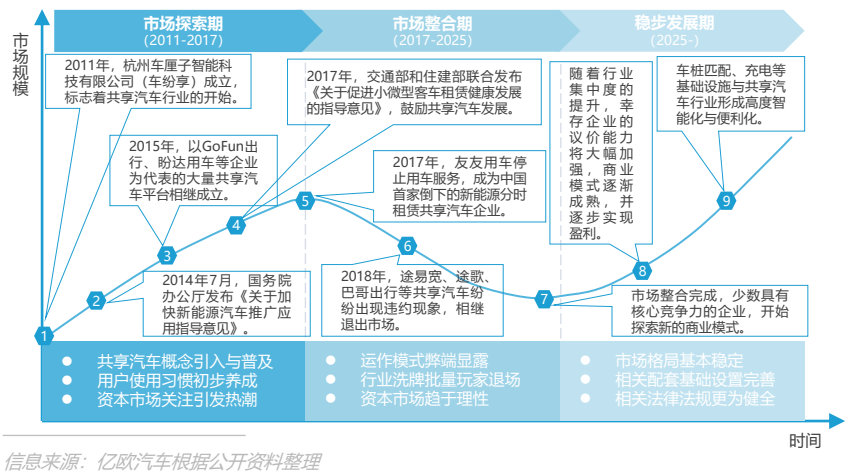
亿欧汽车：2015年-2019年中国共享经济市场交易额



信息来源：国家信息中心；亿欧汽车整理

共享经济浪潮之下，中国共享汽车市场可分为3大发展阶段：市场探索期、市场整合期、稳步发展期。2017年，共享汽车行业首度获得政策认可，行业实现进一步规范化运营。随后，整个行业进入市场整合期。行业洗牌之下，批量企业退出市场，“剩”者为王成为行业发展方向。

亿欧汽车：中国共享汽车市场重要时间节点



信息来源：亿欧汽车根据公开资料整理

自2017年共享汽车市场达到爆发期后，投入成本过高、盈利模式不明始终成为共享汽车行业尚未解决的难题，几乎每年都有相关企业黯然退场。短暂的创业热潮背后，折射出共享汽车企业艰难求存的发展现状。

Part 1 中国新型出行服务市场发展背景
1.1 概念阐释与范围界定
1.2 发展历程与行业背景

Part 2 中国新型出行服务市场发展现状
2.1 行业现状
2.2 商业模式
2.3 行业环境

Part 3 中国新型出行服务市场发展困境及新风向
3.1 发展困境
3.2 新风向与机遇

2.1 行业现状

共享汽车多方参与竞争，存活企业面临盈利考验

多方玩家均已入局共享汽车，该赛道正处于激烈竞争。技术驱动下，无人驾驶为共享汽车增添了更多的想象空间。行业竞争加剧下，玩家之间产生出新的合作方式。与此同时，共享汽车行业的盈利难题依旧待解。

技术驱动

无人驾驶共享汽车成为行业的新兴势力。

- 2017年11月，百度、力帆汽车以及盼达用车达成战略合作，围绕自动驾驶展开合作，推动自动驾驶共享汽车商业化应用。

合作发展

各玩家跨模式、跨平台的合作方式，衍生出了新的共享汽车业务。

- 2017年12月，宝马与EVCARD达成合作，共同推广ReachNow即时出行。
- 2018年2月，易开出行推出“车桩位一体化”战略，并与四川同城达签订战略协议，将共享汽车业务延伸至物流市场。

盈利模式

平台收入减去平台成本，组成了共享汽车的盈利来源。目前，共享汽车面临着入不敷出的盈利难题。按照现有商业模式，共享汽车平台运营商很难实现收支平衡、长期发展。



信息来源：亿欧汽车根据公开资料整理；图片来源：iSlide

- 面对纷繁复杂的平台成本构成，共享汽车的收入却几乎全部来自于车辆租金。
- 基于共享汽车的产品定位与运营策略，其价格也几乎是网约车、出租车的一半，且共享汽车的订单量极大受限于其所实现的规模化程度。

Part 1 中国新型出行服务市场发展背景
1.1 概念阐释与范围界定
1.2 发展历程与行业背景

Part 2 中国新型出行服务市场发展现状
2.1 行业现状
2.2 商业模式
2.3 行业环境

Part 3 中国新型出行服务市场发展困境及新风向
3.1 发展困境
3.2 新风向与机遇

2.1 行业现状

RoboTaxi正处于发展初期，商业前景广阔

在自动驾驶领域，RoboTaxi与出行紧密相连。通常，用户理解的完全无人驾驶，其实是指L4及以上的高等级自动驾驶。

亿欧汽车：中国版自动驾驶分级标准

分级	名称	车辆横向和纵向运动控制	目标和时间探测与相应	设计运行条件
L0	应急辅助	驾驶员	驾驶员及系统	有限制
L1	部分驾驶辅助	驾驶员和系统	驾驶员及系统	有限制
L2	组合及时辅助	系统	驾驶员及系统	有限制
L3	有条件自动驾驶	系统	系统	有限制
L4	高度自动驾驶	系统	系统	有限制
L5	完全自动驾驶	系统	系统	无限制

信息来源：工信部《汽车驾驶自动化分级》；亿欧汽车整理

RoboTaxi生态圈形成

- 当下，出行服务平台、RoboTaxi解决方案厂商、主机厂形成战略协同，中国正逐步建立起RoboTaxi生态圈。百度、小马智行、文远知行、滴滴出行等已在城市的特定区域开展RoboTaxi业务。

亿欧汽车：中国RoboTaxi项目（部分）

项目内容	参与企业	测试地点
Pony.ai常态化运营无人驾驶车队	Pony.ai	广州南沙
滴滴无人驾驶出租车	滴滴出行	上海
百度-红旗无人驾驶出租车	百度、一汽	湖南长沙、河北沧州
文远粤行RoboTaxi开启试运营服务	文远粤行、白云出租汽车集团	广州
AutoX与FCA推出自动驾驶出租车PacificaX	AutoX、FCA	深圳
高德打车联合文远知行上线RoboTaxi服务	高德、文远知行	广州

信息来源：亿欧汽车根据公开资料整理

规模商业化落地

- 2018年1月，小马智行在广州市南沙区进行了首次常态化试运营，这也是中国自动驾驶企业首次面向市民进行无人车试运营。

受限于落地时间长、资金消耗大、技术迭代慢等阻碍，RoboTaxi要想实现大规模商业化落地依旧任重道远。

Part 1 中国新型出行服务市场发展背景
1.1 概念阐释与范围界定
1.2 发展历程与行业背景

Part 2 中国新型出行服务市场发展现状
2.1 行业现状
2.2 商业模式
2.3 行业环境

Part 3 中国新型出行服务市场发展困境及新风向
3.1 发展困境
3.2 新风向与机遇

2.1 行业现状

RoboTaxi正形成生态圈，玩家区域性试运营竞争显著

企业项目覆盖区域

自2019年下半年起，RoboTaxi的市场竞争已从路测环节发展为试运营阶段。不少企业纷纷与各地政府开展合作，实现试运营落地。目前，中国的RoboTaxi仅在部分城市的有限区域内运营。

亿欧汽车：中国RoboTaxi示范运营现状

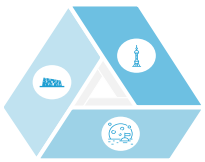
企业名称	示范区域	启动时间	呼叫方式
百度	长沙市湘江新区	2019年9月	百度地图/百度App
小马智行	广州市南沙区	2018年12月	微信小程序
文远知行	广州市黄埔区、广州开发区	2019年11月	WeRide App/高德地图
滴滴出行	上海市嘉定区	2020年6月	滴滴App

信息来源：亿欧汽车根据公开资料整理

地域布局

目前，中国RoboTaxi市场从地域布局上形成了“湘、沪、粤”三地企业开展试运营的竞争格局。

长沙
百度选择牵手长沙政府。



上海
滴滴出行、AutoX瞄准上海。

广州
小马智行、文远知行先后在广州开展试运营。

时间节点

2020年，被业内普遍视为“RoboTaxi的规模化运营元年”。其中，2020年上半年，中国RoboTaxi行业消息不断，玩家纷纷对外展示自身成果。

- 2020年4月，百度宣布全面开放RoboTaxi服务。
- 2020年4月，高德与AutoX在上海接入RoboTaxi体验活动。
- 2020年6月，文远知行宣布，广州用户可通过高德地图一键呼叫文远知行RoboTaxi。
- 2020年6月，滴滴出行首次面向公众开放RoboTaxi服务。

目前，RoboTaxi尚未真正实现完全自动驾驶，车辆运行时仍需配备安全员、投入成本相对高昂。但从长远来看， RoboTaxi市场的商业前景广阔。

Part 1 中国新型出行服务市场发展背景
1.1 概念阐释与范围界定
1.2 发展历程与行业背景

Part 2 中国新型出行服务市场发展现状
2.1 行业现状
2.2 商业模式
2.3 行业环境

Part 3 中国新型出行服务市场发展困境及新风向
3.1 发展困境
3.2 新风向与机遇

2.2 商业模式

B2C与C2C模式之争下：两者特征竞相凸显

截至目前，在中国网约车市场中，通常存在着三类商业模式企业。

1	2	3
C2C轻资产模式	**B2C重资产模式**	**聚合模式**
• 以私家车加盟为主要运力。 • 代表企业：易到用车、滴滴出行。	• 以自购车辆为主要运力。 • 代表企业：曹操出行、首汽约车、神州专车。	• 聚合流量入口提升约车效率。 • 代表企业：高德、百度、美团。



图片来源：iSlide

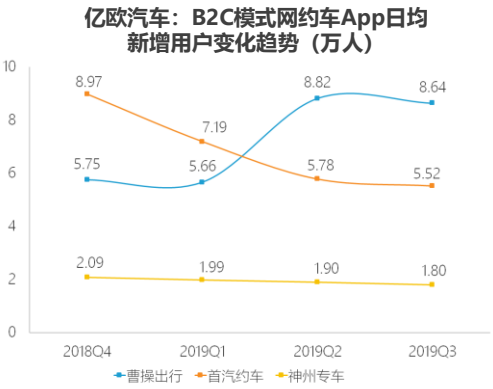
C2C模式特征

- 优势：轻资产的C2C平台可在网约车市场中实现快速复制，拥有巨大的流量资源。
- 劣势：由于C2C平台以私家车加盟为主要运力，其服务品质与安全难以得到有效管控。平台、租赁公司、驾驶员等各个环节都需要进行利润分配，难以降低相关运营成本。

B2C模式特性

相较C2C平台，B2C平台的竞争优势主要体现在三个方面：

- 车型方面，B2C平台能快速匹配网约车新政对车辆的要求，保障用户体验一致性。
- B2C平台能够实现全职司机统一培训、车辆统一购置，在人员与车辆安全上更有保障。
- B2C平台人员审核更为全面、监管更易。



信息来源：极光大数据；亿欧汽车整理

这意味着，“品质”成为B2C平台区别于C2C平台的最大卖点，这也是多数车企选择B2C模式入局网约车市场的根本原因。

Part 1 中国新型出行服务市场发展背景
1.1 概念阐释与范围界定
1.2 发展历程与行业背景

Part 2 中国新型出行服务市场发展现状
2.1 行业现状
2.2 商业模式
2.3 行业环境

Part 3 中国新型出行服务市场发展困境及新风向
3.1 发展困境
3.2 新风向与机遇

2.2 商业模式

B2C与C2C模式之争下：聚合模式强势崛起

B2C平台劣势



运营成本较高

- B2C模式属于重资产运营，这将加重平台的运营成本。



平台风险偏高

- 平台较难实现规模化扩张、创造规模效益。该重资产模式下，平台将面临较大风险。

图片来源：iSlide

C2C与B2C模式之争现状

- 共享经济兴起下，C2C模式凭借资本助力、大规模补贴战得以迅速扩张。随着各地网约车新政的逐步落地、监管部门加大对网约车的监管力度，C2C平台受到合规性约束：C2C轻资产模式存在对车辆和司机管理的隐患与漏洞。

- C2C运营模式的安全和合规短板日益凸显之下，传统车企和租车公司更青睐的B2C模式平台的后发优势显著。

- 目前，多数平台之间模式差别逐渐减小。市场中的主流网约车平台运营模式，大多将B2C与C2C相结合，如：神州专车和首汽约车以自营的B2C模式为主，并吸引私家车加盟；滴滴出行以私家车C2C模式为主，并配有少量自营车队。

聚合平台强势崛起

“聚合模式”的出现，以便网约车企业在全国范围内拓展业务。作为网约车市场的底层力量，地方性网约车企业能够为“聚合模式”提供基础供给资源，如：美团打车在平台上接入多家网约车服务商，聚合流量入口提升约车效率。

亿欧汽车：出行平台聚合模式的竞争优势

对运营平台	对网约车服务商	对出行行业	对用户
可在无需自建车队的情况补充合规运力。	能够以更低的获客成本开展业务并拓展市场。	能够更好提升服务的专业化、精细化水平。	可通过一个入口，方便地选择多个出行平台提供的服务。

信息来源：亿欧汽车根据公开资料整理

Part 1 中国新型出行服务市场发展背景
1.1 概念阐释与范围界定
1.2 发展历程与行业背景

Part 2 中国新型出行服务市场发展现状
2.1 行业现状
2.2 商业模式
2.3 行业环境

Part 3 中国新型出行服务市场发展困境及新风向
3.1 发展困境
3.2 新风向与机遇

2.2 商业模式

各路玩家试水新业务，探索新的盈利增长点

随着网约车市场日趋饱和，玩家们需要找到一个更大的想象空间。

试水外卖业务：滴滴“大战”美团

2018年，美团打车登陆上海，滴滴外卖进入无锡。双方分别切入了彼此的主营业务，并引发了一场外卖界“补贴大战”。同年4月11日，无锡市工商局约谈美团、滴滴和饿了么，指出三家外卖运营平台出现了扰乱社会秩序的行为。最终，滴滴外卖业务匆忙收场。

亿欧汽车认为，商家、配送员、用户及自身运营能力，成为外卖业务的核心要素。如若企业仅采取“高补贴抢用户、高补贴引流量”的业务模式，或许并不能形成良性发展。

打造生活服务闭环：玩家纷纷试水新业务

亿欧汽车：2020年网约车平台试水新业务情况

滴滴出行上线跑腿业务

- 2020年3月，滴滴正式上线跑腿业务。该业务由滴滴原来的代驾团队负责，以便增加代驾司机疫期收入。

曹操出行发力高端外卖配送业务

- 2020年6月，曹操出行将发力高端外卖配送业务，该业务将由曹操出行专职网约车司机负责提供。

滴滴出行上线社区电商业务

- 2020年6月中旬，滴滴在成都上线名为“橙心优选”的社区电商新业务，主打低于市场价的生鲜水果等限时秒杀产品。

哈啰出行推出跑腿项目

- 2020年5月，哈啰出行普惠用车事业部正在探索跑腿项目“哈啰快送”，主打小件物品递送，并开始在东莞、佛山测试运营。

滴滴出行上线货运业务

- 2020年6月8日，滴滴出行App上线货运业务，并同步在杭州等10座城市推出了“开城打call”活动。

信息来源：亿欧汽车根据公开资料整理

Part 1 中国新型出行服务市场发展背景
1.1 概念阐释与范围界定
1.2 发展历程与行业背景

Part 2 中国新型出行服务市场发展现状
2.1 行业现状
2.2 商业模式
2.3 行业环境

Part 3 中国新型出行服务市场发展困境及新风向
3.1 发展困境
3.2 新风向与机遇

2.2 商业模式

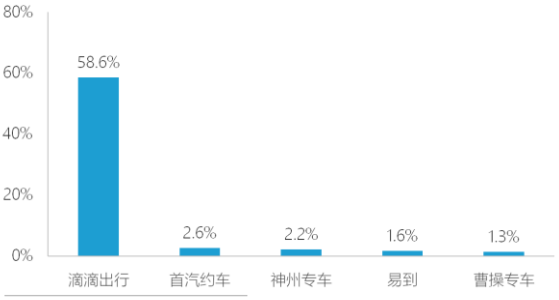
中国新型出行服务市场巨头布局新业务原因解析

如今的网约车市场日趋饱和，以此为主营业务的滴滴需要找到一个更大的想象空间。2020年上半年，滴滴先后试水跑腿、货运、社区团购等多项新业务。不再满足于充电、金融、自动驾驶等业务的滴滴，开始向本地生活服务领域发力延展。

➢ 网约车市场天花板初现

仅在2017年，滴滴出行在网约车市场中占据的市场份额已近60%。天花板初现，滴滴想在该市场中实现更大突破颇为困难。

亿欧汽车：2017年中国网约车应用渗透率



信息来源：艾媒咨询；亿欧汽车整理

➢ 弥补疫情期间遭受的损失

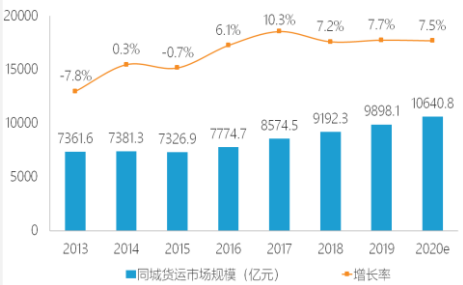
2020年新型冠状病毒疫情袭来，使得不少出行平台的订单量骤减。其中，滴滴代驾、网约车等业务更是遭到不小冲击。为弥补其网约车业务在疫情期间受到的损失、增加代驾司机疫期收入，滴滴正式上线跑腿业务。

该业务由滴滴原来的代驾团队负责，随着疫情影响的逐渐消退，滴滴跑腿的运力结构也变得更加多元化。在不少已上线的城市，滴滴跑腿还对外开放招募有经验的骑手，进行系统性的服务培训。

➢ 货运“蓝海”或成新盈利增长点

- 疫情冲击下，基于“无接触配送”的全城配送、社区团购等业务正加速成为用户生活刚需。
- 切入货运领域，滴滴可以发挥“运人”的特长，可在一定程度上用较小的转换成本，获取更大收益。

亿欧汽车：2013-2020年同城货运市场规模及增长情况预测



信息来源：艾瑞咨询；亿欧汽车整理

Part 1 中国新型出行服务市场发展背景
1.1 概念阐释与范围界定
1.2 发展历程与行业背景

Part 2 中国新型出行服务市场发展现状
2.1 行业现状
2.2 商业模式
2.3 行业环境

Part 3 中国新型出行服务市场发展困境及新风向
3.1 发展困境
3.2 新风向与机遇

2.3 行业环境

多重环境利好，推动中国新型出行服务市场发展

政策引导

➢ 网约车新政推动了行业合规化进程

2016年7月，《网络预约出租汽车经营服务管理暂行办法》颁布，肯定了网约车的合法地位，同时明确提出鼓励私人小客车合乘。



➢ 政策鼓励了顺风车行业规范化发展

2016年7月，《国务院办公厅关于深化改革推进出租汽车行业健康发展的指导意见》明确指出，私人小客车合乘有利于缓解交通拥堵和减少空气污染，城市用户政府应当鼓励并规范其发展。

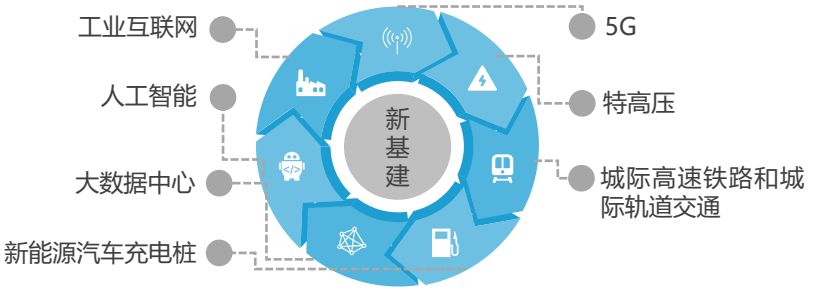
➢ 多地鼓励新能源车型助推产业升级

2019年11月，深圳市交通运输局发布修订后的《深圳市网络预约出租汽车经营服务管理暂行办法》明确规定，该市新注册的网约车须为纯电动汽车，该《办法》自2019年12月1日起施行。

➢ “新基建”保障出行服务市场完善

2020年3月，充电桩建设被列入“新基建”七大重点领域。2020年4月，国家发改委首次明确“新基建”范围，新能源汽车充电桩作为智慧能源基础设施之一位列其中。

亿欧汽车：“新基建”七大领域



信息来源：亿欧汽车根据公开资料整理

Part 1 中国新型出行服务市场发展背景
1.1 概念阐释与范围界定
1.2 发展历程与行业背景

Part 2 中国新型出行服务市场发展现状
2.1 行业现状
2.2 商业模式
2.3 行业环境

Part 3 中国新型出行服务市场发展困境及新风向
3.1 发展困境
3.2 新风向与机遇

2.3 行业环境

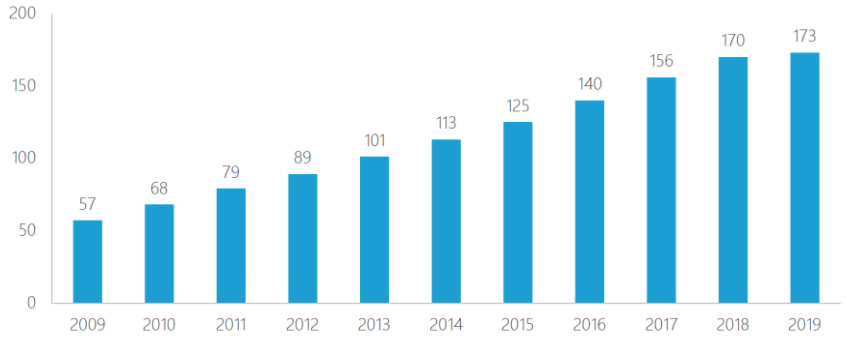
多重环境利好，推动中国新型出行服务市场发展

经济驱动

汽车保有量提升助力出行车队建设

随着中国人均收入水平的提高，千人汽车保有量呈现出显著的正向增长，机动化出行成为用户普遍的刚性出行需求。

亿欧汽车：2009年-2019年中国千人汽车保有量（辆/千人）



信息来源：公安部交通管理局

市场需求

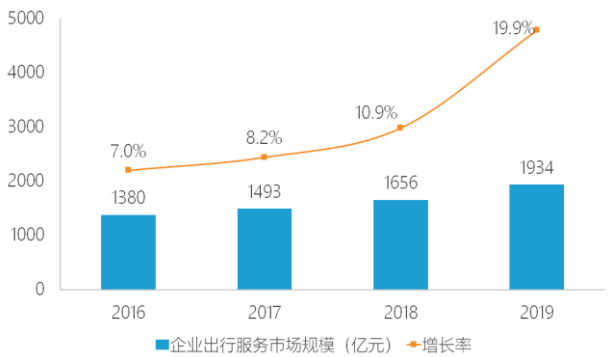
针对不同场景的出行方式逐渐增多

- 共享汽车可实现长距离便捷出行，触达了网约车等无法覆盖的出行距离。
- 顺风车缓解了早晚高峰出行困难、车辆限号等难题，对提高交通运输效率，推动城市出行可持续发展具有积极意义。

用户需要的出行服务愈发丰富多样

- 针对企业类B端出行用户，不少玩家推出了“企业版”出行服务，如：滴滴企业版。
- 针对商务人士，高端出行服务市场逐渐崛起，如：耀出行。
- 部分玩家推出定制车型服务，从而满足不同用户的出行需求。

亿欧汽车：2016年-2020年中国企业出行服务市场规模



信息来源：锐思锐拓；亿欧汽车整理

Part 1 中国新型出行服务市场发展背景
1.1 概念阐释与范围界定
1.2 发展历程与行业背景

Part 2 中国新型出行服务市场发展现状
2.1 行业现状
2.2 商业模式
2.3 行业环境

Part 3 中国新型出行服务市场发展困境及新风向
3.1 发展困境
3.2 新风向与机遇

2.3 行业环境

多重环境利好，推动中国新型出行服务市场发展

技术加码

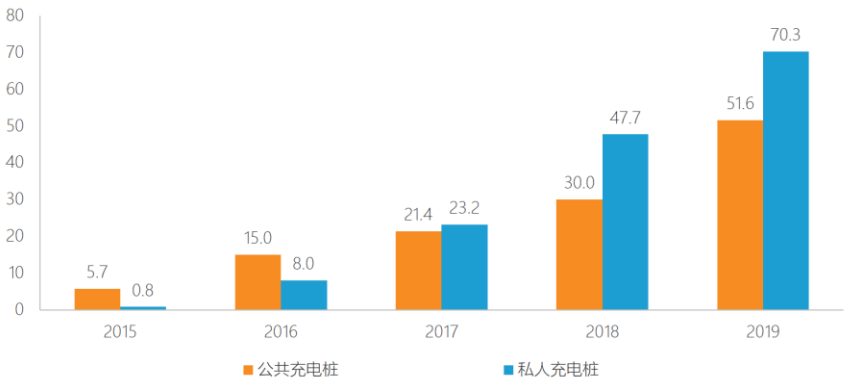
➢ 新能源汽车崛起推动了出行产业升级

- 相较于传统燃油汽车，新能源汽车使用非燃油动力装置，能够有效地减少废气排放、保护环境。
- 从目前市面上的私人或公共充电站价格来看，新能源汽车的使用成本要低于传统燃油汽车。

➢ 充电桩等基础设施完善保障出行服务

截至2019年年底，中国充电桩总数已达122万根。其中，公共桩51.6万根，私人桩70.3万根，覆盖全国404座城市。

亿欧汽车：2015年-2019年中国公私充电桩保有量（万根）



信息来源：充电联盟；亿欧汽车整理

➢ 自动驾驶技术的逐渐发展带来新体验

- 在未来出行场景中，自动驾驶汽车与共享出行融合发展将成为行业发展趋势。
- 自动驾驶汽车会不断采集场景数据，“自动驾驶+共享出行”将成为未来出行的发展形态，并将引起未来交通出行结构的调整与优化。

➢ 5G商用化逐步落地助推出行智能网联化

- 随着汽车搭载5G通信技术，未来出行将变得更加便捷。
- 5G助力之下，车路协同、自动驾驶等将更容易实现，汽车内部的智能交互也能够达到质的飞跃。

CHAPTER 3

中国新型出行服务市场发展困境及新风向

Development Dilemma And Trend Of Chinese New Mobility Service Market



电动化、智能化、网联化、共享化逐渐深入汽车行业的同时，中国新型出行服务市场竞争结果初见分晓。群雄逐鹿之下，下半场战争的序幕已然开启。

当下，中国新型出行服务市场仍存不少发展困境。只有客观审视其现有的桎梏，才能更好地瞭望其未来的发展趋势。

本章将重点介绍中国新型出行服务市场的发展困境，以及其未来发展的新风向。

Part 1 中国新型出行服务市场发展背景
1.1 概念阐释与范围界定
1.2 发展历程与行业背景

Part 2 中国新型出行服务市场发展现状
2.1 行业现状
2.2 商业模式
2.3 行业环境

Part 3 中国新型出行服务市场发展困境及新风向
3.1 发展困境
3.2 新风向与机遇

3.1 发展困境

商业化难题：RoboTaxi尚未规模化，面临多重阻碍

相较于网约车、出租车等，RoboTaxi目前能够运营的车辆十分有限。当下，RoboTaxi实现规模商业化面临着四大阻碍：一是自动驾驶技术发展需迭代升级；二是控制产品成本难度较大；三是供应链目前尚未成熟；四是受相关政策法规限制，路权有待进一步释放。

亿欧汽车：RoboTaxi实现规模商业化的四大难点



技术发展需迭代升级

- 在城市开放道路中，不存在地理约束。由于进入该区域的车辆、行人繁多，使得它们所产生的行为类型也丰富多样。对于RoboTaxi而言，面临着较大的技术难度。
- 当开放道路中的车辆速度加快，其安全性相对降低，出现紧急情况时制动难度大。

控制产品成本难度较大

- 由于涉及人身安全，当前阶段，RoboTaxi仍无法彻底去掉安全员的角色。
- RoboTaxi需加装多种高性能传感器，其整体成本由此增加，实现量产的难度较大。其中，自动驾驶硬件成本最高的核心部件为激光雷达与计算平台。

亿欧汽车：2018年L4级自动驾驶核心部件配置及成本情况

核心部件类型	数量（个）	成本（美元）
摄像头	8	约100
毫米波雷达	2	约110
超声波雷达	12	约15
激光雷达	4	约20000
GPS&IMU	1	约1000
计算平台	1或2	约2500
总计成本（每车）	/	44700

信息来源：安信证券研究中心；亿欧汽车整理

Part 1 中国新型出行服务市场发展背景
1.1 概念阐释与范围界定
1.2 发展历程与行业背景

Part 2 中国新型出行服务市场发展现状
2.1 行业现状
2.2 商业模式
2.3 行业环境

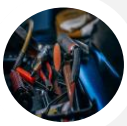
Part 3 中国新型出行服务市场发展困境及新风向
3.1 发展困境
3.2 新风向与机遇

3.1 发展困境

商业化难题：共享汽车成本繁重，盈利遇困

受制于诸多因素影响，短期内，大多数共享汽车玩家难以实现盈利。

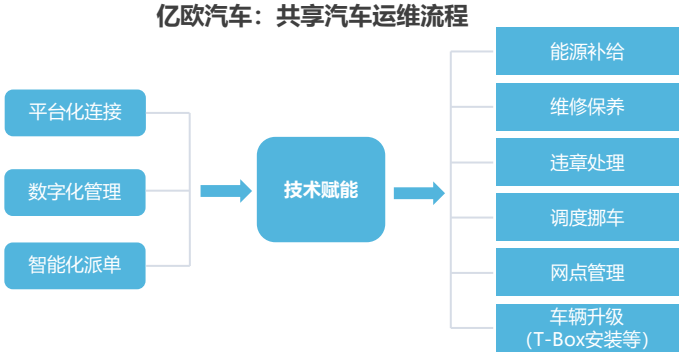
亿欧汽车：共享汽车行业痛点



运营维护成本高

- 共享汽车线下运维流程耗时长、投入成本高，这成为共享汽车平台负担的主要成本之一。
- 用户素质参差不齐，部分用户不爱惜共享车辆，造成车内外环境堪忧、降低使用体验，影响到下一个用户的用车积极性，连累车辆周转率。

亿欧汽车：共享汽车运维流程



信息来源：公开资料、易观；亿欧汽车整理



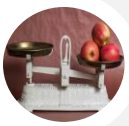
规模扩张成本高

- 共享汽车的规模扩张成本复杂多样，其成本主要包括：车辆购置、网点布局、车辆停放、充电桩建设等。



低价租金难以为继

- 为保持稳定客源，共享汽车的定价普遍较低，难以实现盈利，一旦价格上涨将流失部分用户。



违章事故纠纷频发

- 共享汽车目前尚未实现保险全覆盖。在实际使用过程中，通常需要用户先垫付维修、罚款费用，使得企业处理违章事故效率低下。

Part 1 中国新型出行服务市场发展背景
1.1 概念阐释与范围界定
1.2 发展历程与行业背景

Part 2 中国新型出行服务市场发展现状
2.1 行业现状
2.2 商业模式
2.3 行业环境

Part 3 中国新型出行服务市场发展困境及新风向
3.1 发展困境
3.2 新风向与机遇

3.1 发展困境

环境不完善：行业发展规范化不足，相关政策法规待优化

纵观整个中国新型出行服务市场，目前，行业相关政策法规仍有待完善。

网约车市场：当前合规化门槛较高

当前，网约车合规政策主要针对“平台、车、人”。门槛较高的合规标准，使得市场上满足条件的车辆较少、平台实现合规难度较大。

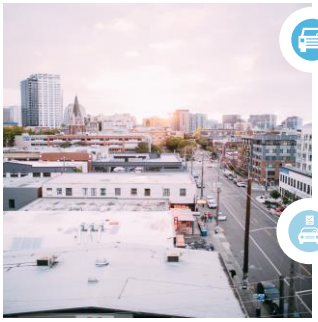
- 合规政策要求网约车平台数据接入本市监管平台、签社会责任承诺书、承运人责任险。
- 合规政策对网约车的轴距、排量、车价、车龄4大方面进行严格限制；对网约车司机的户籍或居住证、劳动合同、司机考试、文化程度等条件设立准入门槛。
- 网约车驾驶员证审核周期需要60天，车辆运输证审核周期需要45天，合规效率并不高。

顺风车市场：缺乏统一的安全标准



- 当下，整个顺风车行业关于平台的安全责任边界、法律责任尚未明晰。
- 在不同城市、区县，存在着不同程度的车辆与车主准入合规门槛。
- 关于顺风车的定价上限、服务时间，顺风车行业暂无相关运营规范。

RoboTaxi市场：缺乏政策体系化管理



- 目前，RoboTaxi商业化应用缺乏完整体系化的试点示范区，行业尚未建立起完善的RoboTaxi应用示范与运营管理体系。
- 行业内尚未出现关于RoboTaxi乘客的利益保险机制，如若出现相关交通事故，各方责任难以厘定。

图片来源：iSlide

Part 1 中国新型出行服务市场发展背景
1.1 概念阐释与范围界定
1.2 发展历程与行业背景

Part 2 中国新型出行服务市场发展现状
2.1 行业现状
2.2 商业模式
2.3 行业环境

Part 3 中国新型出行服务市场发展困境及新风向
3.1 发展困境
3.2 新风向与机遇

3.2 新风向与机遇

中国新型出行服务市场两大重要主体：车企与政府

在中国新型出行服务市场中，“车企”与“政府”两大参与主体，发挥着至关重要的作用。

- 车企通过强化科技赋能，能够完善其在出行服务市场的服务布局，由“生产制造商”快速向“出行服务商”转型。

亿欧汽车：车企在出行服务市场的布局情况（部分）

主要出行业务	出行业务名称	成立时间	主体企业
网约车	曹操出行	2015年5月	吉利集团
	长安出行	2017年5月	长安汽车
	欧了出行	2017年7月	长城汽车
	逸驾智能	2018年7月	大众汽车
	桔众汽车科技	2018年12月	大众汽车、滴滴出行
	和行约车	2019年1月	江淮汽车
	T3出行	2019年4月	一汽集团、东风汽车、长安汽车
	有鹏出行	2019年5月	小鹏汽车
	丰桔出行	2019年9月	丰田汽车、滴滴出行
	耀出行	2019年12月	吉利集团、戴姆勒
网约车、共享汽车	如祺出行	2018年3月	广汽集团
	一汽出行	2018年7月	一汽集团
	东风出行	2019年5月	东风汽车
共享汽车	盼达用车	2015年11月	力帆汽车
	环球车享EVCARD	2016年5月	上汽集团、上海国际汽车城
	华夏出行	2017年2月	北汽集团
	即客行	2017年9月	威马汽车
	大道用车	2017年10月	零跑汽车

注：该图表信息按照不同出行业务类别、平台上线时间排序

信息来源：亿欧汽车根据公开资料整理

- 中国新型出行服务市场另一重要参与主体——政府，既引导行业规范发展，又作为参与者入局其中，为相关企业提供了多重支持。

亿欧汽车：政府在出行服务市场中发挥的重要作用



图片来源：iSlide

Part 1 中国新型出行服务市场发展背景
1.1 概念阐释与范围界定
1.2 发展历程与行业背景

Part 2 中国新型出行服务市场发展现状
2.1 行业现状
2.2 商业模式
2.3 行业环境

Part 3 中国新型出行服务市场发展困境及新风向
3.1 发展困境
3.2 新风向与机遇

3.2 新风向与机遇

重要主体——车企：将强化科技赋能，完善服务布局

车企强化科技赋能

迈入2020年，车企更加明确了“强化科技赋能”的重要性。车企在持续发力投入研发的同时，“科技出行”也逐渐成为其布局出行领域的重要理念。

➢ 长城汽车加速向全球化科技出行公司转型

- 2020年7月20日，长城汽车发布“柠檬、坦克、咖啡智能”三大技术品牌，标志着长城汽车正式向全球化科技出行公司转型。



➢ 广汽首款氢燃料电池车亮相广汽科技日

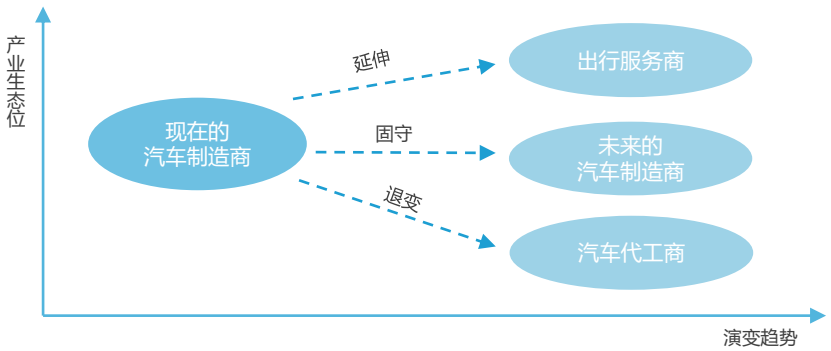
- 2020年7月28日，在2020广汽科技日上，广汽首款氢燃料电池汽车Aion LX Fuel Cell与广汽3DG石墨烯技术正式亮相。

信息来源：亿欧汽车根据公开资料整理；图片来源：iSlide

车市寒冬之下，中国汽车产销增速逐步放缓，传统车企将面临更大的销量压力。对于车企而言，布局出行业务能够成为其业绩增长点。凭借自有的车辆资源与销售渠道优势。

亿欧汽车认为，车企未来将逐渐弱化自身汽车品牌，成为中国新型出行服务市场的强劲队伍。

亿欧汽车：整车企业产业生态位变化趋势图



信息来源：中国电动汽车百人会；亿欧汽车整理

Part 1 中国新型出行服务市场发展背景
1.1 概念阐释与范围界定
1.2 发展历程与行业背景

Part 2 中国新型出行服务市场发展现状
2.1 行业现状
2.2 商业模式
2.3 行业环境

Part 3 中国新型出行服务市场发展困境及新风向
3.1 发展困境
3.2 新风向与机遇

3.2 新风向与机遇

重要主体——车企：将强化科技赋能，完善服务布局

车企完善服务布局

如果说，车企从“汽车制造商”转变为“出行服务商”，是其布局出行领域的1.0阶段；那么，亿欧汽车认为，打造一个完整的生活服务闭环，则是车企布局出行领域的2.0阶段。当下，车企打造生活服务闭环面临着多重必要性。

➢ 市场竞争逻辑已被改变

- 如今，中国新型出行服务市场的底层思维已经发生改变。从市场发展现状来看，目前，这一市场的竞争逻辑已从“快速投资+扩张方式”转变为“合作生态+运转管理“。

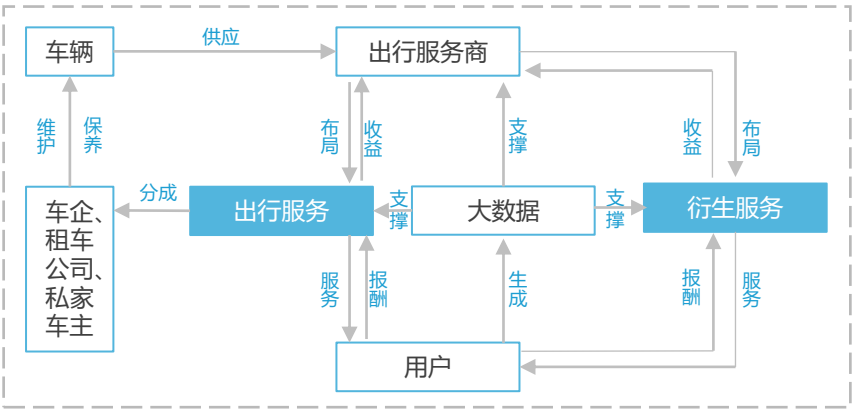
➢ 业务单一下竞争力较小

- 随着以网约车为代表的中国新型出行服务市场日趋饱和，玩家在有限的发展空间中，抢占仅剩的出行市场份额尤为艰难。

- 具备车辆资源与渠道优势的车企，布局出行外的生活服务业务，亦是“把鸡蛋放在多个篮子里”，找准多个盈利增长点。

目前，出行平台试水新业务多以互联网出行平台为主。亿欧汽车预测，未来，将有更多车企系出行平台试水生活服务新业务，而这也将成为整个中国新型出行服务市场的发展方向。

亿欧汽车：未来出行服务商的运营模式



信息来源：公开资料、中国电动汽车百人会；亿欧汽车整理

Part 1 中国新型出行服务市场发展背景
1.1 概念阐释与范围界定
1.2 发展历程与行业背景

Part 2 中国新型出行服务市场发展现状
2.1 行业现状
2.2 商业模式
2.3 行业环境

Part 3 中国新型出行服务市场发展困境及新风向
3.1 发展困境
3.2 新风向与机遇

3.2 新风向与机遇

重要主体——政府：将完善引导规范，提供更多支持

政府完善引导规范

如今，在中国新型出行服务市场的网约车、顺风车、共享汽车、RoboTaxi各细分赛道中，政府均发挥了引导规范的关键作用。对于这一市场中“环境待完善”的发展困境，政府将持续引导规范，不断完善中国新型出行服务市场的环境。

政府提供更多支持

以RoboTaxi为例：目前，地方政府与RoboTaxi相关企业之间的合作，主要集中在智能网联示范区层面。亿欧汽车认为，随着示范区普遍进入大规模建设阶段，更多的城市参与其中，政府未来将为相关企业提供更多支持。

- 提供资金：政府参与RoboTaxi市场之中，能够为当地带来更多的资本与商业机会。
- 开放路权：随着自动驾驶技术的迭代升级，RoboTaxi相关企业需要与当地政府建立联系，以便获得许可进行道路实测。
- 完善基础设施建设：政府既能够为RoboTaxi相关企业提供路权，还能够提供资金与基础设施建设支持，如：超级专用车道。

亿欧汽车：智能道路的发展趋势



信息来源：中国电动汽车百人会；亿欧汽车整理

- 除政策支持、示范区建立外，地方政府将还与RoboTaxi相关企业共同探索更多合作模式，如：双方成立合资企业共同运营RoboTaxi。

Part 1 中国新型出行服务市场发展背景
1.1 概念阐释与范围界定
1.2 发展历程与行业背景

Part 2 中国新型出行服务市场发展现状
2.1 行业现状
2.2 商业模式
2.3 行业环境

Part 3 中国新型出行服务市场发展困境及新风向
3.1 发展困境
3.2 新风向与机遇

3.2 新风向与机遇

中国新型出行服务市场未来蓝图：人文化、智能化、生态化

亿欧汽车认为，中国新型出行服务市场未来的蓝图将趋于人文化、智能化、生态化。“出行即服务”的运营理念将更加深入人心，这一市场的人文特征将愈发被企业重视。技术驱动下，智能出行成为大势所趋。随着行业竞争加剧，上中下游产业协作将更为密切，整个市场最终将形成一个完整的超级生态闭环。

◘ 人文化

➢ “出行即服务” 理念更深入人心，用户需求价值将被逐渐放大

- 在共享交通模式和智能信息技术的基础之上，“出行即服务（Mobility-as-a-Service，简称：MaaS）”的理念诞生。MaaS将各种交通方式的出行服务进行整合，用户不再需要购买交通工具，而是依据出行需求购买由不同运营商提供的出行服务。
- 这一理念逐渐被更多企业所认同。未来，注重人文化、精细化、差异化的企业，将会在市场竞争中占据绝对性优势。

◘ 智能化

➢ 技术加码下，出行服务市场将实现个性、定制服务的双重升级

- 无论是豪华车无微不至的细节定制，还是针对特殊人群的功能性产品与技术定制，技术加码下，用户的差异化、多场景出行需求能够被不断满足。
- 伴随着消费不断升级、出行服务逐渐精细化发展，用户定制化的多元出行需求与日俱增。针对特定群体、特定场景的个性化、定制化出行服务将更充分发挥其独特的商业价值与社会价值。

◘ 生态化

➢ 汽车产业上下游实现优势互补，形成合力赋能企业出行业务布局

- 未来，跨平台、跨模式、跨界合作的产业协作，将成中国新型出行服务市场的主流发展方式，超级科技出行联盟集团将随之不断崛起。
- 中国新型出行服务市场最终将发展成为一个完整的超级生态闭环。

亿欧汽车预测，随着行业竞争愈发激烈，汽车产业上下游合作将更为紧密，资本也将更青睐于中国新型出行服务市场。

后记
APPENDIX

◆ 此份《2020中国新型出行服务市场研究报告》由亿欧汽车在亿欧智库的研究框架、研究方法的基础上，通过前端行业分析、中端产业链研究、后端战略管理等方面研究撰写完成；或存在表述偏差及片面之处，敬请见谅。

◆ 亿欧汽车定位于科技出行产业创新服务平台，致力于为汽车出行产业的持续发展与创新，提供高效流通的信息内容，及多维度价值服务。旗下核心业务包括产业研究咨询、汽车科技媒体，以及产业商业会议等内容与服务，关注领域涵盖智能网联、自动驾驶、新能源、科技出行、后市场服务等产业上下游。欢迎与我们联系交流，提出宝贵意见。

◆ 感谢为此次报告提供帮助和协作的企业、业内人士及行业专家，在此特别感谢亿欧汽车研究总监武东、亿欧副总裁&亿欧智库院长由天宇、亿欧副总裁&亿欧汽车总裁杨永平为此份报告做出的重要贡献，感谢你们的鼎力协助。

◆ 注意：报告中信息来源多来自网页及企业官网整理，如有不全信息可通过邮件形式联系作者进行补充。

团队介绍 OUR TEAM

亿欧智库是亿欧公司旗下专业的产业创新研究院。

智库专注于以人工智能、大数据、移动互联网为代表的前瞻性科技研究；以及前瞻性科技与不同领域传统产业结合、实现产业升级的研究，涉及行业包括汽车、金融、家居、医疗、教育、消费品、安防等；智库将力求基于对科技的深入理解和对行业的深刻洞察，输出具有影响力和专业度的行业研究报告、提供具有针对性的企业定制化研究和咨询服务。

智库团队成员来自于知名研究公司、大集团战略研究部、科技媒体等，是一支具有深度思考分析能力、专业的领域知识、丰富行业人脉资源的优秀分析师团队。

报告作者 REPORT AUTHOR



曾乐

亿欧汽车二级分析员

Email:zengle@iyiou.com



武东

亿欧汽车研究总监

Email:wudong@iyiou.com



由天宇

亿欧副总裁&亿欧智库院长

Email:youtianyu@iyiou.com



杨永平

亿欧副总裁&亿欧汽车总裁

Email:yangyongping@iyiou.com

版权声明 DISCLAIMER

本报告所采用的数据均来自合规渠道，分析逻辑基于智库的专业理解，清晰准确地反映了作者的研究观点。本报告仅在相关法律许可的情况下发放，并仅为提供信息而发放，概不构成任何广告。在任何情况下，本报告中的信息或所表述的意见均不构成对任何人的投资建议。本报告的信息来源于已公开的资料，亿欧智库对该等信息的准确性、完整性或可靠性作尽可能的获取但不作任何保证。

本报告版权归亿欧智库所有，欢迎因研究需要引用本报告部分内容，引用时需注明出处为“亿欧智库”。对于未注明来源的引用、盗用、篡改以及其他侵犯亿欧智库著作权的商业行为，亿欧智库将保留追究其法律责任的权利。



网址：www.iyiou.com/intelligence
邮箱：zk@iyiou.com
电话：010-57293241
地址：北京市朝阳区霞光里9号中电发展大厦A座10层