

共享出行正当时

&

中国共享汽车现状 与趋势

联系方式:

北京

彭波 (Bill Peng)

合伙人

+86-10-6533-7755

bill.peng

@strategyand.cn.pwc.com

白宇 (Allan Bai)

经理

+86-10-6533-7532

allan.y.bai

@strategyand.cn.pwc.com

本报告联合工作小组:

南方日报

谢思佳、牛思远、何勇荣、彭琳、唐子焜、田迪迪、苏力 等

南方+新闻客户端

罗彦军、王勇幸、丁晓然、郑兆平等

电话: +86-20-8738-2304

思略特联系人介绍:

彭波先生 (Bill Peng) 是普华永道思略特战略咨询在汽车领域内的思想领袖。彭波先生是思略特合伙人, 拥有14年为整车商和零部件供应商提供咨询服务的经验和三年整车商工作经验。他拥有丰富的汽车行业经验, 包括乘用车和商用车, 擅长增长、产品、品牌和渠道等方面的战略制定。

白宇先生 (Allan Bai) 是思略特高级经理, 拥有10年管理咨询和整车厂工作经验。他拥有丰富的汽车行业咨询经验, 研究的领域包含乘用车和商用车战略规划、细分市场分析、业务流程优化等。

*感谢普华永道思略特咨询顾问王颢樾女士对本报告内容的贡献。

目录

概述	4
各类共享汽车模式的用户分析及发展现状	5
汽车分时租赁在中国将迎来突破性发展	9
分时租赁前景判断	15
其他共享汽车模式未来趋势简要判断	17
总结	19
附录	20

“共享经济”是利用社会的闲置资源，为更多有需要的人进行服务，使资源利用效率最大化的同时创造更多价值。共享经济的概念起源于上世纪八十年代的美国，而今，互联网企业通过共享平台将资源闲置方和需求方相连接，让闲置资源“活”起来，将共享经济达到了一个前所未有的高度。

在中国，出行是共享经济发展最为活跃的领域之一。继共享单车之后，共享汽车被视为下一个独角兽行业。在汽车共享的大概念里，包括新兴的顺风车、网约车、分时租赁、P2P租车，以及传统的经营性租车等业务模式。

本报告主要聚焦分时租赁，通过对分时租赁业务模式、企业盘点、融资估值以及中美发展对比等信息的整理分析，较为全面地展示国内汽车共享出行市场的基本情况。报告还通过南方日报、南方+新闻客户端发起的在线问卷调查、实地测试调研，将分时租赁的消费者反馈以及广州地区落地情况进行了客观呈现。

根据数据分析以及实地调研，结合对共享出行相关行业的基本观察，本报告对行业未来发展做出趋势判断。得益于移动互联网技术发展以及政策利好频出，普华永道思略特预计未来5年汽车分时租赁市场将以超过50%的增幅继续发展，行业有望在2020年前迎来突破式的发展。

但与此同时，汽车牌照、充电桩、停车位等配套资源的不足，也将制约着共享汽车的发展。资源如何合理配置，将对城市道路管理提出新的挑战。本报告认为，相关企业需要建立与当地城市相适应的车辆投放机制，各地政府主管部门也需要在配套基础设施完善、行业秩序建立等方面出台相关法律法规，以推动相关行业的持续健康发展。

各类共享汽车模式的用户分析及发展现状： “重”模式下，分时租赁高效增长受限

出租车

传统的出租车叫车模式流行已久，主要为路边有用车需求的客户提供即需即用的服务。据统计，出租车扬招打车的成功率大概60%，而以滴滴出行为代表的网约车租车成功率在90%左右，也就是说，网上叫车成功率是传统出租车的1.5倍。同时，路边扬招平均等待10分钟才能打到一辆车，而滴滴出行等网约车只需平均等待5分钟左右，且可以在室内等待车辆到达。因此，传统路边扬招出租车的目标客户，未来更多的是以不会使用打车软件的中老年人为主。而年轻人及智能手机用户，则更多的通过互联网进行下单用车。

出租车业务，主要由地方出租车公司向乘客提供短中途出行服务。近年来，随着人民物质水平的不断提高以及城镇化步伐的不断加快，城市对于出租车的需求越来越旺盛，但由于出租车行业的牌照管制使得大城市出租车数量的增长与乘客需求的快速增长难以匹配。以北京为例，从2005年~2015年的11年间，北京市常住人口从1538万增加至2170.5万¹，年复合增长率约为4%。而相应的出租车供给量，仅仅从6.6万辆增加至6.8万辆，年复合增长率仅为0.3%。出租车的供需矛盾十分突出。尤其是在早晚高峰时段，出租车需求量是当时成交量的3倍以上。供需矛盾的持续加大，同时也导致出租车行业服务质量低下，挑客、宰客等问题时有发生。

正因为有大量未满足需求的存在，加之以共享经济核心的支撑点移动互联网和移动支付不断完善。交通出行领域便成了共享经济改造的先行领域之一。由此，延伸出了通过网络进行出租车预约（即“网络叫车”业务）、共享私家车预约（即“专车/快车”业务）、私家车顺路搭乘（即“顺风车/拼车”业务）以及P2P租车四种新兴共享的出行模式。

网约专车/快车

在当前快节奏的生活方式下，网约车成为了年轻人的首选。用户根据使用用途以及对价格的敏感性不同，按需进行预约。通常情况下，选择专车作为出行工具的人群主要包括小型企业商务用车、中高端人士日常出行，以及不想开车或由于限号原因无法自驾车出行的私家车主；而快车，更多的是为了满足对价格敏感的打车消费群体的出行需求，以滴滴快车起步价13元、每公里1.5元、总用时每分钟0.5元来看，虽然起步价格与出租车相同，但中长途的价格相比而言更便宜。目前专车主要集中在一、二线城市，中小型城市以快车为主。

当前，大部分网约车的商业模式都是建立在网约车平台和汽车租赁公司和司机三方合作，满足更多用户短途出行需求的痛点，同时网约专车实现了传统出租车无法满足商务用户出行的高端需求，撬动了出行市场。在滴滴出行合并优步后，网络约车市场集中度进一步提高，滴滴出行形成了绝对的领先地位，占据了整个市场约88%的市场份额。

网约车用户规模目前约2亿人。一线城市用户为网约车市场的消费主力，北上广深的打车软件订单量占到了整个市场的近50%²。互联网专车市场活跃用户，一线城市占比超过75%。由此可见网约车的用户粘性，用户用车习惯已经逐渐养成。

经营性租赁

传统的汽车经营性租赁服务，分为短租和长租。短租主要为出差、旅游的用车需求，或因个人原因暂时无法买车但又短时间内急需用车临时需求。长租主要是企业客户的商用需求较多，或因限购不上车的“有照无车”个人用户。经营性租赁一般最少按天起租，相比分时租赁而言，客户用车时间更长。从使用成本的角度看，一次性需要支付的费用也相比分时租赁要高出不少。

经营性租赁通过向个人和企业提供租车业务，获取租金收益。过去5年，中国租赁市场规模从2011年的281亿元 增长到2016年的496亿元，年复合增长率达到18%。但当前中国租赁行业落后，渗透率只有0.4%，而日本、美国、韩国及巴西则分别为2.5%、1.6%、1.4%及1.3%。

由于租车具有无须办理保险、无须年检维修，用户可以把买车、养车的负担转移给汽车租赁公司，并且车型可以随时更新，减少了消费者购买车辆所带来的无形损耗；同时消费者可以将租车节约下来的资金用于其他用途或投资，充分提高了资金利用率；再加之不用考虑限购限号、打车难等诸多问题，越来越多的消费者被汽车租赁服务所吸引。对于企业用户而言，通过长租可以降低可征税前利润，从而降低赋税。

分时租赁

分时租赁提供汽车的“随取即用”租赁服务,使用更灵活,消费者可以按个人用车需求和用车时间预订租车时长,收费以小时计算。

分时租赁的用户群可以分为个人用户和企业用户两类。目前大部分的分时租赁业务是以微公交、car2go、EVCARD(环球车享)为代表的B2C业务。对于个人用户而言,分时租赁的场景较多,限于篇幅,本文主要介绍以下几类需要重点关注的用户群以及他们的使用场景。

- **短途出游:** 50-100公里的短途出游目前是分时租赁最主要的使用场景之一。分时租赁能满足无车家庭短途出游私密性、灵活性的需求,受到广大用户青睐。
- **社区短途通勤用户:** 此类用户主要需求是在社区和购物中心、公共事业区域的短途固定路线通勤。该类用户使用时间集中,主要为上下班时间和周末。
- **高校学生:** 以思想前卫的年轻人为主,将分时租赁作为一种新潮体验,该部分人群对价格较为敏感。现在很多高校大学城所在地离市区较远,该地区公共交通匮乏,大学生购物、郊游等出行需求较多,有较大潜力。
- **酒店景点住客:** 该部分用户主要为外地旅游人群,需求是前往城市的景点,出行特点是地点集中、路线简单。酒店方也有较强意愿为消费者提供增值服务,例如首汽Gofun已经和如家合作,针对此用户群提供服务。
- **业务群体:** 该类用户以销售、中介、中小企业业务员、摄影记者等为主,他们需要一天内多地周转用车,而且有时随身行李较多。分时租赁的便捷、使用灵活、存放行李方便等是他们选择该服务的主要原因。

目前分时租赁的企业级用户(B端)份额非常少,主要有政府机构、园区/科技企业等。因为企业级市场刚刚起步,企业级用户可挖掘潜力较大。

分时租赁,可以看作是传统经营性租赁的一种新型模式,是一种向个人和企业提供按分钟/小时计费的汽车租赁业务。

相比单车租赁市场爆发式的发展,汽车分时租赁由于其属于“重”模式,不具备快速传播、高效增长的特点。但受到宏观环境多种因素的影响分时租赁市场呈现利好的趋势,例如,中国政府鼓励绿色、低碳出行方式,国家大力推动新能源汽车发展;人们需要更多种可选方式来满足多点出行的需求;80、90后群体基于移动网络的便捷出行需求的增加;大数据和云计算的发展使得供需方有效匹配碎片化资源;移动支付的成熟;以及互联网征信体系的逐步完善等,都加快并促进了分时租赁行业的发展。

顺风车(拼车)

顺风车是指车主在自己出行的同时,可以顺路带一些同路的人一起上下班、上下学、长途出行、旅游等。乘客通过平均分摊出行费用得到方便和实惠,同时车主通过赚取一些费用来补贴养车费用。当前顺风车的价格,以北京为例为三公里内起步费12元,三公里以上1.5元/公里。相比起步费14元+每公里2.6元+每分钟0.6元低速费的专车以及起步价13元+每公里2.3元+1元燃油附加费的出租车而言更便宜。

其目标车主主要是那些有可用车辆并希望分担油费的私家车主,其目标用户主要是希望较低价格出行且避免公交、地铁拥堵的上班族。60%拼车软件用户主要使用场景为上下班通勤,40%的用户会临时出行,近38%的用户外出游玩(休闲),因为私家车无法出行的大概占37%,还有约36%提到出行转乘,工作时间内商务外出的情景占比不到30%³。

顺风车是个人向个人提供的出行共享服务,用以分担出行费用;以滴滴顺风车为例,平台收取每单5%的服务费作为的佣金。对于大多数普通打车一族来说,经常呼叫专车是一种奢侈的消费,顺风车(拼车)无形之中就成了打车一族们的新需求。

就整个租车市场而言,当前公共交通、出租车等车辆运力远远无法满足中国强大的市场需求。把私家车的余座资源利用起来,无疑是一个很好的市场机会。但拼车市场背后也有让人担忧的行业痛点,比如安全问题、法律纠纷问题、智能匹配问题尚未得到很好的解决(例如,是否能实时出发?拼到车的概率是多少?寻找拼车对象需要花费多少时间成本等等),导致顺风车市场发展速度受到一定的限制。

当前市场上,滴滴顺风车、嘀嗒拼车和天天用车占到市场份额超90%,拼车市场已进入寡头时代,并且网约车平台的优势将越来越明显⁴。

P2P租车

P2P租车是一种走轻资产路线的租车服务模式,如PP租车、凹凸租车等P2P租车服务平台并不持有车辆,而是通过搭建共享平台为车主和租车用户提供信息配对,这样不但让私家车提高了车辆的使用率,为车主带来了利润,同时用车人也可以以相对便宜的价格满足自己的用车需求,可谓一举两得,实现共赢。

P2P租车虽然属于租车领域的新兴细分行业,通过个人向个人租赁车辆,出行平台收取中介费用作为商业模式运营。但是发展情况不容乐观,2016年P2P租车出行方式消费金额仅6亿元(2016年出租车行业消费金额为2313亿元,专车/快车行业为270亿元),载客量仅100万人次(2016年出租车行业载客量185亿人次,专车/快车行业为15亿人次)。

自P2P租车兴起以来,由于进入门槛低,缺乏监管,同时安全性问题时有曝出,导致租方和借方之间没有足够的信任度;同时,竞争优势不明显,P2P租车虽相比传统租车价格较低,但相比顺风车、快车等优势不强;用户粘性以及用户再使用的频率都不高。

汽车分时租赁在中国将迎来突破性发展： 注册企业300多家，77%的车辆出自整车 厂背景的分时租赁企业

分时租赁发展现状

分时租赁作为一种新兴的短租共享模式，在上世纪90年代兴起于欧美国家，并于2010年后在中国市场起步发展。截止2016年初，汽车分时租赁约有30余家上规模企业，市场总车队规模约3万辆。整个市场仍然在以超过50%的速度飞快发展。

分时租赁进入中国市场的时间点正好是国内新能源汽车起步发展期，且新能源汽车在使用成本上比燃油车更具经济性（新能源汽车充电费用、维修成本均较燃油车有较大节约），同时，一些企业希望通过分时租赁推广自身的新能源车型，所以新能源车型成为了中国分时租赁市场的绝对主导车型。目前除了个别企业，如戴姆勒car2go和途歌使用燃油车型外，市场上90%以上的分时租赁汽车均为新能源汽车。

因为肩负着新能源汽车销售和推广的使命，多家整车厂（上汽、北汽、戴姆勒、大众等）均已经开始布局分时租赁市场。按照分时租赁车队规模统计，目前77%的车辆出自整车厂背景的分时租赁企业。各家企业以布局一线城市和个别二线城市为主，未来2年更多的企业将布局二线并涉足三线城市，例如EVCARD近期已经布局沪宁线上的南京、江山等城市。

截止目前，国内注册运营分时租赁的企业数量已经300多家，我们对其中较大的31家企业进行在成立时间、现有规模、主要投放城市、融资情况进行了盘点。

从规模上来看，规模超过5000辆的有3家，包括微公交、EVCARD（环球车享）以及盼达用车；规模在1000-5000辆之间的有14家，包括一步用车、GreenGo（绿狗租车）、Gofun出行等；规模在500-1000辆之间的有6家，包括TOGO（途歌）、一度用车、宜维租车等；规模小于500辆的有8家企业。

从成立时间上来看，2014年之前成立的企业（包括2014年）有10家；2015年为7家，2016年及以后成立的为14家。

31家企业中，有25家企业选择在省会城市布局；有21家在一线城市进行业务布局，其中15家在北京建立网点，在上海、广州、深圳建立网点的企业分别为7家、6家、6家。厦门、桂林、青岛、三亚等大型旅游城市的分时租赁业务发展速度也明显加快。

31家企业中，已经获得融资的为13家，其中有1家已经获得B轮投资（见图一）。

图一
中国规模最大的31家汽车分时租赁企业

项目名称	现有车辆规模	成立时间	投放城市	投融资轮次	投融资金额
微公交	14,000	2013	杭州、上海	未透露	未透露
EVCARD (环球车享)	8,400	2016	上海、北京、成都、重庆、南京等大城市，并已推广至全国23个城市	未透露	未透露
盼达用车	7,000	2015	重庆、成都		未透露
一步用车	4,000	2016	郑州、合肥	未透露	未透露
叮咚出行	3,500	2016	广州	未透露	未透露
宝驾	3,000	2016	交易平台接入共享汽车运营商10家,接入分时租赁车辆3000台	A轮	3,000万美元
E+租车	2,514	2016	重庆	未透露	未透露
GreenGo (绿狗租车)	2,268	2014	北京、常州	未透露	未透露
海马庞大	2,000	2016	郑州	未透露	未透露
金钱潮	1,500	2014	深圳	未透露	未透露
易开	1,160	2016	芜湖	A轮	未透露
Gofun出行	1,100	2015	北京、上海、厦门、成都、长沙、佛山、广州、桂林、南京、青岛等17座城市	B轮	A+及B轮共获得21.5亿元人民币(首汽租车)
车纷享	1,000	2011	宁波、青岛、常州、北京、杭州	A轮	1,000万元人民币
易卡租车	1,000	2013	北京	未透露	未透露
知豆租车	1,000	2006	山东沂南	未透露	未透露
格灵租车	1,000	2014	上海	未透露	未透露
位位用车	1,000	2016	长沙	未透露	未透露
TOGO (途歌)	900	2015	北京、上海、深圳、广州	A+轮	4,000万元人民币
一度用车	700	2015	北京、天津、太原、厦门、莆田、泉州、漳州、南昌、广州、汕头、中山	A轮	1.28亿元人民币
宜维租车	650	2013	北京	未透露	未透露
壹壹租车	520	2015	北京、乌镇	天使轮	1,000万元人民币
深圳联程共享	500	2015	深圳	未透露	未透露
嗒嗒用车	500	2016	泉州、福州和厦门	A轮	2,000万元人民币
car2go (即行)	400	2008	重庆	未透露	未透露
UCAR (用车科技)	400	2014	北京、三亚	天使轮	数百万元人民币
Car2Share	300	2016	北京、上海、深圳、广州	未透露	未透露
巴歌出行	300	2016	北京、广州、唐山	天使轮	1,000万元人民币
零派乐享	200	2016	北京	A轮	20亿元人民币
EZZY	200	2015	北京	天使轮	未透露
氢氟出行	150	2016	邯郸	未透露	未透露
京鱼出行	130	2017	河北易县(农村包围城市)	种子轮	500万元人民币

备注: 根据公开资料整理, 未做实地调研确认

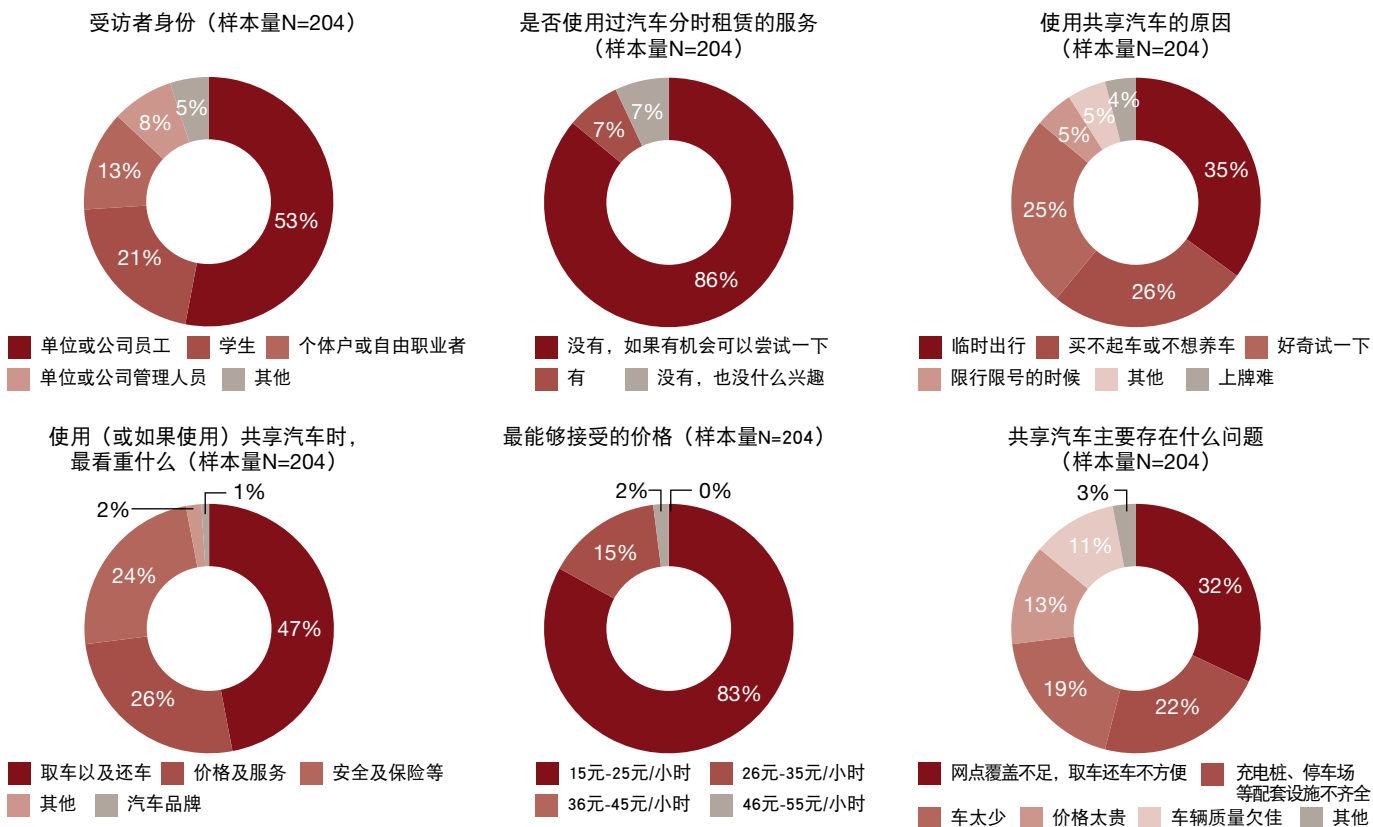
分时租赁消费者反馈

根据南方日报联合南方+新闻客户端发起的最新分时租赁消费者调研结果显示（见图二），超过6成的消费者对共享汽车的发展持看好的观点。消费者对于分时租赁的接受度在变高，约86%的受访者表示虽然当前还未使用过分时租赁的服务，但如果有机会愿意进行尝试。从受访者的职业分布来看，53%为公司或企业员工，21%为学生群体，这74%的受访者的特点是都偏年轻、对新事物接受度较高、同时对于如何低成本高质量的出行有一定的需求。

对受访者而言，满足临时出行的需求、暂时买不起或不想养车以及好奇心驱使想去尝试一下，是选择使用共享汽车的三个主要原因，占比依次达到35%、26%和25%。而对于最终愿意选择使用共享出行作为出行工具的受访者，取车还车的便利性、价格及服务、安全及保险等因素是他们最为看重的，占比依次到达47%、26%和24%。在用车价格方面，98%的消费者认为，可以接受的最高价格不超过35元/小时，83%的消费者希望每小时用车价格不要高于25元。调研结果中还显示了人们对使用分时租赁业务最大的担忧，网点覆盖不足，取还车不方便；充电桩、停车场等配套设施不齐全；车太少都是用户感受到最主要的问题。

要想更好的推广汽车分时租赁业务，一方面应该根据客户的实际需求更好的完善产品和服务，另一方面也应该加强市场宣传力度，让更多的人了解、喜欢、接受并逐渐养成使用分时租赁的用车习惯。

图二
部分核心消费者调研内容及结果展示



问卷数据来源：南方日报、南方+新闻客户端

共享汽车测评排行榜

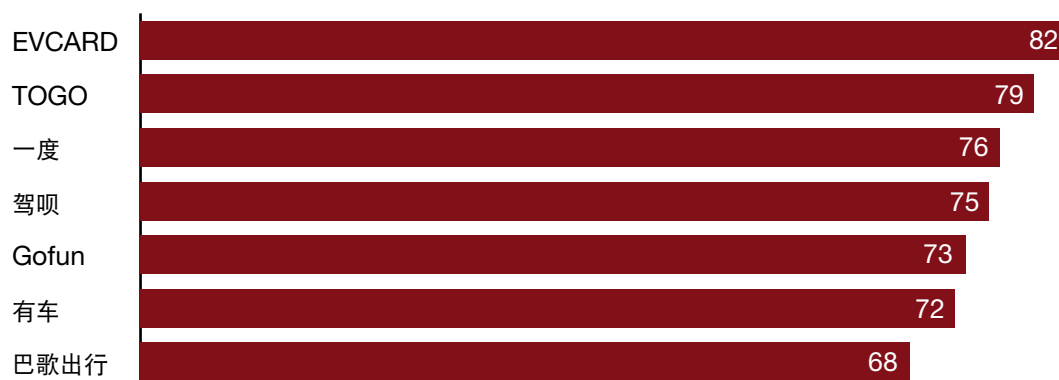
南方日报、南方+新闻客户端记者对7家落地广州的共享汽车品牌进行了全面、细致的测评打分,这7家企业分别是: 环球车享EVCARD (以下简称“EVCARD”)、TOGO途歌 (简称“TOGO”)、Gofun出行 (简称“Gofun”)、一度用车 (简称“一度”)、驾呗、有车UrCar (简称“有车”)和巴歌出行 (简称“巴歌”)。

实地测评中,一共采用了5个一级指标和24个二级指标,总分为100分。五大一级指标分别是: 便利性、安全性、体验性、费用和关注度。值得注意的是,每辆汽车的驾驶系统均有个性化区别,我们测评选取的是随机抽样样本,并不代表企业的整体情况。

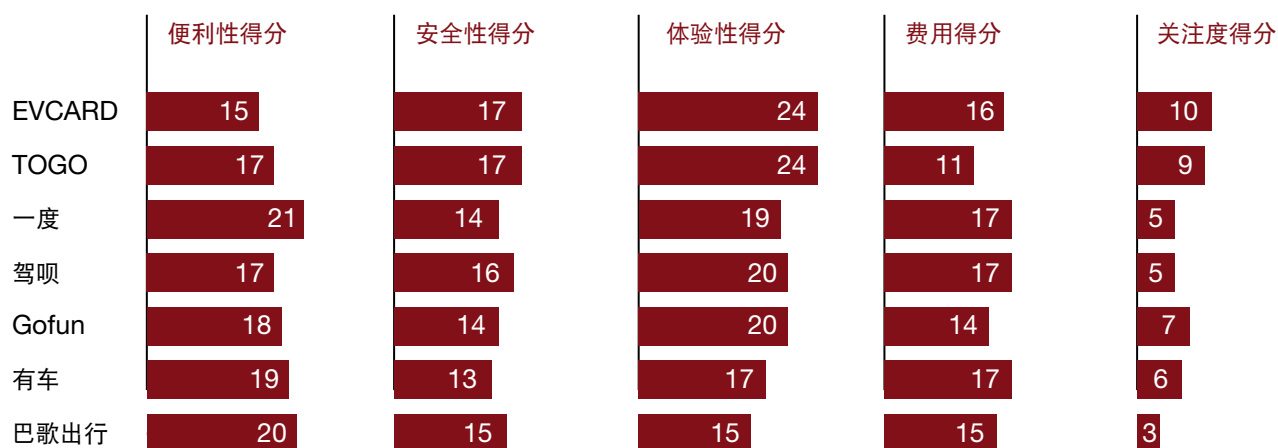
最终的评分结果显示, EVCARD得分为82分排名榜首, TOGO和一度以79分和76分排名第二、第三, 巴歌出行以68分位居第七 (见图三)。

图三
共享汽车测评排行榜

共享汽车测评排行榜 (具体指标)



共享汽车测评排行榜, 总分数



评测数据来源: 南方日报、南方+新闻客户端广州地区调研
注释: 该结果为小样本单一城市的初步评估, 不一定代表各个企业的整体情况。

对比美国，中国分时租赁优势更明显

汽车分时租赁模式源于美国，经过近20年的发展，目前已经成为一个比较成熟的行业。目前在美国，以Zipcar、car2go、Enterprise CarShare和赫兹四家公司为主的分时租赁业务，占整个汽车共享市场95%的份额，其中Zipcar的市场占有率高达75%，用户数超过100万。2016年，美国分时租赁消费金额为16.4亿美元，载客量6500万人次。但以美国最大的分时租赁公司Zipcar的发展经历来看，在成立后的第12年才开始首次实现盈利，第13年最终难逃屈居人下受人掣肘的命运，被AVIS收购。美国整体的分时租赁市场在发展上碰到了很多问题，下面我们将从业人口集中度、经营性租赁业务对分时租赁业务的影响、产品定位及客户体验四方面阐述美国分时租赁行业的问题，并分析中国市场的优势所在。

优势一：人口集中度高

美国人口较为分散，同时人均拥有汽车量较高、大型城市比较少。根据美国人口普查署发布2015年美国城市人口排名，美国超过百万人口的城市只有10个，人口数量排名前三的城市分别是纽约855万人、洛杉矶391万人、芝加哥272万人。因此对于以城市内的短时分时租赁的市场需求，相对较低。而对于人口密度不大的其他城市，前往分时租赁取车点反而不如直接在家中使用Uber叫车更方便，因此分时租赁并不会成为这些用户的出行首选。

相比美国人口较为分散，中国人口基数大、集中度高，就分时租赁车辆的使用效率来说，中国的用户/车辆比更高。根据《国家新型城镇化规划》报告中显示，当前中国人口超过百万的城市有142个。

以car2go在中国的发展为例，“在刚进入重庆市场后的短短10个月，就获得了约7.8万用户，从用户和车辆比来看，平均每辆car2go的车辆会服务至少195个用户，这一比例比car2go全球范围内的用户/车辆比（157:1）还要高”。据估计，在北美某个城市要实现如此体量和规模的用户需要5年时间才能完成。分时租赁概念的快速普及以及高速增长的用户需求，意味着分时租赁在中国还会更大的增长空间。

优势二：经营性租赁业务不发达，分时租赁发展空间大

在国外，汽车租赁业已有100多年的发展历史，美国经营性租赁业务非常发达，取还车极其方便，因此留给分时租赁的市场发展空间也十分有限。

中国经营性租赁业务不发达，存在用车手续复杂、取还车网点不方便、管理不规范、押金不退还等诸多问题，反而给分时租赁业务带来了潜在的发展机会。

优势三：产品定位相对明确

以美国Zipcar为代表的分时租赁公司一心想要代替传统租车巨头，却忽视了分时租赁代步与通勤的需求本质。Zipcar平台提供超过50款不同级别的车型且多以汽油车为主，其中不乏昂贵的宝马、奔驰、重型皮卡等车型。由于高运营成本，不可避免导致租车价格无法降低，而且这种情况在短时间内无法得到大的改观。

而中国目前大多数企业的分时租赁车辆，都选用绿色环保的新能源汽车。且各分时租赁公司基本采用单一车型，相比美国企业较“轻量化”。同时，当前国内布局分时租赁的企业，许多都具备主机厂背景，例如微公交由康迪和吉利合资成立；上汽将自营的e享天开和EVCARD合并；北汽和富士康合资成立绿狗租车等等。车辆成本及运维成本相对更低。因此，国内分时租赁车辆的整体费率也会更低。

相比美国的分时租赁企业，国内分时租赁企业在产品定位上则更加明确，主要专注于短途出行的使用，比如工作日通勤、休息日城市周边半日短途旅行等。目标群体主要是有用车需求但可能无法负担一辆车的年轻时尚群体。整齐划一的车队、车辆具备较强的识别度且切合了绿色环保的理念，更加满足了年轻人追求时尚、个性的需求，同时又不会在经济上造成困扰。

优势四：客户体验较好

在科技不断发展的今天，美国分时租赁行业虽然以使用非常便捷自称，但实际上客户体验并不尽如人意。例如从注册、验证到实际可以用车的时间在3~7天；开关车门依旧需要通过特制的会员卡；用户必须在特定地点选择特定的车辆，这就意味着当面临之前的用户归还车辆不及时、车辆故障以及车辆内部环境脏乱差等突发情况时，用户很有可能没有第二个选择。以上原因一定程度上降低了产品使用的便捷性，用户体验并没有官方宣称的那么好。

相比美国的分时租赁用车体验，国内公司更加紧跟科技和时尚的潮流。部分分时租赁公司已经在试行在手机客户端注册后，通过例如支付宝芝麻信用凭信用免押金的方式快速进入后续租车环节。通过扫码取车的方式，免去了类似Zipcar需要等待3~7天收到专用会员卡才能开始用车的等待期；统一的车型使分时租赁的客户在面临前一客户无法按时还车、车辆故障和车辆变脏等突发情况发生时，可以立刻更换另一辆同样车型的汽车，减少不必要的用车困扰。国家电网支持多种新能源车辆快充服务，20分钟20元钱左右的价格可快速充满80%的电池，价格和等待时间都处于客户可以接受的范围之内。

分时租赁前景判断： 政策利好明确鼓励，未来5年超过50%增幅发展

分时租赁在未来几年仍将面临着非常好的宏观发展环境，并在2020年前迎来突破式的发展。思略特预计未来5年汽车分时租赁市场将以超过50%的增幅继续发展，保守估计在2020年全国B2C车队规模将达到15万辆以上；目前分时租赁市场绝大多数份额为B2C业务，B2B（面向企业用户）的份额非常少，随着未来B2B业务的不断拓展，到2020年，整体车队规模有望达到17万辆以上，运输人次预计也将从当前的5700万增长到2.85亿，交易金额从9亿增长到47亿元。我们将从社会、消费者、法规、技术四个方面分别阐述分时租赁未来面临的机遇。

从社会角度：中国经济的高速发展、城市化进程的不断推进带来了移动出行需求的膨胀，而道路资源的紧缺导致了严峻的交通矛盾、环境矛盾。这一点在未来几年仍将是中国政府着重解决的难题。新能源汽车分时租赁这种共享出行的方式可以提升车辆使用效率，推广新能源汽车的发展，并促进缓解环境问题。因此分时租赁将继续受到政府的鼓励，并享受相关优惠政策。根据统计，全国用于分时租赁的电动汽车3万辆左右，按照1:8的私家车替代率计算，相当于减少了35万辆私家车上路。这对于减少交通拥堵和排放都有重要的意义。从未来运输效率上来说，2020年分时租赁平均每辆车的运力为每年载客1900人次，是同期顺风车的运力的1.5倍，是经营性租赁运力的2.7倍。

从消费人群角度：分时租赁在国内市场需求量大，并且形成的用户/车辆比很高。目前全国2.5亿人拥有驾照，汽车保有量为1.8亿（其中私家车1.2亿），全国范围有几千万持照无车人员都将是分时租赁的潜在消费者。另一方面，中国的智能手机普及率非常高（智能手机用户已经高达5.6亿），分时租赁的手机端使用环境已经非常成熟。

相比出租车、专车等移动出行工具，分时租赁在价格、使用的灵活度方面占据优势，同时，相对于传统租车取车更加便利，因此对消费者非常有吸引力。市场上主流应用每公里收费在1元-1.5元外加10元左右的时租费，或者仅收取时租费20元-30元。根据测算，对于年平均出行里程小于5600公里的用户而言，分时租赁的使用成本比拥有一辆新车、二手车都低。

从政策法规角度：政府从各个层面推动共享经济、新能源车的发展，是分时租赁的政策契机。从新能源政策角度，发改委和工信部均都发出了强烈的政策信号，要求整车厂不遗余力的推动新能源汽车的发展。最新发布的国家战略性新兴产业“十三五”规划，也进一步明确了2020年中国新能源汽车销量目标为200万辆。为了促进新能源汽车的销售，整车厂将积极拓展包括分时租赁在内的批售渠道。

近期发布的《汽车产业中长期发展规划》认为共享出行、个性化服务成为主要方向，明确坚持跨界融合、以互联网与汽车产业深度融合为方向，推动出行服务多样化，促进汽车产品生命周期绿色化发展，构建泛在互联、协同高效、动态感知、智能决策的新型智慧生态体系。

此外，近日北京和上海出台的网约车新政，要求“本地户口本地牌照”。这将极大的限制网约车在上述城市的规模。由此产生的结果是，上述城市的网约车数量将急剧减少。这也给分时租赁企业带来机会以服务大量未满足的移动出行需求。

今年6月1日，交通运输部发布《关于促进汽车租赁业健康发展的指导意见（征求意见稿）》（简称《征求意见稿》），明确提出鼓励分时租赁，规范汽车租赁业有序发展，同时建立健全配套政策措施，实行停车费优惠，为分时租赁车辆停放等创造条件、提供便利。《征求意见稿》还提出，如果将私家车的车辆性质登记为“租赁”并符合当地有关规定，也可以从事分时租赁业务。政策利好，中国分时租赁市场有望迎来新机遇⁵。

从技术角度：互联网技术/智能技术的发展，将持续提升分时租赁产品的便捷性和整体体验。

新能源汽车技术的发展，将大大降低电动车的成本（据测算2020年电池成本将下降约40%）；同时，电动车里程也将进一步提升，从现在的平均200公里提升到2025年的平均400公里以上。电动汽车成本的下降，将减低企业运营成本压力；里程的增加，将给消费者提供了更好的使用体验，从而增加单车运营时间。

无人驾驶技术的发展，将给分时租赁市场的发展提供更多的延展空间。在2025年后，通过无人驾驶，一方面消费者可以享受自动的专车服务；另一方面，企业也可以实现智能自动调度，进一步降低企业运营成本。

除此之外，分时租赁的发展所带来的战略价值，与网约专车/快车的发展相似，在新能源汽车销售、新技术的发展、全产业链发展以及消费者大数据的积累方面，都有积极的促进作用。

其他共享汽车模式未来趋势简要判断： 共同成长，趋势分化

出租车

传统出租车正受到其他出行模式的冲击，由于出租车数量受国家管控力度大，同时基于国家对出租车数量增长有明确规划，未来出租车市场将以约3%的增速稳定发展，同时新能源置换燃油车的趋势是重要趋势之一。

思略特预测，2020年出租车数量将上升至124万辆，运输人次达204亿次，交易金额2553亿元。

目前，太原、北京等城市已开始计划逐步将出租车全部替换为新能源汽车。

网约专车/快车

网约专车/快车的市场预计将以11%的速度继续增长，由于网约专车/快车提供优质的出行体验，培养用户粘性；同时消费者共享理念不断提升，网约专车/快车的发展得到了持续的推动。但近期出台的网约新政将对市场产生一定冲击。目前看地方新政会对一二线城市产生一定影响，对其它城市影响较少。

思略特预测，2020年网约专车/快车数量将上升至61万辆，运输人次23亿次，交易金额达到450亿元。

网约专车/快车的发展，有助于积累消费者大数据，可以帮助我们更好的了解消费者使用、消费习惯，衍生出新的收入源；有助于促进新技术的发展，包括定制出行、智能网联、无人驾驶等；同时，对整个产业链的发展，包括研发、售后、金融等方面也起到一定的支撑作用。

经营性租赁

由于受到公车改革、企业高管配车变化、企业财务优化、旅游自驾游市场发展等积极因素的驱动，未来整个经营性租赁出行市场的增速将达到16%。

思略特预测，2020年经营性租赁车辆数量将达到112万辆，运输人次8亿次，交易金额达到894亿元。

经营性租赁市场的增长，对于整个汽车市场而言，起到了稳定渠道销售价格的作用，避免过度低折扣销售给租赁公司，紊乱新车价格和二手车残值；对新能源汽车的销售起到促进作用，也为新能源汽车的运行积累了经验。

顺风车(拼车)

消费者在通勤市场对于性价比高的出行模式有较大需求。未来,拼车逐渐加入社交的属性,将对该模式进一步增加吸引力,同时政府对共享经济、科技创新持积极支持态度;未来拼车模式也可能受到政策的扶植。顺风车(拼车)市场的增长速度,预计从目前到2020年,年复合增长率约为9%。

思略特预测,2020年顺风车(拼车)市场车辆数将达到23万辆,运输人次3亿次,交易金额达到68亿元。

顺风车(拼车)在积累消费者大数据,更好的理解消费者使用、消费习惯,寻找延伸新的收入来源,以及新车和其他业务营销渠道的推广方面,起到了积极作用。

P2P租车

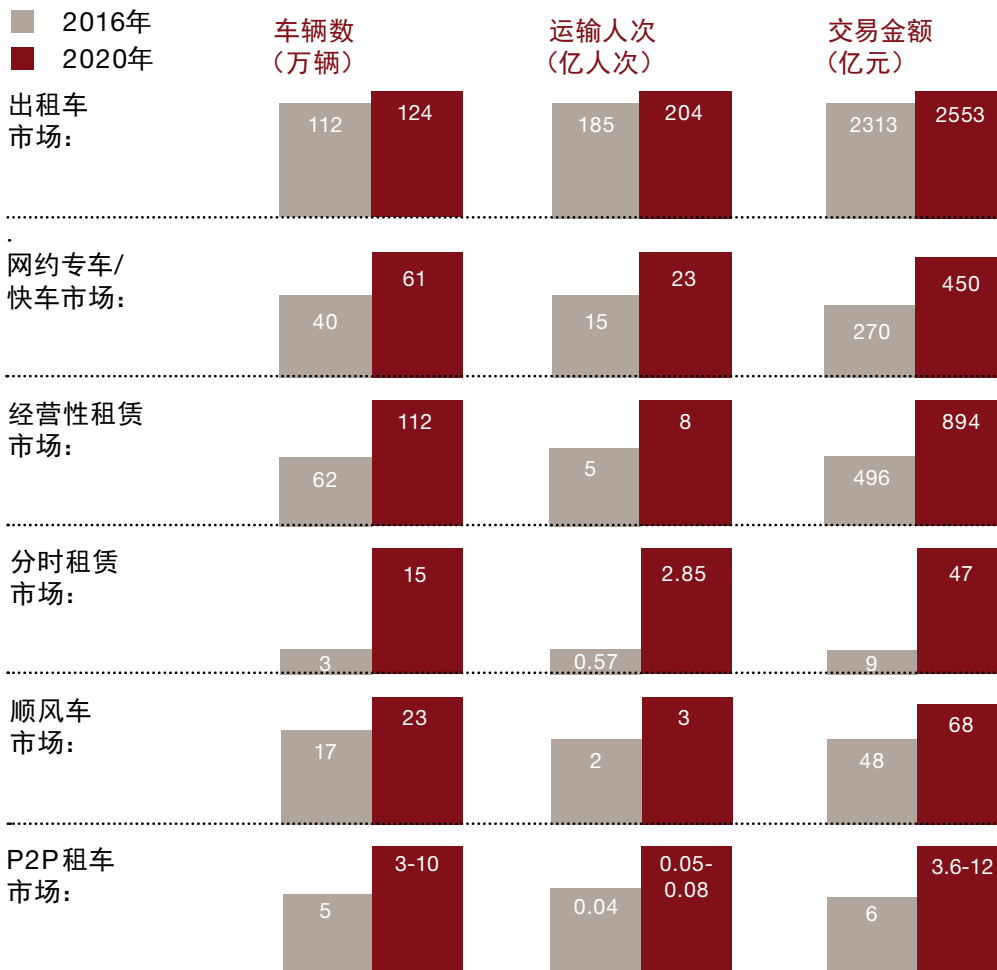
基于前文对P2P租车的分析,该市场仍然处于发展初期,且面临极大不确定性。征信体系不完善给车源供给、运营管理带来挑战。P2P租车市场政策风险高,个人车辆目前仍不允许运营,短期内该政策趋势不会变。随着P2P过度投资时代的结束,多个P2P租车公司在经历了近两年不温不火的发展后最终还是调整了方向,有的选择退出市场,转向了分时租赁领域。

总结

- 展望未来共享汽车的发展，未来不同的共享汽车模式将相互渗透。综合性的出行平台将具有较大发展潜力。独立的单一业态的共享汽车将难以拥有足够的黏度和规模。同时，线下运营能力将越来越重要，重资产模式在共享出行领域将不可避免，纯粹的互联网平台企业将遇到更多的挑战。未来，汽车共享出行将必然与公交系统、铁路民航打通，为消费者提供更加便利的综合性一体化交通出行解决方案。
- 共享汽车是未来中国智慧交通的核心组成部分，智慧城市的发展也将需要共享汽车的大量数据支撑。共享汽车领域的领头羊企业，将会是中国构建智慧城市、智慧社会的主要力量。因此，可以预见未来共享汽车领域将有更多更深刻的变革。
- 尽管入局共享汽车的企业众多，但由于投入成本高、配套设施缺乏等原因，行业难以形成像共享单车那样的“大玩家”。当前，在行业火热的表象之下，实现盈利的企业寥寥无几，甚至有个别企业已经倒闭。何时盈利，是摆在共享汽车企业面前的一道难题。
- 目前，分时租赁行业大多处于亏损阶段，由于规模所导致的。分时租赁的经营必须上规模，而其中很大一个阻碍就是服务能力和基础设施的问题。共享汽车企业普遍面临找不到车、可用车辆少、停车难、充电桩少等问题，背后是引导资源的合理配置。
- 对城市道路管理提出新挑战。分时租赁使用小型客车，仍是一种非集约化的出行方式，需要在优先发展公共交通的前提下，统筹考虑城市经济发展、交通出行结构、汽车保有量、停车资源等实际情况，因地制宜、因城施策，研究建立与本地公众出行需求、城市道路资源、停车资源等相适应的车辆投放机制。车辆投放机制应当考虑大中小城市的不同特点，对于城市道路资源紧张、环境约束趋紧的城市，特别是北京、上海、广州、深圳等特大城市，其车辆投放规模应与中小城市有所差别⁶。
- 随着共享经济在中国的兴起，曾在美国市场失败的汽车分时租赁很有可能在中国取得成功。中国人均拥有车辆少，传统汽车租赁公司发展一般，一二线城市交通比较拥堵，分时租赁有天然沃土。
- 共享汽车的未来或是无人驾驶。无人驾驶技术将使分时租赁和网约车合二为一，对网约车、分时租赁将产生革命性的影响⁷。

附录

普华永道思略特各出行模式，2020年市场情况预测



尾注

1. 资料来源: 国家统计局
2. 资料来源: 《2015年“互联网+”出行研究报告》, iiMedia Research
3. 资料来源: 《2016年中国移动端出行服务市场研究报告》, iResearch
4. 资料来源: 《中国拼车市场7月报告》, 易观智库2015.7
5. 资料来源: 南方日报2017年6月2日A03版报道《共享汽车征求意见稿五大热点解读》
6. 资料来源: 南方日报2017年6月2日A03版报道《共享汽车征求意见稿五大热点解读》
7. 资料来源: 南方日报2017年5月24日A17版报道《共享汽车, 下一个独角兽行业?》
8. 本刊物中的内容根据截止2017年6月9日前有效的法律、法规、部门规章及可获得的信息资料编制而成。如有错漏或政策有改动, 请以最新发布的资讯为准。

我们是由注重实效的战略家组成的全球团队，致力于与您携手解决最棘手的问题，掌握最佳的机遇。

这意味着协助您开展复杂、充满风险的变革。我们在协助客户解决最棘手的问题上不断传承的优良传统，加之普华永道网络的广度和深度，使我们能够迅速实现既定的影响。

无论是筹划企业战略，还是推动职能部门和企业转型的方式打造相关能力，我们都能为您创造您所预期的价值。

我们是普华永道网络中的一员，普华永道各成员机构组成的网络遍及157个国家和地区，有超过22.3万名员工，致力于在审计、税务及咨询领域提供高质量的服务。业务垂询或了解更多，敬请访问我们的网站
www.strategyand.pwc.com

www.strategyand.pwc.com

© 2017 普华永道思略特、南方日报和南方+新闻客户端版权共同所有。普华永道系指普华永道网络及/或普华永道网络中各自独立的成员机构。详情请进入 www.pwc.com/structure。