



Fastdata极数

2020年 **中国** 互联网租车报告

2020.11

数据说明

- **移动端数据**：通过SDK的形式获取用户移动端APP使用数据。包括但不限于频次、时长、浏览路径、订单、移动支付等维度数据的收集，上报、存储及统计分析。
- **PC端数据**：针对特定类型平台进行不同维度及口径的数据抓取、数据结构化处理、存储及统计分析。
- **宏观数据**：来源渠道主要包括Wind、choice、彭博、各国相关统计机构、国际组织、第三方数据机构等。
- **统计周期**：报告重点数据截止日期为2020年9月30日。
- **研究对象**：本报告着重研究互联网租车渠道情况。
- **免责声明**：本报告基于独立、客观、实事求是的分析研究，但不对任何机构及个人，构成投资及其他决策建议，不分享相关收益，也不承担相关责任。



目录

内容摘要	4
------	---

1 中国互联网租车行业发展现状 7

- 旅游业正在摆脱疫情影响，走向复苏
 - 中国租车市场需求及潜力巨大
 - 移动端渠道为王，超九成租车需求通过手机下单
 - 租车平台日活用户达200万上下，持续恢复增长
-

2 中国互联网租车行业竞争格局 19

- 中国租车行业车队规模持续增长，近180万辆
 - 头部平台竞争优势形成，神州及一嗨居第一梯队
 - 借助平台优势，携程租车业务快速崛起
 - 全球最大租车公司倒闭，敲响高负债扩张警钟
-

3 中国互联网租车用户画像及消费趋势 34

- 90后接过80后的方向盘，成为第一大用户群体
 - 男性为租车主力用户群体，女性用车需求增长强劲
 - 房车租赁逐渐兴起，超豪华车需求增长强劲
-



内容摘要



千亿租车市场，增长潜力仍在：2019年中国租车市场规模达到1031亿元，租车需求将进一步释放。

2020年受疫情影响，旅游及商旅市场遭受重创，预计全年租车市场产值将下降12.4%。但从长期来看，国内疫情得到有效控制，旅游业快速复苏，用车需求将逐步释放。从用户基础来看，国人汽车出行习惯已经形成，目前中国约有1.68亿人拥有汽车驾照，

但无车可用，随着租车用户体验的不断提升，用户

移动端渠道为王，得移动端者得天下：2020年9月，租车APP日活用户已达到200万左右，来自移动端的租车订单占比达到92.7%，挤进用户手机应用列表，已经成为事关生死存亡的关键。



群雄争霸，格局未定： 拥抱年轻人，拥抱后浪：2020年1-9月，90后租车无论在活跃用户规模、车用户占比达41.5%，成为车队规模上都处于领先地位。此外疫情加剧消费分层，中产及低收入者消费能力下降，但是是在百年未有之大变局的2020年，神州租车被收购，前途未卜、携程租车业务持续发力、滴滴入局租车业务，都给中国租车市场增添了火药味及变数，新的行业霸主仍然可能产生。

拥抱年轻人，拥抱后浪： 2020年1-9月，90后租车无论在活跃用户规模、车用户占比达41.5%，成为第一大租车群体。此外疫情加剧消费分层，中产及低收入者消费能力下降，富裕阶层消费未受显著影响，房车及超豪华车租赁需求增长强劲，租车平台应积极开拓利基市场，拥抱年轻人，拥抱后浪，重拾增长。



Coupe

内容摘要



Fastdata极数

中国互联网租车市场

有汽车驾照无车用户数

1.68亿+

2019年租车市场规模

1031亿元

预计2020租车市场同比

-12.4%

租车平台月活用户数

1014万

租车车队规模

178万辆+

90后租车用户占比

41.5%

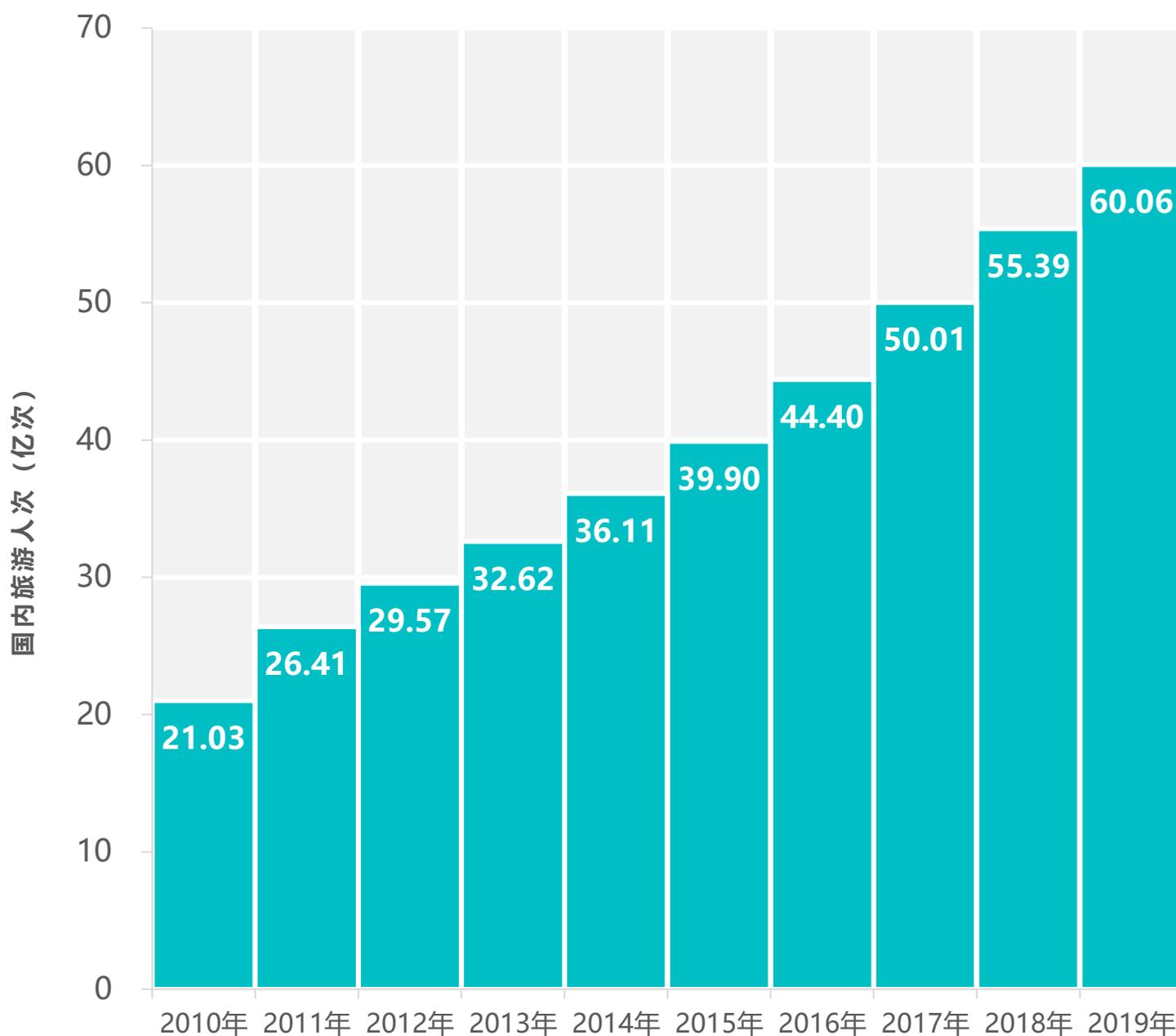
1

中国互联网租车 行业发展现状



近十年，国内旅游人数持续快速增长 为租车服务提供了巨量用户基础

- 2019年中国国内旅游超60亿人次，2020年虽然受疫情影响，旅游人数有所下降，但影响正在逐渐消除。

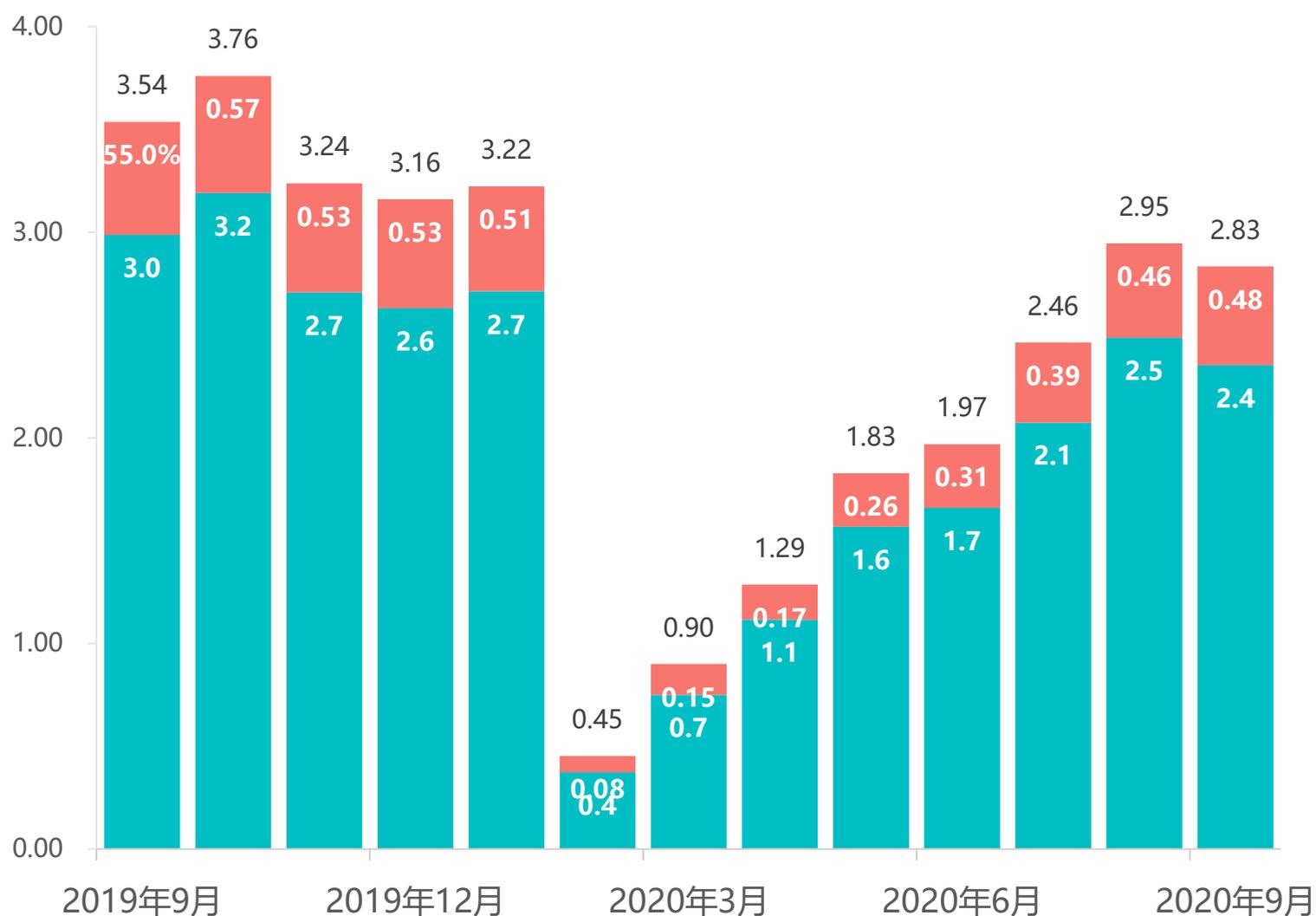


旅游及商旅出行正在摆脱疫情影响 逐步恢复活力

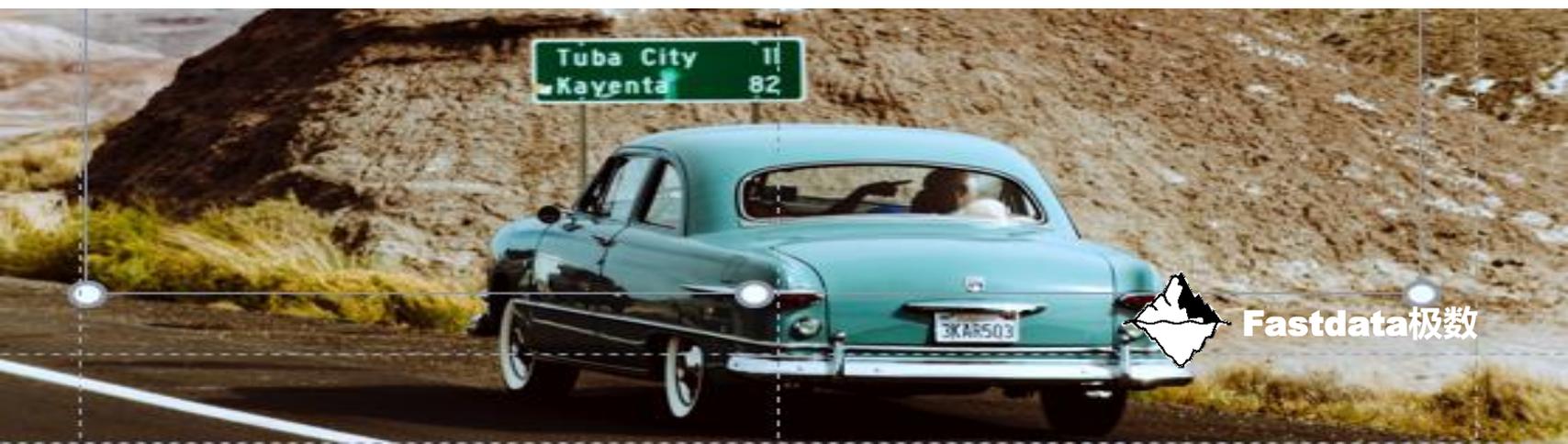
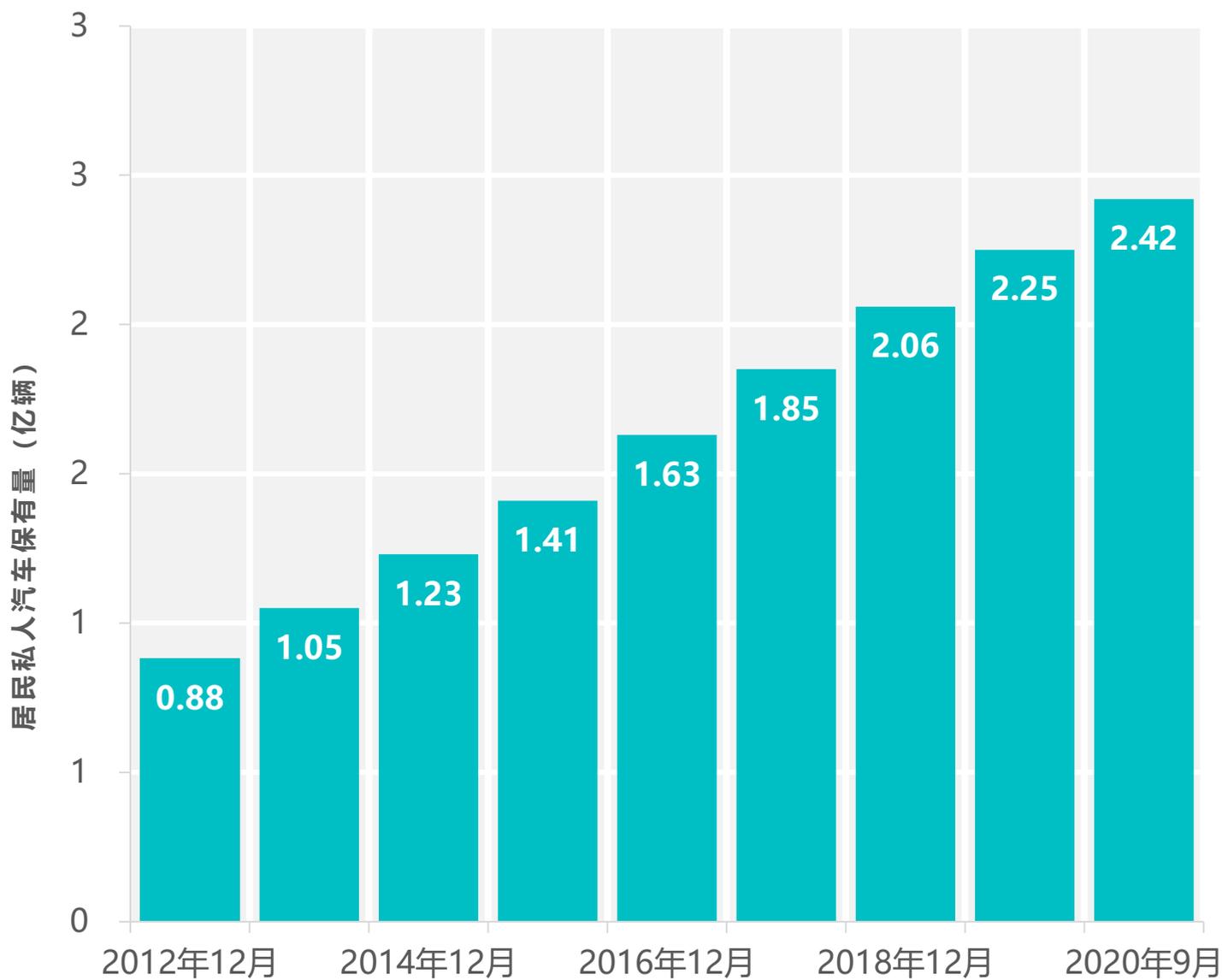
铁路及民航发送旅客数

2020年9月，铁路及民航共计发送旅客2.83亿人次，同比下降19.9%，但降幅收窄

■ 铁路客运量 (亿人) ■ 民航客运量 (亿人)

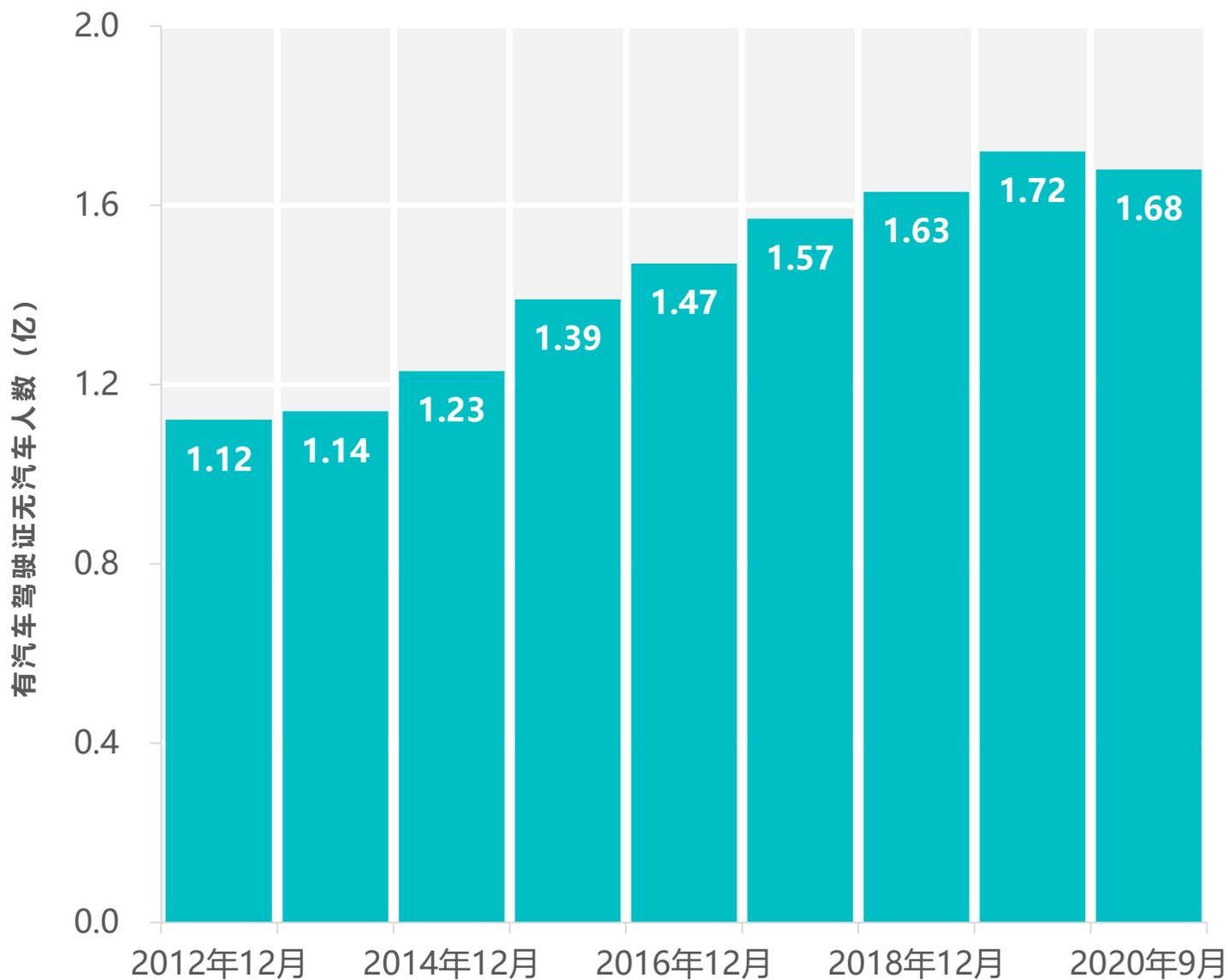


中国居民私人汽车保有量突破2.4亿辆 全民汽车出行习惯养成





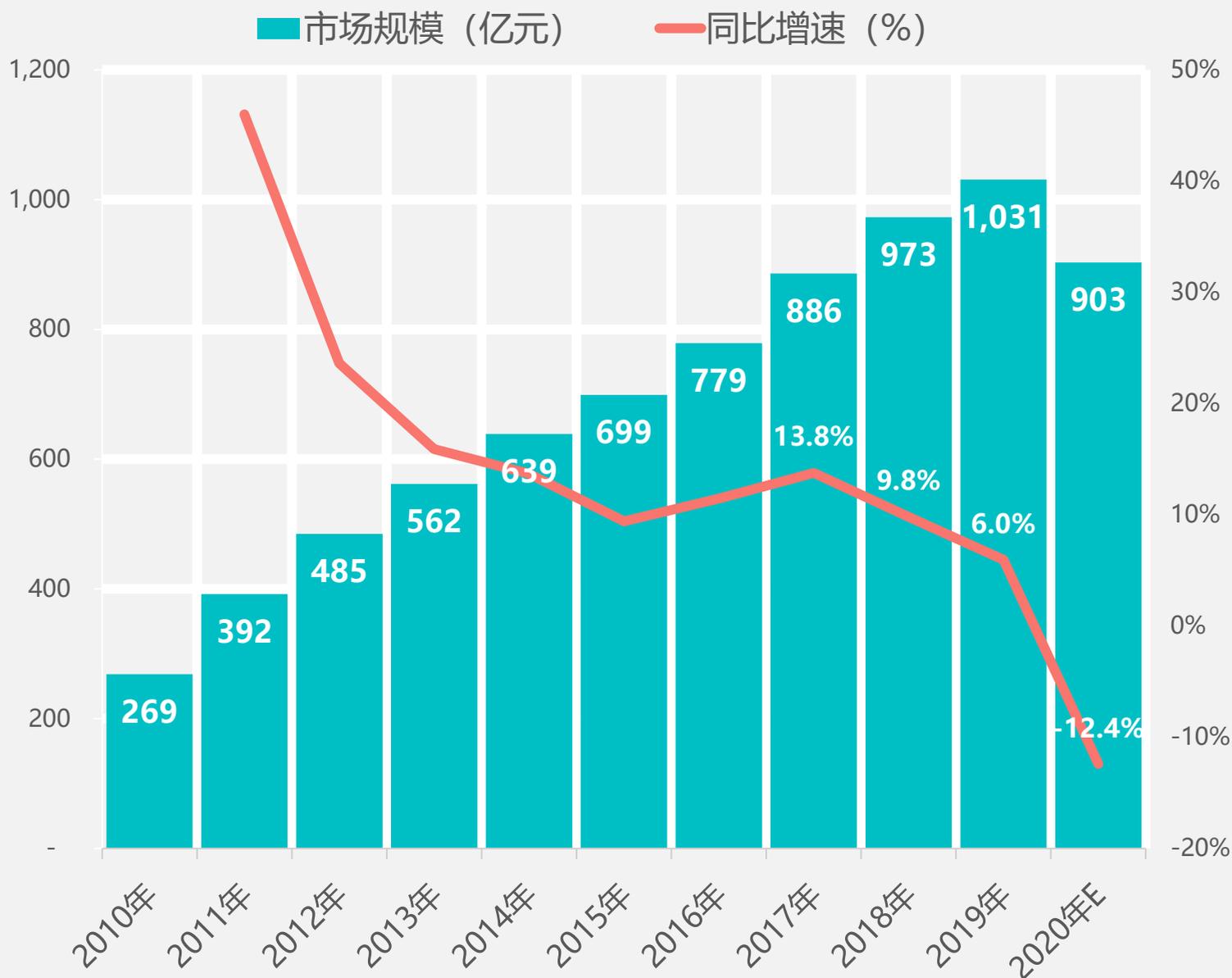
2020年9月，全国1.68亿人有照无车 汽车租赁潜在用户规模庞大



2019年中国租车市场规模达1031亿元 受疫情影响，2020年预计下降12.4%

中国租车市场规模

2010-2020年E中国租车市场规模及同比增速





移动端渠道为王 2020年移动端租车订单占比超九成



2010年线下订单占比

54.2%



2020年移动端订单占比

92.7%

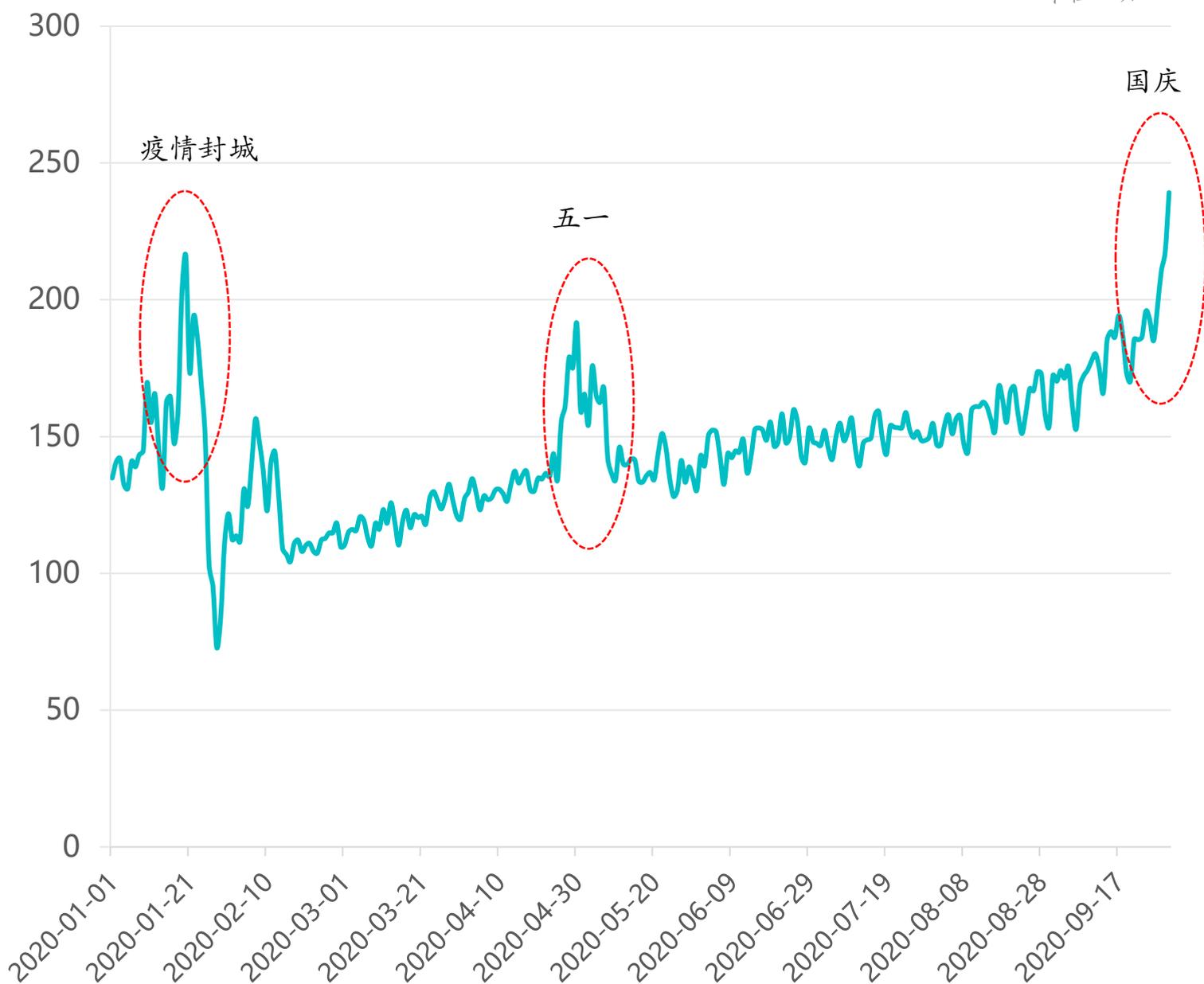


2020年9月，互联网租车日活用户超200万

互联网租车日活用户规模

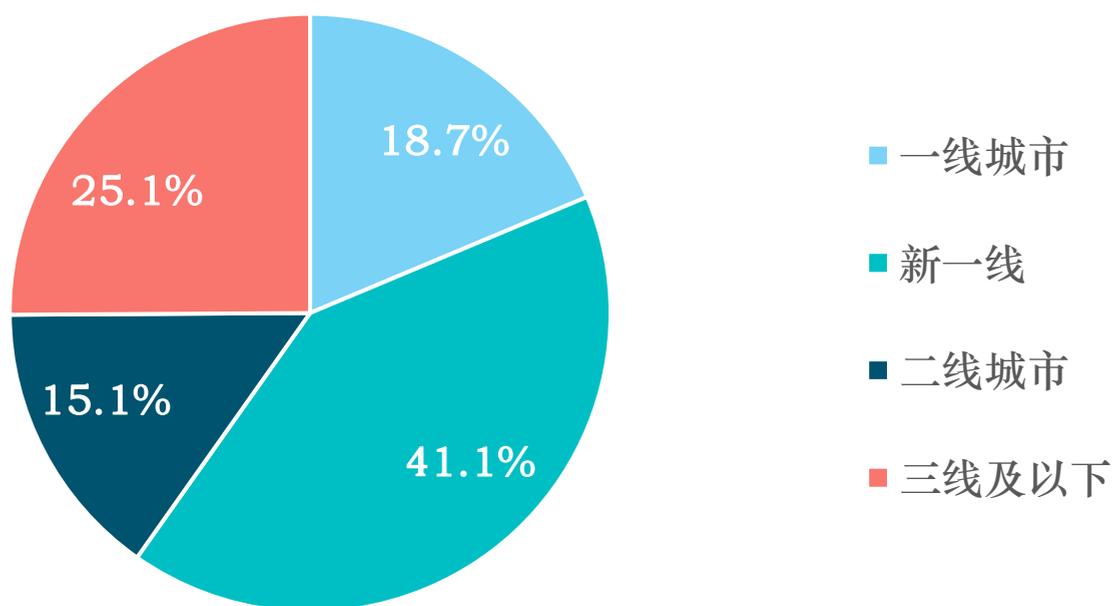
2020年1月1日-2020年9月30日互联网租车用户DAU

单位：万



一线及新一线城市居民为租车消费主力人群 用户占比近六成

2020年9月互联网租车用户城市分布

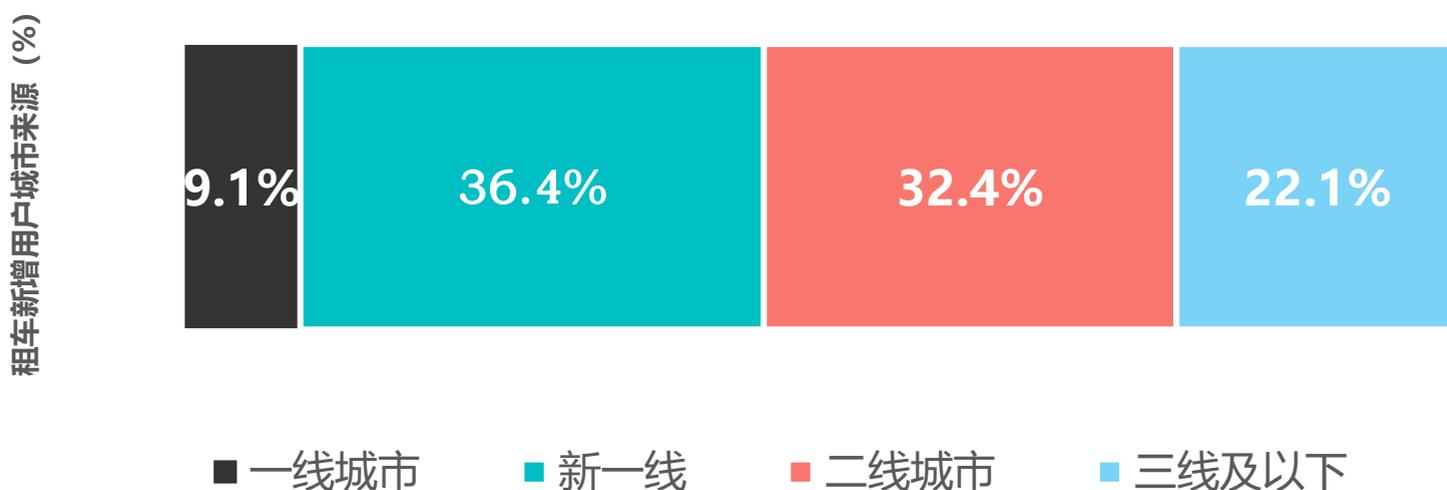
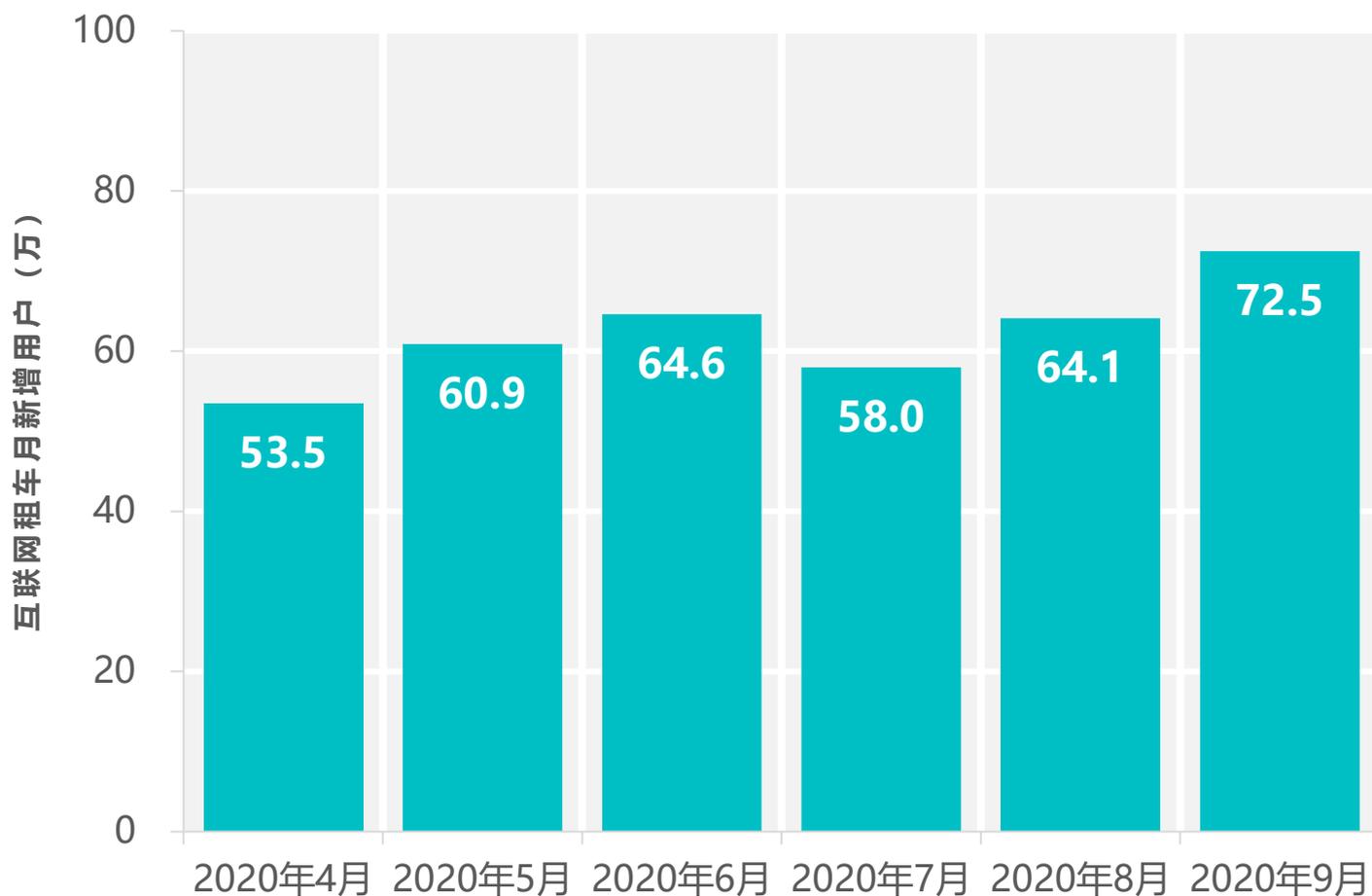


注：根据提交订单时用户所在位置统计



Fastdata极数

2020年9月，新增互联网租车用户72.5万 新一线及二线城市为增长主要动力



国内租车模式多样 直营连锁及聚合模式为两大主流模式

中国互联网租车主要模式

✓ 直营连锁模式

- 重资产模式，前期投入成本高，扩张周期长，风险大。用户服务标准化、用户体验及口碑好。



✓ 加盟连锁模式

- 轻资产模式，可实现快速扩张，对加盟商管理难度大，服务难以标准化，用户体验良莠不齐。



互联网租车 主要模式

✓ 租车聚合平台

- 主要为OTA平台租车业务，利用流量优势及消费场景，导入租车业务，提高流量变现价值，用户端选择多，用户体验参差不齐。

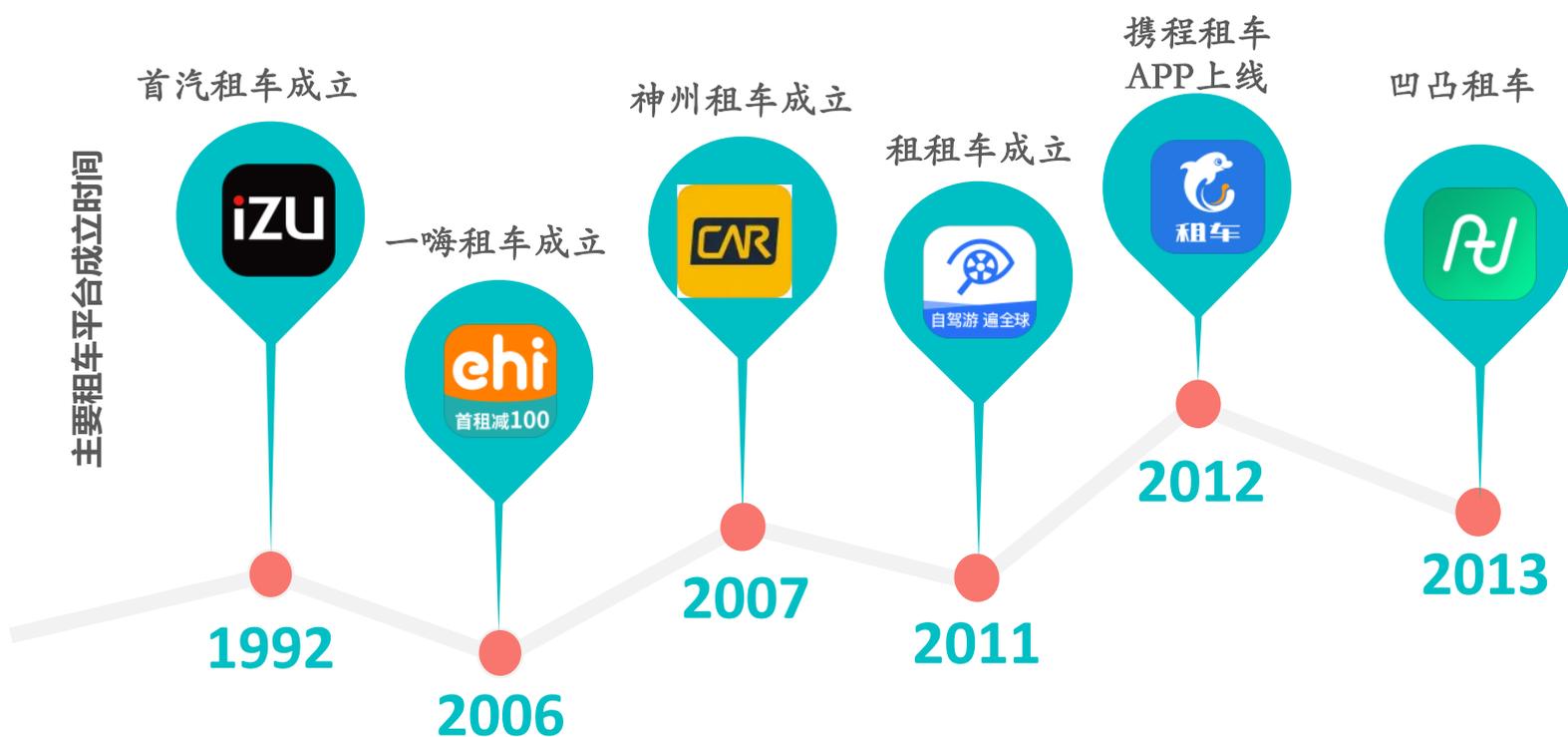
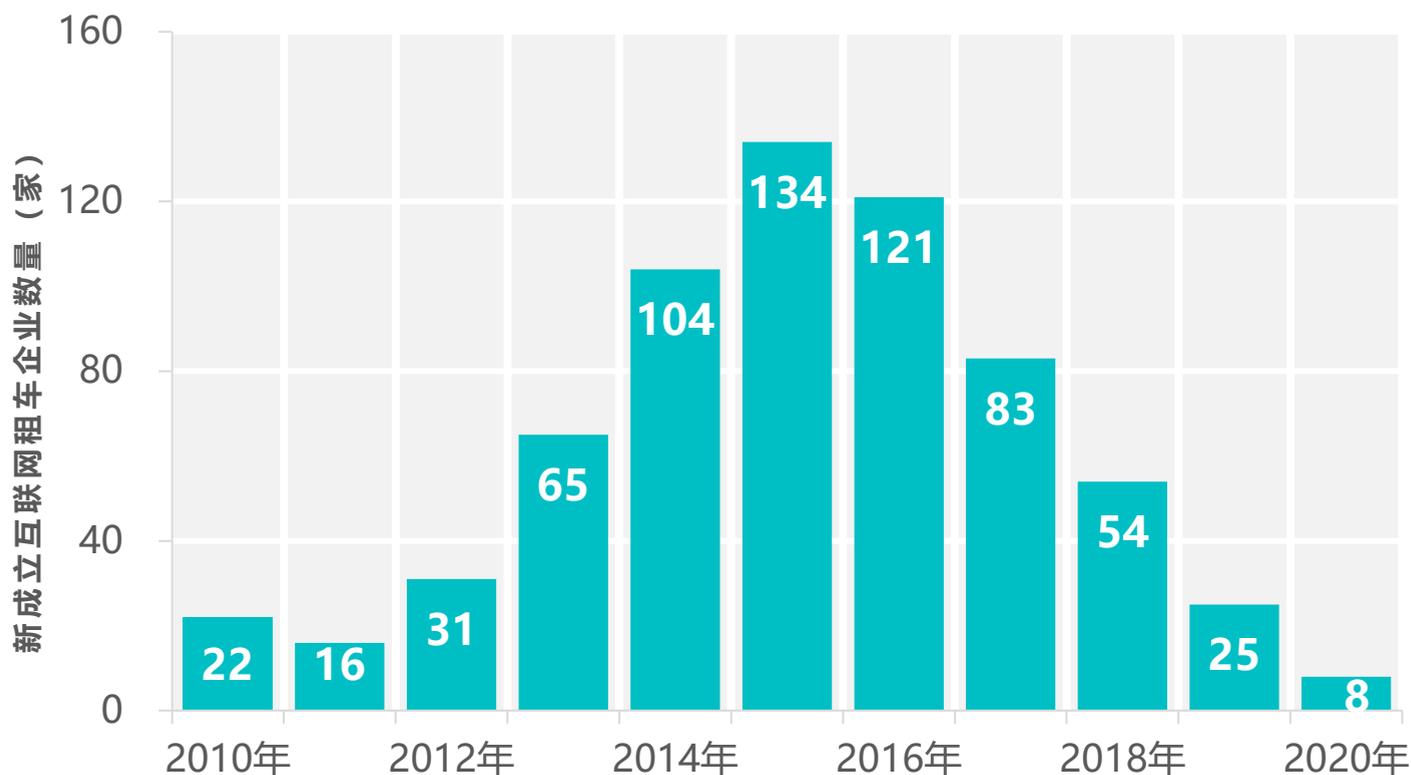


✓ 共享租赁模式

- 私家车主共享车辆，平台为用户与车主间的桥梁，轻资产模式，选择多样、纠纷多、车辆安全隐患大、管理难度大、用户体验较差。



2013年前，国内主要租车平台已相继成立

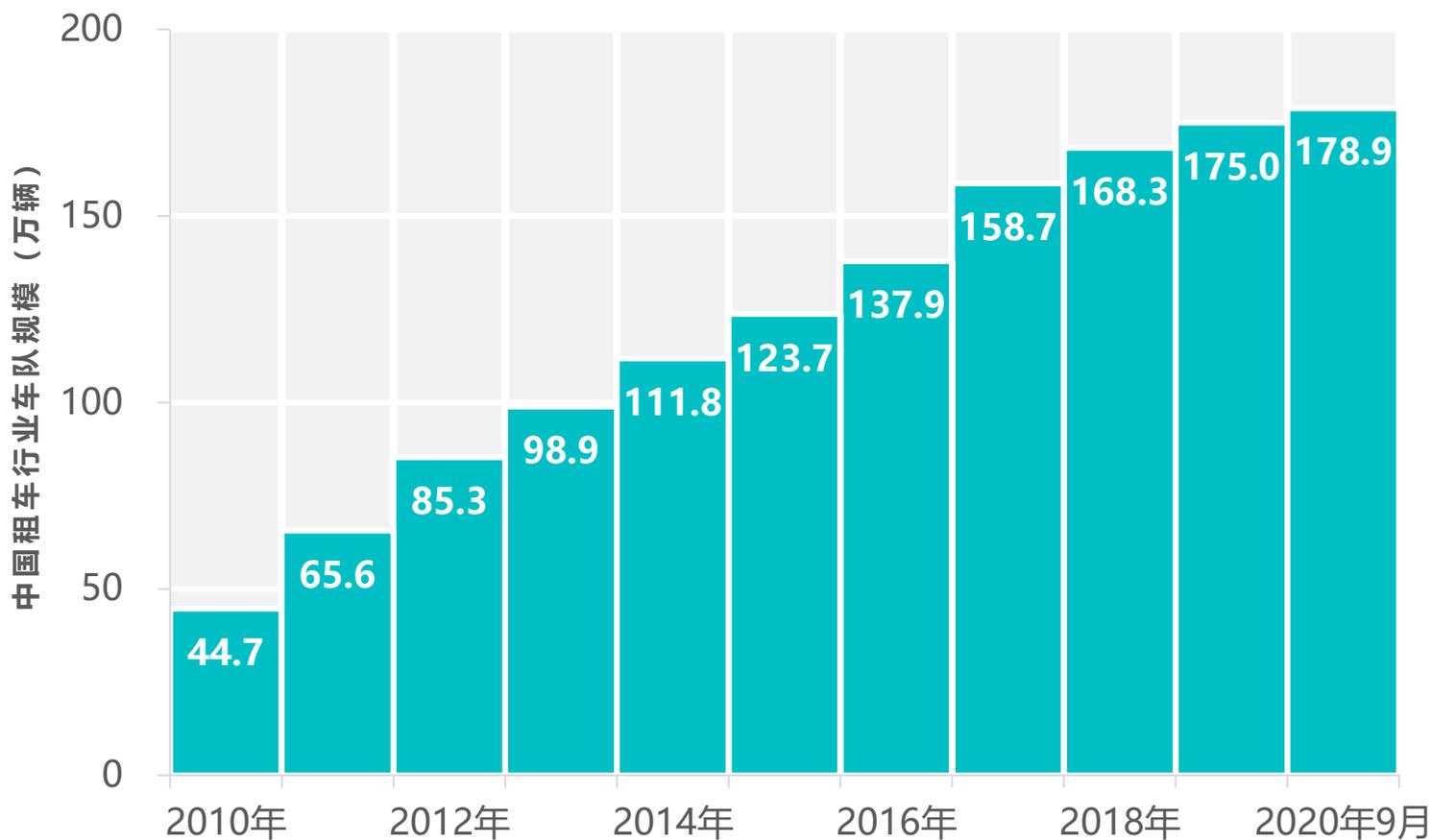


2

中国互联网租车行业 竞争格局



2020年9月，中国租车车队规模近180万辆



神州租车车队规模达14.9万辆，稳居榜首 一嗨租车及悟空租车入围三强

租车车队规模

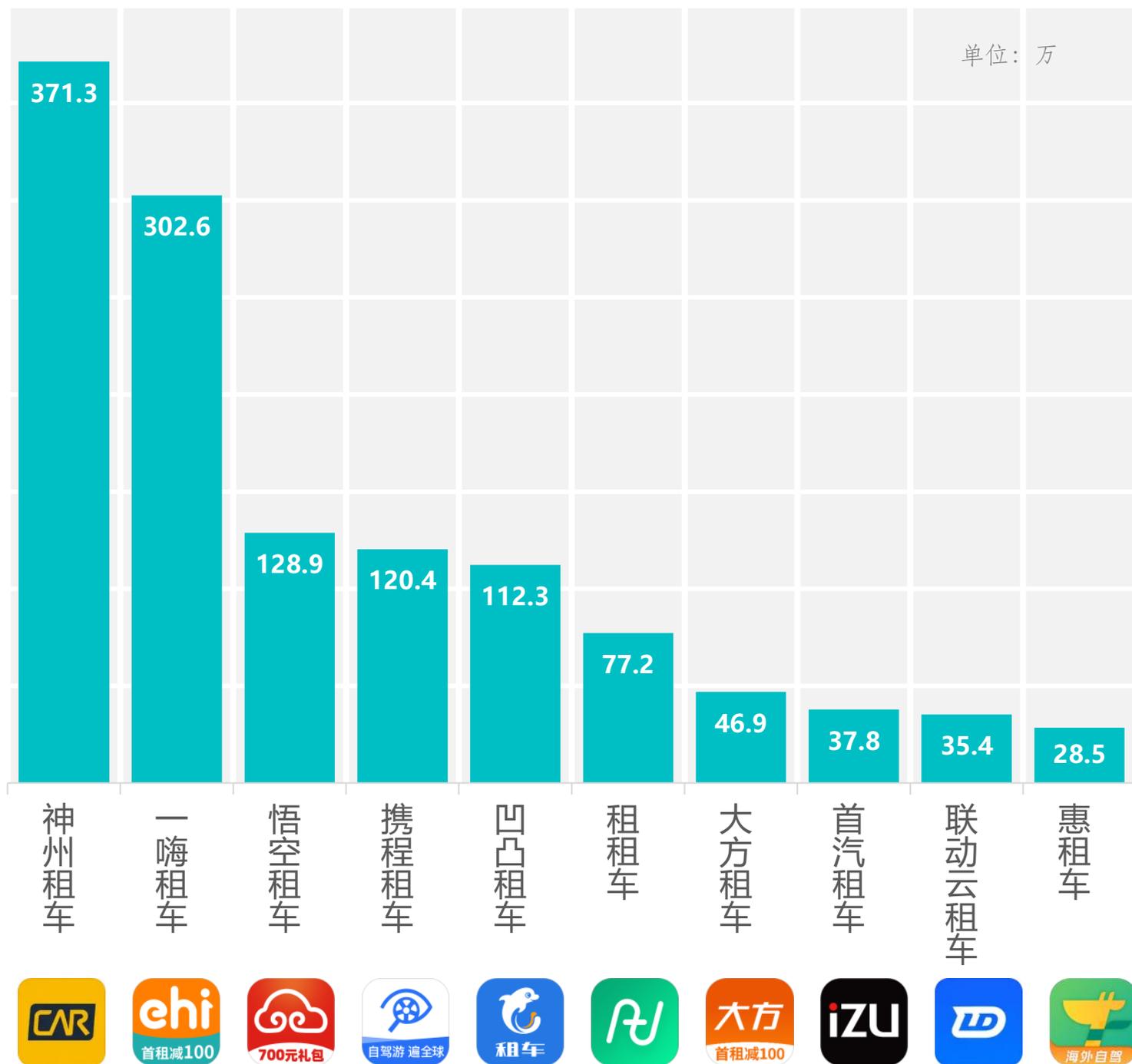
截至2020年Q3季度末，中国主要租车平台车队规模



注：1.滴滴出行租车车队超过40万辆，但因其业务特殊性，针对网约车司机，不做列举。
2.携程租车主要业务为聚合平台，为租车公司与用户搭建交易平台。
3.悟空租车等车队规模指活跃加盟车辆规模。

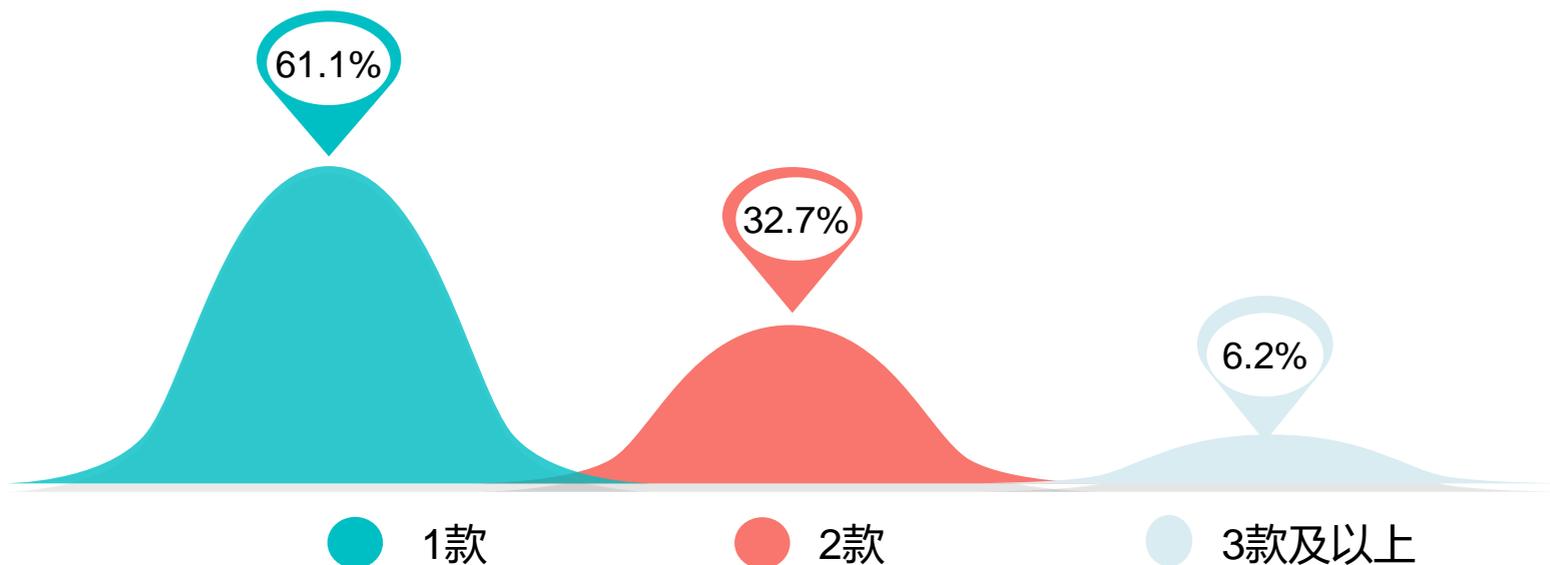
神州租车、一嗨租车活跃用户双双超300万 稳居第一梯队

2020年9月中国互联网租车APP月活用户排名

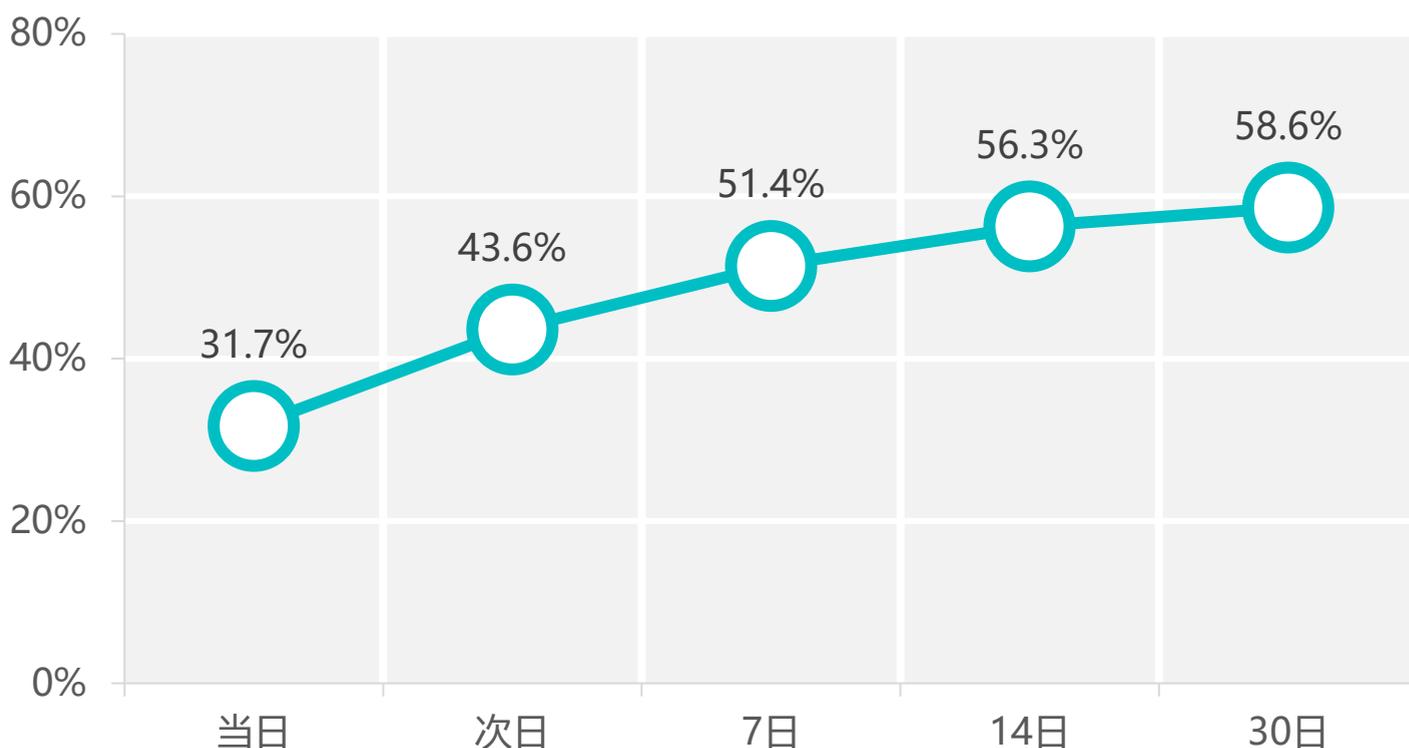


超六成用户只安装一款租车应用 用户用车习惯一旦形成，改变难度较大

用户租车APP安装数量（款）



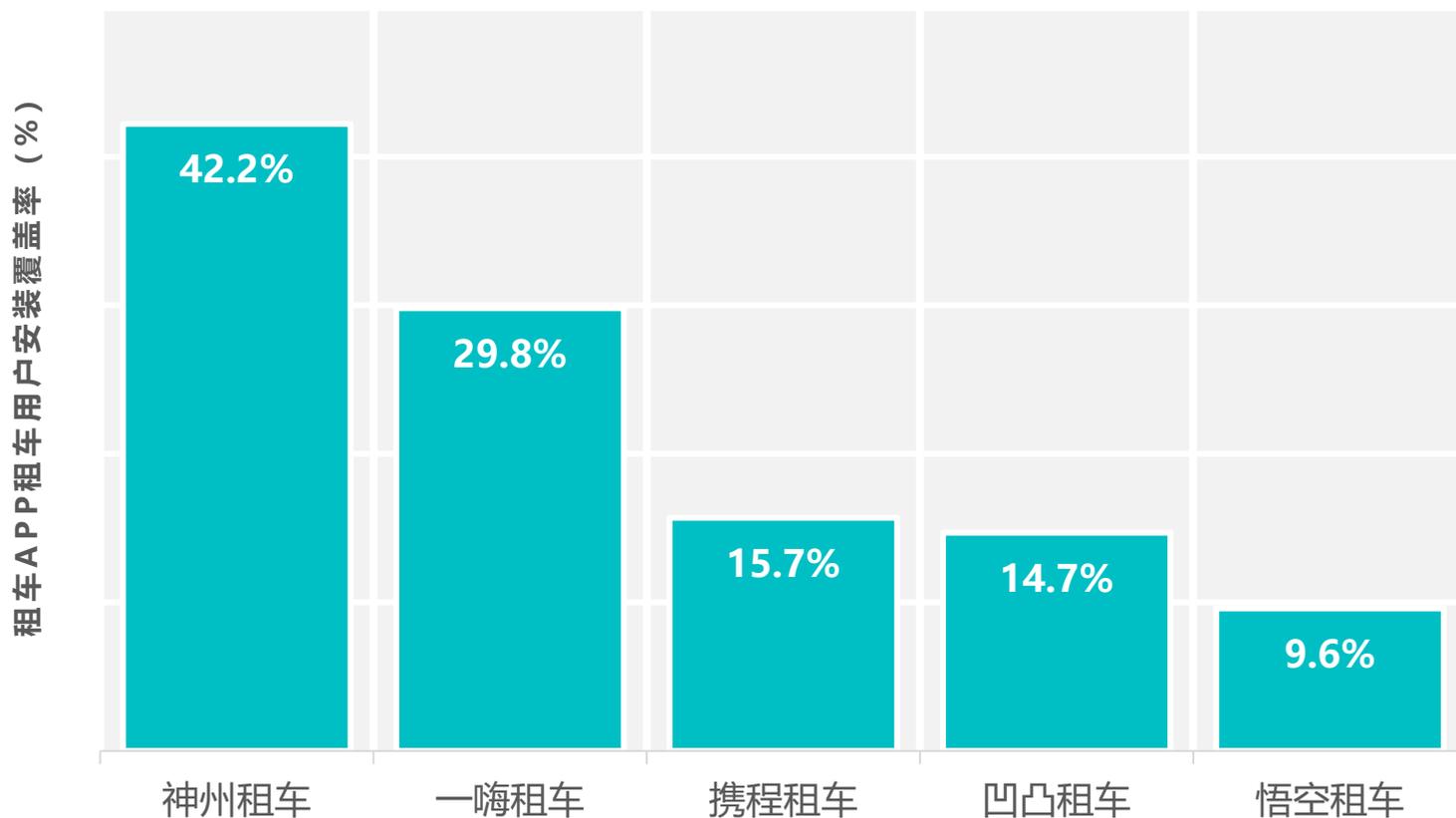
用户新安装租车APP卸载率 (%)



注：用户租车App安装数量统计，仅对安装了租车App的用户进行统计

携程租车业务快速崛起

携程租车APP用户安装覆盖率杀入前三

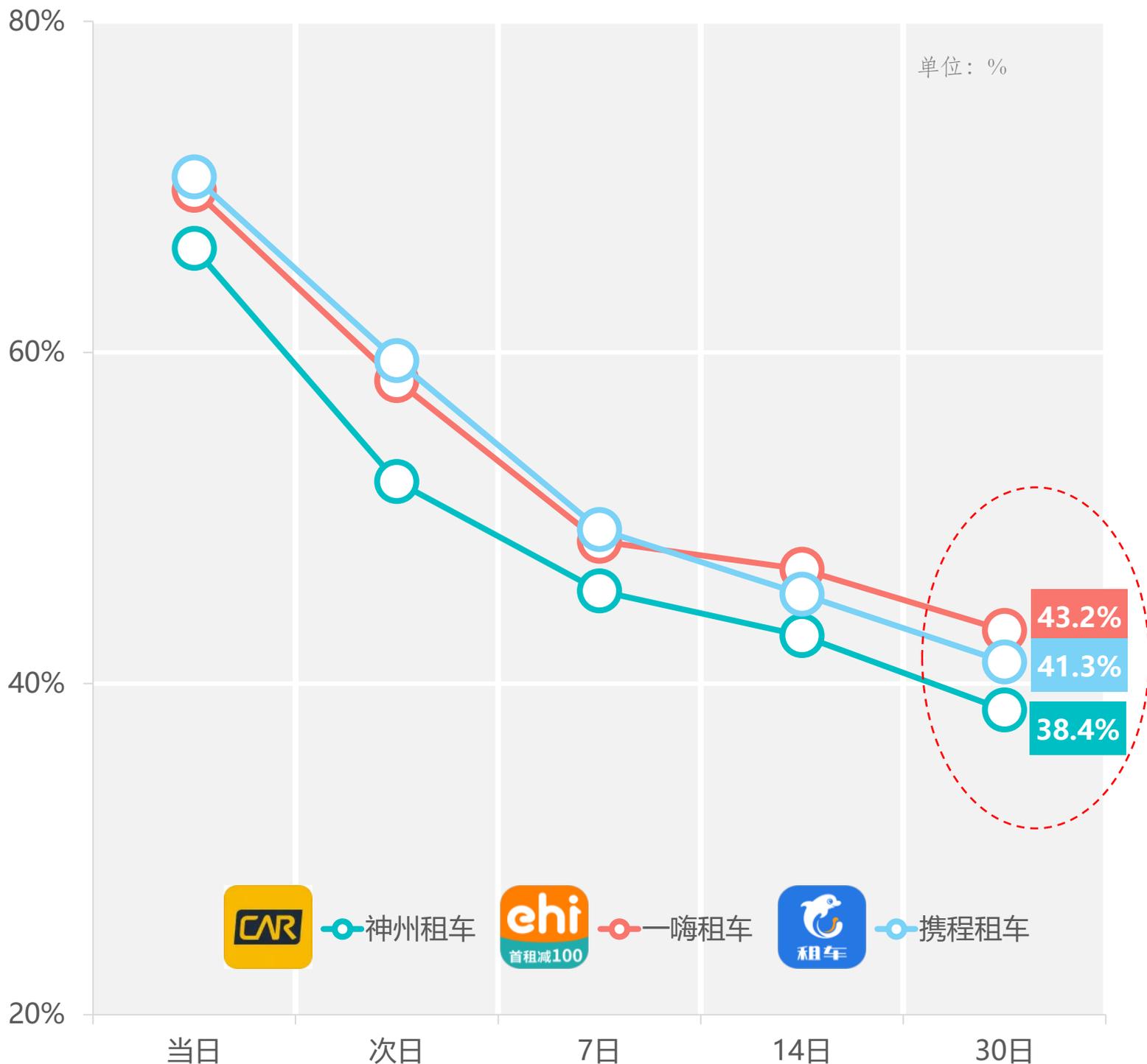


注：租车APP租车用户安装覆盖率算法为，首先统计所有安装租车APP的用户数，然后计算特定App的安装人数，某特定APP安装人数/租车App安装人数*100%即为租车App安装覆盖率，次数据为非去重数据。



一嗨租车与携程租车新客30日留存超40% 高于神州租车

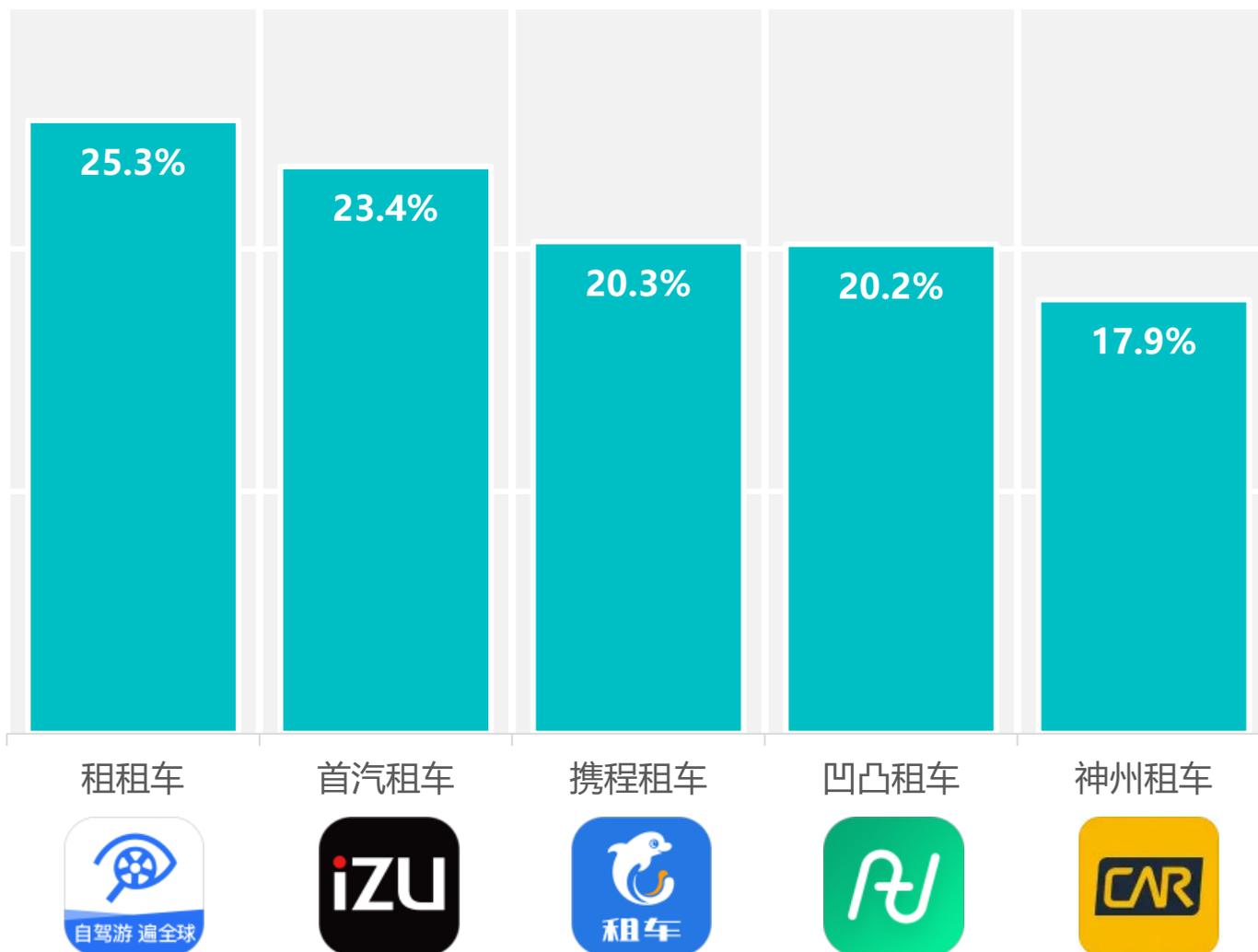
新用户安装租车APP留存率





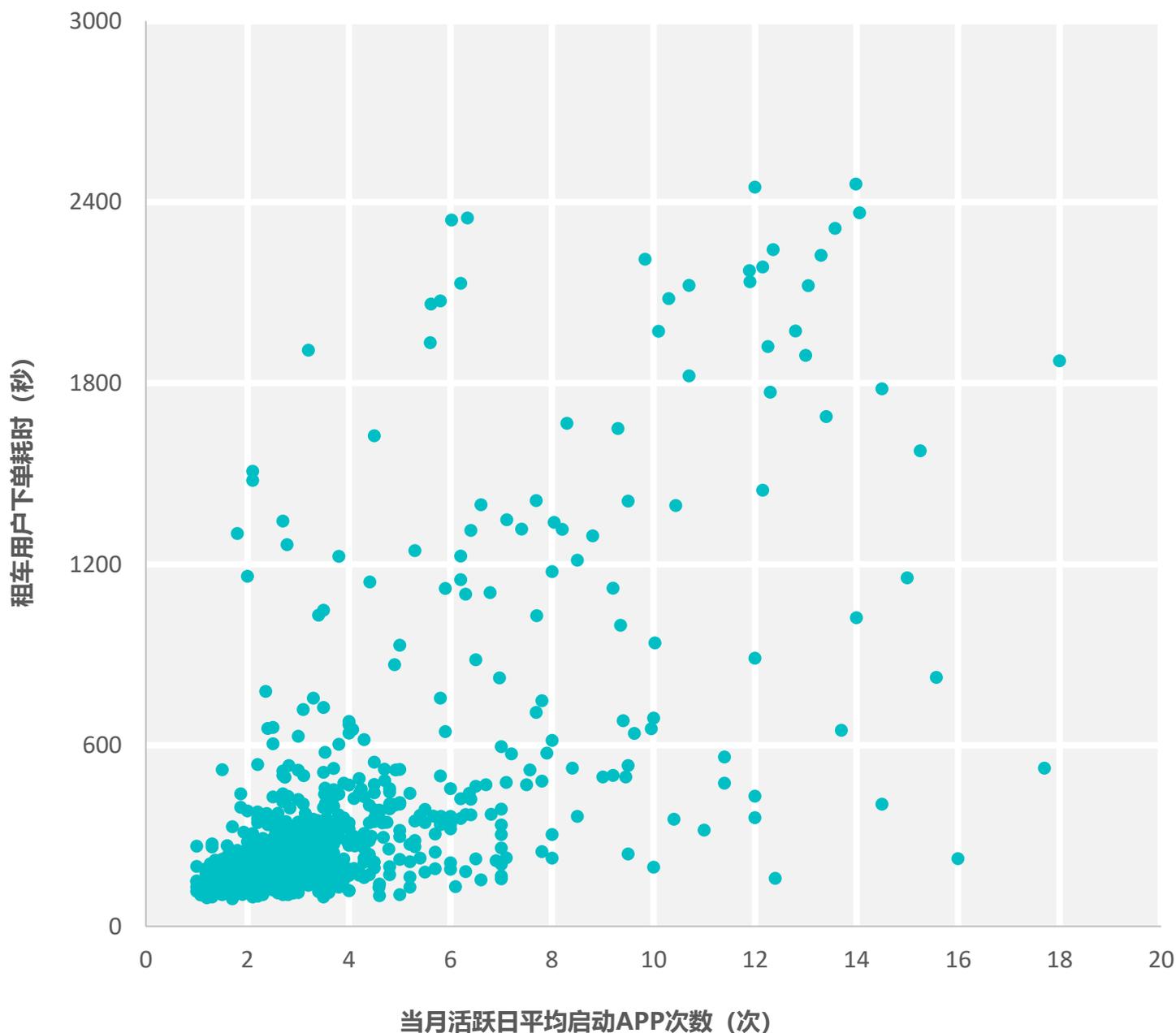
租租车新客下单率领跑租车市场 首汽租车排名紧随其后

新客APP下载当日下单率 (%)

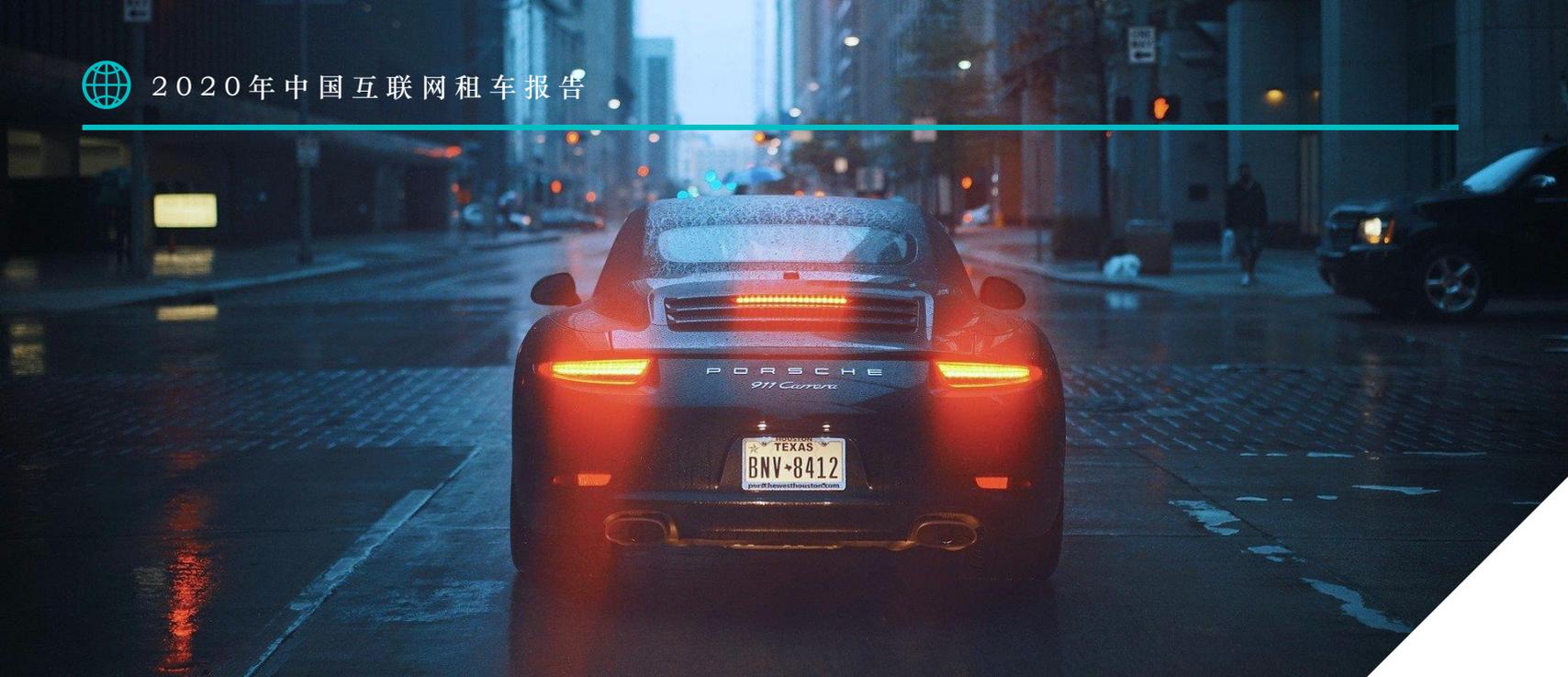


超九成用户下单决策少于10分钟

2020年9月租车用户下单耗时分析

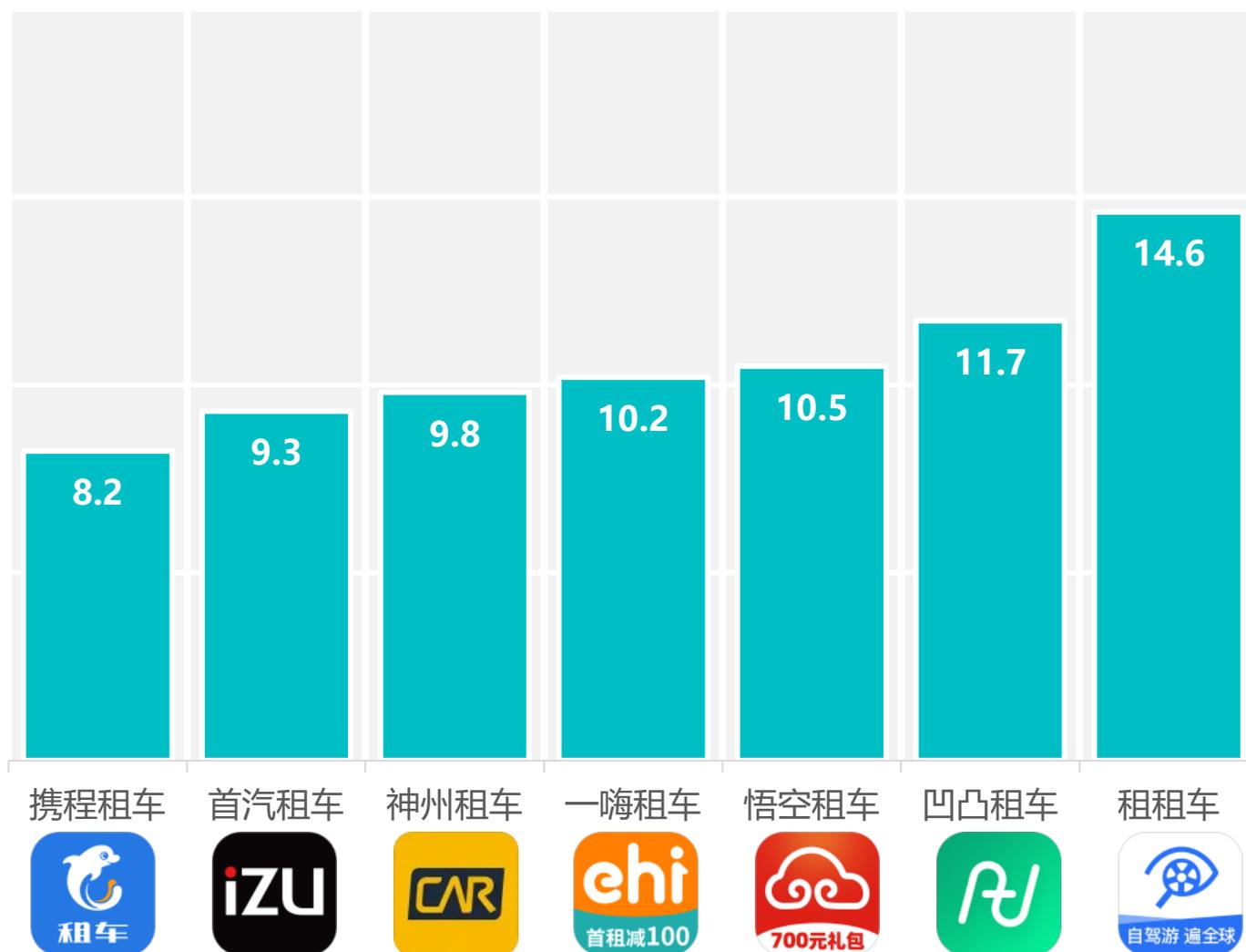


注：为更好的展示，仅随机抽取1000条数据进行展示



携程用户下单耗时仅8.2分钟 用户租车决策更加高效

2020年9月主要租车APP用户单均耗时(分钟)

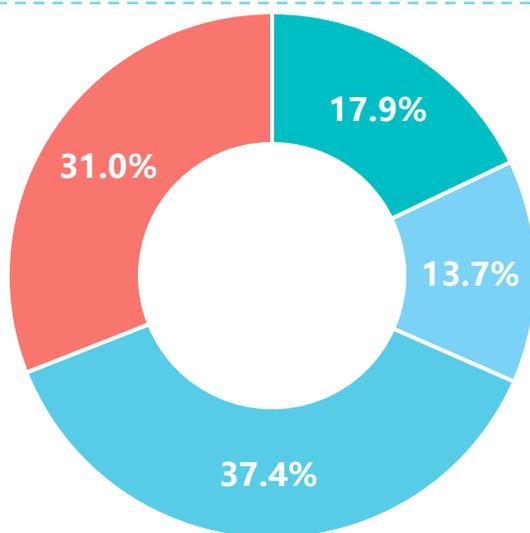


相比一嗨，神州对两者重合用户更具吸引力

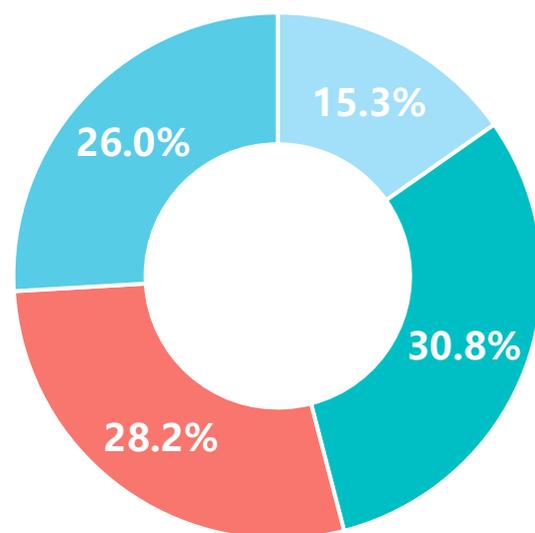
2020年8月用户重合度分析



2020年9月用户重合用户去向

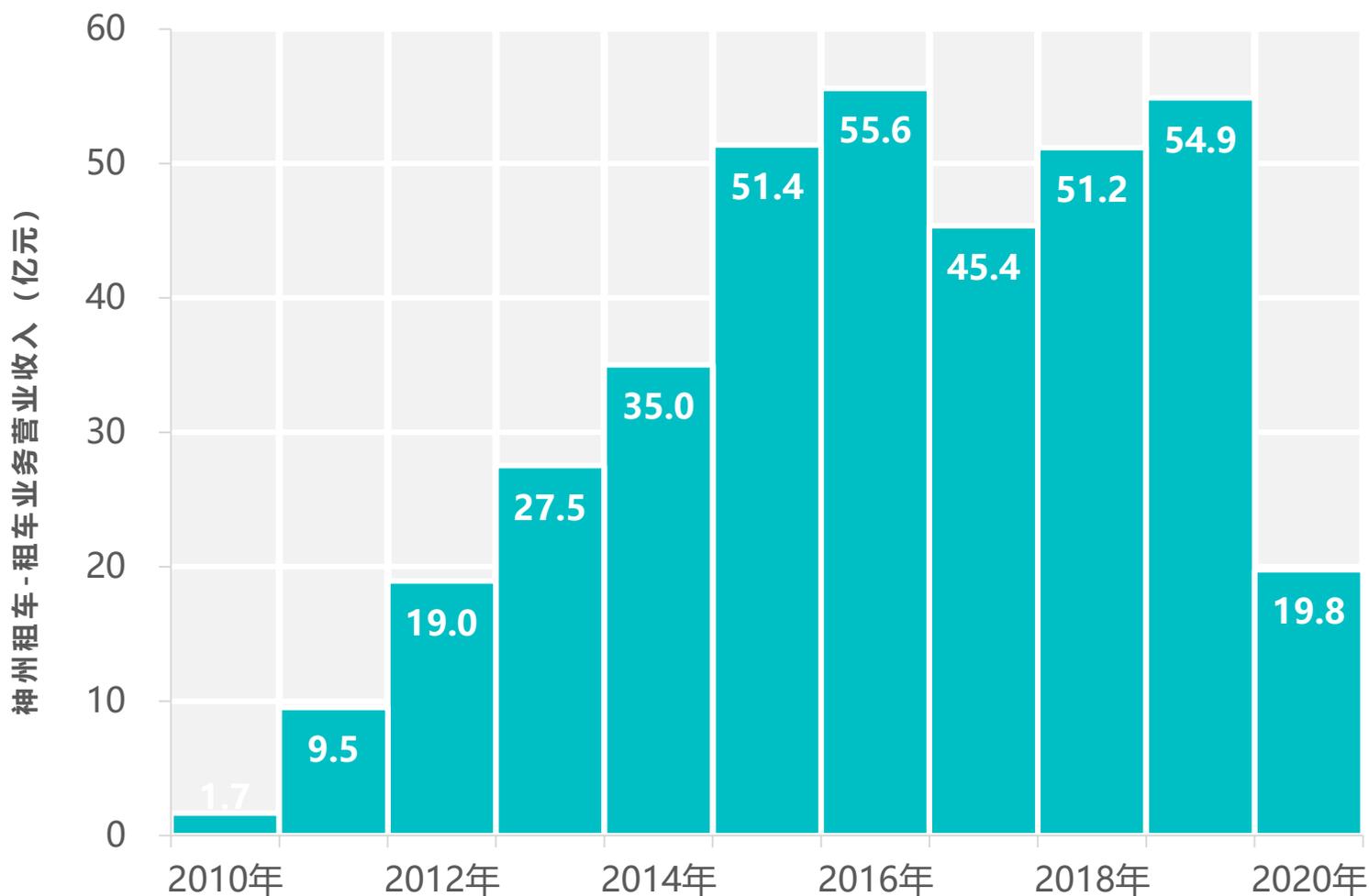


■ 神州租车 ■ 一嗨租车 ■ 重合用户 ■ 其他



■ 携程租车 ■ 一嗨租车 ■ 重合用户 ■ 其他

2020上半年，神州租车业务收入19.8亿元 为去年全年的36%，下滑严重





携程租车借助平台优势 在租车行业影响力持续增强

流量优势.

携程、去哪儿、同程艺龙等携程系平台为携程租车带来的巨额流量

业务场景.

携程机票、火车票及酒店预订业务为租车业务的开展提供众多场景



品牌.

携程为中国最大的OTA平台，品牌号召力强，租车业务水到渠成

业务协同.

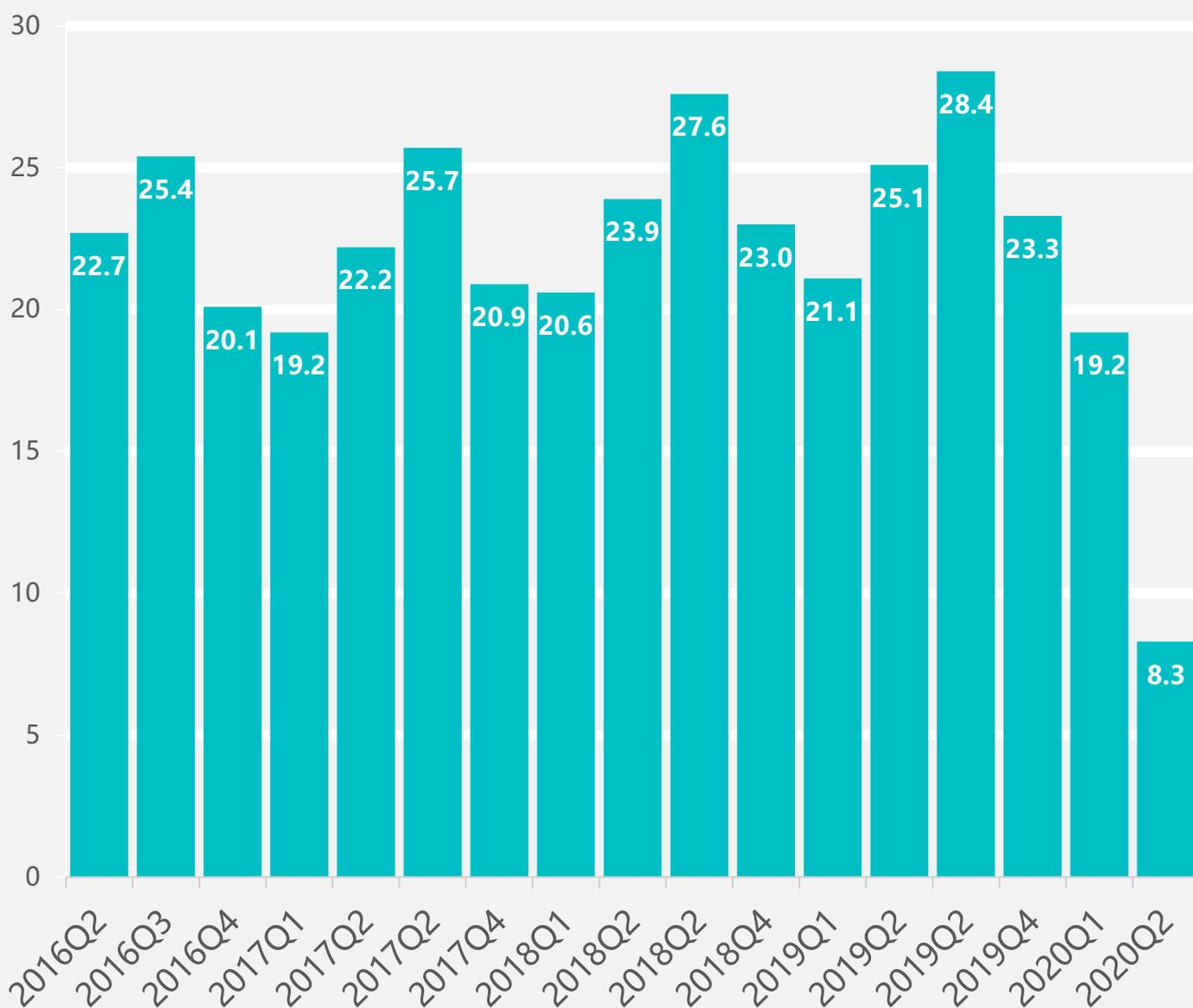
完成了携程在OTA交通领域的全链路布局，提升了竞争力



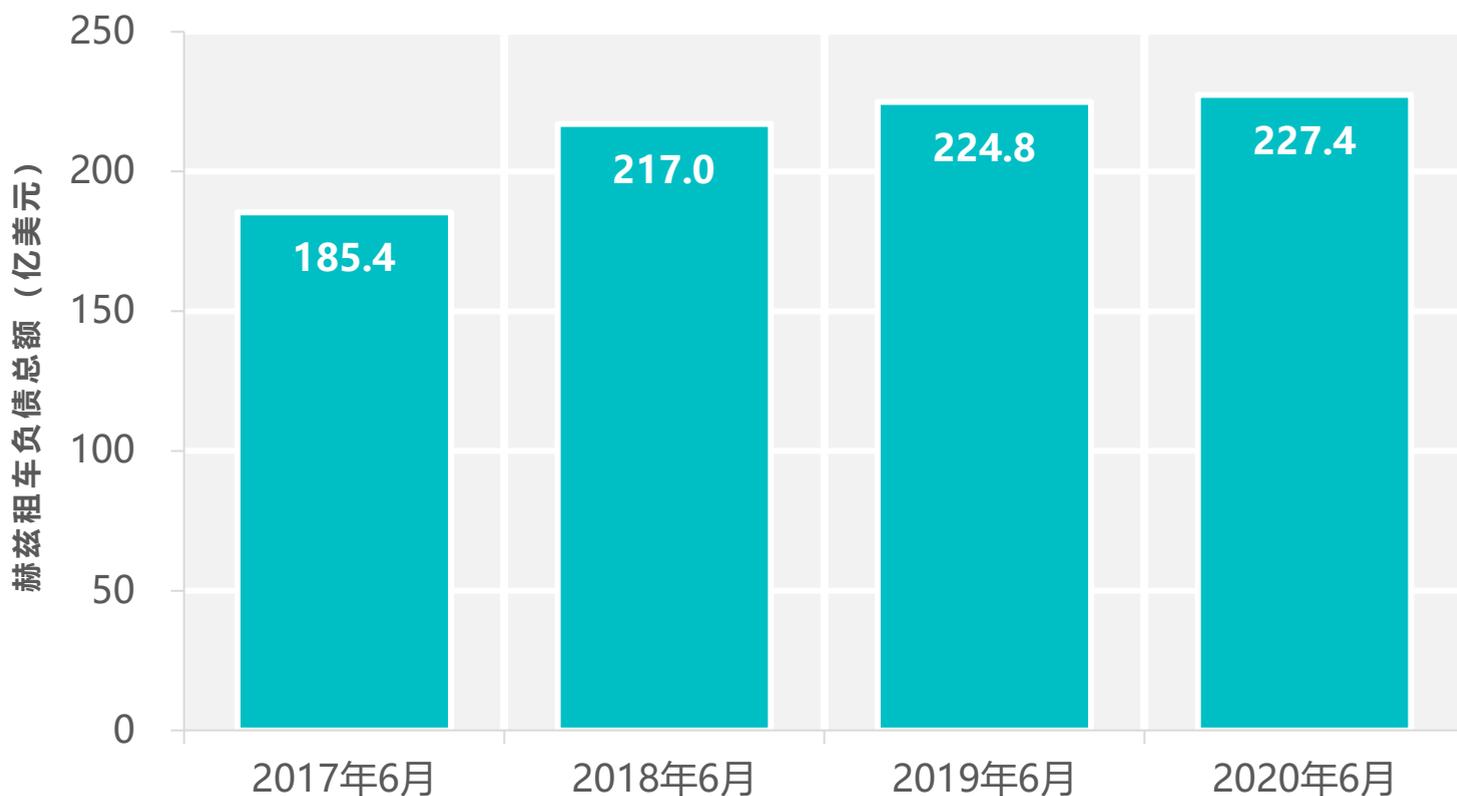
2020上半年，营业收入下降超四成 全球最大租车公司赫兹租车申请破产重组

赫兹租车营业收入

2020年上半年赫兹租车营业收入大幅40.3%，巨额负债下，申请破产保护



营收骤降，巨额负债致资金链断裂 赫兹破产为中国租车企业盲目扩张敲响警钟

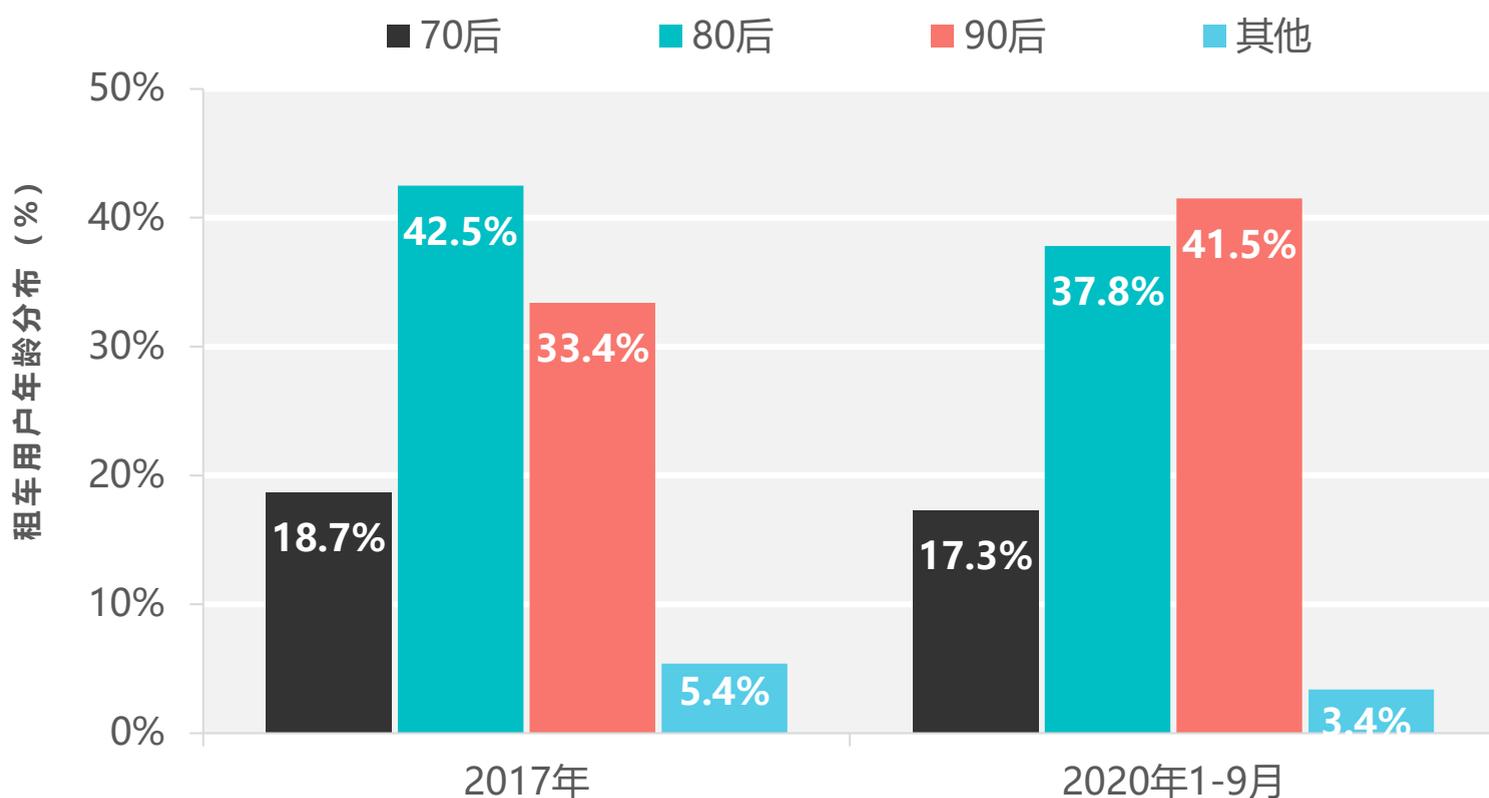


3

中国互联网租车 用户画像及消费趋势

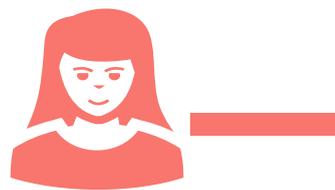
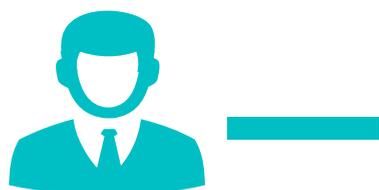
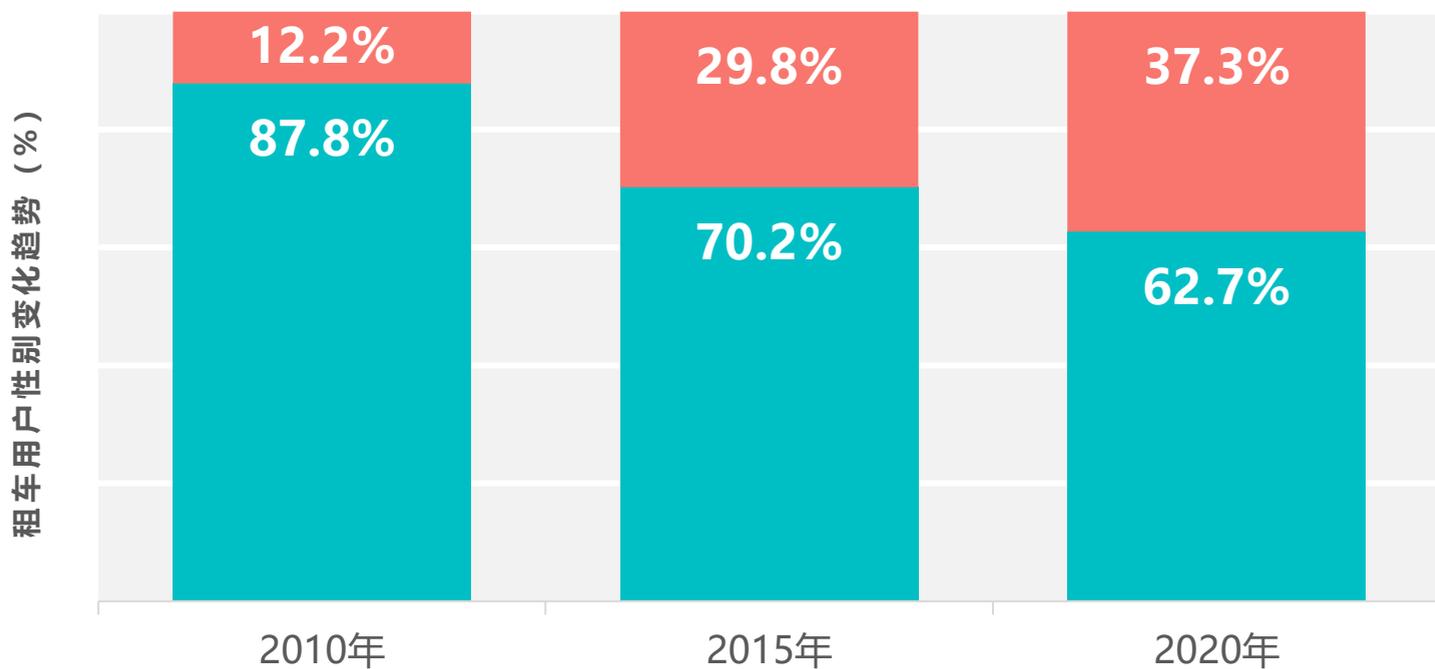


95后接过80后的方向盘 成为租车市场第一大用户群体





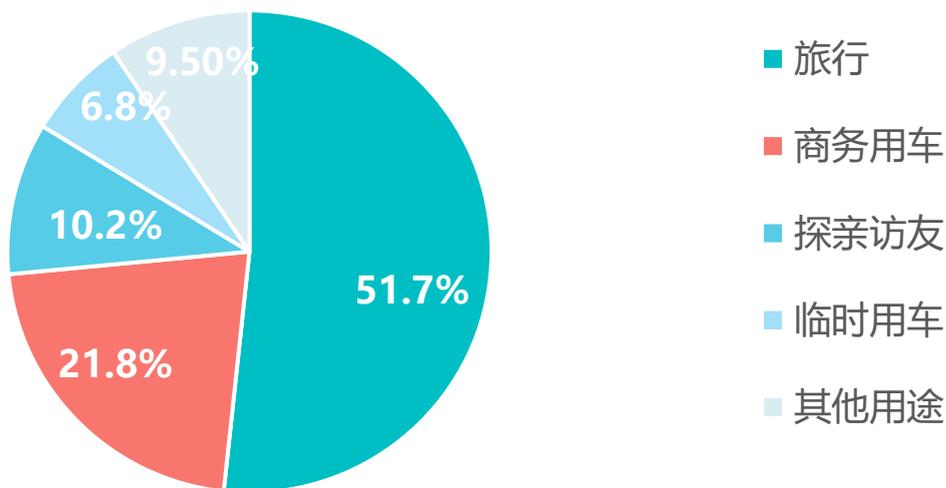
男性仍为租车市场的主力用户群体 女性用户用车需求增长强劲



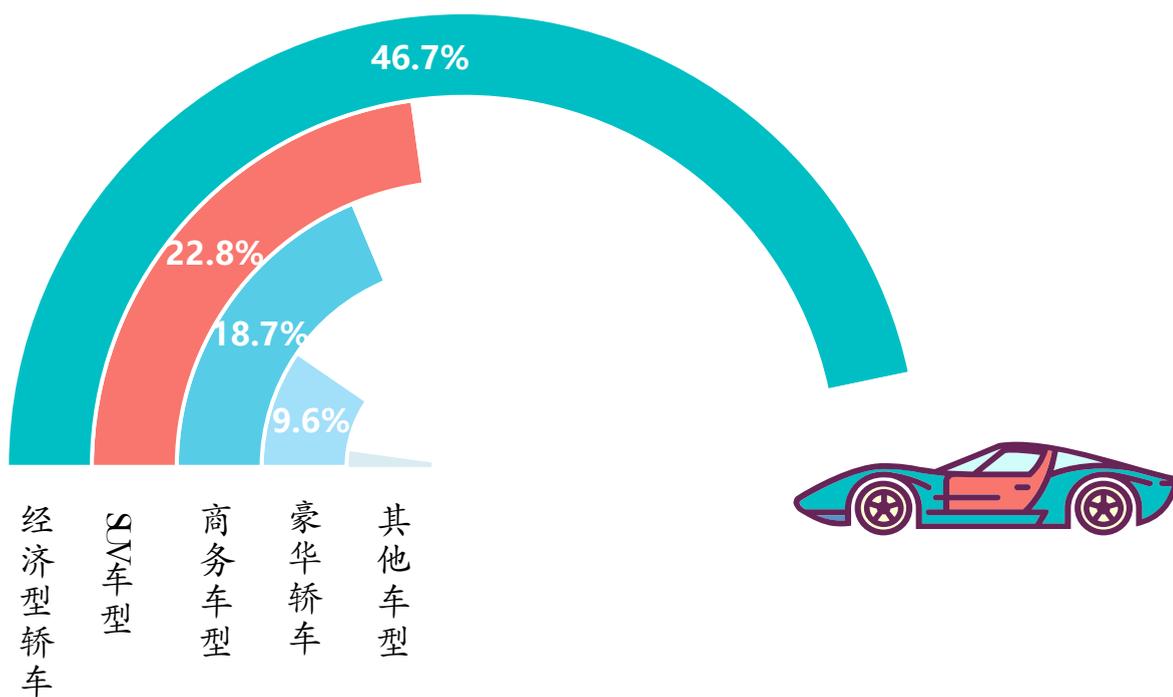
旅行用车需求占比过半

经济型轿车为用户选择的主力车型

2020年1-9月租车用户使用场景分析

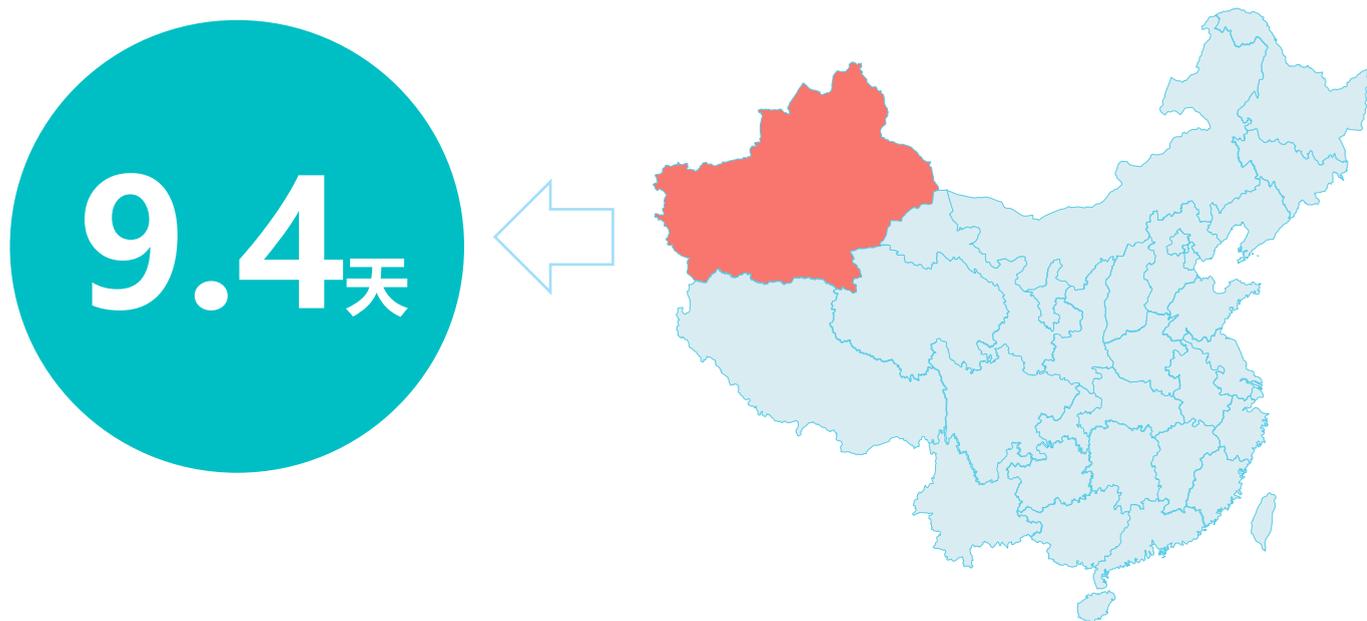


2020年1-9月租车用户车型偏好



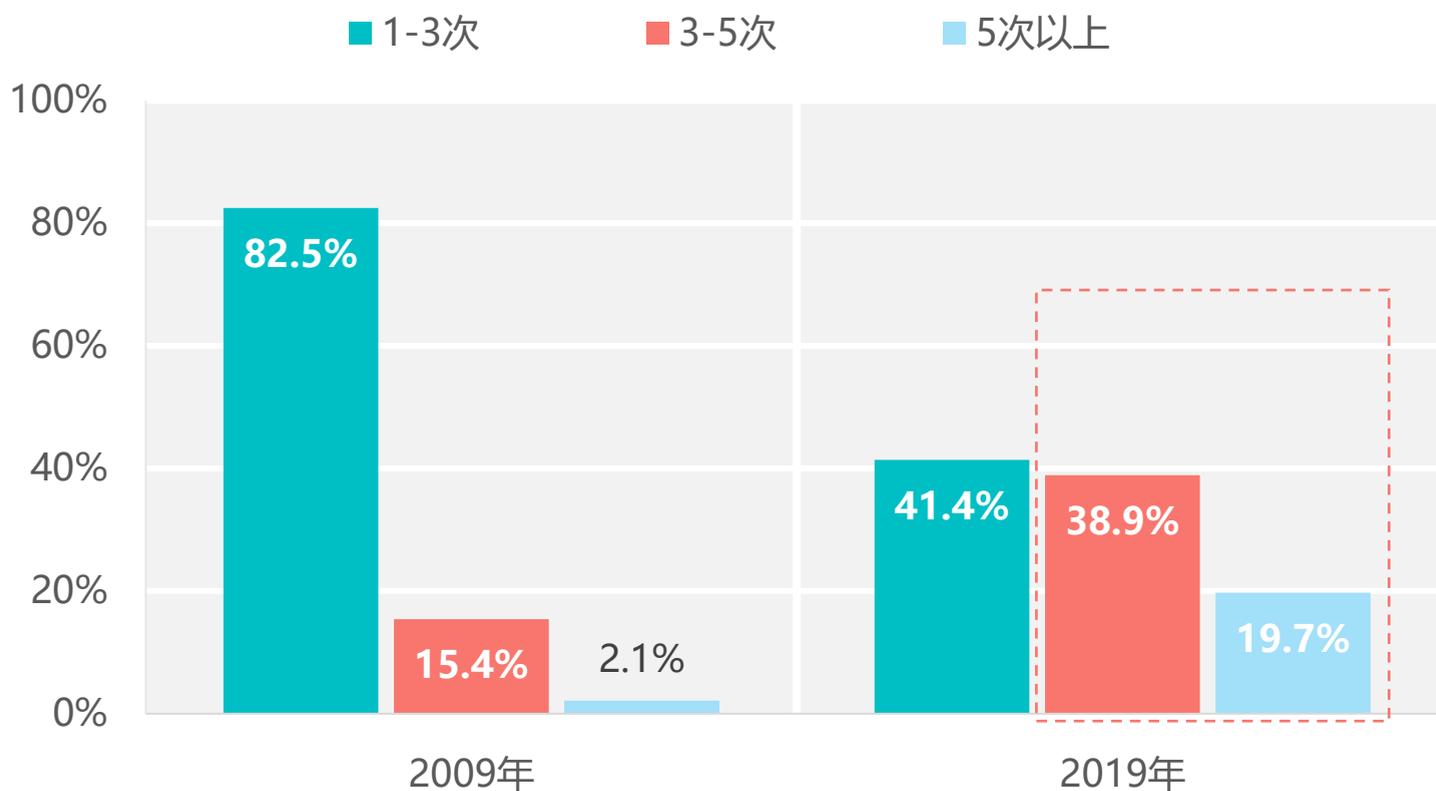
西部地区用户平均用车时间最长 新疆用户平均用车时长达9.4天，排名榜首

2020年Q3新疆租车用户平均单次用车时长





用户租车出行习惯持续加强 年度复购次数大幅提升



有车用户租车时，越来越愿意尝试不同品牌

有车用户租车时，选择自己汽车同品牌的比例



不同星座品牌偏好差异显著 大众租客金牛座用户占比达37%

不同星座用户租车偏好



28%

摩羯座用户比例



25%

处女座用户占比



21%

天蝎座用户比例



37%

金牛座用户占比



开拓利基市场是重拾增长的重要途径 2020年房车租赁消费逐渐兴起



2020年Q3自行房车需求增长:

117.6%

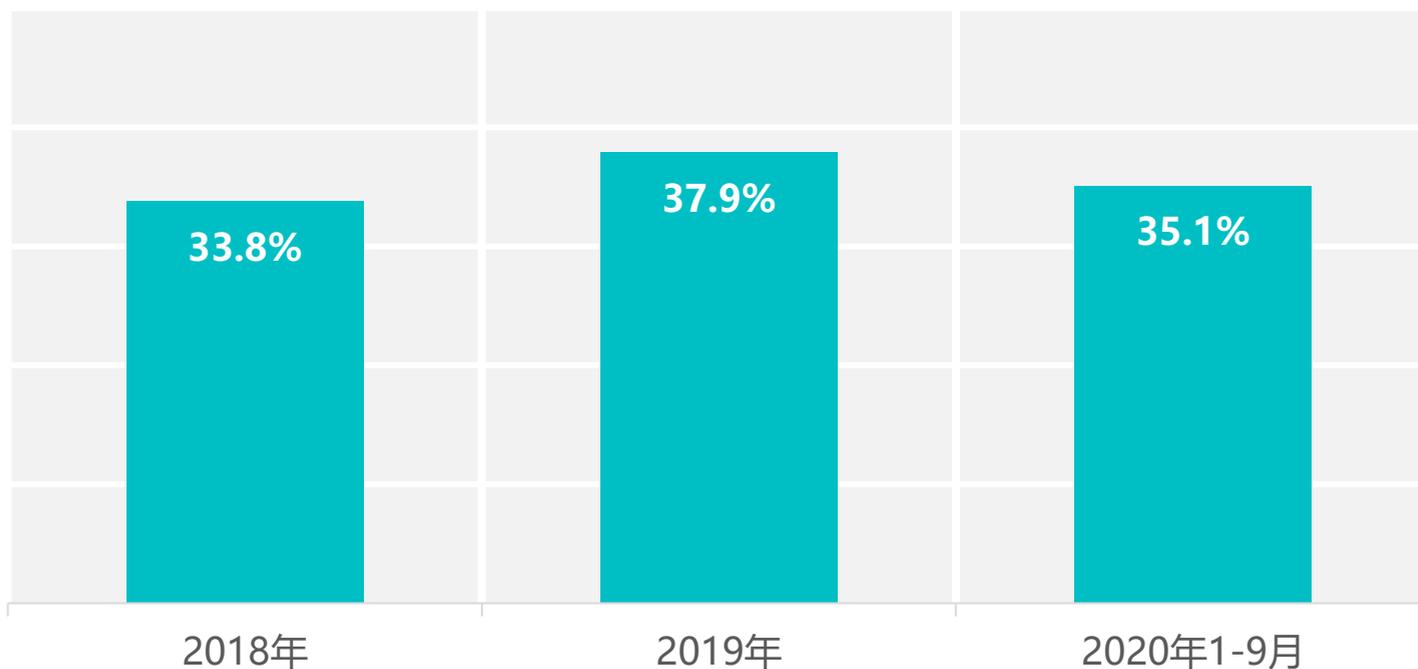


2020年Q3拖挂房车需求增长:

61.9%

超豪华汽车租赁市场仍然增长强劲 连续三年同比增速超30%

超豪华汽车租赁市场同比增速 (%)



Contacts Us

商务合作:

zhangteng@ifastdata.com

+86 1777808108

guoliang@ifastdata.com

+86 18910644671

技术合作:

businessservice@ifastdata.com

+86 18510809459

