

2018年中国互联网租赁自行车行业分析报告- 市场深度调研与发展前景研究

报告大纲

观研报告网

www.chinabaogao.com

一、报告简介

观研报告网发布的《2018年中国互联网租赁自行车行业分析报告-市场深度调研与发展前景研究》涵盖行业最新数据，市场热点，政策规划，竞争情报，市场前景预测，投资策略等内容。更辅以大量直观的图表帮助本行业企业准确把握行业发展态势、市场商机动向、正确制定企业竞争战略和投资策略。本报告依据国家统计局、海关总署和国家信息中心等渠道发布的权威数据，以及我中心对本行业的实地调研，结合了行业所处的环境，从理论到实践、从宏观到微观等多个角度进行市场调研分析。

官网地址：<http://baogao.chinabaogao.com/hulianwang/342131342131.html>

报告价格：电子版: 7200元 纸介版：7200元 电子和纸介版: 7500

订购电话: 400-007-6266 010-86223221

电子邮箱: sale@chinabaogao.com

联系人: 客服

特别说明：本PDF目录为计算机程序生成，格式美观性可能有欠缺；实际报告排版规则、美观。

二、报告目录及图表目录

互联网租赁自行车，又称共享单车、网约自行车，是指以移动互联网平台为依托，利用网络支付、GPS等网络技术手段，在公共服务区提供租赁自行车共享服务。互联网租赁自行车是“互联网+”和共享经济融合发展的新型服务模式。区别于公共自行车，它具有调动存量市场、提高使用效率、节省城市空间、满足多元需求等新的特点，能够有效解决城市交通出行“最后一公里”问题。互联网租赁自行车的高投放、高效率、轻运营、低成本吸引大批企业和用户进入，也带来了企业主体责任缺失、用户违法违规行为多发、监督管理力度不够等问题。本文将对互联网租赁自行车面临的监管困境进行分析，并从信用监管角度提出净化互联网租赁自行车的发展环境、规范运营秩序、引导用户行为、维护各方权益的建议。

一、我国互联网租赁自行车的发展现状

完全市场化的互联网租赁自行车为短程交通提出了新的解决方案，成为新兴的绿色出行产业，受到各方青睐而得以迅速发展。信用作为共享经济发展的基石，在互联网租赁自行车的可持续发展中起着至关重要的作用，但我国尚未形成完善的以信用为核心的新型监管机制，导致互联网租赁自行车市场呈现重效应、轻监管的现状。

（一）互联网租赁自行车发展势头良好

2014年，ofo创立国内首家互联网租赁自行车公司，设立无桩智能共享单车示范点，提出“共享经济+智能硬件”的绿色出行理念。目前，已有27家企业进入互联网租赁自行车行业，ofo和摩拜单车的市场占有率在90%以上，成为“互联网+”新业态的代表。自2016年底以来，互联网租赁自行车用户规模保持高速增长态势，已超过3000多万人，覆盖全国半数以上省份。用户通过下载相关企业APP，注册并缴纳押金，移动扫码开锁使用，按时自动计费，共享单车成为便捷经济、绿色低碳的城市出行方式。政府积极支持和规范互联网租赁自行车的发展，2016年12月27日，深圳市发布国内首个《关于鼓励规范互联网自行车的若干意见（征求意见稿）》，北京、上海、天津、成都、南京、济南、海口等9个城市先后发布类似征求意见或管理办法，以促进互联网租赁自行车科学规范、健康有序发展。

（二）缺乏健全的社会信用体系支撑

互联网租赁自行车迅速发展也暴露出很多问题，比如“行业准入机制不健全，骑行交通事故责任难认定，车辆维护管理不规范，用户违规行为追究受限制，内部惩戒措施不到位”，等等，亟待完成从契约到信用的价值理念和法律机制的转变，以信用为核心发展共享经济

。目前来看，我国社会信用相关问题制约了互联网租赁自行车的持续发展：信用体系建设尚不健全，政府对社会信用行为的监督、指导和惩戒力度不够；企业经济活动中信用信息的关联度不高，信息共享应用不足，守信成本高，履约能力差；个人信用建设明显滞后，缺少个人信用评价指标体系，个体信用意识薄弱，违约行为频发；信用服务市场产品供给不足，规范性和专业化水平不够，信用服务机构自身信用水平堪忧。

（三）监管形势拷问互联网租赁自行车发展前景

互联网租赁自行车通过移动平台实时匹配需求与供给，企业不正当竞争行为隐蔽，使用者道德风险增加，在线服务规避了政府、市场和社会的监管。道路交通管理部门职责范围更新滞后于互联网租赁自行车的发展，导致监管职能模糊，监督链条断裂；行业协会监管标准缺失，对服务提供企业的约束力不够；企业内部缺少自律意识，对用户缺乏健全的监督惩戒机制；社区、志愿组织等社会组织的补充监督不及时等。各利益主体的违规行为缺少强制性约束措施，加剧了互联网租赁自行车市场的乱象。

二、互联网租赁自行车的监管困境

目前，我国互联网租赁自行车市场实行以政府监管为主的多元监管体系，但司法机构受限于既有法律框架，行政监督职责划分不明确，经济市场缺少行业自律等，并不适合处理互联网租赁自行车这一市场创新和监督规制之间的冲突。

（一）法律视阈下的监管困境

第一，各方法律关系界定不明确。互联网租赁自行车属于公司财产，具有私有属性，服务提供企业和用户之间是合同关系，一旦发生用户损毁破坏自行车的情况，应依法承担民事责任。同时，互联网租赁自行车由企业提供，属于准公共物品，具有公有属性，公众与政府之间是否存在隐性的委托代理关系有待商榷。[1]从排他性来看，所有用户注册扫码即可使用互联网租赁自行车，不具有排他性；从竞争性来看，当自行车投放规模大于需求的时候，私有财产竞争性特征也会向有条件的竞争性或非竞争性转变；从外部性开看，互联网租赁自行车具有明显的正外部性，其产生的社会效益大于使用者的私人利益之和，具有典型的公共物品特征。考虑到互联网租赁自行车的准公共物品属性，既涉及私权领域，又关涉公权领域问题，法律关系模糊，若该物品完全交由市场竞争，企业和用户违规行为将难以限制。此外，是依法惩处还是进行行政处罚也不明确。

第二，各类风险防范依据不充分。法律的稳定性和滞后性相较于迅速发展的新型经济

模式，往往会存在法律法规涵盖不足或缺乏针对性的问题，司法机关只能在现有的法律框架之内，将多元的市场创新问题压缩为单一的权利义务关系问题[2]，现有法律秩序受到冲击，新的法律规制尚未确立，导致新兴市场风险防范依据不足。一是来自服务提供企业的风险。投放车辆的质量、运营管理、售后服务等环节缺少分类监督依据，对于未成年人使用该车辆和成年人使用该车辆过程中发生安全事故的责任认定和事故处理缺少相应的法律法规或法律解释，用户隐私和信息安全缺少法律保障，企业收取押金、预付资金的账户风险缺少法律规制。二是来自使用者的风险。用户使用该车辆存在乱停乱放、损毁车辆、偷取设备等违法或违规行为性质难以认定，惩处方式选择缺少依据；规避企业技术限制虚假注册存在安全隐患或造成交通事故的责任追究依据不充分。

（二）行政视阈下的监管困境

第一，监管制度滞后。自2016年以来，北京、上海、天津、南京等十多个城市相继出台了互联网租赁自行车管理暂行办法或鼓励共享单车发展的试行意见。

2017年5月，交通运输部出台《关于鼓励和规范互联网租赁自行车发展的指导意见（征求意见稿）》，对服务提供企业的营运服务行为、用户资金和信息安全、保障机制建设等方面做了总体要求，明确了基本原则和工作方向。但涉及到各级监管部门具体行政职能和职责分工的实施细则不明，监管各方的角色定位模糊，且其他省市出台的制度明显滞后于互联网租赁自行车如火如荼的发展之势。再者，互联网租赁自行车发展的配套制度尚未确立，如联合奖惩制度、服务提供企业市场准入制度、用户违规行为信息公示制度等，在一定程度上制约了互联网租赁自行车的健康发展。

第二，监管主体不明。目前，我国互联网租赁自行车“市场配置+政府监督”的监管原则尚未确立，各级政府部门实行“条块结合，以块为主”的属地化管理。

地方交通运输部门、公安部门、住房城乡建设部门、公安交通管理部门和城市管理部门在制定发展政策、查处违法行为、维护交通秩序、规划城市自行车交通网络和停车设施建设等方面职责不清，存在权责不明、相互推诿的现象。同时，互联网租赁自行车涉及用户网络注册信息安全，需要电信主管部门、网信部门和公安部门的支撑；服务提供企业的资质认证，提供产品的安全性能，市场竞争价位的确定等需要发展改革、工商、质检、人民银行等部门实施相关监督检查。但在实际监管中，各方主体并未形成权责分明的联合工作机制，相互之间协调难度较大，增加了监管成本，也降低了监管成效。

第三，监管力度不够。无论是对服务提供企业或用户，都存在监管手段单一、监管范

围过窄、监管办法缺失、监管技术落后等问题。我国互联网租赁自行车的监管体系尚未建立，对企业的监管主要考量市场准入和资金安全，营运过程中出现的生产许可、产品质量、车辆投放、人身安全等问题都缺少必要的分类监管。对用户的监管主要局限在违规违法行为的监督和惩戒等方面，属于被动监管，缺少对用户权益积极的保护和用户行为的主动引导。

（三）经济视阈下的监管困境

经济视阈下的监管困境

经济视阈下的监管困境

第一，行业规范缺失提高了监管成本。2017年5月，上海互联网租赁自行车专业委员会成立，该协会牵头制定了团体标准《共享自行车服务规范》，就互联网租赁自行车的服务软件、维护人员、投保期限和人身伤害赔偿等方面征求了社会意见。该服务规范尚未引起互联网租赁自行车市场环境的优化，行业自律机制对服务提供企业的约束规范力度不够。该协会与中国消费者协会及市场监管部门在互联网租赁自行车各个环节的协作监管成效不明显，对服务提供企业的监管责任主要落在政府监管上，增加了监管环节，提高了监管成本。

第二，信任机制不健全扩大了监管风险。信用制度的建立是市场经济的基础，缺少信任势必影响社会资源的有效配置，不利于形成良性的市场交易环境。信用是共享经济发展的核心，当下社会失信行为屡有发生，防止失信就繁衍出了在信任机制缺少下的监管风险和监管成本。使用者偷窃车辆、“二维码覆盖”诈骗、私自加锁占有等都是市场交易中缺乏信用约束衍生的投机行为，互联网租赁自行车的发展正在经历一场信任危机。

第三，互联网技术缺陷增加了监管难度。互联网租赁自行车的发展需要技术创新作为监管保障，但“谁来为技术研发埋单”成为阻碍新兴产业配套技术发展的桎梏。“电子围栏”技术是解决互联网租赁自行车乱停乱放的有效手段，“无桩有站”模式的研究可以从技术上约束用户违规停放车辆。但该技术仍处于研究试点阶段，尚未大规模适用，成效并未显现。部分省市出台的“关于互联网租赁自行车发展意见”要求车辆具备实时定位和精确查找功能，鼓励互联网租赁自行车企业推广带有车辆卫星定位和智能通信控制模块的智能锁，便于追踪车辆停放位置和定位违规使用者，但该项技术只能确认最后一位使用者，并不能有效确定违规使用者，无疑不能有效解决违法违规行为的监管难题，增加了监管的难度。

资料来源：公开资料整理

（GYWWJP）

观研天下发布的《2018年中国互联网租赁自行车行业分析报告-市场深度调研与发展前景研究》内容严谨、数据翔实，更辅以大量直观的图表帮助本行业企业准确把握行业发展动向、市场前景、正确制定企业竞争战略和投资策略。本报告依据国家统计局、海关总署和国家信息中心等渠道发布的权威数据，以及我中心对本行业的实地调研，结合了行业所处的环

境，从理论到实践、从宏观到微观等多个角度进行市场调研分析。

它是业内企业、相关投资公司及政府部门准确把握行业发展趋势，洞悉行业竞争格局，规避经营和投资风险，制定正确竞争和投资战略决策的重要决策依据之一。本报告是全面了解行业以及对本行业进行投资不可或缺的重要工具。观研天下是国内知名的行业信息咨询机构，拥有资深的专家团队，多年来已经为上万家企业单位、咨询机构、金融机构、行业协会、个人投资者等提供了专业的行业分析报告，客户涵盖了华为、中国石油、中国电信、中国建筑、惠普、迪士尼等国内外行业领先企业，并得到了客户的广泛认可。

本研究报告数据主要采用国家统计局数据，海关总署，问卷调查数据，商务部采集数据等数据库。其中宏观经济数据主要来自国家统计局，部分行业统计数据主要来自国家统计局及市场调研数据，企业数据主要来自于国统计局规模企业统计数据库及证券交易所等，价格数据主要来自于各类市场监测数据库。本研究报告采用的行业分析方法包括波特五力模型分析法、SWOT分析法、PEST分析法，对行业进行全面的内外部环境分析，同时通过资深分析师对目前国家经济形势的走势以及市场发展趋势和当前行业热点分析，预测行业未来的发展方向、新兴热点、市场空间、技术趋势以及未来发展战略等。

【报告大纲】

第一章 2016-2018年中国互联网租赁自行车行业发展概述

第一节 互联网租赁自行车行业发展情况概述

- 一、互联网租赁自行车行业相关定义
- 二、互联网租赁自行车行业基本情况介绍
- 三、互联网租赁自行车行业发展特点分析

第二节 中国互联网租赁自行车行业上下游产业链分析

- 一、产业链模型原理介绍
- 二、互联网租赁自行车行业产业链条分析
- 三、中国互联网租赁自行车行业产业链环节分析
 - 1、上游产业
 - 2、下游产业

第三节 中国互联网租赁自行车行业生命周期分析

- 一、互联网租赁自行车行业生命周期理论概述
- 二、互联网租赁自行车行业所属的生命周期分析

第四节 互联网租赁自行车行业经济指标分析

- 一、互联网租赁自行车行业的赢利性分析
- 二、互联网租赁自行车行业的经济周期分析
- 三、互联网租赁自行车行业附加值的提升空间分析

第五节 国中互联网租赁自行车行业进入壁垒分析

一、互联网租赁自行车行业资金壁垒分析

二、互联网租赁自行车行业技术壁垒分析

三、互联网租赁自行车行业人才壁垒分析

四、互联网租赁自行车行业品牌壁垒分析

五、互联网租赁自行车行业其他壁垒分析

第二章 2016-2018年全球互联网租赁自行车行业市场发展现状分析

第一节 全球互联网租赁自行车行业发展历程回顾

第二节 全球互联网租赁自行车行业市场区域分布情况

第三节 亚洲互联网租赁自行车行业地区市场分析

一、亚洲互联网租赁自行车行业市场现状分析

二、亚洲互联网租赁自行车行业市场规模与市场需求分析

三、亚洲互联网租赁自行车行业市场前景分析

第四节 北美互联网租赁自行车行业地区市场分析

一、北美互联网租赁自行车行业市场现状分析

二、北美互联网租赁自行车行业市场规模与市场需求分析

三、北美互联网租赁自行车行业市场前景分析

第五节 欧盟互联网租赁自行车行业地区市场分析

一、欧盟互联网租赁自行车行业市场现状分析

二、欧盟互联网租赁自行车行业市场规模与市场需求分析

三、欧盟互联网租赁自行车行业市场前景分析

第六节 2018-2024年世界互联网租赁自行车行业分布走势预测

第七节 2018-2024年全球互联网租赁自行车行业市场规模预测

第三章 中国互联网租赁自行车产业发展环境分析

第一节 我国宏观经济环境分析

一、中国GDP增长情况分析

二、工业经济发展形势分析

三、社会固定资产投资分析

四、全社会消费品互联网租赁自行车总额

五、城乡居民收入增长分析

六、居民消费价格变化分析

七、对外贸易发展形势分析

第二节 中国互联网租赁自行车行业政策环境分析

一、行业监管体制现状

二、行业主要政策法规

第三节 中国互联网租赁自行车产业社会环境发展分析

一、人口环境分析

二、教育环境分析

三、文化环境分析

四、生态环境分析

五、消费观念分析

第四章 中国互联网租赁自行车行业运行情况

第一节 中国互联网租赁自行车行业发展状况情况介绍

一、行业发展历程回顾

二、行业创新情况分析

三、行业发展特点分析

第二节 中国互联网租赁自行车行业市场规模分析

第三节 中国互联网租赁自行车行业供应情况分析

第四节 中国互联网租赁自行车行业需求情况分析

第五节 中国互联网租赁自行车行业供需平衡分析

第六节 中国互联网租赁自行车行业发展趋势分析

第五章 中国互联网租赁自行车所属行业运行数据监测

第一节 中国互联网租赁自行车所属行业总体规模分析

一、企业数量结构分析

二、行业资产规模分析

第二节 中国互联网租赁自行车所属行业产销与费用分析

一、流动资产

二、销售收入分析

三、负债分析

四、利润规模分析

五、产值分析

第三节 中国互联网租赁自行车所属行业财务指标分析

一、行业盈利能力分析

二、行业偿债能力分析

三、行业营运能力分析

四、行业发展能力分析

第六章 2016-2018年中国互联网租赁自行车市场格局分析

第一节 中国互联网租赁自行车行业竞争现状分析

一、中国互联网租赁自行车行业竞争情况分析

二、中国互联网租赁自行车行业主要品牌分析

第二节 中国互联网租赁自行车行业集中度分析

一、中国互联网租赁自行车行业市场集中度分析

二、中国互联网租赁自行车行业企业集中度分析

第三节 中国互联网租赁自行车行业存在的问题

第四节 中国互联网租赁自行车行业解决问题的策略分析

第五节 中国互联网租赁自行车行业竞争力分析

一、生产要素

二、需求条件

三、支援与相关产业

四、企业战略、结构与竞争状态

五、政府的作用

第七章 2016-2018年中国互联网租赁自行车行业需求特点与价格走势分析

第一节 中国互联网租赁自行车行业消费特点

第二节 中国互联网租赁自行车行业消费偏好分析

一、需求偏好

二、价格偏好

三、品牌偏好

四、其他偏好

第三节 互联网租赁自行车行业成本分析

第四节 互联网租赁自行车行业价格影响因素分析

一、供需因素

二、成本因素

三、渠道因素

四、其他因素

第五节 中国互联网租赁自行车行业价格现状分析

第六节 中国互联网租赁自行车行业平均价格走势预测

一、中国互联网租赁自行车行业价格影响因素

二、中国互联网租赁自行车行业平均价格走势预测

三、中国互联网租赁自行车行业平均价格增速预测

第八章 2016-2018年中国互联网租赁自行车行业区域市场现状分析

第一节 中国互联网租赁自行车行业区域市场规模分布

第二节 中国华东地互联网租赁自行车市场分析

一、华东地区概述

二、华东地区经济环境分析

三、华东地区互联网租赁自行车市场规模分析

四、华东地区互联网租赁自行车市场规模预测

第三节 华中地区市场分析

- 一、华中地区概述
- 二、华中地区经济环境分析
- 三、华中地区互联网租赁自行车市场规模分析
- 四、华中地区互联网租赁自行车市场规模预测

第四节 华南地区市场分析

- 一、华南地区概述
- 二、华南地区经济环境分析
- 三、华南地区互联网租赁自行车市场规模分析

第九章 2016-2018年中国互联网租赁自行车行业竞争情况

第一节 中国互联网租赁自行车行业竞争结构分析（波特五力模型）

- 一、现有企业间竞争
- 二、潜在进入者分析
- 三、替代品威胁分析
- 四、供应商议价能力
- 五、客户议价能力

第二节 中国互联网租赁自行车行业SWOT分析

- 一、行业优势分析
- 二、行业劣势分析
- 三、行业机会分析
- 四、行业威胁分析

第三节 中国互联网租赁自行车行业竞争环境分析（PEST）

- 一、政策环境
- 二、经济环境
- 三、社会环境
- 四、技术环境

第十章 互联网租赁自行车行业企业分析（随数据更新有调整）

第一节 企业

- 一、企业概况
- 二、主营产品
- 三、运营情况
 - 1、主要经济指标情况
 - 2、企业盈利能力分析
 - 3、企业偿债能力分析
 - 4、企业运营能力分析

5、企业成长能力分析

四、公司优劣势分析

第二节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

1、主要经济指标情况

2、企业盈利能力分析

3、企业偿债能力分析

4、企业运营能力分析

5、企业成长能力分析

四、公司优劣势分析

第三节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

1、主要经济指标情况

2、企业盈利能力分析

3、企业偿债能力分析

4、企业运营能力分析

5、企业成长能力分析

四、公司优劣势分析

第四节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

1、主要经济指标情况

2、企业盈利能力分析

3、企业偿债能力分析

4、企业运营能力分析

5、企业成长能力分析

四、公司优劣势分析

第五节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

- 1、主要经济指标情况
- 2、企业盈利能力分析
- 3、企业偿债能力分析
- 4、企业运营能力分析
- 5、企业成长能力分析

四、公司优劣势分析

第十一章 2018-2024年中国互联网租赁自行车行业发展前景分析与预测

第一节 中国互联网租赁自行车行业未来发展前景分析

- 一、互联网租赁自行车行业国内投资环境分析
- 二、中国互联网租赁自行车行业市场机会分析
- 三、中国互联网租赁自行车行业投资增速预测

第二节 中国互联网租赁自行车行业未来发展趋势预测

第三节 中国互联网租赁自行车行业市场发展预测

- 一、中国互联网租赁自行车行业市场规模预测
- 二、中国互联网租赁自行车行业市场规模增速预测
- 三、中国互联网租赁自行车行业产值规模预测
- 四、中国互联网租赁自行车行业产值增速预测
- 五、中国互联网租赁自行车行业供需情况预测

第四节 中国互联网租赁自行车行业盈利走势预测

- 一、中国互联网租赁自行车行业毛利润同比增速预测
- 二、中国互联网租赁自行车行业利润总额同比增速预测

第十二章 2018-2024年中国互联网租赁自行车行业投资风险与营销分析

第一节 互联网租赁自行车行业投资风险分析

- 一、互联网租赁自行车行业政策风险分析
- 二、互联网租赁自行车行业技术风险分析
- 三、互联网租赁自行车行业竞争风险
- 四、互联网租赁自行车行业其他风险分析

第二节 互联网租赁自行车行业企业经营发展分析及建议

- 一、互联网租赁自行车行业经营模式
- 二、互联网租赁自行车行业销售模式
- 三、互联网租赁自行车行业创新方向

第三节 互联网租赁自行车行业应对策略

- 一、把握国家投资的契机
- 二、竞争性战略联盟的实施

三、企业自身应对策略

第十三章2018-2024年中国互联网租赁自行车行业发展策略及投资建议

第一节 中国互联网租赁自行车行业品牌战略分析

- 一、互联网租赁自行车企业品牌的重要性
- 二、互联网租赁自行车企业实施品牌战略的意义
- 三、互联网租赁自行车企业品牌的现状分析
- 四、互联网租赁自行车企业的品牌战略
- 五、互联网租赁自行车品牌战略管理的策略

第二节 中国互联网租赁自行车行业市场的关键客户战略实施

- 一、实施关键客户战略的必要性
- 二、合理确立关键客户
- 三、对关键客户的营销策略
- 四、强化关键客户的管理
- 五、实施关键客户战略要重点解决的问题

第三节 中国互联网租赁自行车行业战略综合规划分析

- 一、战略综合规划
- 二、技术开发战略
- 三、业务组合战略
- 四、区域战略规划
- 五、产业战略规划
- 六、营销品牌战略
- 七、竞争战略规划

第十四章 2018-2024年中国互联网租赁自行车行业发展策略及投资建议

第一节 中国互联网租赁自行车行业产品策略分析

- 一、服务产品开发策略
- 二、市场细分策略
- 三、目标市场的选择

第二节 中国互联网租赁自行车行业定价策略分析

第三节 中国互联网租赁自行车行业营销渠道策略

- 一、互联网租赁自行车行业渠道选择策略
- 二、互联网租赁自行车行业营销策略

第四节 中国互联网租赁自行车行业价格策略

第五节 观研天下行业分析师投资建议

- 一、中国互联网租赁自行车行业重点投资区域分析

二、中国互联网租赁自行车行业重点投资产品分析

图表详见正文

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/hulianwang/342131342131.html>