

汽车租赁 - 中国 - 2019年7月

报告价格: £3302.97 | \$4460.00 | €3717.16

以上是报告发表时候的价格，但是也可能因为汇率的改变而有所改变



“汽车租赁市场保持低速稳定增长，伴随着租车使用情况向不同场景拓展，消费者对租车服务的接受程度也不断提高。大部分租车用户（60%左右）有私家车，他们根据不同使用场景租用车辆，非车主群体呈现上升趋势，特别是在一线城市，表明消费者对“租车代替买车”持更积极态度。”
— 周同，研究分析师

在这篇报告中我们探讨了以下议题：

- 随着新型汽车订阅服务作为传统购车的替代选项亮相，“何须购买”的态度日益增多
- 更多的车型选择吸引用户在普通日常生活中寻求新鲜体验
- 刺激极限驾车体验的兴起

2018年中国汽车租赁市场增速减缓，领先企业的排名有所调整，这表明该行业不确定因素和机遇并存。

本报告中，英敏特根据用户信息勾画了租车用户画像，展示了消费者的不同租车习惯。该报告还探讨了汽车租赁公司可以在哪些方面提供增值服务以提高消费者支付意愿。汽车租赁平台的使用情况也在本报告的研究之列。

购买
这篇报告地址：
store.mintel.com电话：
欧洲，中东，非洲
+44 (0) 20 7606 4533巴西
0800 095 9094美洲
+1 (312) 943 5250中国
+86 (21) 6032 7300亚洲
+61 (0) 2 8284 8100邮件：
reports@mintel.com

想要了解更多内容？

这篇报告只是一系列报告中其中的一篇，整个系列可以提供你整个市场的历史

汽车租赁 - 中国 - 2019年7月

报告价格: £3302.97 | \$4460.00 | €3717.16

以上是报告发表时候的价格，但是也可能因为汇率的改变而有所改变

目录

概述

您所需要了解的

报告定义

包括

不包括

综述

市场

汽车租赁市场增长减慢，其收益在2018年达到800亿元人民币

数据1: 中国汽车租赁和分时租赁的市场销售额，2014-2019年（预估）

数据2: 中国汽车租赁和分时租赁的市场销售额预测（最好和最差情形），2014-2024年

竞争重点在于提供更多便利性，而非车辆本身

技术让汽车租赁行业带给消费者更好的租车体验

公司与品牌

市场顶端出现巨变

数据3: 租车公司市场份额（按销售额区分），2016-2018年

数据4: 分时租赁公司市场份额（按销售额区分），2017-2018年

消费者

各个城市线级和收入水平都显示60%左右的租车用户是车主，近40%是非车主

数据5: 租车用户画像，2019年4月

一线城市的非车主偏爱租车，而非买车

数据6: 对于汽车租赁的态度——部分态度，选择“同意”的比例（按城市级别区分），2019年4月

数据7: 对于汽车租赁的态度——部分态度（按汽车租赁类型区分），2019年4月

租车服务的使用情况拓展到各种场合

数据8: 汽车租赁场景，2019年vs2018年

各个城市线级的非车主展现不同租赁习惯

数据9: 汽车租赁场景（按汽车拥有情况和城市级别区分），2019年4月

车型喜好因城市级别而异

数据10: 租赁过的车型（按城市级别区分），2019年4月

年轻租车用户租车是为了新奇体验，年长租车用户则是为了奢华体验

数据11: 租赁过的车型——频度分析（按年龄区分），2019年4月

数据12: 对于汽车租赁的态度——部分态度，选择“同意”的比例（按年龄区分），2019年4月

数据13: 对于汽车租赁的态度——部分态度，选择“同意”的比例（按年龄区分），2019年4月

便利性是租车用户愿意支付溢价的主要特点

数据14: 高端租车体验，2019年4月

年轻租车用户对具体功能性和个性化的要求较高

数据15: 高端租车体验（按年龄区分），2019年4月

B2C（企业对消费者）平台和代理平台均有显著增长

现在购买这篇报告

网址: store.mintel.com

电话: 欧洲, 中东, 非洲 +44 (0) 20 7606 4533 | 巴西 0800 095 9094

美洲 +1 (312) 943 5250 | 中国 +86 (21) 6032 7300

亚洲 +61 (0) 2 8284 8100 |

邮件: reports@mintel.com

汽车租赁 - 中国 - 2019年7月

报告价格: £3302.97 | \$4460.00 | €3717.16

以上是报告发表时候的价格，但是也可能因为汇率的改变而有所改变

数据16: 汽车租赁平台的使用率，2019年4月

代理平台往往深受非车主青睐，集中为女性

数据17: 汽车租赁平台的使用率（按汽车拥有情况区分），2019年4月

数据18: 对于汽车租赁的态度——部分态度，选择“同意”的比例（按汽车拥有情况和性别区分），2019年4月

我们的观点

议题与洞察

随着新型汽车订阅服务作为传统购车的替代选项亮相，“何须购买”的态度日益增多

现状

启示

数据19: Carpe的新型汽车订阅服务

数据20: Lo Tote

更多的车型选择吸引用户在普通日常生活中寻求新鲜体验

现状

启示

数据21: 奔驰在中国的汽车订阅服务和丰田在日本的汽车订阅服务

刺激极限驾车体验的兴起

现状

启示

数据22: 越野自驾经验分享

数据23: 呼伦贝尔定制游

市场——您所需要了解的

汽车租赁市场增长减慢，其收益在2018年达到800亿元人民币

在中国，五分之二已注册登记的驾驶员没有车，但汽车使用需求依然十分强劲

电商技术让汽车租赁更简单

市场规模与预测

2018年收益达到800亿元人民币

数据24: 中国汽车租赁和分时租赁的市场销售额，2014-2019年（预估）

预计以5.1%的年均复合增长率在未来5年达到1,130亿元人民币

数据25: 中国汽车租赁和分时租赁的市场销售额预测（最好和最差情形），2014-2024年

市场增长动力

中国40%已注册登记的驾驶员没有私家车

数据26: 中国汽车保有量和已注册登记的驾驶员人数，2014-2018年

得益于不断发展的公路设施建设，国内游市场快速增长

数据27: 公路总里程和密度，2014-2018年

随着电商技术发展，租车服务流程变得更简单

重点企业——您所需要了解的

市场顶端出现巨变

现在购买这篇报告

网址: store.mintel.com

电话: 欧洲, 中东, 非洲 +44 (0) 20 7606 4533 | 巴西 0800 095 9094

美洲 +1 (312) 943 5250 | 中国 +86 (21) 6032 7300

亚洲 +61 (0) 2 8284 8100 |

邮件: reports@mintel.com

汽车租赁 - 中国 - 2019年7月

报告价格: £3302.97 | \$4460.00 | €3717.16

以上是报告发表时候的价格，但是也可能因为汇率的改变而有所改变

竞争重点在于提供更多便利性，而非车辆本身
技术让汽车租赁行业带给消费者更好的租车体验

市场份额

神州租车仍居领先地位，首汽租车荣升第二位
数据28: 租车公司市场份额（按销售额区分），2016-2018年
数据29: 神州租车的促销活动

首汽租车主导分时租赁市场
数据30: 分时租赁公司市场份额（按销售额区分），2017-2018年

竞争策略

联手阿里巴巴芝麻信用实现零押金租车
数据31: 凹凸租车推出双免押金
一站式服务：从交付到其他支持一应俱全
异地还车的便利性
数据32: 汽车租赁公司服务覆盖的城市数量

谁在创新？

通过车载娱乐系统提供更优租赁服务
数据33: 麦思哲和吉利汽车
短期租赁和分时租赁之间的界限通过连接技术日渐模糊
数据34: Turo租车
无线充电
数据35: 电力5G (Electricity 5G)

消费者——您所需要了解的

租车用户的租赁喜好因汽车拥有情况和其他人口统计特征而异
与去年相比，租车用户在更多场合使用汽车租赁服务
年轻租车用户租车是为了新奇体验，而年长的租车用户是为了奢华体验

租车用户画像

各个城市线级和收入水平都显示60%左右的租车用户是车主，近40%是非车主
数据36: 租车用户画像，2019年4月
一线城市的非车主偏爱租车，而非买车
数据37: 对于汽车租赁的态度——部分态度，选择“同意”的比例（按城市级别区分），2019年4月
数据38: 对于汽车租赁的态度——部分态度（按汽车租赁类型区分），2019年4月
新能源汽车租赁的接受程度高，尤其在女性和家庭收入高的群体中
数据39: 对于汽车租赁的态度——部分态度，选择“同意”的比例（按家庭月收入 and 性别区分），2019年4月
数据40: 汽车租赁类型——分时租赁（按部分人口统计特征区分），2019年4月

汽车租赁场景

租车服务的使用情况拓展到不同场合
数据41: 汽车租赁场景，2019年vs2018年

现在购买这篇报告

网址: store.mintel.com

电话: 欧洲, 中东, 非洲 +44 (0) 20 7606 4533 | 巴西 0800 095 9094

美洲 +1 (312) 943 5250 | 中国 +86 (21) 6032 7300

亚洲 +61 (0) 2 8284 8100 |

邮件: reports@mintel.com

汽车租赁 - 中国 - 2019年7月

报告价格: £3302.97 | \$4460.00 | €3717.16

以上是报告发表时候的价格，但是也可能因为汇率的改变而有所改变

去外地旅游是车主和非车主租车的首要原因

数据42: 汽车租赁场景（按汽车拥有情况区分），2019年4月

数据43: 汽车租赁场景（按汽车拥有情况和城市级别区分），2019年4月

租车去看望外地的家人/朋友在女性中更常见，尤其是女性非车主

数据44: 汽车租赁场景——看望外地的家人/朋友（按汽车拥有情况和性别区分），2019年4月

数据45: 对于汽车租赁的态度——部分态度，选择“同意”的比例（按部分人口统计特征区分），2019年4月

一线城市以商务出差为目的的租车使用率较高

数据46: 汽车租赁场景——商务拜访（按部分人口统计特征区分），2019年4月

租赁过的车型

车型喜好因城市级别而异

数据47: 租赁过的车型（按城市级别区分），2019年4月

年轻的租车用户更可能租用不同车型

数据48: 租赁过的车型（按年龄区分），2019年4月

数据49: 租赁过的车型——频度分析（按年龄区分），2019年4月

较年长的租车用户为了超凡体验租车，年轻用户则是为了新奇体验

数据50: 对于汽车租赁的态度——部分态度，选择“同意”的比例（按年龄区分），2019年4月

数据51: 对于汽车租赁的态度——部分态度，选择“同意”的比例（按年龄区分），2019年4月

高端租车体验

便利性是租车用户愿意支付溢价的主要特点

数据52: 高端租车体验，2019年4月

年轻租车用户对具体功能性和个性化的要求较高

数据53: 高端租车体验（按年龄区分），2019年4月

区分多种租车场景的不同高端需求以改进出行体验

数据54: 汽车租赁场景（按高端的租赁功能区分），2019年4月

汽车租赁平台

B2C平台和代理平台均有显著增长

数据55: 汽车租赁平台的使用率，2019年4月

B2C平台在男性租车用户中人气更高，代理平台对女性租车用户更具吸引力

数据56: 汽车租赁平台的使用率——部分平台（按性别区分），2019年4月

代理平台往往深受非车主群体的青睐

数据57: 汽车租赁平台的使用率（按汽车拥有情况区分），2019年4月

数据58: 对于汽车租赁的态度——部分态度，选择“同意”的比例（按汽车拥有情况和性别区分），2019年4月

C2C平台有更大潜力吸引中等家庭收入的租车用户

数据59: 对于汽车租赁的态度——部分态度，选择“同意”的比例（按家庭月收入区分），2019年4月

认识英敏特城市精英人群

英敏特城市精英人群更可能使用分时租赁，超过非英敏特城市精英人群

数据60: 汽车租赁种类（按消费者分类区分），2019年4月

英敏特城市精英人群更青睐SUV、越野车和跑车

现在购买这篇报告

网址: store.mintel.com

电话: 欧洲, 中东, 非洲 +44 (0) 20 7606 4533 | 巴西 0800 095 9094

美洲 +1 (312) 943 5250 | 中国 +86 (21) 6032 7300

亚洲 +61 (0) 2 8284 8100 |

邮件: reports@mintel.com

汽车租赁 - 中国 - 2019年7月

报告价格: £3302.97 | \$4460.00 | €3717.16

以上是报告发表时候的价格，但是也可能因为汇率的改变而有所改变

数据61: 租赁过的车型 (按租赁过的车型和消费者分类区分), 2019年4月

英敏特城市精英人群更愿意为了更优质的功能和个性化支付溢价

数据62: 高端租车体验 (按消费者分类区分), 2019年4月

附录——市场规模与预测

数据63: 汽车租赁市场销售总额, 2014-2024年

附录——研究方法 with 缩写

研究方法

扇形图预测

缩写

现在购买这篇报告

网址: store.mintel.com

电话: 欧洲, 中东, 非洲 +44 (0) 20 7606 4533 | 巴西 0800 095 9094

美洲 +1 (312) 943 5250 | 中国 +86 (21) 6032 7300

亚洲 +61 (0) 2 8284 8100 |

邮件: reports@mintel.com