

中国网络约租车服务用户研究报告

2015年

www.iresearch.com.cn

1

报告背景

2

报告主要结论

2.1

网络约租车用户属性

2.2

网络约租车带来的交通状况改变

2.3

网络约租车带来的出行体验改变

2.4

网络约租车带来的生活方式改变

3

网络约租车的可持续发展

报告背景

在线车服务竞争激烈已成红海，网络约租车成为城市出行重要方式

自2006年出现首家专业租车网站以来，中国互联网车服务经历了“线下重资产+线上服务”向“互联网+共享经济/轻资产重服务”的转变，同时也实现了PC端向移动端使用场景的转变。

2012年起在线车服务大量涌现，主流的服务模式包括租车、拼车、代驾、出租车、专车与定制巴士等，在用户需求迅猛增长与线上线下资本力量介入下，出租车与网络约租车服务在整体车服务中表现突出，占据了绝对的领导地位。



来源：艾瑞咨询

中国网络约租车服务用户调研方向与内容

互联网车服务发展如火如荼的现在，网络约租车服务在用户线上用车理念的教育中起到了巨大的作用，截止到2015年年底专车乘客端用户预计已超过4000万，覆盖城市150+，网络约租车服务已成为现有道路交通出行的重要组成部分，而约租车用户有着什么样的属性特征、对服务有着什么样的使用行为与需求评价，将会是本次用户研究项目的主要研究方向。

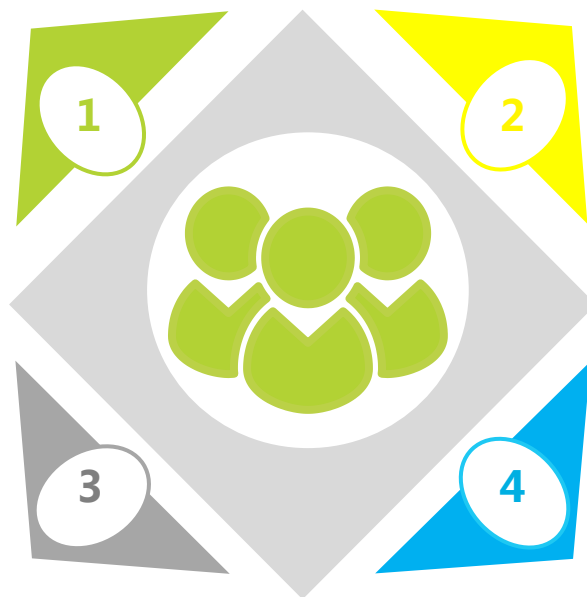
用户属性分析

性别、年龄、婚姻状况分布；
城市、职业、月收入分布；
教育程度分布；
.....

出行舒适度变化

单次出行乘车时长变化
单次出行候车时长变化
软件使用原因分析

出行体验分析



道路交通拥堵分析

互联网约租车服务对上路车辆数量影响；
拥有私家车用户自驾出行情况；
用户出行拥堵体验感知；
.....

.....
司机运营成本、收入变化；
司机运营方式、时间变化；
乘客用户出行方式分布；
生活方式变化分析

报告背景

中国网络约租车服务用户调研数据来源

调查城市与调查对象构成



用户类型

使用约租车App的用户，包括：
出租车司机及乘客、网络约租车司机及乘客（网络约租车含专车与快车，以下简称专车）

调研城市覆盖

本次调研城市包括现阶段网络约租车服务的主要服务城市，同时也是用户使用较早、使用习惯成熟城市，主要集中在北上广深及东南沿海地区。

调研用户样本构成

专车司机：1603
专车乘客：2048
出租车司机：612

1

报告背景

2

报告主要结论

2.1

网络约租车用户属性

2.2

网络约租车带来的交通状况改变

2.3

网络约租车带来的出行体验改变

2.4

网络约租车带来的生活方式改变

3

网络约租车的可持续发展

报告主要结论

网络约租车服务对用户产生着全面影响

本次调研数据发现，网络约租车服务对专车司机、专车乘客与出租车司机等不同属性用户的出行及生活均产生了一定的影响，在缓解交通压力、提升出行体验、转变生活方式等各方面均发挥着作用。

01

用户群像

专车司机——中坚砥柱人群；
专车乘客——有钱任性精英人群；
出租车司机——大龄高压人群

02

交通影响

全国日均减少上路车辆约**28.3万辆**；
专车乘客中的私家车主周自驾天数平均降低**0.7天**；
80.0%以上用户认为网络约租车服务未造成交通拥堵

03

出行影响

86.7%的乘客因网络约租车感到出行舒适；
六成以上司机认为乘客需求量大，司乘两端供需匹配更优化

04

生活影响

80.0%专车司机为兼职，月收入出现增长；
出租车司机空载时间下降，**60.8%**司机收入出现增长；
不到**10.0%**的乘客完全不受约租车影响会继续购买新车

1

报告背景

2

报告主要结论

2.1

网络约租车用户属性

2.2

网络约租车带来的交通状况改变

2.3

网络约租车带来的出行体验改变

2.4

网络约租车带来的生活方式改变

3

网络约租车的可持续发展

网络约租车用户属性

网络约租车服务用户覆盖类型广泛

网络约租车的专车司机、专车乘客与出租车司机等用户类型均表现出了不同的群体特征，对于网络约租车服务也有着各异的需求，网络约租车服务对不同人群的适用性强。

专车司机

中坚砥柱人群：

- 已婚已育
- 收入水平较高
- 男性私家车主
- 受教育程度较好
- 公司职员

专车乘客

有钱任性精英阶层：

- 相对更高的未婚比例
- 高收入人群
- 性别分布平衡
- 受教育程度高
- 工作职位相对较高
- 出行品质要求

出租车司机

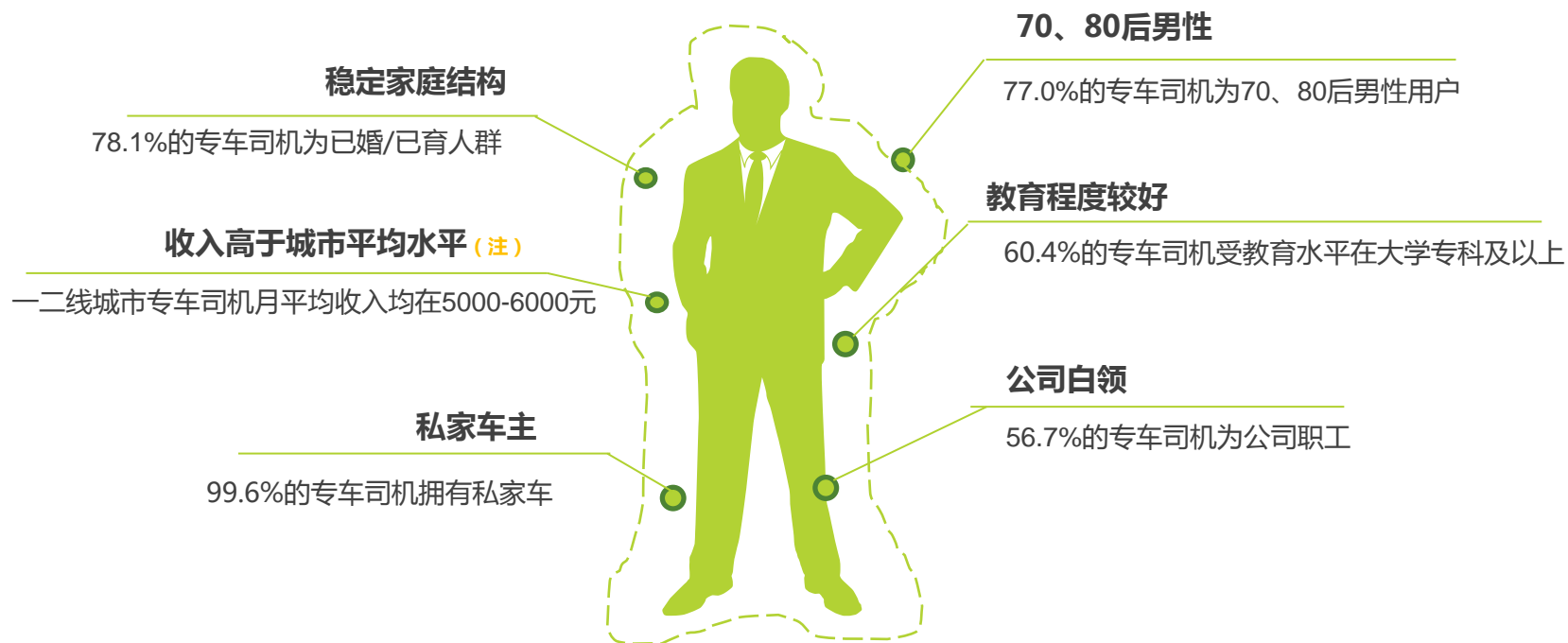
大龄高压人群：

- 已婚已育
- 中年、大龄分布
- 受教育水平较低
- 与家人同住
- 收入水平较高

网络约租车用户属性

专车司机用户——中坚砥柱人群

专车司机人群构成主要以中等收入水平的70、80后男性为主，大部分专车司机教育程度在大学本科以上，拥有自己的私家车并多兼职进行专车运营，呈现出工作职位稳定、看重家庭因素、争取更多收入的社会中坚砥柱人群特征。



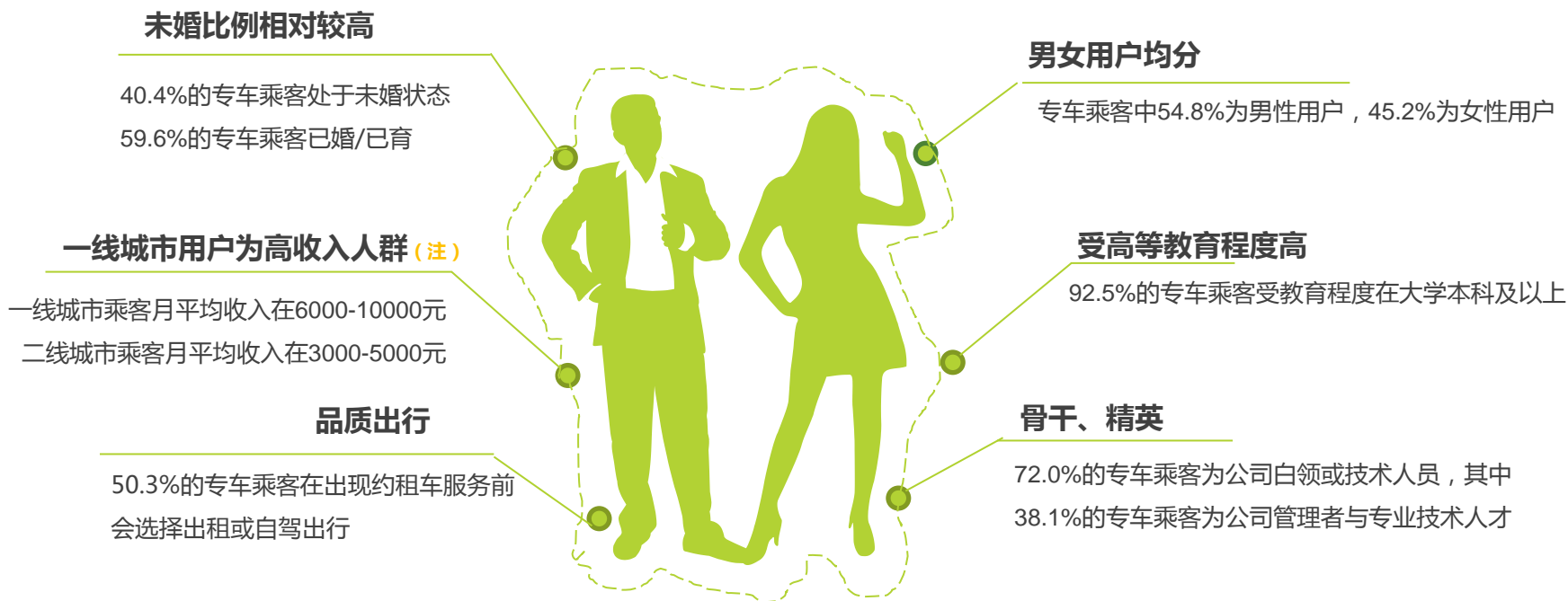
样本：专车司机N=1603，于2015年10月通过iClick网上调查获得。

注释：根据国家统计局数据，截止到2014年北京上海广深一线城市月人均可支配收入为3226.1元，天津、青岛、杭州、武汉、厦门等二线城市月人均可支配收入为1940.5元。

网络约租车用户属性

专车乘客——有钱任性精英阶层

专车乘客中男女比例较为平均，主要以70、80后为主，未婚比例相比专车司机与出租车司机更高，受到过高等教育的比例高达92.5%，另外专车乘客收入高于当地平均水平，工作中高端职位较多，约租车服务出现之前专车乘客自驾和乘坐出租车比例较高，显示出高学历、高收入、高生活品质的精英特质。



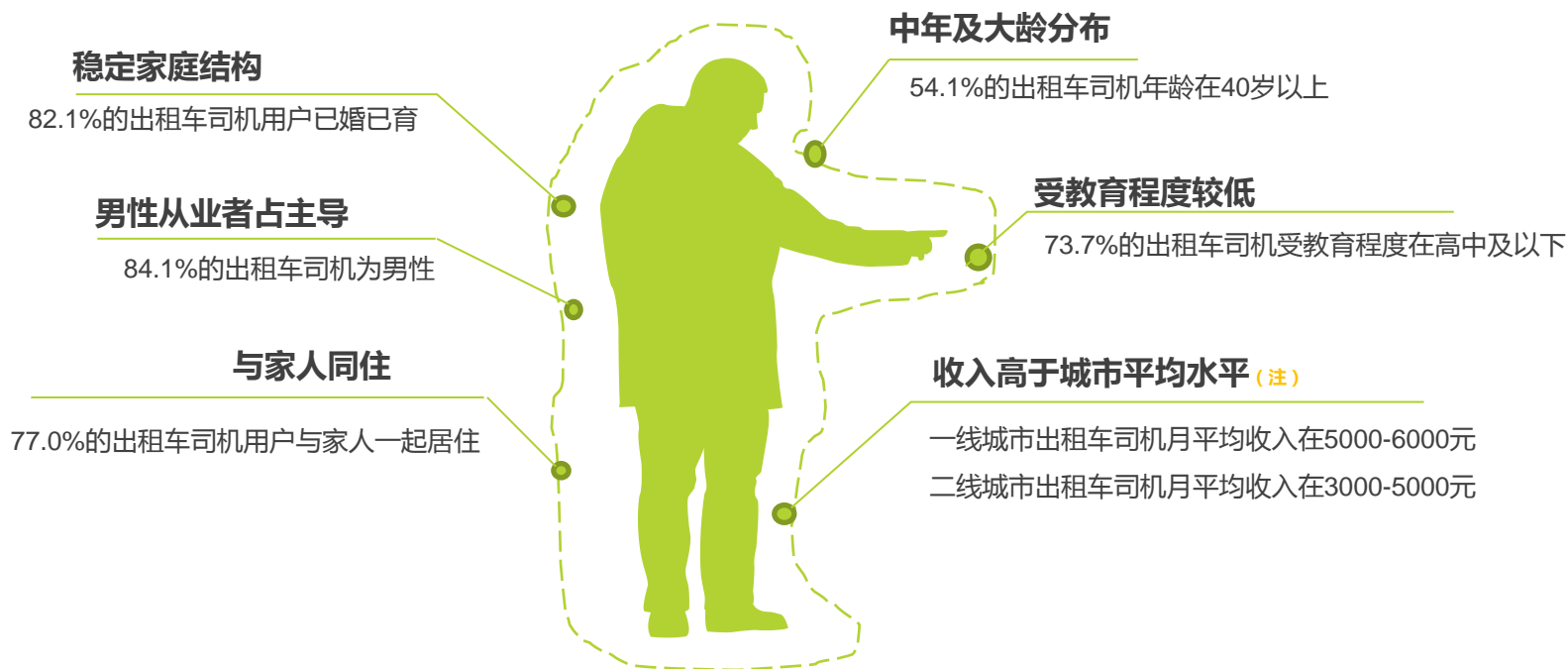
样本：专车乘客N=2048，于2015年10月通过iClick网上调查获得。

注释：根据国家统计局数据，截止到2014年北上广深一线城市月人均可支配收入为3226.1元，天津、青岛、杭州、武汉、厦门等二线城市月人均可支配收入为1940.5元。

网络约租车用户属性

出租车司机用户——大龄高压人群

出租车司机以男性从业者为主，多数已成家立业并过着居家生活，受教育水平较低且年龄分布明显偏大，收入高于地区平均水平，而相比专车司机与专车乘客收入明显偏低，生活压力更大，呈现出家庭责任重、生活压力大的大龄高压人群特征。



样本：出租车司机N=296，于2015年10月通过iClick网上调查获得。

注释：根据国家统计局数据，截止到2014年北上广深一线城市月人均可支配收入为3226.1元，天津、青岛、杭州、武汉、厦门等二线城市月人均可支配收入为1940.5元。

1

报告背景

2

报告主要结论

2.1

网络约租车用户属性

2.2

网络约租车带来的交通状况改变

2.3

网络约租车带来的出行体验改变

2.4

网络约租车带来的生活方式改变

3

网络约租车的可持续发展

网络约租车带来的交通状况改变

网络约租车对交通拥堵起到了一定的缓解作用

从道路资源释放与道路拥堵缓解主观感知方面，网络约租车服务均表现出了一定的影响，在道路交通拥堵缓解方面展示了其能量。

发现一

日均上路车辆数量减少28.3万

发现二

乘客私家车周出行天数减少0.7天

发现三

80.0%以上用户认为交通拥堵出现缓解

网络约租车带来的交通状况改变

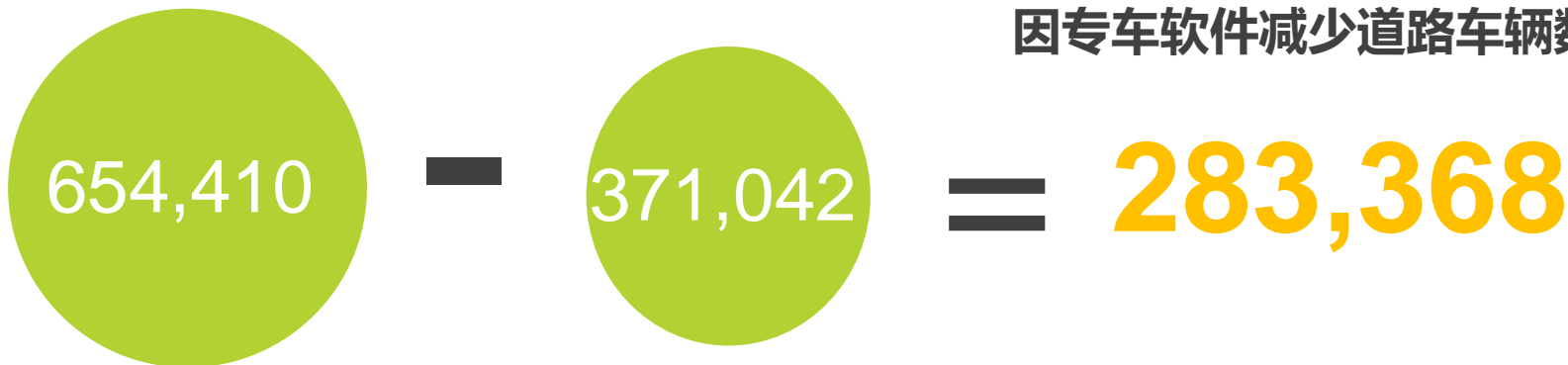
网络约租车服务减少了日均28.3万辆的私车上路

艾瑞研究结果显示，因专车出行导致的日均私家车出行减少量为654,410辆，因专车出行导致的日均新增专车上路数量为371,042辆，整体因专车软件减少的日均私车上路数量为28.3万辆，网络约租车服务带来了一定的道路资源的释放。

因专车软件减少私家车出行数量/天

新增私家车加入专车数量/天

因专车软件减少道路车辆数/天



专车乘客私家车出行减少量计算指标：

- 1.现有专车乘客数量（总/天）
- 2.专车乘客私家车保有率
- 3.专车乘客平均使用专车天数（周）
-

新增私车上路数量计算指标：

- 1.现有签约专车数量（总/天）
- 2.现有上路专车数量（总/天）
- 3.产生订单车辆数量/天
-

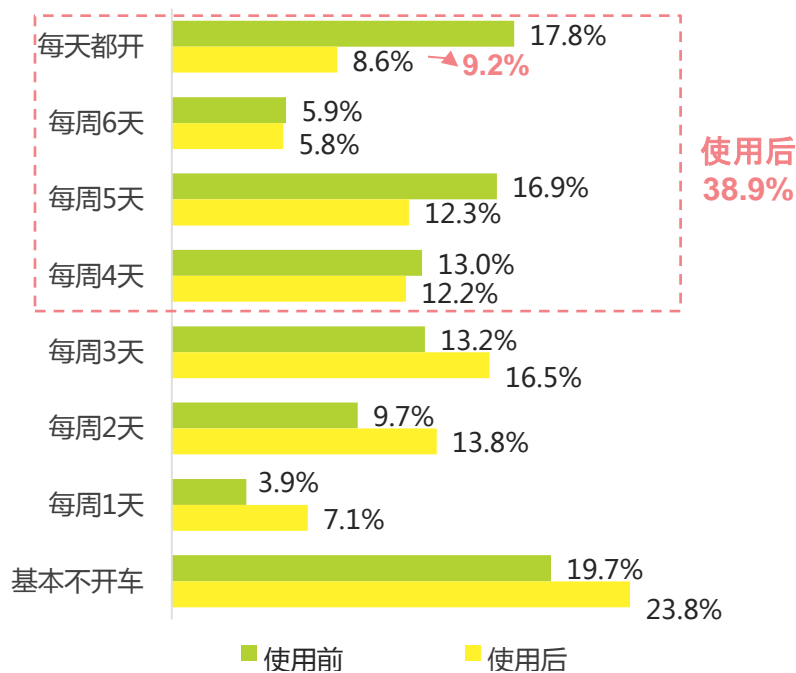
样本：N=4263，于2015年10月通过iClick网上调查获得。

网络约租车带来的交通状况改变

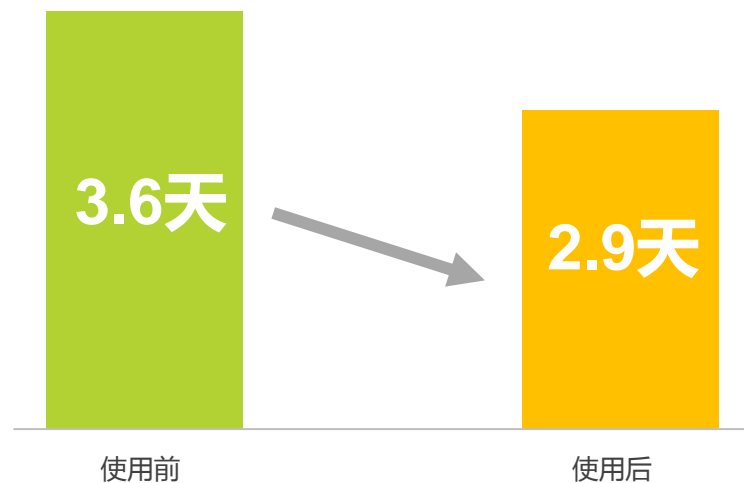
专车乘客每周自驾出行天数减少了0.7天

专车乘客使用约租车服务后，每周开四天车至每天都开车的用户比例均明显减少，累积下降比例至38.9%，其中每天都开车出行的用户比例下降最多，达到9.2%；同时乘客平均每周私家车出行的天数降低了0.7天，显示出专车的使用取代了一部分用户的私家车出行。

2015年全国专车乘客私家车出行率对比



2015年全国专车乘客平均每周私家车出行天数对比



样本：有私家车专车乘客N=1315；于2015年10月通过iClick网上调查获得。涉及问题包括：在使用专车软件前，您平均每周有几天会选择自行开车出门？/在使用专车软件后，您平均每周有几天会选择自行开车出门？

网络约租车带来的交通状况改变

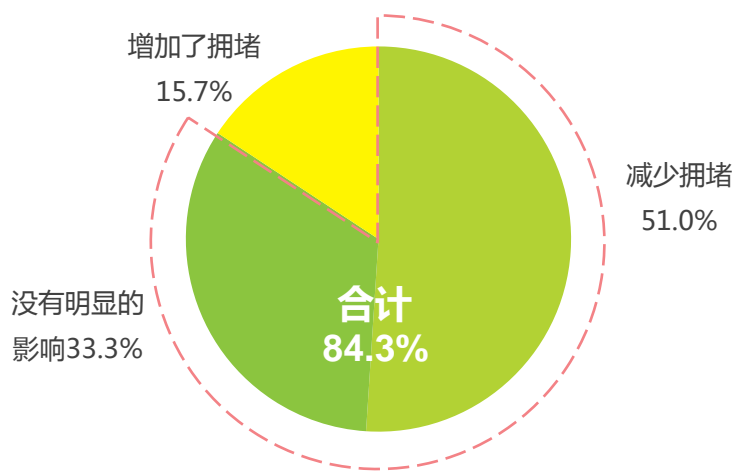
八成以上用户认为网络约租车未造成交通拥堵

调研结果显示，84.3%的专车司机和92.0%的专车乘客均表示网络约租车服务没有造成道路拥堵，其中超过半数的用户认为网络约租车服务对交通拥堵能起到缓解作用，可说明网络约租车对交通拥堵的缓解起到了一定的作用。



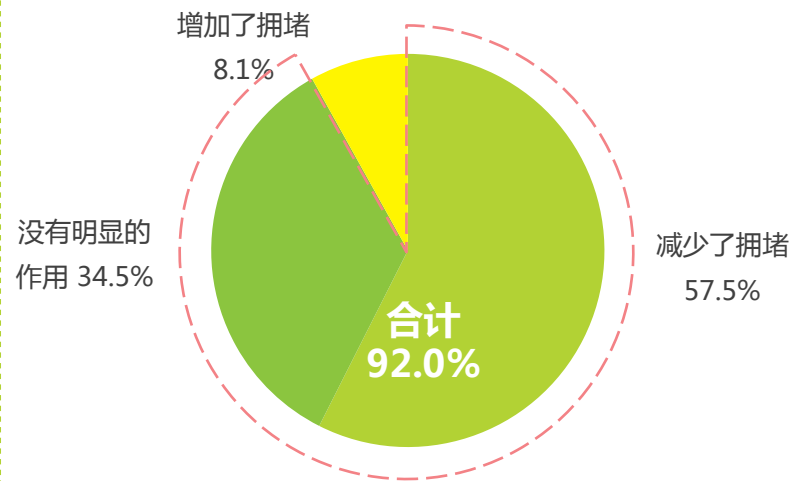
专车司机

网络约租车服务对交通影响



专车乘客

网络约租车服务对交通影响



样本：专车司机样本N=1603，专车乘客样本N=2048，于2015年10月通过iClick网上调查获得。涉及问题包括：您认为专车软件的使用对城市拥堵情况的影响是？

1

报告背景

2

报告主要结论

2.1

网络约租车用户属性

2.2

网络约租车带来的交通状况改变

2.3

网络约租车带来的出行体验改变

2.4

网络约租车带来的生活方式改变

3

网络约租车的可持续发展

网络约租车带来的出行体验改变

网络约租车为用户提供了更舒适更高效的出行方式

网络约租车一方面在乘客端提升了其整体出行舒适度，改善了用户出行体验；另一方面，网络约租车在整合用车供需平衡方面发挥着作用，专车司机与出租车司机使用网络约租车的首要原因是客源充足，乘客则主要通过价格优惠来选择服务。

出行舒适度

乘客端出行
舒适度提升

1

运行效率

软件需求多元；
客源、价格为主

2

出行舒适度部分包括单次出行候车时长、单次出行乘车时长与乘车舒适度等内容；
运行效率部分包括各端用户使用网络约租车原因等内容。

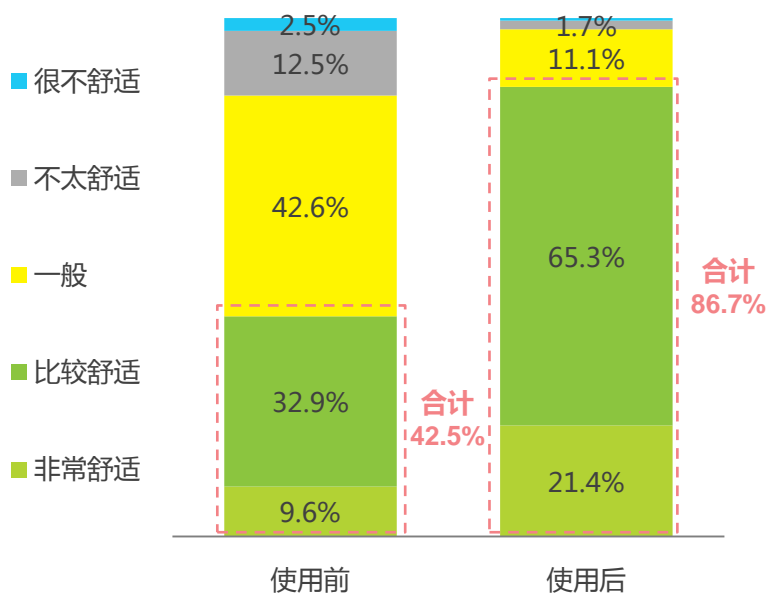
网络约租车带来的出行体验改变

八成以上专车乘客感觉出行舒适

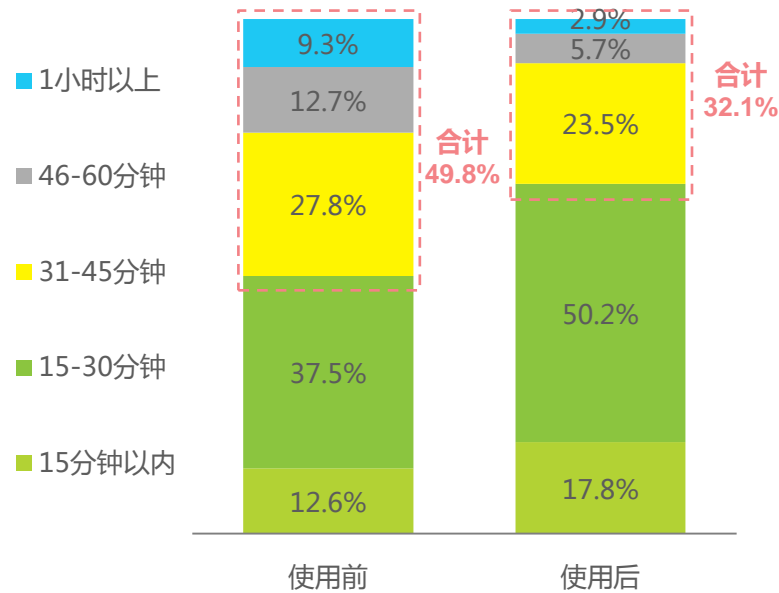
调研数据显示，在使用专车服务后，用户出行感觉舒适的比例从42.5%上升到86.7%，日常出行单次乘车时长在半小时以上的用户比例从49.8%下降至32.1%，乘车时长有所缩短，用户整体出行体验得到改善。



网络约租车使用前后出行舒适度对比



网络约租车服务前后日常出行乘车时长对比

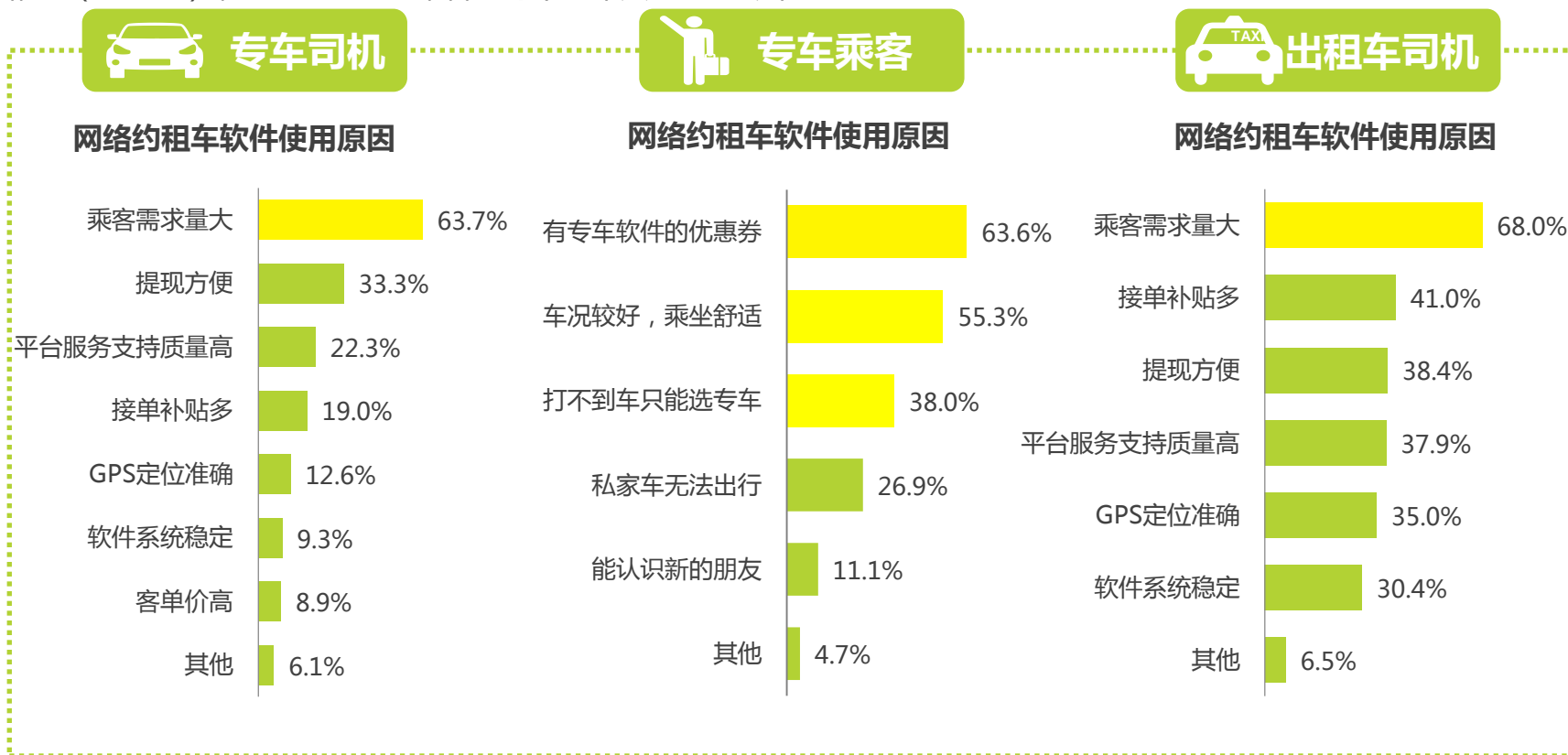


样本：专车乘客样本N=2048，于2015年10月通过iClick网上调查获得。涉及问题包括：在使用专车软件前（后），您日常出行乘车时长是？/在使用专车软件前（后），您日常出行乘车时长为？/在使用专车软件前（后），您日常出行在乘车舒适度方面的体验是？

网络约租车带来的出行体验改变

乘客需求量与价格优惠是网络约租车的主要使用原因

司机方面，63.7%的专车司机和68.0%的出租车司机使用网络约租车的首要原因是乘客需求量大，司机服务供给更多的匹配了乘客用车需求。乘客方面，优惠力度最能吸引乘客，有63.6%的乘客使用主因是专车软件的优惠券，其次是专车乘坐舒适（55.3%），还有近四成的乘客因打不到车只能选择专车。



样本：专车司机样本N=1603，专车乘客样本N=2048，出租车司机样本N=612，于2015年10月通过iClick网上调查获得。涉及问题包括：请问您使用该专车软件乘客端的原因是？

1

报告背景

2

报告主要结论

2.1

网络约租车用户属性

2.2

网络约租车带来的交通状况改变

2.3

网络约租车带来的出行体验改变

2.4

网络约租车带来的生活方式改变

3

网络约租车的可持续发展

网络约租车带来的生活方式改变

网络约租车为用户的绿色出行提供了更多选择

网络约租车在用户出行选择中占据了重要的位置，而不同端用户使用约租车软件后对其生活均产生了一定影响。在专车司机与出租车司机部分，网络约租车为其收入增长、时间的高效运用提供了更多可能，而在专车乘客部分，网络约租车为其未来的绿色出行提供了更多的可能。

发现一

专车司机空闲时间被利用，收入实现增长

发现二

不到一成欲购车乘客受影响会继续购新车

发现三

出租车司机运行效率上升，60.8%司机收入增加

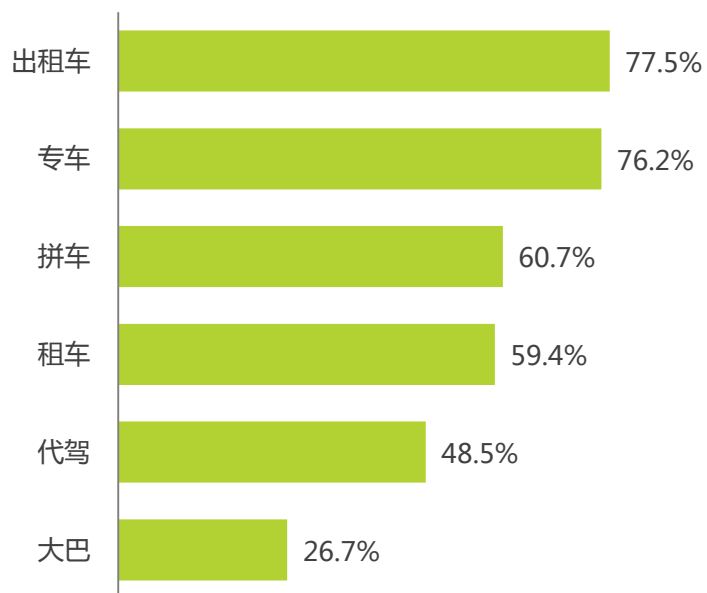
网络约租车带来的生活方式改变

网络约租车在线上用车服务中使用比例高

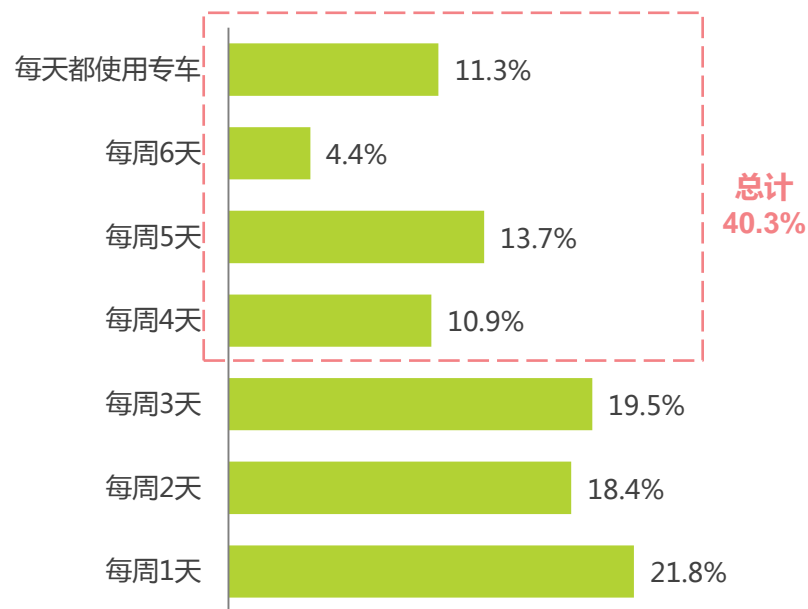
艾瑞用户研究数据显示，截至到2015年10月，线上用车服务中网络约租车服务占据了大幅比重，其中在线出租车服务的使用比例为77.5%，专车服务的使用比例为76.2%。

从专车乘客的使用情况来看，每周使用4天以上的专车高频用户比例已达到40.3%，从服务覆盖角度表明网络约租车在整体用车需求中占据了一席之地。

2015年全国互联网车服务用户使用类型分布



2015年全国网络约租车用户每周使用专车天数



注释：“53.7%的用户会选择使用互联网车服务”来源为艾瑞线上调研数据。

样本：N=4263，专车乘客样本=2048；于2015年10月通过iClick网上调查获得。涉及问题包括：请问您平均每周使用专车出行的天数为？

网络约租车带来的生活方式改变

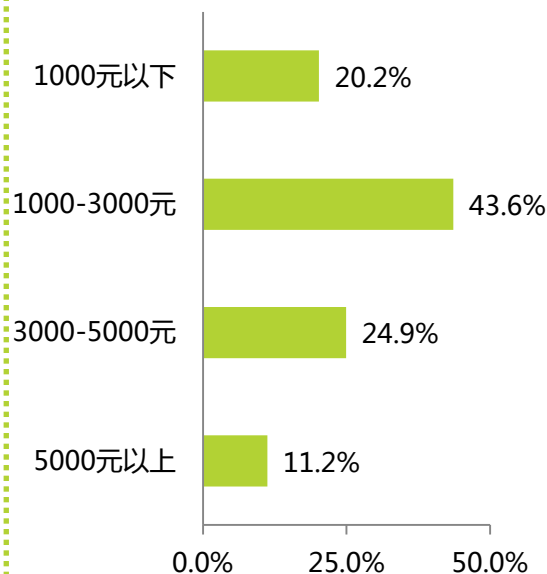
八成专车司机为兼职且收入出现增长

网络约租车服务的专车司机中，有80.0%为兼职司机，网络约租车服务为专车司机带来了一定的收入增长，在全职司机中，月收入增长幅度多为1000-3000元，而在兼职司机中，月收入增长幅度更多在1000元以下。

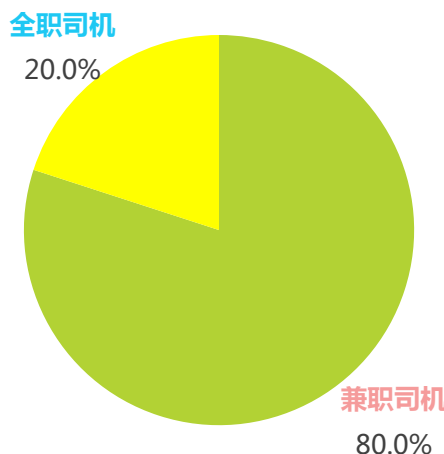


专车司机

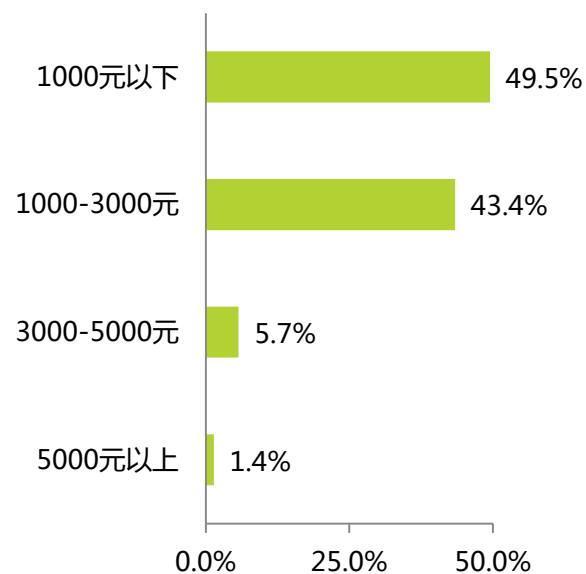
全职专车司机月收入增幅分布



专车司机构成情况



兼职专车司机月收入增幅分布



样本：专车司机样本=1603，于2015年10月通过iClick网上调查获得。涉及问题包括：在使用专车软件后，您平均每月收入的增加幅度为？/在使用专车软件前（后），您会在哪些时间段开车出门（驾驶专车）？

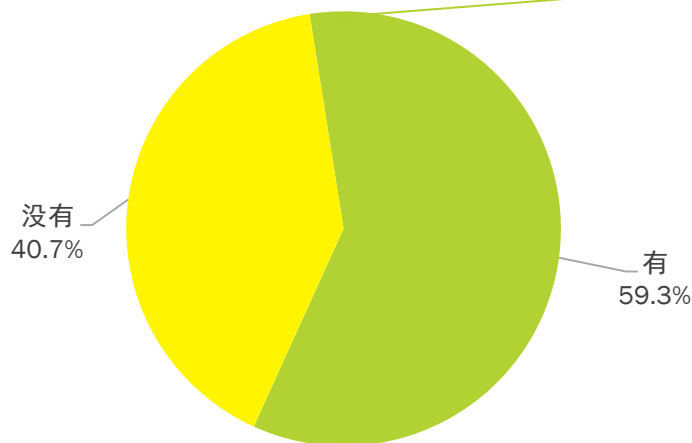
网络约租车带来的生活方式改变

仅9.1%有购车意愿用户不受专车影响会继续购买新车

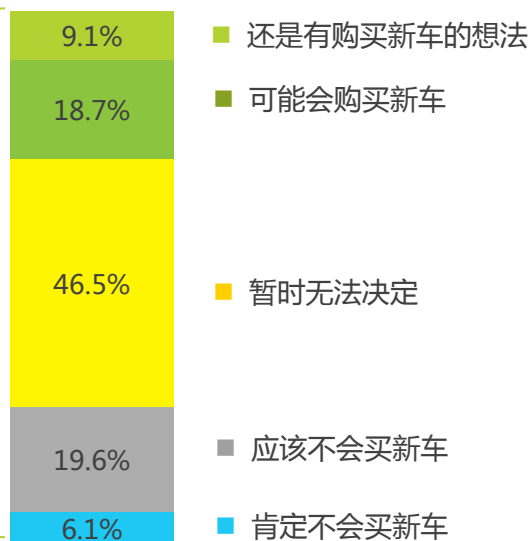
在网络约租车用户中，有59.3%的用户有购车需求，而在这部分有购车需求的专车乘客中，仅有不到10.0%的用户不受影响还是会继续购买新车，网络约租车的使用对未来私车的购买起到了抑制的作用。



网络约租车出现前专车乘客购买新车意愿



网络约租车服务出现后对专车乘客购买新车意愿的影响

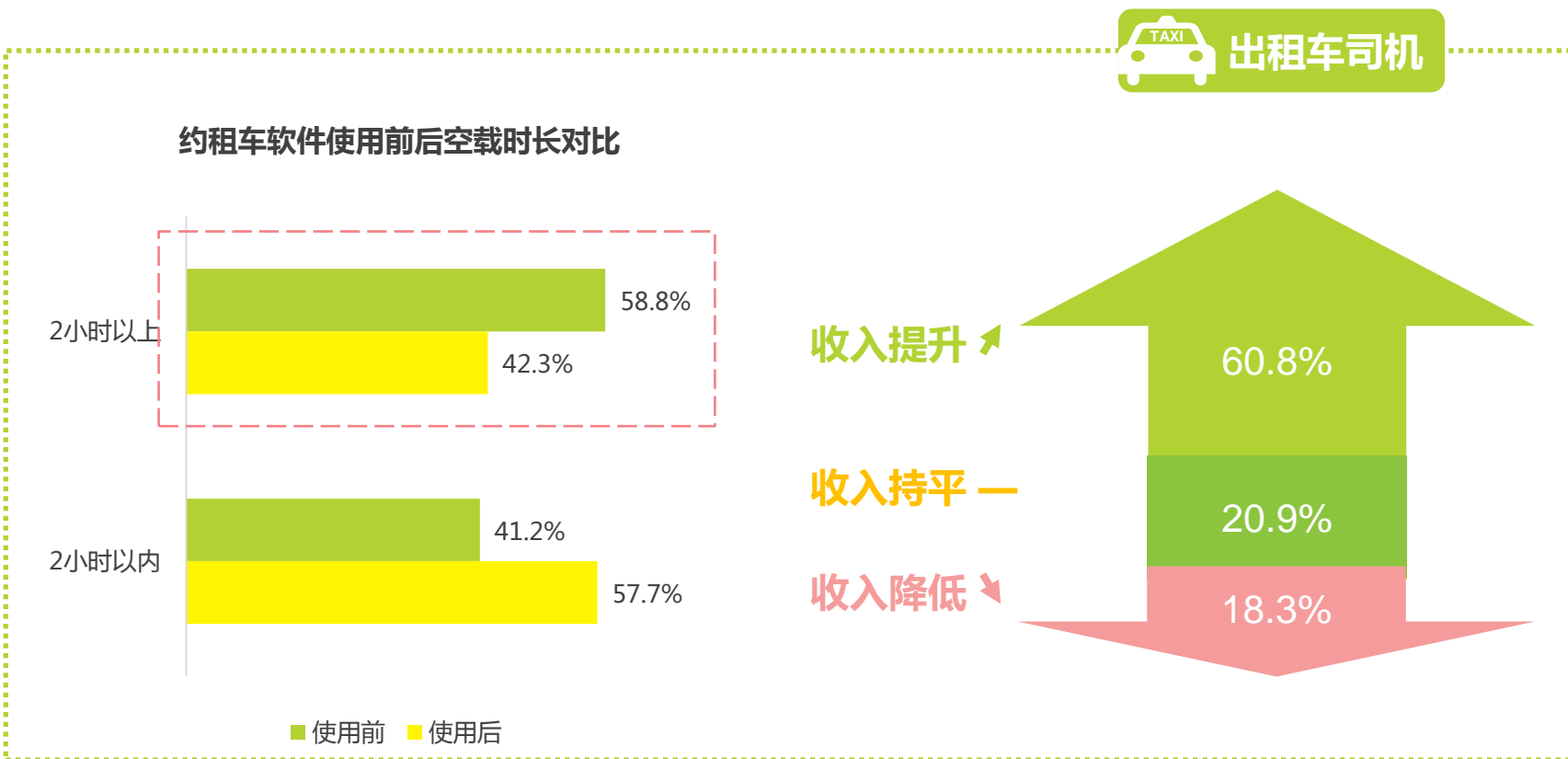


样本：专车乘客样本=2048；于2015年10月通过iClick网上调查获得。涉及问题包括：在使用专车软件前（后），您日常出行主要会采取哪些方式？/请问您在使用专车软件前，是否有购买新车的想法？/请问您在使用专车软件后，对您未来购买新车的意愿是否有影响？/在使用专车软件前（后），您日常出行单次费用为？

网络约租车带来的生活方式改变

出租车司机空载时长缩短同时收入出现提高

出租车司机每周出车天数变化不明显，同时由于出租车约车软件的出现，出租车司机日空载时长在两小时以上的比例由58.8%下降至42.3%，对出租车司机的收入造成直接影响，有60.8%的司机认为使用了出租车约车软件后收入有所增加。



样本：出租车司机样本=612；于2015年10月通过iClick网上调查获得。涉及问题包括：请问在使用出租车打车软件前（后），您平均每天有多长的时间是在空驶寻找乘客？/您认为您的平均单日报收入相比出租车打车软件出现之前是上升还是下降？

1

报告背景

2

报告主要结论

2.1

网络约租车用户属性

2.2

网络约租车带来的交通状况改变

2.3

网络约租车带来的出行体验改变

2.4

网络约租车带来的生活方式改变

3

网络约租车的可持续发展

网络约租车服务的可持续性发展

网络约租车服务在未来需求与服务供给上存在发展潜力

根据网络约租车不同类型用户的调研数据显示，在未来网络约租车的实际使用需求与服务供给上存在着持续的可能。不同类型用户继续使用网络约租车服务的意愿较高，同时出租车司机有较高的转型为专车司机的意愿。针对网络约租车未来发展的进一步规范，乘客端更多的还是从安全角度出发，可能并不局限于政策方面的安全保障，而司机端则更期望未来的政策环境能够更有利于网络约租车的发展。

发现一

六成以上用户使用约租车软件意愿强，用户粘性高

发现二

乘客与出租车司机均存在转化为专车司机的可能

发现三

未来乘客端关注安全出行，司机端关注政策环境

网络约租车服务的可持续性发展

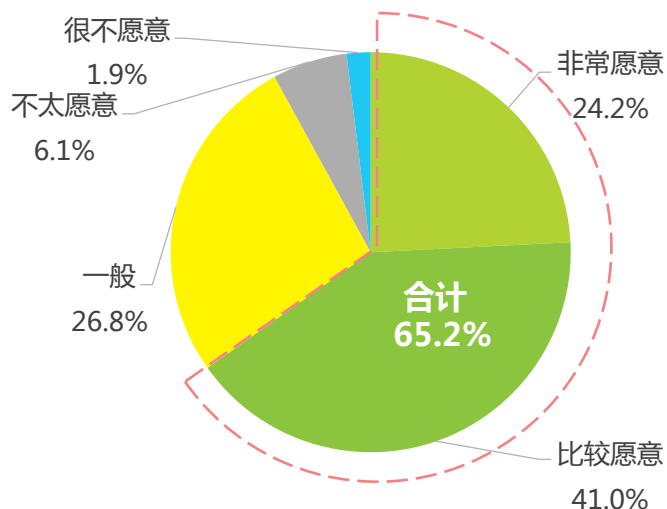
专车司机以兼职为主，未来兼职转向全职的意愿不高

对于未来是否会继续进行专车服务的运营，65.2%的专车司机表示愿意继续，但可能出于本职工作的原因、对未来政策的考量等因素，只有25.9%兼职专车司机愿意转全职专车司机。

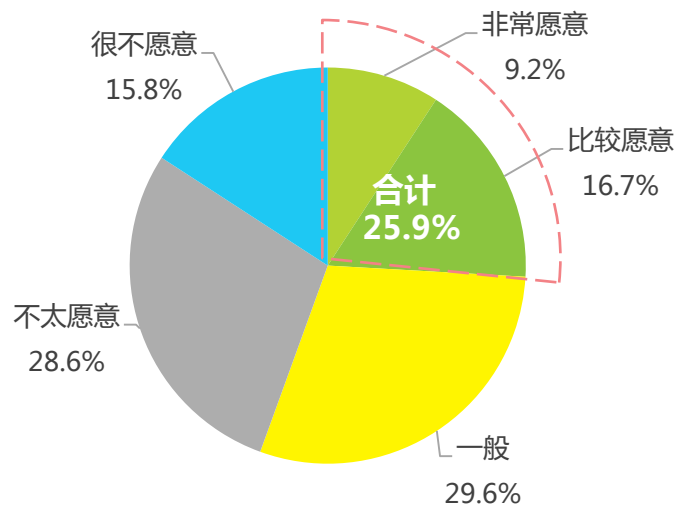


专车司机

专车司机未来继续驾驶专车意愿



兼职专车司机转全职专车司机意愿



样本：专车司机样本N=1603，于2015年10月通过iClick网上调查获得。涉及问题包括：请问您是全职专车司机还是兼职专车司机？/整体而言，您认为您未来继续驾驶专车的意愿是？/请问您是否有转为全职专车司机的意愿？

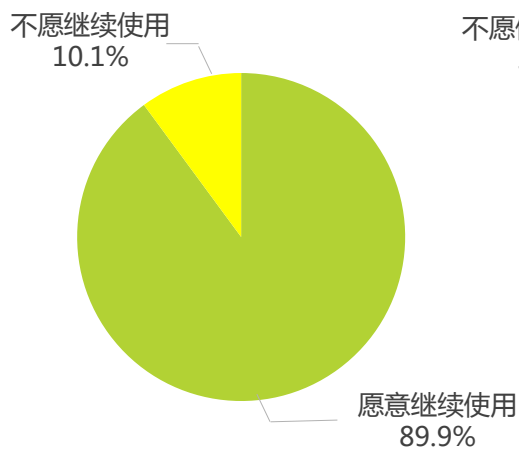
注释：全职是指除专车运营收入外无其他工作收入来源，兼职驾驶专车是指除专车运营收入外还有其他渠道的工作收入来源。

专车乘客忠诚度高并有转作司机的意愿

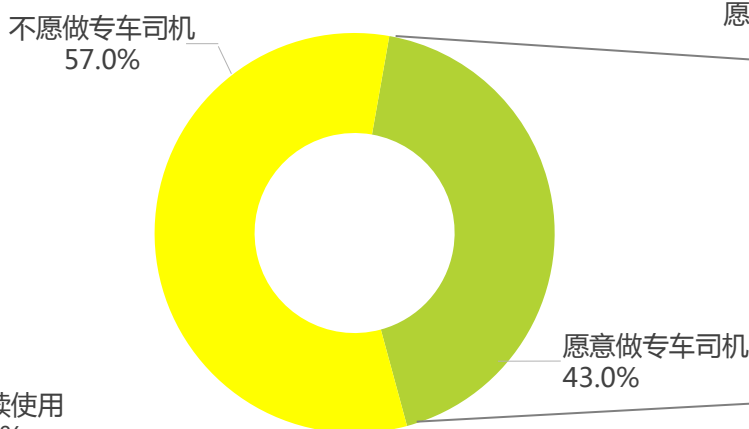
89.9%的专车乘客愿意继续使用专车，43.0%的乘客对未来转做专车司机有较高意愿，这部分用户中选择做兼职司机的比例有78.3%，这也可能成为未来专车司机的储备力量。



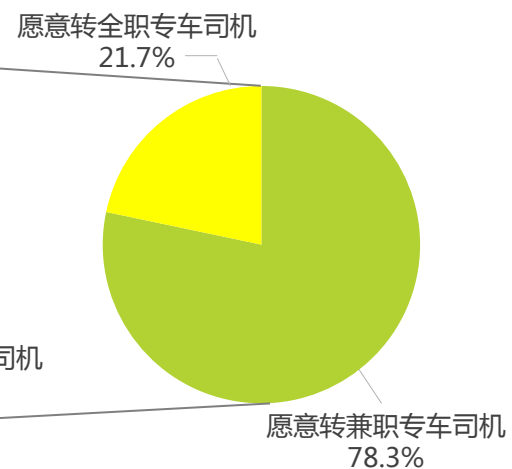
专车乘客未来继续使用专车服务意愿



专车乘客未来转专车司机意愿



专车乘客未来转兼职/全职专车司机意愿



样本：专车乘客样本N=2048，于2015年10月通过iClick网上调查获得。涉及问题包括：整体而言，您认为您未来继续使用专车服务的意愿是？请问您是否有成为专车司机的想法？/请问您是愿意成为全职的专车司机还是兼职的专车司机？

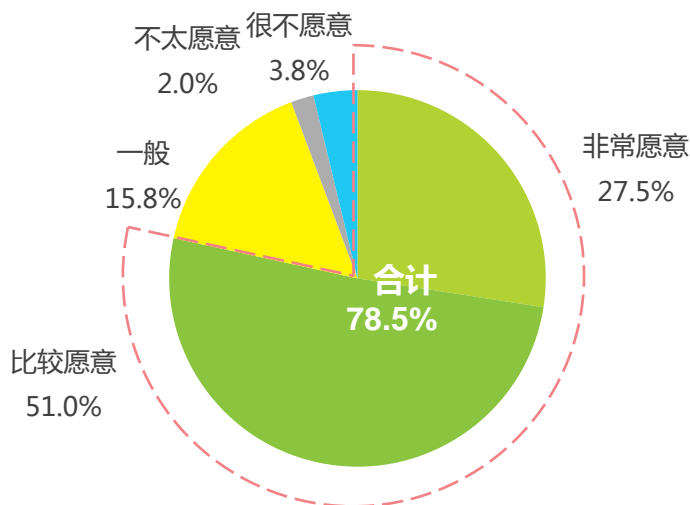
网络约租车服务的可持续性发展

多数出租车司机愿意使用约租车软件并转为专车司机

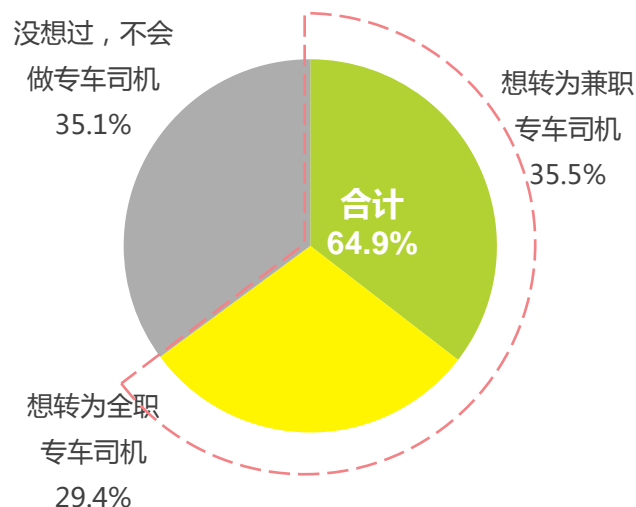
78.5%的出租车司机表示将来会继续使用出租车约车软件，另外出租车司机转专车司机的意愿较强，据调研数据，有64.9%的出租车司机由于车况、收入等原因，愿意转型开专车。



出租车司机未来使用网络约租车软件意愿



出租车司机转专车司机意愿



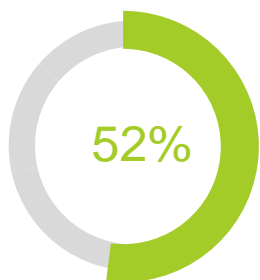
样本：出租车司机样本N=612，于2015年10月通过iClick网上调查获得。涉及问题包括：请问您是否有转为兼职或全职驾驶专车的想法？/整体而言，您认为您继续使用出租车打车软件的意愿是？

网络约租车服务的可持续性发展

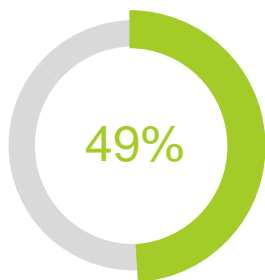
用户对现有政策可能方向了解程度偏弱

据调研数据，关于网络约租车出行征求意见稿中的相关政策，半数用户对于加入专车司机的条件之一“司机须具有3年以上驾驶经验及无交通事故责任记录与酒后驾驶等违法犯罪记录”较清楚，但是对于其他条件的了解程度相对偏弱，不到半数用户了解全部条件。

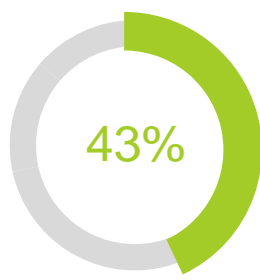
用户对关于网络约租车征求意见稿相关政策认知情况



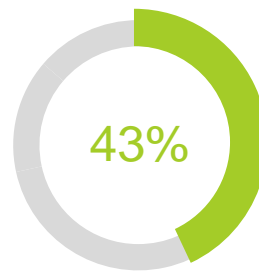
司机需具有3年以上
驾驶经验及无交通
交通事故责任记录与酒
后驾驶等违法犯罪
记录



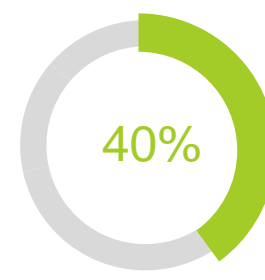
车辆使用性质
登记为出租客
运车辆



车辆安装具有行
驶记录功能的卫
星定位系统、应
急报警装置



取得公安部门出
具的无危险驾驶
违法记录证明



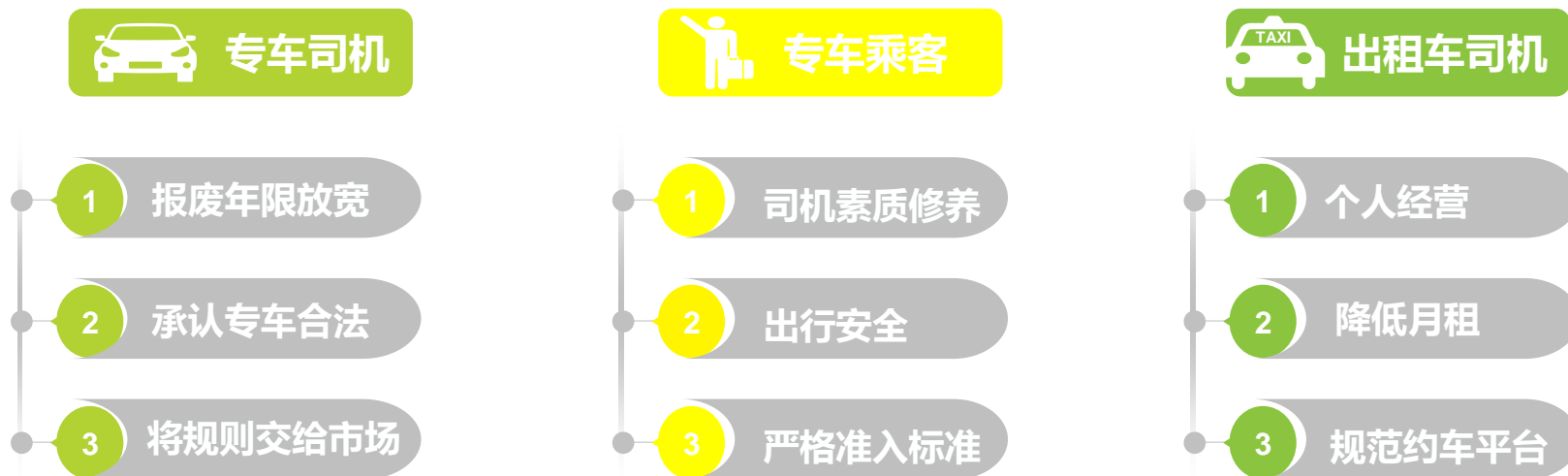
车辆营运年
限改变

样本：专车乘客样本N=2048；于2015年10月通过iClick网上调查获得，涉及问题包括：以下是征求意见稿中部分内容，您是否对这一征求意见稿有所了解？

网络约租车服务的可持续性发展

专车乘客关注安全出行，司机则关注政策环境

从专车司机角度出发，专车司机首先认为国家在承认专车合法性的基础上要做好宏观调控，不要过度干预市场规律。
从专车乘客角度出发，专车乘客更关注出行安全的问题，同时要求对专车司机及车辆进行规范化管理，严格限制专车司机的准入标准，加强专车司机素质修养。
从出租车司机角度出发，出租车司机最希望降低月租费用，将经营权交由个人，同时更规范管理各类约车平台。



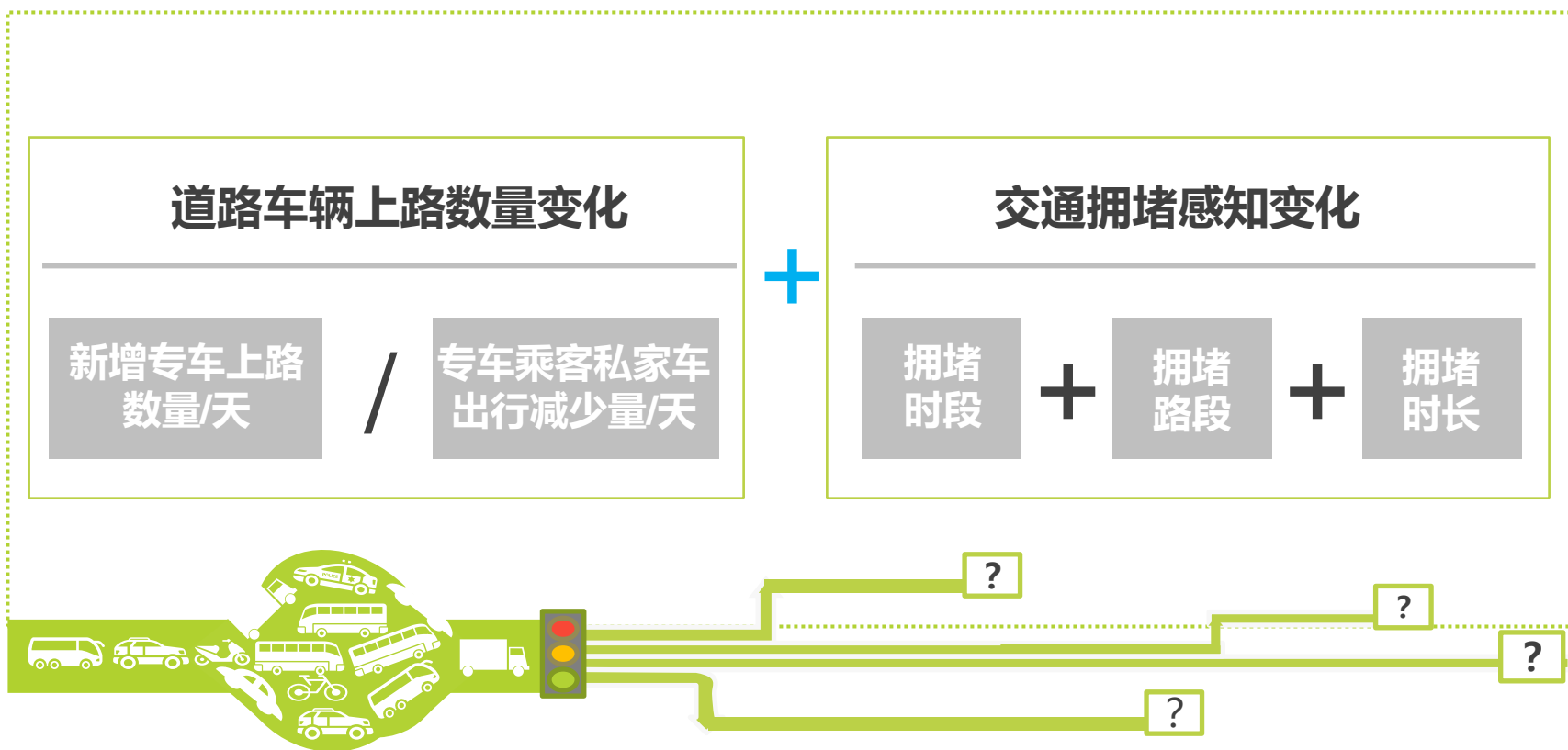
样本：专车司机样本N=1603，专车乘客样本N=2048，出租车司机样本N=612，于2015年10月通过iClick网上调查获得。涉及问题包括：您认为如果要规范现行的专车运营，应该有哪些政策方面的规定？/您认为如果要改善现有的出租车运营状况，应该有哪些政策方面的规定？

附 录

互联网约租车服务道路运营效率解读

道路运行效率指标体系介绍

道路车辆上路数量变化体现的是因为约租车中的专车服务而带来的道路运行车辆行驶数量的变化情况，私家车出行减少数量是拥有私家车的专车乘客因为使用约租车服务而减少的私家车出行数量。



互联网约车服务用户用车体验解读

用车体验指标体系介绍

用车体验包括了用户的出行体验与软件使用体验两部分，出行体验表现是约车软件出现前后司机端用户与乘客端用户在整体出行方式与成本上的转变，而软件使用体验则针对的现有约车软件的评价情况。

1

出行体验

出行场景变化：

- 出行方式
- 出车比例

出行成本（运营成本）变化：

- 时间成本
- 金钱成本
- 舒适度成本

2

软件使用体验

使用情景：

- 使用原因
- 使用场景

使用体验：

- 快捷度准确度安全性等环节体验
- 价格体验

本报告为上海艾瑞市场咨询有限公司制作，报告中所有的文字、图片、表格均受到中国法律知识产权相关条例的版权保护。没有经过本公司书面许可，任何组织和个人，不得使用本报告中的信息用于其它商业目的。本报告中部分文字和数据采集于公开信息，所有权为原著者所有。没有经过原著者和本公司许可，任何组织和个人不得使用本报告中的信息用于其他商业目的。

本报告中运营商收入及相关市场预测主要为公司研究员采用行业访谈、市场调查、二手数据及其他研究方法分析获得，部分数据未经运营商直接认可。本报告中发布的调研数据部分采用样本调研方法，其数据结果受到样本的影响。由于调研方法及样本的限制，调查资料收集范围的限制，部分数据不能够完全反映真实市场情况。本报告只提供给购买报告的客户作为市场参考资料，本公司对该报告的数据准确性不承担法律责任。

公司介绍：

艾瑞咨询集团：<http://www.iresearch.com.cn>

公司介绍：

艾瑞客户解决方案：<http://www.iresearch.com.cn/solution>

艾瑞连续数据研究产品：<http://www.iresearch.com.cn/product>

艾瑞专项研究咨询服务：<http://www.iresearch.com.cn/consulting>

艾瑞研究观点报告：<http://www.iresearch.com.cn/report>

艾瑞学院培训业务：<http://www.iresearch.com.cn/institute>

艾瑞媒体会议服务：<http://www.iresearch.com.cn/meeting>

公司资讯网站：

艾瑞网：<http://www.iresearch.cn>

艾瑞广告先锋：<http://www.iresearchad.com>

艾瑞网络媒体精品推荐：<http://www.iwebchoice.com>

联系方式

北京：86-010-51283899

上海：86-021-51082699

广州：86-020-38010229

洞察互联网的力量

UNLOCK THE POWER OF INTERNET

iResearch

艾 瑞 咨 询