

# 共享出行渗入生活！

过年返乡或在周边旅游的你是否发现，骑共享单车已经成为较低线城市市民的重要出行方式。与共享单车大规模进驻一二线城市不同，三线及以下城市成为了共享单车的乐土。与此同时，共享汽车也逐渐从一线城市走向全国各地，年轻、女性成为了共享汽车用户的重要特征。种种迹象表明，共享出行的方式正在拓展，且越来越渗入我们的日常生活。

目前，共享出行市场正逐渐走向成熟。有数据显示，目前国内共享单车用户数量已超过2.5亿人，网约车安全保障提升也获得了用户越来越多的认可。

■策划：新快报记者 罗韵  
■统筹：新快报记者 梁或  
■采写：新快报记者 郑栩彤  
■制图：廖木兴

## 选择共享两轮车还车方便成用户最关注

艾媒咨询数据显示，2020年共享出行市场仍不如2017年和2018年火热，但又比2019年明显回暖。2020年国内移动出行用车用户规模将增长至5.69亿人，其中共享单车用户达到2.53亿人。

市场回暖一定程度上是因为共享单车规范步入了正轨。2019年，交通运输部等十二个部门和单位印发《绿色出行行动计划（2019—2022）》，对共享单车的投放规模、停放领域提出要求。据艾媒咨询调查，超过七成的用户认为共享单车定点整治有效果，超两成用户认为整治效果显著。用户对共享单车规范化的满意度也处在较高的水平，仅5.7%的用户表示不满意。但单车损坏率高仍是用户认为最需要整治的规范化问题，另一个主要问题则指向专用单车车道缺少。

据易观分析数据，在青桔单车、美团单车和哈啰出行中，平台综合服务用户满意度最高的是青桔单车。2020年10月，平台订单量从高到低的排名为青桔单车、哈啰出行、美团单车和其他单车。在选择共享两轮车品牌时，八成用户主要会考虑找车和还车方便的问题，其次是车况整洁、故障率低和电量充足稳定，收费合理仅排第五。

艾媒咨询分析师指出，共享出行的细分市场从早期野蛮生长逐步回归理性发展，行业内部洗牌整合资源，运营企业将进行精细化管理，有序实现盈利。在精细化管理方面，目前的共享单车平台通过定制化研发、全链路追溯的方式延长车辆生命周期。其中，通过高精确定位可以降低车辆丢失率，通过打造个人信用体系、对不文明用车记录用户限制停车则可以降低车辆损坏率。

在场景化服务方面，诸多尝试也正在展开。例如，青桔单车针对女性身高与体型特点推出了“小轮车”的车型。针对逆风、潮玩出行场景，青桔单车推出一款变速车，方便用户享受变速出行体验。在夜间骑行场景中，青桔单车还推出一项服务，检测车辆骑行速度和倾斜角度，智能识别用户摔倒时间，并通过远程确认和安全员到场的方式保障用户骑行安全。

## 网约车不只接送乘客还为消费者“接送”果蔬和外卖

在1公里以上的出行距离中，网约车（拼车、顺风车）仍是共享出行的主要选手。随着政府对网约车的监管要求和限制日趋严格，网约车正朝着健康有序发展。据国家信息中心《中国共享经济发展报告2020》，2019年，国内网约车客运量占出租车客运量的比重为37.1%，网约车在网民中的普及率达到47.4%。共享经济在2019年有约8亿人的参与者人数。其中，滴滴平台上约90%的司机为兼职司机。

经历了市场培育阶段和市场规范化阶段，网约车行业正在寻求全新的突破点。例如，依托技术，网约车在保障司乘安全方面有了明显提升。艾媒咨询数据显示，国内网约车用户中近七成用户对网约车感到信任，仅3.6%的用户不信任网约车。在各种已优化的安全保障措施中，用户感受最深的是行程分享，其次是紧急联系人和驾驶员、车辆一致性审查。

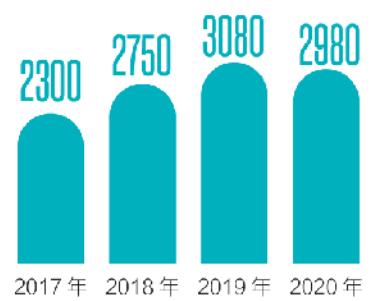
在智能化方面，众多参与者正在不断尝试。例如，网约车平台每日产生的大量真实路况数据和驾驶数据，为其反哺自动驾驶技术带来更多可能性。2020年6月，滴滴无人驾驶出租车正式上路。2020年底，T3出行推出出租车“瑞兽计划”，计划3年投入30亿元助力出租车行业进行智能化升级，将目光投向自动驾驶等领域。有市场分析认为，自动驾驶出租车有希望提高运营效率，打开盈利空间。

还有部分网约车平台开始发展新业务。2020年6月，曹操出行推出了外卖配送业务，进军同城即配市场。滴滴则开展了“橙心优选”，入局社区团购市场。随后，滴滴还在成都等地上线同城货运业务。哈啰出行也推出了“哈啰快送”，开始跑腿类新业务。如今，网约车不只接送乘客，还为消费者“接送”果蔬、外卖、文件等。

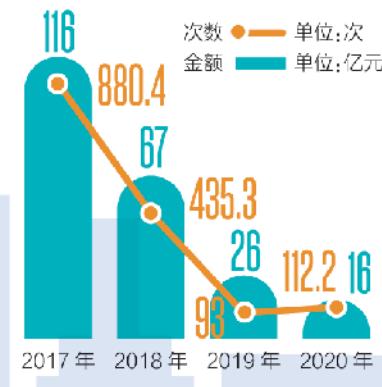
## 市场回归理性 用户呼吁规范化、安全保障

### 中国共享出行细分领域：自行车、电动车、汽车、公共交通

### 2017-2020年中国网约车市场规模 (单位:亿元)



### 2017-2020年中国共享出行投融资事件次数及金额：



### 2017-2020年中国共享单车用户规模 (单位:亿人)



### 中国共享单车用户认为亟需解决的规范化问题



### 中国共享单车用户对投放布点整治效果的感知



### 中国网约车用户认为应该优化的服务

