



www.leadleo.com

2020年 中国共享出行行业概览

概览标签：汽车、共享经济、使用权、便捷

报告主要作者：张继靓
2020/02

报告提供的任何内容（包括但不限于数据、文字、图表、图像等）均系头豹研究院独有的高度机密性文件（在报告中另行标明出处者除外）。未经头豹研究院事先书面许可，任何人不得以任何方式擅自复制、再造、传播、出版、引用、改编、汇编本报告内容，若有违反上述约定的行为发生，头豹研究院保留采取法律措施，追究相关人员责任的权利。头豹研究院开展的所有商业活动均使用“头豹研究院”或“头豹”的商号、商标，头豹研究院无任何前述名称之外的其他分支机构，也未授权或聘用其他任何第三方代表头豹研究院开展商业活动。

头豹研究院简介

- ◆ 头豹研究院是中国大陆地区首家**B2B模式人工智能技术的互联网商业咨询平台**，已形成集**行业研究、政企咨询、产业规划、会展会议**行业服务等业务为一体的一站式行业服务体系，整合多方资源，致力于为用户提供最专业、最完整、最省时的行业和企业数据库服务，帮助用户实现知识共建，产权共享
- ◆ 公司致力于以优质商业资源共享为基础，利用**大数据、区块链和人工智能**等技术，围绕**产业焦点、热点问题**，基于**丰富案例和海量数据**，通过开放合作的研究平台，汇集各界智慧，推动产业健康、有序、可持续发展



四大核心服务：

企业服务

为企业提供**定制化报告服务、管理咨询、战略调整**等服务

云研究院服务

提供行业分析师**外派驻场**服务，平台数据库、报告库及内部研究团队提供技术支持服务

行业排名、展会宣传

行业峰会策划、**奖项评选**、行业白皮书等服务

园区规划、产业规划

地方产业规划，**园区企业孵化**服务

报告阅读渠道

头豹科技创新网 —— www.leadleo.com PC端阅读全行业、千本研报



头豹小程序 —— 微信小程序搜索“头豹”、手机扫上方二维码阅读研报

添加右侧头豹研究院分析师微信，邀您进入行研报告分享交流微信群



图说



表说



专家说



数说



详情请咨询



客服电话

400-072-5588



上海

王先生：13611634866

李女士：13061967127



南京

杨先生：13120628075

唐先生：18014813521



深圳

郭先生：15121067239

李先生：18916233114

概览摘要

共享出行指消费者无需拥有车辆所有权，与其他人共享车辆，按照自身的出行要求付出相应的使用费的一种新兴交通方式。出行需求仍存在缺口，共享出行将有效满足城市居民日常出行需求，填补需求缺口。此外，出行观念的变化，促使共享出行行业呈现多业态发展，以满足当下年轻消费者的多样化的需求。2015年至2019年，中国共享出行行业的市场规模（按居民共享出行服务支出计）由993.0亿元增长至2,837.6亿元，年复合增长率为30.0%。未来，随着共享出行在愈来愈多城市的普及以及充电桩等基础设施的建设，预计未来五年中国共享出行行业市场规模将保持稳定增长态势，到2024年有望突破5,431.8亿元，年均复合增长率达到13.9%。

◆ 土地与道路资源的稀缺性促进共享出行市场容量提升

土地及道路资源有限，共享出行将迎来大发展。城市化快速发展以及移动互联网普及的中国，共享出行方案以分散的社会闲置资源为基础，以提升资源利用效率为核心，将成为解决道路资源紧缺问题、缓解出行矛盾的完备方案。

◆ 共享出行渗透率提高

2015年至今，共享出行显示了极大的发展优势和潜力。“共享而非拥有”的理念、共享经济的模式已逐步被消费者认可。中国共享出行行业已经有了坚实的技术支撑和庞大的用户规模，未来渗透率有望进一步提高。在新能源汽车和智能驾驶大规模应用和普及的背景下，未来有望出现指数型增长。

◆ 盈利模式多元化发展

2018年，共享交通出行领域的融资规模为418亿元，同比下降61.0%。在资本退潮的背景下，共享出行平台能否盈利成为企业生存的关键。共享出行服务商通过拓宽盈利模式，如提供数据服务，实现合作盈利等方式，提高获利能力。多元化的盈利模式助力共享出行企业实现盈利。

企业推荐：

T3出行、滴滴出行、曹操出行

目录

◆ 名词解释	-----	06
◆ 中国共享出行行业市场综述	-----	07
• 定义及分类	-----	07
• 发展历程	-----	08
• 产业链分析	-----	09
• 市场规模	-----	13
◆ 中国共享出行行业商业模式分析	-----	14
◆ 中国共享出行行业驱动因素	-----	15
• 土地与道路资源的稀缺性	-----	15
• “懒”文化全面渗透日常生活	-----	16
◆ 中国共享出行行业风险分析	-----	17
◆ 中国共享出行行业相关政策	-----	18
◆ 中国共享出行行业发展趋势	-----	19
• 共享出行渗透率提高	-----	19
• 盈利模式多元化发展	-----	20
◆ 中国共享出行行业竞争格局	-----	21
◆ 中国共享出行行业投资企业推荐	-----	22
◆ 方法论	-----	28
◆ 法律声明	-----	29

名词解释

- ◆ **豪华车**：轴距一般在3,000mm以上，发动机排量大于3.0升的汽车。
- ◆ **新能源汽车**：采用非常规的车用燃料作为动力来源（或使用常规的车用燃料、采用新型车载动力装置），综合车辆的动力控制和驱动方面的先进技术，形成的技术原理先进、具有新技术、新结构的汽车。
- ◆ **车联网**：汽车移动物联网技术，是指装载在车辆上的电子标签通过无线射频等识别技术，实现在信息网络平台上对所有车辆的属性信息和静、动态信息进行提取和有效利用，并根据不同的功能需求对所有车辆的运行状态进行有效的监管和提供综合服务。
- ◆ **新造车势力**：以互联网及信息技术公司、科技型公司为代表的新兴科技公司加入传统的汽车行业的公司。
- ◆ **智能汽车**：根据《中国制造2025》的定义，指搭载先进的车载传感器、控制器、执行器等装置，融合现代通信与网络技术，实现车内网、车外网、车际网的无缝链接，具备信息共享、复杂环境感知、智能化决策、自动化协同等控制功能，可实现“高效、安全、舒适、节能”行驶的新一代汽车。
- ◆ **自主品牌汽车**：由企业自主研发，拥有自主知识产权的汽车品牌，中国常见的自主品牌汽车包括比亚迪、长城汽车、吉利汽车、奇瑞汽车、上汽、五菱、夏利、红旗等。

中国共享出行行业市场综述——定义及分类

共享出行使得车辆的所有权和使用权得以分离，推动资源的充分利用和优化配置，促进了人们更加便捷、高效、经济的生活

共享出行定义及分类

共享出行指消费者无需拥有车辆所有权，以共享和合乘方式与其他人共享车辆，按照自身的出行要求付出相应的使用费的一种新兴交通方式。共享出行基于互联网时代背景产生。2012年，基于移动互联网和定位技术的“滴滴打车”的出现，开启了中国消费者出行市场变革的帷幕。2012年至今，多家专注于新型移动出行的初创企业相继成立，并获得资本支持和追捧，共享出行已成为共享经济的重要组成部分，改变了中国人群的出行方式，全方位满足用户需求。广义上的共享出行市场可分为四种模式：专注于室内短途出行的“网约车”及“顺风车”模式，由传统汽车短租衍生而来的按小时计费的分时租赁出行模式，满足用户城市出行最后一公里的“共享单车”。本报告中涉及的共享出行方式主要为网约车、顺风车、分时租赁和共享单车。共享出行服务商提供各类出行服务，满足用户多样化的出行需求。美团打车、哈啰出行、曹操专车、青桔等可满足用户短途出行需求，滴滴出行、首汽约车等可同时满足用户短途和长途出行需求，以及以神州租车和凹凸租车为代表的满足用户长途旅程的服务商。

共享出行分类



共享出行全方位满足用户需求

■ 全方位满足用户短途出行和长途自驾需求



来源：头豹研究院编辑整理

©2020 LeadLeo



www.leadleo.com

中国共享出行行业市场综述——发展历程

共享出行从单一的打车业务出发到寻求多元化发展，高品质、安全、便捷出行服务逐步形成，行业格局日渐清晰

萌芽期（2010-2013年）：汽车租赁企业率先使用互联网技术并将其融入业务中，一嗨租车、神州租车等汽车租赁公司率先将车辆信息发布、用户预定、流程审核等业务环节进行数字化改造。成立于**2010年**的**易到用车**成为第一家出行领域的互联网信息公司，定位为平台型服务企业，专注于商务出行领域，为用户、车辆租赁方和驾驶员提供综合服务。**2012年**，**滴滴打车、快的打车软件相继上线**，聚焦于传统出租车服务领域，帮助乘客通过App呼叫巡游出租车，提高叫车便捷度，减少出租车的空载率。截至2012年底，网约车产品约为35家。

探索期（2014-2016年）：资本涌入共享出行行业，共享出行细分行业产品不断涌现，行业迎来“烧钱大战”。滴滴打车和快的打车采用**高额补贴**的方式，不断升级补贴，**2015年2月**，滴滴和快的宣布实现战略合并，滴滴出行更名为滴滴出行，成为网约车领域头号玩家，涵盖快车、顺风车、出租车、代驾、巴士、包车等业务，基本覆盖居民日常出行所需的代步方式，为不同偏好者提供丰富的备选出行方案。此外，共享单车的发展促进共享出行行业发展。**2015年**，ofo完成900万元Pre-A轮融资，步入快速发展阶段。同年，摩拜完成A轮数百万美元融资。ofo与摩拜成为共享单车领域第一梯队，积极抢占用户。小鸣单车，小蓝单车，叮叮单车等加入到激烈的共享单车行业竞争中，行业呈现井喷的趋势，单车投放量逐步加大。

发展期（2017年至今）：中国政府出台政策规范共享出行的发展，行业的自我调整加速，行业格局日渐清晰。滴滴出行暂时稳坐网约车头号交椅，共享单车领域形成哈啰出行、美团、滴滴三足鼎立的格局。传统车企和互联网企业转型共享出行领域。2018年，上汽、一汽、东风、北汽宝马、长城、江淮、福特等纷纷布局网约车。同时，新势力造车企业小鹏汽车于**2019年5月**，宣布推出“有鹏出行”，并于广州上线运营，进一步加剧市场竞争。2019年，在汽车销售市场寒冬的与消费者共享出行消费偏好的影响下，中国共享出行行业将迎来转型企业参与市场竞争，行业竞争趋于白热化。据交通运输部数据显示，截至**2019年8月底**，中国拥有共享单车1,950万辆，注册用户超过3亿次。

中国共享出行行业发展历程



来源：头豹研究院编辑整理

©2020 LeadLeo



www.leadleo.com

中国共享出行行业市场综述——产业链

中国共享出行行业兴起冲击了汽车产业链，上游和中游整合资源，产业链关联度提高，与终端用户连接愈加紧密

中国共享出行产业链上游主要涉及车辆供应商、技术供应商和配套设施供应商等硬件供应商，中游主要为共享出行服务商，下游由广泛的用户组成。共享出行服务商以平台为依托整合资源，提供出行服务，以技术赋能整合产业链上游和下游用户。

中国共享出行行业产业链简图



来源：公司官网，头豹研究院编辑整理

©2020 LeadLeo



www.leadleo.com

中国共享出行行业市场综述——产业链上游分析

车辆是共享出行服务重要的载体，技术支持提高其运营能力，配套设施的供应保证其服务的实现

共享出行行业产业链上游分析

共享出行行业产业链上游涉及车辆供应商、技术供应商和配套设施供应商。

(1) 车辆供应

车辆是共享出行重要的载体。从车辆使用车型方面分析，现阶段，新能源汽车凭借其自身的节能环保优势成为中国共享出行行业的主导车型。从车辆供应渠道分析：共享出行车辆供给渠道包括司机端自供和平台方两种：

- ① 共享出行的车辆由司机端提供，服务商作为承接服务的载体存在：此种方式使共享出行以轻资产的模式运营，降低运营成本，但由于可控性较差，导致服务质量参差不齐，安全性较差。
- ② 车辆由共享出行平台方提供：如滴滴专车、T3出行等，保证出行服务质量，满足用户多样化的消费需求，车辆统一配置，但此类重资产的运营导致共享出行企业运营风险高。

(2) 技术供应

共享出行技术供应平台包括智能路线规划、智能精准导航（驾车、步行、骑行）、实时路况、等出行相关服务技术平台，目前中国本土主流地图导航平台包括百度地图、高德地图等。

(3) 配套设备供应

共享出行产业链上游配套设备供应涉及领域众多，其中以新能源汽车为主的网约车配套设备主要为充电桩，目前中国充电桩建设总体处于起步发展阶段，从地域角度分析，北京、上海以及广东等东部沿海省市地区充电桩数量位列全国前列。而共享单车配套设备中，智能锁设备成为其最重要的配套设备，智能锁包括中心控制单元、GPS定位模块、无线移动通信模块、机电锁车装置、电池、动能发电模块、充电管理模块等。

连接汽车产业上游成为共享出行平台新方向

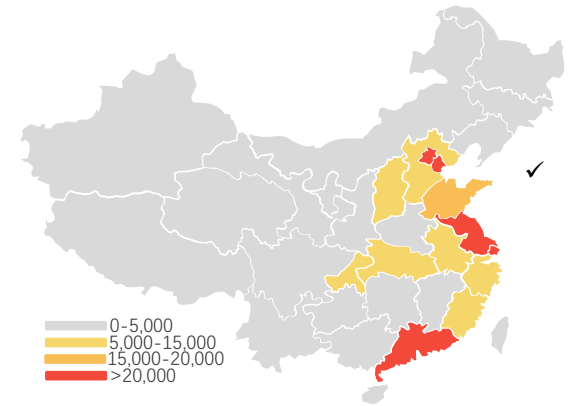
现阶段，中国汽车销量呈现下降趋势。根据中国汽车工业协会数据显示，2019年中国汽车销量较2018年同比下降8.2%。汽车主机厂借助车辆等资源优势切入共享出行行业，共享出行成为汽车主机厂新的业务增长点。

来源：中国汽车工业协会，国家能源局，头豹研究院编辑整理

©2020 LeadLeo



中国充电桩分布，截至2019年4月



中国新能源汽车充电桩建设主要分布在东部沿海省份

共享出行服务商打通产业链上游



T3出行整合一汽、东风、长安三家车企优势资源



滴滴出行联合31家汽车企业成立“洪流联盟”，打通产业链上游



首约车与北汽新能源、斯巴鲁、一汽大众、东风汽车等企业展开合作



www.leadleo.com

中国共享出行行业市场综述——产业链中游分析

共享出行服务商以平台为依托整合资源，提供出行服务，以技术赋能整合产业链上游和下游用户

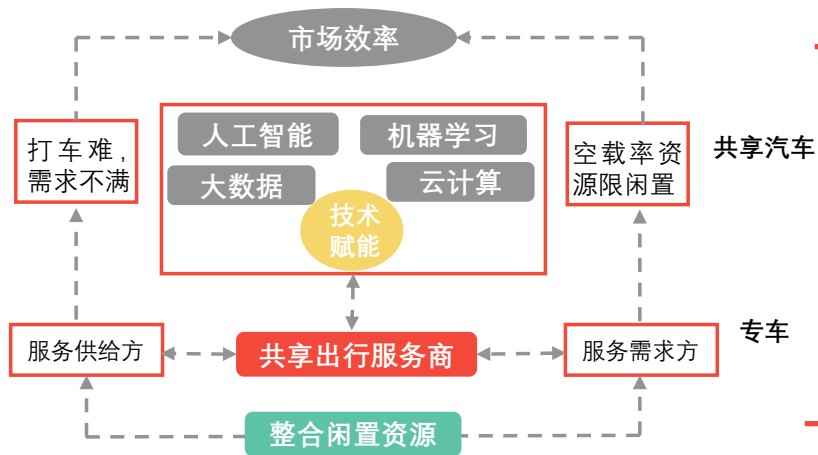
共享出行行业产业链中游企业业务

共享出行服务商整合车辆资源和用户需求。共享出行服务商的主营业务为：①为用户提供出行服务，包括打车服务、拼车服务、代驾服务、拼车服务等；②提供增值服务，共享汽车平台为拓宽盈利方式，打造各类**增值服务**，如曹操出行推出曹操商城，满足用户需求。

共享出行服务商的运营模式存在显著差异，一种是以自有运营平台为核心的**C2C轻资产模式**，另一种是以自有车辆和专业化服务为核心的**B2C重资产模式**，受益于重资产模式所需更为严苛的运营管理体系，其专车服务的质量与效率较为可靠，在特定区域的专车市场占据了一席之地。

共享出行服务商以技术赋能连接服务需求方和服务供给方，以平台为依托整合社会**闲置车辆等**存量资源，通过大数据、**云计算**高效匹配出行供给与需求，提高闲置资源利用率的同时增加市场效率。整合社会的专业运力和零散运力，并通过分档运营手段，灵活满足高峰期和低谷期不同时段的用户出行需求，实现时间维度上供需的均衡匹配，建立拥有海量数据和云计算能力的平台，把握每个用户出行的轨迹和习惯，建立车与用户之间的精准连接，实现空间维度上**供需**的完美**平衡**。

共享出行服务商基本运行模式



C2C轻资产与B2C重资产对比

C2C轻资产	B2C重资产
✓ 成本低	✓ 服务佳
✓ 多样化	✓ 自有车辆
✓ 资源丰富	✓ 整合资源
✓ 合作广泛	✓ 质量保证
✓ 个人闲置	✓ 去库存
✓ 合理利用	✓ 打通产业

中国共享出行服务商运营模式



来源：头豹研究院编辑整理

©2020 LeadLeo



www.leadleo.com

中国共享出行行业市场综述——产业链下游分析

广泛的用户群体使共享出行的需求保持旺盛，服务商将直接接触终端用户，从而有效促进共享出行用户满意度的提升

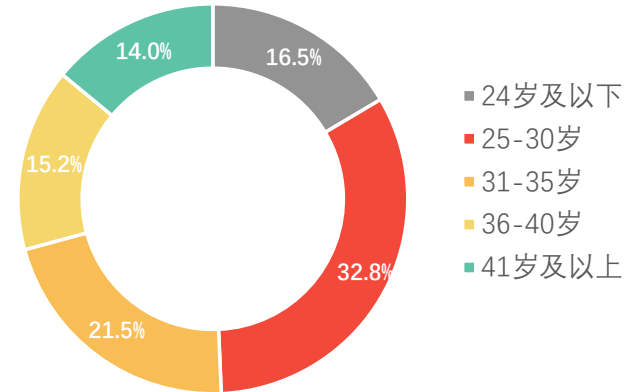
共享出行行业下游用户概述

中国共享出行行业下游用户群体广泛，2016年，中国网约车或快车用户规模为16,779万人，使用率达23.0%，2019年，这一数字增长至33,915万人，使用率高达**39.7%**。

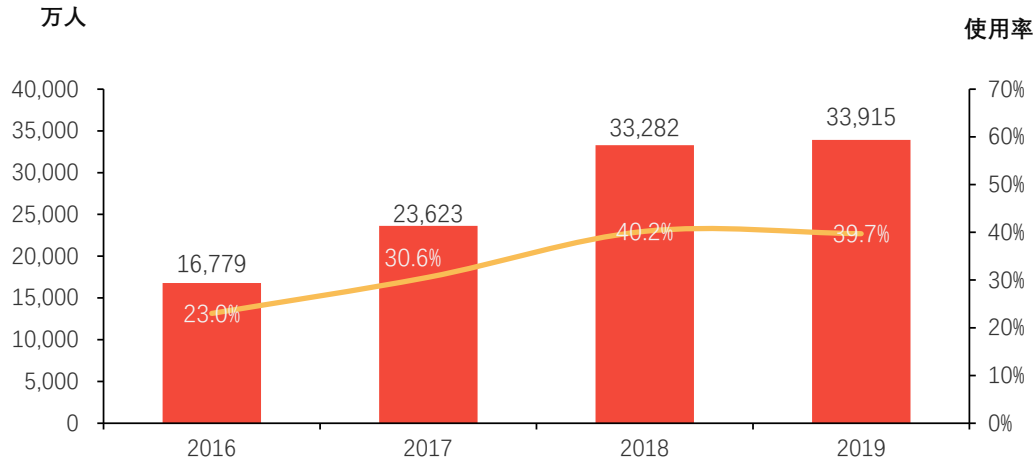
25岁至30岁用户使用网约车的比例较高。41岁以上人群所占的比例最低，在这一部分人群中，对智能手机和移动互联网使用不熟悉可能导致其较少使用网约车。

共享出行的**便利性**成为用户在出行时首要考虑的因素。

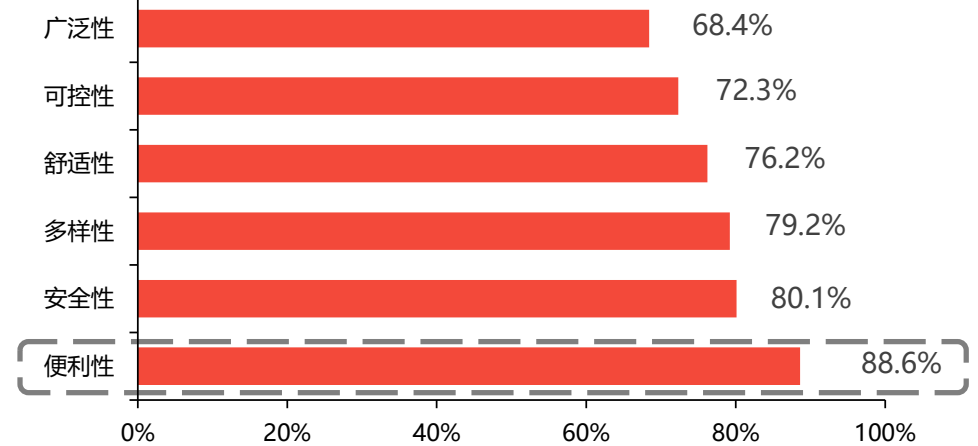
中国网约车用户年龄分布，2018年



中国网约车或快车用户规模及使用率，2016-2019年



影响用户出行体验的主要因素



来源：中国互联网络信息中心，头豹研究院编辑整理

©2020 LeadLeo



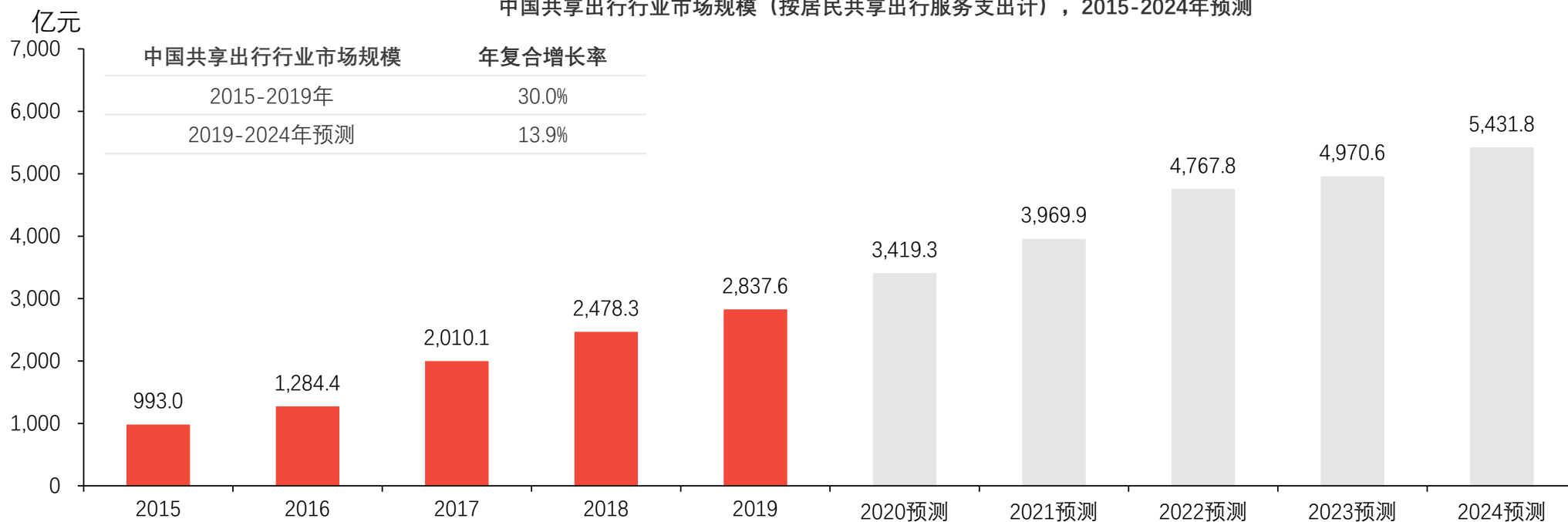
www.leadleo.com

中国共享出行行业市场综述——市场规模

在交通出行需求旺盛和用户出行习惯和偏好改变的背景下，共享出行行业保持稳定发展态势

交通出行需求和道路资源供需失衡，交通拥堵问题凸显，现有的城市道路基础设施未能满足城市居民不断增长需求，此外，人群消费习惯和偏好正在发生变化，按需租车、以租代买、随停随去的理念逐步深入，共享出行应运而生并迎来快速发展，2015年至2019年，中国共享出行行业的市场规模（按居民共享出行服务支出计）由**993.0亿元**增长至**2,837.6亿元**，年复合增长率为**30.0%**。未来，随着共享出行在愈来愈多城市的普及以及充电桩等基础设施的建设，预计未来五年中国共享出行行业市场规模将保持稳定增长态势，到2024年有望突破**5,431.8亿元**，年均复合增长率达到**13.9%**。

中国共享出行行业市场规模（按居民共享出行服务支出计），2015-2024年预测



来源：头豹研究院编辑整理

©2020 LeadLeo



www.leadleo.com

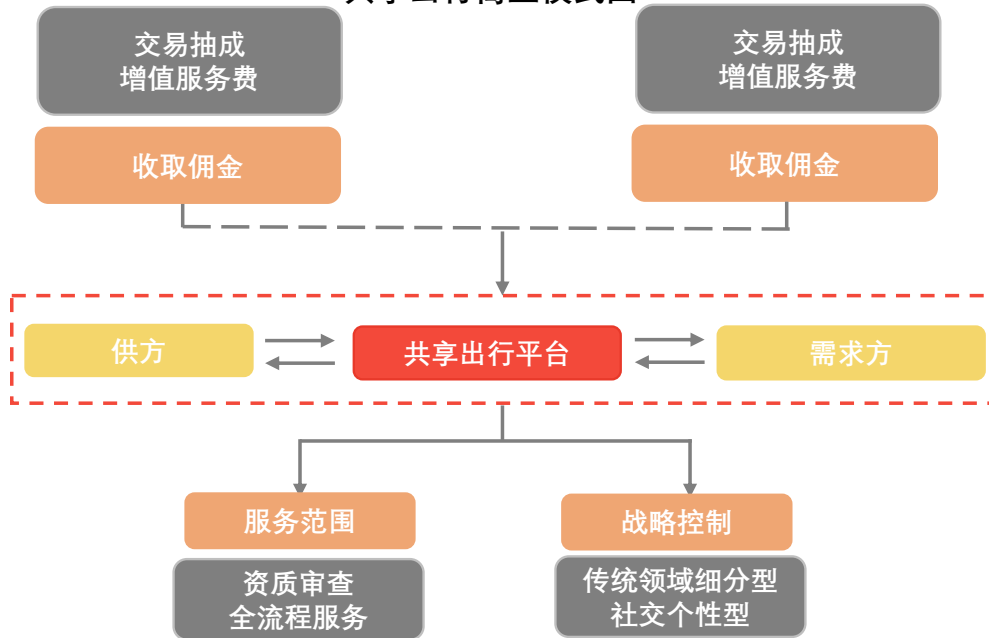
中国共享出行行业商业模式分析

共享出行进一步延伸O2O商业模式，与传统的出行企业商业模式在多个方面具有显著差异

共享出行属于O2O商业模式

O2O商业模式，又称离线商务模式，Online To Offline，指通过线上营销线上购买带动线下经营和线下消费，即是将线下的商务机会与互联网结合，让互联网成为线下交易的前台。在O2O平台商业模式中，整个消费过程由线上和线下两部分构成的，共享出行在线上为消费者提供顺风车、网约车、分时租赁、单车骑行的平台，线下为消费者提供实际服务。通过把实体的服务产品商业流引导到平台上完成交易，用户可以享受到线下的乘车服务、顺风车、代驾服务、单车服务等，流程刻画出O2O闭环,呈现O2O商业模式在共享出行行业的运作效果。

共享出行商业模式图



来源：头豹研究院编辑整理

©2020 LeadLeo

共享出行商业模式与传统模式对比分析

共享出行商业模式与传统的商业模式相比，在企业运营成本、产品价格、消费者需求、产品的利用率和资源的可持续性方面有所不同。

共享出行商业模式与传统模式对比分析

区别点	传统出行商业模式	共享出行商业模式
企业运营成本	<ul style="list-style-type: none"> ✓ 企业运营成本高 ✓ 企业转型速度较慢 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ 为拥有资源的供方提供交易平台，运营成本较低
产品价格	<ul style="list-style-type: none"> ✓ 制造商、供应商与消费者之间存在众多中间商和渠道商 ✓ 价格透明度较低 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ 为产品供应商和消费者之间提供直接的渠道 ✓ 让利给消费者
消费者需求	<ul style="list-style-type: none"> ✓ 产品结构较为单一 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ 满足消费者多样化的需求
产品利用率	<ul style="list-style-type: none"> ✓ 产品重复利用率低，闲置率较高 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ 提高闲置资源的利用率，满足消费者需求
资源的可持续性	<ul style="list-style-type: none"> ✓ 消费者拥有产品所有权，资源重复利用率低 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ 在总体资源不变的前提下，提高闲置资源利用的可持续性
盈利方式	<ul style="list-style-type: none"> ✓ 盈利模式较为单一 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ 存在基本盈利点、显性盈利点和隐形赢利点，赢利点众多

中国共享出行行业驱动因素——土地与道路资源的稀缺性

汽车价格与人均可支配收入比值在不断降低，但土地与道路资源稀缺。因此，乘用车的使用重点将由单纯追求数量提升而逐渐转向乘用车使用效率的提升

中国自主品牌乘用车崛起，市场竞争加剧

中国汽车行业经多年积累，已逐步形成全产业链布局，其中关键零部件的成功研发以及核心技术的突破促使中国自主品牌汽车在近年快速崛起，一改低端低质的产品形象。尤其在SUV细分市场中，自主品牌表现最为出色。中国自主品牌乘用车的快速发展将加剧中国市场汽车销售竞争，导致整车销售价格上涨空间进一步缩小，中国自主品牌汽车成本优势凸显。

此外，中国人均可支配收入仍保持年均约6.5%的增速快速增长，使得汽车整车价格与人均可支配收入比值不断降低，个人及家庭购车难度逐步降低。

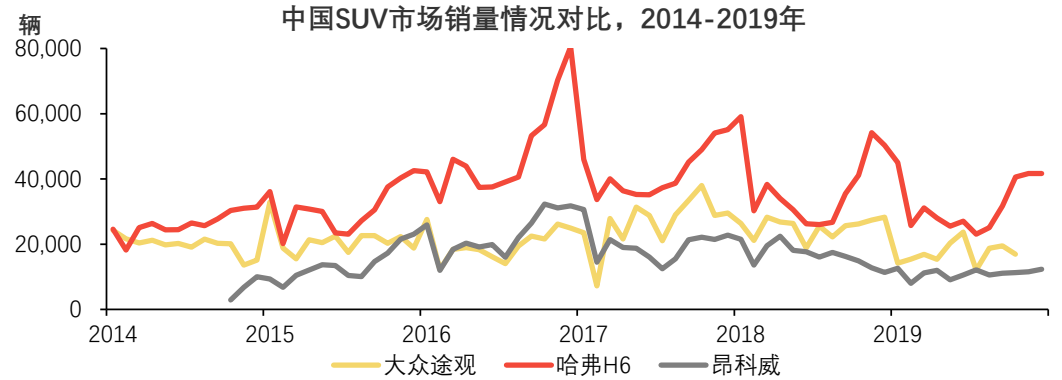
土地及道路资源有限，共享出行将迎来大发展

个人购车门槛与难度的降低，汽车消费越来越容易，可预期未来中国汽车保有量将持续上升。但由于土地、道路资源的稀缺性，会在一定程度上构成乘用车消费限制，城市汽车保有量增长将存在瓶颈，因此会导致乘用车的使用会从单纯的汽车数量提升逐渐向使用效率的提升转变。

根据《2019年度中国城市交通报告》显示，中国较典型的100座城市交通中仅有22座城市拥堵指数较2018年有所缓和，其余78座城市道路拥堵情况均出现不同程度地加重，整体通勤高峰实际速度区间为23.6km/h-43.5km/h。土地及道路资源的稀缺以及购车成本的降低，会加重城市道路拥堵情况，将对环境保护以及城市运作效率带来负面影响，也因此驱动共享出行行业快速发展。

共享出行行业的诞生，一方面城市基础道路和地上/下公共交通网络的建设速度和城市化进程不成正比，出行需求仍存在缺口，共享出行将有效满足城市居民日常出行需求，填补需求缺口。另一方面，在人口密度大，城市化快速发展以及移动互联网普及的中国，共享出行方案以分散的社会闲置资源为基础，以提升资源利用效率为核心，将成为解决道路资源紧缺问题、缓解出行矛盾的完备方案。

来源：百度地图，中国乘用车市场信息联席会，头豹研究院编辑整理



中国交通拥堵排名Top10，2019年

2019年度排名	城市名称	2019年度通勤高峰拥堵指数	拥堵指数同比2018年度	2019年度通勤高峰实际速度 (Km/h)
1	重庆	2.165	18.7%	23.6
2	北京	2.040	6.4%	25.1
3	贵阳	1.979	14.3%	25.8
4	哈尔滨	1.905	0.4%	23.1
5	长春	1.777	2.3%	26.7
6	广州	1.744	11.2%	29.9
7	上海	1.739	4.3%	25.7
8	西安	1.730	14.9%	28.1
9	呼和浩特	1.725	2.4%	28.8
10	武汉	1.716	7.0%	27.1

中国共享出行行业驱动因素——“懒”文化全面渗透日常生活

懒文化当道，促使共享出行行业呈现多业态发展，以满足当下年轻消费者的多样化的“懒”需求

90后渐成消费主力，懒文化经济盛行

2020年，第一批90后进入而立之年，成为中国消费市场的主力军。“以租代买”追求轻便生活，以及深受“懒”文化的影响习惯用电子科技解决身边问题是90后的主要消费标签，也是90后消费理念与中国传统消费观念具有较大差异的根源所在。懒文化经济催生了大量服务性行业，最为典型的应属餐饮O2O平台。

根据资料显示，2015年，饿了么App年均月活数量为**776.6万人**，美团外卖App年均月活数量为648.9万人，2019年，饿了么App年均月活数量为**5,780.1万人**，美团外卖App年均月活数量为**3,766.8万人**，年均复合增长率分别为**65.2%**和**55.2%**。外卖业务的飞速发展印证了中国市场正充分享受懒文化经济所带来的市场红利，各行各业正面临解决“最后一公里”问题的全面渗透。

出行习惯变化，驱动共享出行多业态发展

在懒文化经济背景下，新一代主流消费群体对出行的要求不在是单一的送达、定价的便宜，而是以“按需租车、以租代买、随停随去以及按需约车”为主，更看重是出行的便利性、时效性以及出行体验。为满足当前市场年轻消费者在使用习惯、使用场景以及使用距离方面的多样化需求，共享出行行业逐渐呈现出多业态发展模式，如：传统汽车租赁模式、分时租赁模式、P2P租车模式以及网约车模式。

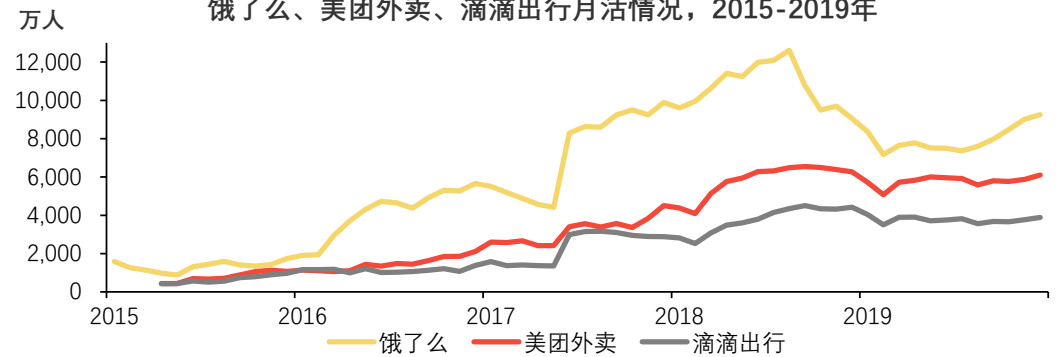
传统汽车租赁模式主要以**门店经营**为主，适用于长距离或跨市出行需求，其中可细分为长时租赁与短时租赁，代表企业有神州租车、一嗨租车等。**分时租赁模式**服务于中短途出行需求客户，其业务主要覆盖一二线城市的室内通勤，随停随取，适用于百公里内的出行距离，代表企业有途歌（Togo）、Car2go等。**P2P租车模式**为轻资产运营模式，运营平台不持有车辆，而是主要针对于个人闲置车辆的再利用，适用于百公里以上的出行需求，代表企业有PP租车、宝驾租车等。**网约车模式**是日常生活中最常见的模式，其应用场景广泛，适用于短途距离出行，代表企业有滴滴出行、美团打车、T3出行、Uber等。

来源：Wind数据，相关企业官网，头豹研究院编辑整理

©2020 LeadLeo



饿了么、美团外卖、滴滴出行月活情况，2015-2019年



中国共享出行行业多业态发展

传统汽车租赁模式 ✓ 长距离或跨市出行需求 首汽租车 一嗨租车 神州租车	分时租赁模式 ✓ 百公里以内的出行需求 EVCARD 首汽共享汽车 即行 CAR2GO
P2P租车模式 ✓ 百公里以上的出行需求 PP租车 宝驾 START	网约车模式 ✓ 短途距离出行 T3出行 滴滴 美团打车

www.leadleo.com

中国共享出行行业——投资风险分析

共享出行行业面临安全风险、监管风险、管理风险、运作模式不成熟风险和产品迭代风险

(1) 安全风险

共享出行平台事故频发，乘客人身安全和财产得不到保障。平台对紧急情况处理不善，加剧了消费者对平台的不信任，降低平台的用户粘性，严重影响行业的客源稳定性，不利于行业的**良性发展**。安全隐患迫使政府对网约车进行严厉的监管，继而提高了网约车车辆和网约车司机的准入门槛，如规定平台、车辆和驾驶员必须分别取得网络预约出租车经营许可证、网络预约出租汽车运输证和网络预约出租汽车驾驶员证才能进行载客运营。

(2) 监管风险

共享汽车行业在发展过程中也存在着监管的问题。政策规范较多、鼓励发展较少的问题。在共享汽车的租赁期间所发生的交通事故责任认定问题尚不明确，事后追责也存在一定**盲区**。用户因违规驾驶或违章而导致的扣分、罚款等具体措施的推进流程不明确，追责也存在一定难度。

(3) 管理风险

共享出行是新的业态，行业内企业的管理处于摸索阶段。司机注册审核机制问题。司机在网约车平台注册时信息的审核和不完善都可能产生安全问题。网约车平台与注册司机之间关系松散，人身依附性弱，平台对司机的审核管理不到位。网约车在接单过程中，仍存在人车**信息不对称**和套牌现象。

(4) 运作模式不成熟风险

作为一种新型的共享经济模式，共享出行平台企业商业模式的发展还未成熟。目前，共享汽车企业**盈利水平**存在明显不足。以共享单车为例，共享单车平台通过大量融资而拥有的市场份额是企业重要的盈利方向，主要依靠**融资**而获得的市场份额必须为企业创收才能为平台形成持续的竞争力。在共享单车市场竞争进入下半场，把流量转化为利润是共享单车企业继续保持市场份额的关键。用户在使用共享汽车时存在人为的恶意破坏，故意破坏或偷拿车内设施、乱扔垃圾等。在提供线下维护方面存在不足；存在车内卫生较差或车辆在使用过程中的性能问题。

(5) 市场激烈竞争风险

目前，中国共享出行行业市场竞争愈加激烈，吉利集团、戴姆勒、一汽、东风汽车、长安汽车、广汽集团、上汽集团、东风汽车、吉利汽车等传统主机厂开始针对共享出行领域进行布局，且苏宁、阿里巴巴、腾讯等互联网巨头以**资本注入**的方式进入市场。与滴滴出行等新造车势力相比，传统主机厂拥有强大的技术与资金积累，且可自主进行生产，盈利空间较大，同时可有效把控交付质量与周期。新进入者通过补贴等方式切入市场，抢占用户，并积极拓展业务，提高用户黏性，在汽车行业销量下行的背景下，汽车主机厂选择共享出行领域作为新的**业务增长点**，进一步加剧了共享出行领域的竞争。

来源：头豹研究院编辑整理

©2020 LeadLeo



www.leadleo.com

中国共享出行行业政策分析

中国政府颁布了一系列利好政策支持共享出行行业发展，监管政策的完善推动行业的规范化发展

面对日益增长的拥堵、雾霾、能源紧张等问题，中国政府采取一系列政策措施，力求减少机动车出行的外部成本。政策通过影响汽车共享出行平台的运营成本和平台服务的可靠性影响汽车共享出行的发展，政府监管力度逐步升级，出台对网约车行业的监管治理办法及细则。政策从多个方面为中国共享出行的发展指明方向，推动中国共享出行企业向规范化方向发展。

政策名称	颁布日期	颁布主体	政策要点
《关于进一步加强网络预约出租车和私人小客车合乘安全管理的紧急通知》	2018-09	交通运输部、公安部	2018年12月31日前，在全国范围组织开展打击非法从事出租汽车经营的专项整治行动，全面清退不符合条件的车辆和驾驶员，并基本实现网约车平台公司、车辆和驾驶员合规化
《关于开展网约车平台公司和私人小客车合乘信息服务平台安全专项检查工作的通知》	2018-09	交通运输部	自9月27日起，交通执法部门派员进驻网约车平台公司，常态化巡查平台公司经营行为的合法性，主要核实平台公司数据上报、车辆及人员合法情况、驾驶员培训制度落实情况，督促平台公司整改落实其违法经营行为
《关于加强网络预约出租汽车行业事中事后联合监管有关工作的通知》	2018-06	交通部、网信办、工业和信息化部等7部委	明确了网约车行业事后联合监管工作流程，并进一步明确提出对约谈后仍拒不改正的网约车平台公司可相应采取暂停发布、下架移动互联网应用程序（APP）、停止互联网服务、6个月内停止联网或停机整顿等处置措施
《网络预约出租汽车监管信息交互平台运行管理办法》	2018-03	交通运输部、工业和信息化部等7部委	要求网约车平台公司在取得相应《网络预约出租汽车经营许可证》后，应自次日零时起向部级平台传输相关基础静态信息以及订单信息、经营信息、定位信息、服务质量信息等运营数据，且网约车平台公司应保证传输数据的完整性、规范性、及时性、真实性等，确保数据传输质量
《网络预约出租汽车经营服务管理暂行办法》	2016-07	交通运输部、工信部等7部委	设置了网络预约出租汽车经营许可证、网络预约出租汽车运输证和网络预约出租汽车驾驶员证三项行政许可。办法要求网约车合法合规运营需人、车、平台三证合一

来源：头豹研究院编辑整理

©2020 LeadLeo



www.leadleo.com

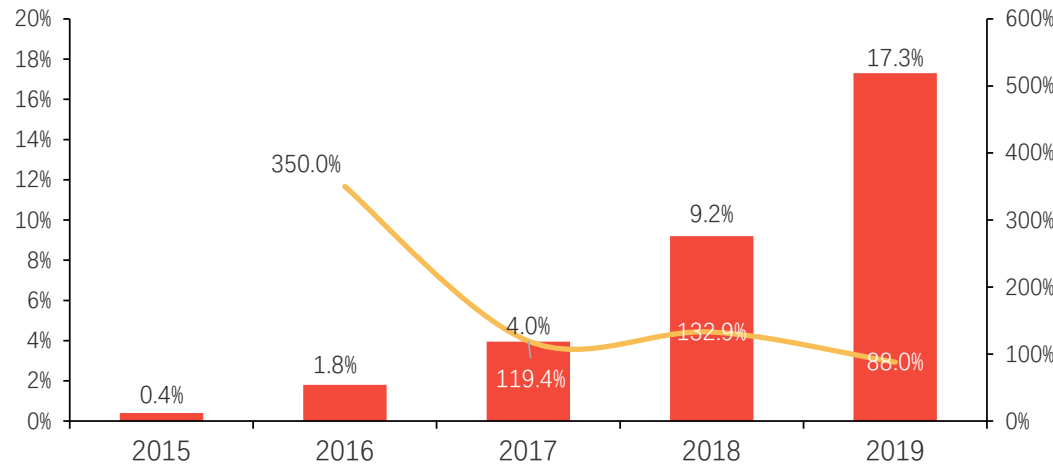
中国共享出行行业发展趋势——共享出行渗透率提高

共享出行成为愈来愈多用户的选择，共享出行已成为共享经济的重要组成部分，网约车客运量逐年提升

共享出行渗透率有望进一步提高

2015年至今，共享出行显示了极大的发展优势和潜力。“共享而非拥有”的理念、共享经济的模式已逐步被消费者认可。中国共享出行行业已经有了坚实的技术支撑和庞大的用户规模。在不同的共享模式中，快车和顺风车拥有方便快捷、价格优势大等优势，显示出发展优势和潜力。2015年，中国共享出行的渗透率约为**0.4%**，处于行业累积发展期，**2019年**，渗透率增长至**17.3%**，行业呈现线性增长趋势，在新能源汽车和智能驾驶大规模应用和普及的背景下，未来有望出现指数型增长。

中国共享出行渗透率，2015-2019年



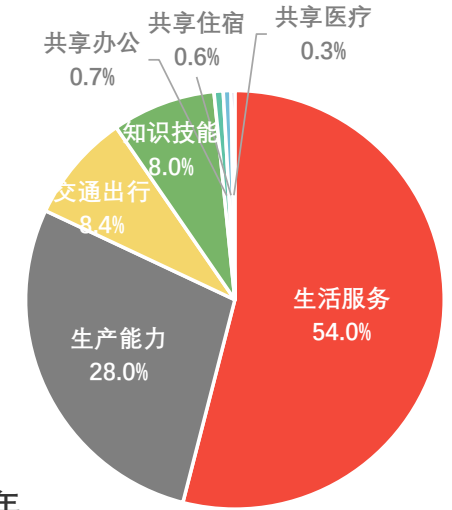
来源：中国汽车工程学会，国家信息中心，头豹研究院编辑整理

©2020 LeadLeo

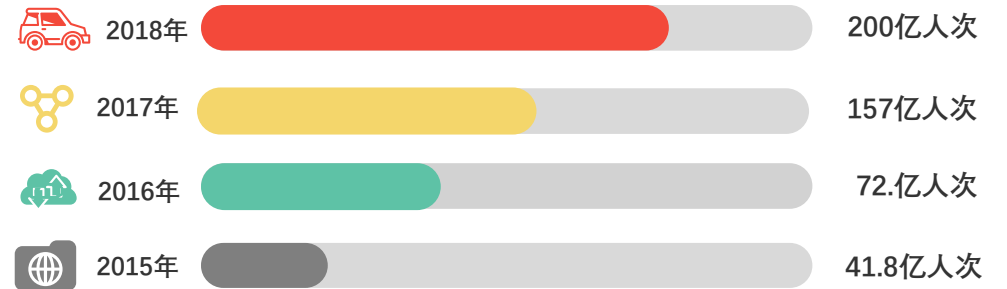
共享出行带来出行业态和服务方式的重大转变

在中国共享经济结构中，交通出行占比为**8.4%**，是中国共享经济的重要组成部分，以发展较快的网约车服务为例，网约车客运量在2015年至2018年期间大幅提高，2018年，中国网约车客运量约200亿人次，占出租车客运总量的36.3%，每三个打车的消费者中，有一人使用网约车服务。共享出行已成为居民出行体系的重要组成部分，带动交通服务的发展。在此背景下，交通出行在中国共享经济结构中的占比有望进一步提高。

中国共享经济市场结构，2018年



中国网约车客运量，2018年



www.leadleo.com

中国共享出行行业发展趋势——盈利模式多元化发展

提升盈利能力成为共享出行企业生存的关键，多元化的盈利模式助力共享出行企业实现盈利

共享出行企业致力于实现盈利

2017年，中国共享交通出行领域的融资规模高达**1,072亿元**，成为共享出行领域获得融资规模最大的细分领域，2018年，共享交通出行领域的融资规模为418亿元，同比下降**61.0%**。在资本退潮的背景下，共享出行平台能否盈利成为企业生存的关键。共享出行平台通过拓宽**盈利模式**，提高获利能力。滴滴出行通过线上整合消费者乘车需求与司机闲置车辆供给，实现资源利用效率最大化，平台成为整合和配置资源的媒介，盈利方式包括服务费、广告费和短期资金沉淀收益。

共享出行平台盈利模式对比



共享出行盈利模式多元化



佣金

提供服务的基本赢利点，每笔订单完成，在对接过程结束后，出行平台会抽取一定比例的费用作为固定的佣金费用，这构成了汽车共享出行平台的日常收入来源



营销推广费用

与广告商合作，利用大数据技术针对合适人群的需求进行广告精准投放，对广告商收取一定费用



数据服务

基于用户信息形成的庞大数据库，基于大数据运作，形成机动车出行密度分布图和城市热力图，形成交通出行数据



合作盈利

共享出行平台接入其他第三方出行平台，消费者在一个APP呼叫多个平台车辆



增值服务

基于出行业务，提供一系列服务后市场的加油、维修保养、保险、车辆金融服务等增值服务

来源：国家信息中心，头豹研究院编辑整理

©2020 LeadLeo



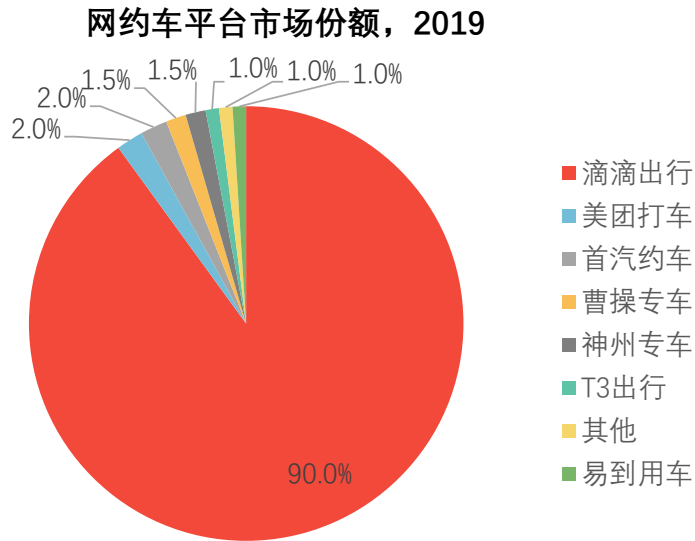
www.leadleo.com

中国共享出行行业竞争格局——市场格局概述

中国共享出行行业呈现市场集中化格局，车企和互联网企业纷纷布局共享出行领域，行业进入门槛提高

共享出行行业竞争格局呈现集中化

在分时租赁领域，行业第一梯队初步形成，GoFun出行与EVCARD领跑榜单。在网约车领域，滴滴出行市场份额遥遥领先，占据约**90.0%的市场份额**，美团打车、神州专车、易到用车、首汽约车、曹操专车仍有先发优势，T3出行前景良好。在共享单车领域，已形成哈啰出行、美团、滴滴三足鼎立的格局。新进入者难以撼动**集中化**格局，共享出行整体市场格局难以发生较大改变。



来源：头豹研究院编辑整理
©2020 LeadLeo

跨界竞争对手涌现

2018年，美团、高德地图、携程等互联网企业进入共享出行领域，美团出行和高德顺风车上线。美团打车获得在上海和南京的网约车经营许可证，上线了北京、成都、杭州等7个城市的App打车入口。高德地图宣布推出顺风车业务，开启在北京、上海、广州、深圳、杭州等城市的车主招募。携程专车获得《网络预约出租汽车线上服务能力认定》，可在全国范围内开展**网约车**运营业务。

传统车企加速布局

“车企+出行”服务为传统车企带来新的利润增长点，共享出行市场成为传统车企谋求转型的重要业务。汽车主机厂利用自身的车源优势、丰富的**当地资源**以及庞大的存量客户快速切入市场。

传统车企布局共享出行市场统计（截至2019年末）

时间	出行平台	车企	布局情况
2019-12	耀出行	吉利集团、戴姆勒	杭州，预计投放100辆豪车
2019-07	T3出行	一汽、东风汽车、长安汽车	南京、武汉、重庆、杭州、长春、广州
2019-06	如祺出行	广汽集团	广州，未来计划开拓5个城市
2018-12	享道出行	上汽集团	布局48个城市，车辆近4万台
2018-06	东风出行	东风汽车	武汉、十堰、襄阳，计划投入运营车辆10,000台
2015-11	曹操出行	吉利汽车	北京、上海自、杭州等51座城市

中国共享出行行业投资企业推荐——T3出行（1/2）

T3出行联合多方优势资源，致力于打造安全、便捷、品质的共享出行产品，为用户提供优质的出行服务



公司名称：南京领行科技股份有限公司



成立时间：2019年



中国公司总部：江苏省南京市



南京领行科技股份有限公司（以下简称“T3出行”），成立于2019年，打造智慧出行平台T3出行，联合中国第一汽车集团公司、东风汽车集团有限公司、重庆长安汽车股份有限公司、苏宁、腾讯、阿里巴巴多家知名企业，提供安全、便捷、品质的共享出行服务。

- **主要产品**：T3出行作为智慧出行平台，个人用户和企业用户可通过T3出行APP使用出行服务。T3出行整合出行平台资源、汽车主机厂资源、为用户提供定制化的产品和服务。T3出行通过集中化采购新能源车辆并进行定制，对司机进行严格准入审核，从出行供给侧改革，提供**合规出行**服务，利用技术革新打造安全防护系统，为用户提供安全的乘车体验。



安全

- ✓ 司机认证上岗
- ✓ 专属安全团队

便捷

- ✓ 车机接单
- ✓ 车辆快速响应

品质

- ✓ 统一自营
- ✓ 车辆标准化服务

来源：南京领行科技股份有限公司官网，头豹研究院编辑整理

©2020 LeadLeo



www.leadleo.com

中国共享出行行业投资企业推荐——T3出行（2/2）

T3出行拥有全产业链运营、服务安全可靠、强力监管和合规运营的优势，致力于成为共享出行领域集研发、生产、销售、服务为一体的高科技公司

投资亮点



（1）打通全产业链

T3出行联合汽车主机厂和互联网巨头企业，包括中国一汽、东风汽车和长安汽车以及阿里巴巴、苏宁等互联网企业，由汽车制造商提供定制化自营汽车，定制智能车运力网络，利用平台积累的大数据，定制车辆硬件+移动出行平台，使出行平台的运转高效，实现社会资源的高效运营。

（2）服务安全可靠

T3出行车内安装乘客一键报警按钮，乘客可实现一键报警，T3出行对后台进行**实时监控**，最大限度保障乘客安全。车辆兼容了车联网等附加传感器，在紧急状况发生时后台可以干预车辆状态，凭借技术建立安全保障体系，打造人车路立体防护。

（3）强力监管，合规运营

T3出行采用合规实体运营的商业模式，保证运力的供给。从根源上出发，T3出行将会统一采购定制化、智能化的新能源车型，对司机进行严格的审核与培训，统一服务标准。

战略定位

T3出行致力于成为共享出行领域集研发、生产、销售、服务为一体的高科技公司。T3出行凭借**定制化产品**、**B2C模式**，以及大规模深度应用的车联网技术，形成自身优势，借助贯穿全平台的安全体系与管理系统，开拓汽车共享出行市场，以车联网为基础的V.D.R安全防护智能系统保护司乘人员的安全，此外，T3出行发挥协同合作效应，借助行业巨头力量，以**车联网**技术赋能，重构网约车行业模式。

T3出行合作企业（不完全统计）



- 汽车央企牵头打造的网约车出行
- 三大主机厂成为线下运力的支撑
- 腾讯、阿里、苏宁技术赋能
- 软硬件一体化的技术架构

来源：南京领行科技股份有限公司官网，头豹研究院编辑整理

©2020 LeadLeo



www.leadleo.com

中国共享出行行业投资企业推荐——曹操出行（1/2）

曹操出行整合互联网、车联网、自动驾驶和新能源汽车技术，以创新赋能，打造一站式共享出行的生活方式



公司名称：杭州优行科技有限公司



成立时间：2015年



中国公司总部：浙江省杭州市



企业简介：曹操出行是一家网约车服务平台，于2019年由曹操专车更名而来，是世界500强企业吉利集团布局“新能源汽车共享生态”的战略投资业务，是中国首个建立新能源出行服务的专车品牌。凭借“低碳致尚、服务至上”的核心价值观，曹操出行将全球领先的**互联网、车联网、自动驾驶技术**以及**新能源科技**，创新应用于共享出行领域，致力于为用户提供一站式的健康、低碳、共享出行生活方式。截至2019年5月初，曹操出行已在全国上线35个大中小城市，投放车辆**39,000辆**，注册用户**2,430万**。



战略定位：以服务顾客品质出行的新能源专车为基础，外加城际快车、同城快递等服务模式；以**“新能源汽车+公车专营+专职司机”**为主的**B2C运营模式**；以合规化、标准化的经营为基础，打造顾客出行品质、切实保障顾客出行安全的曹操出行，通过四年的快速发展，极力摆脱小众化打车平台形象，成为专车市场的领军者。曹操出行在不断突破自身业务能力的同时，逐渐实现对于汽车生产、制造环节的反哺，以不断推进整合汽车产业链上下游资源、实现以出行为导引的纵向融合发展的探索与尝试。



曹操出行服务



专车



金融服务



曹操商城



包车游



帮忙取送



顺丰车

- ✓ 手机便捷下单
- ✓ 服务安全可靠
- ✓ 延伸生活场景
- ✓ 新能源汽车共享生态
- ✓ 专业认证司机

来源：杭州优行科技有限公司官网，头豹研究院编辑整理

©2020 LeadLeo



www.leadleo.com

中国共享出行行业投资企业推荐——曹操出行（2/2）

曹操出行资源优势显著，协同效应明显，以规范化运营提高用户黏性，借助服务模式创新拓展用户

曹操出行投资亮点

（1）资源优势显著

曹操出行背靠整车获得规模效应、协同效应等资源优势将愈加明显。曹操出行作为吉利集团的全资子公司，作为吉利集团由汽车制造商向出行服务商转型，并试水新能源共享出行平台的重要尝试，在其成立之初，便获得了吉利集团的全力支持。背靠具有研发、制造优势的整车厂，曹操出行能够快速响应市场需求，实现车辆的**定制化**、智能化发展。

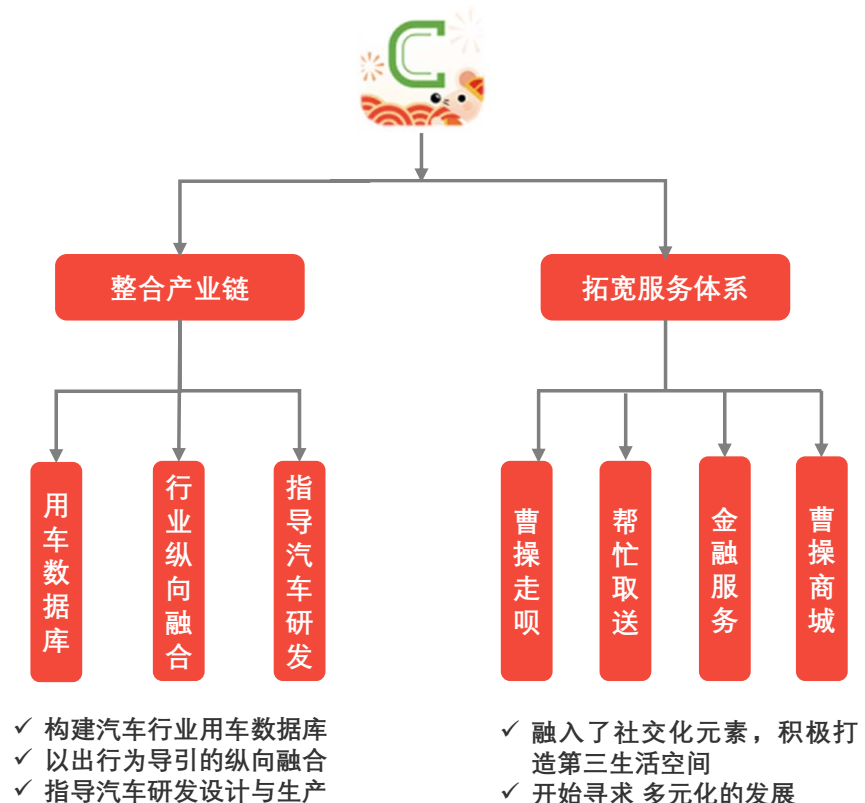
（2）协同效应明显

曹操出行，共享吉利集团遍布全国的加盟商网络，曹操出行在业务拓展方面可以快速地实现规模化、集约化发展，借助核心的商业网络布局，快速组建城市运营线下模块，有效发挥汽车制造与平台运营的**协同效应**。

（3）规范化运营

曹操出行的优势在于服务品质有保障、业务合规性。曹操出行运营的都是自有车，坚持公车公营，统一培训专职司机，注重乘客满意度管理，以规避网约车服务水平参差不齐、乘客安全无保障等问题。为此，曹操出行成立曹操学院，大力培养优质服务的专业**认证司机**此外，在人车互联上也愈加细化。曹操出行App能与司机手机进行通讯，实现与车辆的通讯，实时获取电流、电压、电量、续航里程、故障情况等数据。

曹操出行服务模式创新



来源：杭州优行科技有限公司官网，头豹研究院编辑整理

©2020 LeadLeo



www.leadleo.com

中国共享出行行业投资企业推荐——滴滴出行 (1/2)

滴滴出行提供一站式移动出行平台，业务范围广，用户群体广泛，已成为共享出行领域的领跑者



公司名称：北京小桔科技有限公司



成立时间：2012年



中国公司总部：北京市

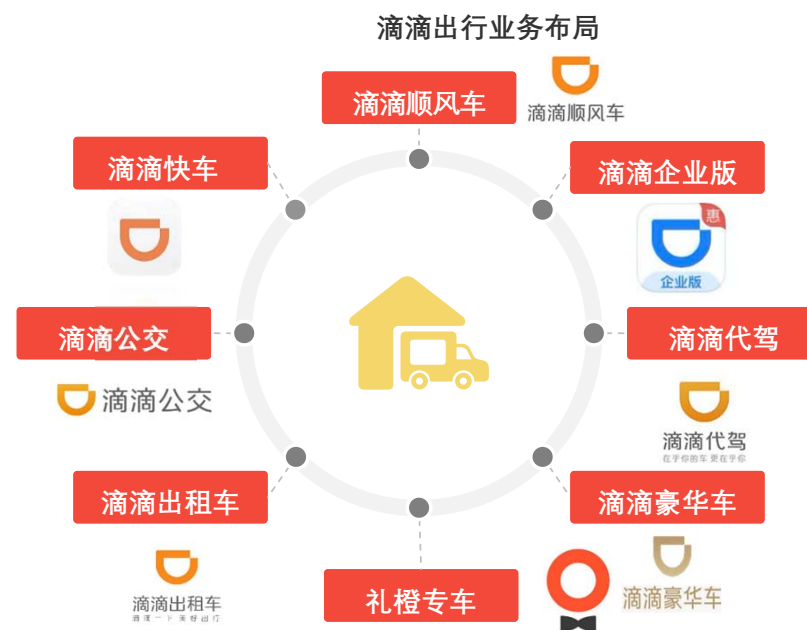
公司介绍：滴滴出行致力于打造一站式移动出行平台，2016年8月，滴滴出行收购Uber在中国的业务，成为共享出行领域的一大巨头。滴滴出行积极开展多方位的业务，拓展中国和海外市场，进行产业升级，在亚洲、拉美和澳洲为**5.5亿用户**提供出租车、快车、专车、豪华车、公交、代驾、企业级、共享单车、共享电单车、汽车服务、外卖等多元化的出行和运输服务。

滴滴出行融资历程，2017年-2019年

时间	投资方	投资轮次	投资金额
2019-07	丰田	战略融资	6亿美元
2018-07	Booking Holdings	战略投资	5亿美元
2018-04	Mirae Asset	战略融资	2.648亿美元
2017-12	Mubadala SoftBank Capital	战略融资	40亿美元
2017-04	软银中国资本 交通银行 招商银行 银湖资本 高达投资 中俄投资基金	战略融资	55亿美元

来源：北京小桔科技有限公司官网，头豹研究院编辑整理

©2020 LeadLeo



www.leadleo.com

中国共享出行行业投资企业推荐——滴滴出行（2/2）

滴滴出行具备技术驱动、业务多元、用户广泛和合作众多的优势，在共享出行领域处于领先地位

滴滴出行投资亮点

► 技术驱动

滴滴出行利用大数据缓解城市交通拥堵。通过实时数据，滴滴出行计算出这些城市的拥堵指数。借助这些信息，缓解城市的交通拥堵。2017年，滴滴出行与济南交警合作，减少大明湖地区的交通拥堵情况。未来，业务发展空间广阔。

► 业务多元

滴滴出行在产品细节上进行优化，接连推出了合乘拼车、推荐上车地点等软件新功能。滴滴出行业务不局限于“打车”、“专车”，利用信息匹配技术，通过快车、顺风车、滴滴公交车等多种新业务的推出，不断细分发展领域，将业务扩展到全方位的城市交通服务平台。

► 用户广泛

截至2019年底，滴滴出行在行业内处于领先地位，滴滴出行在网约车市场的占有率高达90%以上，用户规模约为1亿，在中国市场的基础上，开拓国际市场，拓展用户规模。

► 合作众多

滴滴出行启动共享汽车平台，与北汽新能源、比亚迪等12家汽车厂商达成战略合作伙伴关系，建设新能源共享汽车服务体系。此外，滴滴出行建立企业开放平台，推进与各类企业的合作。

滴滴出行战略定位



深耕共享出行领域，引领行业发展

滴滴出行改变了传统打车市场格局，颠覆了路边拦车概念，利用移动互联网特点，将线上与线下相融合，从用户线上打车到下车使用线上支付车费，行车乘客与司机紧密相连的O2O闭环



一站式出行平台，满足用户多样化需求

滴滴出行是最早发力于出行领域的企业之一，为用户提供更高效稳定、低成本的出行服务，多样化的服务提升用户的留存度



全球战略布局，国际视野强大

滴滴出行进军澳大利亚、巴西、哥伦比亚、墨西哥、日本、智利，积极开展国际业务，在全球打造一站式生态系统

方法论

- ◆ 头豹研究院布局中国市场，深入研究10大行业，54个垂直行业的市场变化，已经积累了近50万行业研究样本，完成近10,000多个独立的研究咨询项目。
- ◆ 研究院依托中国活跃的经济环境，从交通出行、移动互联网、汽车制造等领域着手，研究内容覆盖整个行业的发展周期，伴随着行业中企业的创立，发展，扩张，到企业走向上市及上市后的成熟期，研究院的各行业研究员探索和评估行业中多变的产业模式，企业的商业模式和运营模式，以专业的视野解读行业的沿革。
- ◆ 研究院融合传统与新型的研究方法，采用自主研发的算法，结合行业交叉的大数据，以多元化的调研方法，挖掘定量数据背后的逻辑，分析定性内容背后的观点，客观和真实地阐述行业的现状，前瞻性地预测行业未来的发展趋势，在研究院的每一份研究报告中，完整地呈现行业的过去，现在和未来。
- ◆ 研究院密切关注行业发展最新动向，报告内容及数据会随着行业发展、技术革新、竞争格局变化、政策法规颁布、市场调研深入，保持不断更新与优化。
- ◆ 研究院秉承匠心研究，砥砺前行的宗旨，从战略的角度分析行业，从执行的层面阅读行业，为每一个行业的报告阅读者提供值得品鉴的研究报告。

法律声明

- ◆ 本报告著作权归头豹所有，未经书面许可，任何机构或个人不得以任何形式翻版、复刻、发表或引用。若征得头豹同意进行引用、刊发的，需在允许的范围内使用，并注明出处为“头豹研究院”，且不得对本报告进行任何有悖原意的引用、删节或修改。
- ◆ 本报告分析师具有专业研究能力，保证报告数据均来自合法合规渠道，观点产出及数据分析基于分析师对行业的客观理解，本报告不受任何第三方授意或影响。
- ◆ 本报告所涉及的观点或信息仅供参考，不构成任何投资建议。本报告仅在相关法律许可的情况下发放，并仅为提供信息而发放，概不构成任何广告。在法律许可的情况下，头豹可能会为报告中提及的企业提供或争取提供投融资或咨询等相关服务。本报告所指的公司或投资标的的价值、价格及投资收入可升可跌。
- ◆ 本报告的部分信息来源于公开资料，头豹对该等信息的准确性、完整性或可靠性不做任何保证。本文所载的资料、意见及推测仅反映头豹于发布本报告当日的判断，过往报告中的描述不应作为日后的表现依据。在不同时期，头豹可发出与本文所载资料、意见及推测不一致的报告和文章。头豹不保证本报告所含信息保持在最新状态。同时，头豹对本报告所含信息可在不发出通知的情形下做出修改，读者应当自行关注相应的更新或修改。任何机构或个人应对其利用本报告的数据、分析、研究、部分或者全部内容所进行的一切活动负责并承担该等活动所导致的任何损失或伤害。