

艾媒报告|2019年中国 汽车分时租赁专题研究报告

汽车出行

本报告主要采用行业深度访谈、桌面研究等方法，并结合艾媒咨询自有的用户数据监测系统及北极星互联网产品分析系统等。

- 对部分相关的公开信息进行筛选，通过对行业专家、相关企业与网民进行深度访谈，了解相关行业主要情况，获得相应需要的数据。
- 对部分相关的公开信息进行筛选、对比，参照用户调研数据，最终通过桌面研究获得行业规模的数据。
 - 政府数据与信息
 - 行业公开信息
 - 企业年报、季报
 - 行业资深专家公开发表的观点
- 根据艾媒咨询自身数据库、北极星互联网产品分析系统、大数据舆情监控系统和草莓派数据调查与计算系统（Strawberry Pie）的相关数据分析。
- 艾媒大数据舆情监控系统，全球首个全网舆情监测与负面监控系统，包括负面预警、舆情监控和竞品情报，分钟级进行全网扫描与数据更新。
- 面向全国针对各领域征集优秀案例企业进行中，[详情可咨询research@iimedia.cn](mailto:research@iimedia.cn)。



目录

1

2018年中国汽车分时租赁行业发展概况

2

2018年中国汽车分时租赁用户行为分析

3

2018年中国汽车分时租赁行业标杆企业案例分析

4

中国汽车分时租赁未来发展趋势

01

2018年中国汽车分时租赁行业概况

中国汽车分时租赁行业宏观环境分析

政策方面

- 2018年2月，国家发布了《关于调整完善新能源汽车推广应用财政补贴政策的通知》，促进产业发展从“量变”到“质变”的转化。
- 2018年4月，国家施行了《乘用车企业平均燃料消耗量与新能源汽车积分并行管理办法》，支持新能源车的发展。
- 2019年1月，工业和信息化部部长苗圩表示2019年补贴政策中补贴金额将下调。

经济方面

- 2018年12月，中国小型载客汽车保有量达到2.01亿辆，私家车达到1.89亿量。全国机动车驾驶人人数达4.09亿人，汽车驾驶员达到3.69亿人。
- 2019年1月，国家统计局公布中2018年GDP同比增长6.6%，国民经济总体平稳，渐进态势持续显现。

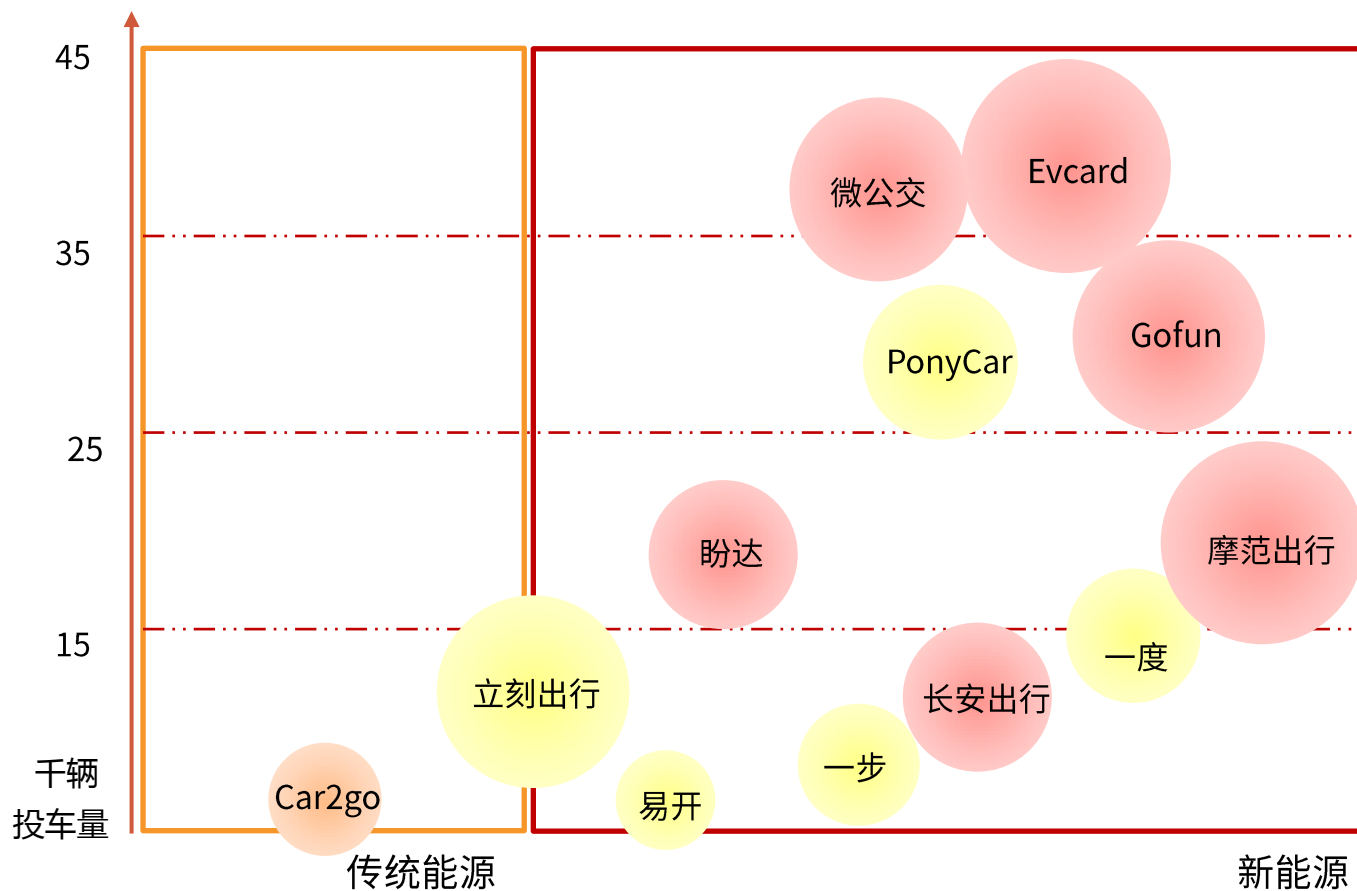
社会方面

- 中国公共交通依然无法与快速的城市化相匹配。
- 中产阶级的崛起和消费主体的年轻化，消费习惯开始向服务型消费升级，出行成为日常需求。
- 绿色出行观念深入人心。

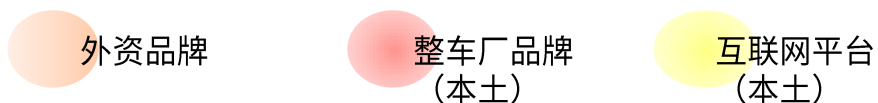
技术方面

- 移动互联网、在线支付等体系日益完善。
- 车联网和大数据技术进步。

2018年中国各汽车分时租赁平台车辆投放规模



2018年部分分时租赁企业的投车辆



来源：公开资料整理（数据截止2019年1月中旬）

国家政策为分时租赁市场提供了发展动力。

- 2017年，国家发布的《关于促进小微型客车租赁健康发展的指导意见》，为更多的分时租赁平台提供发展机遇。
- 2018年2月，国家双积分政策引导更多汽车厂商投入新能源汽车的生产。
- 国家对充电桩也进行了政策扶持，充电桩数量逐渐递增。

国家政策的倾斜，使得以传统能源为主的汽车分时租赁业务发展愈加艰难。

汽车分时租赁行业的主要业务收入和成本分析

收入来源

主营收入

- 租金：主要的收入来源，前期后期租价不同。
- 押金：押金为预防车辆丢失损害等风险；若退还困难，平台口碑很难维持。
- 会员：通过会员优先制，保证车辆高频使用。

广告收入

- 车载广告：APP广告、车载屏广告和汽车推广等。
- 电商导购：WiFi和儿童配件等。

二手车销售

- 分时租赁平台的重要收入来源。
- 电动汽车使用年限为三年，三年后汽车残值低于新车20%以下。燃油车残值高于新车40%以上。

大数据价值

- 平台的大数据价值分成，与4S店和保险公司等的合作收入的部分。

成本支出

固定成本

购车成本和车险成本。新能源汽车目前有国家补贴，所以价格相较于燃油车要低。

运营成本

主要有车辆调度、车队管理、车辆维护等。对人力和技术的要求较高。

使用成本

车位成本与续能成本。停车费高，有些城市现停车费高于租金，平台承担压力大。若转移用户承担则导致使用率下降。

加油/充电成本

燃油费高于充电费。公用充电桩正在完善。

来源：公开资料整理

分时租赁市场布局广泛，东部沿海地区密度相对较高



中国分时租赁发展区域广，其中华南和华东地区分时业务密集程度较高，又以沿海省市最为密集。近一月内，分时租赁作为关键词搜索热度超过10的城市主要集中在一二线城市中。

分时租赁城市热度	
南京 (109)	杭州 (42)
太原 (37)	济南 (25)
石家庄 (24)	马鞍山 (23)
沈阳 (20)	合肥 (20)
武汉 (19)	广州 (19)
莆田 (18)	芜湖 (17)
成都 (15)	昆明 (11)

媒体资讯量地域分布：全网媒体资讯地理分布图谱

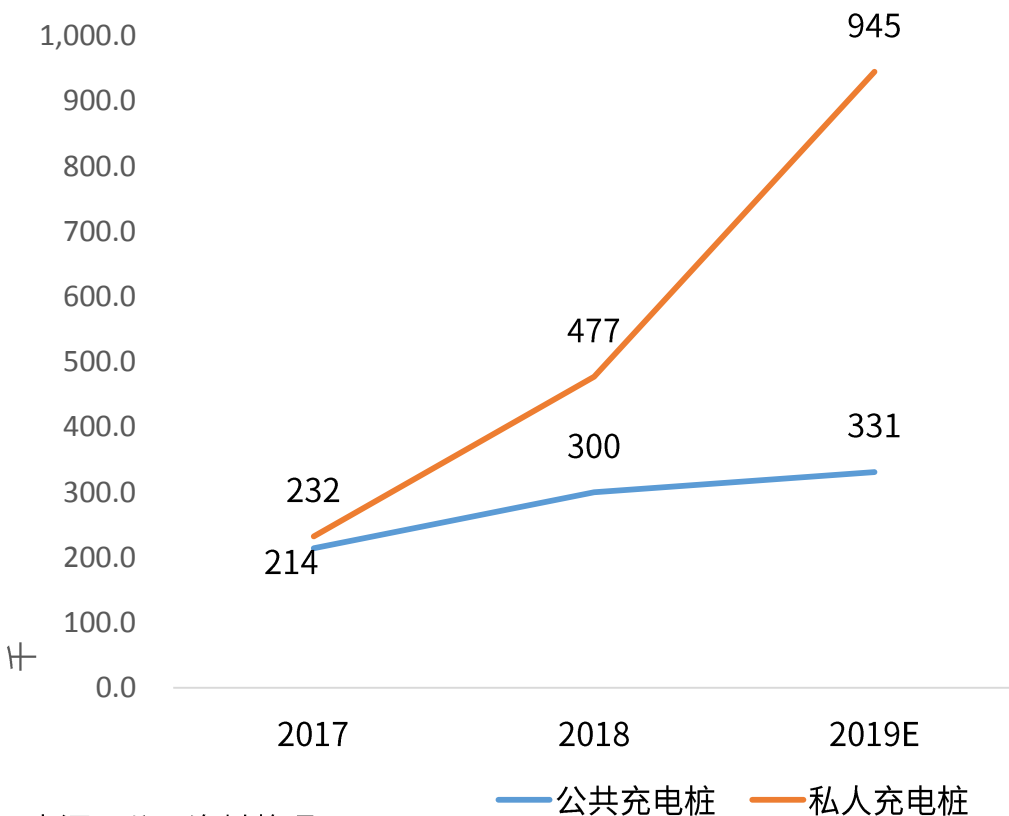
舆情监测时间区间：2018年12月23日—2019年1月24日

数据来源：艾媒大数据舆情监控系统 (yq.iimedia.cn)

基础设施日益完善，市场下沉趋势明显

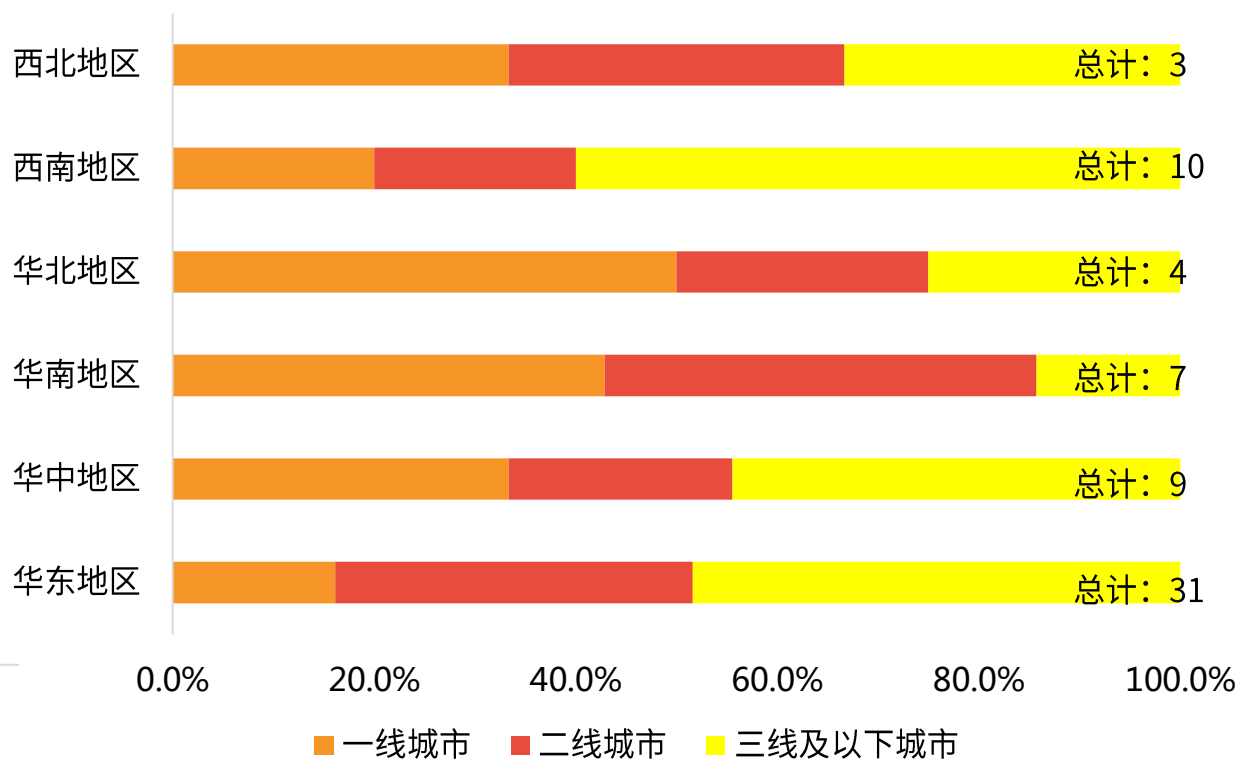
2018年全国充电基础设施数量增长迅速。公共类充电基础设施稳定增长，私人类充电桩增速迅猛。2018年已统计的充电基础设施为77.7万台，预计，中国2019年公共类充电基础设施增长稳定。随机抽样8个分时租赁平台的城市布局，一二线城市比较高，华东和华南地区二线城市比重高于第一线城市。华东、华中和西南地区三线及其以下城市比重高于一二线城市比重。分时租赁平台业务在华东地区较为集中。

2018年中国充电桩数据统计及预测



来源：公开资料整理

2018年中国分时租赁汽车区域城市比例图（部分）



来源：随机抽取8个分时租赁平台的公开资料整理

整车厂先天优势明显，高端车品牌溢价减弱

尽管有政策和资本组合拳支持，分时租赁行业仍面临高运营成本和获客成本的压力。传统能源车辆成本高于新能源车，随着居民消费习惯的转变“出行”已经成为日常需求，品牌汽车的品牌溢价也由于出行观念的转变而下降。分时租赁市场中的中高端车辆定位，并不符合消费者日常出行需求。

分类	平台	资源方	车辆类型
整车厂旗下平台	Gofun	首汽	新能源
	Evcad	上汽	新能源
	盼达用车	力帆	新能源
	微公交	吉利	新能源
	华夏出行	北汽	新能源
	Car 2 go	戴姆勒	传统能源
互联网公司	立刻出行	无	新能源、混合能源
	一度出行	无	新能源
	PonyCar	无	新能源
	易开出行	无	新能源
传统租车公司	嗨车	一嗨租车	传统能源
	神州共享汽车	神州租车	传统能源
大型实业背景平台	小二租车	海航集团	新能源

2018年中国汽车销量遇到了19年以来的首次下滑，汽车市场的销售天花板正在显现，整车厂汽车销售净利润下降。

iiMedia Research（艾媒咨询）数据显示，2018年中国移动互联网出行用户规模达5.12亿，增长率为17.7%。出行需求不再受限于出行工具。

依靠汽车销售盈利的传统商业模式已不能保证整车厂的利益，开拓新的商业模式寻找新的增长点就成为必要，整车厂进入分时租赁行业即为契机。随着国家补贴退坡，行业内车辆成本占比提高，整车厂进入分时租赁行业具有先天车辆优势。

来源：公开资料整理

潜在进入者威胁

- 整车厂入局分时租赁服务。
- 传统租车公司和大型实业集团开展分时租赁业务。

供应商议价能力

- 整车厂、充电桩供应商和车位供应商的议价能力相对较强。
- 尤其是核心商圈的车位供应商具有较高的议价能力。

• 替代品威胁

- 配置司机的网约车，运营成本相对较低。政策支持出租车也具有一定的竞争力。
- 汽车保有量逐年上升，大多数人选择私家车出行。

• 现有竞争对手

- 整车厂背景分时租赁企业背靠丰富的车辆资源，车辆成本优势明显。
- 传统租车企业和大型实业集团有相对稳定的用户资源。
- 网约车、出租车发展较成熟，布局灵活数量多。

• 消费者议价能力

- 分时租赁汽车用户多为个人用户，个人用户选择出行方式受到时间和场景的限制。
- 当替代品出现时，消费者的议价能力也较强。

汽车分时租赁行业内部竞争应对策略分析

随着国家补贴的逐步下降，分时租赁市场或将进入完全竞争市场，基于互联网公司的分时租赁平台需及时调整内部策略，寻求外部多元合作，以促进自身的发展。针对来自竞争者和市场的压力，具有技术和大数据优势的第三方互联网分时租赁平台，实施精细化运用，提升服务能力和运营能力，保证用户量，降低成本压力，才能在激烈的市场竞争中生存。

策略二：定位策略

- 依托互联网发展的第三方公司，缺少车辆资源和客户资源。充分利用大数据和技术，提高用户体验感，实现科学布局，智慧运营。

策略一：加强自身优势

- 定位于特定用户群体，如位于偏远旅游区或者城市近郊，解决近郊居民和外出自由行用户的用车需求；或定位于特定场景大型工业园区或者交通枢纽等人群量较多的区域。

- 分时租赁企业科学定价，或提供相关会员服务，增加用户粘性和活跃量；或多元合作提升运营效率，加强技术支持，减轻运营成本。

策略三：定价策略

分时租赁平台挑战不断，2019年依然是关键时刻

作为资本和运营双重驱动的出行模式，资本和运营对分时租赁行业尤为重要。中国汽车分时租赁行业目前已初步完善了上下产业链，获得融资支持。在运营方面，问题多出在服务和运营两个方面。



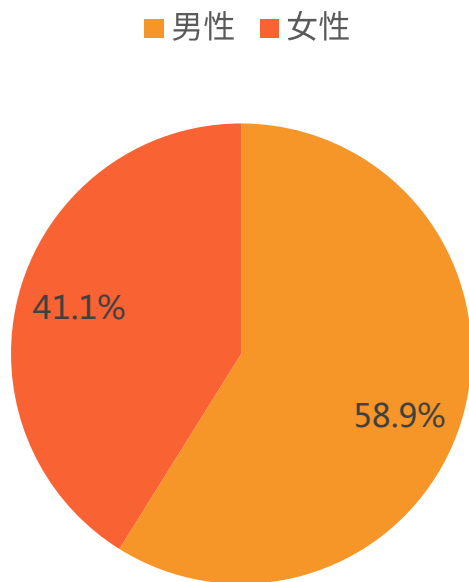
02

2018年中国汽车分时租赁用户行为分析

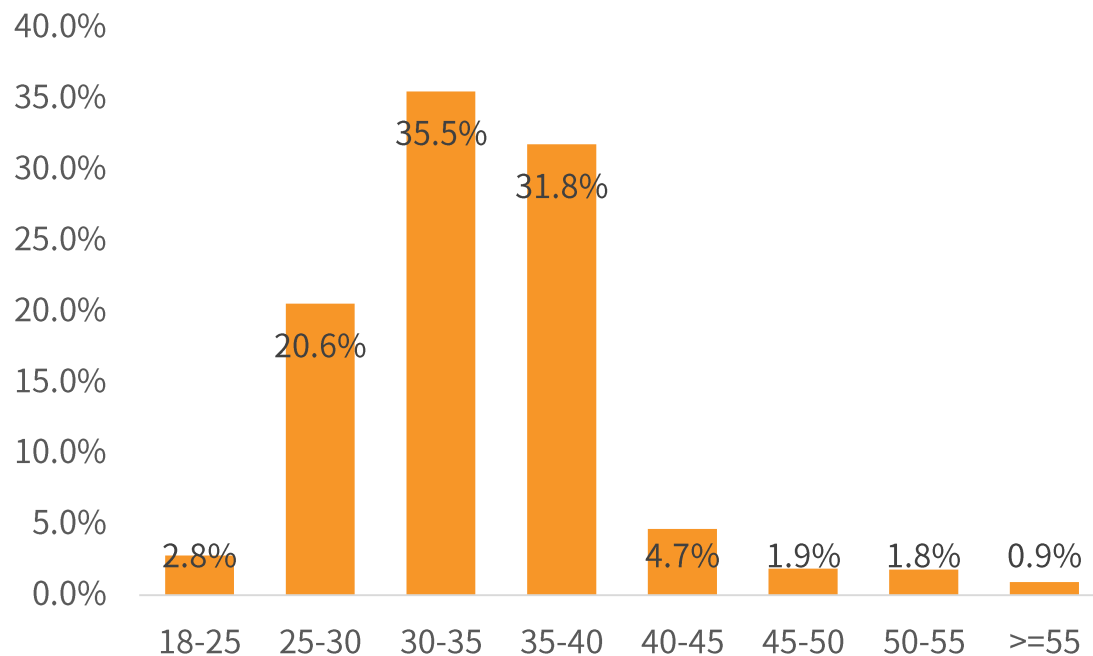
中国汽车分时租赁用户多为中年男性

iiMedia Research（艾媒咨询）数据显示，2018年中国汽车分时租赁使用者多为男性，占比58.9%，用户年龄多集中在30-35岁（35.5%）和35-40岁（31.8%），以中年用户为主。中年用户相较于年轻用户有着相对稳定的收入来源和出行需求，更倾向于使用便捷高效的出行工具。

2018年中国汽车分时租赁用户性别画像



2018年中国汽车分时租赁用户年龄分布



样本来源：艾媒草莓派数据调查与计算系统（Strawberry Pie）

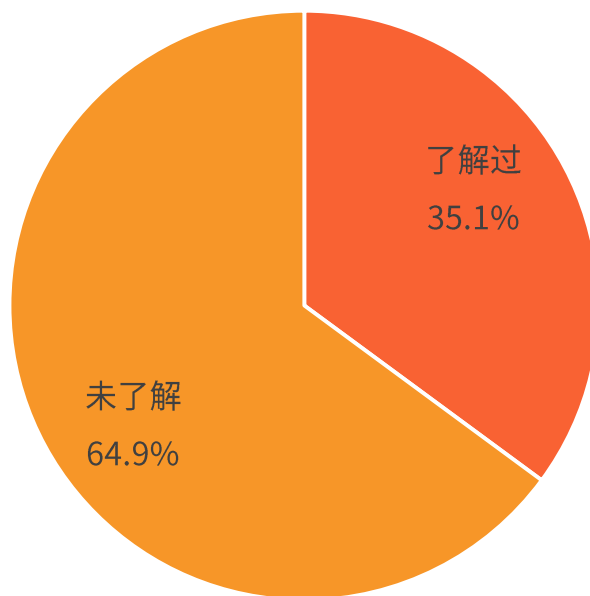
样本量：N=1788；调研时间：2019年1月

数据来源：iiMedia Research（艾媒咨询）

中国汽车分时租赁业务市场渗透率较低

iiMedia Research（艾媒咨询）数据显示，2018年中国受访网民了解过汽车分时租赁的用户达35.1%，未了解过的受访网民数量多，汽车分时租赁业务在中国市场的渗透率较低。

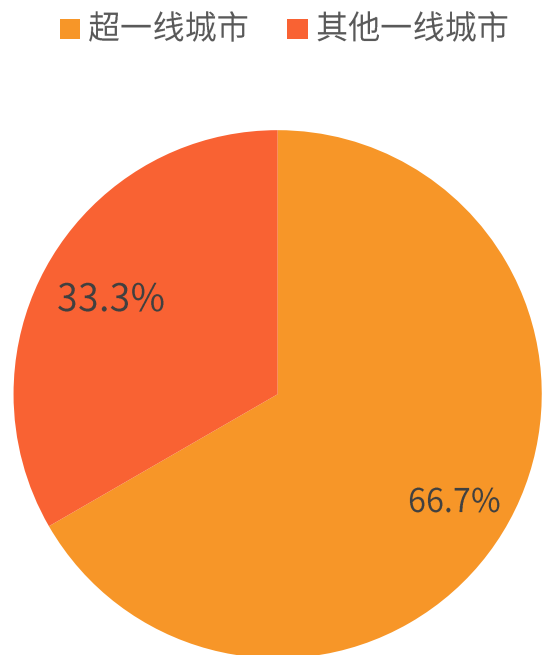
2018年中国网民对分时租赁汽车了解情况调查



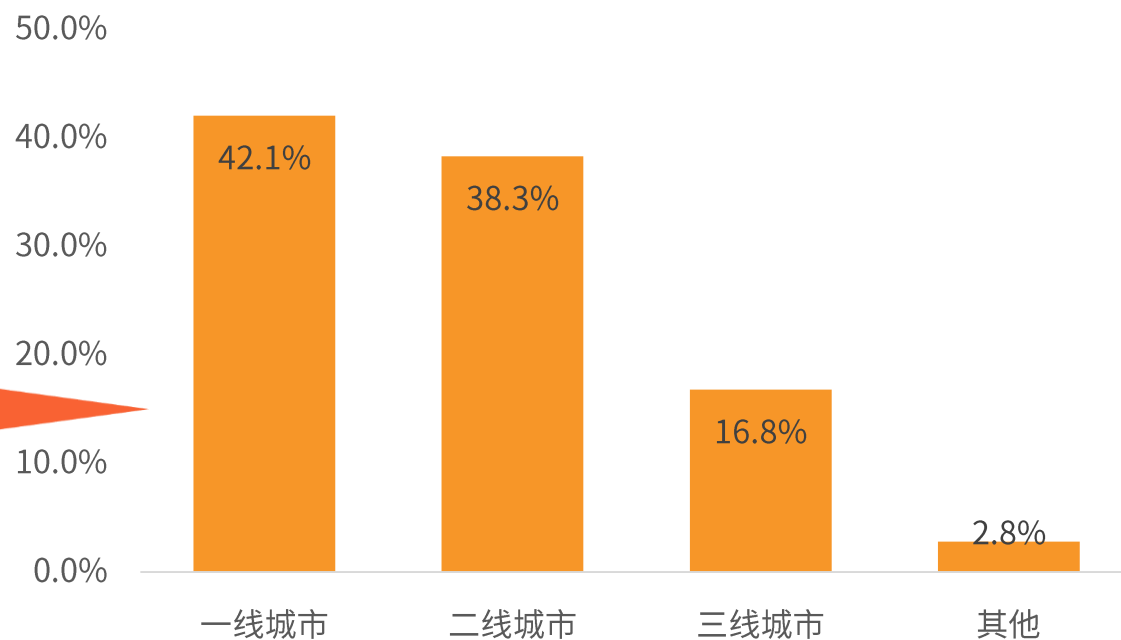
中国汽车分时租赁业务多集中在一二线城市中

iiMedia Research（艾媒咨询）数据显示，2018年中国汽车分时租赁用户主要分布在一线城市（42.1%）和二线城市（38.3%）。一、二线城市人口密集，出行需求量大。一线城市用户，包括超一线城市用户（66.7%）和一线城市用户（33.3%）。

2018年中国汽车分时租赁一线城市用户分布调查



2018年中国汽车分时租赁用户区域分布



注：一线城市包括北上广深超一线城市和其他一线城市。

样本来源：艾媒草莓派数据调查与计算系统（Strawberry Pie）

样本量：N=1788；调研时间：2019年1月

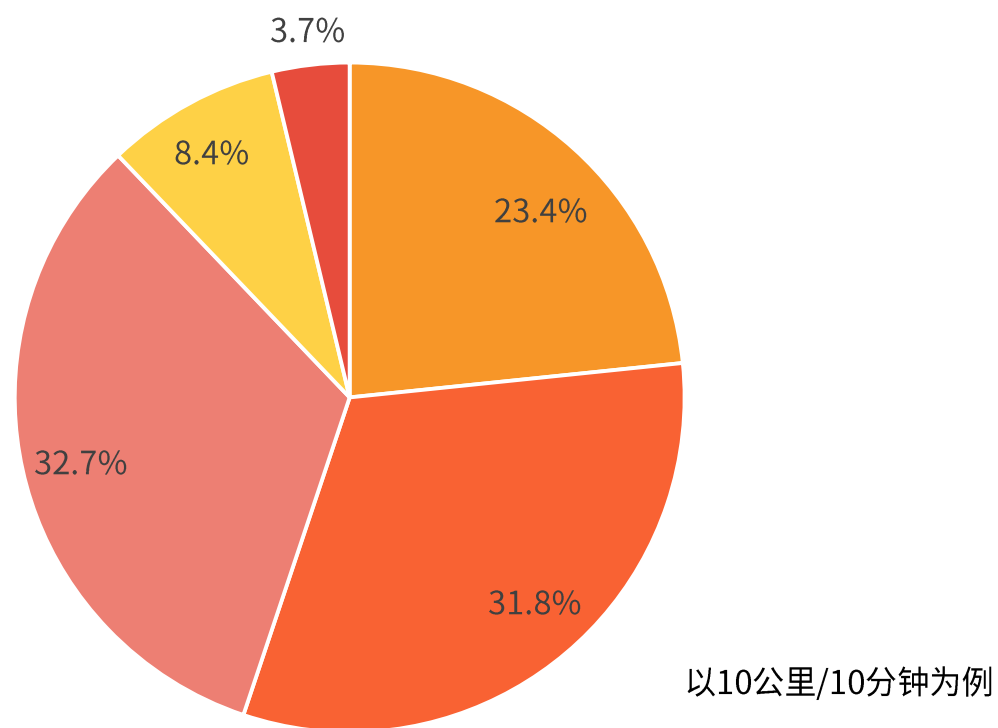
数据来源：iiMedia Research（艾媒咨询）

中国汽车分时租赁用户多接受15-25元的单次使用租价

2018年中国分时租赁用户单次可接受价格区间

■ 15元以下 ■ 15--20元 ■ 20--25元 ■ 25--30元 ■ 都接受

iiMedia Research（艾媒咨询）数据显示，将汽车分时租赁市场中的收费区间分段划分五段，大多数受访用户接受15元以下（23.4%），15-20元（31.8%）和20-25元（32.7%）的单次使用租价。其中，20-25元的单次使用租价较为被用户接受。



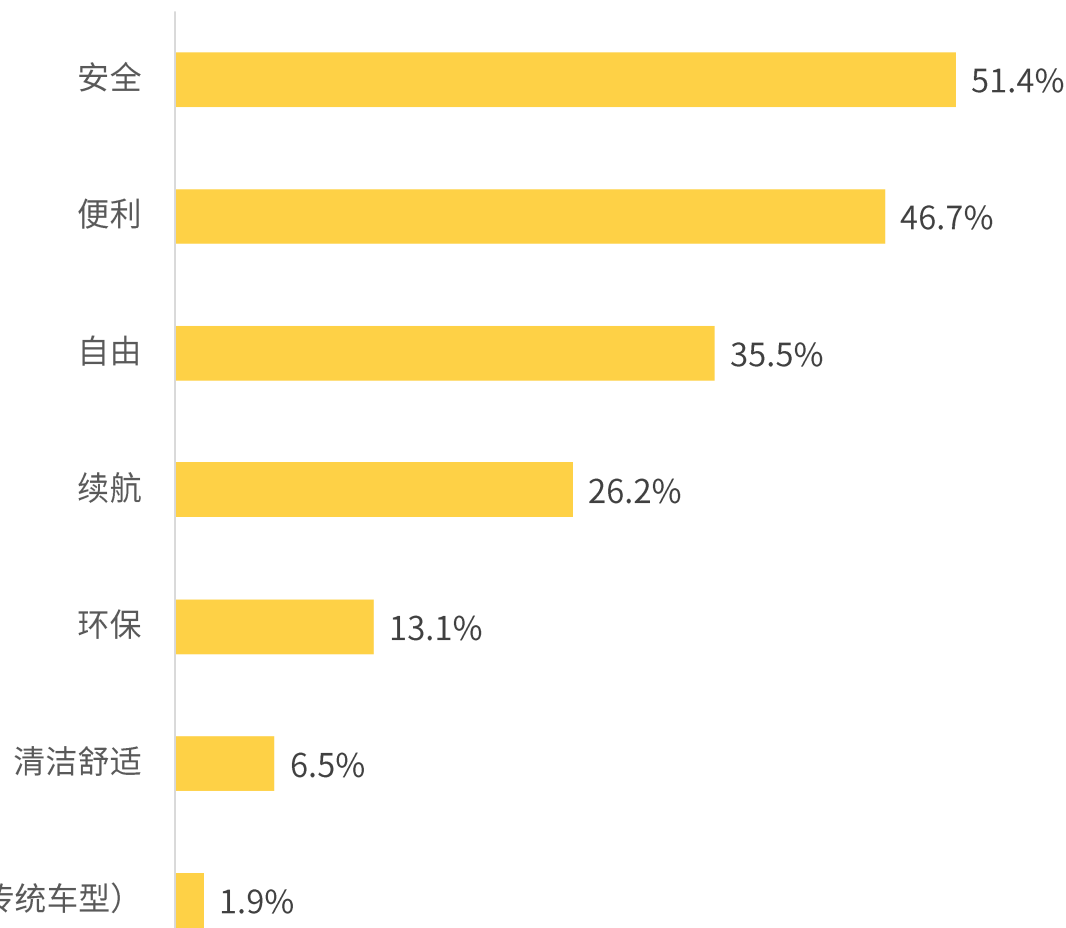
样本来源：艾媒草莓派数据调查与计算系统（Strawberry Pie）

样本量：N=1788；调研时间：2019年1月

数据来源：iiMedia Research（艾媒咨询）

中国汽车分时租赁用户重视租车的安全性问题

2018年中国网民选择分时租赁汽车的影响因素



iiMedia Research (艾媒咨询) 数据显示, 有51.4%的中国受访网民看重分时租赁汽车的安全性, 46.7%的中国受访网民看重分时租赁汽车的便利性。安全性中有用车安全和人身安全等, 便利性主要关注在租车网点和停车点。

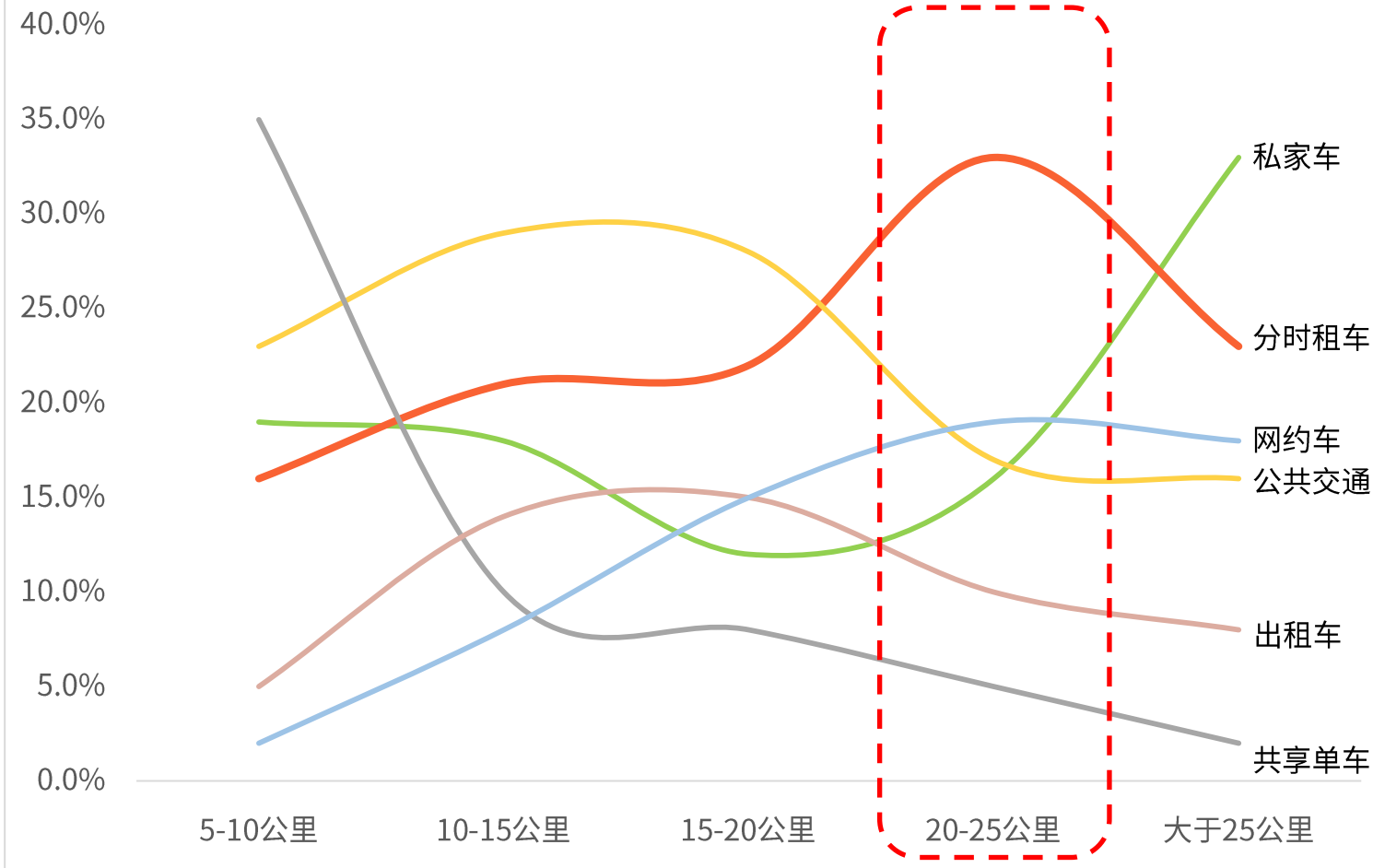
样本来源: 艾媒草莓派数据调查与计算系统 (Strawberry Pie)

样本量: N=1788; 调研时间: 2019年1月

数据来源: iiMedia Research (艾媒咨询)

中国汽车分时租赁在20-25公里内具有优势

2018年中国网民各场景下出行工具偏好



iiMedia Research（艾媒咨询）数据显示，不同里程，用户出行工具的偏好也不同。分时租车和公共交通是中国网民出行偏好选择中相对稳定的出行工具。

分时租赁在20-25公里范围内具有较强优势，中国受访网民更偏好使用分时租赁汽车作为出行工具。

在5-15公里内，选择共享单车和公共交通的受访用户较多。大于25公里的范围内，自驾出行则是多数人的选择。共享单车、公共交通、分时租车和私家车呈现互补趋势。

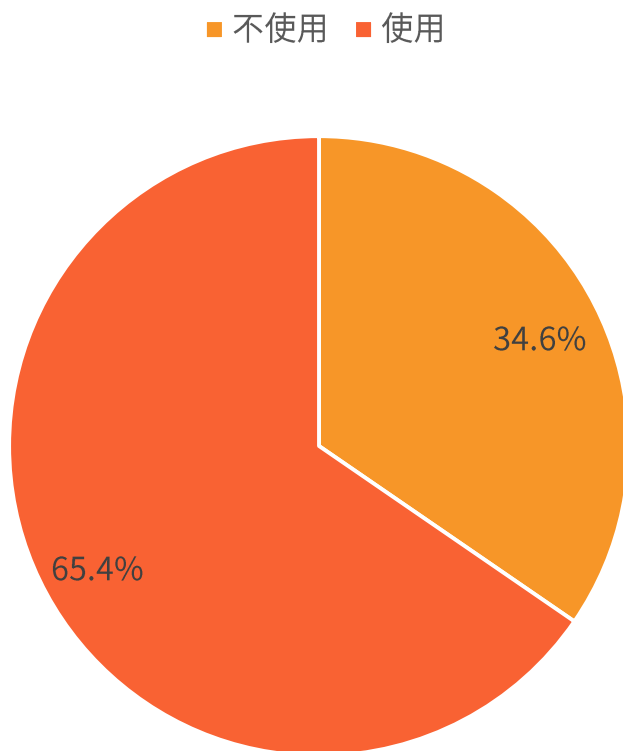
样本来源：艾媒草莓派数据调查与计算系统（Strawberry Pie）

样本量：N=1788；调研时间：2019年1月

数据来源：iiMedia Research（艾媒咨询）

中国网民相较于公共交通偏好使用分时租赁汽车

2018年中国网民在公共交通资源充足下 分时租车使用情况调查

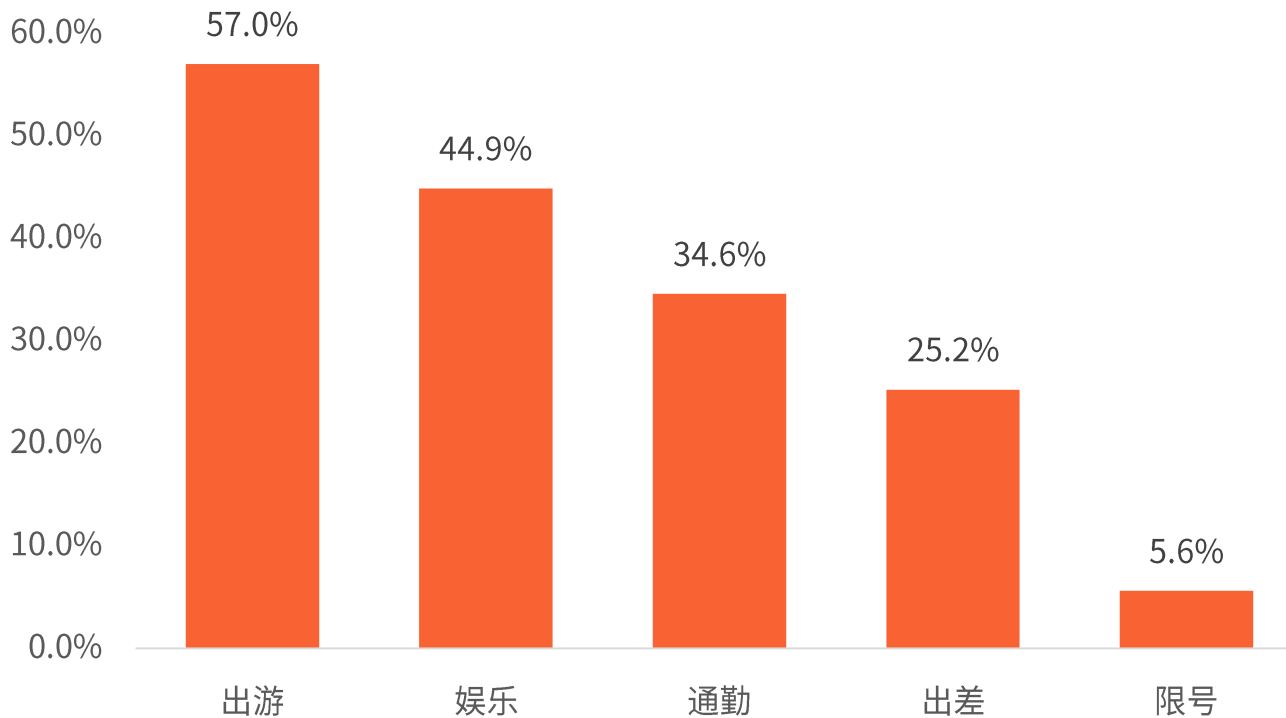


iiMedia Research（艾媒咨询）数据显示，尽管在10-20公里的里程内，公共交通工具具有一定优势，仍有超过一半的受访网民在公共交通资源充足的条件下，选择分时租赁汽车作为出行工具。分时租赁汽车相较于公共出行工具更具安全性和便捷性。

中国汽车分时租赁用户的出行目的以出游为主

iiMedia Research（艾媒咨询）数据显示，受访中国汽车分时租赁用户的出行目的主要是出游（57.0%）、娱乐（44.9%）和通勤（34.6%）。随着国家消费升级和居民消费观念的转变，受访网民出行目的多为出游和娱乐这类享受型消费。

2018年中国网民使用汽车分时租赁的出行目的



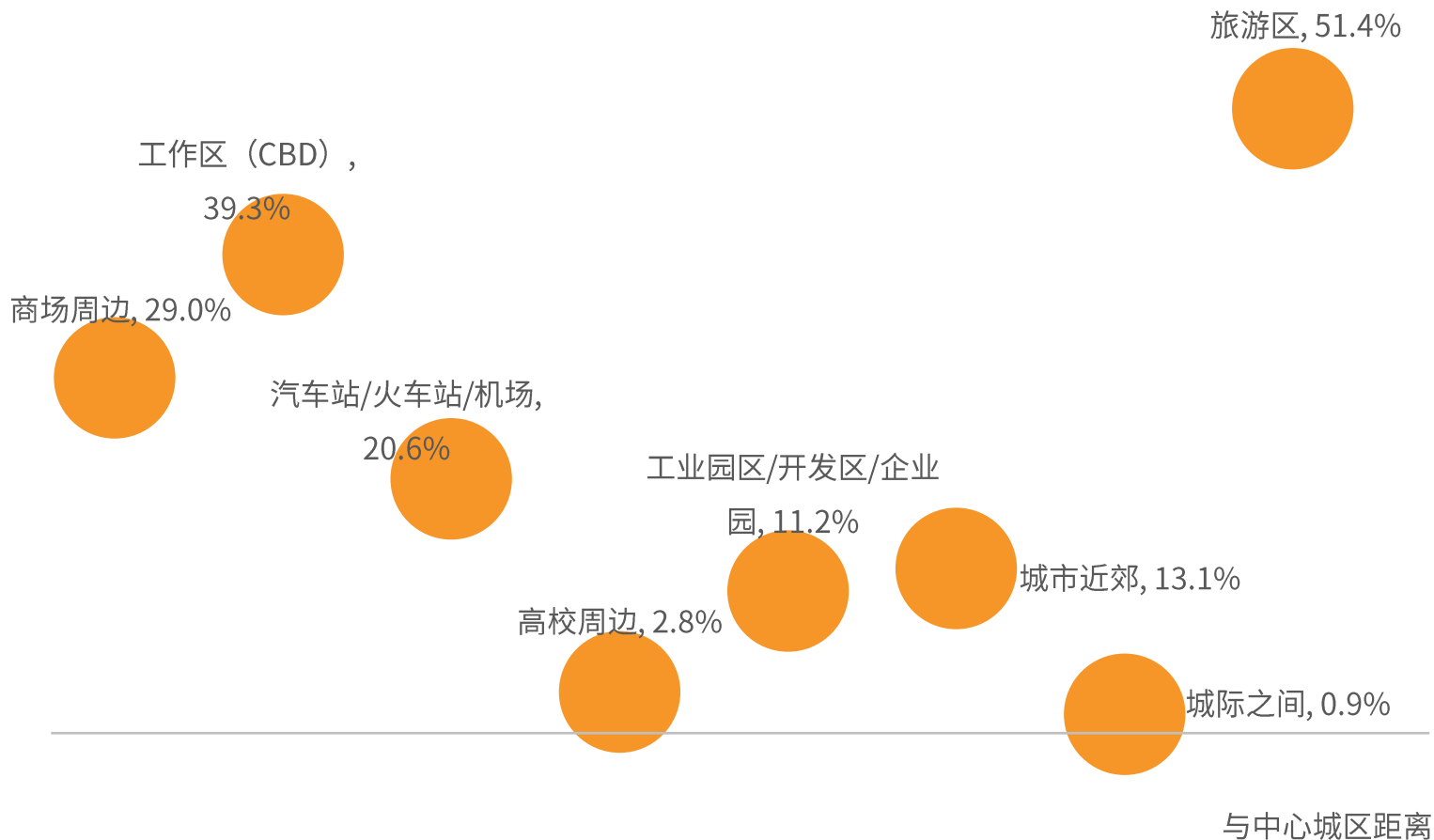
样本来源：艾媒草莓派数据调查与计算系统（Strawberry Pie）

样本量：N=1788；调研时间：2019年1月

数据来源：iiMedia Research（艾媒咨询）

中国汽车分时租赁用户的场景偏好

2018年中国网民分时租赁使用场景偏好



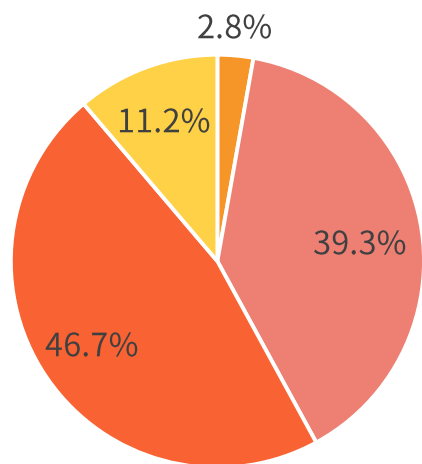
iiMedia Research (艾媒咨询) 数据显示, 受访中国汽车分时租赁用户的出行场景多为商场 (29.0%)、CBD (39.3%) 和旅游区 (51.4%)。城市中心区域和远离城市中心区域的旅游区是中国受访网民用车较多的场景。

中国汽车分时租赁用户满意度较高

iiMedia Research（艾媒咨询）数据显示，中国受访网民对目前的分时租赁汽车的服务满意程度趋于中上，超过一半的受访网民对分时租车的满意程度较高，满意占比47.7%，非常满意占比11.2%。在使用分时租赁服务的受访用户中，多数用户认为分时租赁平台应主要提升运营网点的数量（35.5%），降低押金/免押金（29.9%）和降低使用费用（29.0%）。

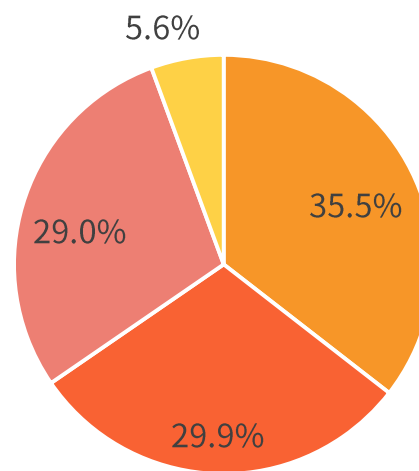
2018年中国网民对分时租赁汽车满意度调查

■ 不满意 ■ 一般 ■ 满意 ■ 很满意



2018年中国分时租赁汽车用户认为分时租赁服务提升方向

■ 运营网点增多 ■ 押金费用降低/免押金 ■ 使用费用降低 ■ 车辆维修及时



样本来源：艾媒草莓派数据调查与计算系统（Strawberry Pie）

样本量：N=1788；调研时间：2019年1月

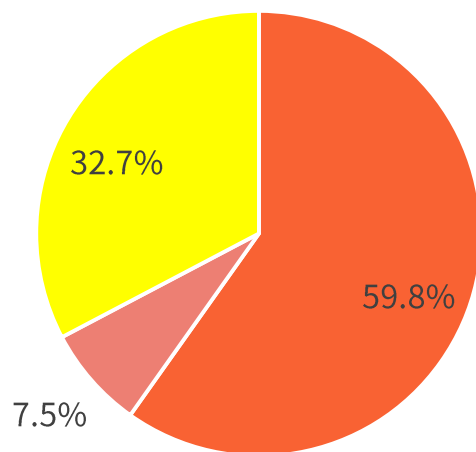
数据来源：iiMedia Research（艾媒咨询）

中国汽车分时租赁服务对用户购车计划产生影响

iiMedia Research（艾媒咨询）数据显示，59.8%的中国受访网民愿意将汽车分时租赁作为未来的出行工具。近四分之三的受访分时租赁汽车用户认为汽车分时租赁服务对个人的购车计划有影响，包括影响程度：可能有（49.5%）、有影响（19.6%）以及很有影响（6.6%）。艾媒咨询分析师认为，尽管现阶段中国汽车分时租赁市场规模程度相对较小，但分时租赁服务已经对未来用户出行工具的选择造成了影响。

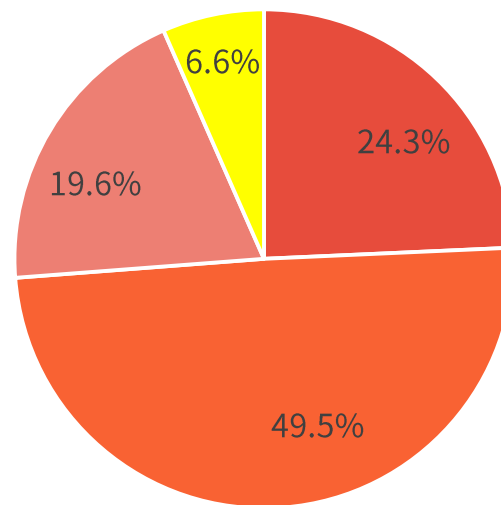
2018年中国网民未来使用汽车分时租赁的意愿

愿意 不愿意 根据具体情况定



2018年中国汽车分时租赁对用户购车计划的影响

没有 可能有 有影响 很有影响



样本来源：艾媒草莓派数据调查与计算系统（Strawberry Pie）

样本量：N=1788；调研时间：2019年1月

数据来源：iiMedia Research（艾媒咨询）

03

2018年中国汽车分时租赁行业标杆企业案例分析

Evcard: 定制化出行需求 打造出行专业化服务

Evcard是上汽集团直接投资的环球车享旗下品牌，截至2018年底，EVCARD已覆盖至全国近六十座城市。Evcard多种车型为用户提供了多样选择，以满足不同人群的出行需求；定制化出行服务，服务对象不再局限于个人用户，拓展了业务群体。拓展多元合作，实现出门出行一体化状态。

出行需求

将出行需求划分为商务出行、个性化出行和大众出行。其中大众化出行需求占比最高。

出行定制化

根据不同服务群体，分为面向集团用户（B2B/B2B2C）；面向个人用户（B2C）
根据不同时段服务，分为分时租、包夜租、短租、长租等。

车型定制化

背靠整车厂资源，提供专门适用于共享汽车运营的车辆。提高车辆运营的差异性特征。
针对商务出行，提供 宝马合作款高端车型。
针对普通上班族提供更安全与智能型更高的合作定制款车型。

合作多元化

与碧桂园物业合作，进驻社区
与洲际集团酒店合作，进驻旅居
拓展业务链，与机场和高铁站相连，塑造“飞机+EVCARD”和“高铁+EVCARD”业务链。

来源：公开资料整理

模范出行：软硬兼施内外兼修 出行+增值服务逐步落地

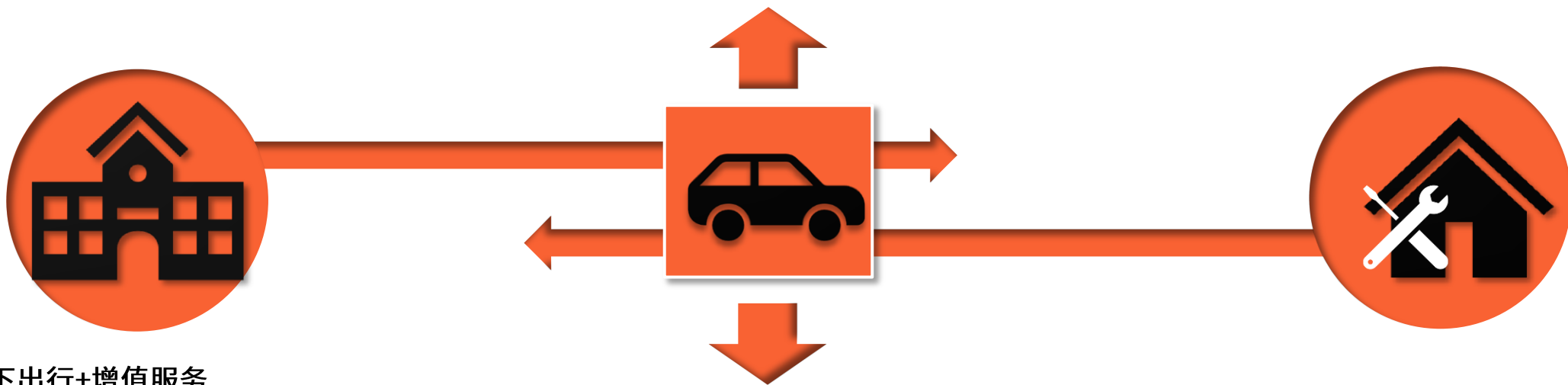
2017年8月，“模范出行”作为分时租赁业务正式落地。实行车辆生命周期产业链，实现了从出行车辆的定制，到车辆维修保养，再到二手车的处置回收的运营模式。这在一定程度上减轻了分时租赁企业的车辆成本和运营成本。



线上，加强模范出行平台的建设

硬件：打造基于大数据和云计算技术的综合出行服务平台，建立车辆智能布局、调度和风控机制。

软件：全面升级移动端APP服务，用户不仅可以预定车位，还可以观察各个运营网店的实时车辆和车位动态。



线下出行+增值服务

模范出行合作线下店面开展了出行+汽修的业务模式。模范出行加盟“好修养”汽修连锁中，解决了用户因修车导致无法出行的场景问题。与线下合作商实现了互利共赢的双赢局面。模范出行+增值服务不仅可以拓展出行业务链，还可以在在一定程度上维持用户量和车辆的使用率。

来源：公开资料整理

易开出行：车桩位一体化 定位中长途出行需求



易开出行，自2014年开始分时租赁业务，截至2019年1月，已在二十多座分时租赁业务。2017年第四季度在芜湖验证了分时租赁可盈利的商业模式。自2018年后，易开出行市场战略由打造单个城市的出行交通，转变为业务的扩张和发展升级，打造互联互通的城际出行体系。



车桩位一体

• 运营模式

车（新能源车）、桩（充电桩）、位（停车位）一体化模式。

• 四网合一

车联网、充电网、智能停车网和车位资源统一到易开运营平台上。

• 网点管理

网点高清监控系统

易开的运营模式提高了车辆的管理效率和资源的利用率。



城市数据库

• 建立数据库

借助SaaS服务和自有技术优势，为目标城市建立了城市数据库。

通过城市数据库了解城市的出行规律以及出行特征等相关信息。

利于提高网点布局有效性。



应用AI技术

• AI技术的应用—易开大脑

应用AI技术到决策管理体系、控制系统和安全防范等方面。

通过易开大脑的学习算法，可以对数据进行挖掘和分析，从而实现车辆的智能调度、电池的续航监测、网点的智能勘测和车辆状态的智能维保。

技术的应用缩减了易开的管理和运营成本。



拓展服务业务

• 开拓新的业务领域

在物流车领域拓展分时租赁模式。分时租赁物流车。有效提高了物流车的利用率和运营效率。

来源：公开资料整理

04

中国汽车分时租赁行业未来发展趋势

2019年汽车分时租赁行业发展趋势分析

资源向头部企业集中，中小企业兼并重组或将到来

艾媒咨询分析师认为，随着具有资金和资源优势的互联网巨头、整车厂等背景强大的企业进入出行行业，分时租赁行业规模效应愈加明显。资本寒冬的到来以及新能源补贴政策的收紧，产业面临资源整合。



车企将聚焦区域化投入，实现规模效应

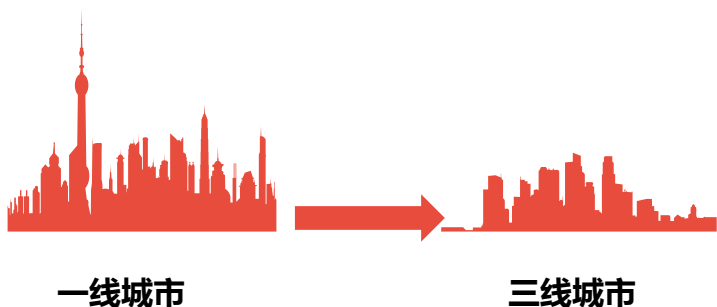
艾媒咨询分析师认为，单辆分时租赁汽车成本高，企业资金投入巨大，无法迅速实现全国布局。聚焦区域化投入，建立密度较高的网点和汽车投入，实现规模效应，形成进入壁垒，是企业的未来发展战略。



2019年汽车分时租赁行业发展趋势分析

建立车辆数据库，提高用车安全

建立车辆信息数据库，及时更新车辆数据状况，联合用户信用记录，不仅能够有效规范用户用车行为，同时能够保证车辆的运营状态；通过分析汽车的历史应用数据和性能数据，消除汽车安全隐患，提高用户安全。



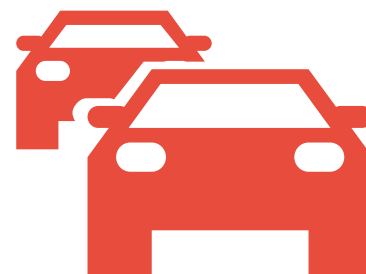
城市郊区、三线城市和偏远旅游城市或成为扩张对象

市场规模将继续扩大，分时租赁企业将进一步扩大布局、深化业务。旅游区和三线城市有着价格相对较低和相对丰富的车位资源，分时租赁或将拓展核心商圈外的区域以寻求新的增长点。

2019年汽车分时租赁行业发展趋势分析

注重用户体验，产品差异化服务将使企业占据有利位置

艾媒咨询分析师认为，目前共享汽车各个品牌推出不同的类型服务，但产品差异化程度依然不高。车企通过定制化汽车减少私家车不必要功能、降低成本，增加适用于共享汽车的性能；针对细分场景，满足用户个性化需求，将增强用户的满意度和忠诚度，使企业占据有利位置。



提升用户体验



降低运营成本



增强行业竞争力

自动驾驶技术的应用将提升用户体验，降低运营成本，增强行业竞争力

艾媒咨询分析师认为，5G技术不断发展的大趋势下，自动驾驶汽车将更多运用于未来用户的用车场景中。定点预约取还车、自动泊车等功能的实现将提升用户用车体验，降低企业运营成本，增强共享汽车行业竞争力。

生活与出行新视角的来源：艾媒生活与出行研究中心是艾媒研究院（iiMedia Institute）的一部分，中心针对生活与出行商业模式与投资决策两项最重要的问题进行深入研究，并围绕当前企业面对的复杂挑战提出了新思路。

先进的大数据监测手段，尖端的研究和深刻的洞察分析为我们的客户提供了他们所需的见解和决策资讯，令他们可以借助新经济时代的互联网思维重新审视当前的社会环境和产业结构，选择最有效的方式应对不断变化的环境。

需要了解有关iiMedia Research和更多研究，请访问<http://www.iimedia.com.cn/consult.jsp>

本报告是生活与出行解决方案中心研究成果的一部分，后续本研究中心将继续在金融科技领域开展相关研究，敬请关注。

iiMedia Research(艾媒咨询)是全球知名的新经济产业第三方数据挖掘和分析机构，2007年诞生于广州，在广州、香港、北京、上海、硅谷设有运营和分析机构。艾媒咨询致力于输出有观点、有态度、有结论的研究报告，以权威第三方实力，通过艾媒大数据决策和智能分析系统，结合具有国际化视野的艾媒分析师观点，在产业数据监测、调查分析和趋势发展等方向的大数据咨询具有丰富经验。艾媒每年公开或定制发布新经济前沿报告超过500份，覆盖了人工智能、新零售、电商、教育、视频、生物、医疗、音乐、出行、房产、营销、文娱、传媒、金融、环保与公共治理等领域，通过深入数据挖掘，通过数学建模，分析推理与科学算法结合，打造有数据、有理论支撑的大数据分析成果。艾媒咨询的数据报告、分析师观点平均每天被全球超过100家主流媒体，1500家(个)自媒体、行业KOL引用，覆盖语言类型包括中、英、日、法、意、德、俄、阿等约二十种主流官方版本。

基于公司自主研发的“中国移动互联网大数据挖掘与分析系统(CMDAS)”，艾媒咨询建立了互联网运营数据、企业舆情和商情、用户属性和行为偏好、零售数据挖掘、广告投放效果、商业模式等多维度的数据监测体系，可视化还原“数据真相”，实现市场趋势的捕捉和用户信息的洞察，提升品牌的行业竞争和影响力。

POIIMedia(艾媒舆情)

大数据舆情监控系统

(yq.iimedia.cn)

通过先进的文本分析挖掘技术，全面满足客户各类需求，危机预警追踪。



DataliMedia(艾媒北极星)

移动应用运营监测

(bjx.iimedia.cn)

科学统计分析流量来源，透视用户活跃留存流失，提升推广效率降低成本。



SurveyiiMedia(草莓派)

用户感知与体验监测

(survey.iimedia.cn)

增加精准用户画像维度，了解用户主观消费意愿，获取用户客观服务评价。



SoicaliiMedia

微信微博媒体监测

(SocialiiMedia)

及时发现机器造假刷量，评估公众号的传播实力，识别受众兴趣与偏向。



RankingsiiMedia(艾媒金榜)

权威消费品牌评价监测

(ranking.iimedia.cn)

独有的iiMedia大数据评价模型，结合多个维度实现品牌价值评价与排名；提供中立、客观的品牌信息及购物消费指南。



ADiimedia

移动广告效果监测

(www.adiimedia.com)

ATC独家防作弊算法，全流程用户行为跟踪，投放策略建议与优化。



—— 艾媒咨询大数据监测体系 ——

权利声明

本报告由iiMedia Research（艾媒咨询）制作，文件所涉的文字、图片、商标、表格、视频等均受中华人民共和国知识产权相关法律保护，经许可引用时请注明报告来源。

未经艾媒咨询许可，任何组织或个人均不得以任何形式擅自使用、复制、转载本报告或向第三方实施许可，否则，艾媒咨询将保留追究其一切法律责任之权利。艾媒咨询允许媒体和学术研究机构部分引用本报告数据和相关内容，但是必须标注出处。

免责声明

本报告所涉之统计数据，主要由行业访谈、用户调研、市场调查、桌面研究等样本数据，结合专业人员分析及艾媒咨询大数据系统监测、艾媒相关数据分析模型科学计算获得。由于调研样本及计算模型的影响与限制，统计数据仅反映调研样本及模型计算的基本情况，未必能够完全反映市场客观情况。鉴于上述情形，本报告仅作为市场参考资料，艾媒咨询不因本报告（包括但不限于统计数据、模型计算、观点等）承担法律责任。

阅读、使用本报告前，应先审慎阅读及充分理解上述法律声明之内容。阅读、使用本报告，即视为已同意上述法律声明；否则，请勿阅读或使用本报告。

艾媒商城

只做优质报告!



扫描二维码查看更多报告

咨询

网址: <http://report.iimedia.cn>

邮箱: report@iimedia.cn

商城会员及平台充值享受更多优惠! 详情请联系客服 ↑

2019和我们 一起用数据预见未来



用数据说话!

全球领先的新经济产业
第三方数据挖掘与分析机构