

2024-2025年 中国共享电单车行业研究报告

部门：研究洞察一部北方区三组

引言

- 随着经济持续稳定增长，绿色低碳出行理念日益深入人心，共享经济和共享出行被大众所接受。同时，我国通信基础设施建设的不断完善以及制造业水平的持续提升，推动车辆硬件技术和物联网技术快速发展与完善，为共享电单车行业发展提供了有力的保障。
- 得益于上述多重因素驱动，中国共享电单车行业蓬勃发展。截至2024年底，共享电单车投放量约713万辆，覆盖全国31个省、自治区和直辖市。据有关研究机构预测，2025年共享电单车行业收入规模有望迈过560亿元大关，共享电单车行业展现出广阔发展前景。
本次用户调研也验证了这一趋势，数据显示56.5%的用户每周使用共享电单车的频率在4-7次及以上，用户群体已经形成了稳定且高频的共享电单车骑行习惯。未来，在政府政策、车辆投放规模扩大、消费者绿色出行理念共同作用下，共享电单车将成为公共交通体系重要补充，为消费者提供更为便捷、环保的出行选择，引领出行方式风尚。
- 本报告分析了中国共享电单车行业的发展背景、发展历程、市场竞争现状、用户行为及偏好、行业未来发展趋势等，希望对共享电单车行业感兴趣的读者有所启发，同时欢迎产业界人士与我们共同交流与探讨。

ABSTRACT
摘要

01 鼓励和引导有序发展力度加大，多重因素驱动市场向上突破

- 2025年《政府工作报告》指出，**要纵深推进全国统一大市场建设**。加快建立健全基础制度规则，破除地方保护和市场分割，打通市场准入退出、要素配置等制约经济循环的卡点堵点，这将为共享电单车行业提供更加明确和统一的市场准入标准。
- **近年来，省会城市及大批地级市对于共享电单车行业已经开始持积极探索和开放态度**。与此同时，运营企业持续加大资源投入，通过技术迭代不断优化运营管理效率，行业发展正呈现不断向上突破的态势。



02 行业竞争日渐加剧，全国性规模品牌优势凸显

- 共享电单车是重资产投资行业，对运营企业而言，从业务搭建、技术研发、资源投入、市场拓宽到供应链体系完善，各环节都面临诸多挑战。
- 目前，整个行业正处于差异化竞争阶段，实力较弱品牌逐渐退出竞技场，**少部分背靠大型平台或是在环境及经营运营能力上更加专业的品牌正在成为行业内的主力军**，从用户规模、营收规模、运营城市以及车辆投放数量来看，**以青桔、美团、哈啰、松果为代表的全国性规模品牌**，现阶段行业内的**竞争优势明显，持续引领行业向前**。



03 共享电单车成青年出行新宠，骑行体验出色

- 用户调研显示，中低线城市16-34岁的用户群体，已成为共享电单车消费市场的中坚力量。都市青年对于日常通勤、休闲娱乐等多元化出行场景的便捷性需求，为行业发展注入了强劲动力。
- 同时，共享电单车骑行满意度达8.5分，用户对扫码、骑行、结算支付等关键环节均给予高度评价，满意度持续攀升。

ABSTRACT 摘要



04 国家标准规范行业发展，产品升级和技术创新成为竞争关键

- 电动自行车新国标颁布并落地执行后，对于规范电动自行车行业、提升产品质量、保障用户安全以及推动技术创新和绿色环保都具有重要意义。
- 长期看，掌握产业上下游全链路资源，**拥有强大生产制造能力和技术研发实力的企业将更具备竞争力，在车辆安全保障、产品升级、性能提升以及低碳环保等方面能够快速响应政策要求，在智能化、网联化等前沿技术应用上占据先机。**通过技术创新和产品升级，满足市场多元化需求，形成行业“头雁”效应，最终推动行业进步，实现中长期可持续发展。



05 无人驾驶技术有望推动解决运营痛点，智能化重塑行业新格局

- 共享电单车正在成为民众出行选择的一种重要的交通方式，但与此同时，**如何解决城市共享电单车总量管控和日益增长的用户需求之间的矛盾。**在给用户带来便捷出行的同时，解决好车辆乱停乱放问题，仍是行业内亟需解决的痛点难题。
- 2025年《政府工作报告》指出，要因地制宜发展新质生产力，加快建设现代化产业体系，**推动科技创新和产业创新融合发展，持续推进“人工智能+”行动，**将数字技术与制造优势、市场优势更好结合起来。
- 松果出行作为共享电单车代表品牌之一，目前正在致力于两轮电动车无人驾驶技术研发与试验，车联网、辅助驾驶、人工智能等前沿技术在两轮电动车上的成功应用，**未来将有效提高车辆使用率并帮助城市降低投放总量，通过自动合规停放实现乱停乱放治理，同时让用户用车更加便捷、高效，实现“车找人”，对推动城市共享电单车行业高质量、有序发展具有重要意义。**

CONTENTS

目 录

01 中国共享电单车行业发展现状

Development Overview

02 中国共享电单车竞争格局分析

Competitive Environment

03 中国共享电单车用户洞察

Customer Insights

04 共享电单车行业发展趋势展望

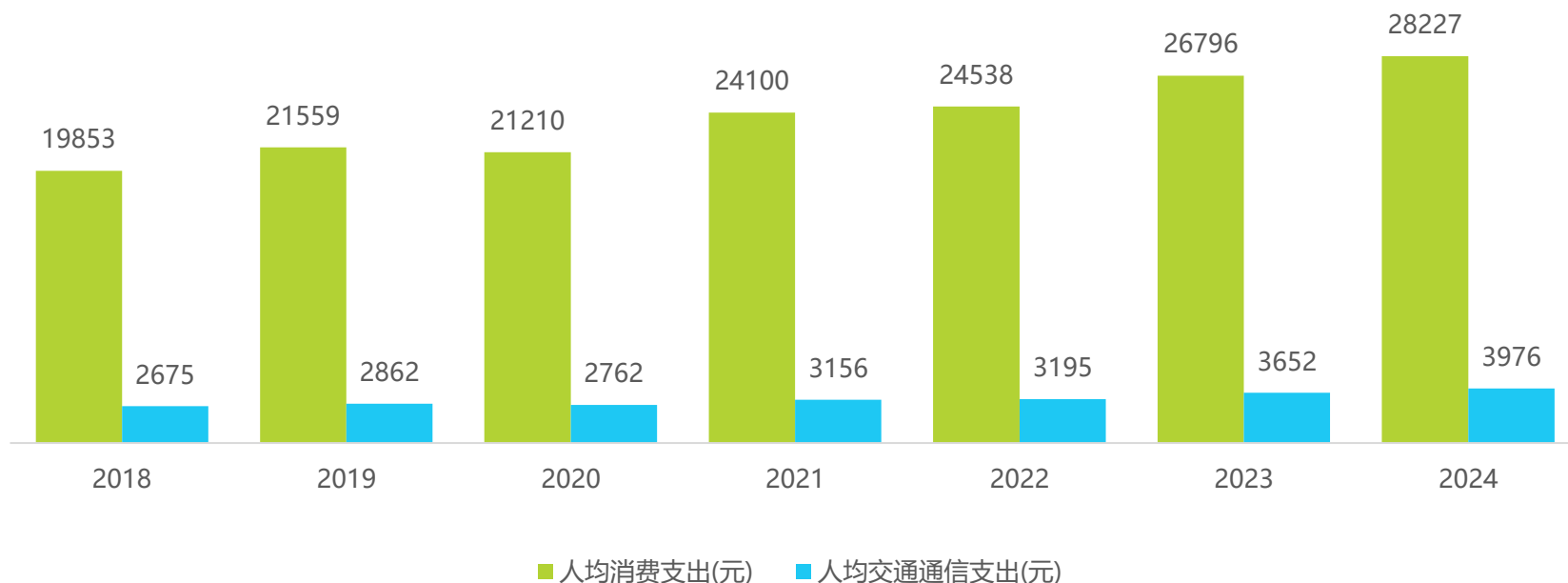
Development trend

01 / 中国共享电单车行业发展现状

国民经济持续稳定发展，交通出行消费恢复高速增长

2024年我国居民人均消费支出28227元，其中在交通和通信方面的人均消费支出为3976元，占比为14.1%。随着我国居民人均可支配收入的稳步增长，居民在交通和通信方面的消费也稳步增长，近五年的复合增长率达到6.7%，高于居民人均消费支出的增长水平。在2024年，居民交通和通信方面的人均消费支出增幅达8.9%。鉴于我国经济持续稳定增长，发展韧性不断增强，居民收入水平稳步提升，预计未来我国交通出行消费将继续保持高速增长。

2018-2024年中国居民人均消费支出和人均交通通信支出



来源：国家统计局

环保健康慢行交通受到欢迎，共享两轮车提升慢行交通出行体验

慢行交通作为一种低碳、环保的出行方式，既能解决居民“最后一公里”出行需求，又能促进绿色发展，减少碳排放，受到居民及政府各方欢迎。共享两轮出行凭借资源共享、使用灵活的优势，成为慢行交通出行方式的重要组成部分。多地致力于构建“地铁+公交+共享出行”三网融合绿色交通体系，居民们在地铁站、公交站轻松找到共享车辆，实现无缝衔接，解决“最后一公里”难题，提高居民出行效率，让慢行不“慢”。

中国慢行交通系统发展情况



解决公共交通“最后一公里”难题

以步行+骑行为主的慢行交通系统，以环保健康方式串联公共交通体系，解决了居民公共出行“最后一公里”难题，助力绿色综合立体交通网的建设。



绿色环保出行，减少碳排放

慢行交通更环保低碳，相关研究表明，汽车出行分担率每向慢行交通转移 1%，城市交通碳排放总量即可下降 2.4%，人均交通碳排放可降低0.01 吨/年。

政策指导

2023年12月，住房和城乡建设部出台关于全面推进城市综合交通体系建设指导意见，意见指出：

加快开展城市绿色慢行交通系统建设。绿色慢行交通系统由人行道、自行车道等设施网络组成，满足居民日常购物、休闲、健身等需要，是提升城市品质的重要系统。

地方举措

北京

北京建设各级道路慢行交通系统超3000公里。实施自行车专用路建设、电子围栏区设置、蓝牙道钉建设等慢行系统品质提升动作。市民骑行意愿持续高涨，截至2024年7月底，北京共享骑行出行量超过6.1亿人次。

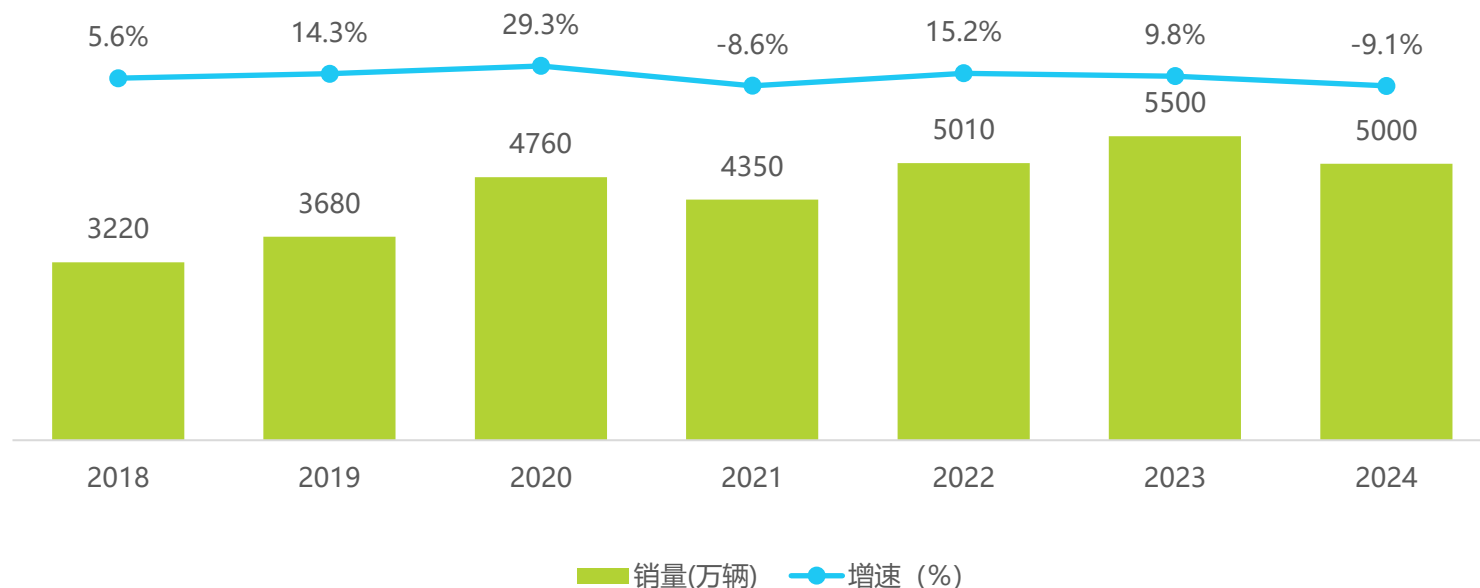
上海

2023年，上海着力构建“宜出行、优品质、高效益”慢行交通系统，并启动慢行交通品质提升三年行动。上海全市已完成220个慢行交通品质提升项目。2023年居民慢行交通出行比例达55.5%，较22年增加1.5%。

绿色高效，两轮电动车在我国居民出行中占有重要的地位

2025年《政府工作报告》指出，要加快发展绿色低碳经济，完善支持绿色低碳发展的政策和标准体系，营造绿色低碳产业健康发展生态，培育绿色建筑、绿色能源、绿色交通等新增长点。两轮电动车作为一种中国特色的、高效的、环保的、经济的出行交通工具，在我国居民交通出行中占有重要的地位。中国自行车协会的数据显示，截至2024年，中国两轮电动车社会保有量超4亿辆。我国既是全球最大的两轮电动车消费国，也是全球最大的两轮电动车生产国，除满足本国消费外，两轮电动车也销往海外市场。2024年，我国两轮电动车销售量约为5000万辆，随着新国标实施落地，将为两轮电动车发展带来新动力，有望在未来几年重回增长轨道。

2018-2024年中国两轮电动车销量



来源：专家访谈，艾瑞消费研究院自主研究绘制

电动自行车新国标

新国标提升车辆阻燃标准，安全重要性升级，共享电单车迎来发展新机遇

类目	《电动自行车安全技术规范》 (GB17761-2024)	《电动自行车安全技术规范》 (GB17761-2018)
整车质量要求	使用铅酸蓄电池的装配完整的电动自行车整车质量应小于或等于63kg，其他类型的装配完整的电动自行车的整车质量应小于或等于55kg。	装配完整的电动自行车的整车质量应当小于或等于55kg。
脚踏骑行功能	可以使用电助动模式行驶的电动自行车应具有脚踏骑行装置；只能使用电驱动模式行驶电动自行车，可以设置脚踏骑行功能，也可以不设置脚踏骑行功能。	电动自行车应当具有脚踏骑行能力。
材料阻燃实验要求及方法	a) 所有电气回路及其连接的电气部件（导线除外）所含非金属材料的燃烧性能，应符合GB/T 5169.16中V-0级的要求。 e) 与电池组直接接触的非金属材料的燃烧性能等级应符合V-0级的要求。	电动自行车固体非金属材料应当能承受 GB/T 5169.16 的试验,材料的燃烧类别如下: a) 主回路、主回路连接电气部件,燃烧类别为 V-0。 b) 次回路、次回路连接电气部件,燃烧类别为 V-1。 c) 与电池直接接触的非金属材料或充电回路,燃烧类别为 V-1。
电动车尺寸限制	整车高度(除后视镜及后视镜连接杆外)小于或等于1100mm;车体宽度（除车把、脚蹬、后视镜及后视镜连接杆外）小于或等于400 mm。 注：为保证行车安全，鼓励电动自行车安装后视镜。	整车高度小于或等于1100mm; 车体宽度(除车把、脚蹬部分外)小于或等于 450 mm。
防篡改要求及方法	电池组防篡改 控制器防篡改 限速器防篡改； 电池组与整车或控制器应识别信息并且匹配后方可骑行。	蓄电池防篡改； 整车防篡改检查。

来源：公开资料整理，艾瑞消费研究院自主研究绘制

电动自行车新国标

新国标明确定位通信要求，构筑车辆智能基础，助力共享电单车运维升级

类目	《电动自行车安全技术规范》 (GB17761-2024)	《电动自行车安全技术规范》 影响
塑料件占比要求	电动自行车使用的塑料的总质量不应超过整车质量的5.5%。	对电动自行车的塑料件使用比例设定了不超过整车质量5.5%的严格限制。这一变化有助于减少火灾风险，保障用户安全，引导电动自行车行业朝着更安全、更环保的方向发展。
车辆定位及动态监测	用于城市物流、商业租赁等经营性活动的电动自行车,应具有北斗模块,且应安装于电动自行车不易损坏的固定部件中,并具备防拆卸、防篡改功能。采用通用工具、剪线、跳线等方式验证防拆卸、防篡改功能。 对于其他类型的电动自行车,应设计有北斗模块,销售时由消费者选择是否保留。 电动自行车应具有4G 或5G公网通信模块,或其他类似功能的通信模块。通信模块应安装于电动自行车不易损坏的固定部件中,且应具备防拆卸、防篡改功能。 具备向企业等建设的信息管理平台发送动态安全监测信息的功能。	规定电动自行车须配备北斗定位和实时通信功能，为智能化升级奠定坚实基础。不仅极大提升了用户的出行体验，使找车、用车更加便捷，还显著推动了城市治理的智慧化进程，有效提高了管理效率。此外，电动自行车国标的升级为行业从业者开辟了新天地，激发无人驾驶技术、太阳能无线充电站等前沿科技的研发与应用，为行业发展注入了新的活力和无限可能。
企业质量保证	生产企业应具有与电动自行车整车产能相匹配的整车及车架等关键部件的生产能力、检测能力和质量控制能力。	提升了电动自行车行业的质量标准，要求厂家具备强大的生产、检测和质量控制能力。这推动了电动自行车向产品品质化和标准化发展，提升整个行业的硬件能力标准。行业门槛提高，能够掌握上游资源、具备强大研发和生产实力的企业将更具竞争力。

来源：公开资料整理，艾瑞消费研究院自主研究绘制

共享电单车是便捷、高效、安全的出行方式，对用户和社会具有双重价值

一方面，共享电单车为用户提供灵活、高效的短途出行方式，并且具有学习和使用成本低特点，为用户带来优质出行体验。另一方面，共享电单车也具有绿色环保、补足公共交通短板、降低火灾隐患作用，与公共交通体系、出租车、网约车等出行方式互为补充，对社会层面也有较高价值。2025年两会期间，全国人大代表张天任建议结合新形势发展要求，进一步完善共享电单车行业发展顶层政策，明确共享电单车绿色属性，推广先进模式案例，探索构建共享电单车行业标准规范体系，推动共享电单车行业绿色健康发展。

共享电单车出行的价值

用户价值

- 为用户提供“点对点”的灵活而高效的出行方式，满足短途出行需求，解决“最后一公里”出行问题
- 为用户提供经济实惠的出行方式，没有堵车和停车难的困扰，没有车辆购置以及充电和维修保养的困扰

社会价值

- 电单车本身比汽油燃料车辆更加绿色和环保，并且共享模式也更加低碳环保，提高了全社会资源利用效率
- 在一些公共交通欠发达地区，共享电单车是城市公共交通体系的有益补充，解决了市民出行问题，提升市民体验
- 共享电单车在一定程度上降低了居民自购并改装电动车的风险，并且降低了不规范充电导致的火灾隐患

共享电单车安全措施

车辆设计

- **车辆限速：**在车辆设计和生产环节严格按照国家标准，骑行速度严格限制在25公里/时以下
- **车辆设计：**车身结构稳定性好，刹车系统灵敏而可靠，车辆配备有前照灯、尾灯、刹车灯等安全措施，为骑行用户提供头盔等安全设备

骑行保障

- **用户认证：**通过身份证号登记、人脸识别等技术禁止未满16周岁的未成年人骑行
- **骑行监控：**通过语音提醒、限速、断电等方式对未佩戴头盔、多人骑行、临近限速值等危险行为进行提醒，督促用户规范骑行

车辆运维

- **车辆维护：**通过远程监控结合街面巡查，及时对车辆进行养护和维修，确保车辆处于良好状态
- **督促骑行习惯养成：**日常加强寻护，及时纠正乱停放等行为，通过多种形式督促和提醒用户安全骑行

主管部门对共享电动车呈现出包容开放的态度，确保行业稳步有序发展

2017-2024年共享电动车行业发展相关政策举例

时间	政策名称	政策相关内容
2024年10月	《城市公共交通条例》	国家鼓励和支持新技术、新能源、新装备在城市公共交通系统中的推广应用，提高城市公共交通信息化、智能化水平，推动城市公共交通绿色低碳转型，提升运营效率和管理水平。
2024年3月	《基础设施和公用事业特许经营管理办法》	鼓励民营企业通过直接投资或者独资、控股、参股等方式积极参与特许经营项目，如交通运输、市政工程等基础设施和公用事业领域的特许经营活动。
2022年1月	《关于政协第十三届全国委员会第四次会议第2436号（工交邮电类476号）提案答复的函》	共享电单车属于慢行交通，是绿色出行体系的一部分。当前阶段，共享电单车可以作为部分城市公共交通的一种有益补充。共享电单车进一步拓展了应用范围和出行场景，满足了社会公众短距离便捷出行需求，提升了出行效率和舒适性，可以降低私家车出行频率，但共享电单车也存在一些安全隐患和弊端。
2021年2月	《国家综合立体交通网规划纲要》	推动城市道路网结构优化，形成级配合理、接入顺畅的路网系统。有序发展共享交通，加强城市步行和自行车等慢行交通系统建设，合理配置停车设施，开展人行道净化行动，因地制宜建设自行车专用道，鼓励公众绿色出行。
2019年3月	《关于加强电动自行车国家标准实施监督的意见》	在“稳妥解决在用不符合新标准的电动自行车”部分指出，按照国家有关政策要求，清理共享电动自行车。
2019年2月	《绿色产业指导目录（2019 年版）》	将互联网租赁电动自行车纳入共享交通设施建设和运营之中。
2018年5月	《电动自行车安全技术规范》	全面规范电动自行车各项安全性指标：3C认证、脚踏骑行能力、整车质量（包括电池）不超过55千克、最高时速不超过25公里、电机功率不超过400瓦，蓄电池标称电压不超过48伏等，增加“防篡改、防火性能、阻燃性能、充电器保护”等安全技术指标。
2017年8月	《关于鼓励和规范互联网租赁自行车发展的指导意见》	不鼓励发展互联网租赁电动自行车。
2017年7月	《关于促进分享经济发展的指导性意见》	加强部门与地方制定出台准入政策、开展行业指导的衔接协调，避免用旧办法管制新业态，破除行业壁垒和地域限制。清理规范制约分享经济发展的行政许可、商事登记等事项，进一步取消或放宽资源提供者市场准入条件限制，审慎出台新的市场准入政策。

共享电单车发展驱动

受多方面因素驱动，中国共享电单车行业逐渐发展壮大

居民出行需求随着经济复苏而持续增长，居民期望灵活化、便捷化的短途出行方式，此外，共享经济和共享出行理念深入人心，这些因素为共享电单车的社会应用推广奠定了基础。随着我国通信基础设施建设和制造业水平不断提高，电单车硬件和物联网技术不断发展，以及国家不断出台可持续发展和鼓励互联网创新政策，为共享电单车发展壮大提供了保障。

中国共享电单车市场发展背景

出行需求旺盛：随着经济复苏，居民线下消费场景日益增多，因餐饮和娱乐消费导致的出行频次大大增加

出行需求便捷化：居民对出行体验更加看重，对价格敏感性逐步降低，期待灵活、便捷的短途出行方式

共享经济盛行：共享经济在满足用户需求的同时，也提高了资源利用效率，在全球范围及多个领域发展开来

共享出行广泛普及：以网约车为代表的共享出行全面渗透各城市，共享出行理念已经被多数人所认可



车辆硬件：随着我国制造业日益强大，电机、电池、电控系统等电动车核心部件技术也发展迅速，为B端应用提供可靠保障

物联网技术：定位技术和移动互联网的发展，提升用户找还车及开关锁体验，也提升车辆部件监控和运维调度管理水平

绿色可持续发展：我国大力推进生态文明建设，强调人与自然的和谐发展，从政策层面促进绿色生产和生活方式

鼓励互联网创新：我国积极出台政策推动“互联网+”行动计划，促进传统产业与互联网深度融合，培育新产业、新业态、新模式，从而提高传统产业效率

共享电单车发展历程

超9成省份覆盖，全国性规模品牌奠定行业格局

自2017年开始，我国共享电单车行业经历了萌芽期、发展期、稳定期等三个阶段，共享电单车产业从无到有，规模从小到大，截止2024年底，全国有31省/自治区/直辖市开展运营，覆盖城市超700个，主要共享电单车企业共投放约713万辆。目前，已形成青桔、美团、哈啰、松果等全国性规模品牌。未来，共享电单车行业将在政策指引下，朝着健康良性方向发展。

中国共享电单车行业发展历程



来源：专家访谈，艾瑞消费研究院自主研究绘制

02/中国共享电单车竞争格局分析

共享电单车产业链

共享电单车产业链完整，部分代表企业已实现整车生产布局

共享电单车产业链分为上游、中游和下游。上游为电动自行车部件生产企业，包括电装部件制造商、车体及标准件制造商、随车附件制造商。中游包括整车代工生产企业和自主生产企业。下游为共享电单车运营企业。

共享电单车产业链

上游：配件供应企业

配件供应企业：电单车配件生产企业，如电机、电池、车控系统、车架，还有充电柜等，厂商较为分散，行业集中度较低。

配件供应企业

电池

车架

电机

定位器

车控系统

其他配件厂



.....

中游：整车生产企业

代工生产企业：负责电单车整车生产制造，典型企业包括雅迪、爱玛等，厂商较多，头部企业份额较高。

自主生产企业：松果、哈啰、喵走等向上游延伸，布局整车生产。

整车生产企业

代工生产

自主生产



.....



下游：共享电单车运营企业

全国性规模品牌：业务范围广、竞争力相对更强，以青桔、美团、哈啰、松果为代表。

区域性规模品牌：业务范围、竞争力存在较大成长空间，以小遛、喵走、人民出行为代表。

共享电单车运营企业

全国性规模品牌



区域性规模品牌



.....

数据来源：专家访谈、公开资料整理

共享电单车运营企业评估模型

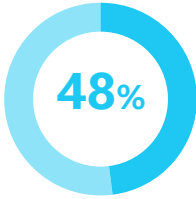
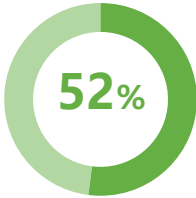
搭建两级指标体系，全方位评价共享电单车企业竞争力情况

本研究通过案头研究、行业专家访谈、内部专家讨论的方式搭建共享电单车企业竞争力评估指标体系，邀约行业专家对指标体系进行优化、对每个指标重要性打分，输出竞争力评估模型，以全面、客观地评估企业的基础能力及市场表现。

共享电单车企业竞争力评估指标体系

一级指标	二级指标	指标定义	指标权重
基本能力	业务拓展能力	在政府侧的影响力及城市业务开展能力	13%
	城市运营能力	城市运营模式及城市运营管理水平	13%
	资本能力	企业资本是否雄厚以及融资能力等	12%
	技术研发能力	电单车硬件研发能力以及智能化系统开发能力	7%
	供应链能力	供应商质量及企业议价能力、是否具备自营工厂	7%
市场表现	盈利水平	电单车业务是否实现盈利以及盈利水平高低	13%
	用户规模及活跃度	电单车业务注册用户数及用户骑行频次情况	10%
	营收规模	电单车业务所取得的收入	9%
	运营城市数	电单车业务覆盖的城市数量	8%
	车辆投放数量	全国范围内电单车投放总数量	8%

权重占比



数据来源：艾瑞咨询自主研究绘制，指标权重来源于行业专家打分

品牌核心评估维度-供应链能力

供应链关系企业成本控制，自建工厂驱动供应链升级革新

有效的供应链管理有利于保证产品稳定生产，提升应对市场变化的速度，增强灵活性。当前，松果通过自建5G智能工厂的方式向行业中上游延伸，形成了一个覆盖产品全生命周期且高效协同、数字化的供应链体系。而青桔、美团等企业则采用自主设计+生产代工的方式，与产业链生态伙伴开展紧密合作，共同提升产品质量和供应链效率。



共享电单车供应链管理能力

出色的供应链管理能力的提高应对市场变化灵活性及响应效率。紧密的上下游关系提升发展稳定性。精细化管理有效控制生产成本，提升市场竞争力。

自建

数字化：智能技术和数字化工具提升工厂的管理和生产效率；
协同：上下游协同，实现信息共享、风险分担，保障生产运转稳定；
供需匹配：准确预测匹配市场需求。

代工

数量：多个供应商备选名单，规避供应链中断风险；
质量：严格的质量检测和控制体系提升产品良率，保障产品质量；
价格：长期稳定的合作关系，提供具备竞争优势的价格。

典型企业实践



松果出行

松果5G智能工厂

- 首创电动两轮车智能自动化整装工厂
- 引入全流程正向研发体系、全流程质量保障体系、端到端数据系统
- 集研发设计、制造、封测、器件为一体的电动两轮车全产业链示范基地
- 零部件装配技术参数和零部件安装匹配状态实现100%数字化
- 智能制造装配生产线，自动化率超90%，产品一次下线合格率达95%



喵走出行

喵走出行

- 喵走科技投资成立本铨智能科技，拥有40余项发明专利及软件著作权技术，前瞻布局氢能源电单车



美团

多元化供应商策略

- 美团、青桔等品牌采用自主设计+车辆代工模式，供应商2-3家，雅迪、爱玛等是其长期供应商

品牌核心评估维度-企业持续经营能力

背靠平台与专业垂直经营模式并存，企业持续经营能力推动产品创新

企业持续经营能力确保企业拥有充足动力进行产品创新以满足用户需求。共享电单车行业目前形成“背靠平台型”和“专业垂直型”两种经营模式，两者在资本依赖性、盈利模式、成本控制、市场行为和风险管理等方面存在显著差异。

背靠平台型

具有强大的资金储备，通过背后平台资本的持续投入以支持运营和扩张，作为平台生态体系发展的一部分。但这种模式下，企业需要不断的资本输入来弥补盈利缺口，对资本的依赖性较强。



青桔

青桔电单车隶属于滴滴出行，与青桔单车一起构成滴滴出行的两轮车出行板块。青桔成立时间较早，资本实力雄厚，先后获得超过10亿美元的融资。



哈啰

哈啰电单车隶属于哈啰的两轮共享服务板块，后者定位于专业本地出行及生活服务平台。哈啰资本实力雄厚，先后获得蚂蚁集团数亿美元的投资。

专业垂直型

看重资产投资回报比，专注共享两轮领域精细化经营及市场定位，通过成本控制和运营条件改善，提升经营和环境运营能力，持续自主研发和产品迭代，以自身运营和业务创新来实现盈利，增强自我融资和盈利能力。



松果出行

精细运营：以智能系统和系统标准化操作流程为双轮驱动，打造平台化、数智化、精细化的智能城市管理体系，更好地保障城市经营结果。

直营管理：共享电单车领域独角兽企业，在垂直领域中持续深耕，坚持全量城市直营，构建“城市精细化运营+总部全方位赋能”的直营管理体系。



小遁

企业定位：领先的智能无桩共享电单车出行企业
技术实力：发布AI视觉停车技术，通过纯视觉算法判断车辆具体环境停车规范性。

车型硬件：发布新一代电单车小遁L4，加入手机NFC开锁、风干消毒头盔、AI视觉还车、HDC陡坡缓降等功能。

数据来源：专家访谈、共享电单车企业官网、公开资料

品牌核心评估维度-技术研发能力

技术研发助力产品质量及智能化升级，提升运营效率及用户体验

技术研发能力是影响共享电单车企业发展的重要因素。强大的车辆硬件研发能力可以保证车辆性能，提升市场竞争力。强大的软件开发能力有助于提升电单车智能化水平，优化用户体验，提升运营效率。

共享电单车研发能力-硬件设备研发

两轮电单车是共享电单车企业开展业务的载体，车辆硬件研发一方面影响目标用户骑行体验，另一方面关系着共享出行企业的成本控制。

- **车体部件**：车架、车架标准件、装饰件；
- **电装部件**：电机、电池、控制器、灯具；
- **随车部件**：保险杠、后视镜、头盔。

共享电单车研发能力-软件系统开发

随着5G、物联网、移动互联网等技术成熟，软件研发成为共享电单车企业重要竞争力，企业希望通过智能化提高运营效率。

- **车辆管理**：关锁/解锁、定位、防盗窃；
- **车辆控制**：骑行速度、制动、危险监控、骑行状态监控、语音交互；
- **车辆周边生态**：充换电设备管理、消防监控。

典型企业实践



松果出行

整车自主研发设计

5G智能工厂生产松果电单车，专业制造对标汽车产线，产品标准高于国标，具备“一键还车”、“自适应动力技术”等前沿功能

全方位安全保障体系

秉持“预防为主，科技管理”理念，打造消防安全、电池安全、骑行安全、用户安全、数据安全“五位一体”的安全保障体系

专设AI研发中心，两轮车无人驾驶技术研发

聚焦智能化、无人驾驶技术、机器人和具身智能方向，探索端到端大模型无人驾驶的应用场景和能力，实现“车找人”，提升出行效率，优化城市交通资源配置



青桔

- 青桔ADAS行车安全辅助系统
- 基于毫米波雷达、摄像头等设备采集数据，保证用户骑行安全



哈啰

- 航空级6061铝合金车架
- 无刷永磁电机传动转化效率 > 86%
- FOC矢量控制器

品牌核心评估维度-运营规模

良好的市场渗透是发展根本，运营规模直接体现企业核心竞争力

对于共享电单车企业而言，运营城市数、车辆投放数量、用户规模及活跃度，决定业务市场规模，是企业竞争力的直接体现。整体来看，随着城市政策日益友好、企业布局及资本投入，共享电单车在全国范围内覆盖逐步提升、用户体量不断增长。以青桔、美团、哈啰、松果出行为代表的头部玩家快速覆盖市场，在赋能城市公共交通的同时，不断提升自己的竞争力。

中国共享电单车典型企业情况

运营城市数

- 共享电单车逐步成为城市交通的重要部分，为用户短途出行提供便利。**进驻城市数成为企业营收重要基础**；截至2024年底，国内7家主要互联网租赁电动自行车企业**在全国31个省级行政区，超过700个城市投放运营**。

车辆投放数量

- 近年来，市场各玩家加码共享电单车的车辆投放与布局。**充足的投放量提升车辆易得性、提升用户使用率**；截至2024年底，主要互联网租赁电动自行车企业**共投放车辆约713万辆**。

用户规模及活跃度

- 共享电单车广泛的城市覆盖、充足的车辆覆盖，提升出行便利性，**用户渗透率、使用活跃度显著增长**；
- 截至2024年底，国内互联网租赁电动自行车注册用户总数约**22亿户**。

典型企业	运营城市数	车辆投放数量
青桔	700左右	120万左右
美团	700左右	110万左右
哈啰	500左右	140万左右
松果出行	700左右	70万左右
小遛	100+	30万左右

注：全国运营城市数量过百企业，部分共享电单车企业示例，不完全。

数据来源：中国道路运输协会《互联网租赁自行车行业数据信息统计和分析报告》、专家访谈、企业官网

03 / 中国共享电单车用户洞察

用户以16-34岁居多，主要分布在华东、西南、华中、华南的中低线城市

共享电单车用户相对年轻，近六成年龄在16-34岁。用户性别比例较为均衡，男性略多。华东、西南、华中、华南地区用户分布较多，上述地区气候相对温暖，居民有电动车出行的习惯。另外，从城市级别看，三线、四线、五线城市的共享电单车用户较多，这些城市对共享电单车的政策较友好，共享电单车被视为公共交通体系的重要补充。

共享电单车用户画像

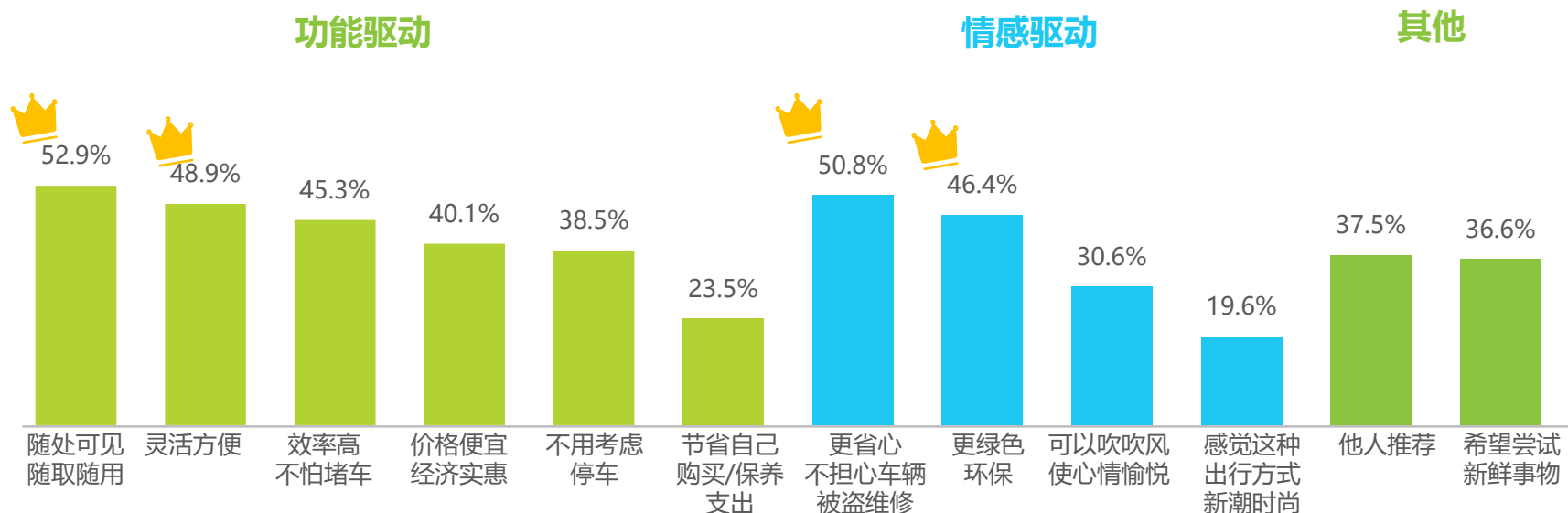


样本：N=1580，于2024年3月通过艾瑞智研平台-消费洞察数据库调研获得。

共享电单车核心优势是便捷、省心、灵活、高效、环保

在用户看来，共享电单车核心优势在于车辆随处可见而取用方便、能够“点对点”灵活便捷地到达目的地，并且没有车辆被盗或维修的顾虑。用户体验高效出行的同时，可以践行绿色环保的出行理念。此外，从效能和经济角度看，使用共享电单车不用担心停车或堵车问题，用车价格实惠、免去自己购置车辆和维养的费用。

共享电单车使用驱动

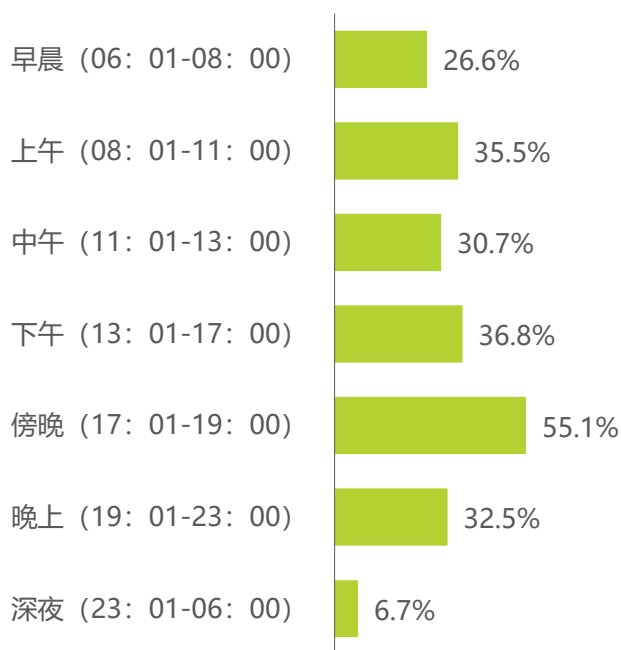


骑行时段及频次

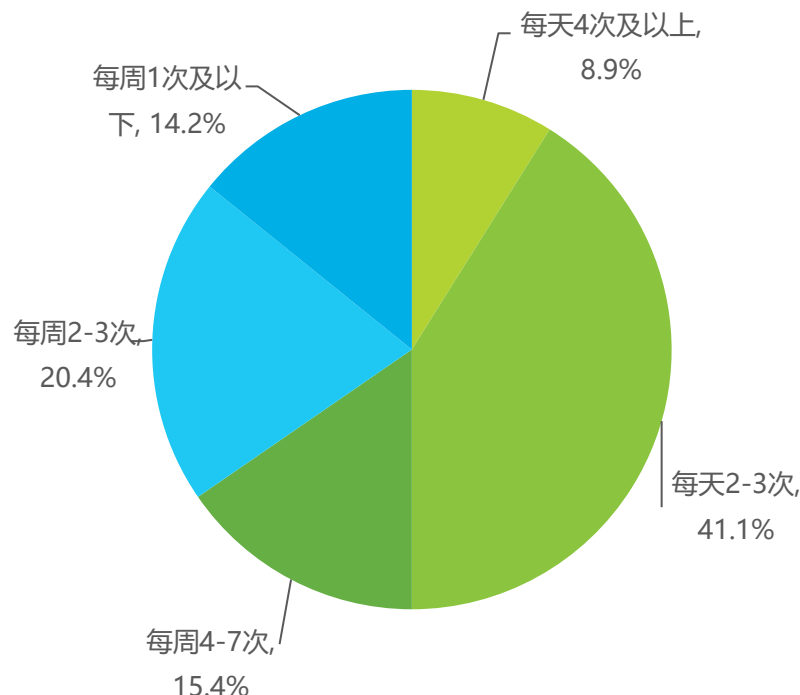
傍晚17-19点是共享电单车出行使用的高峰时段

从使用时段来看，共享电单车全天都有较高的使用率，满足人们随时随地出行的需求。傍晚是人们骑行最为集中的时段，下班回家以及聚会娱乐都可以通过骑行共享电单车来实现便捷、高效的出行。从共享电单车使用频次来看，5成左右用户有固定、高频骑行习惯，上述用户每天骑行频次在2次及以上。

共享电单车日常使用时段



共享电单车日常使用频次



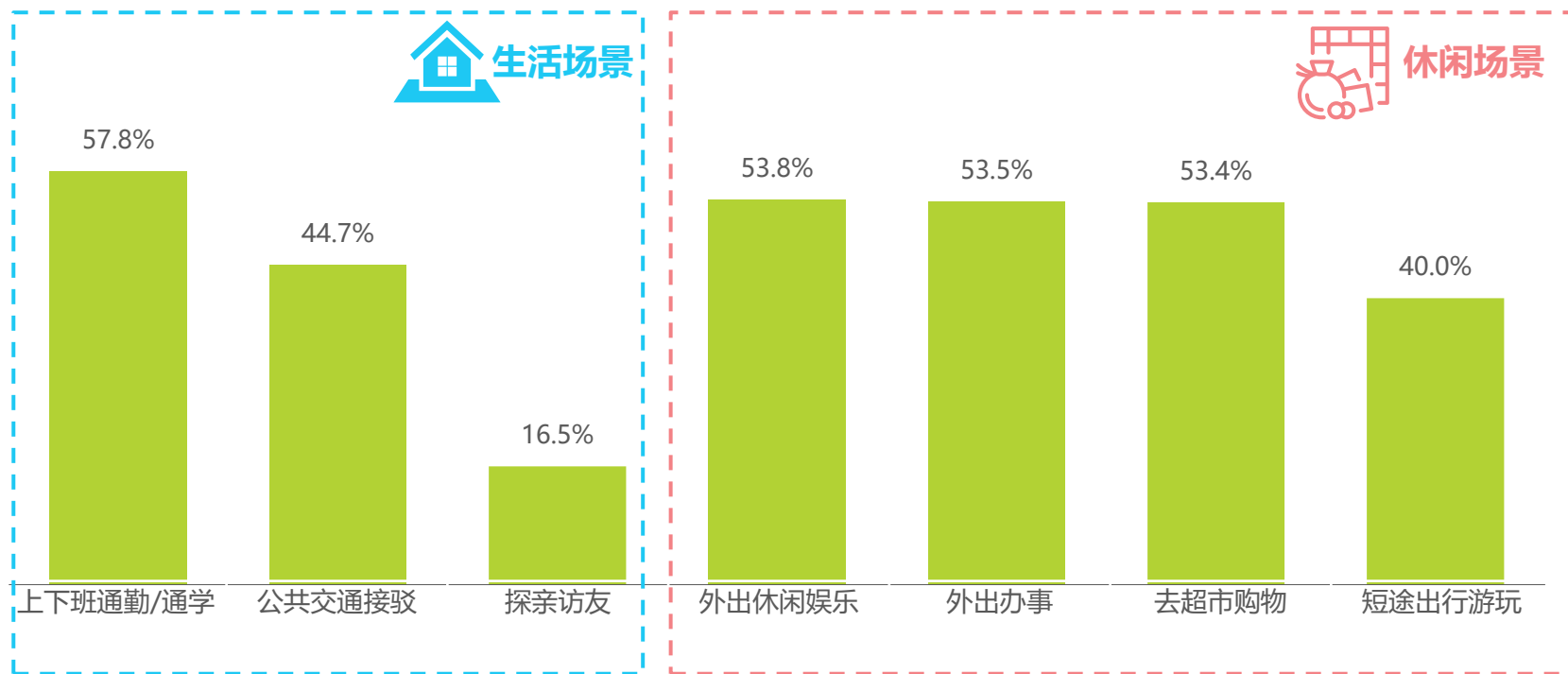
样本：N=1580，于2024年3月通过艾瑞智研平台-消费洞察数据库调研获得。

样本：N=1580，于2024年3月网上调研获得。

共享单车最常见出行场景包括上下班、外出休闲娱乐、办事/购物

共享单车的骑行场景丰富多样，其中上下班、上下学是最高频的骑行使用场景。其次，外出休闲娱乐、办事、超市购物也是较高频的骑行场景。共享单车也承担着公共交通与目的地的摆渡功能，是用户重要接驳工具。最后，短途出行游玩、探亲访友也有一定的比例。

共享单车使用场景

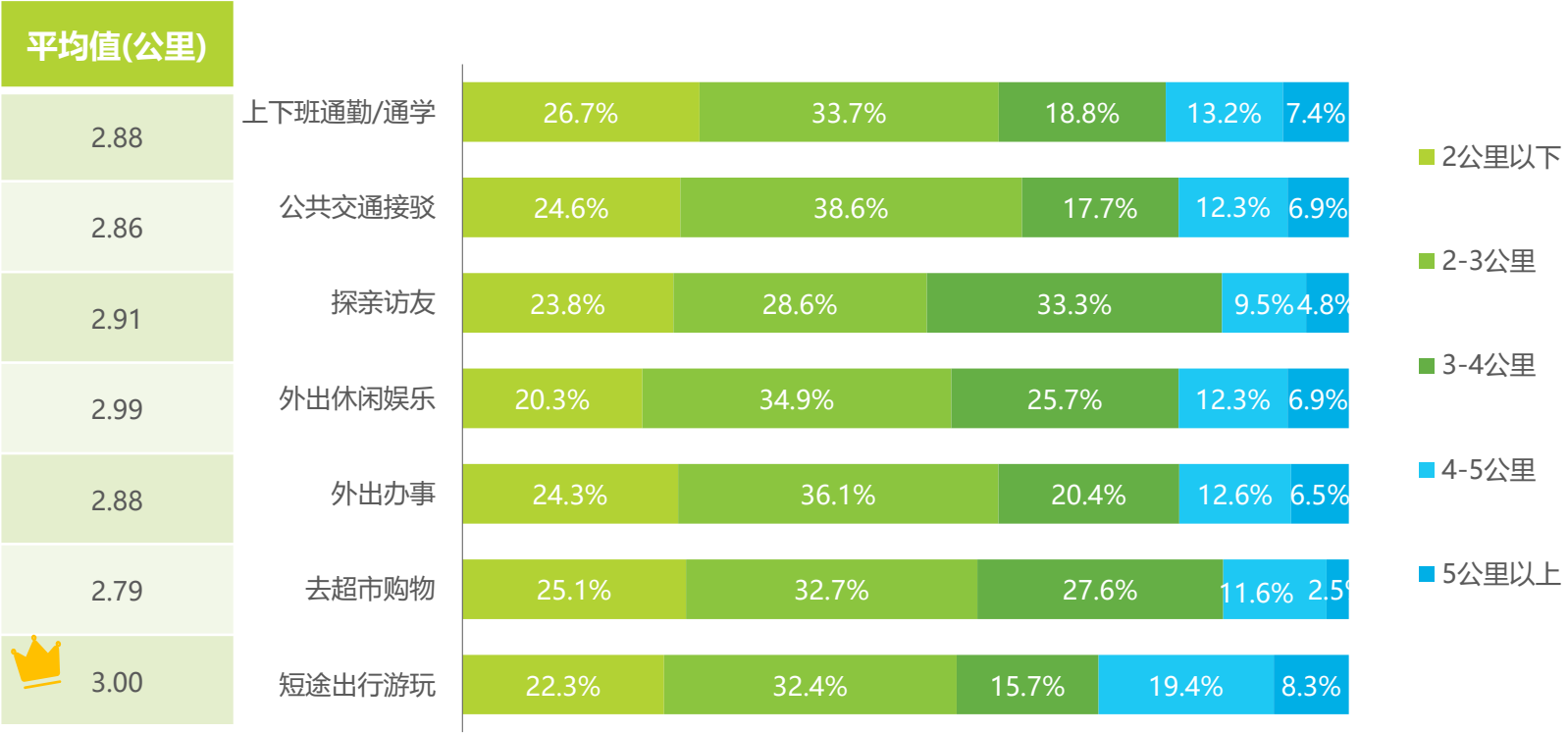


样本：N=1580，于2024年3月通过艾瑞智研平台-消费洞察数据库调研获得。

单次骑行距离2-3公里最常见，均值为2.91公里

共享电单车有效满足了用户中短途出行需求，单次骑行距离多在4公里以下，单次骑行距离均值2.91公里。细分出行场景来看，短途出行游玩的骑行距离最长，达到3.0公里，其次是外出休闲娱乐、探亲访友，出行行为受到用户的消费习惯、居住地分布影响。

不同场景下单次骑行距离

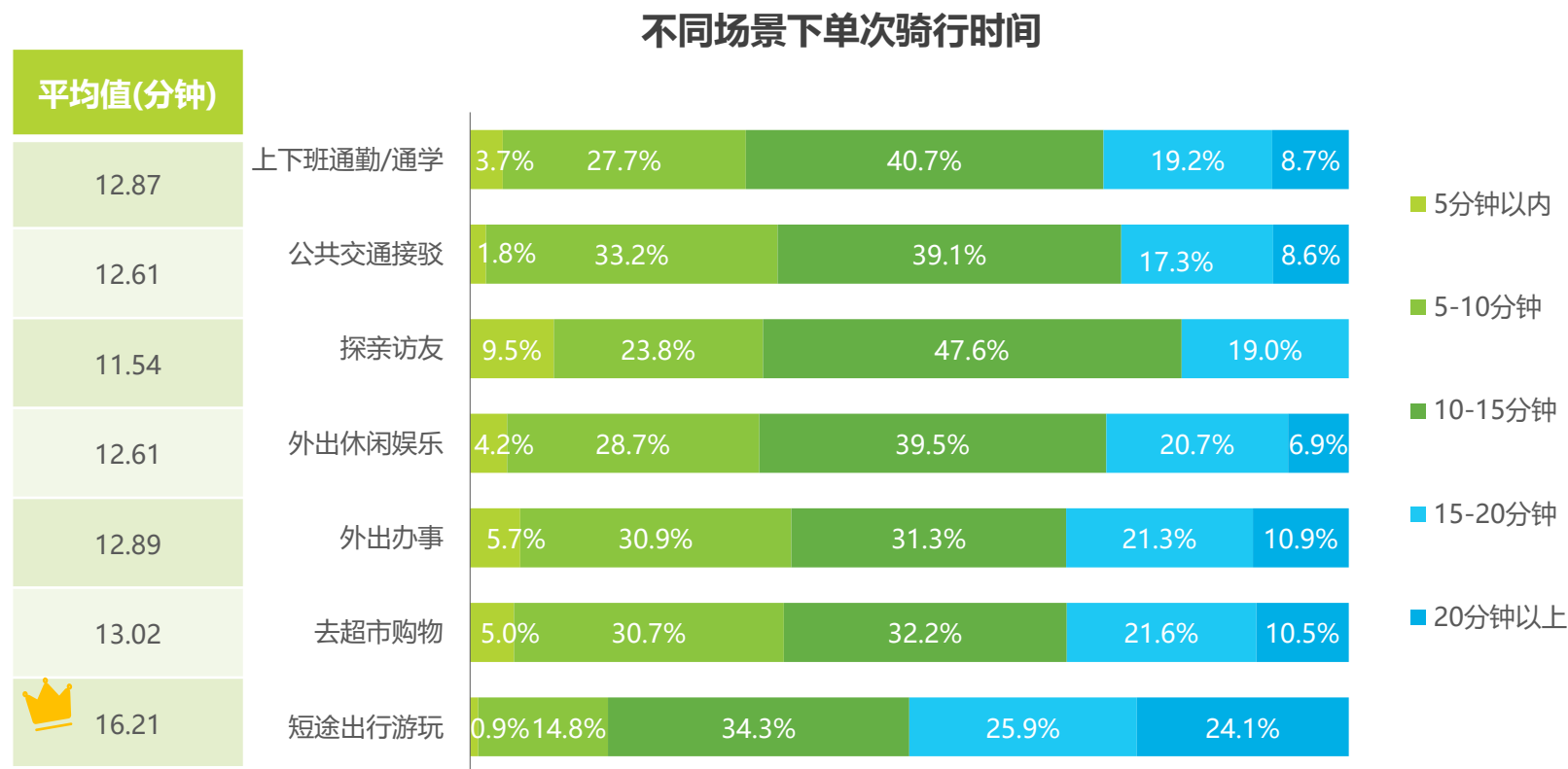


样本：N=1580，于2024年3月通过艾瑞智研平台-消费洞察数据库调研获得。

骑行时间

单次骑行时间以10-15分钟为最多，均值为13.1分钟

整体看，用户单次骑行时间集中在15分钟以下，骑行时间均值13.1分钟。细分出行场景来看，短途出行游玩的骑行时间最长，达到16.21分钟，其次是较为常见和高频的去超市购物、外出办事等场景，单次骑行时间在13分钟左右。



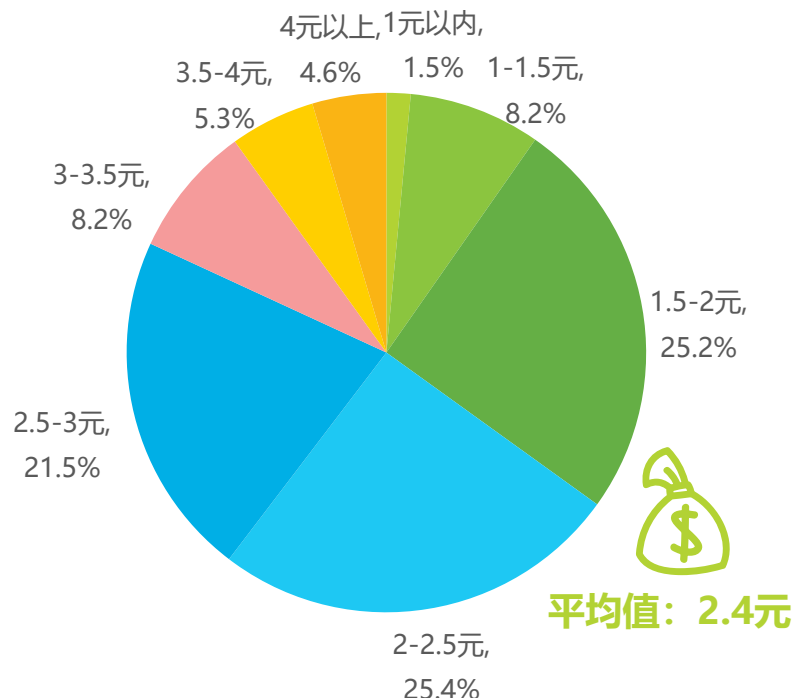
样本：N=1580，于2024年3月通过艾瑞智研平台-消费洞察数据库调研获得。

骑行花费及付费方式

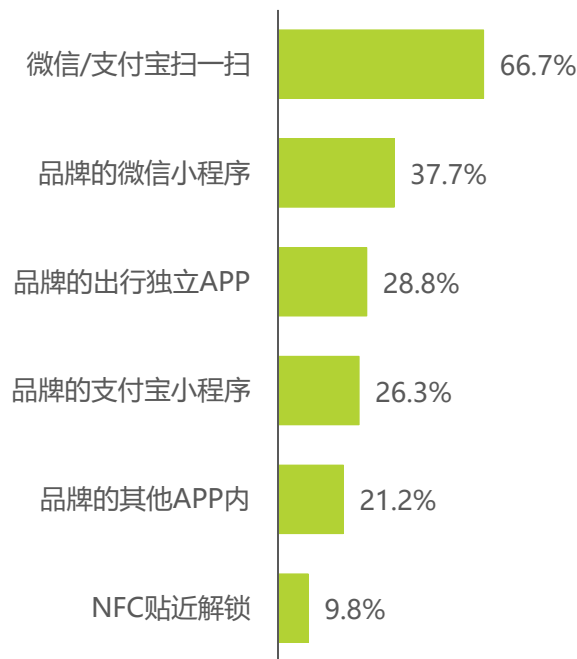
单次骑行花费集中在1.5-3元之间，用户习惯通过微信/支付宝付费

骑行花费上，超7成用户骑行共享单车单次花费在1.5-3元之间，平均单次骑行花费为2.4元；在扫码付费方式上，随着移动支付和扫码技术的普及，用户已经形成了通过微信、支付宝扫一扫获取服务、进行支付的习惯，且二者无需额外下载APP、无需额外跳转操作，近7成用户青睐通过微信/支付宝扫一扫付费。

共享单车单次骑行花费



共享单车付费方式



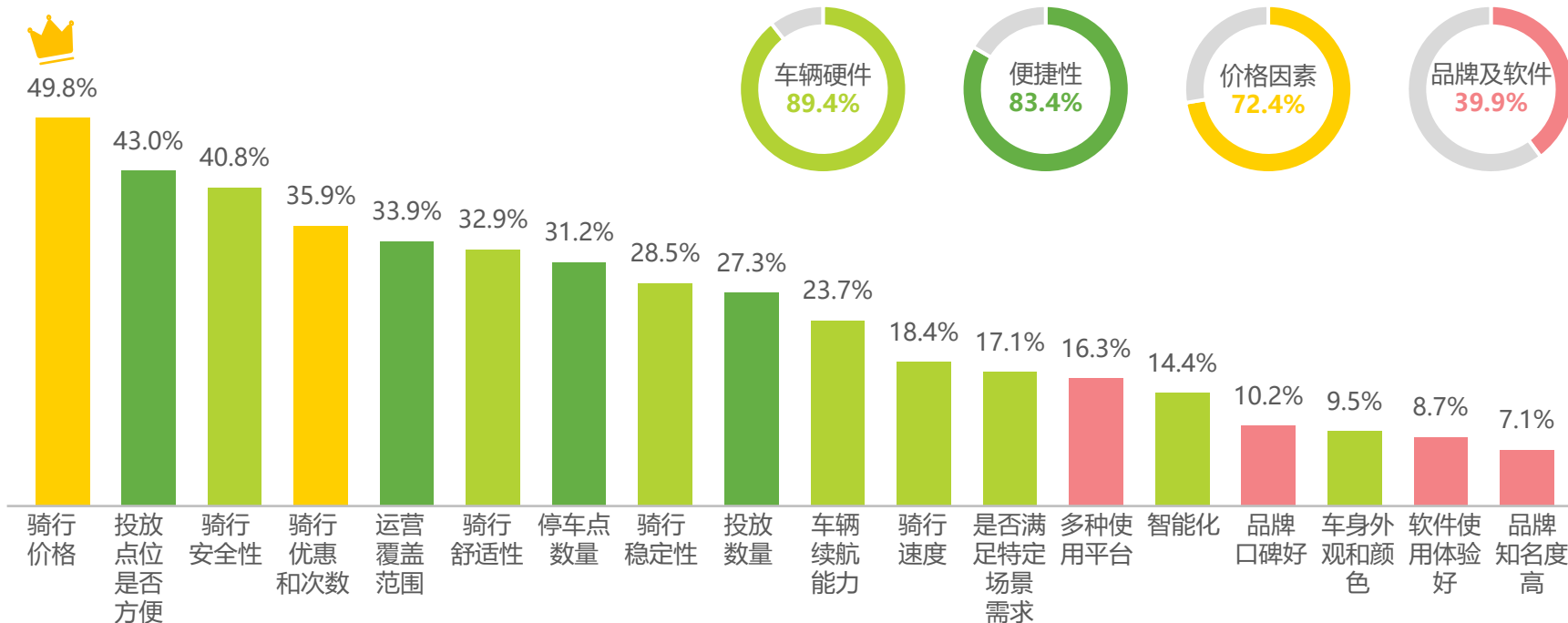
样本: N=1580, 于2024年3月通过艾瑞智研平台-消费洞察数据库调研获得。

品牌选择考虑因素

骑行价格为用户最关注的因素，投放点位方便、骑行安全也受到格外关注

整体看，用户关注较多的是车辆硬件、便捷性、价格因素。具体看，用户选择共享电单车最主要的考虑因素是骑行价格，骑行价格直接影响用户使用共享电单车的成本。其次是投放点位是否方便，投放点位数量多且分布合理直接影响用户选择和使用。最后，共享电单车骑行安全直接关系到用户生命财产安全，因此受到重视。

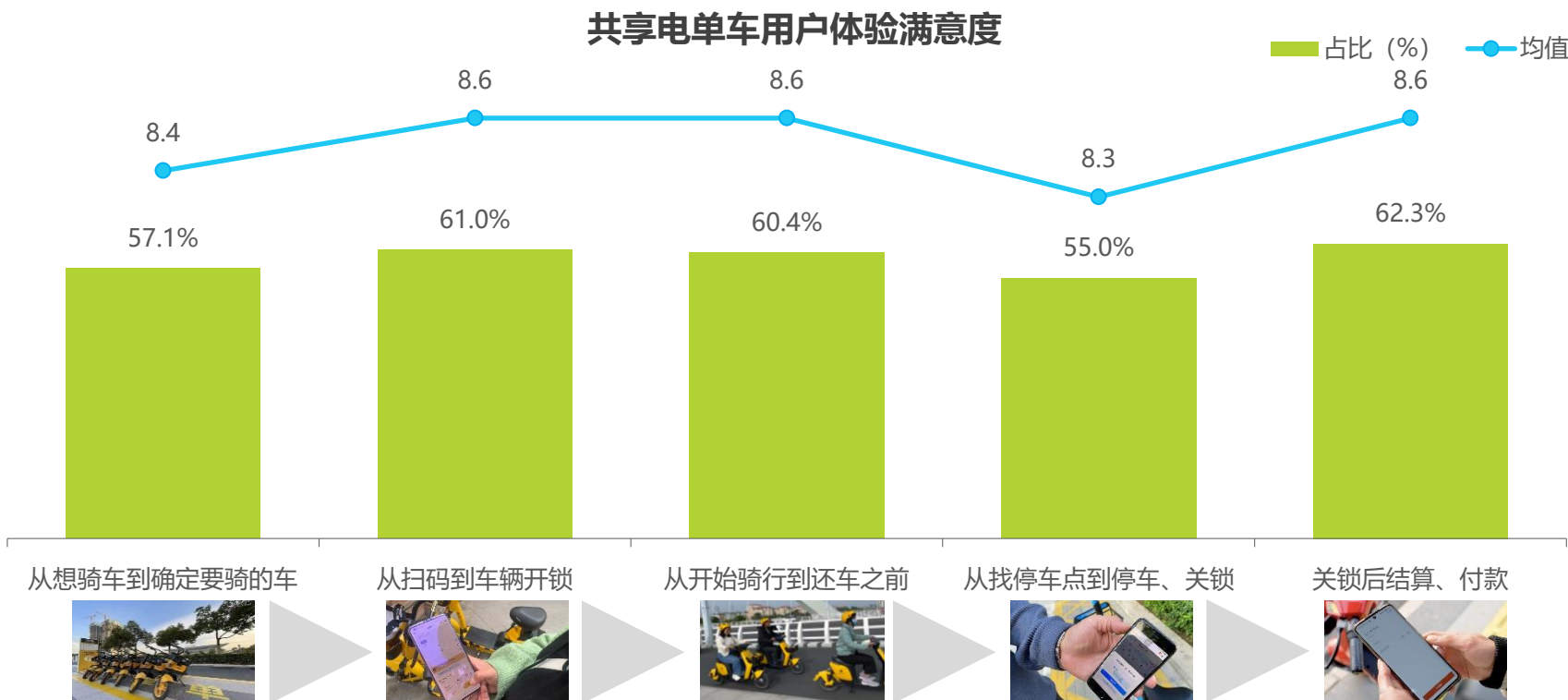
共享电单车选择考虑因素



样本：N=1580，于2024年3月通过艾瑞智研平台-消费洞察数据库调研获得。

共享单车用户满意度较高，扫码、骑行、结算付款体验相对更好

用户对共享单车从寻找确定车辆，到最终结算、付款整体环节的满意度均较高，其中，从扫码到车辆开锁、从开始骑行到还车之前、关锁后结算付款三个环节满意度相对更高。对比来看，扫码前的找车环节、寻找停车点这两个环节仍需重点优化，共享单车企业未来可探索通过软件设计、投放规划等方式，帮助用户更便捷地找到、归还共享单车。



样本：N=1580，于2024年3月通过艾瑞智研平台-消费洞察数据库调研获得。

注释：图表中呈现满意度（10分制）打分10分、9分用户比例之和。

用户找车还车难，点位布局不合理、二维码难识别影响使用体验

用户在找车、还车环节主要痛点均在于停车点位布局不合理，导致找车还车困难。开锁环节，用户主要痛点在于共享单车二维码不清晰、破损，导致难以扫码识别。骑行环节，车辆/头盔不干净、污渍对用户使用共享单车的意愿影响最大。支付环节，用户对起步价/时长费/调度费设置不合理、价格高最为不满。

共享单车用户体验痛点

使用环节	痛点1	痛点2	痛点3	痛点4
找车	停车点布局不合理、分布不均衡，特定区域车辆少	共享单车数量少，经常无车可用	共享单车停车点数量少，寻找困难	APP/小程序提供停车点位不准确，与实际位置不符
开锁	电单车二维码不清晰，有破损	车辆扫码开锁时间长	车辆开锁步骤总数多，开锁流程繁琐	二维码扫码成功率低，重复扫码
骑行	车辆、头盔不干净，污渍影响使用意愿	车辆车座偏硬，减震效果差	车速慢，影响个人出行效率	电池低电量提醒不及时、提醒方式不合理，无法引起注意
还车	停车点布局不合理、区域分布不均衡，还车难	共享单车停车点少，停车区域小	共享单车停车点不显眼、地点偏僻，发现困难	APP/小程序关锁不方便（停车区域定位不准确，链接不顺畅）
支付	起步价/时长费/调度费设置不合理，价格高	骑行卡费用高，没有吸引力	骑行卡类型单一，服务内容少	骑行卡续费不方便

样本：N=1580，于2024年3月通过艾瑞智研平台-消费洞察数据库调研获得。

04 / 共享电单车行业发展趋势展望

趋势一：政策环境

政策环境利好共享单车行业向上发展，市场管理日趋规范化

随着全国统一大市场建设纵深推进，将为共享单车行业提供更加明确和统一的市场准入标准，打破一些地方对共享单车行业的限制和壁垒，使企业能够更自由地进入不同地区的市场，扩大业务范围。同时，共享单车城市准入与配额管理制度在全国的普及，推动共享单车行业持续规范化发展。共享单车在方便出行、缓解公共交通压力、推动交通绿色转型等方面发挥积极作用，部分城市政策已逐渐开放，预测未来将有更多城市逐渐开放共享单车的引入机制。

共享单车行业未来政策环境趋势



双碳行动利好行业发展

- **碳中和政策**：2020年9月我国首次推出双碳政策。共享骑行相对小汽车、摩托车等高碳出行来说，更符合交通领域绿色转型；
- **绿色出行城市创建**：2022年国内上百个城市启动绿色出行城市创建验收工作，考核绿色出行分担率，利好共享单车的引入。



行业管理规范化提升

- **城市准入与配额管理制度普及**：目前，浙江、湖南等 10 余省市在法律规章层面将共享单车纳入监管，发布共享单车/电单车招投标城市数超百个，共享单车“一城一策”规范不断普及；
- **多级政府联合批复加强治理规范**：交通局、城管局、街道办等多元主体共同批复准入，城市管理效率提升，并加强向县城的渗透。



高线城市不断友好开放

- **部分一线城市开放试点**：2024年8月，北京在经济开发区试点投放，成为首个正式试点发展共享单车的一线城市；
- **其他高线城市动向**：2024年8月，兰州市交通委发布公告，拟于下半年开展共享单车扩面、延时试点运营工作，并将试点范围扩大至主城四区。

趋势二：品牌竞争

行业集中度向全国性规模品牌靠拢，产品迭代及精细化运营将成竞争重点

在共享电单车领域，车辆获得便利性、硬件吸引力（新车型、新投车或次新车等）是影响用户选择的重要因素。随着各地管理政策的完善，企业的竞争重点经历了从“铺量”和“低价”，到以提升运营效率和硬件体验的转变。全国性规模品牌在用户及营收规模、运营城市数量、投放量上优势明显，市场占有率将进一步提升。

共享电单车行业未来品牌竞争趋势

1 各品牌加码运维工具智能化水平建设

- **车辆周转是企业盈利的重要前提：**提升车辆周转次数是共享电单车企业资产运营管理的重要内容。
- **车辆获得便利性是用户选择品牌的重要考量：**车辆投放多、运营范围广、投放点位多等是用户核心考虑因素。
- **运维工具智能化有效提高运维效率：**如松果出行的智能四维调度系统、青桔的共享电单车数字化运维系统，智能化管理，做好潮汐点位调度，提升运维效率。

2 车型设计迭代速度进一步加快

- **车辆硬件成为企业竞争重要维度：**通过迭代新车型吸引用户使用，如松果将利用5G智能制造工厂打造更高标准的车型。
- **共享电单车行业上下游合作深化：**共享电单车企业与整车企业合作不断深化，为车型创新迭代奠定基础。
- **快速响应新国标的能力：**增强合规运营的能力，并通过提升产品质量和服务水平，显著增强品牌竞争力。

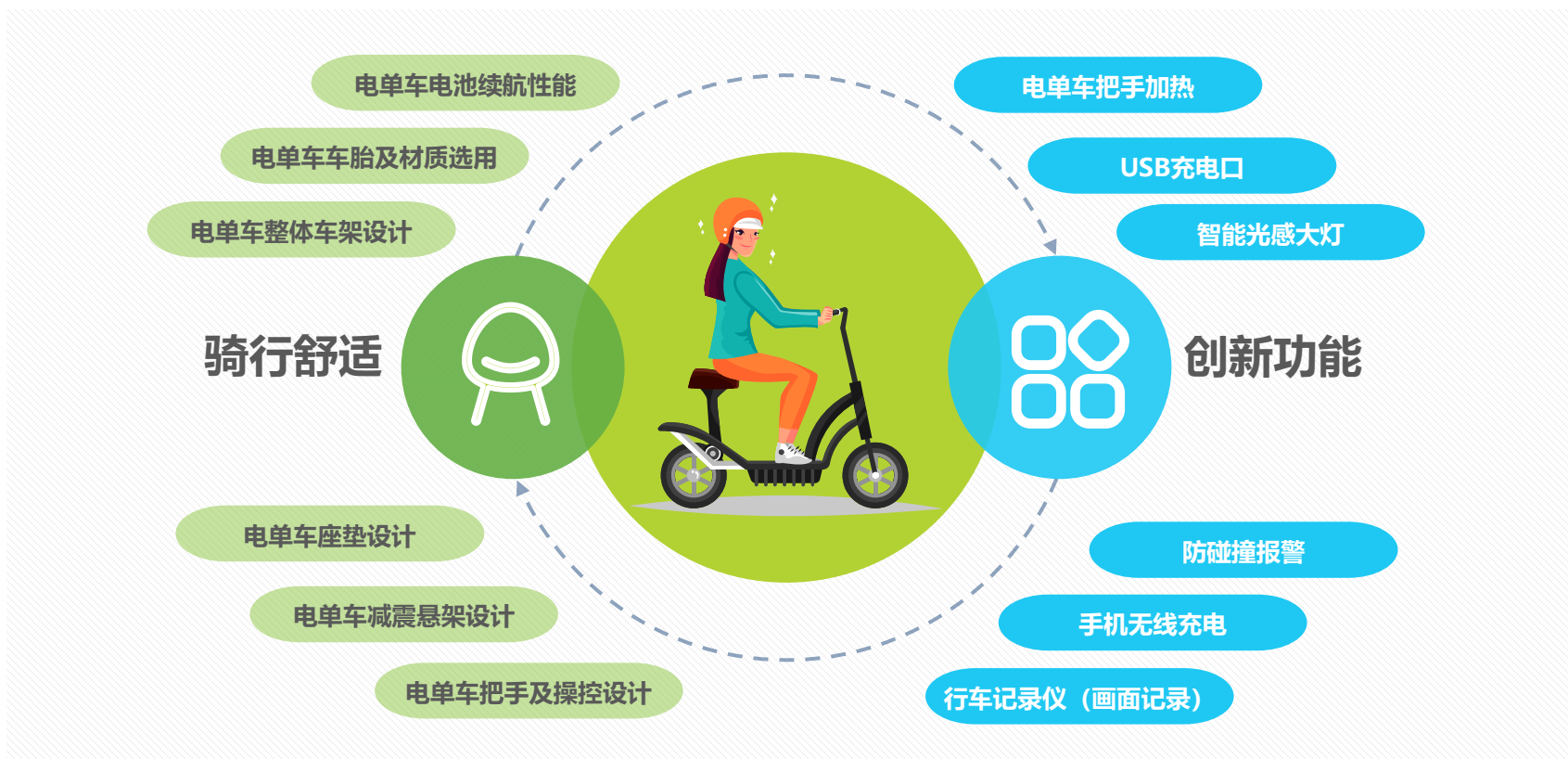
3 全国性规模品牌市占率将提升

- **用户及营收规模：**全国性规模品牌用户数量庞大，凭借广泛的用户基础和高效的运营模式，在营收上远超地方性品牌。
- **运营城市及投放量：**全国性规模品牌已覆盖全国多个城市，形成广泛网络布局；车辆投放数量多，为用户提供更便捷、更高效的出行服务。

趋势三：用户需求

用户愈发追求骑行舒适，关注电单车实用功能创新

随着共享电单车行业发展，共享电单车品牌企业不断涌现，为用户提供更丰富的车型选择。上述背景下，用户对电单车骑行舒适性要求不断提高，对座垫、减震等影响舒适性细节要求更加强烈。此外，随着共享电单车用车场景的多样化，用户对共享电单车细节创新功能追求愈加强烈，期望能在骑行中享受到更多便捷与舒适。



来源：公开资料，专家访谈，艾瑞消费研究院自主研究及绘制。

趋势四：企业经营

企业从用户需求痛点出发，技术赋能共享电单车体验升级

在政府管理引导、用户需求增长、技术发展等因素推动下，共享电单车企业对车辆使用、车辆运营管理等各方面加大投入力度，持续提升共享电单车性能和智能化程度。此外，共享电单车企业通过实施一系列措施，不断丰富业务内容，有效盘活既有资源，以增加企业营业收入并降低运营成本，实现更为高效与可持续的发展。

共享电单车骑行使用

共享电单车资产管理

随着5G、物联网等基础技术成熟，共享电单车智能化程度将继续提升，智能功能不断丰富，为用户提供良好的骑行体验。

共享电单车企业在聚焦共享出行业务的同时，延伸拓展产业价值，开拓新业务领域，盘活利用存量资产，提升资产利用效率。

- **智能车辆骑行**：上下坡智能控速以适应地形地貌，骑行安全智能语音提示。
- **智能规范停放**：通过算法、定位技术对停车地点、车身和姿态进行管理，实现规范停放。
- **推出换电业务**：利用充换电设备及运营人员体系优势，发展换电业务，延伸产业价值。
- **接入广告创收**：共享电单车企业在保证用户体验前提下，平台/APP接入与自身调性相匹配的应用或广告进行变现创收。

松果出行
智能停车，
推出“一键
还车”功能



哈啰入局换电
市场，推出小
哈换电



来源：公开资料，专家访谈，艾瑞消费研究院自主研究及绘制。

趋势五：技术发展

前沿科技解决运营痛点，无人驾驶技术有望重塑共享电单车产业新格局

2025年《政府工作报告》指出，要培育壮大新兴产业、未来产业，深入推进战略性新兴产业融合集群发展，支持独角兽企业、瞪羚企业发展，让更多企业在新领域新赛道跑出加速度。面对城市管理要求趋向精细化，用户共享电单车使用需求日益多元化，共享电单车行业正运用新技术提出创新解决方案。通过发展无人驾驶技术和固态氢能技术，提高车辆的使用效率，满足用户的多元化需求，为城市交通的绿色、可持续发展做出积极贡献。

1 无人驾驶两轮车技术

人工智能技术蓬勃发展，作为共享电单车领域的独角兽企业，松果出行积极拥抱AI技术、致力于研发和部署无人驾驶两轮车技术，以期通过无人驾驶技术解决行业运营中的诸多挑战，并推动“车找人”创新模式的实现。

- 无人驾驶显著提升车辆使用效率。通过智能调度，车辆能够根据用户需求动态调整位置，从而最大化车辆利用率，并提高整体运营效率。
- 无人驾驶有助于城市管理部门实现对共享电单车总量的控制。结合无人驾驶技术实现车辆自动合规停放，有效治理乱停乱放现象，提升城市形象。
- 无人驾驶将改善用户的出行体验。用户不再需要花费时间和精力寻找可用车辆，智能系统能自动将车辆引导至用户所在地，实现“车找人”便捷服务。



2 固态氢能两轮车技术

绿色生活和低碳出行成为社会共识的背景下，共享电单车行业正积极探索发展固态氢能两轮车，以实现安全、绿色、高效出行。

- 安全升级，绿色出行。为保障骑行安全，采用AB2储氢合金固态储氢，氢原子稳定地储存在合金晶格间隙中，形成稳定的金属氢化物，实现氢气可逆储存与释放，达成高安全性、高能量密度氢气储存。
- 补能高效，降低运营成本。储氢瓶换补能迅速，40分钟可完成60支储氢瓶充装，节省运营时间成本，提高车辆的使用效率和灵活性。



来源：公开资料，专家访谈，艾瑞消费研究院自主研究及绘制。

BUSINESS
COOPERATION

业务合作

联系我们



400 - 026 - 2099



ask@iresearch.com.cn



www.idigital.com.cn

www.iresearch.com.cn

官 网



微 信 公 众 号



新 浪 微 博



企 业 微 信



LEGAL STATEMENT

法律声明

版权声明

本报告为艾瑞数智旗下品牌艾瑞咨询制作，其版权归属艾瑞咨询，没有经过艾瑞咨询的书面许可，任何组织和个人不得以任何形式复制、传播或输出中华人民共和国境外。任何未经授权使用本报告的相关商业行为都将违反《中华人民共和国著作权法》和其他法律法规以及有关国际公约的规定。

免责条款

本报告中行业数据及相关市场预测主要为公司研究员采用桌面研究、行业访谈、市场调查及其他研究方法，部分文字和数据采集于公开信息，并且结合艾瑞监测产品数据，通过艾瑞统计预测模型估算获得；企业数据主要为访谈获得，艾瑞咨询对该等信息的准确性、完整性或可靠性作尽最大努力的追求，但不作任何保证。在任何情况下，本报告中的信息或所表述的观点均不构成任何建议。

本报告中发布的调研数据采用样本调研方法，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，该数据仅代表调研时间和人群的基本状况，仅服务于当前的调研目的，为市场和客户提供基本参考。受研究方法和数据获取资源的限制，本报告只提供给用户作为市场参考资料，本公司对该报告的数据和观点不承担法律责任。



THANKS

艾瑞咨询为商业决策赋能