

## 行業概覽

本章節及本文件其他章節所載資料及統計數據，乃摘自我們委託編製的灼識諮詢報告以及各種官方政府刊物及其他公開可得刊物。我們委聘灼識諮詢編製[編纂]相關之獨立行業報告灼識諮詢報告。我們相信該等資料來源乃取得有關資料的合適來源並已合理審慎摘錄及複製有關資料。我們無理由相信有關資料屬虛假或產生誤導，或遺漏任何事實以致有關資料虛假或產生誤導。我們、獨家保薦人、獨家整體協調人、[編纂]、[編纂]、[編纂]及[編纂]，或彼等各自的任何董事及顧問，或參與[編纂]的任何其他人士或各方並無對政府官方來源的資料進行獨立核實，亦未就其準確性發表聲明。

### 中國交通出行行業概覽

交通出行是社會經濟運行和居民日常生活的重要組成部分。隨著城市化進程的持續推進，中國城市的人口規模與密度不斷擴大，通勤需求在特定時段高度集中，導致核心城區高峰時段道路系統負荷較重，交通擁堵現象較為普遍。同時，軌道交通和常規公交等幹線公共交通工具更側重中長距離和集約化運輸需求，在站點佈局、班次密度與居民即時性、分散化出行需求的匹配上仍有提升空間。尤其是在從軌交站點或公交樞紐到目的地的「最後一公里」接駁、中短途的點到點便捷出行等大量10公里以內的微出行需求場景下，仍普遍存在可達性不足、時間成本偏高、出行方式選擇受限等痛點。步行在距離稍長時效率較低，而私家車在購置及使用成本、停車資源約束與高峰道路擁堵等方面的限制，也難以全面高效覆蓋此類高頻、多樣化的需求。整體而言，在通勤與接駁、日常生活服務與休閒出行等多元場景下，對兼具經濟性、靈活性和時間可控性的中短途出行解決方案存在較為集中的現實需求，這為共享出行服務，特別是共享電單車等兩輪微出行解決方案提供了廣泛的應用場景。

從需求角度看，中國居民出行需求保持穩步擴張。城市零售、服務與公共空間的佈局更加多樣化，疊加不斷擴大的通勤需求，帶動消費、社交、文化與就業場景的常態化需求。此外，多中心城市結構與更為清晰的生活圈也提升了同一城市內多功能節點之間的居民日常流動頻率。從供給角度看，出行方式的多樣化與便利性提升了點到點出行的可達性、可靠性與可預測性，而出行信息平台進一步通過交通信息的可視

---

## 行業概覽

---

化(如交通擁堵情況、出行路線規劃、公交實時信息等)提升居民出行的便利度。在多重因素的共同作用下，居民出行需求與意願正持續增強。以平均每日使用交通工具出行的總次數計，中國交通出行市場從2019年的每日約15.0億次增長至2024年的每日約18.9億次，複合年增長率為4.7%，預計到2032年將進一步擴張至每日28.8億次，對應2024年至2032年的複合年增長率為5.4%。

### 中國微出行行業概覽

微出行是指服務於10公里以下的中短途出行、以輕型交通工具為載體的出行方式。微出行的典型載具包括自行車與電單車等，此類車輛具有質量輕、體積小、能耗低、靈活性強等特徵，可為個人自有或平台共享，動力形式可為人力或電力。在城市交通體系中，微出行作為靈活、補位的出行選項，主要用於提高出行效率與接駁便捷性、並有效降低單位出行的能源與環境成本。

2024年，中國居民平均每日使用交通工具出行的總次數達到18.9億次。按出行距離劃分，3公里以下、3公里至5公里、5公里至10公里和10公里或以上的出行分別約佔21.7%、22.9%、31.2%和24.1%。其中，10公里以下的中短途出行次數共佔約75.9%，對應平均每日出行總量14.3億次、全年出行總量約5,250億次，構成微出行服務的核心需求基礎和規模龐大、持續擴張的數千億次量級的可觸達市場。

### 中國共享微出行行業概覽

在微出行生態系統中，共享微出行憑借即取即用、按需付費與網絡化運營等特徵，在統一運維與供給彈性方面具備優勢，能夠在末端接駁場景提供規模化的服務供給。共享微出行是指依托移動互聯網平台提供的輕型出行服務，形式主要包括共享單車、共享電單車等。用戶可通過移動互聯網平台按需取用車輛，並按實際使用付費，不必自行購置車輛資產，從而實現交通資源的低成本共享與高效利用。與此同時，共享微出行平台通過對車輛實行統一標準配置、定期檢修維護，並對電動車輛實施集中充(換)電管理，有助於降低車輛機械故障及不規範充電等帶來的電池自燃等安全風險，並通過精細化運營提升騎行秩序和停車規範。此外，與共享單車相比，共享電單

---

## 行業概覽

---

車以電力驅動，可能更適合某些中短途出行場景。電驅動可以擴大有效行程範圍，提高對各種地形的適應性。由此，共享電單車對共享單車的替代趨勢加強，相關使用需求不斷增加。

### 中國共享電單車行業概覽

#### 中國共享電單車定義與特徵

電單車在中國內地是指符合適用法規所界定的電動自行車，即以車載電池為能源，實現電驅動或／和電助力功能的兩輪自行車。其通常按非機動車管理，不適用機動車駕駛證的相關規定；此外，適用法規對最高設計車速、外形尺寸及整車質量等提出技術要求，其中電驅動行駛時最高設計車速不超過25公里／小時。

共享電單車是由平台運營商投放的電動驅動兩輪交通工具。用戶可通過移動互聯網平台掃描二維碼取車，並採用按次計費或按時計費的方式使用。

共享電單車採用里程與時長的計費模式，單次費用通常在人民幣2-5元；其一般為純電力驅動，騎行便捷、省時，碳排放低，適用於通勤高峰與日常往返商圈等中短途出行，為城市居民提供高效、穩定的點到點出行選擇，同時也可作為公共交通的接駁工具，是城市交通系統末端需求的有效補充。

#### 中國共享電單車行業發展歷程

2017年以前，市場上的共享兩輪交通工具主要以共享單車為主。共享單車的興起為共享電單車行業奠定了廣泛的用戶基礎與認知。2017年起，部分共享電單車品牌進入市場並在特定城市展開共享電單車試點運營。2019年起，更多新興品牌和傳統共享單車公司觀察到共享電單車在中短途出行領域的潛力，紛紛進入共享電單車市場，使投放覆蓋區域及車輛規模快速擴大。

於2020年及2021年，主要共享電單車品牌進一步加快了投放節奏。通過對舊車型進行大規模更換和新車型的集中投放，多家共享出行品牌迅速擴大了運營車輛規模和覆蓋城市範圍，從而帶動了整個行業的顯著擴張。在此過程中，隨著新用戶的不斷增長以及原有共享單車用戶的轉化，主要共享電單車品牌之間的競爭日趨激烈。

---

## 行業概覽

---

2022年至2024年期間，各地政府逐漸開始根據城市人口規模、日人均騎行次數等指標制定城市運力投放的最大限額，同時對日常營運提出規範要求，包括常規維護及有序停放，以此規範共享電單車品牌的車輛投放行為。隨著這些措施的實施，營運門檻及合規成本上升，營運能力相對薄弱的小型品牌在車輛週轉率、調度效率及服務穩定性方面面臨更大壓力。在該階段，行業競爭邏輯開始從單純的投放數量擴張轉向優化運營效率和提升服務質量，共享電單車品牌開始尋求技術創新和精細化運營的路徑來提高市場競爭力和盈利能力。

於2024及2025年，行業逐步轉向更市場化、標準化、精細化的運營模式。隨著《全國統一大市場建設指引(試行)》發佈，監管重點日益向標準化運營轉移，逐步放寬過往對區域擴張的限制，為服務提供者締造更加公平透明的競爭環境。此外，自2025年末起，更新的《電動自行車安全技術規範》(GB 17761-2024)將逐步實施，要求提高關於車輛安全合規、信息監控和可追溯性管理。此變革可能促使部分私人電單車用戶在其自有車輛報廢後轉向共享電單車服務。總體而言，共享電單車服務有望在更多城市確保更穩定的運營環境，並與當地公共交通系統更緊密地結合，提高城市交通網絡的效率和覆蓋範圍。

### 中國共享電單車行業價值鏈

共享電單車行業的價值鏈核心是中游的共享電單車品牌，其向上游電單車整車生產企業直接採購共享電單車作為車輛資產，或向電單車配件供應企業採購電單車的核心硬件和配件(如ECU、車架、電機、電池、電控系統等)，用於自行組裝車輛。隨後，共享電單車品牌向下游消費者提供共享電單車服務，負責電單車的投放、調度和運營，並通過收取使用費來實現盈利。

共享電單車行業的高效運作主要依托中游品牌在價值鏈中發揮核心作用，將上游生產能力與下游多樣化出行需求高效連接，並通過在車輛調度與維護、用戶體驗優化等方面的持續創新與管理優化，不斷提升整體運營效率和服務水平。目前，行業內少數共享電單車品牌已經延伸到價值鏈的上游，開始自行生產共享電單車。在該模式下，品牌可以更好地掌控電單車的質量和生產成本，並且能夠根據市場需求靈活調整生產，以提高運營效率和降低採購風險。通過自有生產，品牌更能把控車輛質量、運輸能力及維保需求，實現更加精準的車輛投放和維護。

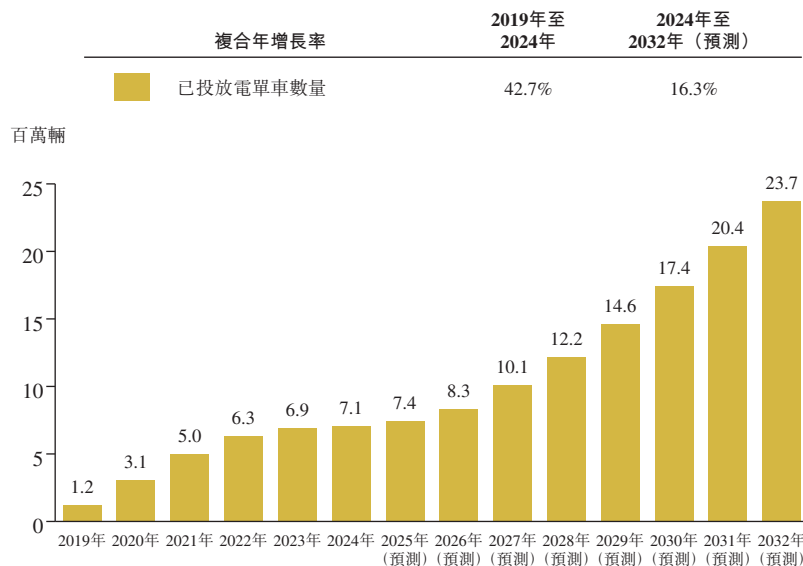
## 行業概覽

### 中國共享電單車行業市場規模

共享電單車投放量指投放至指定區域的電單車數量，包括在運營及待投放車輛。中國共享電單車行業的投放量整體呈現先高速增長、後穩步擴張的態勢。在2020和2021年，隨著品牌將投放區域外延至更多地區並集中大規模投放新車型，已投放電單車數量快速攀升，由2019年約120萬輛增至2021年的約500萬輛，反映出對共享電單車運營網絡的加速擴展以及居民對便捷出行的強勁需求。2022年到2024年，市場正向穩健、可持續增長過渡，頭部企業的競爭側重點轉向運營效率提升，此期間已投放電單車數量從2022年的約630萬輛穩步上升至2024年的約710萬輛。

隨著大數據與人工智能在車輛調度、預測性維護與供應鏈管理中的持續整合，運營效率與車輛週轉率有望得到提升。在監管日益規範完善、運營管理日趨精細的支撐下，預計將有更多城市向共享電單車開放，行業覆蓋版圖將繼續擴大。全國已投放共享電單車數量有望在2032年達到約2,370萬輛。

中國共享電單車行業市場規模，以已投放電單車數量計，  
2019年至2032年（預測）

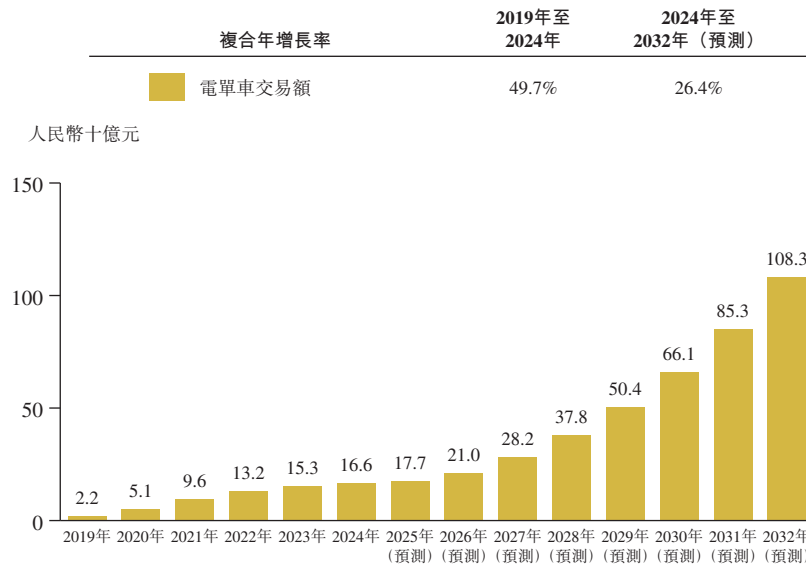


資料來源：國家統計局、中國道路運輸協會、中國城市公共交通協會、灼識諮詢報告

由於共享電單車品牌持續推進精細化運營，通過智能調度等技術手段提升車輛的週轉率與日均承載訂單數，從而穩步提高每輛共享電單車日均產生的交易價值。因此，行業交易額規模正以高於已投放電單車規模增長的速度持續擴大。以交易額計，中國共享電單車行業的市場規模從2019年的人民幣22億元增長至2024年的人民幣166億元，複合年增長率高達49.7%，預計未來將以26.4%的複合年增長率增長至2032年的人民幣1,083億元。

## 行業概覽

### 中國共享電單車行業市場規模，以交易額計，2019年至2032年（預測）



資料來源：國家統計局、中國道路運輸協會、中國城市公共交通協會、灼識諮詢報告

共享電單車能夠滿足的出行需求範圍幾乎覆蓋了所有微出行交通工具所能承載的場景。若以10公里以下的出行需求作為界定標準，則共享電單車2024年可觸達的國內潛在出行需求達約5,250億次。若該等交通工具的需求均由共享電單車滿足，對應的市場總潛在規模 (TAM) 按交易額計將超過人民幣1萬億元。

### 按地區劃分的中國共享電單車行業市場規模

中國共享電單車市場可按地區劃分為市轄區區域以及外圍發展區域。

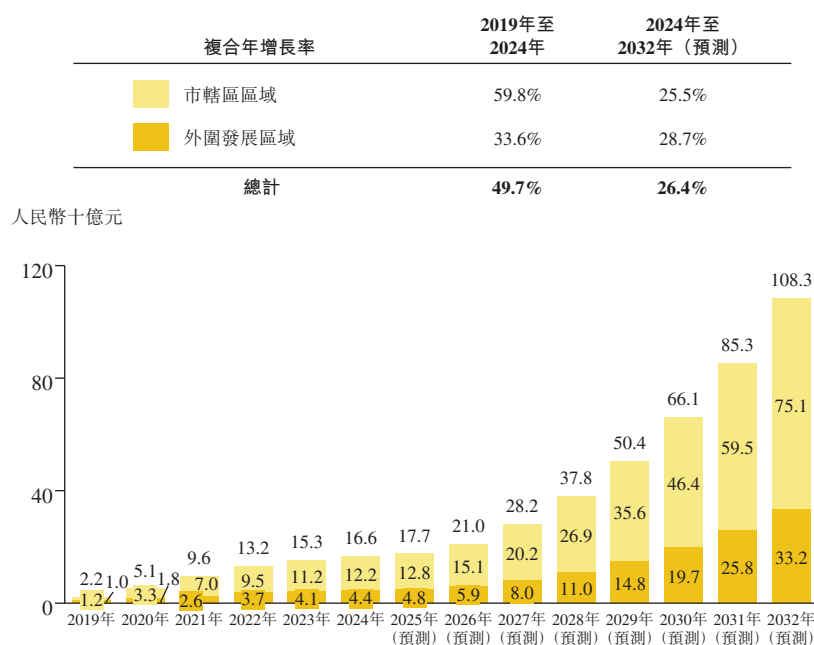
- 市轄區區域：指所有的市轄區。
- 外圍發展區域：包括縣級市、縣、自治縣、旗等所有非市轄區的縣級行政單位。

外圍發展區域人口密度整體相對較低，但受限於公共交通網絡覆蓋度和班次密度，居民高頻、分散且即時的短途出行需求更依賴兼具經濟性與靈活性的共享電單車，從而形成旺盛且較為穩定的結構性需求。外圍發展區域的共享電單車交易額從2019年的人民幣10億元增長至2024年的人民幣44億元，複合年增長率為33.6%，預計未來將進一步增長至2032年的人民幣約332億元，2024年至2032年的複合年增長率約為28.7%。

## 行業概覽

市轄區區域人口與就業高度集聚，共享電單車在城區綜合交通體系中，日益成為提升中短途接駁效率與出行體驗的重要補充方式。市轄區區域的共享電單車交易額已由2019年的人民幣12億元快速增長至2024年的人民幣122億元，複合年增長率達59.8%。預計在共享電單車服務區域在市轄區區域進一步擴大覆蓋、運營商精細化運維和服務質量提升等因素驅動下，市轄區區域共享電單車交易額有望於2032年增至人民幣約751億元，2024年至2032年複合年增長率為25.5%。

中國共享電單車行業市場規模，以交易額計，按地區劃分，  
2019年至2032年（預測）



資料來源：國家統計局、中國道路運輸協會、中國城市公共交通協會、灼識諮詢報告

### 中國共享電單車行業市場驅動因素分析

- 以低成本滿足剛性需求：**居民日常出行需求是長期存在且持續擴張的剛性需求。相比網約車單次出行約人民幣15-40元的成本而言，共享電單車以同距離下人民幣2-5元的價格在保證舒適度的情況下實現了更具經濟性的平價替代，這一成本優勢使其更具備應對經濟環境週期變化的抗風險能力，成為替代網約車出行的優選。

---

## 行業概覽

---

- **高效率的中短途出行模式：**共享電單車因效率高而有潛力取代其他微出行模式。運營中的共享電單車需要符合適用的國家標準，並接受專業的日常維護和車隊更新，支持「隨取隨走」的用戶體驗。隨著監管要求的不斷發展，共享電單車可能會取代以前由私人電單車提供服務的一部分中短途出行。此外，電驅動提高了出行效率和有效續航里程，這可能會使共享電單車在某些中短途場景中逐漸替代傳統共享自行車，包括通勤路程和最後一公里接駁路程。
- **政策推動行業規範化發展：**近年來，中國政府出台政策促進共享電單車行業規範發展。《電動自行車安全技術規範》的修訂和實施更新對最高車速、電池安全、制動系統的要求更加嚴格，提高安全性和行業標準化流程，並可能鼓勵一些私人電單車用戶在車輛退役後轉向共享電單車。此外，《全國統一大市場建設指引(試行)》要求各地加快制定統一的市場准入標準，減少區域性政策壁壘。
- **推動交通基礎設施供給的完善：**在市轄區區域，高峰期的交通擁堵與公共交通接駁不便成為主要出行痛點。共享電單車作為城市綜合交通體系的重要補充，既能有效承擔「最後一公里」接駁功能，又能滿足居民點對點的中短途出行需求，推動該市場實現快速規模擴張。而在外圍發展區域，受限於私家車保有量相對較低和公共交通網絡覆蓋相對不足，電單車類交通工具長期佔據居民出行重要地位。共享電單車憑借其便捷性與經濟性優勢，已快速滲透至居民的日常出行場景。
- **技術進步推動運營效率與用戶體驗提升：**近年物聯網、電池、大數據與AI等技術的發展正在推動共享電單車行業品牌運營效率與用戶體驗的提升。例如，物聯網使品牌能夠實時監控電單車的位置、運行狀態和電池電量等數據以相應優化車輛調度及維保策略，增強車輛對用戶的可用性；電池技術的革新，包括更高的電池能量密度和充電效率，解決了續航問題以降低營運商在充電或換電環節的運維成本並增加對用戶的實用性；大數據和AI技術則使品牌能夠分析用戶出行規律，精準預測高需求時段與區域，優化車輛投放，同時能夠結合不同時段、區域及供需狀況動態調整價格，從而提升供需匹配效率，以增強營運商獲利能力並增加對用戶的按需便利性。

---

## 行業概覽

---

### 中國共享電單車行業未來趨勢分析

- **持續擴大服務覆蓋區域：**截至2024年，中國共有2,846個縣級行政區劃單位，其中僅約1,000個已引入共享電單車服務，蘊藏著可觀的潛在用戶群體與未被滿足的出行需求。此外，越來越多地方政府逐步認可共享電單車在完善城市交通體系、推動綠色出行方面的積極作用，加上全國統一大市場倡議和相關政策，具備精細化運營能力的共享電單車品牌有望更高效地向包括核心城區在內的新城市擴張。
- **品牌運營日趨精細化以提升效率與盈利能力：**隨著地方政府進一步加強共享電單車品牌的投放與競爭行為的規範，共享電單車品牌正積極推進精細化運營，通過持續優化車輛調度策略，實現高需求區域的精準車輛投放與高效週轉，從而提升單車的日均使用頻次與整體運營效率。通過精細化的資源配置，運營商可能會增強用戶體驗並提高運營效率，從而提高盈利能力。
- **服務能力與質量持續升級：**在運維方面，運營商可以優化維護計劃，以幫助保持電單車處於良好的運行狀態並支持用戶體驗。此外，具有語音導航和行車安全監控等功能的智能車載系統可能會提高可用性和安全性。運營商還可以改進調度策略，提高電單車的可用性。總而言之，這些措施可以提高服務質量和運營效率。
- **AI技術賦能產業鏈各環節：**共享電單車行業的AI應用正逐漸擴展到基本的調度功能之外，主要以數據分析和算法輔助決策的形式出現。運營商越來越多地利用AI相關技術，例如基於機器學習的需求預測和數據處理算法，以及車載傳感器和物聯網系統來支持車隊監控、維護調度和若干面向用戶的功能。
- **綠色智能化運營成為核心競爭力：**隨著低碳政策和實踐的不斷推進，行業參與者可能會更加重視設計、製造、運營和報廢過程中的生命週期碳管理。措施可能包括使用低環境影響和可回收的材料，通過智能系統改進能源管理（例如優化調度以減少不必要的重新定位和智能充電以提高充電效率），以及更標準化的報廢車輛和電池處理程序。參與者還可以與合格的回收合作夥伴合作，以改善組件回收並建立電池生命週期管理框架。

## 行業概覽

### 中國共享電單車行業競爭分析

中國共享電單車行業的競爭涉及精細化運營管理、政府事務溝通、車輛資產管理與技術產品迭代等多重維度。截至2024年末，全國範圍內具備一定投放量規模（共享電單車投放量超過5萬輛）的運營品牌僅約10家，行業集中度較高，頭部品牌憑借規模、運營能力、產品力等優勢佔據主要市場份額，同時，部分區域品牌依托對本地市場的深入了解和靈活的運營策略，在特定區域佔據一定份額。

### 中國共享電單車行業競爭格局

截至2024年末，中國已投放共享電單車數量達到約710萬台，總交易額達到人民幣約166億元。以交易額計，排名前五的中國共享電單車品牌的市場佔有率總和為約77.0%，顯示出市場結構較為集中。

#### 中國共享電單車行業競爭排名，2024年

排名	品牌	2024年共享 電單車交易額 (人民幣十億元)	2024年 以交易額計的 市佔率	截至2024年末 已投放 電單車數量 (萬輛)	截至2024年末 覆蓋縣級行政 單位數量	2024年是否 超過50%的 電單車為自產
1	品牌A	3.9	23.7%	~170	~750	否
2	品牌B	3.7	22.0%	~150	~740	否
3	品牌C	3.6	21.7%	~140	~720	否
4	公司	<b>1.1</b>	<b>6.6%</b>	<b>~42</b>	<b>~385</b>	<b>是</b>
5	品牌D	0.5	2.9%	~20	~80	否
前5		12.8	77.0%	~510	/	/
其他		3.8	23.0%	~200	/	/
總計		16.6	100.0%	~710	/	/

資料來源：中國道路運輸協會、中國城市公共交通協會、灼識諮詢報告

註：

- 品牌A成立於2016年，為中國一家本地出行及生活服務平台，主要提供包括共享單車、共享電單車在內的兩輪共享出行等移動出行服務；
- 品牌B最早成立於2016年，目前為中國一家主要提供外賣配送、到店綜合服務、酒店及旅遊預訂等服務的本地生活服務科技平台旗下的品牌，作為平台多元化服務組合的一部分，提供本地共享兩輪出行服務；
- 品牌C成立於2018年，為中國一家綜合出行平台旗下的共享兩輪出行品牌，提供共享單車、共享電單車出行服務；
- 品牌D成立於2017年，為一家以共享電單車運營為主的互聯網出行服務企業旗下的品牌，主要提供共享電單車出行服務。

## 行業概覽

公司2024年共享電單車交易額為人民幣11.0億元，截至2024年末的已投放電單車數量為約42萬輛，以交易額計市場佔有率為6.6%，以已投放共享電單車數量計市場佔有率為5.9%，在中國共享電單車品牌中均排名第4。在中國所有共享電單車品牌中，公司是唯一一家自建並運營生產工廠，且所投放車輛大部分為自產車輛的品牌。此外，公司也是國內唯一的全國性專業共享電單車平台，業務聚焦中國大陸80%以上的省級行政區的共享電單車運營，在運營過程中不依賴於任何其他大型互聯網平台生態，其發展動力主要來源於共享電單車業務運營效率及每車產生價值的持續提升。

### 中國外圍發展區域共享電單車行業競爭格局

2024年，中國外圍發展區域共享電單車交易額達到約人民幣44.3億元。本公司在外圍發展區域的共享電單車交易額達到人民幣8.3億元，市場佔有率為18.7%，位於全國共享電單車品牌的首位。

#### 中國外圍發展區域共享電單車行業競爭排名，2024年

排名	品牌	2024年外圍發展區域 共享電單車交易額 (人民幣十億元)	2024年以交易額計 的市佔率
1	公司	0.83	18.7%
2	品牌A	0.53	11.9%
3	品牌B	0.53	11.9%
4	品牌C	0.34	7.7%
5	品牌D	0.13	3.0%
前5		2.35	53.2%
其他		2.08	46.8%
總計		4.43	100.0%

資料來源：中國道路運輸協會、中國城市公共交通協會、灼識諮詢報告

### 中國共享電單車行業准入門檻與關鍵成功因素分析

- 數字化驅動的精細化運營管理能力：**精細化運營能力顯著影響共享電單車品牌的盈利能力。投放效率偏低及運維響應延遲可能會增加運營成本並對用戶體驗產生不利影響。行業參與者通常使用自主開發或定制的數字平台自動分配運維任務、實時監控車輛狀態並支持數據驅動的調度。結合特定城市的運營規則和品牌設定的一線決策權，這些系統可能有助於保持跨地區運營標準的一致性，同時提高執行效率和本地決策能力。

---

## 行業概覽

---

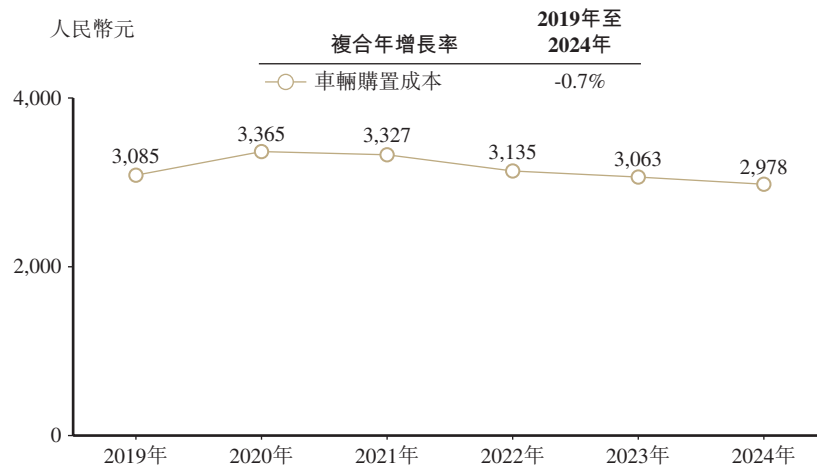
- **政企協同與政府事務管理能力：**共享電單車品牌在進入市場或進行市場擴張時須遵守當地政府對車隊規模、運營標準和安全監管的要求，通常需要與相關部門建立持續的溝通和協調機制。有效的政府事務能力可以幫助運營商跟蹤政策更新，並參與投放安排、數據共享和安全標準等事項，支持政策調整期間的運營連續性。
- **全生命週期資產管理與配置能力：**共享電單車行業的資產投入涵蓋車輛設計生產、系統開發、市場拓展及後續運維，維護、備件及運維人員均需持續運營支出。有效的資產管理側重於投放效率、更換週期和運維資源分配，這可能會影響ROI、投資回收期 and 現金流。運營商可以利用人口密度數據、地形及氣候等因素來調整跨地區和運營週期的資產配置，並建立折舊、殘值管理和報廢回收流程，以提高資產利用率和管理生命週期成本。
- **持續迭代的技術與產品研發能力：**技術及產品研發能力體現在關鍵零部件升級、整車結構優化及智能管理系統迭代等方面，可能影響產品性能、可靠性及用戶體驗。運營商可以通過（其中包括）提高電池能量密度和循環壽命、提高電機和電子控制效率、加強車架的耐用性以及升級定位精度、通信穩定性和數據分析措施改進硬件和軟件性能，從而支持調度和風險管理。持續進行的研發還可能支持乘坐舒適性和易用性的改進，並幫助產品適應市場需求和監管發展。

### 中國共享電單車行業成本分析

電單車購置成本和運營人員成本是中國共享電單車品牌成本結構的重要組成部分。車輛購置成本主要受國家標準變化及供應鏈因素的影響。2019年，《電動自行車安全技術規範》(GB 17761-2018)正式實施後，品牌開始向整車生產商採購符合新標準的電單車。由於新標準對電池、車架及整車性能等方面提出了更嚴格的要求，符合新標準的電單車購置成本在2019至2020年期間維持在相對較高水平。隨後，隨著規模化生產的推進、技術持續改進以及供應鏈逐步優化，電單車購置成本呈現下降趨勢，至2024年，行業平均電單車購置成本回落至每輛約人民幣2,978元。

## 行業概覽

### 中國共享電單車行業車輛購置成本，2019年至2024年

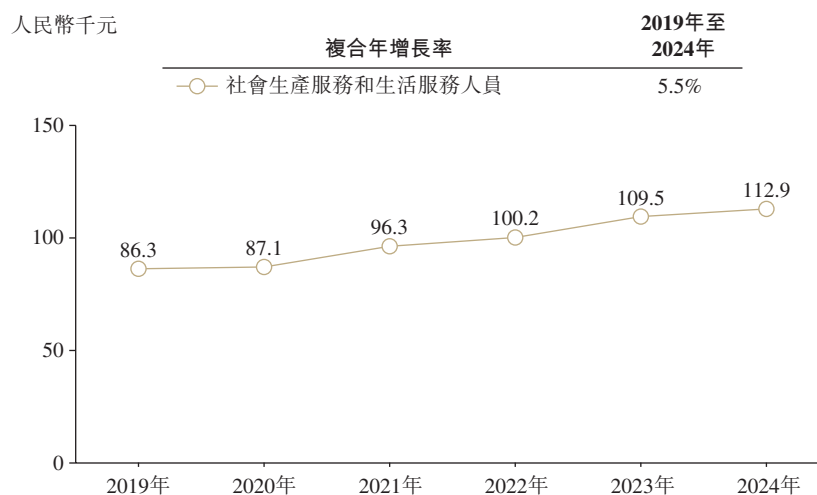


註：包括電單車(車輛)及電池的成本。

資料來源：灼識諮詢報告

共享電單車的正常運營依賴於運營人員進行電單車投放、維護和維修工作，因此，運營人員成本在整體成本中佔有一定比例。該類人員通常屬於交通運輸、倉儲和郵政業的社會生產服務和生活服務人員。其平均年工資從2019年的約人民幣86,300元增長至2024年的約人民幣112,900元，複合年增長率為5.5%，呈現溫和上升的趨勢。

### 中國交通運輸、倉儲和郵政業就業員工年平均工資，2019年至2024年



註：僅規模以上的企業計入統計。

資料來源：國家統計局，灼識諮詢報告

---

## 行業概覽

---

### 資料來源

灼識諮詢受委託對中國共享電單車行業及其他相關經濟數據進行研究、提供分析並生成報告，費用為人民幣500,000元。該委託報告由灼識諮詢編製，不受本公司及其他利益相關方影響。

灼識諮詢利用各種資源進行一手及二手研究。一手研究涉及與主要行業專家及領先行業參與者的訪談。二手研究涉及分析來自中國國家統計局等各種公開數據來源的數據。委託報告中的市場預測乃基於以下主要假設：(i)預期中國社會、經濟及政治環境整體於預測期保持穩定；(ii)相關關鍵行業驅動因素可能會在預測期內推動中國共享電單車市場發展；及(iii)並無極端不可抗力或不可預見的行業法規可能對市場造成重大或根本性影響。

董事經合理查詢後確認，自灼識諮詢報告日期起，市場資料並無可能導致本節所載資料附有保留意見、有所抵觸或受到影響的重大不利變動。除另有說明外，本節所載的所有數據及預測均摘錄自灼識諮詢報告。