

行業概覽

本節及本文件其他章節載有與我們經營所在行業有關的資料。本節及本文件其他章節所載的若干資料及統計數據乃摘錄自獨立市場研究機構弗若斯特沙利文（我們委託該機構）發佈的弗若斯特沙利文報告，以及摘錄自各種政府官方刊物及其他公開可得的刊物。來自官方政府及非官方來源的資料未經我們、獨家保薦人、[編纂]、[編纂]、[編纂]、[編纂]、任何[編纂]、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（弗若斯特沙利文除外）獨立核實，且概無就該等資料及統計數據的準確性或完整性作出聲明。

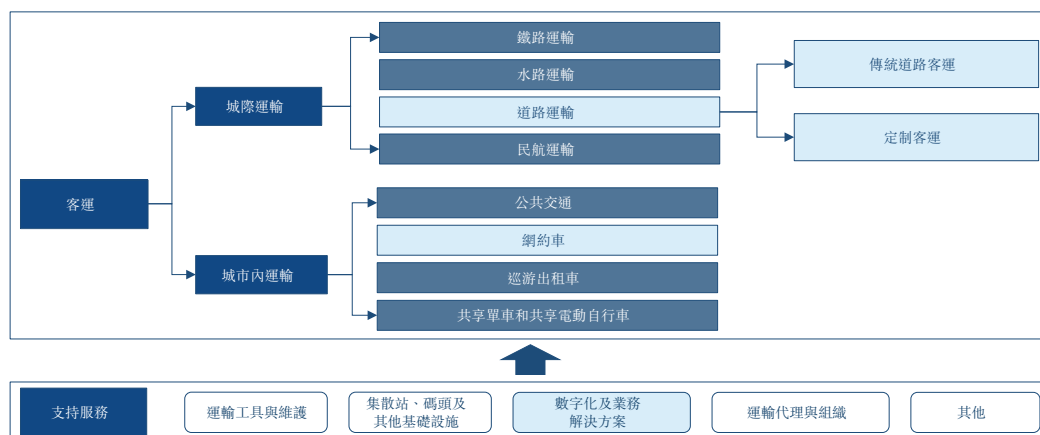
資料來源及可靠性

我們已委託弗若斯特沙利文（一家市場研究及諮詢公司及獨立第三方）對中國道路客運市場、道路客運信息服務市場、網約車市場及道路客運市場數字化及業務解決方案進行分析並作出報告。弗若斯特沙利文為我們編製的報告在文件中稱為弗若斯特沙利文報告。弗若斯特沙利文報告由弗若斯特沙利文編製，不受我們的影響。就編製弗若斯特沙利文報告應付予弗若斯特沙利文的費用為人民幣930,000元，我們認為該費用反映類似服務的市場費率。

中國客運行業概覽

客運的定義及分類

客運是指運送乘客的商業活動，可分為城際運輸和城市內運輸。城際運輸一般指從一個城市到另一個城市，或從一個城市到其下屬的縣、鄉、鎮的運輸。另一方面，城市內旅行通常發生在城市邊界內。城際交通涉及鐵路運輸，如火車，在連接城市的專用鐵路網絡上運行；水路，如河流或運河，船舶或游船運送乘客穿越水域；道路，大巴車在道路網絡上的城市之間行駛；以及民航，涉及使用飛機在不同城市的機場之間進行空中旅行。就市內交通而言，公交車、有軌電車、地鐵等大眾運輸系統提供了高效且便利的交通選擇。網約車提供經濟實惠且環保的交通選擇。巡游出租車則提供便捷的點對點出行服務。此外，共享單車和共享電動自行車為市區短程交通提供了環保且健康的通勤選擇。諸如運輸工具與維護、集散站、碼頭及其他基礎設施、數字化及業務解決方案、運輸代理與組織等共同為客運產業提供支持服務。



附註：以淺藍色標示的區塊代表本公司所從事的業務。

行業概覽

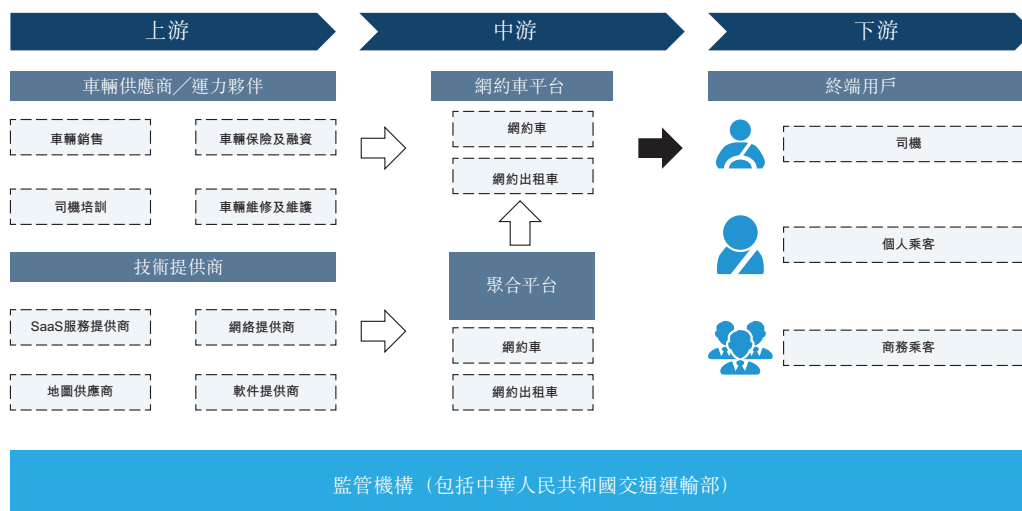
中國網約車行業概覽

網約車定義

網約車利用在線平台將平台用戶的需求與平台上註冊可提供服務的司機和車輛進行實時匹配。網約車服務（不包括出租車及合乘服務）利用在線平台整合乘客的需求及車輛及司機提供的服務。網約車平台通過匹配網約車及司機進行預訂，提供將乘客運送至他們選擇的地點。乘客支付車費，司機則透過訂單獲得收入。

價值鏈分析

網約車產業鏈包括上游車輛及技術服務提供商，中游網約車平台及下游終端用戶。上游車輛供應商主要提供網約車平台業務發展所需的車輛工具及服務，如汽車銷售、汽車租賃及維護等；中游網約車服務提供商主要分為網約車平台及聚合平台，就網約車公司而言，支付予聚合平台的服務費乃一項關鍵成本項目，並視乎會計政策計入收入成本或銷售及營銷開支。網約車平台分銷訂單、規劃路線並提供個人及商用的車輛相關綜合服務。



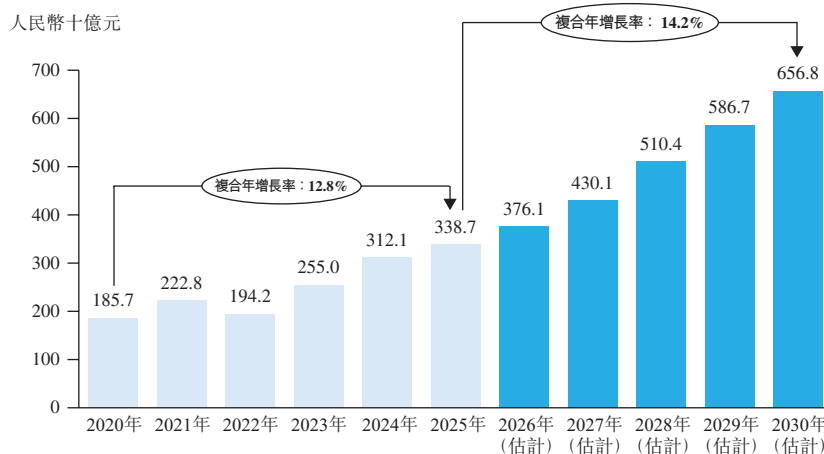
網約車行業市場規模

2020年，網約車市場規模為人民幣1,857億元。2020年至2022年，由於COVID-19的影響、全國疫情反復加劇及出行限制導致中國網約車行業的波動。

2023年，隨著疫情管控全面放開以及國家及地方政府出台的政策，政策對網約車行業的發展起到促進作用，同時通過持續更新慣例及標準確保行業的未來發展。網約車市場於2025年達至人民幣3,387億元，且該市場將按14.2%的複合年增長率增長，預計到2030年將達至人民幣6,568億元。

行業概覽

2020年至2030年（估計）按GTV計網約車行業市場規模（中國）



資料來源：弗若斯特沙利文

中國網約車市場的市場驅動力

聚合模式對網約車市場演變的影響：網約車行業的聚合模式為市場發展的重要驅動力，顯著提升乘客的出行體驗。此模式整合來自多平台的資源，優化訂單匹配準確度及效率，進而減少乘客等待時間，提高車輛利用率。同時，聚合平台擁有自己的存量用戶，比如導航用戶，當他們轉換為網約車用戶後，比傳統網約車平台開發新用戶的成本低。通過採用聚合模式，網約車行業龍頭與其他平台建立互利的合作夥伴關係、降低獲取及留存乘客的成本，共同建構蓬勃的產業生態圈。自2020年至2025年，來自聚合平台的訂單總數顯著增長，由11億份增加至50億份。其中，高德表現尤為亮眼，其訂單量由7億份增加至34億份，複合年增長率為37.2%。高德在來自聚合平台的總訂單中所佔份額由2020年的59.0%增加至2025年的69.0%。長期而言，積極採用聚合模式將促進整個網約車行業的穩健發展。

網約車滲透至低線城市，激活龐大的消費者群體：網約車市場的增長動力乃受其服務習慣不斷滲透的推動，特別是由一線城市擴散至二線及以下城市。低線城市（包括三線、四線及以下城市）擁有龐大的人口基數。隨著經濟的穩定增長及城鎮化進程的推進，這些區域的居民對便利高效的客運服務的需求日益增加。網約車服務憑藉靈活性、便利性及相對可負擔的價格，逐漸成為低線城市居民的新選擇。

司機及車輛許可證數量簽發加速，而出行平台許可證簽發依舊緩慢：監管機構加快發放網約車運營許可證及執照，對網約車行業的增長大有幫助。網約車平台擁有更多合規駕駛員及車輛便能提供穩定、高效的服務，並滿足不斷增長的需求及推動行業增長。然而，從網約車平台的角度來看，《網絡預約出租汽車經營許可證》的簽發並未加快，部分城市甚至對已取得許可證的平台加強管理並對不符合要求的平台吊銷許可證，這將會提高整個網約車行業的准入門檻。

自動駕駛出租車的商業化：自動駕駛出租車正從技術驗證階段過渡至商業擴張階段。隨著無人駕駛服務在中國多個城市逐步部署，自動駕駛出租車正利用技術迭代及專用車輛的量產，提供標準化運輸及全天候營運等核心服務，預期將重塑網約車行業所提供的服務。自動駕駛出租車的擴張取決於監管合規及市場准入資格，這為持有網

行業概覽

約車牌照的企業賦予優勢。該等公司可有效利用其現有牌照及營運基礎，憑藉其既有的用戶群、調度系統及線下維護能力，實現自動駕駛出租車業務的高效部署及規模化推出。

中國網約車市場的挑戰

對用戶而言－價格與體驗之間的選擇困境：目前，在中國網約車市場上，快車和專車是兩種最主要的服務類型，而用戶經常面臨價格與體驗之間的選擇困境。一直以來，缺乏具有始終如一的高質量及智能乘坐體驗的物有所值的選擇仍然是用戶的主要痛點。

對司機而言－車輛總擁有成本高昂：平均而言，車輛總擁有成本佔司機總收入的約55%。高昂的車輛總擁有成本阻礙了司機增加其淨收入。這種情況往往導致網約車服務提供商的司機留存率低，對該行業構成相當大的挑戰。司機通常沒有機會選擇可提供相當低的車輛總擁有成本的出行運營車型，從而限制其實現成本效益的能力。

對於網約車服務提供商而言－合規成本高昂及合規司機及車輛短缺：由於行業的監管審查日益嚴格，網約車服務提供商亦面臨高昂合規成本以及合規司機及車輛的短缺。合規成本高昂體現在以下方面：1.對車輛服務年限及配置有具體要求，由此難以降價。2.商用車保險成本高於私家車。3.政策要求安裝車載設備，導致額外開支。

中國道路客運數字化及業務解決方案概覽

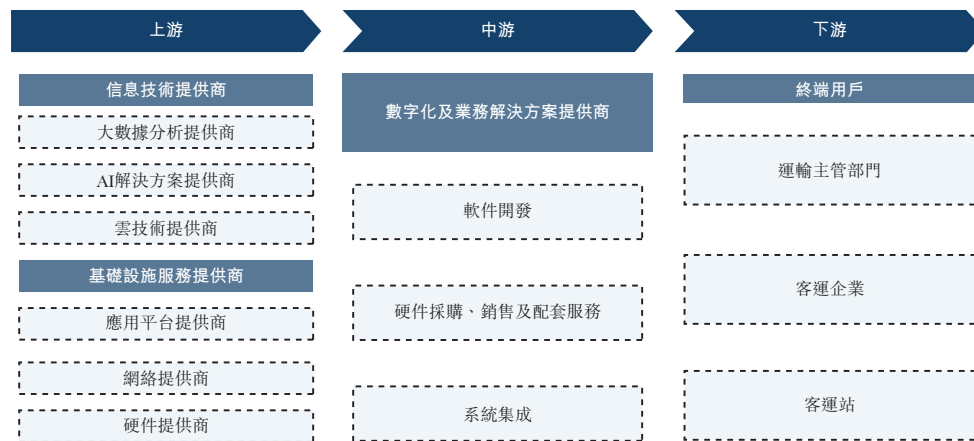
道路客運數字化及業務解決方案的定義及分類

道路客運數字化及業務解決方案指整合先進信息技術及智能設備，打造綜合化、網絡化及智能化的道路客運服務體系。其目的為提升道路客運服務的效率、安全性及用戶體驗。現代道路客運企業綜合信息化解決方案包括客運站管理系統、小型快捷運輸系統、企業網絡平台及結算平台系統，以及智能硬件管理系統（自助售票終端、移動手持售票終端、智能閘機等）及企業微信公眾號管理系統等。

價值鏈分析

道路客運數字化及業務解決方案的價值鏈可分為三個部分：上游信息技術及基礎設施服務提供商、中游數字化及業務解決方案提供商以及下游終端用戶。上游信息技術及基礎設施服務提供商主要提供系統開發所需的基本信息技術工具及基礎設施服務，其中包括網絡基礎設施、硬件及雲技術，為數字化及業務解決方案提供商提供基礎支持。中游數字化及業務解決方案提供商作為關鍵環節，提供如軟件開發、硬件採購及銷售、配套服務及系統整合等服務。該等服務乃為滿足下游終端用戶的需求而定制，終端用戶包括運輸主管部門、客運企業及客運站等實體。

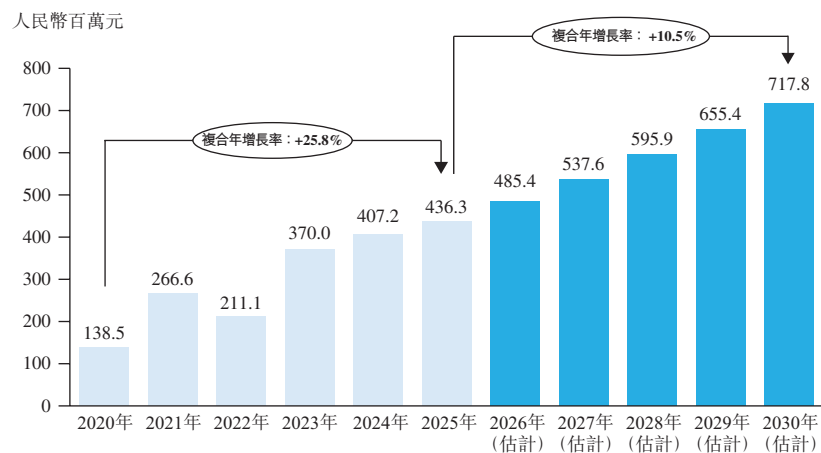
行業概覽



中國道路客運數字化及業務解決方案市場規模

2020年，中國道路客運數字化及業務解決方案的市場規模為人民幣138.5百萬元。受COVID-19疫情影響，市場規模有所下降。2021年，市場大幅回升，總投資額增長至人民幣266.6百萬元。其後，市場保持穩定增長，於2025年達至人民幣436.3百萬元。展望未來，2025年至2030年，市場規模預計按10.5%的複合年增長率增長，到2030年將達至約人民幣717.8百萬元。

2020年至2030年（估計）道路客運數字化及業務解決方案行業市場規模（中國）



資料來源：弗若斯特沙利文

中國道路客運數字化及業務解決方案的市場驅動力

AI驅動的跨產業數字化應用：近期，人工智能已成為數字化轉型的核心驅動力，為各產業的數字化升級提供基礎能力支援。AI與數字技術的深度整合，正推動各產業從基礎的線上業務處理，進化為具備智能決策、自動化營運及精細化管理的高階系統。領先的道路客運數字化及業務解決方案供應商，能夠運用其經驗與能力，服務更廣泛的產業領域，包括電力、能源、信息通信等。彼等能系統性地將其成熟的數字化框架、智能營運模式，以及在提升效率、安全與使用者體驗方面的產業最佳實踐，轉移並應用於其他產業的客戶身上。

行業概覽

提升運營效率的需求：在競爭激烈的道路運輸行業中，提升運營效率的需求是數字化及業務解決方案的重大市場驅動力。大數據分析、智慧調度系統及流程自動化等數字工具，均可讓企業優化車輛路線、精簡供應鏈管理，並確保符合安全法規。該等技術有助降低運營成本、提升服務質量及提高響應能力，令企業得以保持競爭優勢。

國家發展戰略驅動的需求：為實現「十五五規劃」中所提出完善現代綜合交通運輸體系的國家重大戰略目標，並加快落實「人工智能＋交通運輸」實施意見，道路運輸不僅要在交通基礎設施互聯互通方面，還要在交通管理及服務水平數字化的更高要求方面發揮先導作用。必須充分利用信息技術及人工智能技術，以增強國家、地區及不同運輸方式間運營、管理及服務的協同效益，並通過信息互聯及共享促進交通的便利性及整合。

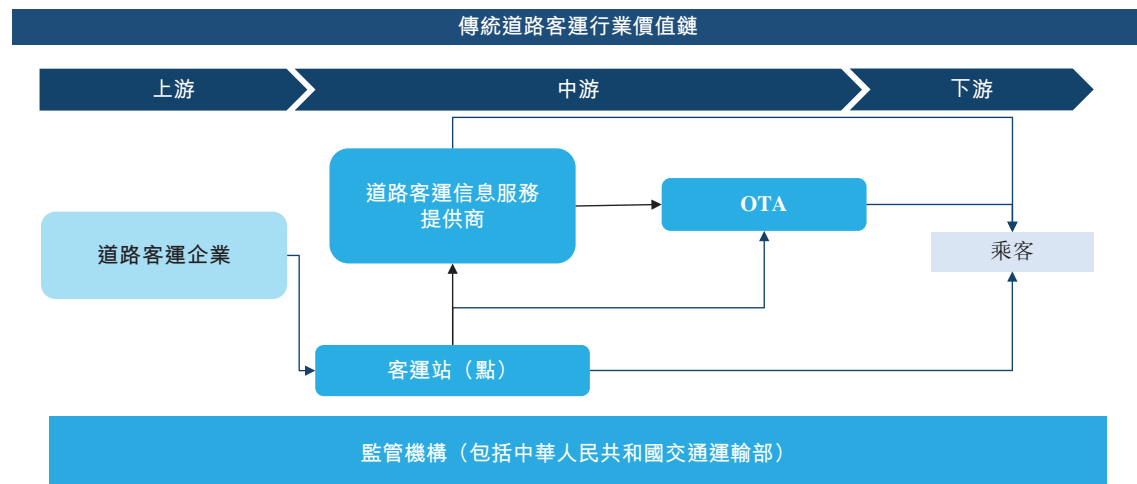
中國道路客運產業概覽

道路客運的定義及分類

道路客運服務是指以客運車輛運送乘客、提供公共服務的商業性道路客運活動，包括班車（加班車）客運、包車客運和旅遊客運。定制客運是指一種運輸服務模式，持牌客運企業利用網絡平台發佈上下旅客地點信息、開展線上售票、按照旅客需求靈活確定發車時間並提供運輸服務。傳統道路客運指不包括定制道路客運的道路客運服務。

價值鏈分析

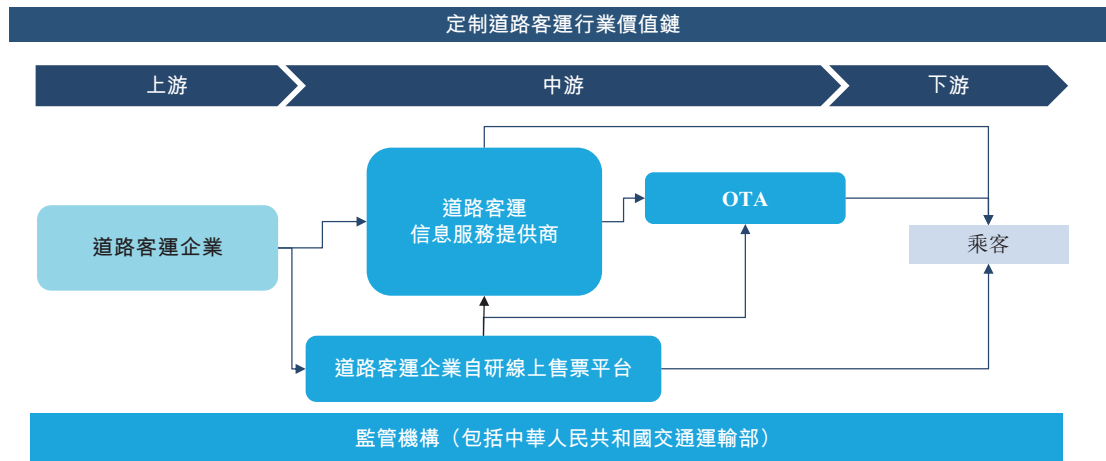
上游主要包括道路客運企業。中游包括道路客運信息服務提供商，其作為連接道路客運企業和主要銷售渠道的關鍵角色。中游還包括其他票務代理，如OTA及客運站（點），而其具有多種功能，如方便乘客集散、提供票務服務、組織運輸業務等。



與傳統道路客運行業類似，定制道路客運行業的上游包括道路客運企業，而下游包括乘客。值得注意的是，根據《道路旅客運輸及客運站管理規定》的規定，定制道路

行業概覽

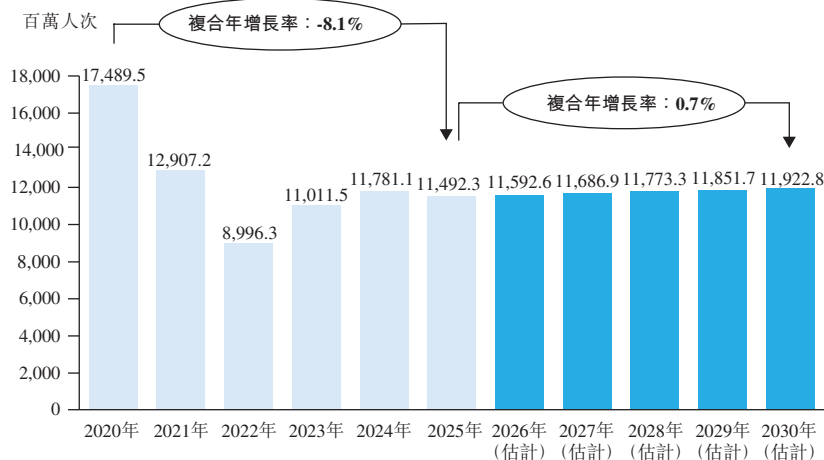
客運行業依賴電子商務平台發佈道路乘客運輸路線、目的地等有關信息，以及開展網上售票。



中國道路客運市場規模

2020年，COVID-19疫情嚴重影響了人們的出行，導致道路客運量從2020年的17,489.5百萬人次大幅減少至2022年的8,996.3百萬人次，但隨著疫情影響逐漸消退，經濟和消費者出行需求開始復甦，道路客運量自2023年起出現上升趨勢。2025年，受經濟活動恢復及消費者旅遊需求回升所帶動，中國道路客運量回升至11,492.3百萬人次。展望未來，隨著消費者旅遊需求持續強勁，預計整體市場將保持緩慢但穩定的復甦。預計2030年中國道路客運量將達到11,922.8百萬人次，自2025年起的複合年增長率為0.7%。

2020年至2030年（估計）按運量計道路客運市場規模（中國）



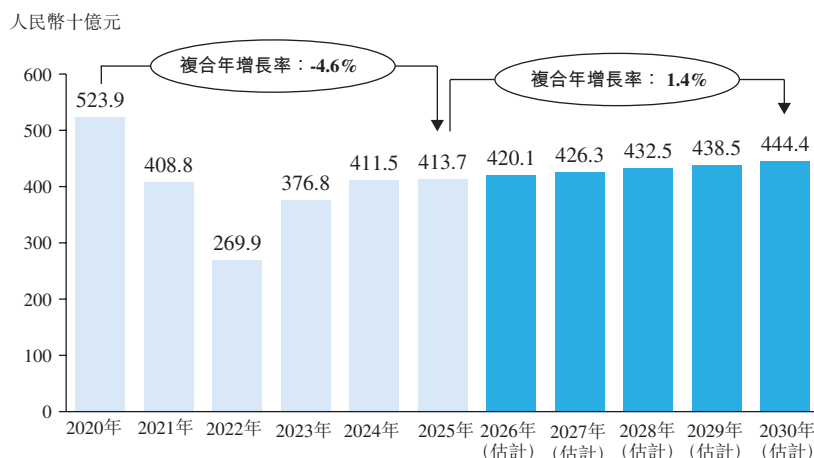
資料來源：國家統計局、交通運輸部及弗若斯特沙利文分析

附註：道路客運量包括班車及包車客運量、公交车及無軌電車城際與城鄉客運量，以及出租車（包括巡游出租車及網約車）城際與城鄉客運量。

就GTV而言，由於道路客運價格保持相對穩定，因此基本趨勢與道路客運量一致。2020年至2025年，中國道路客運市場的GTV由人民幣5,239億元減少至人民幣4,137億元，複合年增長率為-4.6%，主要由於COVID-19疫情期間的出行限制大幅降低了乘客流動性。預計未來，隨著經濟復甦和增長帶動道路客運量回升以及平均票價的漲幅，道路客運市場的GTV亦將持續增長，於2030年達到人民幣4,444億元，自2025年起的複合年增長率為1.4%。

行業概覽

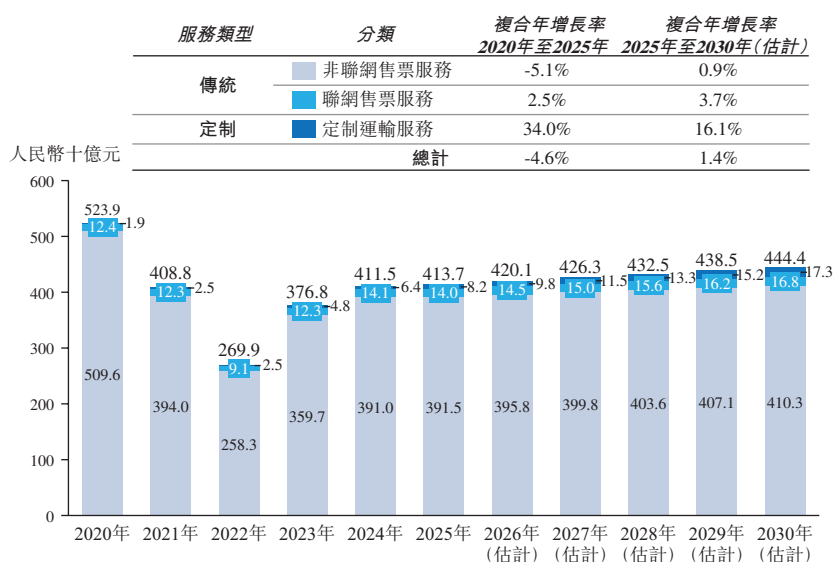
2020年至2030年（估計）按GTV計道路客運市場規模（中國）



資料來源：國家統計局、交通運輸部及弗若斯特沙利文分析

按服務類型劃分，道路客運市場包括傳統道路客運及定制道路客運。傳統道路客運提供非聯網售票服務及聯網售票服務。同時，定制道路客運僅通過互聯網提供定制化運輸服務。近年定制客運服務增速高於傳統客運，出行便捷性與舒適度更佳，備受消費者青睞。監管機關亦陸續出台多項政策，扶持該行業發展。2020年至2025年，定制運輸服務市場GTV由人民幣19億元增至人民幣82億元，複合年增長率為34.0%。同期，聯網售票服務市場GTV由人民幣124億元升至人民幣140億元，複合年增長率為2.5%，而非聯網售票服務市場GTV由人民幣5,096億元回落至人民幣3,915億元，複合年增長率為-5.1%。展望未來，定制運輸服務市場規模將穩步擴張，預計2030年GTV達人民幣173億元，自2025年起的複合年增長率為16.1%。同期，聯網售票服務市場GTV預計增至人民幣168億元，自2025年起的複合年增長率為3.7%，而非聯網售票服務市場GTV預計為人民幣4,103億元，複合年增長率為0.9%。

2020年至2030年（估計）按GTV計道路客運市場規模（中國）（按服務類型劃分）



資料來源：國家統計局、交通運輸部、弗若斯特沙利文分析

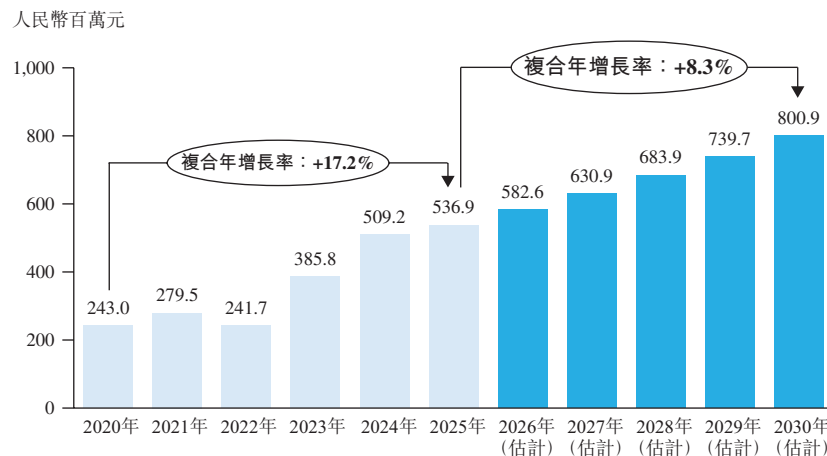
行業概覽

中國道路客運信息服務市場規模

近年來，中國道路客運信息服務市場經歷快速增長，這主要歸因於聯網售票平台的廣泛採用以及交通領域數字技術的整合。聯網售票提供的便利性和可及性引起消費者的共鳴，導致對相關信息服務的需求大幅增加。

2020年至2025年，中國道路客運信息服務市場由人民幣243.0百萬元增長至人民幣536.9百萬元，複合年增長率為17.2%。展望未來，道路客運信息服務市場預計將達到人民幣800.9百萬元，自2025年起的複合年增長率為8.3%。此擴張主要受幾個關鍵因素驅動。首先，公路客運市場中的線上票務服務（包括定制客運服務及聯網售票服務）預計將保持穩定增長，2025年至2030年的複合年增長率預估為9.0%，相較之下，2020年至2025年的複合年增長率為9.2%。該增長主要是由於出行限制解除後的出行需求增加，驅動客運行業的復甦。此外，按需提供及靈活路線等定制客運服務的日益普及亦有重大貢獻，因為該等服務主要透過在線平台預訂。此外，在智能手機的廣泛使用及數字支付便利化的推動下，數字售票的滲透率不斷上升，更加速傳統線下售票轉向線上平台。其次，在增強用戶體驗及道路客運企業盈利能力的增值服務擴展的推動下，道路客運信息服務提供商的接單率預計將穩步增加。該等綜合因素推動中國道路客運信息服務市場的強勁持續增長。

2020年至2030年（估計）道路客運信息服務市場（中國）



資料來源：弗若斯特沙利文分析

中國道路客運信息服務市場的市場驅動力

道路客運企業需求不斷增加：由於規模有限、分散性及信息技術能力不足，道路客運企業面臨重大挑戰。近期道路客運量的下降進一步加劇這些企業面臨的經營困難，使其陷入資金緊張的狀態。鑒於這些情況，道路客運企業亟需提升其數字化能力並尋求專精於提供定制技術解決方案的道路客運信息服務提供商的協助。

道路客運行業的聯網售票率低：目前，與其他城際客運方式相比，道路客運聯網售票率相對較低。舉例而言，道路客運聯網售票率由2020年的2.7%增加至2025年的5.4%，而2025年鐵路客運及民航客運的聯網售票率已接近90%。然而，隨著越來越多的乘客感受到聯網售票的便利及優勢，道路客運信息市場對數字化解決方案及服務的需求可能會不斷增長。

行業概覽

有利的政府政策：近年來，政府出台一系列支持道路運輸行業發展的政策，特別是為定制客運服務健全發展提供有力的政策保障。舉例而言，交通運輸部於2025年發佈《完善現代化綜合交通運輸體系》的指導意見，旨在推動高質量道路客運服務的供給，並提升更靈活及定制化運輸服務產品的專業水平。同年，交通運輸部印發的《農村公路提升行動方案》強調發展完善的交通運輸網絡，並改善農村地區的道路客運服務。這些政策鼓勵企業優化運輸服務模式，支持發展定制客運服務，推動企業根據市場需求提供個性化、靈活的運輸服務。

旅遊市場快速發展：國內旅遊市場的快速增長帶動城際出行需求大幅增加。隨著旅遊業持續蓬勃發展，大量乘客於城市間往來，道路客運成為滿足其出行需求的重要交通方式。為緊抓旅遊業創造的市場機遇，道路客運企業必須提升其服務質量，以滿足不斷增長的城際出行需求，而這又將刺激道路客運信息服務市場的增長。

農村市場的潛力：近年來，中國大量的政府投資投入農村公路擴建（以「村村通」項目為代表），對加快社會主義新農村建設、推動農村地區的快速及穩健社會經濟增長及促進城鄉一體化發揮重要作用。交通運輸部數據顯示，中國農村公路總里程已由2020年的4.4百萬公里增長至2025年的4.7百萬公里，複合年增長率為1.3%。隨著道路基礎建設不斷成熟，道路客運行業將繼續受益於該等發展。

中國道路客運市場的市場挑戰

信息化程度低：相較於鐵路及民航行業，道路客運業在信息化及智能發展方面明顯落後，使為乘客提供便利及優質的服務具有挑戰性。此外，行業缺乏創新的驅動力，且未能以獨特服務及差異化的產品吸引年輕人。該等因素可能導致道路客運業失去在現代運輸系統中的競爭力。

傳統道路運輸未能滿足多元化需求：隨著經濟發展及生活水平的改善，乘客的出行需求越來越多元化及個性化。然而，傳統道路客運服務很難在靈活性、舒適度及便利度方面滿足該等需求。

綜合出行服務不足：目前，中國客運市場分為城際和城市內出行服務，提供統一體驗的平台很少。雖然乘客可以從多種網約車選擇中進行城市內出行，而城際大巴車或火車服務則可用於長途出行，但仍缺乏平台將這些服務結合成統一端到端解決方案。

競爭格局

按2025年GTV計，本公司在中國網約車服務市場排名第13。

於2025年，中國道路客運數字化及業務解決方案行業的市場參與者數目超過100家。截至2025年12月31日，本公司共承接17個省、自治區及直轄市的省級道路客運數字化項目，且按省級數字化項目數量計算，本公司是中國道路客運市場最大的數字化及業務解決方案提供商。

按2025年銷售車票數量及GTV計，本公司是中國最大的城際道路客運信息服務提供商。中國道路客運信息服務市場相對分散，按銷售車票數量計，前三大參與者佔總市場份額約33.2%。2025年，中國道路客運信息服務行業的市場參與者數目超過50家。

行業概覽

2025年按銷售車票數量及GTV計前三大道路客運信息服務提供商排名（中國）

排名	公司	身份或背景	銷售車票數量 (百萬張)	GTV (人民幣十億元)
			2025年	2025年
1	本公司	/	76.6	3.2
2	公司A	公司A成立於2015年，為非上市公司，總部位於蘇州，主要專注於提供道路客運信息服務。該公司擁有完善的出行服務體系，包括城際及城內出行的多種客運服務。	58.6	2.6
3	公司B	公司B成立於2010年，為新三板上市公司，總部位於成都，主要專注於票務代理服務、車輛代理服務以及智慧交通基礎設施的開發。	34.8	1.3
		其他	342.7	15.1
		總計	512.7	22.2

資料來源：公司數據由本公司提供、弗若斯特沙利文

按2025年聯網售票服務銷售車票數量及GTV計算，本公司在中國傳統道路客運信息服務市場排名第一，市佔率分別為14.8%和17.1%。中國傳統道路客運信息服務市場相對分散，按銷售車票數量計，前三大參與者佔總市場份額約35.0%。2025年，中國傳統道路客運信息服務行業市場參與者數目超過50家。

2025年按聯網售票服務銷售車票數量及GTV計
前三大傳統道路客運信息服務提供商排名（中國）

排名	公司	身份或背景	銷售車票數量 (百萬張)	GTV (人民幣十億元)
			2025年	2025年
1	本公司	/	51.3	2.4
2	公司A	公司A成立於2015年，為非上市公司，總部位於蘇州，主要專注於提供道路客運信息服務。該公司擁有完善的出行服務體系，包括城際及城內出行的多種客運服務。	40.3	1.9
3	公司B	公司B成立於2010年，為新三板上市公司，總部位於成都，主要專注於票務代理服務、車輛代理服務以及智慧交通基礎設施的開發。	29.3	1.1
		其他	224.6	8.6
		總計	345.5	14.0

資料來源：公司數據由本公司提供、弗若斯特沙利文

按2025年銷售車票數量及GTV計，本公司在中國定制道路客運信息服務市場排名第一，市佔率分別為15.1%和10.0%。中國定制道路客運信息服務市場相對分散，按銷售車票數量計，前三大參與者佔總市場份額約29.4%。2025年，中國定制道路客運信息服務行業市場參與者數目超過50家。

2025年按銷售車票數量及GTV計前三大定制道路客運信息服務提供商排名（中國）

排名	公司	身份或背景	銷售車票數量 (百萬張)	GTV (人民幣百萬元)
			2025年	2025年
1	本公司	/	25.3	823.6
2	公司A	公司A於2015年成立，為非上市公司，總部位於蘇州，主要專注於提供道路客運信息服務。該公司擁有完善的出行服務體系，包括城際及城內出行的多種客運服務。	18.3	674.7
3	公司B	公司B於2010年成立，為新三板上市公司，總部位於成都，主要專注於票務代理服務、車輛代理服務以及智慧交通基礎設施的開發。	5.5	225.5
		其他	118.1	6,519.1
		總計	167.2	8,242.9

資料來源：公司數據由本公司提供、弗若斯特沙利文