

行業概覽

本節及本文件其他章節提供的若干資料來自政府官方出版物、其他公開可得來源以及我們委託獨立全球諮詢公司弗若斯特沙利文編製的市場研究報告（「弗若斯特沙利文報告」）。我們相信本節及本文件其他章節的資料來源為有關資料的適當來源，並在摘錄及複製有關資料時已採取合理的謹慎措施。我們並無理由相信有關資料屬虛假或具誤導性或遺漏任何部分而導致有關資料屬虛假或具誤導性。我們、聯席保薦人、[編纂]、[編纂]或參與[編纂]的任何其他人士或我們或彼等任何各自的董事、高級職員或代表並無獨立核實來自官方政府來源的資料，亦無就其準確性發表任何聲明。因此，閣下不應過分依賴該等資料。有關與我們行業有關的風險的討論，請參閱「風險因素－與我們業務及行業有關的風險」。

中國出行行業概覽

出行是人們日常生活中不可缺少的一部分，蘊含龐大商機。中國作為全球第二大經濟體，擁有全球第二多的人口，且人口稠密的城市眾多，造就了現今最大的出行市場，2024年的市場規模達到人民幣8.0萬億元。

中國的出行行業包括多種不同類型的交通工具，用於個人交通出行。公共交通（如公共汽車和軌道交通）便於群眾多人乘坐，傳統出租車便於自主單程出行，共享出行在無需擁有車輛的情況下提供便捷出行服務，私家車隨時隨地滿足個人交通需求，也有其他不同價位的交通方式滿足消費者各種出行需求（如兩輪車）。

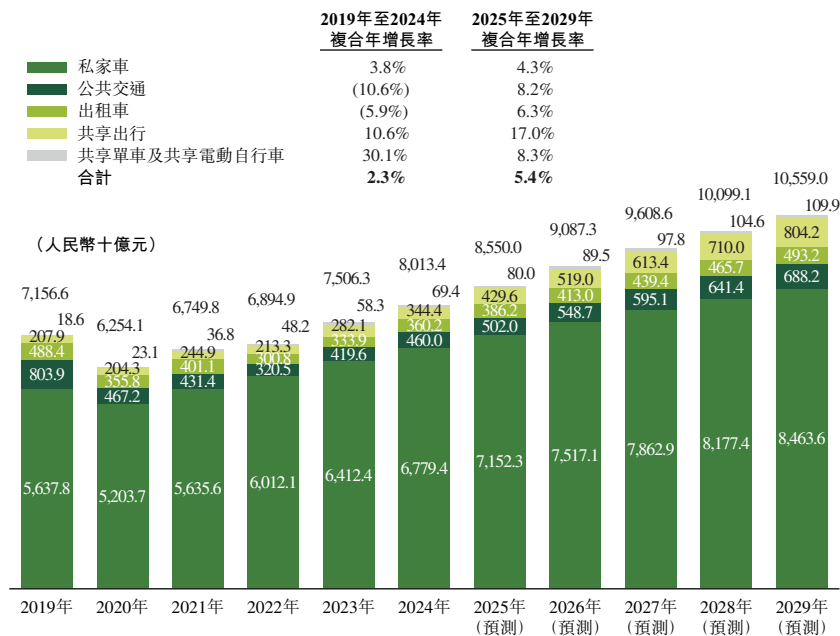
中國出行市場的規模由2018年的人民幣6.9萬億元增長至2019年的人民幣7.2萬億元。於2020年至2022年，由於COVID-19疫情，消費者的出行需求下降，從而對出行市場的增長造成影響。儘管COVID-19疫情帶來負面影響，中國出行市場的規模僅由2019年的人民幣7.2萬億元輕度下降至2022年的人民幣6.9萬億元。

隨著經濟從COVID-19疫情影響中復甦，中國的出行市場迎來強勢反彈，從2022年增長8.9%至2023年的人民幣7.5萬億元。市場規模再進一步增長至2024年的人民幣8.0萬億元。自2025年起，在下沉城市消費者對出行需求日益增加、消費者對純電動汽車的偏好不斷上升及商業活動復甦的推動下，預期中國的出行市場將由2025年的人民

行業概覽

幣8.6萬億元增加至2029年的人民幣10.6萬億元，複合年增長率為5.4%。尤其是，於2025年至2029年，共享出行在不同出行方式中預期增長最快。

中國出行行業的市場規模，2019年至2029年（預測）



資料來源：弗若斯特沙利文、中國交通運輸部及中國汽車工業協會

附註：

- (1) 私家車的市場規模由合計消費者在購買車輛、能源補給、保險、保養及停車方面的支出計算得出。

中國共享出行市場概覽

市場規模龐大並具有高增長潛力

共享出行允許用戶在不擁有車輛的情況下享受個性化出行服務，在擁有私家車與公共交通之間創造了一種混合模式。正因如此，與擁有私家車相比，共享出行可減輕城市交通擁堵，降低每公里出行成本，且與公共交通相比，共享出行便捷高效，能夠提升出行體驗。

中國的共享出行方式包括網約車和順風車。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。順風車則指代私家車車主提前在線上分享他們即時的行程信息，讓其他有相似行程的人加入，實現共享出行。

行業概覽

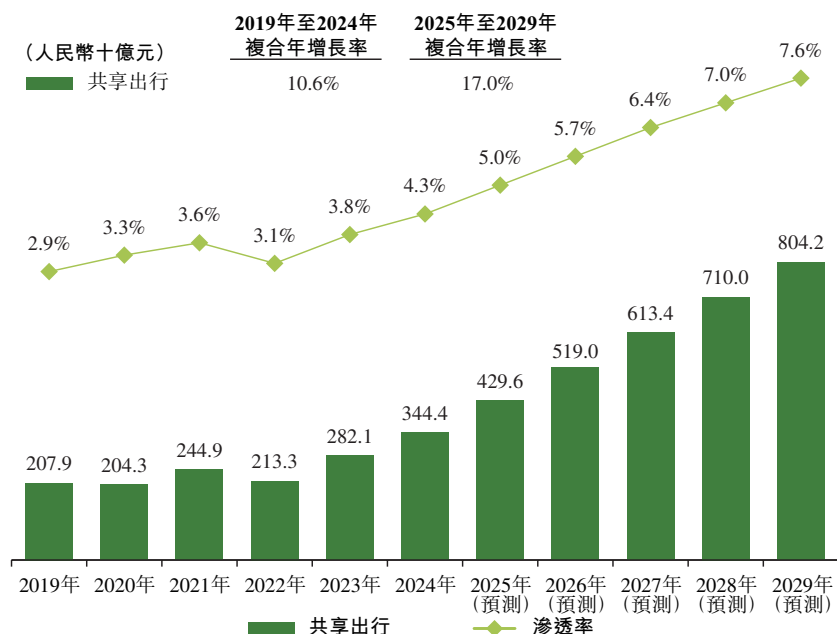
中國是一個極大受益於共享出行的獨特市場。中國有大量人口稠密的城市，人口密度對現有出行基礎設施構成挑戰，催生出對出行解決方案進行升級的需求。例如，中國各地許多地方政府限制所擁有的車輛數量或限制車輛僅可在一週中某些日子駕駛，以改善交通狀況及空氣質量。許多城市出現停車位短缺的情況。此外，隨著持續城鎮化加速及消費升級，中國消費者對出行體驗的要求越來越高。另外，私家車在中國主要用於日常通勤，且經常長時間停放，2024年中國私家車的平均利用率低於30%，令資源嚴重浪費。因此，成本低及服務質量較高的共享出行在中國擁有巨大商機。

共享出行行業的快速發展亦為傳統出租車行業的數字化轉型帶來了各種政府優惠政策的支持。相關政策促進了出租車及網約車服務的共同發展，推動傳統出租車與網約車模式的融合，減少出租車閒置時間、提高出租車經營效率並改善乘客體驗。領先的共享出行服務供應商正在將傳統出租車接入其平台，並推廣出租車網約解決方案，而傳統出租車行業亦正尋求服務產品的升級。此外，作為傳統出租車和網約車服務共同發展的一部分，出租車公司需要將車隊現代化。這涉及購買配備智能化功能及旨在優化車輛TCO並增強乘客體驗的定制車。出租車車隊的更換過程為專門開發該等定制車的公司提供重大機遇。出租車服務升級及網約車服務創新的融合預計將進一步刺激中國共享出行行業的增長。

儘管中國的共享出行市場已具有龐大市場規模，但仍存在巨大的增長空間。2025年至2029年，在消費者對高性價比的出行選擇需求不斷增加以及共享出行在下沉城市日益普及的推動下，預期共享出行在出行行業中的滲透率（將共享出行的GTV除以特定期間的出行GTV計算）將由2024年的4.3%大幅增至2029年的7.6%。由於共享出行在整體出行行業中所佔的份額不斷增加，預期中國共享出行市場的規模將由2025年大幅增長至2029年的人民幣8,042億元，複合年增長率為17.0%，與COVID-19疫情爆發前2016年至2019年21.1%的複合年增長率增長相當。

行業概覽

中國共享出行行業的市場規模，2019年至2029年（預測）



資料來源：弗若斯特沙利文、中國交通運輸部及中國汽車工業協會

中國共享出行市場的發展趨勢

流量分散化

經過多年發展，中國共享出行市場已從由單一參與者主導市場轉變為用戶流量分配更為分散的市場。八年前，近90%的網約車完成訂單總數由中國最大的共享出行服務提供商產生。現時的用戶流量則較為分散：最大共享出行服務提供商已完成訂單佔總數的約70%。

用戶流量分散部分歸因於聚合平台的興起。聚合平台包括地圖導航類應用程式及本地生活服務類應用程式，如高德、美團、騰訊出行及百度地圖等，將用戶流量整合及引導至出行服務提供商。2019年至2024年，通過聚合平台完成的網約車訂單比例由7.0%上升至31.0%，預期於2029年將進一步上升至53.9%。

聚合平台的興起為處於發展初期的出行服務提供商帶來了增長空間，因為即使不具備最大參與者所享有的規模和網絡效應，他們亦能夠以高質量服務吸引和留住用戶。

行業概覽

監管完善

近年來，中國共享出行市場迅速發展，監管要求日益嚴格。出行服務提供商及聚合平台在提供共享出行服務的司機、車輛和在線平台等方面須遵守多層合規要求。

目前，由於取得所需許可證及牌照存在諸多實際困難，故並無主要共享出行服務提供商達到100%合規率。隨著時間推移，共享出行市場的競爭態勢已從爭奪需求端用戶流量轉變為爭奪供給端合規車輛及司機。

缺乏合規司機及車輛是導致共享出行市場在2019年至2024年增長放緩的部分原因，原因是鑒於監管要求日益嚴格，出行服務提供商承擔的合規成本不斷增加。隨著市場開始獲得更多合規司機及車輛，共享出行市場有望進一步擴大。此外，主要由於不合規及安全問題以及COVID-19的影響，近年來順風車市場的增長空間有限。網約車已成為整個共享出行市場增長的主要驅動力。

出行運營車輛

出行運營車輛特徵

出行運營車輛包括用於共享出行及傳統出租車服務的車輛，與私家車在許多方面有所不同。首先，與私家車相比，出行運營車輛的折舊速度往往更快，從而加快了更換週期，並創造了對新車需求的持續增長。其次，中國多個地方政府機關頒佈了有關合規標準，要求出行運營車輛滿足若干特定的參數標準，包括座位數目、衛星定位裝置安裝、軸距要求。因此，市場對符合該等合規標準的出行運營車輛的需求日益增加，而專為滿足中國各地政府機構對車輛參數要求而設計的定制車的需求亦日益增加，因其能更好的滿足該等合規標準。最後，近期的趨勢表明，大量出行運營車輛由企業（包括共享出行服務提供商及出租車服務提供商）而非個人購買。於2024年，85.4%的出行運營車輛由企業購買。

共享出行運營車輛的TCO比較

在共享出行價值鏈中，車輛TCO是影響司機收入及出行服務提供商盈利能力的最大成本組成部分。於2024年，車輛TCO佔司機平均總收入約55%。降低車輛TCO已成為提高司機收入水平及出行服務提供商盈利能力的關鍵。

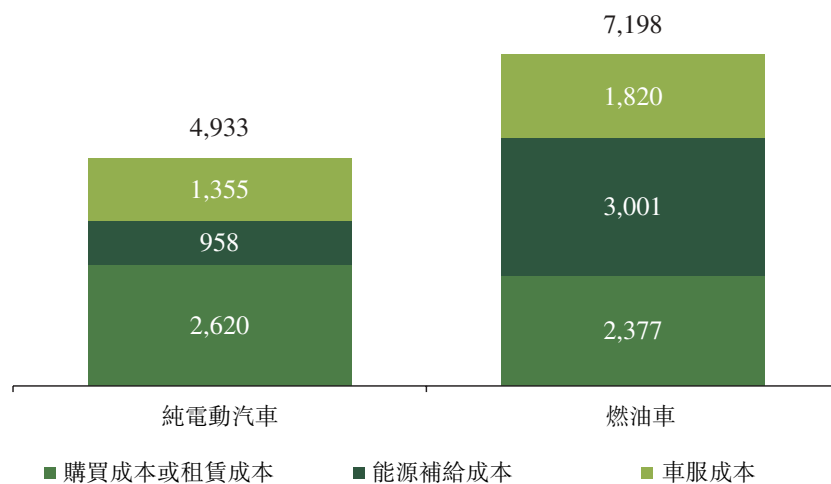
行業概覽

車輛TCO包括(i)購買成本或租賃成本、(ii)能源補給成本，及(iii)車服成本。購買成本或租賃成本於其使用壽命內平均分配。能源補給成本計量與加油、充電或換電相關的直接成本。車服成本包括保險成本及維護保養成本。

共享出行中使用的車型種類繁多。純電動汽車的車輛TCO通常遠低於燃油車。純電動汽車的TCO較低，主要是由於電價較低及純電動汽車的車身結構較為簡單，因此其能源補給成本及維護成本較低。然而，純電動汽車的購買成本通常高於燃油車，原因是純電動汽車的研發成本仍然相對較高。隨著電池技術不斷改進及純電動汽車製造商的規模經濟效益不斷提高，預期生產純電動汽車的平均邊際成本將繼續下降，從而進一步降低純電動汽車的購買成本。此外，除了節省TCO，換電的純電動汽車能為司機帶來其他好處，包括縮短能源補給所需時間從而換取更多的運營時間，以及通過車電分離來降低初始購買價。

考慮中國各類專車出行服務中多種最常用的車型，下圖載列在車輛購買模式下燃油車、純電動汽車之間的車輛TCO構成的說明性比較。

共享出行所用車型的每月TCO比較

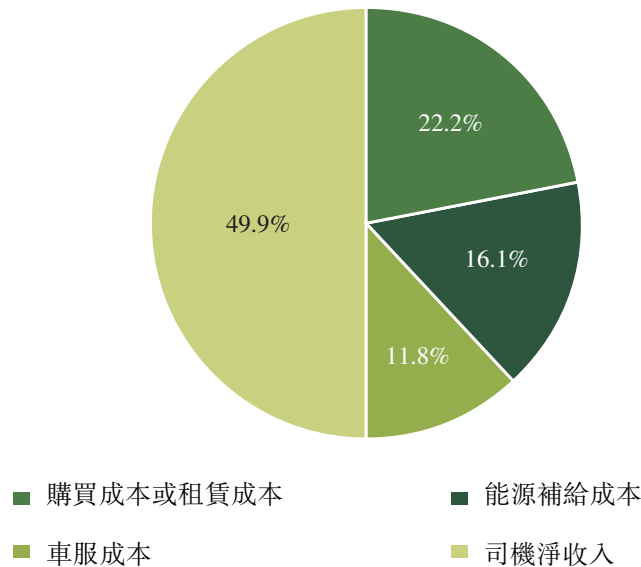


資料來源：弗若斯特沙利文、中國交通運輸部

行業概覽

考慮中國共享出行服務中最常用的純電動汽車車型，下圖進一步載列按TCO及淨收入劃分的純電動汽車司機總收入的說明性明細：

共享出行行業純電動汽車司機按TCO及淨收入劃分的總收入明細



資料來源：弗若斯特沙利文、中國交通運輸部

本公司的楓葉80V及曹操60被認為是共享出行服務中最具成本效益的兩個車型。楓葉80V及曹操60的估計TCO分別為每公里人民幣0.53元及每公里人民幣0.47元，兩者均配備換電功能。下表進一步載列楓葉80V、曹操60及其他典型出行運營車型的TCO比較：

	楓葉80V	曹操60	定制純 電動汽車 (換電式)	純電動 汽車 (充電式)	燃油車
續航里程(公里)	600,000	600,000	600,000	497,000	560,000
攤銷每月購買成本(人民幣元)	1,629	1,482	2,498	2,742	2,377
每月能源補給成本(人民幣元)	976	928	928	987	3,001
每月車服成本(人民幣元)	716	545	1,427	1,284	1,820

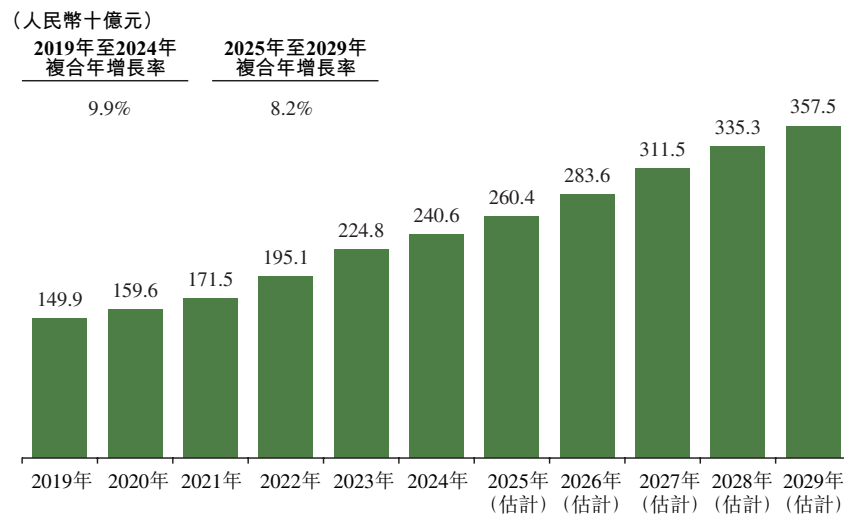
資料來源：弗若斯特沙利文、中國交通運輸部

行業概覽

出行運營車輛銷售的市場機遇

以用於出行服務的車輛總銷量計，出行運營車輛的銷售市場近年來出現大幅增長，且預計該上升趨勢將保持增長勢頭。出行運營車輛銷售的市場規模由2019年的人民幣1,499億元增至2024年的人民幣2,406億元，預計將以8.2%的複合年增長率從2025年的人民幣2,604億元進一步增長至2029年的人民幣3,575億元。

中國出行運營車輛銷售的市場規模，2019年至2029年（估計）



資料來源：弗若斯特沙利文、中國國家統計局、中國交通運輸部及中國汽車工業協會

出行運營車輛銷售成功的關鍵之處在於有機會觸達出行服務的司機，因為該等司機本質上是出行運營車輛的潛在客戶及終端用戶。擁有大量出行服務司機的共享出行服務提供商具有天然優勢，使此類共享出行服務提供商在出行運營車輛銷售市場中佔據有利位置。

中國共享出行市場的挑戰

用戶端－面對價格與體驗的兩難選擇

目前，中國共享出行市場的兩種主要服務類型為快車和專車，而用戶往往面對價格與體驗的兩難選擇。缺乏高性價比且始終如一的高質量的智能乘車體驗仍然是用戶的主要痛點。

行業概覽

儘管專車服務通常提供卓越的用戶體驗，但其高收費令其於共享出行市場的滲透率較低。另一方面，快車出行服務目前擁有眾多質量不一的車型。目前，單是中國最大共享出行服務提供商便已使用超過200種不同的快車車型來提供快車出行服務。由於車型繁多，可能無法保證用戶每次均能獲得一致的網約車體驗。

司機端－高昂的車輛TCO及欠缺對司機的關注

平均來看，車輛TCO佔司機總收入約55%。高昂的車輛TCO阻礙了司機增加淨收入。這情況往往導致共享出行服務提供商的司機留存率較低，為行業帶來巨大挑戰。

按月攤銷的購買成本或每月租賃成本是車輛TCO的最大組成部分。司機通常沒有渠道選擇擁有相當低TCO的出行運營車型，從而限制了他們實現成本效益的能力。

無論司機駕駛燃油車或純電動汽車，司機的能源補給成本相當高，長時間運行的兩種出行運營車輛通常需要每天補能1.1次。該等補給需求導致傳統燃油車的汽油成本高昂。同時，與只需要添加汽油的燃油車相比，純電動汽車需要更長的時間才能充滿電。充電時間亦意味着為低經營效率。此外，儘管部分純電動汽車的能源補給成本較燃油車低，但純電動汽車的耐用性通常大幅較低，這是司機在選擇車輛時最關注的。

車輛TCO的另一個主要組成部分是車服成本，包括保險及維護保養成本。司機的保險成本指保險公司收取的保險費用，並取決於該汽車司機就相關損害承擔法律責任的車輛事故頻率及事故嚴重程度。此外，汽車維護保養服務通常需要大量的停機時間，而這並非司機所能控制。汽車維修店亦通常缺乏定價透明度及服務質量保證。該等因素顯著提高司機的運營成本。

於2024年，中國共享出行司機平均每個工作日在車內工作時間約10小時。傳統車輛通常缺乏對司機健康和便利性關注，例如司機座椅通風、可調節護腰、主駕休息模式及熱力圖以支持接單等定制化功能。

行業概覽

對共享出行服務提供商而言－高昂的合規成本及合規司機和車輛短缺

共享出行服務提供商亦面對合規成本高昂及合規司機和車輛短缺的問題，原因是對行業的監管審查日益嚴格。2024年，整個行業的平均訂單合規率約為69%。

中國共享出行市場的主要增長動力

供給端

定制車

定制車的加大部署預期將推動中國共享出行市場的擴張。

傳統上，車輛是為了供車主使用和體驗而設計。然而，共享出行中使用的車輛的首要條件是必須迎合司機及乘客的剛需。共享出行服務中的司機將車輛視為生產工具，優先考慮生產力，而不是為私家車主個人體驗而設計的功能。因此，傳統車輛的TCO往往很高，無法為司機帶來成本效益，也無法為乘客帶來滿意的體驗，因此不適合共享出行。

另一方面，定制車的TCO顯著降低，可以提高司機的收入，並為網約車平台創造盈利空間。定制車旨在滿足司機和乘客的實際需求，並改善共享出行服務提供商的經營效率。定制車通常不僅集成座椅加熱和額外腿部空間等功能，以改善司機和乘客的體驗，亦集成智能座艙功能和應用程序連接等先進技術。通過專注於共享出行的定制功能，精簡冗餘功能，定制車為司機提供物有所值的選擇，並為乘客提供滿意的乘坐體驗，推動共享出行行業的發展。

純電動汽車

與傳統燃油車相比，純電動汽車具成本效益及環保性，有望日後在共享出行中發揮核心作用。傳統燃油車的每公里成本為人民幣1.2元，而純電動汽車的每公里成本為人民幣0.8元。純電動汽車在車服方面更具成本效益。市場越來越多採用純電動汽車將為提高司機的收入留出更多空間，從而吸引更多司機並提高司機的留存率。換電模式的純電動汽車的車輛TCO進一步得到改善。車輛可通過減少充電所需的等待時間來提高司機的生產力。

行業概覽

整體而言，市場已加快採用純電動汽車。中國的純電動汽車銷量由2019年的1.0百萬輛汽車增至2024年的7.7百萬輛汽車，預測於2029年將進一步增至23.6百萬輛汽車。到2029年，估計所出售的所有新車輛中將有61%為純電動汽車，而2024年則為25%。

於2024年，共享出行市場中約35%的運營車輛為傳統燃油車，而2024年開始在共享出行市場投入運營的車輛中近80%為純電動汽車。憑藉純電動汽車在能源補給成本方面的顯著優勢，預期純電動汽車日後以更快的速度取代燃油車。

自動駕駛

長遠而言，自動駕駛預期將推動中國共享出行市場的結構化轉型。

從長遠來看，隨著自動駕駛技術變得更加先進及被廣泛採用，搭載自動駕駛技術的乘車服務對消費者而言也將變得更加經濟實惠。此外，預期自動駕駛有助為共享出行市場提供更多合規及更具成本效益的車輛、提升用戶體驗及吸引更大的用戶群。

並非所有擁有自動駕駛技術的出行服務提供商均能夠實現自動駕駛的大規模商業化落地。然而，共享出行的自動駕駛成功商業化需要的不只是在軟件層面上的自動駕駛技術開發和使用。部署自動駕駛需要進行軟件技術與車輛硬件的全面整合。只有擁有強大車輛控制能力的出行服務提供商才能將自動駕駛技術完全整合到其平台上及在商業環境中提供大規模的服務。

共享出行平台與聚合平台之間的合作

通過提升用戶的出行體驗，聚合平台成為共享出行市場發展的關鍵驅動力。2019年至2024年，中國透過聚合平台完成的網約車訂單佔比由7.0%增長至31.0%，預計2029年將進一步增長至53.9%。聚合平台整合多個共享出行平台的資源，優化訂單匹配的準確性和效率，從而減少用戶等待時間並提高車輛利用率。具體而言，訂單響應時間（定義為從用戶下單到司機接受訂單的時間）在聚合平台上平均約為3分鐘，而在共享出行平台上則約為4分鐘。此外，乘客等待時間（即從司機接受訂單到乘客上車的時間）在聚合平台上平均約為6分鐘，而在共享出行平台上則約為8分鐘。相關指標顯示，聚合平台在訂單配對方面更為高效，並能縮短乘客的等待時間。同時，與聚合平

行業概覽

台合作有助共享出行平台降低運營成本、擴大市場份額並提高服務質量。通過共享出行平台和聚合平台之間的資源共享和合作，共享出行行業有望在未來實現可持續增長。

加快發放網約車經營牌照及許可證

隨著監管機構加快發放網約車服務牌照及許可證，共享出行行業有望迎來增長。由於共享出行服務的發展為居民創造了更多就業機會，於該行業孕育出靈活的就業模式，從而增加了就業機會。近年來，政府機關已頒佈多項政策支持快速擴張的合規共享出行服務，並多次建議簡化並優化網約車服務牌照及許可證的行政審批程序。因此，為司機和車輛頒發的許可證數量顯著增加，網絡預約出租汽車駕駛員證從2020年的2.9百萬增加至2023年的6.6百萬，而同期運輸證從1.1百萬增加到2.8百萬，複合年增長率分別為31.5%及35.6%。於部分城市（尤其是一二線城市），地方部門已實施動態調整機制來管理從事網約車服務的車輛數量，部分共享出行平台也因此通過收購擁有合規車輛的本地公司，來增加其合規車輛的數量。儘管如此，牌照及許可證的發放整體加速，強化了市場供給端，提高了共享出行平台的合規性、響應性和經營效率。尤其是，提高共享出行平台的合規性不僅可以加強乘客的信任和滿意度，還可以使共享出行平台更有效地管理風險並維護質量和安全標準。隨著越來越多的合規司機和車輛的加入，共享出行平台有望提供更加穩定高效的服務，滿足不斷增長的需求並推動行業增長。

需求端

從自持車輛到共享出行的模式轉變

與許多發達國家不同，在中國，共享出行是比自持車輛更具成本效益的選擇。對於大部分的人口而言，自持車輛的成本遠高於共享出行的成本，這使共享出行成為首選的交通方式。在中國許多城市，自持車輛的成本遠遠超出購買成本。尤其為改善交通狀況及空氣質量，中國許多地方政府限制所擁有的車輛數量或限制僅可在一週中特定日子駕駛。在中國部分一線城市，僅可通過抽籤或公開招標系統獲得車牌。許多城

行業概覽

市的停車位供應短缺，停車成本相當高。於2024年，在主流車輛使用共享出行的每公里成本為人民幣2.7元，比自持車輛的每公里成本人民幣4.5元少近40%。因此，物有所值的共享出行選擇可能代表著一種模式轉變，導致消費者放棄擁有私家車。

滲透到一、二線以外的下沉市場並觸達龐大的消費群體

共享出行市場因其覆蓋範圍擴大而加速增長，尤其是從一線城市擴展至二線及其他城市，主要受該等城市完善的共享出行基礎設施所帶動。這一趨勢突顯了共享出行服務在全國範圍內的吸引力，並使共享出行平台能夠觸達廣泛的消費群體，為市場注入新的活力。中國的一、二線以外的城市人口眾多，且正經歷持續的經濟發展及城市化，而交通選擇卻往往很有限。因此，一、二線以外的城市居民對便捷高效的出行選擇的需求日益增長。共享出行服務以其適應性、易用性及可負擔性而著稱，正日益成為該等城市的首選出行方式。近年來，大部分一、二線以外的城市的合規共享出行服務以快於全國平均的速度增長。例如，自2020年至2023年期間，海口及威海發出的運輸證數量分別以43%及56%的複合年增長率增加，高於同期全國平均數的35.6%。在此背景下，一、二線以外的城市通過應用程式預訂乘車的趨勢正在興起，證明了一、二線以外的城市外對個性化和按需出行解決方案的偏好日益增加。共享出行平台正在微調其產品和定價模式，以適應一、二線以外的城市的消費習慣，並採用本地化營銷策略來吸引更多客戶。

更佳的用戶體驗

近年，共享出行的普及率和使用率顯著提高。用戶可以享受共享出行帶來的便利、避免出現駕駛壓力，且共享出行提供多條不同價位的服務路線以滿足就用戶的特定需求。隨著市場上多個參與者的出現，用戶亦能夠以更具競爭力的價格享受服務。隨著時間推移，該行業越來越重視提升用戶體驗及提供物有所值的服務。特別是，出行服務提供商通過使用戶能夠在成本、舒適度和及時性等偏好方面進行優化，通過不斷改善用戶體驗，吸引更多用戶選擇共享出行，從而推動行業發展。

行業概覽

中國網約車市場的競爭格局

競爭格局概覽

共享出行市場由網約車及順風車組成。網約車是最大的細分市場，具有顯著的增長潛力，佔2024年共享出行總市場規模約90%。網約車服務提供商的競爭格局主要由一名參與者主導，以2024年的GTV計，其市場份額為70.4%，餘下市場份額由若干主要的參與者佔有。以2024年的GTV計，市場前五大參與者佔86.0%的市場份額。按GTV計，本公司於過去三年均一直位列中國網約車平台前三名。

按十億GTV劃分的中國領先市場參與者排名，2024年

公司	GTV (人民幣十億元)	按GTV計算的 市場份額
		(%)
公司A ⁽¹⁾	219.6	70.4
曹操出行	16.9	5.4
公司B ⁽²⁾	16.7	5.3
公司C ⁽³⁾	8.9	2.8
公司D ⁽⁴⁾	6.6	2.1
五大參與者的總市場份額	86.0%	

資料來源：弗若斯特沙利文

附註：

- (1) 公司A於2012年成立，總部位於中國北京，為出行技術平台。公司A在亞洲、拉丁美洲及澳洲提供網約車、網約計程車、順風車、司機服務、企業運輸服務、共享單車、共享電動滑板車、車輛保養、派送及支付服務。公司A的美國存託股份在OTC Pink市場掛牌。
- (2) 公司B於2019年成立，總部位於中國南京，為共享出行平台，主要在中國提供網約車服務。公司B為私人公司。
- (3) 公司C於2015年成立，總部位於中國北京，為提供出行服務的旅遊服務提供商，為中國主要線上旅行社(OTA)、航空公司、飯店及其他企業客戶提供服務。公司C為私人公司。
- (4) 公司D於2018年成立，總部位於中國上海，為在中國整合其母公司資源及技術的旅遊服務提供商。公司D為私人公司。

行業概覽

共享出行是高度屬地化的業務，體現在每個城市均為一個獨特市場，具有自身的一系列挑戰和機遇。這種地方性來自消費者偏好、基礎設施和市場競爭的變化。此方面強調了解和適應當地條件對於在共享出行行業運營取得成功的重要性。於2024年，按GTV計，本公司為2024年中國一、二線城市的三大網約車平台之一。

按2024年GTV劃分的中國一、二線城市領先市場參與者排名

公司	一線城市GTV (人民幣十億元)	二線城市GTV (人民幣十億元)
公司A ⁽¹⁾	48.3	81.2
曹操出行	6.0	9.8
公司B ⁽²⁾	3.9	11.0
三大參與者的總市場份額	85.4%	88.3%

資料來源：弗若斯特沙利文

附註：

- (1) 公司A於2012年成立，總部位於中國北京，為出行技術平台。公司A在亞洲、拉丁美洲及澳洲提供網約車、網約計程車、順風車、司機服務、企業運輸服務、共享單車、共享電動滑板車、車輛保養、派送及支付服務。公司A的美國存託股份在OTC Pink市場掛牌。
- (2) 公司B於2019年成立，總部位於中國南京，為共享出行平台，主要在中國提供網約車服務。公司B為私人公司。

資料來源

我們委託提供行業研究及市場策略，以及增長諮詢及企業培訓的獨立全球諮詢公司弗若斯特沙利文對中國共享出行行業進行詳細研究及分析。我們已同意就編製弗若斯特沙利文報告向弗若斯特沙利文支付人民幣600,000元的費用。我們從本節的弗若斯特沙利文報告以及「概要」、「風險因素」、「業務」、「財務資料」及本文件其他章節摘錄若干數據，以便向潛在[編纂]更全面地介紹我們業務經營所在的行業。

行業概覽

在編製弗若斯特沙利文報告的過程中，弗若斯特沙利文進行一手及二手研究，並獲取有關目標研究市場的知識、統計數據、資料及對行業趨勢的行業洞察。一手研究涉及訪談領先的市場參與者、提供商、客戶及獲認可的第三方行業協會等業內人士。二手研究則涉及審查公司報告、獨立研究報告及基於弗若斯特沙利文自身研究數據庫的數據。雖然弗若斯特沙利文已獨立核實數據，但其審查結論的準確性在很大程度上取決於所收集資料的準確性。弗若斯特沙利文的研究可能會被所用假設的準確性以及對一手及二手資料來源的選擇影響。

弗若斯特沙利文報告乃基於以下假設編製：(i)中國經濟獲政府利好政策及全球經濟復甦及其他因素支持，將以穩定速率增長；及(ii)預測期內中國社會、經濟及穩定政治環境將持續，這將確保中國共享出行市場的可持續及穩定發展。