

中国共享电单车行业发展现状研究与投资前景预测报告（2025-2032）

报告大纲

观研报告网

www.chinabaogao.com

一、报告简介

观研报告网发布的《中国共享电单车行业发展现状研究与投资前景预测报告（2025-2032）》涵盖行业最新数据，市场热点，政策规划，竞争情报，市场前景预测，投资策略等内容。更辅以大量直观的图表帮助本行业企业准确把握行业发展态势、市场商机动向、正确制定企业竞争战略和投资策略。本报告依据国家统计局、海关总署和国家信息中心等渠道发布的权威数据，以及我中心对本行业的实地调研，结合了行业所处的环境，从理论到实践、从宏观到微观等多个角度进行市场调研分析。

官网地址：<http://www.chinabaogao.com/baogao/202506/756404.html>

报告价格：电子版: 8200元 纸介版：8200元 电子和纸介版: 8500

订购电话: 400-007-6266 010-86223221

电子邮箱: sales@chinabaogao.com

联系人: 客服

特别说明：本PDF目录为计算机程序生成，格式美观性可能有欠缺；实际报告排版规则、美观。

二、报告目录及图表目录

前言：

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，市场投放量已经超过百万辆。不过，由于共享电单车属于重资产模式，导致企业盈利困难，如青桔单车2023年单车业务所在板块的净利润亏损仍超过50亿元。因此，近几年，我国共享电单车价格持续上涨，但这并不是长久之计，企业开始寻找其他盈利点。而随着产业持续降本、规模效应提升，其推广有望从政策、补贴依赖走向市场化应用落地，共享氢能电单车或将成为共享电单车企业未来发展方向关注点之一。

1、2015年共享单车横空出世，从神坛跌入破产

2015年，戴威自掏腰包采购200辆小黄车投放在北大校园，并在校园推出「共享计划」，向学生回收单车作为共享单车，拉开ofo共享单车的序幕。ofo的共享单车模式很快得到认可，并获得了第一笔900万的融资。ofo开始向全国20多个城市的200多所高校进行推广，在校园里积累了80万用户，日均订单达到20万，2016年10月，ofo正式走出校园，进军城市市场。2016年4月22日，摩拜单车正式上线，并在上海投入运营，9月1日正式进入北京。截至2016年11月，摩拜单车的月活跃用户量已达512万人。2016年11月，哈啰单车开始在杭州上线运营；2016年11月22日，小蓝单车于深圳召开发布会，落地运营。可见，2016年是共享单车的真正元年，百花齐放，百家争鸣。这也让资本们纷纷把目光投向了共享单车领域，都想从中分一杯羹，共享单车的竞争迅速进入白热化。

ofo背靠滴滴、小米、经纬中国、中信产业基金、云璟等资本大佬，而摩拜背后有腾讯、红杉资本、携程、华住酒店等资本的支持。一时间，免押金、免租金、一元骑活动层出不穷，烧钱速度令人咂舌，共享单车收费大部分为0.5元/半小时，甚至0.5元/小时。

烧钱并非长久之计，随着不断内卷的融资、投放产量过盛，共享单车的神话急剧破灭。例如，卡拉单车只上线20天，悟空单车仅创办5个月，摩拜最终卖身美团，ofo宣布破产。

2、共享两轮车是便捷、高效、安全的出行方式，对用户和社会具有双重价值

然而，近几年，共享电单车凭借其比共享单车更快捷、比出租车更经济的优势，一度成为中短途出行的重要选择。同时，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

资料来源：观研天下整理

3、受多方面因素驱动，我国共享电单车行业投放量超百万辆

同时，随着经济复苏，居民出行需求期望灵活化、便捷化的短途出行方式，并且共享经济和共享出行理念深入人心，这为共享电单车的社会应用推广奠定基础。随着我国通信基础设施建设，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，为共享电单车行业发展壮大提供了保障。

我国共享电单车行业发展驱动因素分析

资料来源：观研天下整理

在上述因素影响下，我国共享电动车行业投放量超过百万辆。数据显示，2024年底我国共享电单车投放量达713万辆，覆盖全国31个省级行政区，较2017年的17.5万辆增长近41倍。

数据来源：观研天下整理

4、活着的共享单车企业开始投靠美团、滴滴等巨头企业，但盈利难题难以破解

然而，在共享单车大洗牌后，摩拜、哈罗等纷纷投靠巨头企业。例如，2018年4月，美团以27亿美元对股指全资收购摩拜，后将摩拜更名为美团单车，以美团APP作为唯一入口；滴滴在收购小蓝单车后又推出自有品牌青桔单车，全面向滴滴APP倒流；哈啰虽然仍保持原团队独立运营，但高度依赖支付宝的流量。

中国共享电单车典型企业情况	典型企业	运营城市数	投放量（万辆）
青桔	700左右	120万左右	美团
美团	700左右	110万左右	哈啰
哈啰	500左右	140万左右	松果出行
松果出行	700左右	70万左右	小遛
小遛	100+	30万左右	

资料来源：观研天下整理

尽管如此，我国共享电单车行业仍然面临盈利难困境，其主要原因是其属于重资产模式，包括高昂的硬件折旧、维修及调度成本。据中国道路运输协会最新数据，全国投放运营共享单车的县级及以上城市超过400个，有效运营车辆数约为1490万辆，而共享单车整车制造成本约为每辆700-1500元，按照700元/辆计算，3家头部平台单车制造成本约104亿元，而共享单车的车辆使用周期，按各地交通委发布的规范一般为3年。

哈啰CEO杨磊曾表示，一辆单车每日运维成本为0.3元，每天每辆车的折旧成本是0.6元。按年计算，一辆共享单车的运维和折旧成本大概为365元，按1000万辆的投放量来看，就是36.5亿元。

数据显示，一辆共享电动车的平均生命周期约为18个月，在此期间可能需要4-6次大型维修，成本接近车辆价格的70%。同时，共享单车平台还需担负因政策规范带来的其他成本。在此背景下，我国共享电单车行业企业亏损持续扩大。根据数据显示，2020年，哈啰出行

亏损达11.34亿元，折旧费用24.73亿元，2018-2020年合计超过60亿，其中九成来自共享单车；美团2022年与2023年内共享单车所属的新业务经营由亏损283.79亿元收窄至201.66亿元；而青桔单车2023年单车业务所在板块的净利润亏损仍超过50亿元。

数据来源：观研天下整理

5、共享电单车价格持续上涨，未来发展之路在何方？

当盈利不达预期时，大部分资本会选择撤离，如蚂蚁集团对哈啰的注资从2019年的40亿元断崖式锐减至2023年的5亿元，并不断减持持股比例，美团和滴滴也纷纷削减对单车业务的投入。这就是在这种情况下，越来越共享电单车纷纷选择涨价。共享单车从2016年的免费试用、充值优惠，到起步价0.5元/半小时、1.5元/半小时、2元/半小时、再到至1.5元/15分钟、1.8元/15分钟，直到如今1.5元/10分钟，涨至1.8元/10分钟。从最开始的单次骑行0.5元/30分钟，涨至现在的最高3.8元/30分钟。甚至共享单车平台还区分周末及法定节假日、工作日来收费，甚至还因车型不同而有不同价格。

市场价格的上涨，也让不少用户选择其他出行方式，但成本则一直在上涨，所以共享电单车企业开始寻求其他盈利点来破。例如，哈啰宣布上线网约车业务，接入嘀嗒和首汽约车，随后又陆续上线顺风车业务以及包含旅行、餐饮等内容的本地生活业务，以及推出自主品牌哈啰电单车，再到将触角伸向金融领域，还打出“陪伴生活每一天”的新slogan。

那么我国共享电单车行业未来发展之路在何方？

当前绝大部分共享电单车采用的是锂电池。然而，2024年6月，工信部出台《锂离子电池行业规范条件（2024年本）》和《锂离子电池行业规范公告管理办法（2024年本）》，引导企业减少单纯扩大产能的制造项目，加强技术创新、提高产品质量、降低生产成本，并对电池、正极材料、负极材料、隔膜、电解液等产品性能具体要求进行了最新调整。

相较锂电，氢能两轮车在燃料扩散性、储能结构设计、热失控风险、逃生窗口时间等方面具备显著优势。而且，近年来，各地陆续发布氢能补贴相关政策，例如北京、克拉玛依、大连分别对加氢价格30、25、20元/kg及以下的加氢站进行运营补贴，氢能车经济性进一步提升。

。

远期来看，随着产业持续降本、规模效应提升，其推广有望从政策、补贴依赖走向市场化应用落地，这也将成为共享电单车企业未来发展方向关注点之一。根据数据，2024年我国共享氢能两轮车投放量为1万辆，市场规模达0.9亿元，市场渗透率为0.1%，预计2030年我国共享氢能两轮车投放量达70万辆，市场规模达35亿元，市场渗透率提升至10%。

数据来源：观研天下数据中心整理

数据来源：观研天下数据中心整理

同时，随着人工智能快速发展，无人驾驶技术能为共享电单车行业实现降本增效。比如，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。

无人驾驶技术对共享电单车行业“降本增效”简析

资料来源：观研天下整理（WYD）

注：上述信息仅供参考，图表均为样式展示，具体数据、坐标轴与数据标签详见报告正文。

个别图表由于行业特性可能会有出入，具体内容请联系客服确认，以报告正文为准。

更多图表和内容详见报告正文。

观研报告网发布的《中国共享电单车行业发展现状研究与投资前景预测报告（2025-2032）》涵盖行业最新数据，市场热点，政策规划，竞争情报，市场前景预测，投资策略等内容。更辅以大量直观的图表帮助本行业企业准确把握行业发展态势、市场商机动向、正确制定企业竞争战略和投资策略。

本报告依据国家统计局、海关总署和国家信息中心等渠道发布的权威数据，结合了行业所处的环境，从理论到实践、从宏观到微观等多个角度进行市场调研分析。

行业报告是业内企业、相关投资公司及政府部门准确把握行业发展趋势，洞悉行业竞争格局，规避经营和投资风险，制定正确竞争和投资战略决策的重要决策依据之一。

本报告是全面了解行业以及对本行业进行投资不可或缺的重要工具。观研天下是国内知名的行业信息咨询机构，拥有资深的专家团队，多年来已经为上万家企业单位、咨询机构、金融机构、行业协会、个人投资者等提供了专业的行业分析报告，客户涵盖了华为、中国石油、中国电信、中国建筑、惠普、迪士尼等国内外行业领先企业，并得到了客户的广泛认可。

目录大纲：

【第一部分 行业定义与监管】

第一章 2020-2024年中国 共享电单车 行业发展概述

第一节 共享电单车 行业发展情况概述

一、 共享电单车 行业相关定义

二、 共享电单车 特点分析

三、 共享电单车 行业基本情况介绍

四、 共享电单车 行业经营模式

（1）生产模式

（2）采购模式

（3）销售/服务模式

五、 共享电单车 行业需求主体分析

第二节 中国 共享电单车 行业生命周期分析

一、 共享电单车 行业生命周期理论概述

二、	共享电单车	行业所属的生命周期分析
第三节	共享电单车	行业经济指标分析
一、	共享电单车	行业的赢利性分析
二、	共享电单车	行业的经济周期分析
三、	共享电单车	行业附加值的提升空间分析
第二章	中国 共享电单车	行业监管分析
第一节	中国 共享电单车	行业监管制度分析
一、	行业主要监管体制	
二、	行业准入制度	
第二节	中国 共享电单车	行业政策法规
一、	行业主要政策法规	
二、	主要行业标准分析	
第三节	国内监管与政策对 共享电单车	行业的影响分析
【第二部分 行业环境与全球市场】		
第三章	2020-2024年中国 共享电单车	行业发展环境分析
第一节	中国宏观环境与对 共享电单车	行业的影响分析
一、	中国宏观经济环境	
二、	中国宏观经济环境对 共享电单车	行业的影响分析
第二节	中国社会环境与对 共享电单车	行业的影响分析
第三节	中国对磷矿石易环境与对 共享电单车	行业的影响分析
第四节	中国 共享电单车	行业投资环境分析
第五节	中国 共享电单车	行业技术环境分析
第六节	中国 共享电单车	行业进入壁垒分析
一、	共享电单车	行业资金壁垒分析
二、	共享电单车	行业技术壁垒分析
三、	共享电单车	行业人才壁垒分析
四、	共享电单车	行业品牌壁垒分析
五、	共享电单车	行业其他壁垒分析
第七节	中国 共享电单车	行业风险分析
一、	共享电单车	行业宏观环境风险
二、	共享电单车	行业技术风险
三、	共享电单车	行业竞争风险
四、	共享电单车	行业其他风险
第四章	2020-2024年全球 共享电单车	行业发展现状分析
第一节	全球 共享电单车	行业发展历程回顾

第二节 全球	共享单车	行业市场规模与区域分	共享单车	情况
第三节 亚洲	共享单车	行业地区市场分析		
一、亚洲	共享单车	行业市场现状分析		
二、亚洲	共享单车	行业市场规模与市场需求分析		
三、亚洲	共享单车	行业市场前景分析		
第四节 北美	共享单车	行业地区市场分析		
一、北美	共享单车	行业市场现状分析		
二、北美	共享单车	行业市场规模与市场需求分析		
三、北美	共享单车	行业市场前景分析		
第五节 欧洲	共享单车	行业地区市场分析		
一、欧洲	共享单车	行业市场现状分析		
二、欧洲	共享单车	行业市场规模与市场需求分析		
三、欧洲	共享单车	行业市场前景分析		
第六节 2025-2032年全球	共享单车	行业分	共享单车	走势预测
第七节 2025-2032年全球	共享单车	行业市场规模预测		
【第三部分 国内现状与企业案例】				
第五章 中国	共享单车	行业运行情况		
第一节 中国	共享单车	行业发展状况情况介绍		
一、	行业发展历程回顾			
二、	行业创新情况分析			
三、	行业发展特点分析			
第二节 中国	共享单车	行业市场规模分析		
一、影响中国	共享单车	行业市场规模的因素		
二、中国	共享单车	行业市场规模		
三、中国	共享单车	行业市场规模解析		
第三节 中国	共享单车	行业供应情况分析		
一、中国	共享单车	行业供应规模		
二、中国	共享单车	行业供应特点		
第四节 中国	共享单车	行业需求情况分析		
一、中国	共享单车	行业需求规模		
二、中国	共享单车	行业需求特点		
第五节 中国	共享单车	行业供需平衡分析		
第六节 中国	共享单车	行业存在的问题与解决策略分析		
第六章 中国	共享单车	行业产业链及细分市场分析		
第一节 中国	共享单车	行业产业链综述		

一、产业链模型原理介绍

二、产业链运行机制

三、共享电单车 行业产业链图解

第二节 中国 共享电单车 行业产业链环节分析

一、上游产业发展现状

二、上游产业对 共享电单车 行业的影响分析

三、下游产业发展现状

四、下游产业对 共享电单车 行业的影响分析

第三节 中国 共享电单车 行业细分市场分析

一、细分市场一

二、细分市场二

第七章 2020-2024年中国 共享电单车 行业市场竞争分析

第一节 中国 共享电单车 行业竞争现状分析

一、中国 共享电单车 行业竞争格局分析

二、中国 共享电单车 行业主要品牌分析

第二节 中国 共享电单车 行业集中度分析

一、中国 共享电单车 行业市场集中度影响因素分析

二、中国 共享电单车 行业市场集中度分析

第三节 中国 共享电单车 行业竞争特征分析

一、企业区域分布特征

二、企业规模分 布 特征

三、企业所有制分布特征

第八章 2020-2024年中国 共享电单车 行业模型分析

第一节 中国 共享电单车 行业竞争结构分析（波特五力模型）

一、波特五力模型原理

二、供应商议价能力

三、购买者议价能力

四、新进入者威胁

五、替代品威胁

六、同业竞争程度

七、波特五力模型分析结论

第二节 中国 共享电单车 行业SWOT分析

一、SWOT模型概述

二、行业优势分析

三、行业劣势

四、行业机会

五、行业威胁

六、中国 共享单车

行业SWOT分析结论

第三节 中国 共享单车

行业竞争环境分析（PEST）

一、PEST模型概述

二、政策因素

三、经济因素

四、社会因素

五、技术因素

六、PEST模型分析结论

第九章 2020-2024年中国 共享单车

行业需求特点与动态分析

第一节 中国 共享单车

行业市场动态情况

第二节 中国 共享单车

行业消费市场特点分析

一、需求偏好

二、价格偏好

三、品牌偏好

四、其他偏好

第三节 共享单车

行业成本结构分析

第四节 共享单车

行业价格影响因素分析

一、供需因素

二、成本因素

三、其他因素

第五节 中国 共享单车

行业价格现状分析

第六节 2025-2032年中国 共享单车

行业价格影响因素与走势预测

第十章 中国 共享单车

行业所属行业运行数据监测

第一节 中国 共享单车

行业所属行业总体规模分析

一、企业数量结构分析

二、行业资产规模分析

第二节 中国 共享单车

行业所属行业产销与费用分析

一、流动资产

二、销售收入分析

三、负债分析

四、利润规模分析

五、产值分析

第三节 中国 共享单车

行业所属行业财务指标分析

一、行业盈利能力分析

二、行业偿债能力分析

三、行业营运能力分析

四、行业发展能力分析

第十一章 2020-2024年中国 共享单车 行业区域市场现状分析

第一节 中国 共享单车 行业区域市场规模分析

一、影响 共享单车 行业区域市场分布 的因素

二、中国 共享单车 行业区域市场分布

第二节 中国华东地区 共享单车 行业市场分析

一、华东地区概述

二、华东地区经济环境分析

三、华东地区 共享单车 行业市场分析

(1) 华东地区 共享单车 行业市场规模

(2) 华东地区 共享单车 行业市场现状

(3) 华东地区 共享单车 行业市场规模预测

第三节 华中地区市场分析

一、华中地区概述

二、华中地区经济环境分析

三、华中地区 共享单车 行业市场分析

(1) 华中地区 共享单车 行业市场规模

(2) 华中地区 共享单车 行业市场现状

(3) 华中地区 共享单车 行业市场规模预测

第四节 华南地区市场分析

一、华南地区概述

二、华南地区经济环境分析

三、华南地区 共享单车 行业市场分析

(1) 华南地区 共享单车 行业市场规模

(2) 华南地区 共享单车 行业市场现状

(3) 华南地区 共享单车 行业市场规模预测

第五节 华北地区 共享单车 行业市场分析

一、华北地区概述

二、华北地区经济环境分析

三、华北地区 共享单车 行业市场分析

(1) 华北地区 共享单车 行业市场规模

(2) 华北地区 共享单车 行业市场现状

(3) 华北地区	共享单车	行业市场规模预测	
第六节 东北地区市场分析			
一、东北地区概述			
二、东北地区经济环境分析			
三、东北地区	共享单车	行业市场分析	
(1) 东北地区	共享单车	行业市场规模	
(2) 东北地区	共享单车	行业市场现状	
(3) 东北地区	共享单车	行业市场规模预测	
第七节 西南地区市场分析			
一、西南地区概述			
二、西南地区经济环境分析			
三、西南地区	共享单车	行业市场分析	
(1) 西南地区	共享单车	行业市场规模	
(2) 西南地区	共享单车	行业市场现状	
(3) 西南地区	共享单车	行业市场规模预测	
第八节 西北地区市场分析			
一、西北地区概述			
二、西北地区经济环境分析			
三、西北地区	共享单车	行业市场分析	
(1) 西北地区	共享单车	行业市场规模	
(2) 西北地区	共享单车	行业市场现状	
(3) 西北地区	共享单车	行业市场规模预测	
第九节 2025-2032年中国	共享单车	行业市场规模区域分布	预测
第十二章	共享单车	行业企业分析（随数据更新可能有调整）	
第一节 企业一			
一、企业概况			
二、主营产品			
三、运营情况			
(1) 主要经济指标情况			
(2) 企业盈利能力分析			
(3) 企业偿债能力分析			
(4) 企业运营能力分析			
(5) 企业成长能力分析			
四、公司优势分析			
第二节 企业二			

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

(1) 主要经济指标情况

(2) 企业盈利能力分析

(3) 企业偿债能力分析

(4) 企业运营能力分析

(5) 企业成长能力分析

四、公司优势分析

第三节 企业三

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

(1) 主要经济指标情况

(2) 企业盈利能力分析

(3) 企业偿债能力分析

(4) 企业运营能力分析

(5) 企业成长能力分析

四、公司优势分析

第四节 企业四

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

(1) 主要经济指标情况

(2) 企业盈利能力分析

(3) 企业偿债能力分析

(4) 企业运营能力分析

(5) 企业成长能力分析

四、公司优势分析

第五节 企业五

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

(1) 主要经济指标情况

(2) 企业盈利能力分析

(3) 企业偿债能力分析

(4) 企业运营能力分析

(5) 企业成长能力分析

四、公司优势分析

第六节 企业六

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

(1) 主要经济指标情况

(2) 企业盈利能力分析

(3) 企业偿债能力分析

(4) 企业运营能力分析

(5) 企业成长能力分析

四、公司优势分析

第七节 企业七

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

(1) 主要经济指标情况

(2) 企业盈利能力分析

(3) 企业偿债能力分析

(4) 企业运营能力分析

(5) 企业成长能力分析

四、公司优势分析

第八节 企业八

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

(1) 主要经济指标情况

(2) 企业盈利能力分析

(3) 企业偿债能力分析

(4) 企业运营能力分析

(5) 企业成长能力分析

四、公司优势分析

第九节 企业九

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

1) 主要经济指标情况

(2) 企业盈利能力分析

(3) 企业偿债能力分析

(4) 企业运营能力分析

(5) 企业成长能力分析

四、公司优势分析

第十节 企业十

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

(1) 主要经济指标情况

(2) 企业盈利能力分析

(3) 企业偿债能力分析

(4) 企业运营能力分析

(5) 企业成长能力分析

四、公司优势分析

【第四部分 展望、结论与建议】

第十三章 2025-2032年中国 共享单车 行业发展前景分析与预测

第一节 中国 共享单车 行业未来发展前景分析

一、中国 共享单车 行业市场机会分析

二、中国 共享单车 行业投资增速预测

第二节 中国 共享单车 行业未来发展趋势预测

第三节 中国 共享单车 行业规模发展预测

一、中国 共享单车 行业市场规模预测

二、中国 共享单车 行业市场规模增速预测

三、中国 共享单车 行业产值规模预测

四、中国 共享单车 行业产值增速预测

五、中国 共享单车 行业供需情况预测

第四节 中国 共享单车 行业盈利走势预测

第十四章 中国 共享单车 行业研究结论及投资建议

第一节 观研天下中国 共享单车 行业研究综述

一、行业投资价值

二、行业风险评估

第二节 中国 共享单车 行业进入策略分析

一、目标客户群体

二、细分市场选择

三、区域市场的选择

第三节 共享单车 行业品牌营销策略分析

一、共享单车 行业产品策略

二、共享单车 行业定价策略

三、共享单车 行业渠道策略

四、共享单车 行业推广策略

第四节 观研天下分析师投资建议

详细请访问：<http://www.chinabaogao.com/baogao/202506/756404.html>