



➤ 中国租车行业 年度报告

2025

目录

目录	02
前言	03
中国租车行业发展现状	07
中国租车行业竞争格局	19
中国租车行业发展趋势	43

China Car Rental Market Annual Report 2025

Foreword

前言

随着旅游业和商业机会的蓬勃发展，中国租赁行业也欣欣向荣。在过去的2025年，对于中国租车市场无疑是至关重要的一年，中国租车行业市场规模达到1044亿元，同比增长24%，市场规模再创历史新高，彻底摆脱疫情对行业带来的影响。截至2025年末，拥有机动车驾驶证却没有购置车辆的人数达到1.93亿人，租车需求的潜在用户群体持续扩大，此外，随着租车服务场景的不断扩展，新的用车需求被不断挖掘，租车服务的业务边界也在不断扩张和跨界融合，“机票+租车”、“租车+旅游”、“租车+酒店”、“造车+租车”等跨界联营业态不断出现，为租车行业拓展了更多的场景和用户群体。过去，租车对于游客、商务旅客，甚至是家庭用户来说都是必需品，原因多种多样。但如今，得益于数字化时代和更智能的汽车租赁解决方案，租车本身已成为一种体验。

中国租车行业规模超千亿元，且市场规模增长迅速，神州、一嗨等头部平台市场集中度相比其他互联网行业较低，大量市场份额被中腰部平台瓜分，市场尚未形成拥有绝对领导力的平台。随着旅游市场复苏、新能源普及、数字化与下沉市场需求爆发等因素，以OTA平台、出行平台、短视频平台为代表的新玩家大量进入租车行业。新进入的租车服务商以轻资产聚合平台为主，尽力避开重资产扩张模式，利用平台自身的用户流量、技术、营销与业务场景等优势通过切分细分市场的租车需求，快速抢占大量

市场份额。新进入者加入租车行业大战，让租车行业的竞争变得更加激烈，价格战加剧，租车平台压力大幅增加，特别是对重资产运营的租车平台意味着巨大的成本压力，面临巨大的经营风险。

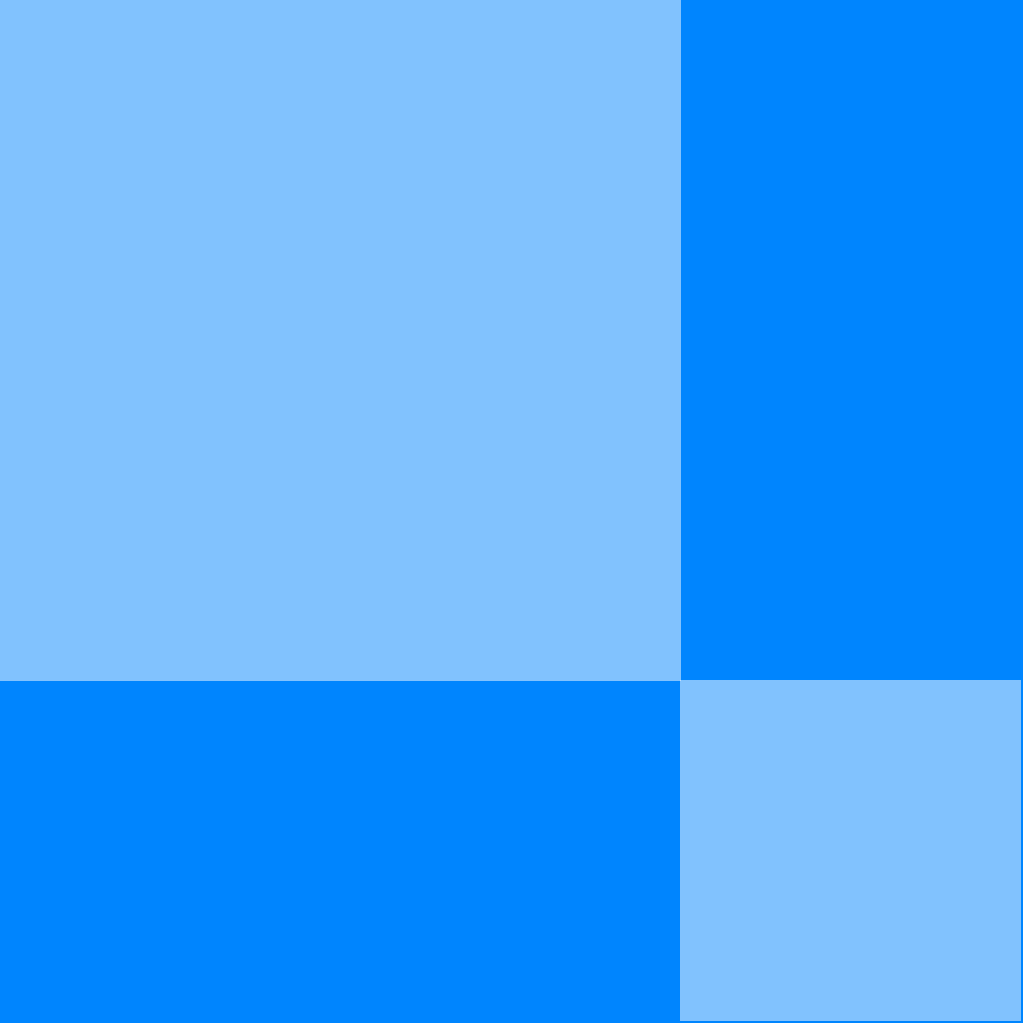
汽车租赁用户的需求多种多样，从短期城市出行和商务旅行到休闲旅行，需要各种类型的车辆，从经济型轿车到豪华SUV。用户需要灵活的解决方案，包括数字化、非接触式预订和个性化服务。租车用途已从单纯的旅行转向日常出行。休闲游客通常优先考虑经济实惠的交通方式，根据预算选择经济型到豪华车型。商务旅客需要可靠的高端车辆以及高效、通常为非接触式的取车/还车服务。城市/短期用户需要灵活的按需租车（共享汽车）服务，用于短途出行，通常使用移动应用程序以避免传统柜台的等待时间。特殊需求需要更大的车辆，例如SUV车型或MPV车型，用于家庭或团体出行等，不同租车消费者群体都展现出了越来越显著的个性化偏好。此外，一些租车用户共同的消费趋势已经形成，并对租车行业的发展起到了关键影响。例如数字化与便捷性，对基于线上便捷预订、无钥匙进入和无需前往租车柜台取还车的需求不断增长。此外，Z世代消费者的崛起，他们倾向于更灵活出行，而非执着于所有权，年轻用户越来越倾向于车辆短期租赁，而不是拥有汽车。对出行成本敏感的用户对电动和混合动力汽车兴趣浓厚。用户需求的多样性与快速变化正在重塑租车行业的需



求结构和运营逻辑，租车平台必须持续关注用户需求的变化，从而更加精准地找到你的目标用户、制定能打动目标消费者的营销策略及投放渠道、合理规划和调整平台的车队车型结构，避免车型与目标用户需求错配，影响平台盈利能力，从而导致平台竞争力下降。

更值得关注的是技术对汽车租赁市场的增长和竞争力影响的关键作用越来越显著，AI正在通过提升运营效率、个性化客户体验和优化车队管理，变革汽车租赁行业。其主要影响包括AI驱动的损伤检测、动态定价模型和自动化非接触式服务，这些技术共同加快了预订速度、提高了安全性并降低了人工成本，同时实现了数据驱动的决策。AI对租车行业带来的影响需要给予足够的关注，对所有租车平台既是颠覆性的挑战，也是巨大的机遇。





➤ 01

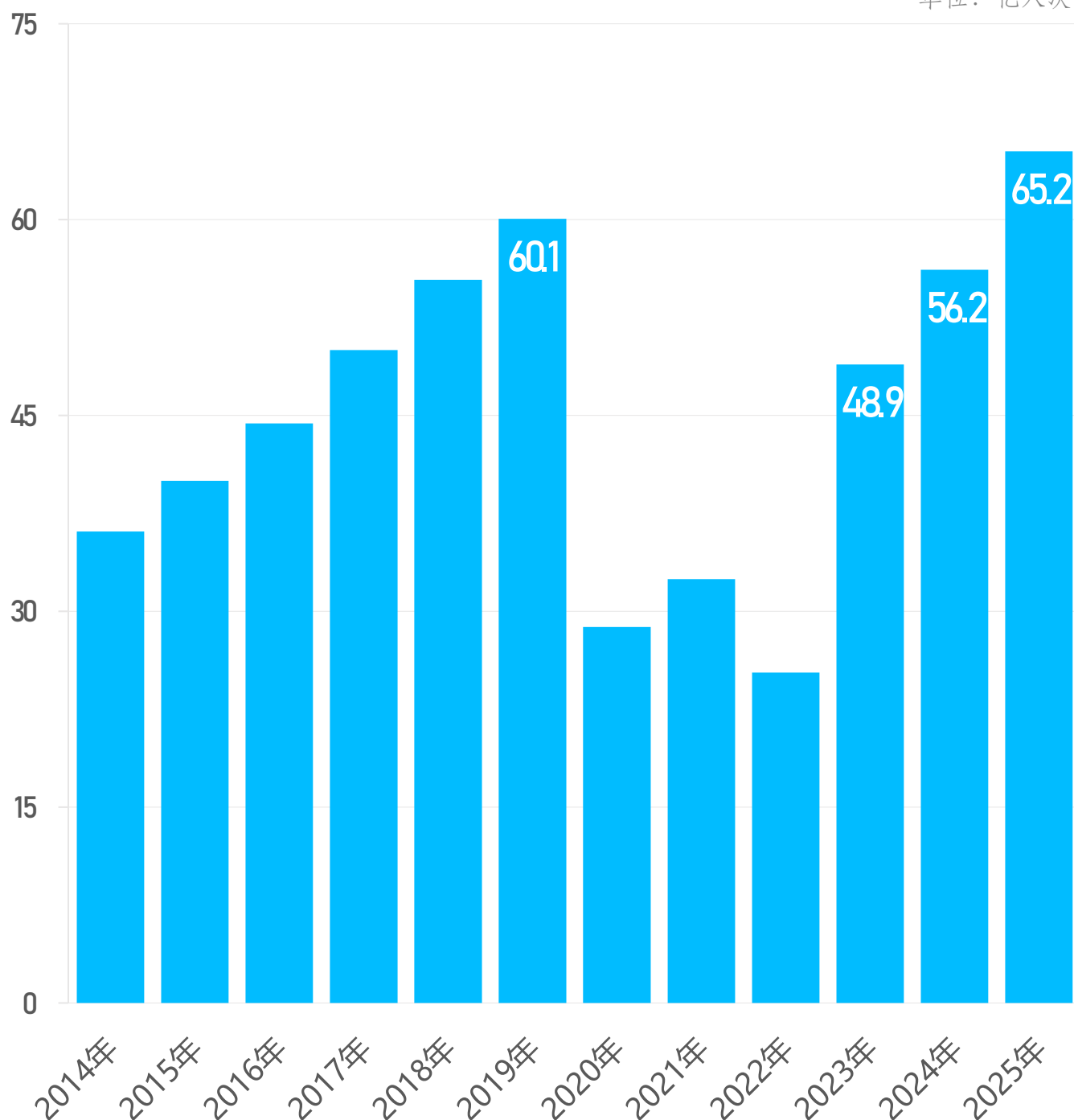
中国租车行业 发展现状

中国国内旅游人数持续增长，2025年达65.2亿人次，
租车市场潜在消费人群规模庞大

中国国内旅游人数

2014年-2025年中国国内旅游人数趋势

单位：亿人次

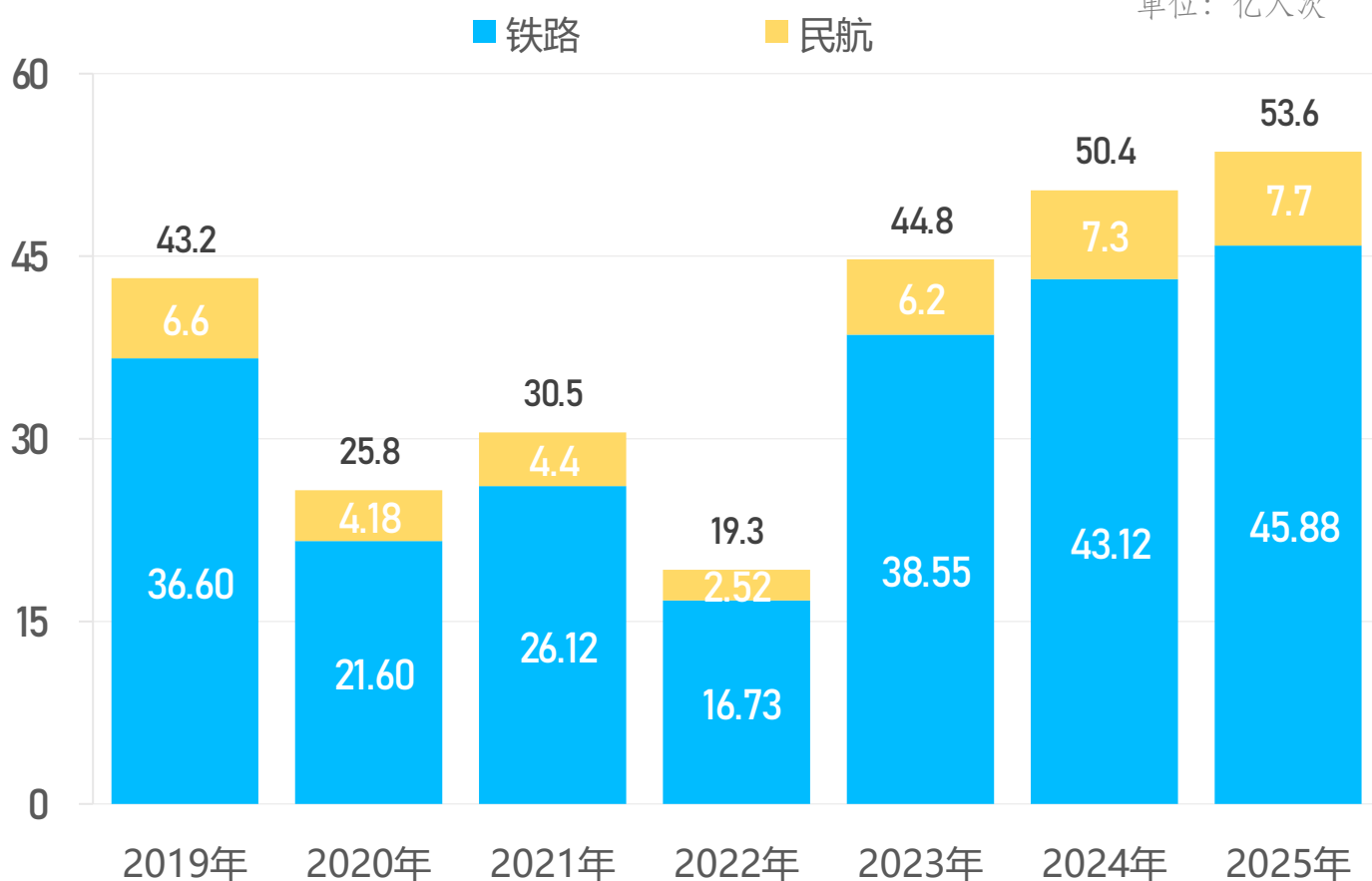


铁路与民航发送旅客数量大幅持续增长，为“到站租车”服务孕育了巨大的市场需求基础

铁路与民航发送旅客数量

2019年-2025年中国铁路与民航发送旅客数量

单位：亿人次

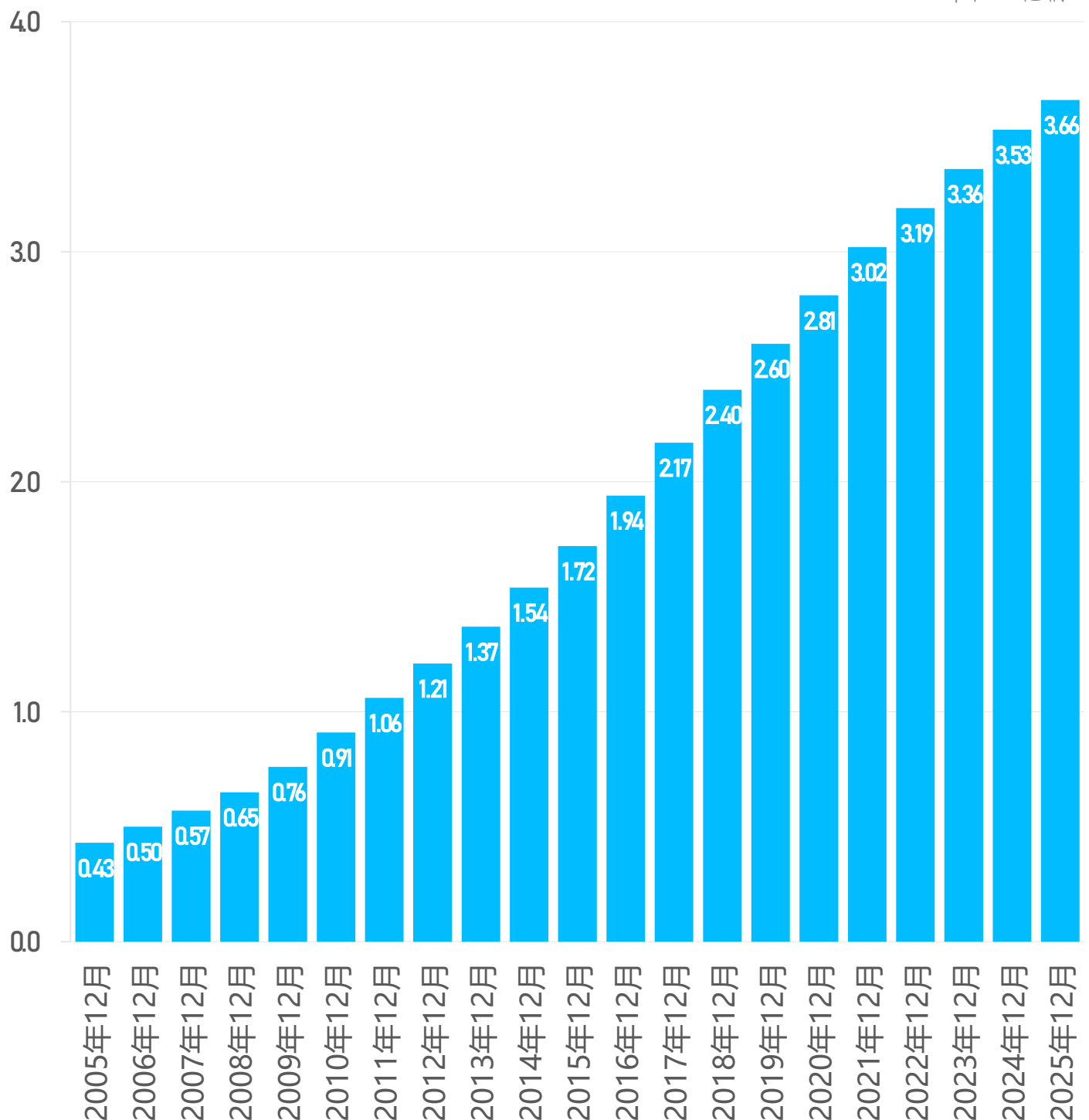


中国汽车保有量达3.66亿辆，全民汽车出行习惯养成，租车服务成为重要的出行方式之一

中国汽车保有量

2005年12月-2025年12月中国国内汽车保有量

单位：亿辆

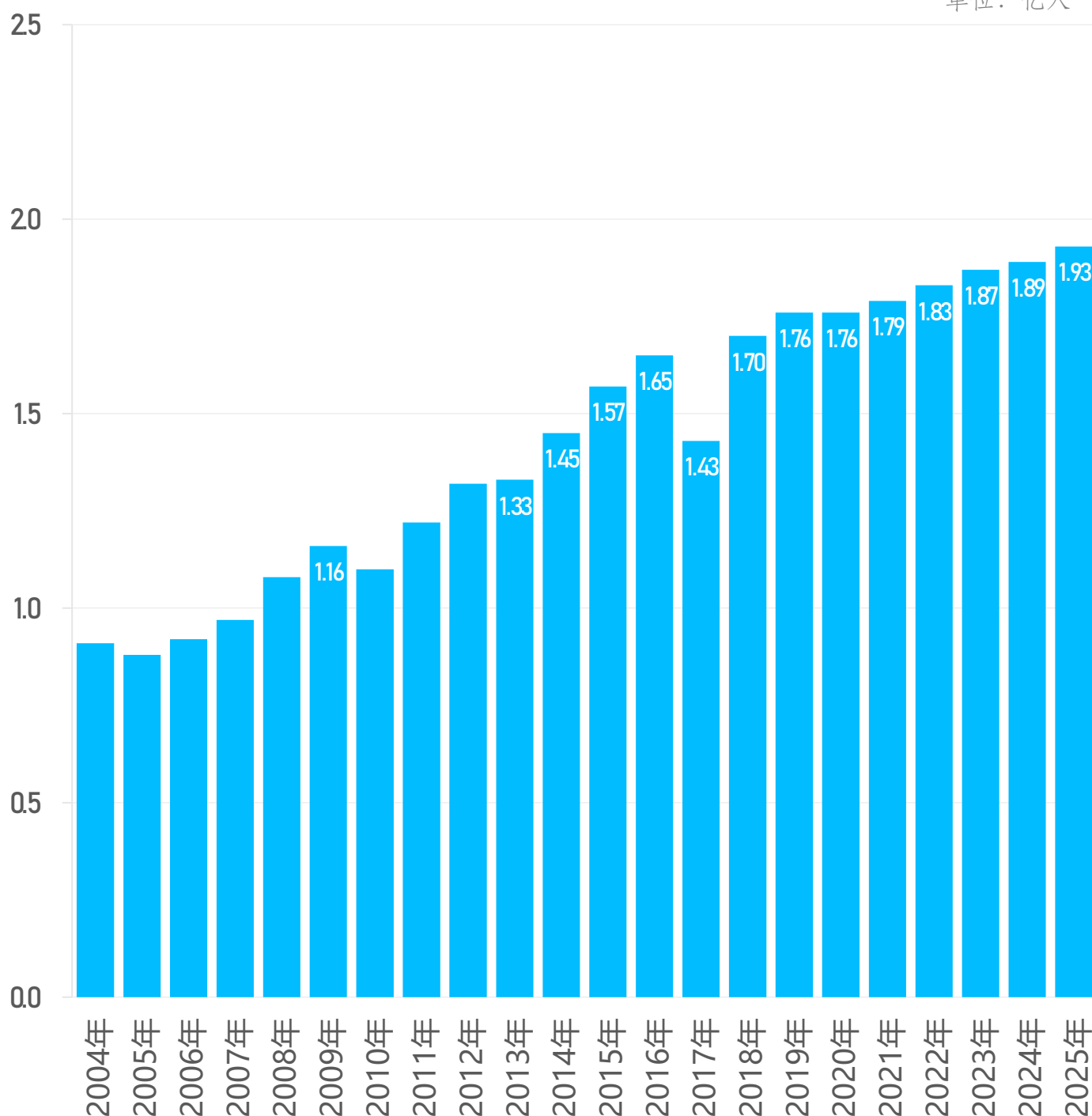


全国1.93亿人拥有汽车驾照，但未购买自有车辆，
是重要的汽车租赁潜在用户群体

中国有驾照无车人数

2004年-2025年中国有汽车驾驶证无汽车人数

单位：亿人

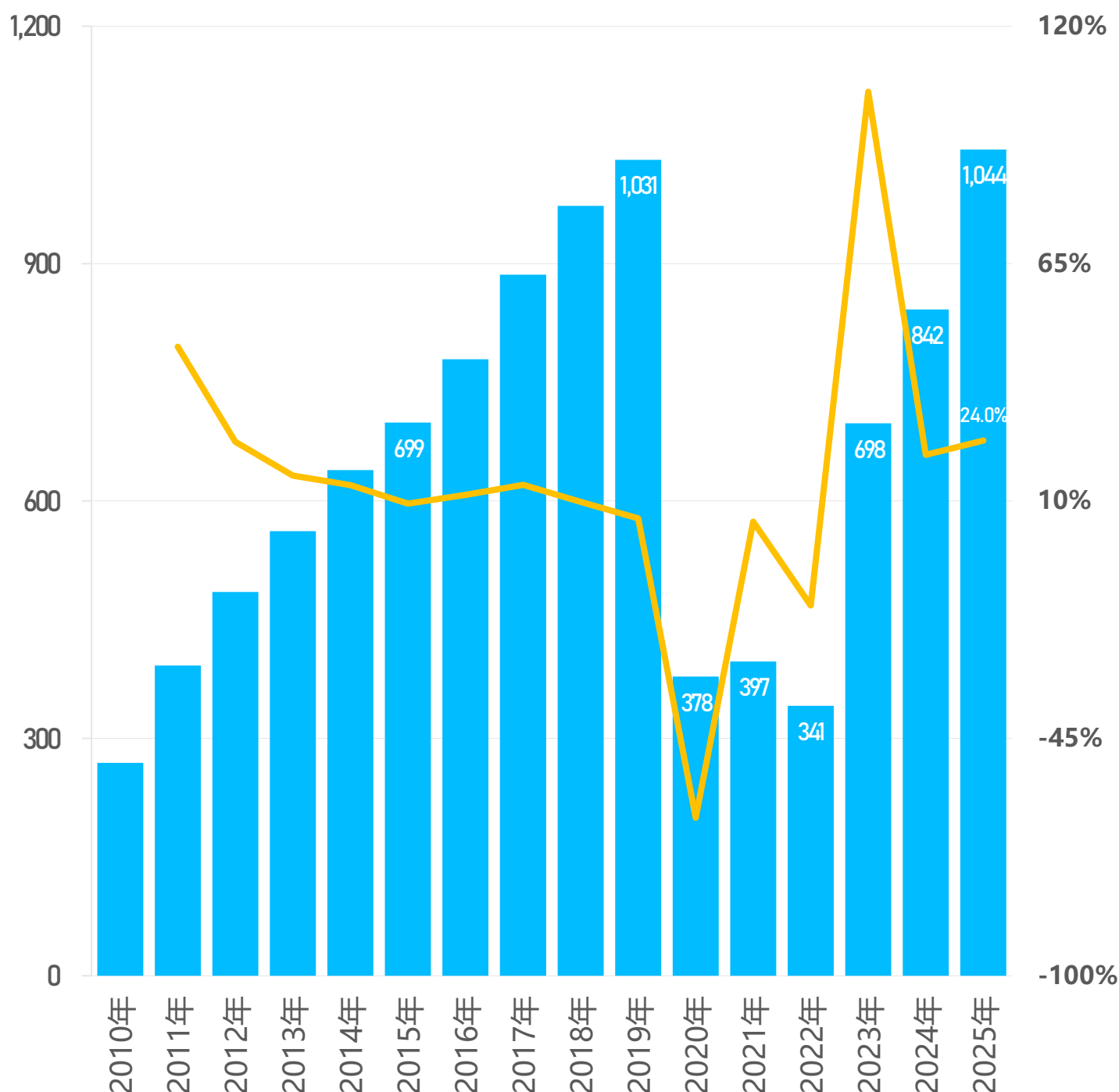


疫情后中国租车市场强劲复苏与增长，2025年市场规模达1044亿元，创历史新高

中国租车市场规模

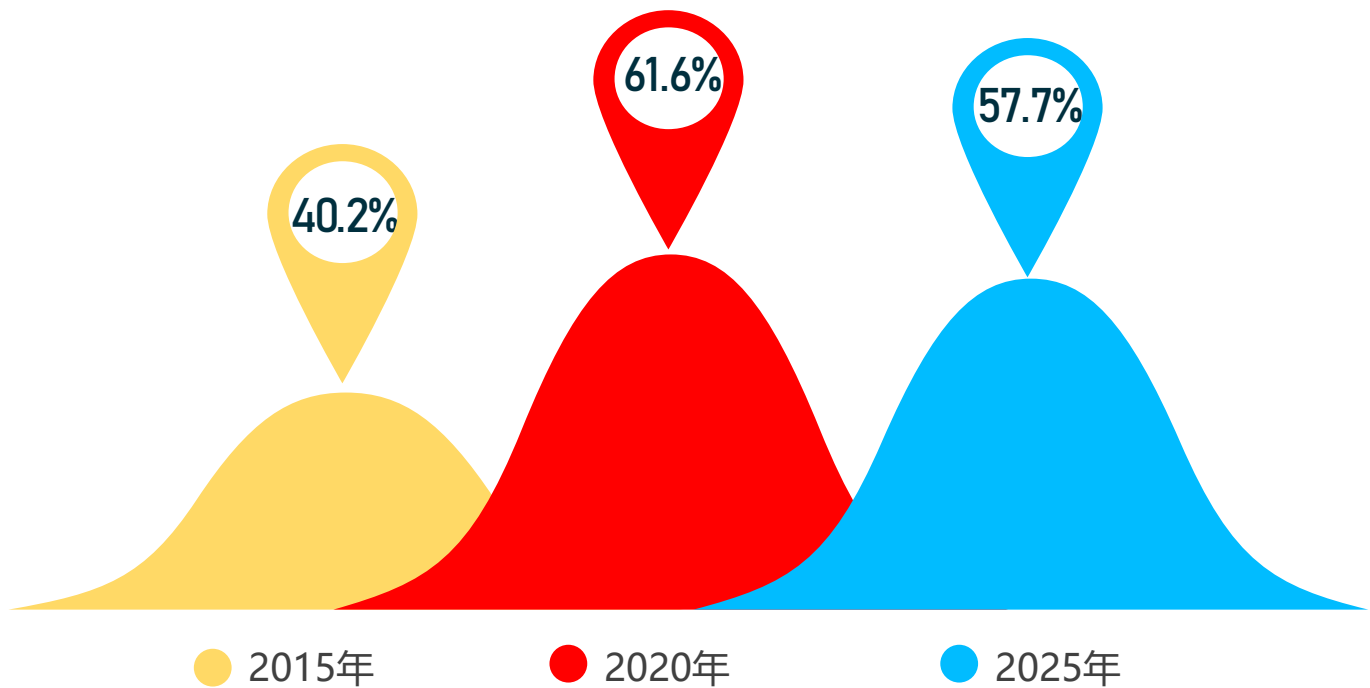
2010年-2025年中国租车市场规模

单位：亿元&%



中国租车线上化趋势持续增长，其中移动端成为主要线上渠道，线上流量获取与运营能力成为租车平台竞争的重要战场

中国租车市场线上预定订单量占比分析



注：2020年疫情期间，线下租车活动受疫情影响更大，租车业务主要以线上完成

2025年12月中国线上租车市场移动端与PC端订单量占比分析

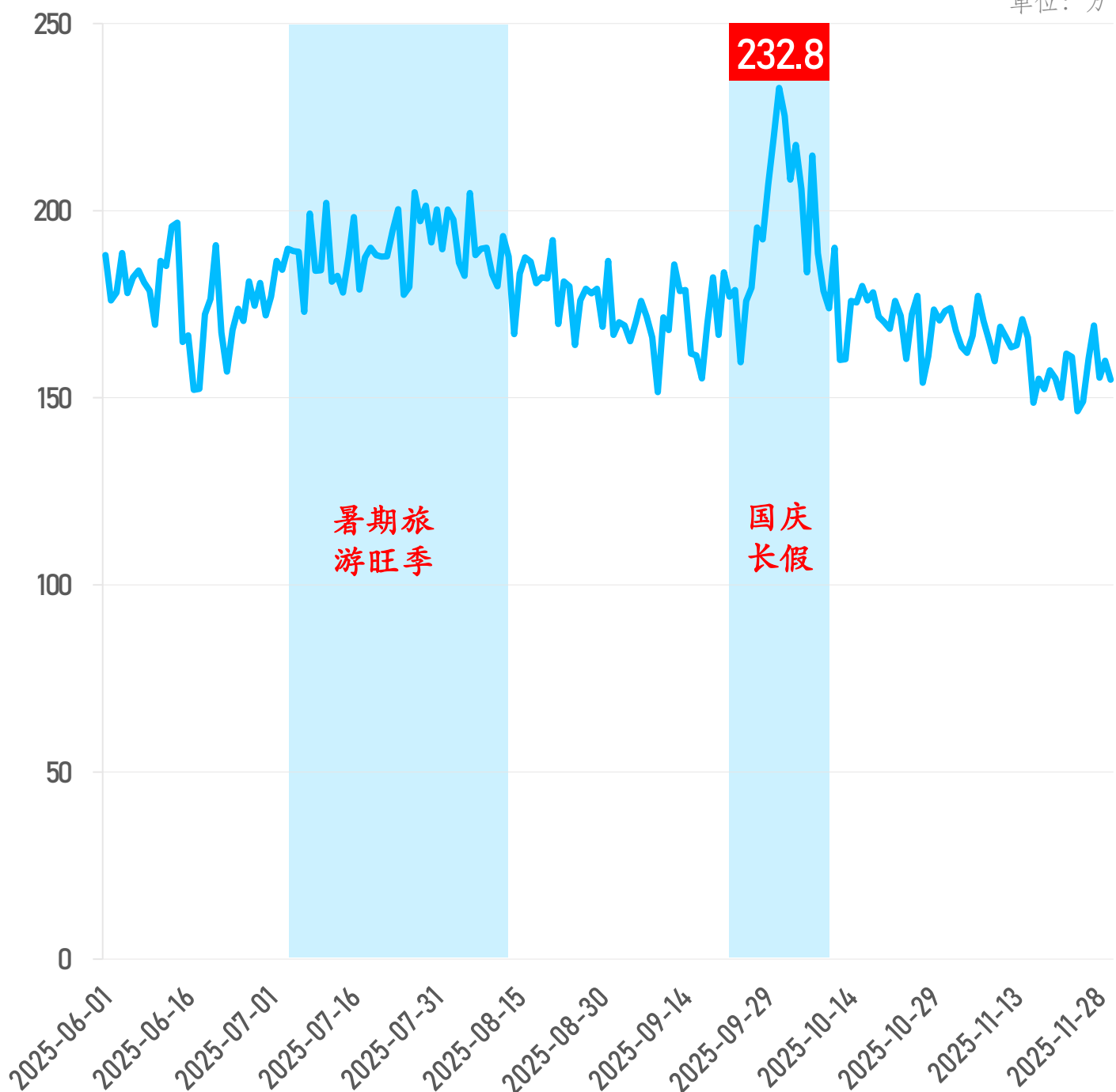


2025年前11月中国租车平台平均日活用户近180万，
日活用户规模受节假日影响显著，其中国庆节用户
规模创历史峰值，达232.8万

日活用户规模

2025年6月1日-2025年11月30日中国租车平台日活用户规模

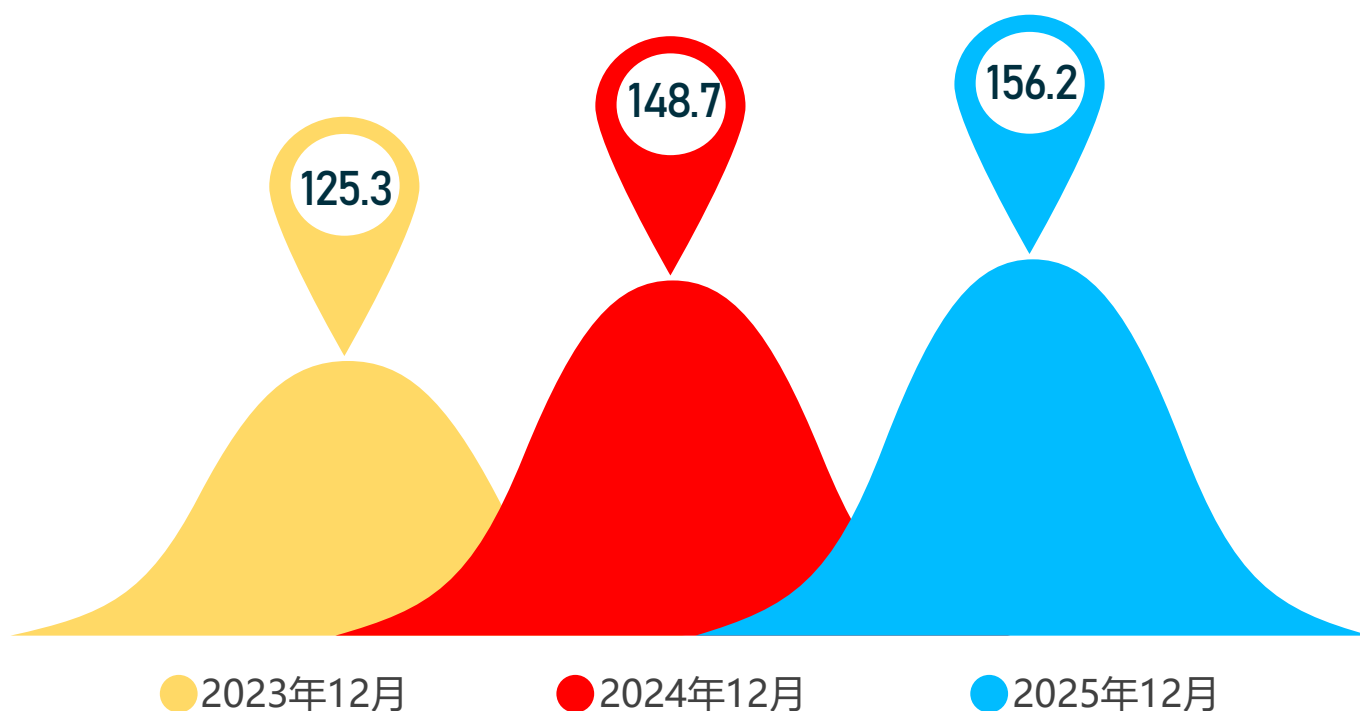
单位：万



中国租车平台新增用户呈现稳步增长态势，2025年12月新增租车用户156.2万，2025年四季度新增租车用户30日留存率达27.1%

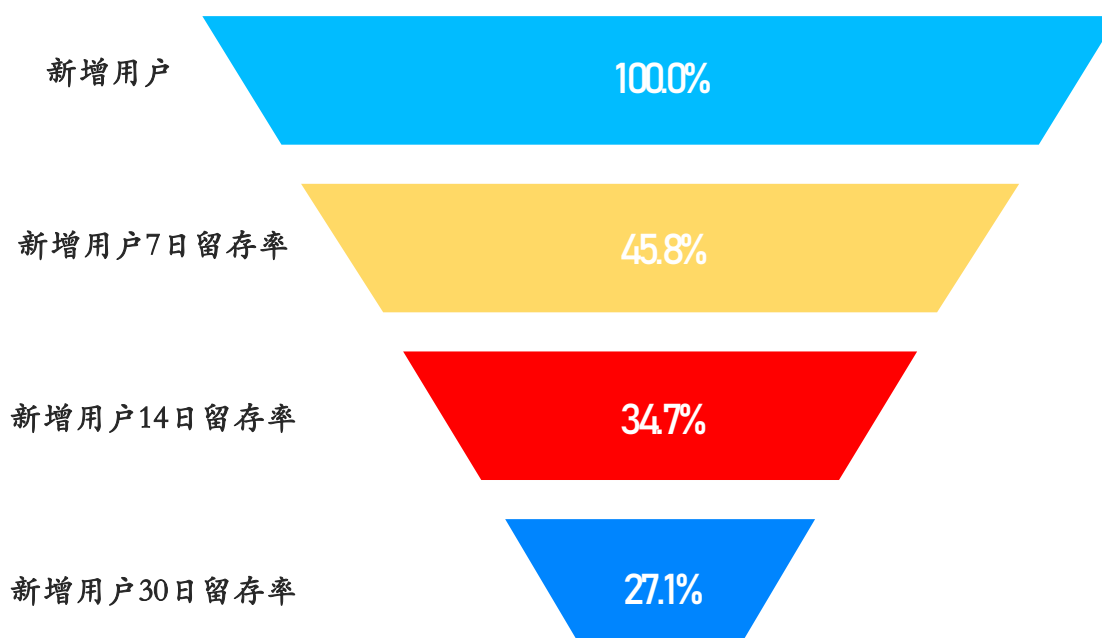
中国租车平台月新增用户规模

单位：万



注：新增用户指在用户下载安装租车App/使用租车模块前三个月次设备未安装租车App/使用租车模块的用户

2025年四季度中国租车平台新增用户留存率趋势



中国租车市场规模快速扩张，旅游短租仍然是最重要用车场景，下沉市场“小镇青年”成为最重要的增长动力，技术驱动运营效率持续提升

中国租车行业正处于规模稳步增长、需求与供给结构持续变革、以人工智能为代表的新技术深度赋能的发展阶段，呈现出市场结构分化、竞争越来越激烈、需求场景多元、技术驱动升级、新能源加速渗透等核心特点，同时也面临部分行业痛点亟待解决。



租车市场规模稳步扩张，需求侧以短租为主

- **规模增长稳健：**租车出现方式已经成为人们旅游、出差等活动出行方式的重要选择，2025 年达 1044 亿元，同比增长24%。是出行服务领域为数不多的高增长领域。
- **业务结构快速变化：**短租目前仍然是用户租车主要方式，也是租车平台收入的最重要来源，以旅游出行驱动，呈现季节性波动；长租服务收入持续增长，以商务客户为主，提供稳定现金流，平衡短租波动。
- **租车服务向下沉市场扩张：**一线与新一线城市网点密集、竞争激烈，二三线城市经过近年的布局，网点分布已经趋于饱和，部分四线及以下城市市场需求高速增长，成为成为推动租车行业快速增长的核心驱动力。



多个行业巨头跨界进入租车赛道，竞争愈发激烈

- 在之前租车行业形成“两强争霸”格局，神州租车和一嗨租车凭借直营网络与先发优势占据主导地位，但随着租车行业市场规模的快速增长和做大，众多其他赛道的行业巨头纷纷进入租车行业，如除了OTA行业的携程、美团、飞猪、同程及去哪儿之外，以滴滴出行、哈啰出行、高德地图为代表的出行服务商也大举进入租车行业，除此之外铁路12306也进入了租车行业，让租车行业的竞争变得异常激烈。



核心用户群体结构持续变化，需求更加多样化

- **人群年轻化：**年轻用户已经成为租车用户的主力人群，其中18-45岁用户占比超70%，90后占比超四成，来自00后的订单增速远超其他年龄段，是目前推动租车行业持续增长的最重要群体。
- **场景多元化：**从商务出行占据最重要场景，转向休闲旅游占最重要场景，衍生出“高铁+租车”、落地自驾、冰雪游/非遗游、进藏自驾游、环疆自驾游、环海南岛自驾游等细分场景，此外，从出行人群画像来看，家庭出游租车、独自旅行租车等场景需求增长显著。
- **更加注重体验：**从车辆需求来看，除了出对中大型SUV、房车需求增长之外，用户对跑车、豪车的热情仍然高涨，特别是近年来通过自媒体、直播等方式迅速致富的新富人群，对超豪华车辆有着显著的需求。此外，从租车流程体验来看，用户更加注重取还的便捷性、电子合同、电子驾照、异地还车等便捷服务。



技术赋能租车运营效率持续迭代

- **数字化提效：**租车平台通过应用新技术，持续提升运营效率，例如AI车况检测、智能调度使车辆调配效率大幅提升，事故率下降；VR看车、自助取还、电子合同等降低运营成本，提升用户体验。
- **车联网深度应用：**2025年应用率持续提升，实现车辆监控、远程控制、智能导航，保障运营安全。



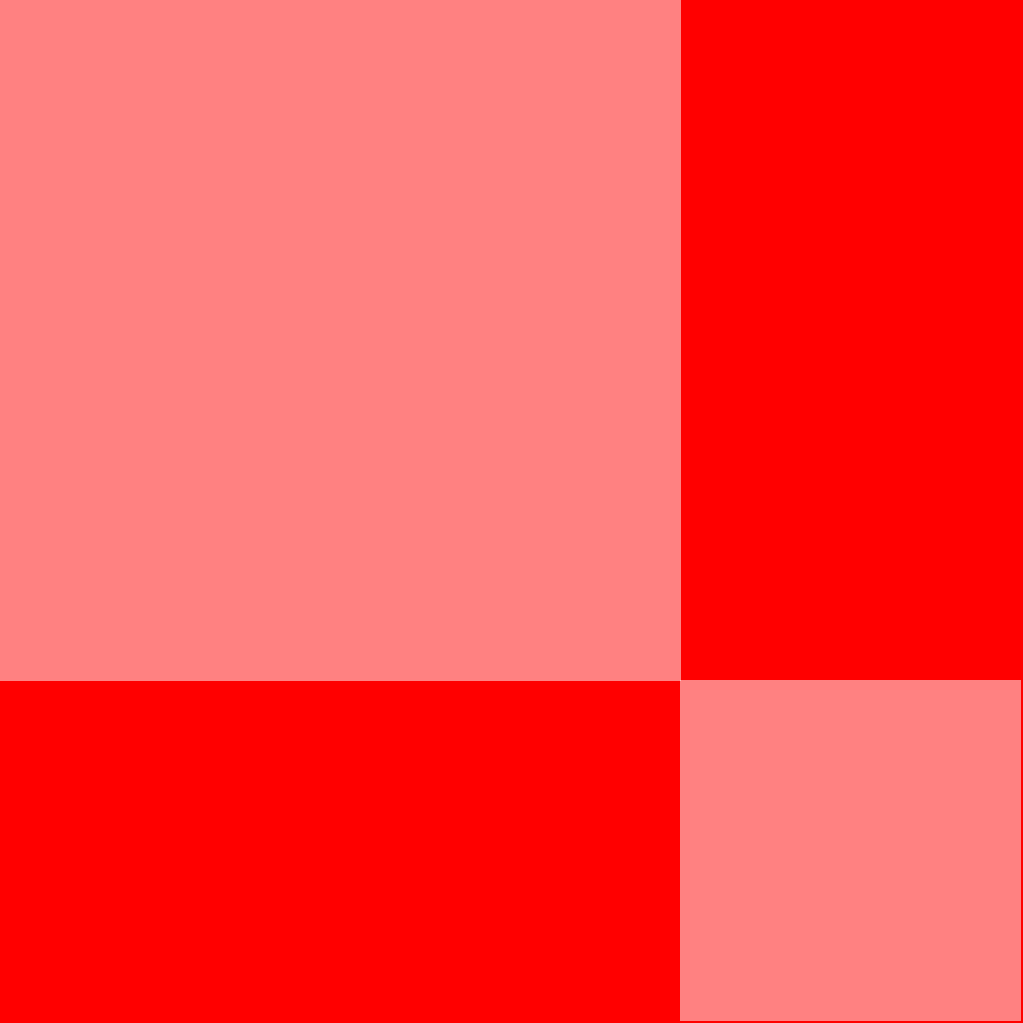
网点覆盖密度快速提升，便捷度持续提高

- **网点覆盖完善：**机场、火车站、汽车站等交通枢纽成核心取还车点，异地还车服务全国普及，落地取车常态化。
- **服务流程简化：**APP一键租车、电子合同、免押服务（信用授权）降低使用门槛，提升预订/取还效率，让租车服务用户体验持续提升。
- **生态协同增强：**租车与机票、火车票、酒店、门票交叉预订用户消费GMV大幅增长，形成出行消费闭环。



利好政策护航，配套设施持续改善

- 中国政府高度重视交通运输服务业的发展，租车行业作为现代服务业的重要组成部分，得到了国家政策的大力支持。近年来，中国政府出台了一系列政策措施，旨在促进租车行业的健康、规范和可持续发展，为广大民众提供更加便捷、安全的出行服务。
- 《关于促进小微型客车租赁健康发展的指导意见》：该政策由交通运输部、住房城乡建设部联合发布，明确提出鼓励分时租赁（汽车共享）模式的发展，要求各地完善城市规划、优化网点布局、加强基础设施建设，并提供相应的政策扶持。鼓励创新技术应用，推动“互联网+租车”模式，提升用户体验和行业效率。
- 新能源汽车推广政策：在国家大力推动新能源汽车发展的背景下，租车行业被鼓励使用新能源汽车，政府通过购车补贴、税收优惠、充电设施建设支持等措施，推动新能源租车业务的普及。例如，《新能源汽车产业发展规划（2021—2035年）》中明确提出，鼓励公共服务领域使用新能源汽车，包括租赁用车。
- 《交通强国建设纲要》：纲要提出构建现代化综合交通体系，鼓励共享交通、智慧出行等新业态发展。租车行业作为共享出行的重要形式，被纳入交通服务创新体系，获得政策倾斜。
- 《小微型客车租赁经营服务管理办法》：该办法明确了租赁企业的经营资质、车辆条件、服务规范等要求，旨在保障用户权益，促进行业有序竞争。强调数据安全和用户隐私保护，要求企业依法合规运营。
- 车辆登记和管理便利：许多城市简化了租赁车辆的登记手续，允许租赁企业批量办理车辆注册，提高了运营效率。部分地区还对租赁车辆提供通行便利，如新能源租赁车享受不限行、免费停车等优惠。
- 充电基础设施支持：为配合新能源汽车租赁，各地政府加快充电桩建设，并将其纳入城市规划。例如，北京、上海等地明确要求新建住宅、商业区配建充电设施。
- 在政策推动下，中国租车行业规模持续扩大，推动租车行业与公共交通、旅游服务深度融合，为人民群众提供更加安全、便捷、绿色的汽车租赁服务，助力经济社会高质量发展。



➤ 02

中国租车行业 竞争格局

垂直直营平台、垂直聚合平台、OTA聚合平台是目前主流租车模式，平台生态入口型（流量导入）与出行服务商业务拓展模式发展迅猛

中国租车行业参与平台主要可按运营模式、车队性质、服务场景、平台特色等维度划分为以下主要类型：



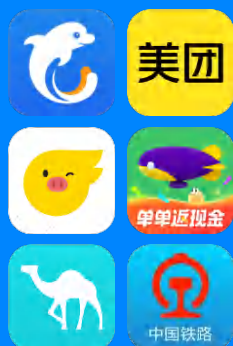
垂直直营自持型租车平台（重资产）

- 运营模式：平台自主采购 / 持有车辆，自建网点与服务团队，全流程管控车辆调度、清洁、维修及用户服务，标准化程度高。
- 典型平台：神州租车、一嗨租车（直营为主，加盟为辅）、首汽租车（部分直营）。
- 模式特点：车况统一、服务规范、售后响应快，适合商务出行、家庭长途自驾等对可靠性要求高的场景；但资产投入大，价格相对稳定。



垂直聚合租车平台

- 运营模式：聚合数量庞大的中小租车公司和个人闲置车辆，链接租车与这些车辆，平台提供撮合、保险、取还车管理与争议处理，车源以中小租车企业车辆和个人私家车为主。
- 典型平台：悟空租车、凹凸租车。
- 运营特点：车型个性化强、价格灵活，适合短期个性化用车；需重点核查车况、保险覆盖与平台风控能力。



OTA平台租车业务（轻资产中介）

- 运营模式：作为流量与交易中枢，整合线下租车公司、门店等第三方供应商（尤其是中小型租车公司车辆），提供预订、支付与售后保障，基本不直接持有车辆。
- 典型平台：携程旅行、飞猪旅行、美团旅行、同程旅行、去哪儿旅行、铁路12306等
- 运营特点：车源丰富、覆盖广、比价便捷，常通过补贴拉新；服务质量依赖供应商，需关注平台监管与退改规则。

平台生态入口型（流量导入）



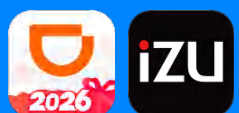
- 运营模式：依托超级 App 的用户与支付生态，接入租车服务商或自营租车模块，主打“出行+生活”一站式体验。
- 典型平台：支付宝（生活服务入口）、微信生态、抖音、小红书、快手。
- 模式特点：支付便捷、可联动其他服务（如酒店、门票、餐饮等），适合临时短途用车与本地出行。

出行服务商租车业务



- 运营模式：凭借庞大的出行用户客群，依托出行领域的超级 App 拓展传统的出行服务业务边界，对出行流量进行深耕和再次变现，顺利进入租车行业。
- 典型平台：滴滴出行、哈啰出行、高德地图等。
- 模式特点：用户场景匹配度较高，出行用户规模庞大，正在打造出行+住宿+旅行全链路、全场景的出行服务业态。

长租服务平台

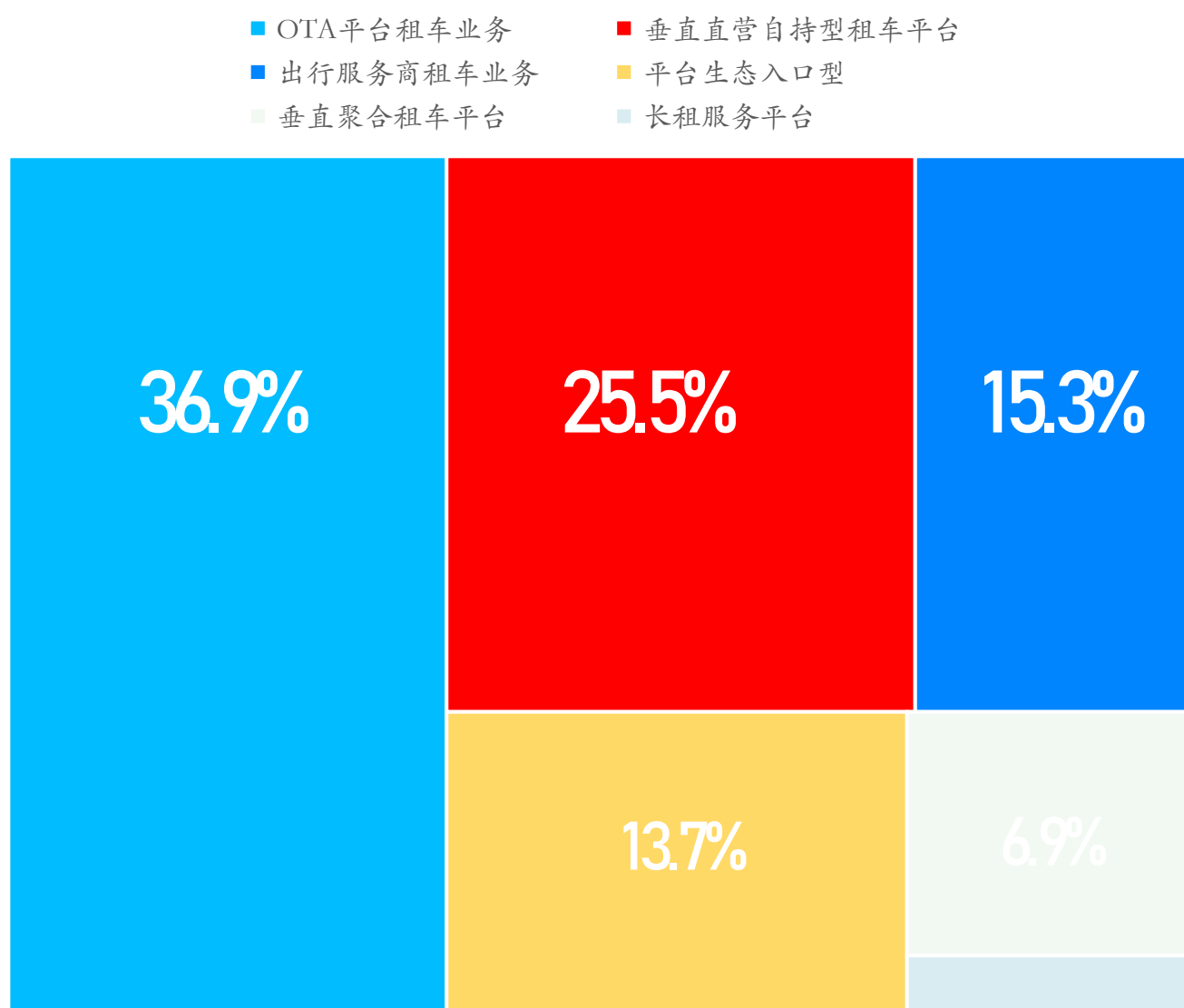


- 运营模式：这类平台专注长租业务，聚焦企业客户及拥有长期租赁需求的客户，提供长期用车、车队管理、司机配套、金融服务、维修保养等一体化服务，部分兼营个人短租。
- 典型服务商：滴滴租买车、首汽租车（企业板块）以及当地拥有政商资源的地方租车公司等。
- 模式特点：合同定制化、成本可控，适配企业差旅、项目用车、工作用车等长期需求，重视合规与资产台账管理。



OTA平台租车与垂直直营自持型租车平台，是租车用户流量最大的两类平台，出行服务商租车业务快速崛起，月活用户规模已经入围前三

2025年12月末不同类型租车平台月活用户市场占比分析



注：1.此月活用户市场占比数据为非去重数据，例如，a用户同时使用OTA平台租车和垂直直营自持型平台，在计算此数据时，OTA平台租车业务和垂直直营自持租车平台各统计一个月活用户，不进行去重处理。

2.非垂直租车平台仅统计租车业务模块/小程序的数据，以美团为例，只统计美团APP中租车模块的月活用户规模。

携程旅行、神州租车与一嗨租车日活用户规模排名前三，滴滴出行及飞猪旅行租车业务快速崛起，日活用户规模入围前五

2025年12月中国主要租车平台日活用户规模（DAU）排名

单位：万



注：1.携程旅行、滴滴出行、飞猪旅行租车日活用户规模（DAU）数据为其APP内租车模块的日活（DAU）数据。

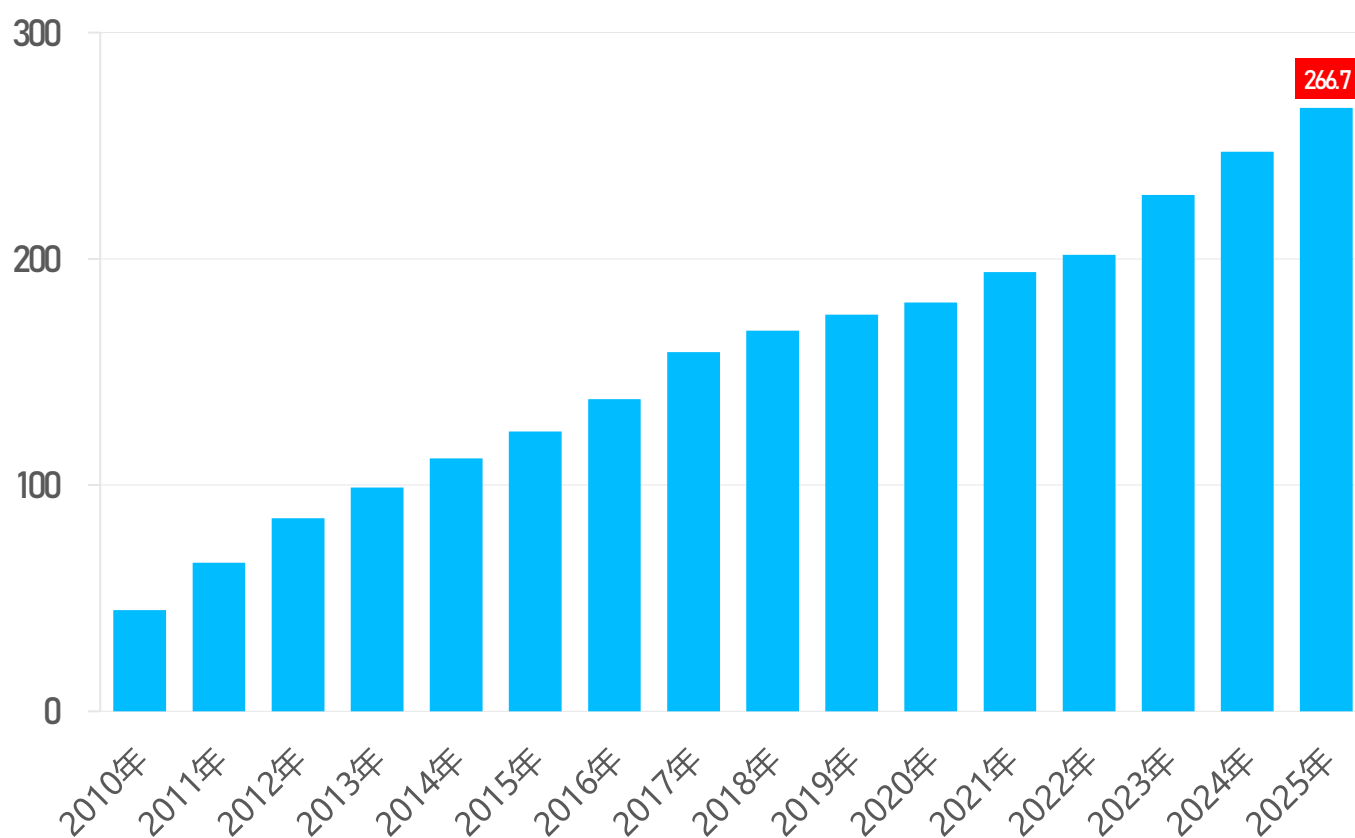
2.一嗨租车、神州租车日活（DAU）数据为其App数据。



截至2025年末，中国租车市场可出租车辆规模达到266.7万辆，同比增长7.8%

2025年12月中国租车市场可出租车辆规模

单位：万辆



携程、神州与一嗨平台可租车辆规模排名前三，聚合类平台可出租车辆规模快速增长，是租车平台实现业务扩张的有效模式

2025年12月中国主要租车平台可供出租车辆规模



单位：万辆

注：在统计可出租车辆规模时，平台间车辆是不去重的，例如a租车车行的1车辆，同时接入了携程旅行、滴滴出行、悟空租车，那么在这个三个平台的可出租车辆规模中都会统计这辆车。

主要租车平台加速增量市场网点布局，携程旅行租车业务城市覆盖率排名榜首，一嗨租车服务网点领跑租车市场

2025年12月中国主要租车平台城市覆盖率（含县级市）

单位：%



2025年12月中国主要租车平台服务网点数量

单位：家

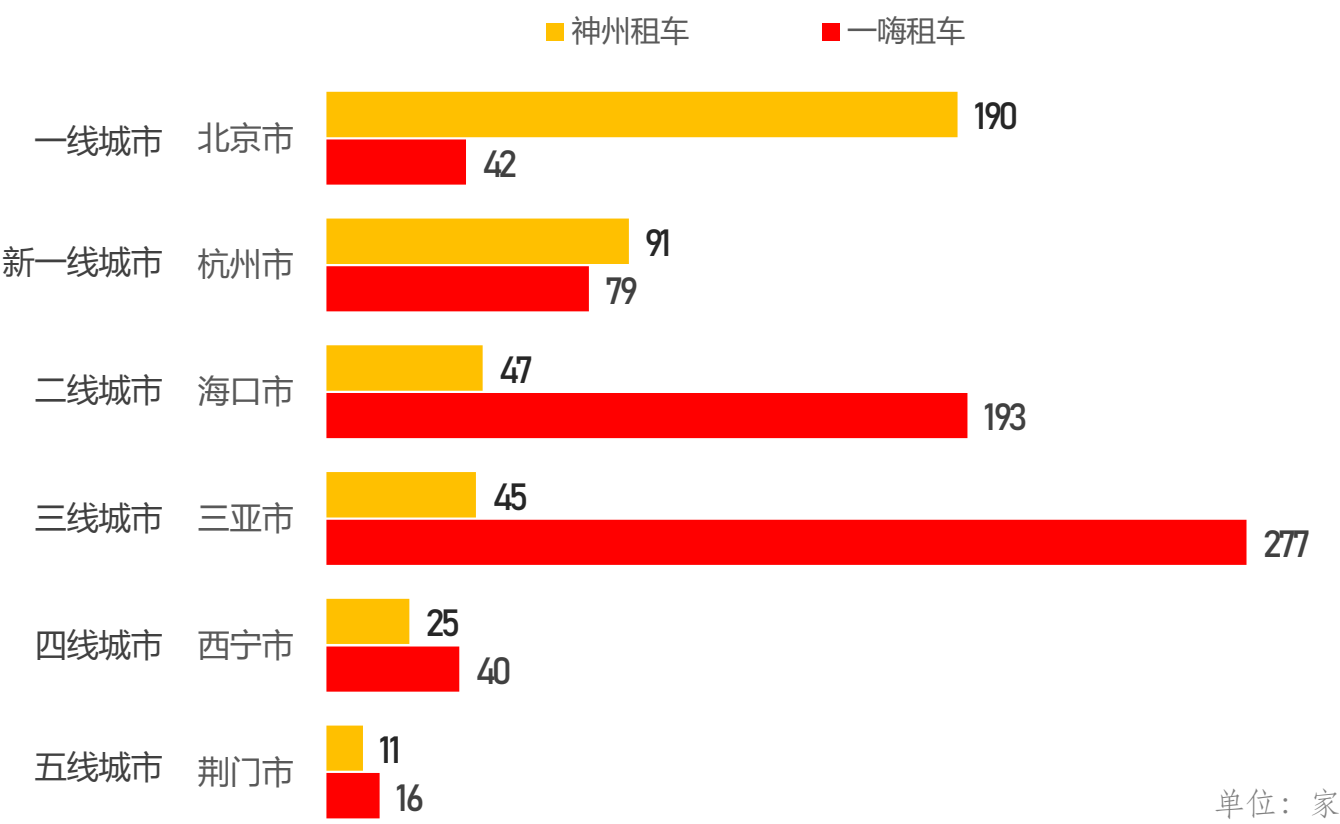


注：1.在统计服务门店数量时，平台间服务门店是不去重的，例如a租车车行，同时接入了携程旅行、滴滴出行、悟空租车，那么在这个三个平台的服务网点数量统计中各平台分别计一家。

2.聚合平台覆盖城市与服务网点均指其平台链接到的服务商覆盖的城市与网点。

不同租车平台城市布局差异显著，神州租车聚焦一线与新一线城市，网点分布密集，竞争优势明显，一嗨租车深耕中小城市，网点分布覆盖范围更广

神州租车与一嗨租车在典型城市网点数量对比分析



一线与新一线城市租车服务网点已经趋于饱和，以北京为例，截至2025年12月末全市租车服务网点达1071家

2025年12月北京各区县线下租车服务网点分布

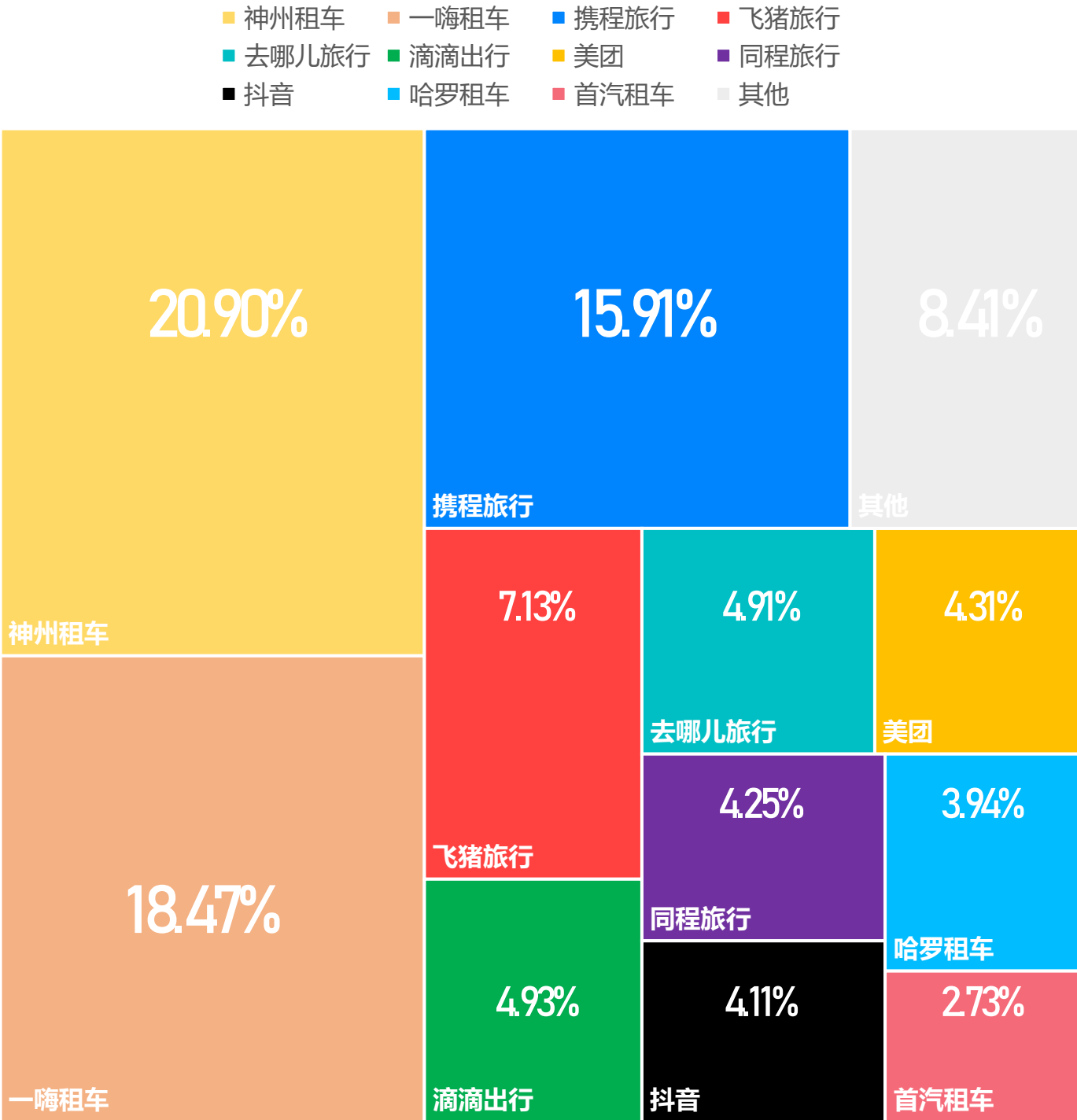


Beijing



神州租车领跑中国租车市场，一嗨租车、携程租车排名紧随其后，构成中国租车市场第一梯队，飞猪、滴滴、去哪儿与美团构成第二梯队

2025年12月中国线上租车行业市场份额（创建订单口径）



注：1.创建订单并非最终履约订单，创建订单减去未支付成功订单、取消订单未实际履约订单。
2.市场份额中其他中包含其他垂直租车平台、交通出行、OTA、微信生态、支付宝生态等渠道产生的订单。

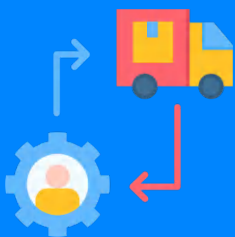
神州租车：覆盖全国的直营门店，用户体验好、技术驱动、全链路运营不断提升运营效率，积累了海量高价值租车用户，构建起强大的品牌号召力，是神州租车竞争优势的体现

神州租车在中国租车市场的核心竞争优势主要表现在全直营规模化网络、全链条资产运营、数字化高效履约、新能源与智能出行布局、高价值用户与品牌壁垒五大维度，形成了自己的行业护城河与竞争优势。



全直营规模化网络门店覆盖广，用户体验好

- **网点与车队规模领先：**截至2025年底，覆盖全国360余座城市、6600多个直营网点，深入机场、高铁站、商圈等核心场景，车队规模近20万辆，涵盖260多款车型，从经济到豪华、传统燃油到新能源全覆盖，可满足个人短租、企业长租、旅游自驾等多元需求。
- **直营模式保障服务质量：**全直营体系实现总部统一管理，服务标准、价格、流程高度规范，无加盟乱象，能快速落地“异地还”、“远可送”、“全程无忧”等服务承诺，24小时客服与救援体系确保10分钟响应、1小时抵达现场，解决用户异地用车与应急问题，用户体验稳居中国租车市场第一梯队。
- **立体网络适配核心场景：**聚焦“大交通+落地租”，网点与机场、高铁站等枢纽无缝衔接，支持全国跨城还车与上门取还车，提升用户取还车便捷性，支撑假期峰值出租率、实际履约率处于行业领先水平。



全链条资产运营，提升运营效率与效益

- **汽车采购、租赁、处置闭环高效：**神州租车年采购新车数万辆，与34家汽车品牌深度合作，具备规模化采购议价权；依托覆盖全国近百城的上千家二手车渠道及出海网络，构建“买-租-修-卖-智”全链生态，车辆残值管理能力突出，降低单车固定成本，提升资产周转效率。
- **车队调度与库存优化：**智能调度系统实时预测各网点供需，动态调配车辆，实现“人未到，车先行”，提升出租率与资产利用率，2025年国庆期间部分区域峰值出租率达95%以上。
- **补能与维保体系完善：**联合合作伙伴共建新能源补能网络，覆盖充电、换电等场景；自有维保体系保障车辆出库前全项检测，降低故障风险，减少运营中断成本。



技术驱动运营与服务提升

- **自助化服务提升体验：**APP自助取还、信用免押等功能覆盖率持续提升，三步即可完成租车流程，无需排队，大幅降低用户使用门槛。
- **智能技术驱动运营：**引入智能调度、车况检测、订单管理等系统，实现从预订到还车的全流程数字化，提升运营效率；与百度 Apollo 合作推出 L4 级自动驾驶租车服务，在海南试点投放，将前沿技术转化为可落地的出行服务。
- **数据赋能精准运营：**基于海量的用户沉淀数据，精准洞察需求，优化车型投放与定价策略，适配消费分级趋势，为新能源与智能出行产品提供市场验证土壤。



积极布局智能出行与新能源

- **智能出行提前占位：**除自动驾驶租车外，与沃兰特航空探索“地面租车+空中通勤”的地空综合解决方案，拓展立体出行场景，为未来出行形态变化预留接口。
- **场景创新深化用户粘性：**推出“神州山海此生必驾”等 IP 活动，打造自驾线路，联动旅游度假区实现“住行一体化”，从工具租赁向出行体验升级。
- **新能源转型积极：**持续提升车队新能源占比，引入热门新能源车型，联合宁德时代等共建补能体系，响应“双碳”目标，契合市场低碳出行需求。



高价值用户数量庞大、品牌壁垒高

- **高价值用户数量庞大：**累计服务 1.8 亿用户，以一二线城市高消费力人群为主，用户粘性与复购率高，为新产品推广提供天然流量池。
- **品牌力持续增强：**发布“安全出行”、“安心租”、“脏必赔”等六大服务承诺，杜绝隐形消费，取车清洁不达标可获 3 倍整备费赔付，以透明化、标准化服务建立用户信任，形成品牌差异化，构建起了神州租车强大的品牌号召力，是神州租车竞争护城河的重要壁垒。
- **B 端与 C 端协同：**企业用车服务覆盖大型集团与中小企业，提供定制化长租、车队管理方案，与个人业务形成互补，提升收入稳定性与抗周期能力。

神州租车的优势并非单一维度的领先，而是“规模+运营+技术+生态+品牌”的协同效应。全直营网络保障服务一致性，全链条资产运营降低成本、提升周转，数字化与智能技术优化效率与体验，新能源与场景创新契合未来趋势，叠加亿级用户基盘与品牌信任，共同构筑了深厚的竞争壁垒，巩固其行业领跑者地位。



一嗨租车：以直营为根基、数字化为引擎、标准化为服务抓手、构建服务与品牌的核心竞争力，在中国租车市场稳居第一梯队

一嗨租车核心竞争力数据

- 覆盖城市数量

520_{座+}

- 全国门店数量

1.10_{万+}

- 可供出租车队规模

13.4_{万辆}

- 2025年12月月活用户规模

259_万

- 2025年12月日活用户规模

22.1_{万人}

- 2025年12月一嗨租车市场份额

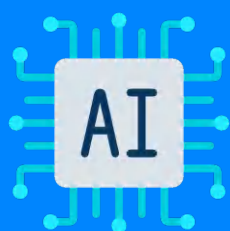
18.47%

一嗨租车的核心竞争优势，聚焦于直营+加盟相结合模式，高密度租车门店网络、技术驱动的无接触高效履约、全域免异地还车与场景化服务、高用户满意度与品牌标准、B端与C端协同生态五大维度，形成了“服务+效率+生态”的综合护城河。以下展开详细阐述：



直营+加盟模式，实现高密度服务覆盖

- **直营+加盟模式并重：**直营模式主要覆盖一线及重点租车需求城市，总部统一管理、统一标准、24小时客服与救援体系确保响应及时、保证服务质量。同时对中小城市放开加盟，可实现在中小城市的快速扩张，实现线下服务门店的高密度覆盖。
- **网络规模与密度领先：**截至2025年底，覆盖全国520+城市、1.1万家服务网点，机场/高铁站覆盖率90%以上，站内网点让用户出闸机5分钟可达取车点，配合“全国免异地还车费”政策，用户无需折返还车，显著提升跨城自驾意愿，形成“交通枢纽-城市核心-景区腹地”，三级融合网络，支撑节假日高出租率与订单快速履约。



技术驱动的高效履约体系（效率引擎）

- **自助化服务闭环：**自主研发智能蜂巢柜（覆盖300+城），用户扫码3分钟内完成自助取还，搭配APP在线选车、电子签约、车况实时查询，自助化率高，降低人力成本、提升用户体验。
- **数据智能驱动运营：**AI与大数据支撑需求预测、动态定价、车型优化，如根据区域用户偏好调整车型投放，旺季动态调价平衡收益与出租率，淡季推出促销提升周转。融合大数据与AI的调度系统，精准预测节假日与热门景区用车峰值，提前跨区调配车辆，如2025年暑期九寨沟订单同比飙升750%。仍保障“即到即取”，订单满足率与车辆周转率行业领先。
- **数字化管理中台：**自研ERP、GPS定位、电子账单、CRM等系统，订单全流程线上化，85%以上自驾订单来自线上预订，总部统一调度，门店聚焦交接车与用户接待，降低管理与交易成本。
- **企业云服务降本增效：**面向B端推出“企业云服务”平台，支持多账号权限管理、费用自动分摊、行程与账单数字化，提升企业用车管理效率，增强B端粘性。
- **自助化服务闭环：**推出24小时智能蜂巢柜、嗨车自助取还等方案，全流程平均耗时≤8分钟，打破门店营业时间限制，解决航班/列车晚点取还车痛点。



用户规模庞大，用户消费能力强

- **用户体量与增长：**一嗨租车沉淀了海量的租车用户，平台与外接渠道日活同比稳步增长，新用户注册量同比持续增长，暑期等旺季订单量、单车收入等指标创历史新高。80/90后为核心主力，00后增速显著，60岁以上“银发族”占比提升，用户年龄层持续拓宽。
- **用户质量与粘性：**凭借价格优势及服务质量，一嗨租车NPS显著高于行业平均水平、复购率、用户满意度也远高于行业平均水平，高粘性带来稳定复购与口碑裂变，降低获客成本。
- **用户使用场景全方位立体式渗透：**覆盖个人短租、旅游自驾、企业长租、商务接待等，“高铁/飞机+租车”联运与“租车+文旅”套餐，拓展跨场景用户，三线及以下城市用户增速明显。



标准化服务与消费信任体系

- **透明定价破局：**推行“一口价”模式，将租金、服务费、基本保障费等打包，页面标价即为最终付款金额，无隐形消费；部分方案覆盖小副小蹭，降低用户用车顾虑。
- **全时段保障：**提供7×24小时在线客服、道路救援与直营门店支持，构建标准化车况管理体系，筑牢出行安全防线。
- **便捷权益矩阵：**全国免异地还车费、免车辆押金、全城送车上门/上门取车等举措，形成行业服务标杆。



新能源租赁的先发与规模化优势

- **行业先行者：**国内率先设立新能源汽车共享试点，积极推进新能源车队规模化运营，契合“双碳”政策方向一嗨租车。
- **运营与生态协同：**依托智能调度优化新能源车辆路线匹配，降低空驶与碳排放；联动充电网络，解决用户补能焦虑，形成“租赁+充电+保障”的一体化服务能力。



品牌价值与场景化生态布局

- **品牌认可度：**荣获2025“年度最具品牌价值奖”，在商务与休闲出行领域建立“专业、高效、可靠”的心智认知。
- **泛IP+场景化战略：**打造IP形象“嗨小兔”，围绕节假日、旅行季开展线上线下活动，深度融入用户生活方式，提升品牌年轻化与亲和力。
- **政企与长租深耕：**深化“租赁+出行服务”融合，拓展保险、充电等衍生收入；企业长租客户续约率与合同年限表现优异，形成稳定现金流。

OTA平台租车业务优势：用户规模庞大、场景协同、聚合模式、轻资产扩展、品牌信任背书，是OTA平台开展租车业务的核心竞争力

OTA平台开展租车业务的优势



流量与场景天然协同

- OTA自带机票、酒店、旅游等出行流量，可实现“机票+酒店+租车”一站式打包，用户决策链路短、转化效率高，获客成本远低于传统租车企业。



聚合供给，选择更丰富

- 平台可接入多家租车公司、不同车型与价格方案，覆盖更多城市与网点，用户比价、选车更便捷，能快速满足多样化、跨区域租车需求。



轻资产模式，扩张快、成本低

- 无需自建车队、门店与线下重资产运营，以平台对接供应商模式快速拓展业务，扩张速度快、资金压力小、边际成本低。



品牌与信任背书强

- 成熟OTA具备高品牌知名度、完善的支付、售后、评价体系，降低用户首次租车信任门槛，提升整体下单意愿。



大数据与运营能力领先

- 依托用户出行数据，可精准预测需求、动态定价、智能推荐，提升供需匹配效率与营销精准度，增强整体产业链价值。



一站式体验，提升用户粘性

- 同一平台完成出行全链条预订，简化流程、节省时间，有利于提升用户留存与复购，形成平台生态闭环。

OTA平台租车业务劣势：无自有车源，服务依赖第三方，体验不可控、平台利润空间小、易陷入价格战等，是OTA平台租车业务的主要劣势

OTA平台开展租车业务的劣势



服务体验不可控，标准化难统一

- OTA自身不直接运营车辆与线下门店，服务依赖第三方租车供应商，不同商家的车况、取还车流程、人员服务水平差异大，易出现服务混乱、投诉难追责等问题，无法像直营租车企业那样保障统一服务品质。



无自有车源，旺季供给能力薄弱

- 节假日、旅游旺季等出行高峰，平台无自有车队支撑，车源完全依赖供应商调配，易出现无车可提、临时换车型、变相加价等情况，供给稳定性远不如重资产直营模式。



利润空间有限，商业模式偏轻无壁垒

- 以佣金为主要盈利方式，利润率远低于车辆自营、长租等高毛利业务；且对上游供应商依赖度高，在定价、车源、服务标准上缺乏主导权，难以构建核心竞争壁垒。



线下运营与履约能力不足

- 租车业务高度依赖线下网点覆盖、验车、异地还车、道路救援等重运营环节，OTA 线下团队、本地服务能力薄弱，难以高效处理线下突发问题，用户履约体验存在短板。



用户忠诚度低，易陷入价格战

- 平台用户多以比价、追求低价为主，品牌忠诚度弱，OTA 之间、OTA 与租车企业之间易陷入同质化价格竞争，难以形成长期稳定的用户群体与盈利模式。

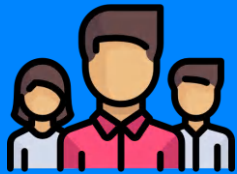


责任界定模糊，售后纠纷处理复杂

- 出现车辆剐蹭、违章、故障等问题时，OTA、租车公司、线下门店易出现责任推诿，用户维权链条长、流程繁琐，直接影响平台口碑与用户信任。

出行服务商：以滴滴为代表的出行服务商拥有流量与场景优势，线上履约信用背书、智能调度成熟，租车业务形态灵活，获客与运营效率更高是其发展租车业务的主要优势

流量与场景：天然获客与转化优势



- **亿级用户池，获客成本极低：**滴滴出行等出行平台拥有亿级月活用户与高频出行场景，租车业务可直接复用平台流量，精准触达网约车、顺风车、代驾等用户，转化率较高、获客成本较低。
- **出行场景深度绑定，一站式闭环：**用户可在同一APP完成“打车→租车→自驾→还车”全流程，尤其适配商务差旅、短途自驾、临时用车等高频场景，大幅缩短决策链路。
- **B端与C端双场景覆盖：**既服务个人自驾，也为网约车司机提供以租代购、流水抵租金的运力解决方案，双向拓展需求场景。

技术与运营：效率与体验双提升

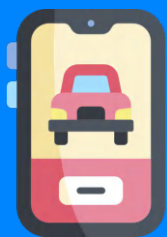


- **大数据智能调度，供需匹配精准：**依托出行大数据，可预测用车需求、动态定价、智能匹配车辆与网点，提升车辆周转率与用户响应速度。
- **全程线上化，流程极简：**预订、支付、取还车、结算、评价全流程线上完成，支持免费上门送取车，无需线下门店办理，大幅降低用户时间成本。
- **信用与风控体系成熟：**基于出行平台用户信用数据，提供免押金、双免保障，降低租车门槛与平台风险。

服务与模式：灵活创新，体验领先



- **分时/短时租赁创新：**以滴滴出行为例，推出按分钟计费（分分租），适配短时、碎片化用车，填补传统日租/月租的市场空白。
- **聚合供给+平台管控，兼顾丰富与品质：**接入多家租车商，车型与网点覆盖广；同时通过官方认证、车况筛选、服务标准管控，平衡选择多样性与服务稳定性。
- **线下履约能力强：**依托网约车线下服务网络与司机团队，送取车、应急救援、本地服务响应更快，弥补纯平台型OTA的线下短板。



生态与成本：轻资产+高协同

- 轻资产扩张，边际成本低：不持有车辆，以平台模式快速接入供应商，全国扩张速度与资金效率远超重资产直营租车公司。
- 生态协同效应显著：租车与网约车、顺风车、加油/充电、维保等业务联动，提升用户粘性与平台整体价值，形成差异化壁垒。



短视频平台：租车行业从“重资产、重渠道”转向“重内容、重体验、重数字化”，短视频平台正在重构获客、交易、产品与竞争逻辑，推动行业从租车向“出行生活服务转型”



营销与获客：从“门店等客”到“内容种草”

- **流量入口转移：**抖音成为年轻人租车决策的核心信息源，租车自驾游、话题播放量超50亿，用户先刷攻略再下单。
- **社交裂变爆发：**UGC内容（如自驾Vlog）成为“社交货币”，一次租车平均产生3条短视频，带动目的地租车量增长150%+。
- **获客成本重构：**短视频/直播直接触达用户，降低对传统平台与线下渠道的依赖，中小商家获客门槛大幅降低。



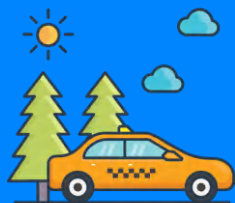
交易与服务：从“线下履约”到“线上闭环”

- **交易链路缩短：**抖音团购、小程序实现“看视频→下单→支付→取还车”全链路闭环，24小时无人取还车匹配即时需求。
- **预售与套餐化：**“先囤券、后预约”成为主流，租车次卡、“租车+露营/门票”等组合套餐销量激增。
- **服务透明化：**视频展示车况、价格、流程，减少信息差，倒逼行业标准化、规范化。



用户与需求：从“工具需求”到“体验消费”

- **客群年轻化：**Z世代（00/05后）成为主力，追求小众路线、个性车型、场景化体验。
- **决策逻辑改变：**从“比价优先”转向“内容种草+社交推荐”，体验即传播。
- **需求场景拓展：**从单纯代步，延伸至自驾、露营、旅拍、商务等多元场景。



产品与运营：从“车辆出租”到“场景方案”

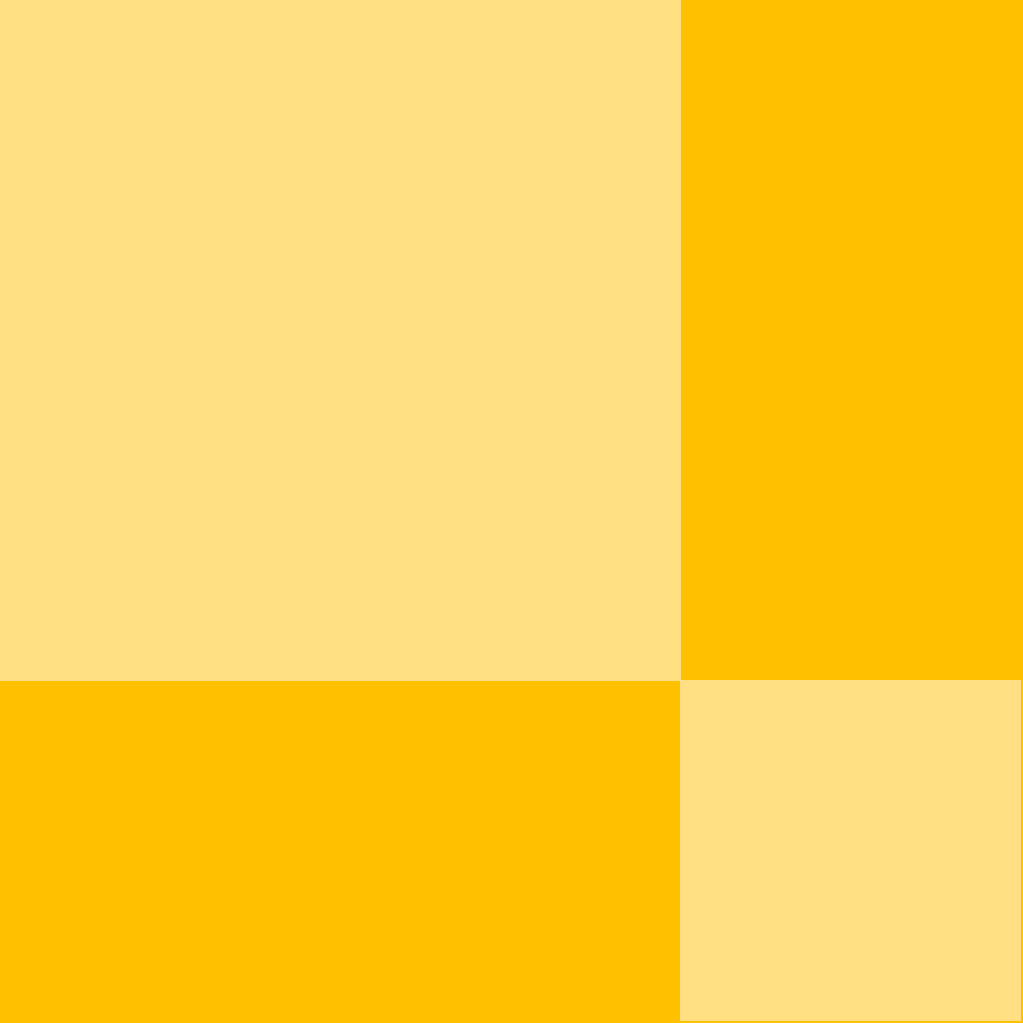
- **车型结构调整：**新能源、网红车、小众性能车占比提升，适配短视频传播与年轻偏好。
- **服务模式创新：**异地还车、上门取送、宠物友好、24小时自助等服务普及。
- **运营效率提升：**数据驱动选品、定价与投放，私域沉淀复购，形成“抖音引流+私域养客”模式。



行业格局：从“巨头垄断”到“百花齐放”

- **中小商家崛起：**低成本内容营销让区域租车行、个人车主获得曝光机会，打破传统巨头壁垒。
- **跨界融合加速：**租车与旅游、露营、汽车文化等业态深度绑定，催生新商业模式。
- **竞争加剧分化：**不做短视频的传统商家被边缘化，内容能力、数字化能力成为核心竞争力。





➤ 03

中国租车行业 发展趋势

China Car Rental Outlook 2026

对于中国租车行业无疑是至关重要的一年，用户需求仍在增长、政策已经为行业高速发展扫清了道路、新的行业竞争者不断进入租车市场并持续展现出强劲的竞争力、但更为重要的是技术对汽车租赁市场的增长和竞争格局影响的关键作用越来越显著，特别是AI对租车行业带来的影响需要给予足够的关注，对于所有的租车平台即是颠覆性的挑战，也是巨大的机遇。



租车行业政策趋势

政策环境：强规范+强支持，行业进入高质量发展期

- 顶层设计明确，鼓励行业扩容提质
- 国家层面持续释放利好：2026年初国务院《加快培育服务消费新增长点工作方案》明确提出推动小微型客车租赁高质量发展，完善服务网络、培育壮大经营主体、提高服务水平。
- 2023年交通运输部等八部门《关于加快推进汽车租赁业健康发展的指导意见》，核心导向为鼓励分时租赁、推动信用体系建设、优化车辆登记管理。
- 多地将租赁纳入绿色出行体系，如北京对新能源租赁车给予路权优先。
- 监管趋严，标准化与合规化提速
- 2025年11月《汽车租赁服务规范》国家标准正式实施，覆盖经营者、车辆、人员、服务流程全环节，划定服务边界与质量底线。
- 行业备案、车辆与人员资质、数据合规、押金与收费监管趋严，不合规小微主体加速出清。
- 公务用车改革持续推进，鼓励企事业单位以社会化租赁替代自购，释放企业长租需求。
- 新能源政策强力驱动
- “双碳”目标下，多地对新能源租赁车给予购置补贴、运营补贴、停车优惠、充电优惠。
- 头部企业响应：神州租车2024年新能源车占比超35%，一嗨租车计划2026年少量城市网点接近100%覆盖电动车。





租车市场规模再创新高，消费结构升级，盈利模式转变

租车市场再创新高，市场增长动力仍在

- 截至2025 年底，全国小微型客车租赁车辆总量达266.7万辆。头部企业车辆规模持续扩张，截至2025年12月末，神州租车车队规模达19.1万辆，一嗨租车车队规模突破13.4万辆，2025 年整体市场规模有望突破1044 亿元，旅游复苏（尤其是自驾游）、商务出行恢复、节假日出行爆发，成为核心增长引擎。

消费结构升级，客单价提升

- 2025年中国租车行业高端车型订单占比持续提升，豪华车平均出租率提升。人均租期突破6天，长租与长线自驾占比提升，拉高单次客单价。
- 信用免押、自助取还、异地还车优化体验，同时推动“租车+酒店+门票”组合消费，客单价较普通订单提高显著。

年轻化主导，需求分层更加清晰

- 年轻用户占比大幅飙升，90 后、00 后占比大幅提升，05 后订单同比增长200%+，偏好特色车型与社交属性出行，对租车场景的拓展起到关键作用。此外，家庭出游、返乡探亲占比上升，租期从2-3 天延长至5-7 天，“租车+旅游”一体化套餐客单价更高。





场景化更加多元化，租车服务与多场景无边界融合

随着用户需求的多元化，租车行业不再局限于“车辆出租”的单一模式，而是向“场景化服务”“生态化融合”转型，深度融合自驾游、露营、家庭出游、上午出差等多元场景，推出个性化、一站式服务方案，同时推动服务精细化、标准化，提升用户体验，打造“租车+生活方式”的生态闭环。

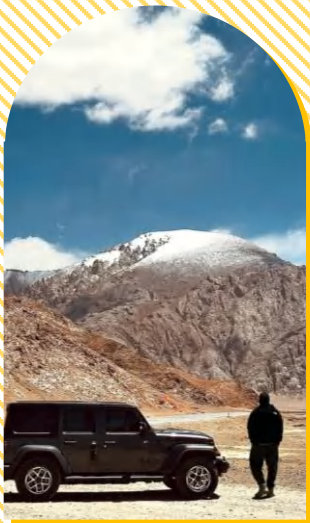
场景多元化拓展，需求边界持续延伸

- **租车场景持续拓展：**租车需求从传统的出行用车需求向更多细分场景延伸，形成“全场景覆盖”的格局，除了自驾旅游场景之外，依托国内旅游市场复苏，“租车+旅游”成为主流出行方式。传统商务通勤场景更加细分化，针对企业员工差旅、商务接待需求，推出企业长租、短租套餐，提供上门取送、车辆清洁、定期维保等专属服务，持续改善商务场景下的用车体验。
- **拓展灵活就业场景市场：**为网约车司机等灵活就业群体，提供“以租代购、流水抵租金”的运力解决方案，降低司机初始投入，目前该场景需求占比已提升，为解决灵活就业问题提出了自己的解决方案。
- **个性化场景：**露营旅拍、婚庆用车、赛事用车、宠物出行等细分场景快速崛起，推出敞篷车、跑车、房车、无障碍车辆等特色车型，搭配露营装备、无人机租赁等配套服务，满足用户个性化需求。



服务模式创新，跨界融合成租车行业新趋势

- 租车行业服务模式持续创新，打破传统租车的单一壁垒，形成“多元化、跨界融合”的发展格局。
- 租售结合/汽车订阅模式：用户可通过“短期租赁+长期购买”的方式，体验车辆后再决定是否购买，或通过“汽车订阅”模式，按月、按季度租赁车辆，无需承担购置税、维保等成本，降低用户决策门槛，提升复购率。
- 跨界套餐模式：“租车+酒店/景区/机票/露营装备”一体化套餐成为主流，头部企业与携程、美团、景区等利益方合作，推出一站式出行方案，例如“租车+海南景区联票”、“租车+露营装备租赁”等，让租车平台非租金收入占比上升。
- 车企直租模式：吉利汽车直接布局租车业务，依托自身车型优势，推出“车企直租”服务。
- 分时+短租融合模式：覆盖“短时碎片化用车”与“长期用车”需求，用户可按分钟、小时、天租赁车辆，适配临时用车、短途出行等场景，填补传统租车的市场空白。



• 租车服务标准化、规范化、精细化、人性化水平持续增强

- 随着用户对服务品质的要求提升，以及行业监管的加强，租车行业服务逐步走向精细化、标准化，彻底改变过去“服务参差不齐、隐形消费多”的乱象。国家租车服务标准方面全面实施，明确车辆整备、取还车流程、售后保障等要求，头部企业在此基础上进一步细化服务标准，例如车辆整备需经过“清洁、消毒、维保、检测”四道工序，确保车况良好；取还车时提供详细的车况检查清单，全程录像，避免后续纠纷。
- 人性化服务成为新趋势：除了如儿童座椅、车载充电器、雪地胎等基础与增值服务之外，异地免费/低费还车成为头部企业标配，打破地域限制，客服平均响应时间缩短至3分钟；透明化服务，推行“一口价”模式，将租金、服务费、基本保障费等打包，页面标价即为最终付款金额，无隐形消费。同时，通过视频展示车况、价格、流程，减少信息差，接受用户监督，减少租车环节中的纠纷。

• 大交通+落地租车，无缝衔接提升便利性

- “大交通+落地租车”成为行业重要发展方向，租车企业加速布局机场、高铁站、火车站、商圈等核心交通枢纽，实现“飞机/高铁+租车”的无缝衔接，满足用户异地出行需求。其中机场、高铁站实现租车服务全覆盖，用户下飞机、高铁后，可直接在机场、高铁站取车，无需额外奔波，大幅提升出行便利性。同时，部分企业与航空公司、铁路部门合作，推出“机票/高铁票+租车”联动优惠，进一步提升用户转化率与体验。





渠道下沉持续，部分中西部地区租车网点加速布局

随着一二线城市租车市场竞争日趋激烈，头部企业逐步向三四线城市及县域市场下沉，同时加速中西部、西南、西北地区的区域扩张，形成“一二线城市引领、三四线城市稳定发展、中西部地区崛起”的区域发展格局。

下沉市场爆发，成为租车行业新的增长动能

- 三四线城市及县域市场消费力持续释放的优势，成为租车行业的新蓝海。近年来，下沉市场租车订单年均增速显著高于一线城市。头部企业加速下沉市场布局，采用“轻资产加盟+直营”的混合模式，降低扩张成本，同时结合下沉市场需求，推出经济型车型、短期租赁套餐，适配当地用户需求；中小租车企业则依托本地化优势，深耕下沉市场，聚焦本地文旅、短途自驾、本地政府及企业用车等场景，形成差异化竞争。

区域格局优化，中西部地区需求激增

- 目前，中国租车行业区域格局呈现“东强西弱、南强北弱”的特点，长三角、珠三角、京津冀三大经济圈贡献了超六成的市场份额。但近年来，中西部、西南、西北地区租车需求持续爆发，年均增速显著高于全行业水平，成为行业新的增长极。成都、重庆、乌鲁木齐、西安、昆明等中西部城市，凭借丰富的旅游资源、完善的交通网络，租车需求快速增长。
- 头部企业加速中西部地区网点布局，加密机场、高铁站、景区网点，同时推出适配当地场景的车型与服务，例如西藏地区重点布局越野车，配备防滑链、应急救援设备；西北地区推出“沙漠自驾”特色套餐，带动区域租车市场发展。



• 网点网络完善，服务半径持续扩大

- 无论是一二线城市还是下沉市场，租车企业均在加速网点加密，完善服务网络，扩大服务半径。一二线城市重点布局交通枢纽、社区、商圈等，实现“3公里服务圈”，方便用户取还车；三四线城市及县域市场，重点布局县城中心、景区周边，逐步实现“县域全覆盖”；中西部地区，重点布局旅游线路沿线，设置服务网点与补能驿站，保障用户长途自驾需求。
- 同时，行业出现“社区微型站点”模式，社区微型站点占比持续提升，无需大型门店，仅配备少量工作人员与车辆，主要提供取还车、车辆清洁等基础服务，降低运营成本，同时提升服务便利性，进一步扩大服务覆盖范围。





数字化与智能化重构运营， 租车平台降本增效成效显著

数字化、智能化技术已成为租车行业降本增效、提升用户体验的核心引擎，从预订、调度、取还车，到风控、维修保养、用户运营，租车全链路实现数字化重构，大数据、人工智能、车联网等技术的深度应用，推动行业从“传统运营”向“智能运营”转型，已经拥抱数字化、智能化的租车企业运营效率提升显著。

• 租车全流程线上化，用户体验持续改善

- 线上化已成为租车行业的标配，截至2025年末，部分平台线上预订占比达到90%以上，其中移动端（APP、小程序）预订占比高达85%，用户可实现“一键预订、在线支付、订单修改、取还车预约、售后投诉”全流程线上完成，彻底摆脱传统线下门店排队办理的繁琐流程。以一嗨租车为例，一嗨租车推出“智能蜂巢柜”和“嗨小兔AI助手”，用户通过APP下单后，扫描蜂巢柜二维码即可自助取还钥匙，全程无需人工干预，极大提升效率。

• 自助化服务普及，无接触模式成主流

- 无接触取还车、自助取还车成为行业服务创新的核心方向，有效解决门店营业时间限制、人工服务成本高效率低等痛点。2025年，租车行业自助取还订单占比持续快速提升。目前，租车行业主流的自助取还模式包括：智能蜂巢柜取还、用户通过APP获取二维码解锁取还钥匙、人脸识别取还、远程控车取还等，实现“零接触、零等待”。

• 大数据与人工智能（AI）深度融合，运营效率与风控能力双提升

- 用户历史沉淀大数据与人工智能大模型技术广泛应用于租车行业的调度、定价、风控、用户运营等环节，大幅提升运营效率，降低运营成本。在车辆调度方面，头部企业依托AI智能调度系统，结合GPS定位、用户需求预测、车辆状态数据，实现“全国一盘棋”车辆调拨，优化车辆分布，提升车辆利用率。利用人工智能的租车平台单车年均出租天数持续提升，空驶率远低于行业平均水平，人车比持续改善。
- 在动态定价方面，通过大数据分析与人工智能定价模型实现节假日、旅游旺季、区域需求差异等因素，实现“分时定价、按需定价”，例如2026年春节期间，新能源热门车型日均租金300-600元，较平时上涨50%，传统燃油车日均租金200-400元，涨幅30%，既保障租车企业收益，又实现租车需求精准匹配。
- 在风控方面，依托历史沉淀大数据、租车行业信用共享系统、车联网行为分析、芝麻信用、微信支付分、平台自有信用体系，通过人工智能（AI）构建全方位风控体系，将行业坏账率持续降低，风控成本大幅压缩。部分平台为信用良好的用户提供“免押金、双免保障”（免车辆押金、免违章押金），降低用户租车门槛，同时通过车联网实时监控车辆状态，及时发现违章、违规驾驶等行为，降低车辆损毁风险。
- 用户画像、智能推荐，打造数字化智能运营闭环
- 通过大数据与人工智能，实现立体化用户画像，个性化服务与精细化运营，提升用户生命周期



- 价值，打造数字化智能化运营闭环。根据用户历史用车记录，为商务用户优先推荐中高端车型，为家庭用户推荐7座车型，为年轻用户推荐网红车型。通过APP推送个性化优惠券、套餐活动，针对高频用户推出会员体系，提供租金折扣、优先取车、免费增值服务等权益。同时，私域运营成为行业新趋势，头部企业通过短视频平台、社群、APP推送等方式，沉淀私域用户，定期开展互动活动、福利发放，将LTV/CAC（用户生命周期价值/获客成本）比值持续优化，大幅提升用户复购率。



Summary And Outlook

中国租车行业未来展望



中国租车行业将进入“全面电动化、深度智能化、平台化生态、国际化拓展”的新阶段，行业整体将实现高质量发展，逐步成为“出行即服务（MaaS）”的核心组成部分，同时行业竞争格局或将进一步变化，新的进入者对行业现有格局发起挑战。

• 电动化、智能化重要性越来越高

- 租车行业新能源车队渗透率将持续提升，新能源车型成为租车行业的重要车型。随着充电网络覆盖越来越广，新能源电池残值评估体系、维保体系逐步完善，租车平台新能源运营与维保问题得到有效解决，新能源租车的成本优势进一步凸显，推动租车行业新能源车辆占比持续增长。
- AI、自动驾驶等技术深度渗透到租车全链路，智能调度、动态定价、无接触取还车成为行业标配，自助取还订单占比持续提升。L4级别自动驾驶租车逐步普及，适配旅游、商务等场景，打造“自动驾驶+出行服务”的全新模式。智能座舱、语音控制、远程控车等功能全面应用，用户驾驶体验持续提升。数字化风控体系进一步完善，运营效率大幅提升。

• 租车平台业务边界不断延申，构建出行生态，提升运营效益

- 租车行业与旅游、金融、汽车制造等行业深度融合，形成“租车+”的多元生态闭环：“租车+旅游”实现多业态联合营销、获客及变现，不仅大幅提升了用户的用车体验，也提升了租车平台运营效益，实现降本增效。头部租车平台将打造平台化生态，整合车辆、网点、用户、汽车生产商等资源，实现资源共享、营销高效协同、用户体验持续改善、运营成本不断优化，盈利能力持续增强的生态型平台。





• 头部租车平台布局海外市场，参与全球竞争

- 随着中国租车行业的成熟，头部租车平台将逐步布局海外市场，重点拓展北美、东南亚、欧洲等汽车租赁市场，尤其是OTA平台，依托自身海量的商务、旅游用户优势，以及轻资产的扩张模式，参与全球竞争，持续发力“出境租车”业务，实现“国内租车+出境租车”一体化布局，满足用户跨境出行需求，提升平台的全球影响力。

• 新进入者持续涌入，行业竞争格局将重构

- 近年来，跨界平台持续入局租车行业，凭借自身优势，重构行业获客、交易、运营模式，成为行业新的竞争力量，OTA平台（携程、美团）：依托机票、酒店、旅游流量，实现“机票+酒店+租车”一站式打包，聚焦旅游租车场景，用户决策链路短，已经成为租车市场重要的竞争力量。短视频平台（抖音、快手）：以“内容种草+直播带货”为核心，推出租车团购、套餐预售，快速触达年轻用户，带动租车订单增长，同时推动行业营销模式转型。出行平台（滴滴、高德）：依托自身亿级用户池、线下服务网络，复用流量与运营能力，推出租车服务，实现“打车+租车”生态闭环，获客成本低、用户转化率高。未来车企（特斯拉、比亚迪）等将凭借自身车型优势，推出自动驾驶出行服务，实现“生产+租赁/出行”一体化布局，这种模式可能不仅颠覆的租车行业，可能是对人们出行服务方式的颠覆。

- 随着众多平台进入租车行业，租车行业的竞争将进一步加剧，行业竞争格局也会重构，头部垂直租车平台神州与一嗨将面临携程旅行、美团、滴滴出行、抖音等新进入者的强劲挑战，如果无法适应新的竞争模式，租车行业竞争格局将被重构。
- 总体而言，中国租车行业正处于转型发展的关键期，尽管面临诸多挑战，但依托政策利好、技术革新、模式转换、租车消费力持续释放的核心动力，未来将持续实现高质量发展，从“交通工具租赁”全面升级为“一站式出行生活方式服务”，成为中国出行产业的重要组成部分。





The Challenge

中国租车行业面临的挑战

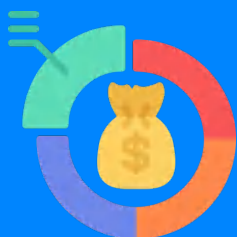
尽管中国租车行业呈现良好的发展态势，但在转型过程中，中国租车行业仍面临很多挑战，部分挑战带来的影响已经显现，部分挑战的影响力仍然在聚集阶段，但对租车平台来说无论如何在这个竞争激烈的行业中，这些挑战都不应该被忽视，而应该认真做好应对挑战的准备。能够有效应对用户需求、行业竞争以及替代者挑战的租车平台，将会在新一轮的租车大战中获得巨大的竞争优势，甚至在竞争中脱颖而出改写租车行业现有竞争格局，成为租车行业新的领导平台。





用户需求结构变化，与租车公司车队结构形成错配

- 首先，近年来宏观经济增长放缓，消费者收入提升有限，部分租车消费者收入甚至出现下降，个人与家庭用车越来越关注性价比，对价格更加敏感，经济型车型成为越来越人的首选用车。其次，疫情以来未来降本增效企业商务出差比例呈现下降趋势，越来越多的商务沟通和协调通过线上完成，商务用车需求在未来可能面临需求增长不足和需求结构调整的挑战。最后，由于个人用车市场和商务用车市场都可能在未来面临需求结构调整的可能，对于租车平台对需求的预测、车队车辆结构的配置调整都是巨大的挑战，如果车队结构与市场需求结构错配，可能面临巨大的经营压力。



重资产运营压力大，资产减值风险突出

- 首先，租车行业属于典型的重资产行业，车辆购置、网点建设、人员培训、车辆维保等需要大量资金投入，头部租车平台车辆购置成本较高，当市场竞争加剧，出租率下降或租金下降，侵蚀净利润空间，租车平台的经营压力就会变大。其次，车辆残值波动风险突出，尤其是新能源车型，电池技术迭代快，电池衰减、技术淘汰等因素，可能导致车辆提前报废，增加企业资产损失。传统燃油车受新能源车型冲击，传统燃油车新车降价趋势明显，车辆残值率也持续下滑，进一步加剧企业资产压力。再次，重资产租车平台固定运营成本占比高，在经济增长新旧动能转换期，经营杠杆对盈利的影响显著，可能出现盈利能力大幅下滑，增加运营风险。



租车市场竞争加剧，同质化与价格战异常激烈

- 随着头部租车平台扩张、OTA、出行服务、短视频平台等进入租车行业，租车行业竞争日趋激烈，同质化竞争与价格战已经成为很难避免的选项。不仅中小租车企业需要通过低价竞争获取订单，价格战的战火已经烧到头部平台，价战严重压缩行业整体利润空间，部分头部企业为抢占市场份额，推出低价套餐，进一步加剧价格竞争。同时，行业服务、产品同质化严重，多数企业仍以“车辆出租”为主，场景化服务、个性化产品创新不足，难以形成核心竞争力，用户忠诚度较低。此外，聚合平台流量分发机制导致马太效应加剧，前10%供应商占据超六成流量，中小供应商生存空间进一步被挤压。



“套路链”等带来消费者信任危机的事件仍然存在

- 消费者对租车行业的信任被部分“套路”侵蚀。押金纠纷频发，“退押金难”是投诉重灾区。一些用户在还车时，会被租车公司以“车损”、“超里程”等理由，从押金中扣除少则几百、多则数千元的不透明费用，定价完全由租车公司“一口价”决定。租车行业中存在“低价引流、高价收车”的恶性闭环。商家先用超低价吸引用户，再通过模糊的车况标准、严苛的扣款条款和推诿的售后服务来获取额外利润，严重损害了租车行业在消费者中的信任，如果这种情况得不到有效的解决，将会最中国租车行业带来长久的信任危机困扰。



来自其他出行方式的局部替代挑战

- 随着国家基础设施建设越来越好，公共交通的便捷度、安全性及成本优势已经显现，在部分场景下已经在分流原租车场景的用户群体，此外，虽然网约车/顺风车与租车行业在很多出行场景具备互补作用，但是网约车/顺风车在一些场景下对租车行业的替代作用已经越来越显著，这种替代作用是渐进式的，目前仍然处于不易被察觉阶段，但这种风险是客观存在的，并且潜在影响也是巨大的。



来自技术创新对当前租车行业的彻底颠覆

- 随着技术的进步，技术创新对传统行业的革新和颠覆每时每刻都在上演，特别是当下的AI技术革命，正在改造和重新定义很多行业。例如阿里巴巴旗下的AI助手“千问”（通义千问）近期推出的AI打车功能，该功能于3月23日上线，距今不足两周，千问AI打车清明假期订单量周环比增长超1500%，用户使用规模攀升。随着AI在各行各业的持续应用，未来AI租车服务或将很快出现，对现有的租车模式、商业模式、盈利模式等将构成颠覆式的变革，如果租车平台不能适应AI带来的潜在变革，就如同在火车被发明出来后，还在打磨马车轮子的马车制造商一样，将存在被彻底颠覆的可能。



数据说明

移动端数据：通过SDK的形式获取用户移动端APP使用数据。包括但不限于频次、时长、浏览路径、订单、移动支付等维度数据的收集，上报、存储及统计分析。

PC端数据：针对特定类型平台进行不同维度及口径的数据抓取、数据结构化处理、存储及统计分析。

宏观数据：来源渠道主要包括choice、彭博、各国相关统计机构、国际组织、第三方数据机构等。

统计周期：报告最新数据截止日期为2025年12月31日。

研究对象：本报告着重研究中国租车行业。

免责声明：本报告基于独立、客观、实事求是的分析研究，但不对任何机构及个人，构成投资及其他决策建议，不分享相关收益，也不承担相关责任。





Your Cozy Corner In The World.

HEXIFILM PHOTOGRAPHY

商务合作

电话（微信）：18510809459

邮件：guoliang@ifastdata.com

