

2020-2026年中国网约车市场深度分析与投资策略报告

报告目录及图表目录

北京迪索共研咨询有限公司

www.cction.com

一、报告报价

《2020-2026年中国网约车市场深度分析与投资策略报告》信息及时，资料详实，指导性强，具有独家，独到，独特的优势。旨在帮助客户掌握区域经济趋势，获得优质客户信息，准确、全面、迅速了解目前行业发展动向，从而提升工作效率和效果，是把握企业战略发展定位不可或缺的重要决策依据。

官方网站浏览地址：<http://www.cction.com/report/202008/179740.html>

报告价格：纸介版8000元 电子版8000元 纸介+电子8500元

北京迪索共研咨询有限公司

订购电话: 400-700-9228(免长话费) 010-69365838

海外报告销售: 010-69365838

Email: kefu@gonyn.com

联系人：李经理

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、说明、目录、图表目录

近年来，我国城市化和现代化发展势头迅猛，城市人口的不断增长给交通带来了极大的压力，公共交通运输能力满足不了人们的出行需求，供不应求的局面导致了交通出行价格的增长。因此，新的交通运输模式的出现是增加交通运输供给的一种必然趋势，网约车正是应运而生的一种交通运输方式，其充分利用信息时代的便捷特性，满足了部分消费者的便利出行需求。

社会需求加上互联网技术的深入发展，使得人们对网约车的接受度不断提高。截至2017年底，以网约车为代表的中国移动出行用车用户规模达到4.35亿人；预计到2020年，移动出行用车用户规模将达到6.23亿人。2014-2020年中国移动出行用车用户规模及同比增长走势

网约车因其自身的优势，如方便快捷、节省时间、随叫随到、舒适性高、司机服务态度好等，吸引了众多用户。大部分用户会在天气不好、时间紧张、上下班高峰期、打车地点偏僻时使用打车软件，进行网约车服务。据相关调查结果显示，71.3%的网约车用户为了节约时间而使用网约车出行，更为优惠的价格（47.0%）以及更佳的乘车环境也是用户选择网约车出行的重要原因。用户使用网约车理由

中企顾问网发布的《2020-2026年中国车联网市场深度分析与投资策略报告》共十二章。首先介绍了中国网约车行业市场发展环境、网约车整体运行态势等，接着分析了中国网约车行业市场运行的现状，然后介绍了网约车市场竞争格局。随后，报告对网约车做了重点企业经营状况分析，最后分析了中国网约车行业发展趋势与投资预测。您若想对网约车产业有个系统的了解或者想投资中国网约车行业，本报告是您不可或缺的重要工具。

本研究报告数据主要采用国家统计局数据，海关总署，问卷调查数据，商务部采集数据等数据库。其中宏观经济数据主要来自国家统计局，部分行业统计数据主要来自国家统计局及市场调研数据，企业数据主要来自于国统计局规模企业统计数据库及证券交易所等，价格数据主要来自于各类市场监测数据库。

报告目录：

第一部分行业运行现状

第一章中国网约车行业发展概述1

第一节网约车行业发展情况1

一、网约车概念1

二、网约车发展概述1

三、网约车发展现状3

四、政策影响3

第二节最近3-5年中国网约车行业经济指标分析5

一、赢利性5

二、成长速度6

三、附加值的提升空间6

四、进入壁垒／退出机制6

五、风险性7

六、行业周期7

七、竞争激烈程度指标7

八、当前行业发展所属周期阶段的判断8

第三节关联产业发展分析10

第四节国家宏观经济环境12

一、国民经济运行情况gdp12

二、消费价格指数cpi、ppi14

三、全国居民收入情况17

第五节2015-2018年中国社会环境发展分析19

一、人口环境分析19

二、教育环境分析20

三、文化环境分析21

第二章中国网约车所属行业的国际比较分析23

第一节中国网约车所属行业竞争力指标分析23

一、价格23

二、等待时长23

三、出行服务23在滴滴出行用户最常用的服务中，63%的滴滴用户表示最常使用快车服务。其中，39%滴滴用户表示常用普通快车，远远高于快车拼车、快车优享。另外，有17%的滴滴用户最常使用的是出租车服务。随着网约车资源向出租车倾斜，未来这一比例或将有望上升。滴滴用户最常用的滴滴出行服务

第二节中国网约车所属行业经济指标国际比较分析24

第三节全球网约车行业市场需求分析26

一、市场规模现状26

二、需求结构分析28

三、市场前景展望31

第四节全球网约车行业市场供给分析32

一、市场价格走势32

二、重点企业分布33

第二部分行业深度分析

第三章2018年中国网约车所属行业整体运行指标分析36

第一节中国网约车行业总体规模分析36

一、企业数量结构分析36

二、行业规模分析36

第二节中国网约车所属行业产销分析37

一、行业情况总体分析37

二、行业销售收入总体分析39

第三节中国网约车所属行业财务指标总体分析39

一、行业盈利能力分析39

二、行业偿债能力分析40

三、行业发展能力分析40

第四章网约车产业链的分析42

第一节行业集中度42

第二节主要环节的增值空间42

第三节行业进入壁垒和驱动因素42

一、行业进入壁垒42

二、行业驱动因素44

第四节上下游行业影响及趋势分析46

第三部分市场全景调研

第五章区域市场情况深度研究47

第一节长三角区域市场情况分析47

第二节珠三角区域市场情况分析51

第三节环渤海区域市场情况分析52

第四节网约车行业主要市场大区发展状况及竞争力研究55

一、华北大区市场分析55

二、华中大区市场分析58

三、华南大区市场分析60

四、华东大区市场分析61

五、东北大区市场分析62

六、西南大区市场分析63

七、西北大区市场分析66

第五节主要省市集中度及竞争力模式分析67

第六章2018-2024年需求预测分析71

第一节网约车行业领域2018-2024年需求量预测71

第二节2018-2024年网约车行业领域需求功能预测73

第三节2018-2024年网约车行业领域需求市场格局预测75

第四部分竞争格局分析

第七章网约车市场竞争格局分析77

第一节行业竞争结构分析77

一、现有企业间竞争77

二、潜在进入者分析77

三、替代品威胁分析79

四、供应商议价能力81

五、客户议价能力82

第二节行业集中度分析82

一、市场集中度分析82

二、企业集中度分析83

三、区域集中度分析84

第三节行业国际竞争力比较84

一、需求条件84

二、支援与相关产业85

三、企业战略、结构与竞争状态85

四、政府的作用85

第四节网约车行业主要企业竞争力分析89

一、滴滴出行89

二、曹操专车90

三、首汽约车91

第五节网约车行业竞争格局分析93

一、2018年网约车行业竞争分析93

二、2018年国内外网约车竞争分析95

三、2018年中国网约车市场集中度分析99

第八章主要企业的排名与产业结构分析101

第一节行业企业排名分析101

第二节产业结构分析102

一、市场细分充分程度的分析102

二、各细分市场领先企业103

三、各细分市场占总市场的结构比例103

四、领先企业的结构分析104

第三节产业价值链的结构分析及产业链条的整体竞争优势分析105

一、产业价值链的构成105

二、产业链条的竞争优势与劣势分析106

第四节产业结构发展预测107

一、产业结构调整的方向政府产业指导政策分析（投资政策、外资政策、限制性政策）107

二、产业结构调整中消费者需求的引导因素108

三、中国网约车行业参与国际竞争的战略市场定位109

第九章前十大领先企业分析111

第一节北京小桔科技有限公司111

一、主营业务及经营状况111

二、历年销售规模、利润指标116

三、主要市场定位118

四、主要优势与主要劣势118

第二节神州优车股份有限公司121

一、主营业务及经营状况121

二、历年销售规模、利润指标123

三、主要市场定位126

四、主要优势与主要劣势126

第三节易到用车129

一、主营业务及经营状况129

二、历年销售规模、利润指标132

三、主要市场定位132

四、主要优势与主要劣势133

第四节首约科技(北京)有限公司137

一、主营业务及经营状况137

二、历年销售规模、利润指标139

三、主要市场定位140

四、主要优势与主要劣势141

第五节曹操专车143

一、主营业务及经营状况143

二、历年销售规模、利润指标146

三、主要市场定位149

四、主要优势与主要劣势149

第六节宜租集团151

一、主营业务及经营状况151

二、历年销售规模、利润指标152

三、主要市场定位152

四、主要优势与主要劣势152

第七节美团打车154

一、主营业务及经营状况154

二、历年销售规模、利润指标156

三、主要市场定位157

四、主要优势与主要劣势157

第八节高德地图158

一、主营业务及经营状况158

二、历年销售规模、利润指标159

三、主要市场定位159

四、主要优势与主要劣势160

第九节斑马快跑162

一、主营业务及经营状况162

二、历年销售规模、利润指标162

三、主要市场定位162

四、主要优势与主要劣势163

第十节叮叮约车164

一、主营业务及经营状况164

二、历年销售规模、利润指标164

三、主要市场定位165

四、主要优势与主要劣势165

第十章应用领域及行业供需分析167

第一节需求分析167

一、网约车行业需求市场167

二、网约车行业客户结构168

三、网约车行业需求的地区差异168

第二节供给分析169

第三节供求平衡分析及未来发展趋势172

一、网约车行业的需求预测172

二、网约车行业的供应预测173

三、供求平衡分析174

四、供求平衡预测176

第四节市场价格走势分析177

第五部分发展前景展望

第十一章影响企业经营的关键趋势184

第一节市场整合成长趋势184

第二节需求变化趋势及新的商业机遇预测186

第三节企业区域市场拓展的趋势188

第四节科研开发趋势及替代技术进展190

第五节影响企业销售与服务方式的关键趋势194

第六节中国网约车行业swot分析195

第六部分发展战略研究

第十二章2018-2024年网约车行业投资价值评估分析201

第一节产业发展的有利因素与不利因素分析201

一、有利因素201

二、不利因素201

第二节产业发展的空白点分析207

第三节投资回报率比较高的投资方向207

第四节新进入者应注意的障碍因素208

第五节营销分析与营销模式推荐210

一、渠道构成210

二、客户组件211

三、覆盖率211

四、销售渠道效果211

五、价值流程结构212

部分图表目录：

图表：2015-2018年国内生产总值变化情况12

图表：2018年各月度cpi变动情况15

图表：2018年全国居民人均可支配收入平均数与中位数17

图表：2018年全国居民人均消费支出及构成18

图表：2018年人口数及其构成19

图表：2013-2018年城镇新增就业人数（万人） 20

图表：2013-2018年分阶段教育招生情况20

图表：网约车行业竞争力要素23

图表：2018年uber和滴滴的业务所覆盖的区域34

更多图表见正文……

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202008/179740.html>