

2018-2024年中国互联网+网约车行业市场需求前景与投资战略风险报告

报告大纲

智研咨询

www.chyxx.com

一、报告简介

智研咨询发布的《2018-2024年中国互联网+网约车行业市场需求前景与投资战略风险报告》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：<https://www.chyxx.com/research/201712/591333.html>

报告价格：电子版: 9800元 纸介版：9800元 电子和纸介版: 10000元

订购电话: 010-60343812、010-60343813、400-600-8596、400-700-9383

电子邮箱: sales@chyxx.com

联系人: 刘老师

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

2016年7月28日，《网络预约出租汽车经营服务管理暂行办法》出台。这是一个自下而上的政策，其出台具有重大意义。对比2015年出台的意见稿，在平台准入、平台申请、平台许可证、平台服务时限、车辆准入、车辆许可证、车辆报废限制、网约车数量限制、网约车价格、网约车接入限制、驾驶员准入、驾驶员申请、驾驶员与平台关系、计价工具、奖励促销等方面均有改变。总的来说，新政比征求意见稿监管放松了很多，也更加人性化。

新政和征求意见稿对比	项目	征求意见稿	新政	颁布时间
平台准入	服务所在地与注册地不一致的，应在服务所在地登记分支机构（子公司）	在服务所在地有相应服务机构及服务能力（不要求成立子公司）	平台申请向相应的设区的市级或县级道路运输管理机构提出申请	2015年10月10日
平台申请	向相应的出租汽车行政主管部门提出申请	平台许可证	《道路运输经营许可证》	2016年7月28日
平台许可证	《预约出租汽车经营许可证》	平台服务时限	无要求	
平台服务时限	网络预约出租汽车经营者应当提供24小时不间断运营服务	车辆准入	车辆使用性质登记为出租客运车辆所有人申请资源	
车辆准入	车辆使用性质无明确要求，不要求一定是车辆所有人申请人资源	车辆许可证	《道路运输证》	
车辆许可证	《预约出租汽车运输证》	车辆报废限制	网约车使用8年后强制报废	
车辆报废限制	网约车行驶里程达60万千米是强制报废。驶里程未达60万千米但使用达到8年时，退出网约车经营	网约车数量限制	依照城市人民政府的规定和要求	
网约车数量限制	网约车数量限制	网约车价格	实行政府指导价或市场调节价，不享受出租汽车燃油补贴	
网约车价格	实行市场调节价	网约车接入限制	不得同时接入两个或两个以上的网络服务平台提供运营服务	
网约车接入限制	无要求	驾驶员准入	有三年以上驾驶经历；最近三个记分周期内没有记满12分，无致人死亡的交通事故责任记录，无醉酒后驾驶机动车、追逐竞驶违法犯罪记录；取得公安部门出具的无危险驾驶违法犯罪记录的证明	
驾驶员准入	有三年以上驾驶经历；连续三个记分周期内没有记满12分，没有交通肇事犯罪，吸毒，酒后驾车记录的驾驶人；城市人民政府的其他规定	驾驶员申请	由驾驶员提出申请，按规定经过考核合格	
驾驶员申请	由驾驶员提出申请，按规定经考核合格	驾驶员与平台关系	平台与驾驶员签劳动合同	
驾驶员与平台关系	平台与驾驶员签订多种形式的劳动合同或协议	计价工具	使用出租车计价器	
计价工具	使用手机软件计价	奖励促销	提前10日公告奖励、促销方案	
奖励促销	无要求			

资料来源：公开资料整理

自从2010年5月易道用车在北京成立，网约车在中国便拉开了序幕，经历了一段颇为曲折的历程。2012年8-9月，随着以快的打车和滴滴打车为代表的一大批打车软件先后上线，网约车的竞争进入白热化阶段。恶性的价格竞争和缺乏有效的监管措施，对出租车市场造成了严重的冲击，引起了交通部的关注，多地采取了对网约车的禁令，网约车一度陷入低迷。

2014年，国际打车软件优步（Uber）经过半年的试运营正式宣布在中国上海商用。当时

滴滴、易到、神州等竞争对手已经覆盖多个城市，占领网约车绝大部分市场份额。优步凭借着成熟管理团队，雄厚的资金和丰富的运营技术，由点到面、由中心向周边城市扩展，逐步打开中国的市场，在苏州、成都、广州、上海等大城市市场份额第一。优步的加入也进一步加剧了网约车市场的竞争，快的、滴滴、优步相继推出了“专车”服务，和出租车的博弈愈演愈烈，交通部开始制定涉及出租车和专车相关政策。2015年10月，滴滴快的获得上海市交通委发布的网络约租车平台经营资格许可，这是国内第一张专车平台牌照。尽管只是在上海内，但也具有开创性的意义。同时，交通部对外发布《关于深化改革进一步推进出租汽车行业健康发展的指导意见（征求意见稿）》和《网络预约出租汽车经营服务管理暂行办法（征求意见稿）》，并进行为期一个月的公开征求意见。2016年7月28日，《网络预约出租汽车经营服务管理暂行办法》出台，“专车合法化”终被认可。

中国网约车的发展历程

资料来源：公开资料整理

智研咨询发布的《2018-2024年中国互联网+网约车行业市场需求前景与投资战略风险报告》共十二章。首先介绍了中国网约车行业市场发展环境、中国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，然后介绍了中国网约车市场竞争格局。随后，报告对中国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 产业环境透视

第一章 网约车行业发展综述

第一节 网约车行业定义及特征

一、行业定义

二、行业发展历程

三、行业特征分析

第二节 网约车行业统计标准

一、统计部门和统计口径

二、行业主要统计方法介绍

三、行业涵盖数据种类介绍

第三节 网约车行业经济指标分析

- 一、赢利性
- 二、成长速度
- 三、附加值的提升空间
- 四、进入壁垒 / 退出机制
- 五、风险性
- 六、行业周期

第二章 2017年网约车行业市场环境及影响分析（PEST）

第一节 网约车市场经济环境分析

- 一、经济环境分析
- 二、环境对行业影响

第二节 网约车市场政策环境分析

- 一、政策环境分析
- 二、环境对行业影响

第三节 网约车市场社会环境分析

- 一、社会环境分析
- 二、环境对行业影响

第四节 网约车其他发展环境分析

- 一、其他环境分析
- 二、环境对行业影响

第三章 2017年国际网约车行业发展分析及经验借鉴

第一节 2014-2017年全球网约车市场概况

- 一、网约车发展现状
- 二、网约车市场规模及增长
- 三、网约车竞争格局

第二节 2014-2017年全球主要国家网约车发展现状

第三节 2018-2024年网约车市场发展趋势预测

第二部分 行业深度分析

第四章 2017年中国网约车行业运行现状分析

第一节 中国网约车行业发展状况分析

- 一、中国网约车行业发展阶段
- 二、中国网约车行业发展总体概况
- 三、中国网约车行业发展特点分析
- 四、中国网约车行业商业模式分析

第二节 网约车行业发展现状

- 一、中国网约车行业发展分析

二、中国网约车企业发展分析

第三节 网约车市场情况分析

一、中国网约车行业市场规模

自国际打车软件优步（Uber）进入中国市场以来，发展十分迅速。2014年2月优步经过半年的试运营正式宣布在中国上海商用。当时滴滴、易到、神州等竞争对手已经覆盖多个城市，占领网约车绝大部分市场份额。凭借着成熟管理团队，雄厚的资金和丰富的运营技术，由点到面、由中心向周边城市扩展，逐步打开中国的市场。优步已经从2015年初的1个城市扩展到2015年底的21个城市，甚至在苏州、成都、广州、上海等大城市市场份额第一。

2012-2016年我国网约车用户规模

资料来源：公开资料整理

2012年我国网约车用户数仅为0.13亿，2015年达到2.94亿，2016年达3.62亿人。2014年在各大平台疯狂补贴下，中国网约车用户规模出现爆发式增长，增速高达559.4%，而后随着滴滴、快的合并补贴的减少，增速出现骤降，用户增长率渐趋平稳。从移动用车用户占手机网民的比例可以看出，移动用车用户占手机网民的比例不断提升，2015年占比达到47.4%。未来，围绕出行用车的生态将逐步建立，将有更多的用户享受移动互联网带来的出行便捷，用户增长空间较大。

据统计2012年我国网约车市场规模仅为13.4亿元，到2015年国内规模增长至370亿元，2016年产业规模在600亿元左右。

2012-2016年我国网约车市场规模及增速走势图

资料来源：公开资料整理

二、中国网约车市场总体概况

三、中国网约车产品市场发展分析

第四节 中国网约车市场价格走势分析

一、网约车市场定价机制组成

二、网约车市场价格影响因素

三、网约车产品价格走势分析

四、2018-2024年网约车产品价格走势预测

第五章 2017年中国网约车行业整体运行指标分析

第一节 中国网约车行业总体规模分析

一、企业数量结构分析

二、人员规模状况分析

三、行业资产规模分析

四、行业市场规模分析

第二节 中国网约车行业产销情况分析

- 一、中国网约车行业工业总产值
- 二、中国网约车行业工业销售产值
- 三、中国网约车行业产销率

第三节 中国网约车行业财务指标总体分析

一、行业盈利能力分析

- 1、中国网约车行业销售利润率
- 2、中国网约车行业成本费用利润率
- 3、中国网约车行业亏损面

二、行业偿债能力分析

- 1、中国网约车行业资产负债比率
- 2、中国网约车行业利息保障倍数

三、行业营运能力分析

- 1、中国网约车行业应收帐款周转率
- 2、中国网约车行业总资产周转率
- 3、中国网约车行业流动资产周转率

四、行业发展能力分析

- 1、中国网约车行业总资产增长率
- 2、中国网约车行业利润总额增长率
- 3、中国网约车行业主营业务收入增长率
- 4、中国网约车行业资本保值增值率

第三部分 市场全景调研

第六章 2018-2024年网约车行业竞争形势

第一节 行业总体市场竞争状况分析

一、网约车行业竞争结构分析

- 1、现有企业间竞争
- 2、潜在进入者分析
- 3、替代品威胁分析
- 4、供应商议价能力
- 5、客户议价能力
- 6、竞争结构特点总结

二、网约车行业企业间竞争格局分析

- 1、不同地域企业竞争格局
- 2、不同规模企业竞争格局
- 3、不同所有制企业竞争格局

三、网约车行业集中度分析

- 1、市场集中度分析
- 2、企业集中度分析
- 3、区域集中度分析
- 4、集中度变化趋势

四、网约车行业SWOT分析

- 1、网约车行业优势分析
- 2、网约车行业劣势分析
- 3、网约车行业机会分析
- 4、网约车行业威胁分析

第二节 中国网约车行业竞争格局综述

一、网约车行业竞争概况

- 1、中国网约车行业品牌竞争格局
- 2、网约车业未来竞争格局和特点
- 3、网约车市场进入及竞争对手分析

二、中国网约车行业竞争力分析

- 1、中国网约车行业竞争力剖析
- 2、中国网约车企业市场竞争的优势
- 3、民企与外企比较分析
- 4、国内网约车企业竞争能力提升途径

三、中国网约车产品竞争力优势分析

- 1、整体产品竞争力评价
- 2、产品竞争力评价结果分析
- 3、竞争优势评价及构建建议

四、网约车行业主要企业竞争力分析

- 1、重点企业资产总计对比分析
- 2、重点企业从业人员对比分析
- 3、重点企业营业收入对比分析
- 4、重点企业利润总额对比分析
- 5、重点企业综合竞争力对比分析

第三节 网约车行业竞争格局分析

一、国内外网约车竞争分析

- 二、中国网约车市场竞争分析
- 三、中国网约车市场集中度分析
- 四、国内主要网约车企业动向

五、国内网约车企业拟在建项目分析

第四节 网约车行业并购重组分析

- 一、行业并购重组现状及其重要影响
- 二、跨国公司在华投资兼并与重组分析
- 三、本土企业投资兼并与重组分析
- 四、企业升级途径及并购重组风险分析
- 五、行业投资兼并与重组趋势分析

第七章 网约车行业区域市场分析

第一节 东部地区网约车行业分析

- 一、行业发展现状分析
- 二、市场规模情况分析
- 三、市场需求情况分析
- 四、行业发展前景预测

第二节 西部地区网约车行业分析

- 一、行业发展现状分析
- 二、市场规模情况分析
- 三、市场需求情况分析
- 四、行业发展前景预测

第八章 2018-2024年网约车行业重点品牌企业分析

第一节 A公司

- 一、企业简介分析
- 二、企业主要经营数据现状分析
 - 1、企业主要经济指标
 - 2、企业偿债能力分析
 - 3、企业盈利能力分析
 - 4、企业运营能力分析
- 三、企业业务产品结构分析
- 四、企业发展历程分析
- 五、企业销售渠道联系方式分析
- 六、企业主要下游客户分析
- 七、企业产品核心竞争力优劣势分析
- 八、企业发展战略规划及走向分析

第二节 B公司

- 一、企业简介分析
- 二、企业主要经营数据现状分析

- 1、企业主要经济指标
- 2、企业偿债能力分析
- 3、企业盈利能力分析
- 4、企业运营能力分析
- 三、企业业务产品结构分析
- 四、企业发展历程分析
- 五、企业销售渠道联系方式分析
- 六、企业主要下游客户分析
- 七、企业产品核心竞争力优劣势分析
- 八、企业发展战略规划及走向分析

第三节 C公司

- 一、企业简介分析
- 二、企业主要经营数据现状分析
- 1、企业主要经济指标
- 2、企业偿债能力分析
- 3、企业盈利能力分析
- 4、企业运营能力分析
- 三、企业业务产品结构分析
- 四、企业发展历程分析
- 五、企业销售渠道联系方式分析
- 六、企业主要下游客户分析
- 七、企业产品核心竞争力优劣势分析
- 八、企业发展战略规划及走向分析

第四节 D公司

- 一、企业简介分析
- 二、企业主要经营数据现状分析
- 1、企业主要经济指标
- 2、企业偿债能力分析
- 3、企业盈利能力分析
- 4、企业运营能力分析
- 三、企业业务产品结构分析
- 四、企业发展历程分析
- 五、企业销售渠道联系方式分析
- 六、企业主要下游客户分析
- 七、企业产品核心竞争力优劣势分析

八、企业发展战略规划及走向分析

第五节 E公司

一、企业简介分析

二、企业主要经营数据现状分析

1、企业主要经济指标

2、企业偿债能力分析

3、企业盈利能力分析

4、企业运营能力分析

三、企业业务产品结构分析

四、企业发展历程分析

五、企业销售渠道联系方式分析

六、企业主要下游客户分析

七、企业产品核心竞争力优劣势分析

八、企业发展战略规划及走向分析

第六节 F公司

一、企业简介分析

二、企业主要经营数据现状分析

1、企业主要经济指标

2、企业偿债能力分析

3、企业盈利能力分析

4、企业运营能力分析

三、企业业务产品结构分析

四、企业发展历程分析

五、企业销售渠道联系方式分析

六、企业主要下游客户分析

七、企业产品核心竞争力优劣势分析

八、企业发展战略规划及走向分析

第四部分 发展前景展望

第九章 2018-2024年网约车行业前景及投资价值

第一节 网约车行业五年规划现状及未来预测

一、“十二五”期间网约车行业运行情况

二、“十二五”期间网约车行业发展成果

三、网约车行业“十三五”发展方向预测

第二节 2018-2024年网约车市场发展前景

一、2018-2024年网约车市场发展潜力

- 二、2018-2024年网约车市场发展前景展望
- 三、2018-2024年网约车细分行业发展前景分析
- 第三节 2018-2024年网约车市场发展趋势预测
 - 一、2018-2024年网约车行业发展趋势
 - 二、2018-2024年网约车市场规模预测
 - 三、2018-2024年网约车行业应用趋势预测
- 第四节 2018-2024年中国网约车行业供需预测
 - 一、2018-2024年中国网约车行业供给预测
 - 二、2018-2024年中国网约车行业产量预测
 - 三、2018-2024年中国网约车市场销量预测
 - 四、2018-2024年中国网约车行业需求预测
 - 五、2018-2024年中国网约车行业供需平衡预测
- 第五节 影响网约车企业生产与经营的关键趋势
 - 一、市场整合成长趋势
 - 二、需求变化趋势及新的商业机遇预测
 - 三、企业区域市场拓展的趋势
 - 四、科研开发趋势及替代技术进展
 - 五、影响企业销售与服务方式的关键趋势
- 第六节 网约车行业投资特性分析
 - 一、网约车行业进入壁垒分析
 - 二、网约车行业盈利因素分析
 - 三、网约车行业盈利模式分析
- 第七节 2018-2024年网约车行业发展的影响因素
 - 一、有利因素
 - 二、不利因素
- 第八节 2018-2024年网约车行业投资价值评估分析
 - 一、行业投资效益分析
 - 1、行业活力系数比较及分析
 - 2、行业投资收益率比较及分析
 - 3、行业投资效益评估
 - 二、产业发展的空白点分析
 - 三、投资回报率比较高的投资方向
 - 四、新进入者应注意的障碍因素
- 第十章 2018-2024年网约车行业投资机会与风险防范
 - 第一节 网约车行业投融资情况

一、行业资金渠道分析

二、固定资产投资分析

三、兼并重组情况分析

四、网约车行业投资现状分析

第二节 2018-2024年网约车行业投资机会

一、产业链投资机会

二、重点区域投资机会

三、网约车行业投资机遇

第三节 2018-2024年网约车行业投资风险及防范

一、政策风险及防范

二、技术风险及防范

三、供求风险及防范

四、宏观经济波动风险及防范

五、关联产业风险及防范

六、产品结构风险及防范

七、其他风险及防范

第四节 中国网约车行业投资建议

一、网约车行业未来发展方向

二、网约车行业主要投资建议

第五部分 发展战略研究

第十一章 网约车行业发展战略研究

第一节 网约车行业发展战略研究

一、战略综合规划

二、业务组合战略

三、区域战略规划

四、营销品牌战略

第二节 对中国网约车品牌的战略思考

一、网约车品牌的重要性

二、网约车实施品牌战略的意义

三、网约车企业品牌的现状分析

第三节 网约车经营策略分析

一、网约车市场创新策略

二、品牌定位与品类规划

第四节 网约车行业投资战略研究

第十二章 ZYLZG研究结论及发展建议

第一节 网约车行业研究结论及建议

第二节 网约车关联行业研究结论及建议

第三节 网约车行业发展建议

一、行业发展策略建议

二、行业投资方向建议

三、行业投资方式建议

图表目录

图表：网约车行业生命周期

图表：网约车行业产业链结构

图表：2014-2017年全球网约车行业市场规模

图表：2014-2017年中国网约车行业市场规模

图表：2014-2017年网约车行业重要数据指标比较

图表：2014-2017年中国网约车市场占全球份额比较

图表：2014-2017年网约车行业工业总产值

图表：2014-2017年网约车行业销售收入

图表：2014-2017年网约车行业利润总额

图表：2014-2017年网约车行业资产总计

图表：2014-2017年网约车行业负债总计

图表：2014-2017年网约车行业竞争力分析

图表：2014-2017年网约车市场价格走势

图表：2014-2017年网约车行业主营业务收入

图表：2014-2017年网约车行业主营业务成本

图表：2014-2017年网约车行业销售费用分析

图表：2014-2017年网约车行业管理费用分析

图表：2014-2017年网约车行业财务费用分析

图表：2014-2017年网约车行业销售毛利率分析

图表：2014-2017年网约车行业销售利润率分析

图表：2014-2017年网约车行业成本费用利润率分析

图表：2014-2017年网约车行业总资产利润率分析

图表：2014-2017年网约车行业产能分析

图表：2014-2017年网约车行业产量分析

图表：2014-2017年网约车行业需求分析

图表：2014-2017年网约车行业集中度

图表：2018-2024年中国网约车行业供给预测

图表：2018-2024年中国网约车行业产量预测

图表：2018-2024年中国网约车市场销量预测

图表：2018-2024年中国网约车行业需求预测

图表：2018-2024年中国网约车行业供需平衡预测

略.....

详细请访问：<https://www.chyxx.com/research/201712/591333.html>