

# 2017-2023年中国互联网专车市场深度分析与投资 战略研究报告

报告大纲

## 一、报告简介

智研咨询发布的《2017-2023年中国互联网专车市场深度分析与投资战略研究报告》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/201710/569786.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

随着人们出行需求的不断上升，而传统的出租车和公交等出行方式已经不能满足人们日益增加需求，因此，需求就有供给，新兴的互联网专车服务行业随之兴起。由互联网公司提供的专车服务方便、便捷、只要在手机上输入目的地，轻轻一点，就可以选择不同档次的专车来接自己，在软件内还可以了解司机过去的服务信息及用户评价，十分透明。

2015年3月16日，合并后的滴滴快的发布了《互联网专车服务管理及乘客安全保障标准》，此举填补了互联网专车行业安全管理标准的空白，在车辆和驾驶的准入，服务质量要求、服务过程的监控和追溯方面进行了规范。2015年10月，《网络预约出租汽车经营服务管理暂行办法（征求意见稿）》出台，互联网专车行业有望进一步规范化。2016年7月，《关于深化改革推进出租汽车行业健康发展的指导意见》出台，推进出租汽车改革工作，构建包括巡游出租汽车、预约出租汽车新老业态共存的多样化服务体系，在政策推动下，2016年下半年网络预约出租车用户规模增长了41.7%；2016年11月1日起，《网络预约出租汽车经营服务管理暂行办法》开始施行，从国家法规层面上明确了网约车的合法地位，将网约车纳入出租车体系，同时对驾驶员、车辆设定了较为严格的准入条件，在乘客个人信息保护上对网约车平台提出更高要求，保障网约车安全运营。

中国专车市场潜力巨大，未来专车公司有望延伸到运输服务的各个版块，包括顺风车，二手车、代驾、大巴甚至是货物运输等行业，有望进一步扩大发展潜力。而交通部对专车政策的明晰和开放将促使更多有资质和资源的参与者进入专车市场。

中国移动用车行业发展阶段

中国移动用车发展历程

智研咨询发布的《2017-2023年中国互联网专车市场深度分析与投资战略研究报告》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研究分析。它是业内企业、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，具有重要的参考价值！

智研咨询是中国权威的产业研究机构之一，提供各个行业分析，市场分析，市场预测，行业发展趋势，行业发展现状，及各行业产量、进出口，经营状况等统计数据，中国产业研究、中国研究报告，具体产品有行业分析报告，市场分析报告，年鉴，名录等。

报告目录：

第一章 互联网专车行业相关概述

1.1 互联网专车行业定义及特点

1.1.1 互联网专车行业的定义

### 1.1.2 互联网专车行业产品/服务特点

## 1.2 互联网专车与出租车的区别

### 1.2.1 车辆来源

### 1.2.2 用车费用

### 1.2.3 服务方式

## 第二章 互联网专车行业市场特点概述

### 2.1 行业市场概况

#### 2.1.1 行业市场特点

#### 2.1.2 行业市场化程度

#### 2.1.3 行业利润水平及变动趋势

### 2.2 进入本行业的主要障碍

#### 2.2.1 资金准入障碍

#### 2.2.2 市场准入障碍

#### 2.2.3 技术与人才障碍

#### 2.2.4 其他障碍

### 2.3 行业的周期性、区域性

#### 2.3.1 行业周期分析

##### 1、行业的周期波动性

##### 2、行业产品生命周期

#### 2.3.2 行业的区域性

### 2.4 行业与上下游行业的关联性

#### 2.4.1 行业产业链概述

#### 2.4.2 上游产业分布

#### 2.4.3 下游产业分布

## 第三章 2017年中国互联网专车行业发展环境分析

### 3.1 互联网专车行业政治法律环境（P）

#### 3.1.1 行业主管部门分析

#### 3.1.2 行业监管体制分析

#### 3.1.3 行业主要法律法规

#### 3.1.4 相关产业政策分析

#### 3.1.5 行业相关发展规划

#### 3.1.6 政策环境对行业的影响

### 3.2 互联网专车行业经济环境分析（E）

#### 3.2.1 宏观经济形势分析

#### 3.2.2 宏观经济环境对行业的影响分析

### 3.3 互联网专车行业社会环境分析（S）

#### 3.3.1 互联网专车产业社会环境

#### 3.3.2 社会环境对行业的影响

### 3.4 互联网专车行业技术环境分析（T）

#### 3.4.1 互联网专车技术分析

##### 1、技术水平总体发展情况

##### 2、中国互联网专车行业新技术研究

#### 3.4.2 互联网专车技术发展水平

##### 1、中国互联网专车行业技术水平所处阶段

##### 2、与国外互联网专车行业的技术差距

#### 3.4.3 行业主要技术发展趋势

#### 3.4.4 技术环境对行业的影响

## 第四章 全球互联网专车行业发展概述

### 4.1 2017年全球互联网专车行业发展情况概述

#### 4.1.1 全球互联网专车行业发展现状

#### 4.1.2 全球互联网专车行业发展特征

#### 4.1.3 全球互联网专车行业市场规模

### 4.2 2017年全球主要地区互联网专车行业发展状况

#### 4.2.1 欧洲互联网专车行业发展情况概述

#### 4.2.2 美国互联网专车行业发展情况概述

#### 4.2.3 日韩互联网专车行业发展情况概述

### 4.3 2017-2023年全球互联网专车行业发展前景预测

#### 4.3.1 全球互联网专车行业市场规模预测

#### 4.3.2 全球互联网专车行业发展前景分析

#### 4.3.3 全球互联网专车行业发展趋势分析

### 4.4 全球互联网专车行业重点企业发展动态分析

## 第五章 中国互联网专车行业发展概述

### 5.1 中国互联网专车行业发展状况分析

#### 5.1.1 中国互联网专车行业发展阶段

#### 5.1.2 中国互联网专车行业发展总体概况

#### 5.1.3 中国互联网专车行业发展特点分析

### 5.2 2014-2017年互联网专车行业发展现状

#### 5.2.1 2014-2017年中国互联网专车行业市场规模

#### 5.2.2 2014-2017年中国互联网专车行业发展分析

#### 5.2.3 2014-2017年中国互联网专车企业发展分析

### 5.3 2017-2023年中国互联网专车行业面临的困境及对策

#### 5.3.1 中国互联网专车行业面临的困境及对策

1、中国互联网专车行业面临困境

2、中国互联网专车行业对策探讨

#### 5.3.2 中国互联网专车企业发展困境及策略分析

1、中国互联网专车企业面临的困境

2、中国互联网专车企业的对策探讨

#### 5.3.3 国内互联网专车企业的出路分析

## 第六章 2014-2017年中国互联网专车行业总体分析

### 6.1 出租车与互联网专车的胶着局面

6.1.1 冲击出租车市场

6.1.2 二者引发的战争

6.1.3 互联网专车破冰

### 6.2 2014-2017年中国互联网专车发展状况分析

6.2.1 行业发展阶段

6.2.2 行业发展优势

6.2.3 行业发展形势

6.2.4 主要分布地域

6.2.5 标杆企业战略

6.2.6 行业发展动态

### 6.3 2014-2017年我国互联网专车平台运作模式

6.3.1 平台自有模式

6.3.2 劳务派遣模式

6.3.3 私家司机模式

### 6.4 2014-2017年部分城市互联网专车市场分析

6.4.1 北京

6.4.2 上海

6.4.3 广州

6.4.4 深圳

6.4.5 杭州

### 6.5 中国互联网专车行业面临的挑战

6.5.1 相关法律界定不明

6.5.2 缺乏正规车辆供给

6.5.3 黑车流入专车市场

6.5.4 面临出租车的挑战

## 6.6 中国互联网专车行业的发展建议

### 6.6.1 形成良性竞争

### 6.6.2 完善顶层设计

### 6.6.3 健全行业机制

### 6.6.4 关注安全问题

### 6.6.5 探索改革措施

## 第七章 2014-2017年中国互联网专车用户行为分析

### 7.1 移动出行用户行为特征分析

#### 7.1.1 移动出行服务应用场景

#### 7.1.2 移动出行用户单次预算

#### 7.1.3 移动出行各类型使用率

#### 7.1.4 移动出行各品牌使用率

#### 7.1.5 移动出行的满意度分析

### 7.2 互联网专车用户行为特征分析

#### 7.2.1 专车服务价格及应用场景

#### 7.2.2 移动专车使用频率分析

#### 7.2.3 专车不同品牌使用频率

#### 7.2.4 用户对专车品牌的认知度

#### 7.2.5 专车市场的用户情况分析

#### 7.2.6 用户选择专车服务的原因

#### 7.2.7 移动专车服务满意度分析

### 7.3 监管政策对互联网专车用户的影响

#### 7.3.1 大众对监管政策的态度

#### 7.3.2 政策对专车用户的影响

#### 7.3.3 对专车监管措施的关注

### 7.4 出租车类应用与专车类应用用户对比

#### 7.4.1 用户收入对比

#### 7.4.2 教育程度对比

## 第八章 中国互联网专车行业上、下游产业链分析

### 8.1 互联网专车行业产业链概述

#### 8.1.1 产业链定义

#### 8.1.2 互联网专车行业产业链

### 8.2 互联网专车行业主要上游产业发展分析

#### 8.2.1 上游产业发展现状

#### 8.2.2 上游产业供给分析

### 8.2.3 上游供给价格分析

### 8.2.4 主要供给企业分析

## 8.3 互联网专车行业主要下游产业发展分析

### 8.3.1 下游（应用行业）产业发展现状

### 8.3.2 下游（应用行业）产业需求分析

### 8.3.3 下游（应用行业）主要需求企业分析

### 8.3.4 下游（应用行业）最具前景产品/行业分析

## 第九章 中国互联网专车行业市场竞争格局分析

### 9.1 中国互联网专车市场竞争现状

#### 9.1.1 市场竞争形势

#### 9.1.2 市场竞争加剧

#### 9.1.3 市场巨头博弈

### 9.2 中国互联网专车市场竞争格局

#### 9.2.1 订单量市场份额

#### 9.2.2 应用下载量分布

#### 9.2.3 活跃用户渗透率

#### 9.2.4 用户订单成功率

#### 9.2.5 用户候车时间分布

### 9.3 中国互联网专车企业运营比较分析

#### 9.3.1 收费情况

#### 9.3.2 司机待遇

#### 9.3.3 结算方式

### 9.4 重点互联网专车企业竞争优势分析

#### 9.4.1 滴滴打车

#### 9.4.2 Uber中国

#### 9.4.3 神州专车

## 第十章 中国互联网专车行业领先企业竞争力分析

### 10.1 Uber

#### 10.1.1 企业发展概况

#### 10.1.2 企业运营分析

#### 10.1.3 企业商业模式

#### 10.1.4 推广实例分析

#### 10.1.5 企业国际战略

#### 10.1.6 企业本土化动态

### 10.2 滴滴专车

#### 10.2.1 企业发展概况

#### 10.2.2 品牌发展探索

#### 10.2.3 企业竞争情况

#### 10.2.4 市场战略布局

#### 10.2.5 市场营销策略

### 10.3 神州专车

#### 10.3.1 企业发展概况

#### 10.3.2 企业发展优势

#### 10.3.3 企业运营分析

#### 10.3.4 品牌市场定位

#### 10.3.5 市场战略布局

#### 10.3.6 未来发展展望

### 10.4 一号专车

#### 10.4.1 企业发展概况

#### 10.4.2 品牌市场定位

#### 10.4.3 市场战略布局

#### 10.4.4 企业发展动态

### 10.5 易到用车

#### 10.5.1 企业发展概况

#### 10.5.2 企业运营现状

#### 10.5.3 进军国际市场

#### 10.5.4 企业战略合作

## 第十一章 2017-2023年中国互联网专车行业发展趋势与前景分析

### 11.1 2017-2023年中国互联网专车市场发展前景

#### 11.1.1 2017-2023年互联网专车市场发展潜力

#### 11.1.2 2017-2023年互联网专车市场发展前景展望

### 11.2 2017-2023年中国互联网专车市场发展趋势预测

#### 11.2.1 2017-2023年互联网专车行业发展趋势

#### 11.2.2 2017-2023年互联网专车市场规模预测

#### 11.2.3 2017-2023年互联网专车行业应用趋势预测

### 11.3 2017-2023年中国互联网专车行业供需预测

#### 11.3.1 2017-2023年中国互联网专车行业供给预测

#### 11.3.2 2017-2023年中国互联网专车行业需求预测

#### 11.3.3 2017-2023年中国互联网专车供需平衡预测

### 11.4 影响企业生产与经营的关键趋势

11.4.1 行业发展有利因素与不利因素

11.4.2 市场整合成长趋势

11.4.3 需求变化趋势及新的商业机遇预测

11.4.4 企业区域市场拓展的趋势

11.4.5 科研开发趋势及替代技术进展

11.4.6 影响企业销售与服务方式的关键趋势

第十二章2017-2023年中国互联网专车行业投资前景

12.1 互联网专车行业投资现状分析

12.1.1 互联网专车行业投资规模分析

12.1.2 互联网专车行业投资资金来源构成

12.1.3 互联网专车行业投资项目建设分析

12.1.4 互联网专车行业投资资金用途分析

12.1.5 互联网专车行业投资主体构成分析

12.2 互联网专车行业投资特性分析

12.2.1 互联网专车行业进入壁垒分析

12.2.2 互联网专车行业盈利模式分析

12.2.3 互联网专车行业盈利因素分析

12.3 互联网专车行业投资机会分析

12.3.1 产业链投资机会

12.3.2 重点区域投资机会

12.3.3 产业发展的空白点分析

12.4 互联网专车行业投资风险分析

12.4.1 互联网专车行业政策风险

12.4.2 宏观经济风险

12.4.3 市场竞争风险

12.4.4 关联产业风险

12.4.5 产品结构风险

12.4.6 技术研发风险

12.4.7 其他投资风险

12.5 互联网专车行业投资潜力与建议

12.5.1 互联网专车行业投资潜力分析

12.5.2 互联网专车行业最新投资动态

12.5.3 互联网专车行业投资机会与建议

第十三章 2017-2023年中国互联网专车企业投资战略与客户策略分析

13.1 互联网专车企业发展战略规划背景意义

- 13.1.1 企业转型升级的需要
- 13.1.2 企业做大做强的需要
- 13.1.3 企业可持续发展需要
- 13.2 互联网专车企业战略规划制定依据
  - 13.2.1 国家政策支持
  - 13.2.2 行业发展规律
  - 13.2.3 企业资源与能力
  - 13.2.4 可预期的战略定位
- 13.3 互联网专车企业战略规划策略分析
  - 13.3.1 战略综合规划
  - 13.3.2 技术开发战略
  - 13.3.3 区域战略规划
  - 13.3.4 产业战略规划
  - 13.3.5 营销品牌战略
  - 13.3.6 竞争战略规划
- 13.4 互联网专车中小企业发展战略研究
  - 13.4.1 中小企业存在主要问题
    - 1、缺乏科学的发展战略
    - 2、缺乏合理的企业制度
    - 3、缺乏现代的企业管理
    - 4、缺乏高素质的专业人才
    - 5、缺乏充足的资金支撑
  - 13.4.2 中小企业发展战略思考
    - 1、实施科学的发展战略
    - 2、建立合理的治理结构
    - 3、实行严明的企业管理
    - 4、培养核心的竞争实力
    - 5、构建合作的企业联盟
- 第十四章 研究结论及建议
  - 14.1 研究结论
  - 14.2 智研咨询建议
    - 14.2.1 行业发展策略建议
    - 14.2.2 行业投资方向建议
    - 14.2.3 行业投资方式建议
- 图表目录

图表：互联网专车行业特点

图表：互联网专车行业生命周期

图表：互联网专车行业产业链分析

图表：2014-2017年居民消费价格上涨情况（月度同比）

图表：2014-2017年工业生产者出厂价格涨跌情况（月度同比）

图表：2014-2017年中国租车市场规模

图表：2014-2017年中国租车行业车队规模

图表：中国租车市场渗透率低

图表：私家车数量增长推动租车市场发展

图表：旅游资源要素

图表：2014-2017年三亚春节期间游客数量与增速

图表：驾照持有人数与私家车数量间的差距不断扩大

图表：政府公务用车改革

图表：美国Uber专车月度活跃司机数量

图表：美国Uber专车月度离网司机数量

图表：出租车价格VS滴滴专车各档价格

图表：2014-2017年互联网专车行业市场规模分析

图表：2017-2023年互联网专车行业市场规模预测

图表：中国互联网专车行业盈利能力分析

图表：中国互联网专车行业运营能力分析

图表：中国互联网专车行业偿债能力分析

图表：中国互联网专车行业发展能力分析

图表：中国互联网专车行业经营效益分析

图表：2014-2017年互联网专车重要数据指标比较

图表：2014-2017年中国互联网专车行业销售情况分析

图表：2014-2017年中国互联网专车行业利润情况分析

图表：2014-2017年中国互联网专车行业资产情况分析

图表：2014-2017年中国互联网专车竞争力分析

图表：2017-2023年中国互联网专车产能预测

图表：2017-2023年中国互联网专车消费量预测

图表：2017-2023年中国互联网专车市场前景预测

图表：2017-2023年中国互联网专车市场价格走势预测

图表：2017-2023年中国互联网专车发展前景预测

图表：区域发展战略规划

略.....

详细请访问：<https://www.chyxx.com/research/201710/569786.html>