

# 2020-2026年中国互联网+ 网约车行业前景展望与投资战略报告

## 报告目录及图表目录

北京迪索共研咨询有限公司

[www.cction.com](http://www.cction.com)

# 一、报告报价

《2020-2026年中国互联网+网约车行业前景展望与投资战略报告》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/202009/185562.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

基于移动互联网、以手机APP为主要服务平台、为具有出行需求的顾客和具有出行服务资格与能力的驾驶员提供信息沟通和有保障连接服务的新型商业运行模式。网络预约专车类服务包括专车、快车和顺风车等等，是传统用车市场的补充。该模式除了提供预约租车服务之外，还通过创新性地利用信息技术、大数据分析技术和管理优化技术来开发整合一系列综合服务，包括驾驶员服务质量与信用评价、导航、拼车等，甚至还发展到城市交通自动化调度、交通拥堵治理等。

目前互联网出行的主战场集中在一、二线城市，其渗透率分别为40.1%和17.3%，而三、四线城市仍是一块等待挖掘的巨大蛋糕。

中企顾问网发布的《2020-2026年中国互联网+网约车行业前景展望与投资战略报告》共七章。首先介绍了中国互联网+网约车行业市场发展环境、互联网+网约车整体运行态势等，接着分析了中国互联网+网约车行业市场运行的现状，然后介绍了互联网+网约车市场竞争格局。随后，报告对互联网+网约车做了重点企业经营状况分析，最后分析了中国互联网+网约车行业发展趋势与投资预测。您若想对互联网+网约车产业有个系统的了解或者想投资中国互联网+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：

第一章中国互联网+网约车发展环境分析

第一节网约车相关概述

一、网约车定义

二、网约车发展历程

第二节网约车相关政策环境

一、网约车政策法规

二、网约车政策实施前后对比

三、网约车政策调整特点分析

四、网约车新规落地后机遇与挑战

第三节网约车社会环境分析

- 一、中国人口规模分析
- 二、公共交通车辆运营数
- 三、中国民用汽车保有量
- 四、中国城镇化率发展分析
- 第四节移动互联网发展分析
  - 一、手机网民规模分析
  - 二、移动互联网市场规模
  - 三、移动互联网流量情况
  - 四、移动互联网产业结构

## 第二章互联网出行细分市场分析

### 第一节互联网+出租车

- 一、中国出租汽车运营数
- 二、互联网+出租车发展状况
- 三、网络预约出租车用户规模
- 四、互联网+出租车需求前景

### 第二节互联网+专车

- 一、互联网+专车发展状况
- 二、专车市场发展影响因素
- 三、互联网+专车运营模式
- 四、互联网+专车竞争格局
- 五、互联网+专车用户规模
- 六、互联网+专车交易规模
- 七、互联网+专车发展趋势

### 第三节互联网+拼车

- 一、私人轿车保有量
- 二、互联网+拼车发展状况
- 三、互联网+拼车用户情况
- 四、互联网+拼车竞争企业
- 五、互联网+拼车需求前景

### 第四节互联网+巴士

- 一、中国客车产销规模

二、互联网+巴士发展状况

三、互联网+巴士用户情况

四、互联网+巴士竞争格局

五、互联网+巴士需求前景

第五节互联网+租车

一、互联网+租车发展模式

二、互联网+租车用户情况

三、互联网+租车竞争格局

四、神州租车发展分析

五、互联网+租车需求前景

第六节互联网+代驾

一、互联网+代驾发展状况

二、互联网+代驾竞争格局

三、&ldquo;e代驾Lite&rdquo;小程序上线

四、&ldquo;滴滴代驾&rdquo;开启新模式

五、互联网+代驾需求前景

第七节互联网+停车

一、互联网+停车发展模式

(一) 车位信息共享

(二) 全流程优化

(三) 车位预定B2C

(四) 车位共享P2P

(五) 代客泊车

二、互联网+停车市场规模

三、互联网+停车竞争格局

四、互联网+停车需求前景

第三章中国网约车市场运行状况分析

第一节互联网出行发展推动因素

一、完美解决社会痛点催生市场诞生

二、移动网络和智能终端应用的开发

三、移动支付与征信体系的逐步完善

## 第二节互联网出行发展程度分析移动支付与征信体系的逐步完善

### 一、起步阶段

### 二、竞争阶段

### 三、整合阶段

## 第三节网约车市场发展规模分析

### 一、网约车用户规模分析

### 二、互联网出行交易规模

### 三、互联网出行的渗透率

## 第四节网约车行业发展的问题及对策

### 一、网约车行业存在的问题

### 二、网约车行业发展对策分析

## 第四章网约车市场竞争格局分析

### 第一节网约车市场竞争状况

#### 一、网约车市场竞争状况

#### 二、网约车市场份额分析

### 第二节滴滴+Uber

#### 穹顶之下的资本合谋

#### 一、滴滴+Uber合并基本情况

#### 二、两大巨头合并带来的共赢效益

#### 三、“一家独大”格局形成

### 第三节网约车市场竞争趋势分析

## 第五章2019年中国网约车司机生存状况调查

### 第一节调查简述

#### 一、调查动机

#### 二、调查对象

#### 三、调查维度

#### 四、执行情况

### 第二节网约车司机生存状况调查主要内容及结果

#### 一、网约车司机基本信息

##### （一）网约车司机性别分布

- (二) 网约车司机年龄分布
- (三) 网约车司机户籍分布
- (四) 网约车牌照归属地分布
- (五) 网约车司机从业性质情况
- (六) 网约车司机此前职业调查
- (七) 网约车司机是否带车调查
- (八) 网约车司机驾驶车辆价值分布
- (九) 网约车司机费用负担情况分析

## 二、网约车司机在线时间

- (一) 网约车司机运营频率
- (二) 网约车司机平均在线时间
- (三) 网约车司机最长在线时间
- (四) 网约车司机日均接单量

## 三、网约车司机收入及社会保障

- (一) 网约车司机月均收入
- (二) 网约车司机单月最高收入
- (三) 网约车司机收入满意度
- (四) 网约车司机劳动合同与社保

## 四、网约车司机职业培训与安全管理

- (一) 网约车司机加盟时间及难度
- (二) 网约车司机职业培训
- (三) 网约车司机管理和处罚力度

## 五、网约车司机职业安全感、归属感及认同感

- (一) 网约车司机职业安全感
- (二) 网约车司机职业认同与归属感

## 第三节网约车司机生存状况调查结论

- 一、网约车全职司机占八成，共享经济不再共享
- 二、七成司机收入不足4000，月入过万已成历史
- 三、七成司机缺乏职业安全感，平台随意处罚成最大“槽点”

## 第六章中国网约车主要品牌机构分析

### 第一节Uber全球

一、Uber基本情况

二、Uber发展历程

三、Uber商业模式

四、Uber经营规模

第二节滴滴出行

一、滴滴出行基本情况

二、滴滴出行发展历程

三、滴滴出行商业模式

四、滴滴出行经营规模

第三节神州优车

一、神州优车基本情况

二、神州优车发展历程

三、神州优车商业模式

四、神州优车经营规模

第四节易到用车

一、易到用车基本情况

二、易到用车发展历程

三、易到用车商业模式

四、易到生态合作伙伴

第七章2020-2026年中国网约车市场前景及投资策略

第一节2020-2026年中国网约车市场发展趋势

一、网约车用户安全得到保障

二、车辆升级用户费用上升

三、部分用户将转向其他出行方式

第二节2020-2026年中国网约车市场发展前景及预测

一、中国网约车市场发展前景

二、中国网约车市场规模预测

第三节2020-2026年中国网约车市场发展策略分析

一、交通部加强统筹管理，避免各地方管理部门过度规制

二、应以平台为主要规制对象，适当减少对驾驶员的直接规制

三、引导平台加强服务质量规制，允许数量和价格适度调节



#### 四、以法规政策规制为主，以行政和经济手段作为补充

部分图表目录：

图表1近年来网约车相关政策法规情况统计

图表2网约车政策实施前后对比

图表32011-2019年中国人口总量趋势图

图表42019年中国人口数及构成情况

图表52011-2019年中国公路营运汽车数量情况统计

图表62011-2019年中国民用汽车保有量情况统计

图表72011-2019年中国城镇化率变化趋势图

图表82011-2019年中国手机网民规模及其占网民比例

图表92011-2019年中国移动互联网市场规模增长趋势图

更多图表见正文&hellip;&hellip;

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202009/185562.html>