

2020-2026年中国网约车行业分析与市场前景预测报告

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年中国网约车行业分析与市场前景预测报告》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/202007/174264.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

截至2016年12月，我国网约车用户为3.92亿人，其中网络预约出租车用户规模为2.25亿人，网络预约专车用户规模为1.68亿人。在2014年时，网约车市场曾迎来一次大爆发，用户规模增长率达559.4%，而随后用户规模也保持增长。当时网约车平台的大量补贴让用户群体一再扩张，随着补贴力度的减弱，用户规模也逐渐降温趋于平稳。而受网约车新政的影响，2016年的用户规模有所下滑。2015-2016年中国网约车用户规模走势

截至2016年12月，网络预约出租车用户规模达2.25亿，较2016年上半年增加6613万，增长率为41.7%，网络预约出租车用户在网民中的占比为30.7%，比2016年年中增长8.4个百分点；网络预约专车用户规模为1.68亿，比2016年上半年增加4616万，增长率为37.9%，网络预约专车用户在网民中占比为23.0%，比2016年上半年提升5.8个百分点。2016年网络预约出租车用户及使用率统计

中企顾问网发布的《2020-2026年中国网约车行业分析与市场前景预测报告》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：

第一部分行业发展现状

第一章中国网约车行业发展概述

第一节 网约车行业发展情况

在巨大的市场诱惑下，各大打车软件开始从渠道端转向服务端，通过纵向深化用户体验来增强粘性，保障司机和消费者用户量的稳定增长。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。

从各类打车软件相继上线到行业洗牌、寡头显现，再到监管升级，市场逐渐规范，网约车为公共交通提供良好补充的同时也为用户提供个性化出行需求，有效节约社会资源。互联网出行在各线城市的市场渗透率

第二节 最近3-5年中国网约车所属行业经济指标分析

- 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
- 七、竞争激烈程度指标
- 八、当前行业发展所属周期阶段的判断

第三节 关联产业发展分析

第二章 中国网约车所属行业的国际比较分析

第一节 中国网约车所属行业竞争力指标分析

第二节 中国网约车所属行业经济指标国际比较分析

第三节 全球网约车所属行业市场需求分析

- 一、市场规模现状
- 二、需求结构分析
- 三、市场前景展望

第四节 全球网约车行业市场供给分析

- 一、市场价格走势
- 二、重点企业分布

第二部分 产业发展关键趋势

第三章 2019年中国网约车所属行业整体运行指标分析

第一节 中国网约车所属行业总体规模分析

- 一、企业数量结构分析
- 二、行业规模分析

第二节 中国网约车所属行业产销分析

- 一、行业情况总体分析
- 二、行业销售收入总体分析

第三节 中国网约车所属行业财务指标总体分析

- 一、行业盈利能力分析

- 二、行业偿债能力分析
- 三、行业营运能力分析
- 四、行业发展能力分析

第四章网约车产业链的分析

- 第一节 行业集中度
- 第二节 主要环节的增值空间
- 第三节 行业进入壁垒和驱动因素
- 第四节 上下游行业影响及趋势分析

第五章区域市场情况深度研究

- 第一节 长三角区域市场情况分析
- 第二节 珠三角区域市场情况分析
- 第三节 环渤海区域市场情况分析
- 第四节 网约车行业主要市场大区发展状况及竞争力研究
 - 一、华北大区市场分析
 - 二、华中大区市场分析
 - 三、华南大区市场分析
 - 四、华东大区市场分析
 - 五、东北大区市场分析
 - 六、西南大区市场分析
 - 七、西北大区市场分析
- 第五节 主要省市集中度及竞争力模式分析

第六章 2020-2026年需求预测分析

- 第一节 网约车行业领域2020-2026年需求量预测
- 第二节 2020-2026年网约车行业领域需求功能预测
- 第三节 2020-2026年网约车行业领域需求市场格局预测

第三部分产业竞争格局分析

- 第七章网约车市场竞争格局分析
 - 第一节 行业竞争结构分析

一、现有企业间竞争

二、潜在进入者分析

三、替代品威胁分析

四、供应商议价能力

五、客户议价能力

第二节 行业集中度分析

一、市场集中度分析

二、企业集中度分析

三、区域集中度分析

第三节 行业国际竞争力比较

一、需求条件

二、支援与相关产业

三、企业战略、结构与竞争状态

四、政府的作用

第四节 网约车所属行业主要企业竞争力分析

一、重点企业资产总计对比分析

二、重点企业从业人员对比分析

三、重点企业全年营业收入对比分析

四、重点企业利润总额对比分析

五、重点企业综合竞争力对比分析

第五节 网约车所属行业竞争格局分析

一、2019年网约车行业竞争分析

二、2019年国内外网约车竞争分析

三、2019年中国网约车市场竞争分析

四、2019年中国网约车市场集中度分析

第八章主要企业的排名与产业结构分析

第一节 行业企业排名分析

第二节 产业结构分析

一、市场细分充分程度的分析

二、各细分市场领先企业排名

三、各细分市场占总市场的结构比例

四、领先企业的结构分析（所有制结构）

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

一、产业价值链的构成

二、产业链条的竞争优势与劣势分析

第四节 产业结构发展预测

一、产业结构调整的方向政府产业政策分析（投资政策、外资政策、限制性政策）

二、产业结构调整中消费者需求的引导因素

三、中国网约车行业参与国际竞争的战略市场定位

第九章 领先企业分析

第一节 北京小桔科技有限公司

一、主营业务及经营状况

二、历年销售规模、利润指标

三、主要市场定位

四、主要优势与主要劣势

第二节 神州优车股份有限公司

一、主营业务及经营状况

二、历年销售规模、利润指标

三、主要市场定位

四、主要优势与主要劣势

第三节 易到用车

一、主营业务及经营状况

二、历年销售规模、利润指标

三、主要市场定位

四、主要优势与主要劣势

第四节 首约科技（北京）有限公司

一、主营业务及经营状况

二、历年销售规模、利润指标

三、主要市场定位

四、主要优势与主要劣势

第五节 曹操专车

一、主营业务及经营状况

二、历年销售规模、利润指标

三、主要市场定位

四、主要优势与主要劣势

第六节 宜租集团

一、主营业务及经营状况

二、历年销售规模、利润指标

三、主要市场定位

四、主要优势与主要劣势

第七节 美团打车

一、主营业务及经营状况

二、历年销售规模、利润指标

三、主要市场定位

四、主要优势与主要劣势

第八节 高德地图

一、主营业务及经营状况

二、历年销售规模、利润指标

三、主要市场定位

四、主要优势与主要劣势

第九节 斑马快跑

一、主营业务及经营状况

二、历年销售规模、利润指标

三、主要市场定位

四、主要优势与主要劣势

第十节 滴滴约车

一、主营业务及经营状况

二、历年销售规模、利润指标

三、主要市场定位

四、主要优势与主要劣势

第四部分 市场需求分析与投资方向推荐

第十章 应用领域及行业供需分析

第一节 需求分析

一、网约车行业需求市场

二、网约车行业客户结构

三、网约车行业需求的地区差异

第二节 供给分析

第三节 供求平衡分析及未来发展趋势

一、网约车行业的需求预测

二、网约车行业的供应预测

三、供求平衡分析

四、供求平衡预测

第四节 市场价格走势分析

第十一章影响企业经营的关键趋势

第一节 市场整合成长趋势

第二节 需求变化趋势及新的商业机遇预测

第三节 企业区域市场拓展的趋势

第四节 科研开发趋势及替代技术进展

第五节 影响企业销售与服务方式的关键趋势

第六节 中国网约车行业SWOT分析

第十二章 2020-2026年网约车行业投资价值评估分析()

第一节 产业发展的有利因素与不利因素分析

第二节 产业发展的空白点分析

第三节 投资回报率比较高的投资方向

第四节 新进入者应注意的障碍因素

第五节 营销分析与营销模式推荐

一、渠道构成

二、销售贡献比率

三、覆盖率

四、销售渠道效果

五、价值流程结构()

图表目录：

图表：网约车产业链分析

图表：国际网约车市场规模

图表：国际网约车生命周期

图表：中国GDP增长情况

图表：中国CPI增长情况

图表：中国人口数及其构成

图表：中国工业增加值及其增长速度

图表：中国城镇居民可支配收入情况

图表：2015-2019年中国网约车供应情况

图表：2015-2019年中国网约车需求情况

图表：2020-2026年中国网约车市场规模预测

图表：2020-2026年中国网约车供应情况预测

图表：2020-2026年中国网约车需求情况预测

图表：2015-2019年中国网约车市场规模统计表

图表：2020-2026年中国网约车行业市场规模预测

图表：2020-2026年中国网约车行业资产规模预测

图表：2020-2026年中国网约车行业利润合计预测

图表：2020-2026年中国网约车行业盈利能力预测

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202007/174264.html>