

2016-2022年中国互联网专车 车市场监测及发展方向研究报告

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

《2016-2022年中国互联网专车市场监测及发展方向研究报告》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/201512/128324.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

报告目录：

第一章 互联网专车基本概述

1.1 互联网专车的概念阐释

1.1.1 互联网专车的定义

1.1.2 互联网专车的特点

1.2 互联网专车与出租车的区别

1.2.1 运营模式

1.2.2 服务优势

第二章 2014-2015年中国互联网专车发展的市场环境分析

2.1 经济环境

2.1.1 国际经济发展形势

2.1.2 中国经济运行现状

2.1.3 经济发展趋势分析

2.2 需求环境

2.2.1 出租车业垄断经营

2.2.2 颠覆性的用车服务

2.2.3 专车竞争优势巨大

2.3 产业环境

2.3.1 中国租车市场规模

2.3.2 汽车短租发展潜力

2.3.3 汽车短租市场前景

2.4 社会效益

2.4.1 调用闲路车辆资源

2.4.2 新增就业

2.4.3 更为有效的调度模式

2.4.4 减少酒驾

2.4.5 减少停车面积

第三章 2014-2015年中国互联网专车发展的政策环境分析

3.1 我国互联网专车政策动态分析

3.1.1 禁止私家车参与

3.1.2 安全管理标准发布

3.1.3 行业治理方向明确

3.1.4 拟出台管理办法

3.2 我国互联网专车政策导向解读

3.2.1 列入出租汽车管理体系

3.2.2 “补贴”或遭监管

3.2.3 倒逼专车合法化

3.3 地方政府对互联网专车的态度

3.3.1 一线城市

3.3.2 其他地区

第四章 2014-2015年中国互联网专车发展总体状况分析

4.1 我国出租车行业与互联网专车的胶着局面

4.1.1 冲击出租车市场

4.1.2 二者引发的战争

4.1.3 互联网专车破冰

4.2 2014-2015年中国互联网专车发展状况分析

4.2.1 行业大事梳理

4.2.2 行业发展形势

4.2.3 企业战略合并

4.2.4 传统租车进入

4.2.5 主要分布地域

4.3 2014-2015年我国互联网专车平台运作模式分析

4.3.1 运作模式一

4.3.2 运作模式二

4.3.3 运作模式三

4.4 2014-2015年部分城市互联网专车市场分析

4.4.1 北京

4.4.2 上海

- 4.4.3 广州
- 4.4.4 深圳
- 4.4.5 杭州
- 4.5 中国互联网专车行业面临的挑战
 - 4.5.1 缺乏正规车辆供给
 - 4.5.2 黑车正流入专车市场
 - 4.5.3 面临出租车的挑战
 - 4.5.4 监管难题亟待破解
- 4.6 中国互联网专车行业的发展建议
 - 4.6.1 形成良性竞争
 - 4.6.2 完善顶层设计
 - 4.6.3 健全行业机制
 - 4.6.4 关注安全问题
 - 4.6.5 探索改革措施

第五章 2014-2015年中国互联网专车市场竞争态势分析

- 5.1 中国互联网专车市场竞争现状分析
 - 5.1.1 三足鼎立态势
 - 5.1.2 市场竞争加剧
 - 5.1.3 市场巨头博弈
- 5.2 中国互联网专车市场竞争格局分析
 - 5.2.1 订单量市场份额
 - 5.2.2 应用下载量分布（安卓）
 - 5.2.3 活跃用户渗透率
 - 5.2.4 用户订单成功率
 - 5.2.5 用户候车时间分布
- 5.3 中国互联网专车企业运营比较分析
 - 5.3.1 收费情况
 - 5.3.2 司机待遇
 - 5.3.3 结算方式
- 5.4 重点互联网专车企业竞争优势分析
 - 5.4.1 滴滴（含快的）

5.4.2 Uber中国

5.4.3 神州专车

第六章 2014-2015年中国互联网专车用户行为调查分析

6.1 移动出行用户行为特征分析

6.1.1 手机网民上班首选方式

6.1.2 移动出行用户单次预算

6.1.3 移动出行各类型使用率

6.1.4 移动出行各品牌使用率

6.2 互联网专车用户行为特征分析

6.2.1 专车服务价格及场景特征

6.2.2 用户对专车品牌认知度

6.2.3 专车不同品牌使用率

6.2.4 用户选择专车服务的原因

6.3 监管政策对互联网专车用户的影响

6.3.1 大众对监管政策的态度

6.3.2 政策对专车用户的影响

6.3.3 对专车监管措施的关注

6.4 出租车类应用与专车类应用用户对比

6.4.1 用户收入对比

6.4.2 用户教育程度对比

第七章 2014-2015年中国互联网专车市场优势企业分析

7.1 Uber

7.1.1 发展状况总述

7.1.2 经营现状分析

7.1.3 正式进入中国

7.1.4 市场战略布局

7.1.5 推广实例分析

7.2 滴滴专车

7.2.1 发展状况总述

7.2.2 品牌发展探索

- 7.2.3 市场战略布局
- 7.2.4 市场营销策略
- 7.3 神州专车
 - 7.3.1 发展状况总述
 - 7.3.2 品牌市场定位
 - 7.3.3 市场战略布局
 - 7.3.4 未来发展展望
- 7.4 一号专车
 - 7.4.1 发展状况总述
 - 7.4.2 品牌市场定位
 - 7.4.3 市场战略布局
 - 7.4.4 未来全面发展
- 7.5 易到用车
 - 7.5.1 发展状况总述
 - 7.5.2 发展模式分析
 - 7.5.3 进军国际市场
 - 7.5.4 企业战略合作

第八章 中国互联网专车市场投融资状况及风险预警

- 8.1 企业投融资现状
 - 8.1.1 Uber中国
 - 8.1.2 滴滴出行
 - 8.1.3 神州专车
 - 8.1.4 易到用车
 - 8.1.5 快的打车
- 8.2 市场准入壁垒
 - 8.2.1 车辆限购
 - 8.2.2 融资难度
 - 8.2.3 规模与品牌知名度
- 8.3 政策风险分析
 - 8.3.1 处于监管灰色地带
 - 8.3.2 行业面临政策危机

8.3.3 规避政策风险建议

第九章 中企顾问网对中国互联网专车前景趋势预测

9.1 中国互联网专车行业前景展望

9.1.1 行业发展潜力

9.1.2 潜在市场空间

9.1.3 行业发展方向

9.2 中国互联网专车未来发展趋势

9.2.1 打通全产业链

9.2.2 保持轻资产运作

9.2.3 市场格局生变

图表目录:

图表 2013-2014年世界工业生产同比增长率

图表 2011-2014年世界三大经济体GDP环比增长率

图表 2012-2014年世界及主要经济体GDP同比增长率

图表 2013-2014年三大经济体零售额同比增长率

图表 2013-2014年世界贸易量同比增长率

图表 2013-2014年波罗的海干散货运指数

图表 2013-2014年世界、发达国家和发展中国家消费价格同比上涨率

图表 2013-2014年美国、日本和欧元区失业率

图表 1980-2012年全球贸易量实际值和长期趋势

图表 2014年全球需求仍处于较低水平

图表 2014年世界降息经济体

图表 2014年升息经济体

图表 2014年美国道琼斯工业指数走势

图表 2014年新兴市场股指走势

图表 2014年美元指数及美元兑欧元和日元走势

图表 2014年美元兑卢布走势

图表 2014年每单位外币兑美元走势

图表 2011-2014年国际市场初级产品价格名义指数走势（2010 = 100）

图表 2013-2014年国内生产总值增长速度（累计同比）

图表 2005-2014年全国粮食产量

图表 2013-2014年规模以上工业增加值增速（月度同比）

图表 2013-2014年固定资产投资（不含农户）名义增速（累计同比）

图表 2013-2014年社会消费品零售总额名义增速（月度同比）

图表 2013-2014年居民消费价格上涨情况（月度同比）

图表 2013-2014年工业生产者出厂价格涨跌情况（月度同比）

图表 2014-2015年国内生产总值增长速度（累计同比）

图表 2014-2015年规模以上工业增加值增速（月度同比）

图表 2014-2015年固定资产投资（不含农户）名义增速（累计同比）

图表 2014-2015年社会消费品零售总额名义增速（月度同比）

图表 2014-2015年居民消费价格上涨情况（月度同比）

图表 2014-2015年工业生产者出厂价格涨跌情况（月度同比）

图表 2009-2013年中国租车市场规模

图表 2009-2013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 2012-2014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 Uber在美国的专车月度活跃司机数量

图表 Uber在美国的专车月度离网司机数量

图表 专车能够减少酒后驾车的概率

图表 2014-2015年中国互联网专车领域重大事件回顾

图表 2015年中国专车服务主要地域分布

图表 我国互联网专车平台运作模式（一）

图表 我国互联网专车平台运作模式（二）

图表 我国互联网专车平台运作模式（三）

图表 中国缺乏正规的汽车供给

图表 Uber中国和滴滴专车采取的补贴政策

图表 黑车使用频率相对较高

图表 黑车存在较大的安全隐患

图表 中国出租车保有率更高

图表 中国出租车相对更为便宜

图表 滴滴专车（含一号专车）用户年龄分布

图表 Uber用户年龄分布

图表 神州专车用户年龄分布

图表 2015年中国专车服务订单量市场份额

图表 2015年中国专车安卓应用下载量分布

图表 2015年中国主要专车服务活跃用户渗透率分布

图表 2015年中国主要专车服务用户订单成功率

图表 2015年中国主要专车服务用户候车时间分布

图表 中国专车服务收费对比

图表 专车司机工资和模式对比

图表 滴滴打车

图表 Uber

图表 神州专车

图表 2014年一二线城市中国手机网民上班首选出行方式选择

图表 2014年中国移动出行类应用用户平均单次预算统计

图表 2014年中国移动出行应用类型用户使用率分布

图表 2014年中国移动出行应用各品牌用户使用率分布（不含专车）

图表 移动出行方式服务“场景—价格”图谱

图表 2014年中国手机网民对移动专车应用品牌的认知度排行

图表 2014-2015年中国受访手机网民各移动专车类应用使用率

图表 2014年中国移动专车应用用户选择使用专车服务的主要原因

图表 2014年中国手机网民对地方政府出台相关移动专车类监管政策的态度调查

图表 2014年中国部分地方政府出台的专车监管政策对移动专车类应用用户使用频率的影响

图表 2014中国手机网民对政府部门针对移动专车应用出台相应监管措施的关注度

图表 2014年中国出租车类打车应用与移动专车类应用用户收入对比分布

图表 2014年中国出租车类打车应用与移动专车类应用用户教育程度对比分布

图表 优步同行使用界面

图表 专车业务每日单车收益

图表 行业存在较高的准入壁垒

图表 国内有关部门及地方政府对专车的官方表态

图表 在世界各地面临的各种法律和监管问题是主要风险

图表 证监会深夜打车人数VS上证指数变化幅度

图表 金融街深夜打车人数分布

图表 中国专车潜在市场测算

详细请访问：<http://www.cction.com/report/201512/128324.html>