

# 2020-2026年中国互联网专 车市场深度分析与投资战略咨询报告

## 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年中国互联网专车市场深度分析与投资战略咨询报告》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/202002/152390.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2012-2017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

##### 1、国民经济运行情况GDP

##### 2、消费价格指数CPI、PPI

##### 3、全国居民收入情况

##### 4、恩格尔系数

##### 5、工业发展形势

##### 6、固定资产投资情况

##### 7、中国汇率调整（人民币升值）

##### 8、对外贸易&进出口

##### 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2012-2017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2012-2017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

### 4.22012-2017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 2012-2017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

##### 4.3.2 运作模式三

#### 4.4 2012-2017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 2012-2017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）

#### 5.4.2Uber中国

#### 5.4.3神州专车

## 第六章2012-2017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2012-2017年中国互联网专车市场优势企业分析

### 7.1Uber

#### 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

8.1.1Uber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：2012-2017年国民生产总值（GDP）表

图表：2006-2017年中国GDP增速走势图

图表：2012-2017年中国CPI走势图

图表：2012-2017年中国CPI月度统计与增长率

图表：2017年工业生产者价格主要数据

图表：2006-2017年中国PPI走势图

图表：2017年中国PPI月度统计与增长率

图表：2017年全年中国规模以上工业增加值

图表：2017年中国规模以上工业生产主要数据

图表：2017年中国钢材日均产量及增速

图表：2017年中国水泥日均产量及增速

图表：2017年中国十种有色金属日均产量及增速



图表：2017年中国乙烯日均产量及增速

图表：2017年中国汽车日均产量及增速

图表：2017年中国轿车日均产量及增速

图表：2017年中国发电量日均产量及增速

图表：2017年中国原油加工量日均产量及增速

图表：2012-2017年工业增加值增长

图表：2017年中国固定资产投资到位增速

图表：2017年固定资产投资（不含农户）主要数据

图表：2014年-2017年中国固定资产投资（不含农户）情况

图表：2012-2017年固定资产投资（不含农户）走势图

图表：2017年我国一般贸易进出口统计表

图表：2017年我国对主要贸易伙伴进出口情况

图表：2017年我国民营企业进出口情况

图表：2017年我国机电产品出口统计

图表：2017年我国铁矿及原油进口统计表

图表：2014年2017年中国海关进出口增减情况一览表

图表：2012-2017年中国海关进出口增减走势图

图表：2012-2017年中国汽车租赁行业市场规模、汽车保有量分析表

图表：2017-2022年中国汽车短租行业市场规模预测

图表：2017年上半年中国互联网专车分布情况

图表：2017年中国专车服务活跃用户覆盖率TOP5

图表：2017年中国专车服务APP用户分布

图表：2017年中国专车服务APP用户年龄分布

图表：2017年中国专车服务APP用户收入分布

图表：2017年中国专车服务订单量市场份额分析表

图表：2017年上半年中国打车软件订单城市TOP10

图表：2017年中国专车安卓应用下载量分布

图表：2017年中国主要专车服务活跃用户渗透率分布

图表：2017年上半年中国主要专车服务用户订单成功率

图表：2017年上半年中国主要专车服务用户候车时间分布

图表：2017年手机打车应用月度覆盖人数分布

图表：2017年手机打车应用月度总使用次数分布

图表：滴滴打车收费标准明细表

图表：神州专车收费标准明细表

图表：一号专车收费标准明细表

图表：易到专车收费标准明细表

图表：中国互联网专车行业领先企业收费标准对比分析表

图表：北京专车司机开车获取的月收入（元）

图表：2017年一二线城市中国手机网民上班首选出行方式

图表：2017年中国移动出行类应用用户平均单次预算

图表：2017年中国移动出行应用类型用户使用率

图表：2017年中国移动出行用户各品牌使用率

图表：2017年中国专车服务场景分析表

图表：2017年中国移动网民用户对专车品牌认知度

图表：2017年中国手机网民各移动专车类应用使用率

图表：2017年中国移动专车应用用户选择专车服务的原因

图表：用户使用打车软件频率学历交叉分析分布

更多图表见正文&hellip;&hellip;

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202002/152390.html>