

2021-2027年中国城际出行 行业发展趋势与行业前景预测报告

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

《2021-2027年中国城际出行行业发展趋势与行业前景预测报告》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/202011/192411.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

互联网几乎把所有行业都“+”了一遍，然而其中渗透率最深，同时还出现现象级公司的行业以“互联网出行”居多。围绕“互联网出行”的参与者有很多，包括汽车厂商、交通信息化厂商、车联网设备厂商、交通路网基础设施厂商，共享出行平台、互联网交通应用服务商等等。在互联网出行领域里，随着交通基础数据的不断完善、大数据积累应用的不断进步以及消费大升级，城际出行正成为业者下一个锁定的目标。

目前，我国的航空、铁路、道路运输领域，每年城际出行有200亿人次客运量，达到国内人口总数的16倍。尤其是遇到像国庆、春节等群体性节日，跨城需求的人群会变得更多，所以城际出行需求是实实在在的刚需。面对需求量如此庞大的市场，互联网出行的各个企业都争相布局，无论是在中短途公路客运还是长途大交通上都提出了不同的解决办法。

中企顾问网发布的《2021-2027年中国城际出行行业发展趋势与行业前景预测报告》共四章。首先介绍了中国城际出行行业市场发展环境、城际出行整体运行态势等，接着分析了中国城际出行行业市场运行的现状，然后介绍了城际出行市场竞争格局。随后，报告对城际出行做了重点企业经营状况分析，最后分析了中国城际出行行业发展趋势与投资预测。您若想对城际出行产业有个系统的了解或者想投资中国城际出行行业，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1章：城际出行市场供求状况分析

1.1 中国城际出行市场需求分析

1.1.1 公路旅客运输及周转量分析

（1）公路旅客运输量趋势分析

（2）公路旅客周转量趋势分析

1.1.2 公路客运区域需求情况分析

（1）区域旅客运输量对比分析

（2）区域旅客周转量对比分析

1.1.3 公路客运省市需求情况分析

- (1) 省市旅客运输量对比分析
- (2) 省市旅客周转量对比分析
- 1.1.4 中国城际出行市场需求分析
 - (1) 城际公路客运数量分析
 - (2) 城际出行市场规模测算
- 1.2 中国城际出行市场供给分析
 - 1.2.1 公路客运汽车总保有量
 - 1.2.2 公路客运大型客车保有量
 - 1.2.3 公路客运中型客车保有量
 - 1.2.4 公路客运小型客车保有量
 - 1.2.5 公路客运微型客车保有量
- 1.3 城际出行市场互联网革命紧迫性分析
 - 1.3.1 城际出行市场发展痛点分析
 - (1) 市场需求碎片化，交易成本高
 - (2) 票务信息不透明，购票不易
 - (3) 供应庞大而分散，资源浪费
 - 1.3.2 城际出行网络化发展必要性
 - (1) 解决传统市场痛点
 - (2) 实现供需匹配智能化
 - (3) 实现业务多元化发展

第2章：城际出行网络化发展模式与竞争格局

- 2.1 网络售票市场发展分析
 - 2.1.1 网络售票市场发展进程
 - 2.1.2 网络售票市场发展规模
 - 2.1.3 网络售票市场盈利模式
 - (1) 销售分成模式分析
 - (2) 保险费模式分析
 - (3) 网络售票延长线模式分析
 - (4) 其他盈利模式分析
- 2.2 城际巴士网络化发展分析
 - 2.2.1 城际巴士网络化发展进程

2.2.2 城际巴士网络化发展规模

2.2.3 城际巴士网络化盈利模式

(1) 销售分成模式分析

(2) 增值服务模式分析

(3) 拓展综合服务模式分析

2.3 城际出行网络化市场竞争格局

2.3.1 网络售票市场竞争主体类型

(1) 在线旅游平台

(2) 运力分享型互联网创业公司

(3) 向互联网转型的传统客运企业

(4) 参与省级票务系统建设的公司

2.3.2 网络售票市场竞争格局分布

(1) 第一梯队——年出票量高于300万张

(2) 第二梯队——年出票量高于100万张

(3) 第三梯队——年出票量低于50万张

2.3.3 城际出行网络巴士竞争格局

(1) 在线网络售票平台

(2) 城际互联网定制巴士公司

(3) 城内互联网定制巴士公司

第3章：城际出行市场优秀企业案例分析

3.1 第一梯队案例分析

3.1.1 携程网

(1) 平台简况分析

(2) 平台类型分析

(3) 平台网络售票业务分析

(4) 平台盈利模式分析

3.1.2 去哪儿网

(1) 平台简况分析

(2) 平台类型分析

(3) 平台网络售票业务分析

(4) 平台盈利模式分析

3.1.3 Bus365

- (1) 平台简况分析
- (2) 平台类型分析
- (3) 平台网络售票业务分析
- (4) 平台盈利模式分析

3.1.4 12308网

- (1) 平台简况分析
- (2) 平台类型分析
- (3) 平台网络售票业务分析
- (4) 平台盈利模式分析

3.1.5 畅途网

- (1) 平台简况分析
- (2) 平台类型分析
- (3) 平台网络售票业务分析
- (4) 平台盈利模式分析

3.2 第二梯队案例分析

3.2.1 四川汽车票务网

- (1) 平台简况分析
- (2) 平台类型分析
- (3) 平台网络售票业务分析
- (4) 平台盈利模式分析

3.2.2 巴士管家

- (1) 平台简况分析
- (2) 平台类型分析
- (3) 平台网络售票业务分析
- (4) 平台盈利模式分析

3.2.3 快巴

- (1) 平台简况分析
- (2) 平台类型分析
- (3) 平台网络售票业务分析
- (4) 平台盈利模式分析

3.2.4 同程网

- (1) 平台简况分析
- (2) 平台类型分析
- (3) 平台网络售票业务分析
- (4) 平台盈利模式分析

3.2.5 巴巴快巴

- (1) 平台简况分析
- (2) 平台类型分析
- (3) 平台网络售票业务分析
- (4) 平台盈利模式分析

3.3 第三梯队案例分析

3.3.1 易票购

- (1) 平台简况分析
- (2) 平台类型分析
- (3) 平台网络售票业务分析
- (4) 平台盈利模式分析

3.3.2 艺龙

- (1) 平台简况分析
- (2) 平台类型分析
- (3) 平台网络售票业务分析
- (4) 平台盈利模式分析

3.3.3 辽宁省汽车客运网上售票系统

- (1) 平台简况分析
- (2) 平台类型分析
- (3) 平台网络售票业务分析
- (4) 平台盈利模式分析

3.3.4 重庆市公路客运售票网

- (1) 平台简况分析
- (2) 平台类型分析
- (3) 平台网络售票业务分析
- (4) 平台盈利模式分析
- (5) 平台经营情况分析
- (6) 平台发展优劣势分析

(7) 平台城际出行投融资分析

3.3.5 大巴网

(1) 平台简况分析

(2) 平台类型分析

(3) 平台网络售票业务分析

(4) 平台盈利模式分析

3.4 打车软件城际出行业务布局分析

3.4.1 滴滴出行城际出行业务布局分析

3.4.2 神州专车城际出行业务布局分析

3.4.3 Uber城际出行业务布局分析

3.4.4 包子拼车城际出行业务布局分析

第4章：城际出行市场投资潜力与策略规划（）

4.1 城际出行市场发展前景与趋势预测

4.1.1 城际出行市场发展环境分析

(1) 市场热点扶持政策分析

(2) 市场技术水平推动分析

(3) 市场内部变革动因分析

(4) 市场商业模式创新趋势

4.1.2 城际出行市场发展前景预测

4.1.3 城际出行市场发展趋势预测

(1) 市场整体发展趋势预测

(2) 市场竞争格局趋势预测

4.2 城际出行市场投资潜力分析

4.2.1 市场投资热潮分析

4.2.2 市场投资机会分析

4.2.3 市场进入壁垒分析

(1) 资源壁垒分析

(2) 人才壁垒分析

(3) 技术壁垒分析

(4) 其他壁垒分析

4.2.4 市场投资风险分析

(1) 行业政策风险分析	
(2) 市场波动风险分析	
(3) 市场经营风险分析	
(4) 行业人才风险分析	
(5) 市场其他风险分析	
4.3 城际出行市场投资现状分析	
4.3.1 市场投资主体分析	
(1) 市场投资主体构成	
(2) 各投资主体投资优势	
4.3.2 市场投资切入方式及操作策略	
4.3.3 市场投资规模分析	
4.3.4 市场投资动向分析	
4.4 城际出行市场投资策略规划	
4.4.1 投资方式策略规划	
4.4.2 投资区域策略规划	
4.4.3 投资领域策略规划	
4.4.4 产品创新策略规划	
4.4.5 商业模式策略规划 ()	

图表目录：

图表1：2013-2019年中国公路客运量及其增长情况（单位：亿人，%）	
图表2：2013-2019年公路旅客周转量及其增长情况（单位：亿人公里，%）	
图表3：2019年全国公路旅客运输量分地区情况（单位：亿人）	
图表4：2019年全国公路旅客运输量地区分布（单位：%）	
图表5：2019年全国公路旅客周转量分地区情况（单位：亿人公里）	
图表6：2019年全国公路旅客周转量地区分布（单位：%）	
图表7：2019年旅客运输量最大的前十省份（单位：万人）	
图表8：2019年旅客周转量最大的前十省份（单位：亿人公里）	
图表9：2013-2019年中国城际公路客运量及其增长情况	
图表10：中国城际出行市场规模测算（单位：亿元）	

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202011/192411.html>