

2023-2029年中国互联网专 车产业发展现状与发展前景预测报告

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

《2023-2029年中国互联网专车产业发展现状与发展前景预测报告》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/202304/351267.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

专车，是由打车平台、政府共同认证，用于运送乘客的，主要通过手机等移动设备完成订单预约及支付的具有合法运营牌照的营运车辆。

中企顾问网发布的《2023-2029年中国互联网专车产业发展现状与发展前景预测报告》共九章。首先介绍了中国互联网专车行业市场发展环境、互联网专车整体运行态势等，接着分析了中国互联网专车行业市场运行的现状，然后介绍了互联网专车市场竞争格局。随后，报告对互联网专车做了重点企业经营状况分析，最后分析了中国互联网专车行业发展趋势与投资预测。您若想对互联网专车产业有个系统的了解或者想投资中国互联网专车行业，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 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 2019-2022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 2019-2022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 2019-2022年中国互联网专车行业发展总体状况分析

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 2019-2022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 2019-2022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 2019-2022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 2019-2022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 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 中国互联网专车市场优势企业分析

7.1 Uber

7.1.1 企业发展概况

7.1.2 企业运营分析

7.1.3 企业商业模式

7.1.4 市场战略布局

7.2 滴滴专车

7.2.1 企业发展概况

7.2.2 企业运营分析

7.2.3 企业商业模式

7.2.4 市场战略布局

7.3 神州专车

7.3.1 企业发展概况

7.3.2 企业运营分析

7.3.3 企业商业模式

7.3.4 市场战略布局

7.4 一号专车

7.4.1 企业发展概况

7.4.2 企业运营分析

7.4.3 企业商业模式

7.4.4 市场战略布局

7.5 易到用车

7.5.1 企业发展概况

7.5.2 企业运营现状

7.5.3 企业商业模式

7.5.4 市场战略布局

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

部分图表目录

- 图表 2019-2022年世界工业生产同比增长率
- 图表 2019-2022年世界三大经济体GDP环比增长率
- 图表 2019-2022年世界及主要经济体GDP同比增长率
- 图表 2019-2022年三大经济体零售额同比增长率
- 图表 2019-2022年世界贸易量同比增长率
- 图表 2019-2022年波罗的海干散货运指数
- 图表 2019-2022年世界、发达国家和发展中国家消费价格同比上涨率
- 图表 2019-2022年美国、日本和欧元区失业率

图表 2019-2022年全球贸易量实际值和长期趋势

图表 2019-2022年国际市场初级产品价格名义指数走势

图表 2019-2022年国内生产总值增长速度（累计同比）

图表 2019-2022年全国粮食产量

图表 2019-2022年规模以上工业增加值增速（月度同比）

图表 2019-2022年固定资产投资（不含农户）名义增速（累计同比）

图表 2019-2022年社会消费品零售总额名义增速（月度同比）

图表 2019-2022年居民消费价格上涨情况（月度同比）

图表 2019-2022年工业生产者出厂价格涨跌情况（月度同比）

图表 2019-2022年国内生产总值增长速度（累计同比）

图表 2019-2022年规模以上工业增加值增速（月度同比）

图表 2019-2022年固定资产投资（不含农户）名义增速（累计同比）

图表 2019-2022年社会消费品零售总额名义增速（月度同比）

图表 2019-2022年居民消费价格上涨情况（月度同比）

图表 2019-2022年工业生产者出厂价格涨跌情况（月度同比）

图表 2019-2022年中国租车市场规模

图表 2019-2022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

更多图表见正文.....

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202304/351267.html>