

# 2017-2022年中国互联网专车市场深度评估与投资前景评估报告

## 报告目录及图表目录

智研数据研究中心 编制

[www.abaogao.com](http://www.abaogao.com)

## 一、报告报价

《2017-2022年中国互联网专车市场深度评估与投资前景评估报告》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.abaogao.com/b/hulianwang/998477LPX3.html>

报告价格：印刷版：RMB 7000 电子版：RMB 7200 印刷版+电子版：RMB 7500

智研数据研究中心

订购电话： 400-600-8596(免长话费) 010-80993963

海外报告销售：010-80993963

传真： 010-60343813

Email： sales@abaogao.com

联系人： 刘老师 谭老师 陈老师

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

随着城市居民机动化出行率的持续上升，我国城市出租车整体运力明显不足，市民出行常年存在打车难的问题。在移动互联网技术与传统行业融合发展的背景下，我国出现了一种以平台化和共享经济为特征的交通新业态，并在2014年实现爆发式增长。

汽车共享服务对交通最直接的影响体现在减少了私家车的拥有量。一项研究表明，每一辆共享汽车在欧洲可以减少4到10辆私家车，在北美可以减少6到23辆私家车，在澳洲可以减少6到10辆私家车。此前欧洲的汽车共享研究表明,约有15.6%到31.5%的参与者在加入汽车共享组织后出售了自己的私家车，另一方面，保守估计约有23%到26%的参与者取消或者推迟了购车计划。据清华大学媒介调查实验室《2014年移动出行白皮书》调查显示，随着专车移动出行服务的快速发展，我国2015年可以减少1000万辆私家车上路行驶，预计城市日平均拥堵时间比2014年下降28.1%。

互联网交通是互联网经济与城市交通融合创新的新业态，这种创新不止是新产品和商业形态的涌现，而是通过使用新的生产方法开辟新的市场、创造新的组织模式。目前各地用现有的出租车管理办法、客运管理办法来监管专车这种互联网经济新业态，势必产生矛盾和冲突。互联网技术所支持的“合作交通”和“共享交通”的大趋势，动摇了长期以来区分营业车辆和非营业车辆的法律基础。

智研数据研究中心发布的《2017-2022年中国互联网专车市场深度评估与投资前景评估报告》共九章。首先介绍了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 互联网专车特点
- 1.1.3 行业发展必然性
- 1.2 互联网专车与出租车的区别
  - 1.2.1 车辆来源
  - 1.2.2 用车费用
  - 1.2.3 服务方式

## 第二章 2014-2016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 调用闲置车辆
  - 2.4.2 新增就业机会
  - 2.4.3 高效调度模式
  - 2.4.4 减少酒驾行为
  - 2.4.5 减少停车面积

## 第三章 2014-2016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

## 3.2 我国互联网专车政策导向解读

### 3.2.1 专车补贴遭监管

### 3.2.2 专车市场合法化

### 3.2.3 专车市场管理体系

### 3.2.4 中央和地方立法协作

## 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 2014-2016年中国互联网专车行业总体分析

### 4.1 出租车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 2014-2016年中国互联网专车发展状况分析

#### 4.2.1 行业发展阶段

#### 4.2.2 行业发展优势

#### 4.2.3 行业发展形势

#### 4.2.4 主要分布地域

#### 4.2.5 标杆企业战略

#### 4.2.6 行业发展动态

### 4.3 2014-2016年我国互联网专车平台运作模式

#### 4.3.1 平台自有模式

#### 4.3.2 劳务派遣模式

#### 4.3.3 私家司机模式

### 4.4 2014-2016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 相关法律界定不明
- 4.5.2 缺乏正规车辆供给
- 4.5.3 黑车流入专车市场
- 4.5.4 面临出租车的挑战
- 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 2014-2016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
  - 5.1.1 市场竞争形势
  - 5.1.2 三足鼎立格局
  - 5.1.3 市场竞争加剧
  - 5.1.4 市场巨头博弈
- 5.2 中国互联网专车市场竞争格局
  - 5.2.1 订单量市场份额
  - 5.2.2 应用下载量分布
  - 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 滴滴打车
  - 5.4.2 Uber中国
  - 5.4.3 神州专车

## 第六章 2014-2016年中国互联网专车用户行为分析

### 6.1 移动出行用户行为特征分析

#### 6.1.1 移动出行服务应用场景

#### 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

#### 6.1.5 移动出行的满意度分析

### 6.2 互联网专车用户行为特征分析

#### 6.2.1 专车服务价格及应用场景

#### 6.2.2 移动专车使用频率分析

#### 6.2.3 专车不同品牌使用频率

#### 6.2.4 用户对专车品牌的认知度

#### 6.2.5 专车市场的用户情况分析

#### 6.2.6 用户选择专车服务的原因

#### 6.2.7 移动专车服务满意度分析

### 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 教育程度对比

## 第七章 2014-2016年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 推广实例分析

#### 7.1.5 企业国际战略

#### 7.1.6 企业本土化动态

### 7.2 滴滴专车

- 7.2.1 企业发展概况
- 7.2.2 品牌发展探索
- 7.2.3 企业竞争情况
- 7.2.4 市场战略布局
- 7.2.5 市场营销策略
- 7.3 神州专车
  - 7.3.1 企业发展概况
  - 7.3.2 企业发展优势
  - 7.3.3 企业运营分析
  - 7.3.4 品牌市场定位
  - 7.3.5 市场战略布局
  - 7.3.6 未来发展展望
- 7.4 一号专车
  - 7.4.1 企业发展概况
  - 7.4.2 品牌市场定位
  - 7.4.3 市场战略布局
  - 7.4.4 企业发展动态
- 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 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 品牌建设
- 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（ZY GXH）

### 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
- 9.1.4 市场增速预测

### 9.2 中国互联网专车未来发展趋势

- 9.2.1 车联网趋势
- 9.2.2 打通全产业链
- 9.2.3 市场格局生变
- 9.2.4 保持轻资产运作
- 9.2.5 “互联网+”出行（ZY GXH）

## 附录

附录一：《国务院关于积极推进“互联网+”行动的指导意见》

附录二：《互联网专车服务及乘客安全保障标准》

附录三：《网络预约出租汽车经营服务管理暂行办法》

## 图表目录：

- 图表1 世界工业生产同比增长率
- 图表2 三大经济体GDP环比增长率
- 图表3 世界及主要经济体GDP同比增长率
- 图表4 波罗的海干散货运指数
- 图表5 2014年至2015年国际主要原油现货价格走势
- 图表6 2010-2015年主要发达国家GDP增速
- 图表7 2015年主要国家或地区央行货币政策一览

- 图表8 日、美、欧10年期国债收益率走势
- 图表9 2015-2016年国内生产总值增长速度（累计同比）
- 图表10 2005-2014年全国粮食产量
- 图表11 2015-2016年规模以上工业增加值增速（月度同比）
- 图表12 2015-2016年固定资产投资（不含农户）名义增速（累计同比）
- 图表13 2015-2016年社会消费品零售总额名义增速（月度同比）
- 图表14 2015-2016年居民消费价格上涨情况（月度同比）
- 图表15 2015-2016年工业生产者出厂价格涨跌情况（月度同比）
- 图表16 2009-2013年中国租车市场规模
- 图表17 2009-2013年中国租车行业车队规模
- 图表18 中国租车市场渗透率低
- 图表19 私家车数量增长推动租车市场发展
- 图表20 旅游资源要素
- 图表21 2013-2015年三亚春节期间游客数量与增速
- 图表22 驾照持有人数与私家车数量间的差距不断扩大
- 图表23 政府公务用车改革
- 图表24 美国Uber专车月度活跃司机数量
- 图表25 美国Uber专车月度离网司机数量
- 图表26 出租车价格VS滴滴专车各档价格
- 图表27 2015年主流专车APP的用户收入分布
- 图表28 互联网汽车发展阶段
- 图表29 主流专车APP的用户等待时间
- 图表30 2015年中国专车服务主要地域分布

详细请访问：<http://www.abaogao.com/b/hulianwang/998477LPX3.html>