

2020-2026年中国网约车市场深度评估与投资方向研究报告

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

《2020-2026年中国网约车市场深度评估与投资方向研究报告》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/202009/185924.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

网约车的流行为大家外出代步提供了便利。现有国内网约车竞争格局滴滴集大成于一家，其他网约车app聚焦于细分领域。目前滴滴出行涉及的领域有快车、专车、出租车、顺风车等11个板块，满足不同用户在不同使用场景下的需求，而其他网约车app更专注于垂直细分领域。主要网约车平台在全国获得许可证数量分析

中企顾问网发布的《2020-2026年中国网约车市场深度评估与投资方向研究报告》共十四章。首先介绍了中国网约车行业市场发展环境、网约车整体运行态势等，接着分析了中国网约车行业市场运行的现状，然后介绍了网约车市场竞争格局。随后，报告对网约车做了重点企业经营状况分析，最后分析了中国网约车行业发展趋势与投资预测。您若想对网约车产业有个系统的了解或者想投资中国网约车行业，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：

第一章中国网约车发展环境分析

第一节网约车相关概述

一、网约车定义

二、网约车发展历程

第二节网约车相关政策环境

一、网约车相关政策法规

二、网约车政策实施前后对比

三、网约车政策调整特点分析

四、网约车新规落地后机遇与挑战

第三节网约车社会环境分析

一、中国人口规模分析

二、公共交通车辆运营数

三、中国民用汽车保有量2013-2018年中国民用汽车保有量走势

四、中国城镇化率发展分析

第四节移动互联网发展分析

- 一、手机网民规模分析
- 二、移动互联网市场规模
- 三、移动互联网流量情况
- 四、移动互联网产业结构

第二章互联网出行细分市场分析

第一节互联网+出租车

- 一、中国出租汽车运营数
- 二、互联网+出租车发展状况
- 三、网络预约出租车用户规模
- 四、互联网+出租车需求前景

第二节互联网+专车

- 一、互联网+专车发展状况
- 二、专车市场发展影响因素
- 三、互联网+专车运营模式
- 四、互联网+专车竞争格局
- 五、互联网+专车用户规模
- 六、互联网+专车交易规模
- 七、互联网+专车发展趋势

第三节互联网+拼车

- 一、私人轿车保有量
- 二、互联网+拼车发展状况
- 三、互联网+拼车用户情况
- 四、互联网+拼车竞争企业
- 五、互联网+拼车需求前景

第四节互联网+巴士

- 一、中国客车产销规模
- 二、互联网+巴士发展状况
- 三、互联网+巴士用户情况
- 四、互联网+巴士竞争格局
- 五、互联网+巴士需求前景

第五节互联网+租车

一、互联网+租车发展模式

二、互联网+租车用户情况

三、互联网+租车竞争格局

四、神州租车发展分析

五、互联网+租车需求前景

第六节互联网+代驾

一、互联网+代驾发展状况

二、互联网+代驾竞争格局

三、“e代驾Lite”小程序上线

四、“滴滴代驾”开启新模式

五、互联网+代驾需求前景

第七节互联网+停车

一、互联网+停车发展模式

(一) 车位信息共享

(二) 全流程优化

(三) 车位预定B2C

(四) 车位共享P2P

(五) 代客泊车

二、互联网+停车市场规模

三、互联网+停车竞争格局

四、互联网+停车需求前景

第三章中国网约车所属行业市场运行状况分析

第一节互联网出行发展推动因素

一、完美解决社会痛点催生市场诞生

二、移动网络和智能终端应用的开发

三、移动支付与征信体系的逐步完善

第二节互联网出行发展程度分析移动支付与征信体系的逐步完善

一、起步阶段

二、竞争阶段

三、整合阶段

第三节网约车市场发展规模分析

一、网约车用户规模分析

二、互联网出行交易规模

三、互联网出行的渗透率

第四节网约车行业发展的现状及对策

一、网约车行业存在的问题

二、网约车行业发展对策分析

第四章网约车市场竞争格局分析

第一节网约车市场竞争状况

一、网约车市场竞争状况

二、网约车市场份额分析

第二节滴滴+Uber

穹顶之下的资本合谋

一、滴滴+Uber合并基本情况

二、两大巨头合并带来的共赢效益

三、“一家独大”格局形成

第三节网约车市场竞争趋势分析

第五章2018年中国网约车司机生存状况调查

第一节调查简述

一、调查动机

二、调查对象

三、调查维度

四、执行情况

第二节网约车司机生存状况调查主要内容及结果

一、网约车司机基本信息

(一) 网约车司机性别分布

(二) 网约车司机年龄分布

(三) 网约车司机户籍分布

(四) 网约车牌照归属地分布

(五) 网约车司机从业性质情况

(六) 网约车司机此前职业调查

- (七) 网约车司机是否带车调查
- (八) 网约车司机驾驶车辆价值分布
- (九) 网约车司机费用负担情况分析

二、网约车司机在线时间

- (一) 网约车司机运营频率
- (二) 网约车司机平均在线时间
- (三) 网约车司机最长在线时间
- (四) 网约车司机日均接单量

三、网约车司机收入及社会保障

- (一) 网约车司机月均收入
- (二) 网约车司机单月最高收入
- (三) 网约车司机收入满意度
- (四) 网约车司机劳动合同与社保

四、网约车司机职业培训与安全管理

- (一) 网约车司机加盟时间及难度
- (二) 网约车司机职业培训
- (三) 网约车司机管理和处罚力度

五、网约车司机职业安全感、归属感及认同感

- (一) 网约车司机职业安全感
- (二) 网约车司机职业认同与归属感

第三节网约车司机生存状况调查结论

- 一、网约车全职司机占八成，共享经济不再共享
- 二、七成司机收入不足4000，月入过万已成历史
- 三、七成司机缺乏职业安全感，平台随意处罚成最大“槽点”

第六章中国网约车主要品牌机构分析

第一节Uber全球

- 一、Uber基本情况
- 二、Uber发展历程
- 三、Uber商业模式
- 四、Uber经营规模
- 五、Uber中国情况

六、Uber发展战略

第二节滴滴出行

一、滴滴出行基本情况

二、滴滴出行发展历程

三、滴滴出行商业模式

四、滴滴出行经营规模

五、滴滴出行国内合作

六、滴滴出行跨境合作

第三节神州优车

一、神州优车基本情况

二、神州优车发展历程

三、神州优车商业模式

四、神州优车经营规模

五、神州电商平台分析

六、神州优车发展战略

第四节易到用车

一、易到用车基本情况

二、易到用车发展历程

三、易到用车商业模式

四、易到生态合作伙伴

五、易到用车融资情况

六、易到跨界合作分析

（一）易到+海尔

（二）易到+奇瑞+博泰

（三）易到+出门问问

（四）易到+乐视

第七章2020-2026年中国网约车市场前景及投资策略

第一节2020-2026年中国网约车市场发展趋势

一、网约车用户安全得到保障

二、车辆升级用户费用上升

三、部分用户将转向其他出行方式

第二节2020-2026年中国网约车市场发展前景及预测

一、中国网约车市场发展前景

二、中国网约车市场规模预测

第三节2020-2026年中国网约车市场发展策略分析

一、交通部加强统筹管理，避免各地方管理部门过度规制

二、应以平台为主要规制对象，适当减少对驾驶员的直接规制

三、引导平台加强服务质量规制，允许数量和价格适度调节

四、以法规政策规制为主，以行政和经济手段作为补充

部分图表目录：

图表1近年来网约车相关政策法规情况统计

图表2网约车政策实施前后对比

图表32011-2018年中国人口总量趋势图

图表42018年中国人口数及构成情况

图表52011-2018年中国公路营运汽车数量情况统计

图表62011-2018年中国民用汽车保有量情况统计

图表72011-2018年中国城镇化率变化趋势图

图表82011-2018年中国手机网民规模及其占网民比例

图表92011-2018年中国移动互联网市场规模增长趋势图

更多图表见正文……

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202009/185924.html>