2016-2022年中国移动用车行业市场研究及发展前景预测报告

报告大纲

华经情报网
www.huaon.com

一、报告简介

华经情报网发布的《2016-2022年中国移动用车行业市场研究及发展前景预测报告》涵盖行业最新数据，市场热点，政策规划，竞争情报，市场前景预测，投资策略等内容。更辅以大量直观的图表帮助本行业企业准确把握行业发展态势、市场商机动向、正确制定企业竞争战略和投资策略。本报告依据国家统计局、海关总署和国家信息中心等渠道发布的权威数据，以及我中心对本行业的实地调研，结合了行业所处的环境，从理论到实践、从宏观到微观等多个角度进行市场调研分析。

官网地址：https://www.huaon.com//detail/282177.html

报告价格：电子版: 9000元　纸介版：9000元　电子和纸介版: 9200元

订购电话: 400-700-0142 010-80392465

电子邮箱: kf@huaon.com

联 系 人: 刘老师

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、报告目录及图表目录

移动用车市场主要包含打车（出租车）、专车、拼车及租车等不同服务模式，不同细分市场的目标用户有所差异，打车软件主要针对普通人群，解决了出租车司机与乘客的信息不对称问题，用户覆盖面较广；专车主要针对的是中高端商务人群，价格比出租车要高 20%-30%；拼车主要针对有上下班乘车需求的普通白领人群，价格比出租车要低；租车主要针对没有车、限号无法开车、异地用车等人群，提供车辆对外出租服务。

移动用车细分领域对比

各个细分领域都有典型应用，发展势头良好。目前，打车（出租车）应用被滴滴快的打车所垄断，市场份额在 98%左右；专车（快车）领域主要参与者为滴滴专车、Uber、神州专车、易到用车；拼车领域主要为滴滴顺风车、嘀嗒拼车、Uber；租车领域有 B2C 模式的神州租车、一嗨租车，以及 C2C 模式的宝驾租车、PP 租车。

移动用车细分行业主要叫车软件

从用户使用各移动用车服务占比情况看，用户使用手机打出租车的比例最高，使用专车（快车）、拼车和租车服务的用户占比相对较低。数据显示，2015 年使用打车服务的用户占比 84.8%，使用专车、租车和拼车的用户占比分别为 45.5%、43.7%、35.9%。

2015年移动用车服务用户使用占比情况

移动打车应用自 2011 年开始出现以来，经历高速发展期、激战期和寡头竞争局面，形成了一家独大的市场格局。2011 年底，国内首款打车软件摇摇招车成立；2012年，快的打车和滴滴打车先后上线；2013 年初，移动打车应用功能达到数十款，投资公司、互联网巨头纷纷介入移动打车行业，移动打车应用开始争夺用户的大战。

本研究报告数据主要采用国家统计数据，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 移动用车行业相关概述
第一节 移动用车行业定义及分类
第二节 移动用车行业管理体制
第三节 移动用车行业生命周期

第四节 移动用车行业在国民经济中地位
第五节 移动用车行业投资特性分析
一、赢利性
二、成长速度
三、附加值的提升空间
四、进入壁垒／退出机制
五、风险性
六、行业周期性
七、竞争激烈程度指标
八、行业成熟度分析
九、盈利因素分析
十、盈利模式分析

第二章 2015年中国移动用车产业发展环境分析
第一节 2015年中国宏观经济环境分析
一、GDP历史变动轨迹分析
二、固定资产投资历史变动轨迹分析
三、消费价格指数CPI、PPI
四、全国居民收入情况
五、恩格尔系数
六、工业发展形势
七、财政收支状况
八、2016-2022年中国宏观经济发展预测分析
第二节 中国移动用车行业主要法律法规及政策
第三节 2015年中国移动用车产业社会环境发展分析
一、国内社会环境发展现状
二、社会环境发展分析
1、人口环境状况
2、教育、科学技术和文化
3、卫生和社会服务
4、资源、环境和安全生产
5、中国城镇化率
6、居民的各种消费观念和习惯
三、2015年移动用车行业市场环境分析
第四节 2015年中国移动用车产业技术环境发展分析

第三章 2014-2015年世界移动用车行业发展状况分析
第一节 2014-2015年全球宏观经济发展回顾
第二节 2014-2015年世界移动用车行业运行概况
第三节 2014-2015年世界移动用车行业市场规模分析
第四节 2014-2015年世界主要地区移动用车行业运行情况分析
一、北美
二、欧洲
三、亚太
第五节 2016-2022年世界移动用车行业发展趋势分析

第四章 2016-2022年中国移动用车市场供需分析
第一节 中国移动用车市场供给状况
一、2016-2022年中国移动用车供给分析
二、2016-2022年中国移动用车供给预测
第二节 中国移动用车市场需求状况
一、2016-2022年中国移动用车市场需求分析
二、2016-2022年中国移动用车市场需求预测
第三节 2015年中国移动用车市场价格回顾

第五章 2015年中国移动用车行业发展概况及竞争策略分析
第一节 2015年中国移动用车行业发展态势分析

移动打车应用自 2011 年开始出现以来， 经历高速发展期、激战期和寡头竞争局面，形成了一家独大的市场格局。2011 年底，国内首款打车软件摇摇招车成立；2012年，快的打车和滴滴打车先后上线；2013 年初，移动打车应用功能达到数十款，投资公司、互联网巨头纷纷介入移动打车行业，移动打车应用开始争夺用户的大战。

2014 年 1 月起，快的打车和滴滴打车开始了补贴大战，总计补贴数十亿元。在快的打车和滴滴打车的烧钱攻势下，大部分打车软件被日益边缘化，同时打车软件在用户中的知名度大大提升，打车市场进入双雄时代。2015 年 2 月滴滴与快的进行战略合并，打车应用市场中一家独大的局面形成，滴滴快的在出租车打车领域的市场份额在 98%以上。

中国出租车打车应用发展历程

随着人们生活水平的提高，对出行服务的要求也随之增加，同时为了满足供不应求的出租车出行需求，专车服务应运而生，如滴滴快的专车、Uber 专车、神州专车等，专车服务满

足市民出行方式的高品质、多样化、差异性的需求。专车业务有着清晰的盈利模式，吸引了移动用车企业的进入，目前市场竞争较为激烈。
中国专车（快车）发展历程

2010 年，国内首家专业服务企业易到用车成立，2014 年 7 月和 8 月，快的和滴滴旗下的一号专车、滴滴专车上线；2014 年 7 月，Uber 正式进入北京市场；2015年 1 月，神州租车旗下的神州专车上线。专车服务开始在全国迅速发展起来。
国内专车（快车） 服务运营基本情况

第二节 2015年中国移动用车行业发展特点分析
第三节 2015年中国移动用车行业市场供需分析
第四节 行业竞争结构分析
一、现有企业间竞争
二、潜在进入者分析
三、替代品威胁分析
四、供应商议价能力
五、客户议价能力
第五节 移动用车市场竞争策略分析
一、移动用车市场增长潜力分析
二、移动用车产品竞争策略分析
三、典型企业产品竞争策略分析

第六章 中国移动用车行业产业链分析
第一节 移动用车行业产业链概述
第二节 移动用车上游产业发展状况分析
一、上游原料市场发展现状
二、上游原料生产情况分析
三、上游原料价格走势分析
第三节 移动用车下游应用需求市场分析
一、行业发展现状分析
二、行业生产情况分析
三、行业需求状况分析
四、行业需求前景分析

第七章 2015年中国移动用车行业竞争格局分析
第一节 中国移动用车行业竞争格局综述
一、移动用车行业竞争概况
二、中国移动用车行业竞争力分析
三、中国移动用车产品（服务）竞争力优势分析
四、移动用车行业主要企业竞争力分析
第二节 2015年移动用车行业竞争格局分析
一、2015年国内外移动用车竞争分析
二、2015年我国移动用车市场竞争分析
三、2015年我国移动用车市场集中度分析
四、2015年国内主要移动用车企业动向
五、2015年国内移动用车企业拟在建项目分析
第三节 移动用车市场竞争策略分析
第四节2015年我国移动用车行业SWOT分析

第八章 2016-2022年中国移动用车所属行业数据监测分析
第一节2016-2022年中国移动用车所属行业规模分析
一、企业数量分析
二、资产规模分析
三、销售规模分析
四、利润规模分析
第二节 2016-2022年中国移动用车所属行业产值分析
第三节 2016-2022年中国移动用车所属行业成本费用分析
一、成本费用结构变动趋势
二、销售成本分析
三、销售费用分析
四、管理费用分析
五、财务费用分析
第四节 2016-2022年中国移动用车所属行业运营效益分析
一、资产收益率分析
二、销售利润率分析
三、总资产周转率分析
四、流动资产周转率分析
五、销售增长率分析
六、利润增长率分析

七、资产负债率分析

第九章 中国移动用车行业进出口区域市场分析
第一节 华北地区移动用车行业发展现状及趋势分析
一、华北地区区域特征及经济现状
二、华北地区移动用车行业发展现状及规模统计
三、华北地区移动用车行业发展前景预测
第二节 东北地区移动用车行业发展现状及趋势分析
一、东北地区区域特征及经济现状
二、东北地区移动用车行业发展现状及规模统计
三、东北地区移动用车行业发展前景预测
第三节 华东地区移动用车行业发展现状及趋势分析
一、华东地区区域特征及经济现状
二、华东地区移动用车行业发展现状及规模统计
三、华东地区移动用车行业发展前景预测
第四节 华南地区移动用车行业发展现状及趋势分析
一、华南地区区域特征及经济现状
二、华南地区移动用车行业发展现状及规模统计
三、华南地区移动用车行业发展前景预测
第五节 华中地区移动用车行业发展现状及趋势分析
一、华中地区区域特征及经济现状
二、华中地区移动用车行业发展现状及规模统计
三、华中地区移动用车行业发展前景预测
第六节 西南地区移动用车行业发展现状及趋势分析
一、西南地区区域特征及经济现状
二、西南地区移动用车行业发展现状及规模统计
三、西南地区移动用车行业发展前景预测
第七节 西北地区移动用车行业发展现状及趋势分析
一、西北地区区域特征及经济现状
二、西北地区移动用车行业发展现状及规模统计
三、西北地区移动用车行业发展前景预测

第十章 2015年我国移动用车行业典型企业经营态势分析
第一节 企业1
一、移动用车概况

二、移动用车竞争优势分析
三、移动用车经营状况分析
四、2016-2022年企业发展战略分析
第二节 企业2
一、移动用车概况
二、移动用车竞争优势分析
三、移动用车经营状况分析
四、2016-2022年企业发展战略分析
第三节 企业3
一、移动用车概况
二、移动用车竞争优势分析
三、移动用车经营状况分析
四、2016-2022年企业发展战略分析
第四节 企业4
一、移动用车概况
二、移动用车竞争优势分析
三、移动用车经营状况分析
四、2016-2022年企业发展战略分析
第五节 企业5
一、移动用车概况
二、移动用车竞争优势分析
三、移动用车经营状况分析
四、2016-2022年企业发展战略分析

第十一章 2016-2022年中国移动用车行业发展趋势与前景分析
第一节 2016-2022年中国移动用车行业投资前景分析
一、移动用车行业发展前景
二、移动用车发展趋势分析

移动用车市场用户人数快速增加，占手机网民的比例为47%。数据显示，2012年我国移动用车用户数仅为0.13亿，2015年达到2.94亿，预计2016年将达3.62亿人。2014年在各大平台疯狂补贴下，中国移动用车用户规模出现爆发式增长，增速高达559.4%，而后随着滴滴、快的合并补贴的减少，增速出现骤降，用户增长率渐趋平稳。从移动用车用户占手机网民的比例可以看出，移动用车用户占手机网民的比例不断提升，2015年占比达到47.4%。未来，围绕出行用车的生态将逐步建立，将有更多的用户享受移动互联网带来的出行便捷，用户增长空间较大。

2012-2018年中国移动用车用户规模

中国移动用车用户占手机网民比例

国内专车市场的主要竞争者为滴滴专车（含快的一号专车）、Uber、神州专车以及易到用车组成。根据易观智库数据，2015 年第 4 季度，滴滴快的、Uber、神州专车以及易到用车的专车服务活跃用户覆盖率分别为 84.2%、17.4%、14.9%、4.9%。截至目前，滴滴专车以 400 个城市位列专车服务城市覆盖数首名；易到用车覆盖了 122 个城市；神州专车覆盖了 66 个城市；神州专车覆盖了 23 个城市。

2015年第四季度中国专车服务活跃用户覆盖率

主要专车服务提供商覆盖城市数量对比

第二节 2016-2022年中国移动用车行业投资风险分析
一、产业政策分析
二、原材料风险分析
三、市场竞争风险
四、技术风险分析
第三节 2016-2022年移动用车行业投资策略及建议

第十二章 移动用车企业投资战略与客户策略分析
第一节 移动用车企业发展战略规划背景意义
一、企业转型升级的需要
二、企业强做大做的需要
三、企业可持续发展需要
第二节 移动用车企业战略规划制定依据
一、国家产业政策
二、行业发展规律
三、企业资源与能力
四、可预期的战略定位
第三节 移动用车企业战略规划策略分析
一、战略综合规划
二、技术开发战略
三、区域战略规划

四、产业战略规划
五、营销品牌战略
六、竞争战略规划
第四节移动用车企业重点客户战略实施
一、重点客户战略的必要性
二、重点客户的鉴别与确定
三、重点客户的开发与培育
四、重点客户市场营销策略

图表目录：

图表：2013-2015年国内生产总值及其增长速度
图表：2013-2015年国内生产总值增长速度（累计同比）
图表：2013-2015年全社会固定资产投资及其增长速度
图表：2015年我国居民消费价格上涨情况（月度同比）
图表：2013-2015年我国城镇居民人均可支配收入实际增长速度
图表：2013-2015年我国农村居民人均收入实际增长速度（累计同比）
图表：2013-2015年公共财政收入及其增长速度
图表：2015年末全部金融机构本外币存贷款余额及其增长速度
图表：2015年我国汇率变化情况
图表：我国人民币存贷款基准利率历次调整一览表
图表：2013-2015年我国存款准备金率调整一览表
图表：2008-2015年社会消费品零售总额及其增长速度
图表：2013-2015年我国货物进出口总额
图表：2015年末人口数及其构成
图表：2013-2015年城镇新增就业人数
图表：2013-2015年国内生产总值与全部就业人员比率
图表：2013-2015年农村居民人均纯收入
图表：2013-2015年城镇居民人均可支配收入
图表：2013-2015年高等教育、中等职业教育及普通高中招生人数
图表：2013-2015年研究与试验发展（R&D）经费支出
图表：2013-2015年卫生技术人员人数
图表：2016-2022年我国移动用车行业市场规模走势图
图表：2016-2022年我国移动用车行业市场规模预测
图表：2016-2022年我国华北地区移动用车行业市场规模走势图
图表：2016-2022年我国华北地区移动用车行业市场规模预测

图表：2016-2022年我国东北地区移动用车行业市场规模走势图
图表：2016-2022年我国东北地区移动用车行业市场规模预测
图表：2016-2022年我国华东地区移动用车行业市场规模走势图
图表：2016-2022年我国华东地区移动用车行业市场规模预测
图表：2016-2022年我国华中地区移动用车行业市场规模走势图
图表：2016-2022年我国华中地区移动用车行业市场规模预测
图表：2016-2022年我国华南地区移动用车行业市场规模走势图
图表：2016-2022年我国华南地区移动用车行业市场规模预测
图表：2016-2022年我国西南地区移动用车行业市场规模走势图
图表：2016-2022年我国西南地区移动用车行业市场规模预测
图表：2016-2022年我国西北地区移动用车行业市场规模走势图
图表：2016-2022年我国西北地区移动用车行业市场规模预测
图表：2016-2022年中国移动用车所属行业企业数量增长趋势图
图表：2016-2022年中国移动用车所属行业资产规模增长分析
图表：2016-2022年中国移动用车所属行业销售规模增长分析
图表：2016-2022年中国移动用车所属行业利润规模增长分析
图表：2016-2022年中国移动用车所属行业产成品增长分析
图表：2016-2022年中国移动用车所属行业总产值分析
图表：2016-2022年中国移动用车所属行业成本费用结构变动趋势
图表：2016-2022年中国移动用车所属行业销售成本分析
图表：2016-2022年中国移动用车所属行业销售费用分析
图表：2016-2022年中国移动用车所属行业管理费用分析
图表：2016-2022年中国移动用车所属行业财务费用分析
图表：2016-2022年中国移动用车所属行业资产收益率分析
图表：2016-2022年中国移动用车所属行业销售利润率分析
图表：2016-2022年中国移动用车所属行业总资产周转率分析
图表：2016-2022年中国移动用车所属行业流动资产周转率分析
图表：2016-2022年中国移动用车所属行业销售增长率分析
图表：2016-2022年中国移动用车所属行业利润增长率分析
图表：2016-2022年中国移动用车所属行业资产负债率分析
图表：2016-2022年中国移动用车所属行业流动比率分析

详细请访问：https://www.huaon.com//detail/282177.html