

2020-2025年中国网约车行业市场调查研究及投资 前景预测报告

报告大纲

一、报告简介

华经情报网发布的《2020-2025年中国网约车行业市场调查研究及投资前景预测报告》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/517789.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

约车是网络预约出租汽车的简称。在构建多样化服务体系方面，将出租车分为巡游出租汽车和网络预约出租汽车。

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、公共交通工具运营数

三、中国民用汽车保有量

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 网约车行业发展的的问题及对策

- 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 2019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 2020-2025年中国网约车市场前景及投资策略

第一节 2020-2025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 2020-2025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 2020-2025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

图表目录：

图表：近年来网约车相关政策法规情况统计

图表：网约车政策实施前后对比

图表：2015-2019年中国人口总量趋势图

图表：2015-2019年中国公路营运汽车数量情况统计

图表：2015-2019年中国民用汽车保有量情况统计

图表：2015-2019年中国城镇化率变化趋势图

图表：2015-2019年中国手机网民规模及其占网民比例

图表：2015-2019年中国移动互联网市场规模增长趋势图

图表：2015-2019年中国移动互联网流量增长趋势图

图表：2019年中国移动智能设备品牌占比情况

图表：中国互联网专车市场AMC模型

图表：P2P专车商业模式示意图

图表：B2C专车商业模式示意图

图表：2015-2019年中国移动互联网专车市场规模统计

图表：2015-2019年中国私人轿车保有量情况统计

图表：2015-2019年中国客车产销市场规模统计

图表：神州租车发展历程分析

更多图表见正文.....

详细请访问：<https://www.huaon.com/detail/517789.html>