

2021-2026年中国互联网专车市场竞争策略及行业 投资潜力预测报告

报告大纲

一、报告简介

华经情报网发布的《2021-2026年中国互联网专车市场竞争策略及行业投资潜力预测报告》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/channel/yssb/678950.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

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。

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

第一节 互联网专车的概念阐释

一、互联网专车的定义

二、互联网专车特点

三、行业发展必然性

第二节 互联网专车与出租车的区别

一、车辆来源

二、用车费用

三、服务方式

第二章 2016-2020年中国互联网专车发展的市场环境分析

第一节 经济环境

一、国际经济发展形势

二、中国经济运行现状调研

三、经济发展趋势预测

第二节 需求环境

一、出租车业垄断经营

二、颠覆性的用车服务

三、专车竞争优势巨大

第三节 产业环境

一、中国租车市场规模

二、汽车短租发展潜力

三、汽车短租市场前景

第四节 社会效益

一、调用闲置车辆

二、新增就业机会

三、高效调度模式

四、减少酒驾行为

五、减少停车面积

第三章 2016-2020年中国互联网专车发展的政策环境分析

第一节 我国互联网专车政策动态分析

一、禁止私家车参与

二、安全管理标准发布

三、行业治理方向明确

第二节 我国互联网专车政策导向解读

一、专车补贴遭监管

二、专车市场合法化

三、专车市场管理体系

四、中央和地方立法协作

第三节 地方政府对互联网专车的态度

一、一线城市

二、其他地区

第四章 2016-2020年中国互联网专车所属行业总体分析

第一节 出租车与互联网专车的胶着局面

一、冲击出租车市场

二、二者引发的战争

三、互联网专车破冰

第二节 2016-2020年中国互联网专车发展状况分析

一、行业发展阶段

二、行业发展优势

三、行业发展形势

四、标杆企业战略

五、行业发展动态

第三节 2016-2020年我国互联网专车平台运作模式

一、平台自有模式

二、劳务派遣模式

三、私家司机模式

第四节 2016-2020年部分城市互联网专车市场分析

一、北京

二、上海

三、广州

四、深圳

五、杭州

第五节 中国互联网专车行业面临的挑战

- 一、相关法律界定不明
- 二、缺乏正规车辆供给
- 三、黑车流入专车市场
- 四、面临出租车的挑战

第六节 中国互联网专车行业的发展建议

- 一、形成良性竞争
- 二、完善顶层设计
- 三、健全行业机制
- 四、关注安全问题
- 五、探索改革措施

第五章 2016-2020年中国互联网专车市场竞争态势分析

第一节 中国互联网专车市场竞争现状调研

- 一、市场竞争形势
- 二、三足鼎立格局
- 三、市场竞争加剧

第二节 中国互联网专车市场竞争格局

- 一、订单量市场份额
- 二、应用下载量分布
- 三、活跃用户渗透率
- 四、用户订单成功率
- 五、用户候车时间分布

第三节 中国互联网专车企业运营比较分析

- 一、收费状况分析
- 二、司机待遇
- 三、结算方式

第四节 重点互联网专车企业竞争优势分析

- 一、滴滴打车
- 二、Uber中国
- 三、神州专车

第六章 2016-2020年中国互联网专车用户行为分析

第一节 移动出行用户行为特征分析

- 一、移动出行服务应用场景
- 二、移动出行用户单次预算

三、移动出行各类型使用率

四、移动出行各品牌使用率

五、移动出行的满意度分析

第二节 互联网专车用户行为特征分析

一、专车服务价格及应用场景

二、移动专车使用频率分析

三、用户对专车品牌的认知度

四、专车市场的用户情况分析

五、用户选择专车服务的原因

六、移动专车服务满意度分析

第三节 监管政策对互联网专车用户的影响

一、大众对监管政策的态度

二、政策对专车用户的影响

三、对专车监管措施的关注

第四节 出租车类应用与专车类应用用户对比

一、用户收入对比

二、教育程度对比

第七章 2016-2020年中国互联网专车市场优势企业分析

第一节 Uber

一、企业发展概况

二、企业运营分析

三、企业商业模式

四、推广实例分析

五、企业国际战略

六、企业本土化动态

第二节 滴滴专车

一、企业发展概况

二、品牌发展探索

三、企业竞争状况分析

四、市场战略布局

五、市场营销策略

第三节 神州专车

一、企业发展概况

二、企业发展优势

三、企业运营分析

四、品牌市场定位

五、市场战略布局

六、未来发展展望

第四节 一号专车

一、企业发展概况

二、品牌市场定位

三、市场战略布局

第五节 易到用车

一、企业发展概况

二、企业运营现状调研

三、进军国际市场

四、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

第一节 企业投融资现状调研

一、Uber中国

二、滴滴出行

三、神州专车

四、易到用车

五、快的打车

第二节 市场准入壁垒

一、车辆限购

二、融资难度

三、品牌建设

第三节 政策风险分析

一、处于监管灰色地带

二、行业面临政策危机

三、规避政策风险建议

第九章 中国互联网专车前景趋势预测分析

第一节 中国互联网专车行业前景展望

一、行业发展潜力（AK LT）

二、潜在市场空间

三、行业发展方向

四、市场增速预测分析

第二节 中国互联网专车未来发展趋势预测分析

一、车联网趋势预测分析

二、打通全产业链

三、市场格局生变

四、保持轻资产运作

五、“互联网+”出行

附录：

第一节 《国务院关于积极推进“互联网+”行动的指导意见》

第二节 《互联网专车服务及乘客安全保障标准》

第三节 网络预约出租汽车经营服务管理暂行办法（征求意见稿）

图表目录：

图表1：2016-2020年中国季度GDP增长率走势分析图 单位：%

图表2：2016-2020年中国分产业季度GDP增长率走势分析图 单位：%

图表3：2016-2020年中国工业增加值走势分析图单位：%

图表4：2016-2020年中国固定资产投资走势分析图单位：%

图表5：2016-2020年中国东、中、西部地区固定资产投资走势分析图单位：%

图表6：2016-2020年中国社会消费品零售总额走势分析图单位：亿元，%

图表7：2016-2020年中国社会消费品零售总额构成走势分析图单位：%

图表8：2016-2020年中国CPI、PPI走势分析图 单位：%

图表9：2016-2020年中国企业商品价格指数走势分析图（去年同期为100）

图表10：2016-2020年中国月度进出口走势分析图单位：%

更多图表见正文……

详细请访问：<https://www.huaon.com/channel/yssb/678950.html>