

2026-2031年中国互联网约租车行业竞争格局及投资价值分析报告

报告简介

互联网约租车一种新型的租车模式。在国内，一般都称为“电话叫车”。“约租车”的外表看起来就是普通的私家车，但它们不在马路上巡游，只提供电话或软件召车服务，统一停候在固定站点。它们由企业自主运营，司机作为企业员工，提供驾驶服务，而交通部门负责发放营运证，并进行监管。

互联网约租车行业研究报告主要分析了互联网约租车行业的国内外发展概况、行业的发展环境、市场分析(市场规模、市场结构、市场特点等)、竞争分析(行业集中度、竞争格局、竞争组群、竞争因素等)、产品价格分析、用户分析、替代品和互补品分析、行业主导驱动因素、行业渠道分析、行业赢利能力、行业成长性、行业偿债能力、行业营运能力、互联网约租车行业重点企业分析、子行业分析、区域市场分析、行业风险分析、行业发展前景预测及相关的经营、投资建议等。报告研究框架全面、严谨，分析内容客观、公正、系统，真实准确地反映了我国互联网约租车行业的市场发展现状和未来发展趋势。

本研究咨询报告由北京中道泰和信息咨询有限公司领衔撰写，在大量周密的市场调研基础上，主要依据了国家统计局、国家商务部、国家发改委、国家经济信息中心、国务院发展研究中心、全国商业信息中心、中国经济景气监测中心、51行业报告网、全国及海外多种相关报刊杂志的基础信息以及专业研究单位等公布和提供的大量资料。对我国互联网约租车行业作了详尽深入的分析，是企业进行市场研究工作时不可或缺的重要参考资料，同时也可作为金融机构进行信贷分析、证券分析、投资分析等研究工作时的参考依据。

报告目录

第一章 互联网约租车行业发展概况

1.1 互联网约租车行业概述

1.1.1 行业定义

1.1.2 行业运营模式

- 1、P2P专车商业模式
- 2、B2C专车商业模式
- 3、运营模式对比分析

1.2 互联网约租车行业发展背景

- 1.2.1 网约车行业阻碍与促进因素
 - 1.2.2 网约车行业发展历程与节点
 - 1.2.3 传统体制VS新兴模式
- 1、传统运营体制(出租车)
 - 2、新兴运营模式(网约车)
 - 3、对抗与融合分析

第二章 互联网约租车行业PEST分析

2.1 宏观环境分析

2.1.1 政治法律环境(Political Factors)

- 1、行业监管体系
- 2、行业发展规划
- 3、政策环境对行业的影响

2.1.2 经济环境(Economic Factors)

- 1、经济增长情况
- 2、居民收入及增长情况
- 3、经济环境对行业的影响

2.1.3 社会文化环境 (Sociocultural Factors)

1、人口结构与需求特征

2、行业发展与社会经济的协调

3、社会环境对行业的影响

2.1.4 技术环境(Technological Factors)

1、行业技术现状分析

2、行业技术发展趋势分析

3、技术对行业的驱动分析

2.2 互联网约租车行业政策专题研究

2.2.1 政策形势分析

1、商务租车、约租车在法律上仍是空白

2、专车暴增至出租车两倍监管政策明确迫在眉睫

3、互联网专车监管难题亟待破解

2.2.2 相关法律法规

1、全国政策汇总

2、地方政策汇总

3、相关政策解读

4、法律模型分析

(1)Uber服务法律模型

(2)滴滴快服务法律模型

2.2.3 最新政策动向

1、规范互联网约租车服务势在必行

2、全国各地规范专车手段不一

3、全国性约租车管理方案研究制定中

2.2.4 政策走向预测

1、准入条件与数量控制

2、行业规范与价格规则

3、网络约租车审批与监管

第三章 互联网约租车行业管理探讨

3.1 国外城市互联网约租车管理经验

3.1.1 国外互联网约租车管理机制比较

1、美国互联网约租车管理机制分析

3、法国互联网约租车管理机制分析

4、新加坡互联网约租车管理机制分析

3.1.2 网络约租车的美式监管经验借鉴

1、网约车的运营创新

2、政府制定标准，平台实施监管

3、美国贸易联邦委员会监管聚焦

3.1.3 国外城市出租与专车司机冲突的启示

3.2 国内城市互联网约租车管理经验

3.2.1 国内城市管理特点

1、国内城市互联网约租车管理现状分析

2、国内城市互联网约租车管理的南北差异

3.2.2 国内重点城市互联网约租车管理经验

1、北京互联网约租车管理经验

2、上海互联网约租车管理经验

3、深圳互联网约租车管理经验

3.3 “专车” 钓鱼执法现象分析

3.3.1 广州专车司机疑遭 “钓鱼执法” 引发抗议

1、舆情发酵路线

2、主流媒体议程

3、事件处置举措

4、舆论反馈走向

3.3.2 专车钓鱼执法的影响分析

1、缺乏依据伤害法治精神

2、钓鱼执法伤害政府公信力

3、给未来政策的出台和实施埋下地雷

4、新的社会环境、移动互联网普及将放大不良影响

5、对社会安全稳定构成隐患

3.4 互联网约租车行业监管策略探讨

3.4.1 互联网约租车行业管理考验政府

1、出租车和专车冲突的根源

2、互联网约租车行业管理的关键点

(1)出租车运营体制改革

(2)新型商业模式的监管

(3)消费者利益的保护

3.4.2 互联网约租车行业监管策略探讨

1、监管应走向融合

2、利益博弈的现实解决方案

(1)专车服务宜疏不宜堵

(2)政府应与市场参与者共同探讨监管体系建立

(3)各方合作搭建信息服务平台

第四章 互联网约租车行业发展现状分析

4.1 互联网约租车行业发展综述

4.1.1 互联网约租车的分类

4.1.2 互联网约租车产业链分析

4.1.3 互联网约租车商业模式解析

4.1.4 互联网约租车行业研究重点

1、存在的价值

2、市场需求规模

3、兴起的原因分析

4、未来发展形势预测

5、对相关行业的影响

4.2 互联网约租车行业现状分析

4.2.1 世界互联网约租车行业发展状况分析

1、世界互联网约租车行业历史演变分析

2、世界互联网约租车行业发展现状分析

3、世界互联网约租车行业服务调查分析

4、重点城市互联网约租车行业发展分析

4.2.2 中国互联网约租车行业发展现状分析

- 1、中国互联网约租车行业历史演变分析
- 2、中国互联网约租车行业发展现状分析
- 3、中国互联网约租车行业市场供需分析
- 4、中国互联网约租车企业发展现状分析

4.2.3 2021-2026年互联网约租车行业发展盘点

4.3 官方互联网约租车平台发展状况分析

4.3.1 官方认可的专车模式

- 1、资质要求
- 2、车辆要求
- 3、司机要求

4.3.2 官方互联网约租车平台发展分析

- 1、官方约租车平台发展现状
- 2、官方约租车平台趋势预测
- 3、官方约租车平台面临挑战
- 4、官方平台和商业平台对比

4.3.3 官方互联网约租车平台案例分析

1、北京：“首汽约车”APP平台

- (1)平台特点
- (2)运营管理
- (3)服务价格
- (4)司机待遇

(5)投放车辆

2、广州：“如约” APP平台

(1)平台特点

(2)运营管理

(3)服务价格

(4)司机待遇

(5)投放车辆

3、珠海：“珠海交通” APP

(1)平台特点

(2)运营管理

(3)服务价格

(4)司机待遇

(5)投放车辆

4、惠州：“惠州召车” APP

(1)平台特点

(2)运营管理

(3)服务价格

(4)司机待遇

(5)投放车辆

第五章 互联网约租车市场消费调查分析

5.1 互联网约租车消费者调查分析

5.1.1 专车的需求人群分析

5.1.2 消费者对专车与出租车的态度

5.1.3 神秘客户调查体验分析

1、价格

2、服务

3、其他

5.2 互联网约租车用户行为调研

5.2.1 常使用专车服务的用户比例

5.2.2 用户知晓率最高的专车品牌

5.2.3 用户使用率最高的专车品牌

5.2.4 用户信赖度最高的专车品牌

5.2.5 用户选择乘坐专车的主要原因

5.2.6 用户乘坐专车时的首选车型

5.2.7 用户最关心的专车服务质量

5.2.8 影响用户使用专车的主要因素

5.2.9 专车红包对用户选择的影响

5.2.10 用户对私家车加入专车的态度

5.2.11 用户对专车服务是否合法的态度

第六章 互联网约租车重点细分领域分析

6.1 打车市场调研

6.1.1 出租车打车软件模式分析

6.1.2 出租车打车软件优劣势分析

6.1.3 出租车打车软件发展现状分析

1、行业发展现状分析

2、打车APP累计账户规模

3、主流打车应用份额与较量

4、出租车公司卸载的影响分析

6.1.4 出租车打车软件市场运营状况分析分析

1、用户使用频率调查

2、补贴对用户选择的影响

3、用户了解补贴活动的渠道

6.1.5 出租车打车软件发展趋势分析

6.2 专车市场调研

6.2.1 互联网专车模式分析

6.2.2 互联网专车优劣势分析

6.2.3 互联网专车发展现状分析

1、互联网专车强势崛起

2、专车软件再掀烧钱大战

3、烧钱加速专车软件洗牌

6.2.4 互联网专车市场数据分析

1、互联网专车服务订单量

2、互联网专车市场份额分析

6.2.5 互联网专车发展趋势分析

6.3 拼车市场调研

6.3.1 拼车软件运营模式分析

1、C2C拼车软件模式的碎片化

2、C2C的本质是整合

3、拼车软件的模式与前景

6.3.2 拼车软件行业优劣势分析

6.3.3 拼车软件行业发展现状分析

6.3.4 拼车软件市场面临问题分析

6.3.5 拼车软件行业市场需求分析

6.3.6 拼车软件市场发展空间巨大

6.3.7 2021-2026年拼车市场巨大变化

1、原“拼车三强”危机重重

2、滴滴顺风车扬言占领全市场

3、百度和陌陌成拼车搅局者

第七章 互联网约租车区域市场发展分析

7.1 北京互联网约租车市场发展分析

7.1.1 北京互联网约租车发展基础分析

1、汽车保有量及销量分析

2、常住人口及人均收入分析

3、城市公共交通情况分析

4、居民出行特征分析

7.1.2 北京互联网专车发展状况分析

1、相关政策分析

2、专车数量分析

3、专车接单分析

4、市场份额分析

7.2 上海互联网约租车市场发展分析

7.2.1 上海互联网约租车发展基础分析

1、汽车保有量及销量分析

2、常住人口及人均收入分析

3、城市公共交通情况分析

4、居民出行特征分析

7.2.2 上海互联网专车发展状况分析

1、相关政策分析

2、专车数量分析

3、专车接单分析

4、市场份额分析

7.3 深圳互联网约租车市场发展分析

7.3.1 深圳互联网约租车发展基础分析

1、汽车保有量及销量分析

2、常住人口及人均收入分析

3、城市公共交通情况分析

4、居民出行特征分析

7.3.2 深圳互联网专车发展状况分析

1、相关政策分析

2、专车数量分析

3、专车接单分析

4、市场份额分析

7.4 广州互联网约租车市场发展分析

7.4.1 广州互联网约租车发展基础分析

1、汽车保有量及销量分析

2、常住人口及人均收入分析

3、城市公共交通情况分析

4、居民出行特征分析

7.4.2 广州互联网专车发展状况分析

1、相关政策分析

2、专车数量分析

3、专车接单分析

4、市场份额分析

第八章 互联网约租车行业面临的挑战与机遇

8.1 行业存在问题及对策

8.1.1 利益分配策略

1、乘客利益

2、企业利益

3、司机利益

(1)司机收入波动分析

(2)司机积极性提高对策

8.1.2 安全问题及对策

1、人身安全

2、财产安全

3、车辆安全

8.1.3 刷单问题及对策

1、刷单成专车慢性病

2、职业刷单形成生态

3、企业与司机的博弈

8.1.4 法律问题及对策

1、“非法营运”的巨大风险

2、“非法营运”的应对策略

3、案例：“中国专车第一案”

(1)专车VS黑车

(2)事件起因与经过

(3)事件处理情况

(4)交通部表态

(5)律师观点

争议

8.2 行业发展面临的挑战

8.2.1 专车行业发展形势分析

1、进入危机感最强的时期

2、价格竞争激烈每况愈下

8.2.2 “烧钱”大战随时打响

- 1、各路资本竞相布局互联网专车
- 2、细分市场“烧钱”大战随时打响
- 3、行业发展需突破重重羁绊

8.2.3 风口浪尖上专车企业的发展方向

- 1、与出租车一争高低
- 2、对手变伙伴矛盾重重
- 3、交通部门、出租车和专车三方合作才能共赢

8.3 行业发展迎来的机遇

8.3.1 互联网专车行业的机遇

- 1、互联网时代的机遇
- 2、交通共享经济创造市场需求
- 3、出租车数量严重不足带来发展空间

8.3.2 大数据经营与商业模式重构

- 1、最宝贵资源——用户数据
- 2、持续优化车辆调度
- 3、增值服务和精准广告
- 4、大数据蕴藏大商机

第九章 互联网约租车经营管理模式研究

9.1 专车企业运营管理策略

9.1.1 专车经营管理模式

- 1、轻模式
- 2、重模式

9.1.2 专车司机管理策略

- 1、专车司机管理
- 2、恶意刷单现象与治理

9.2 专车企业营销战略对比分析

9.2.1 品牌背景对比分析

- 1、Uber
- 2、滴滴专车
- 3、神州专车

4、对比分析

9.2.2 波特五力模型分析

- 1、供应商的议价能力
- 2、购买者的议价能力
- 3、新进入者的威胁
- 4、替代品的威胁
- 5、同业竞争者的竞争程度

9.2.3 对几大专车品牌未来局势的预测

9.3 公关策略(3R策略)分析

9.3.1 大众公关(PR)

- 1、大众需求分析
- 2、大众考虑因素
- 3、大众公关策略

9.3.2 政府公关(GR)

9.3.3 投资者公关(IR)

9.4 案例分析：Uber的高效运营机制与决策

9.4.1 上海Uber 40分钟变船

9.4.2 信任和授权是高效运营的基础

9.4.3 高效运营的技术支持

9.4.4 给出租车企业的启示

第十章 互联网约租车市场竞争格局分析

10.1 互联网约租车行业竞争格局

10.1.1 市场寡头格局即将形成

10.1.2 中国专车企业竞争研究

10.1.3 网络专车平台内斗加剧

10.2 中国出租车与专车竞争分析

10.2.1 互联网约租车与出租车的关系

10.2.2 互联网约租车与出租车经营数据对比

1、出租车数量及专车数量对比

2、出租车接单量及专车接单量对比

3、出租车与专车对比分析

10.2.3 多地“围剿”专车

1、并未结束的冲突

2、沉默又高调的专车软件

3、地方政府的态度明朗化

10.3 对抗加剧的根源和解决方案

10.3.1 利益各方的对抗

- 1、既得利益群体与商业企业对抗
- 2、专车司机与出租车司机的摩擦与对抗
- 3、利益主体：民众多数处于观望状态

10.3.2 舆论支持导向

10.3.3 解决方案：推动利益链的平衡

10.4 互联网约租车行业竞争策略

10.4.1 行业竞争不断加剧

10.4.2 核心竞争力在于企业系统能力

10.4.3 移动互联网时代的竞争策略

- 1、用户体验和线下服务
- 2、用户数据积累和挖掘

第十一章 互联网约租车标杆企业运营分析

11.1 重点专车企业运营分析

11.1.1 Uber

- 1、企业概况
- 2、商业模式分析
- 3、竞争优势分析
- 4、运营数据分析
 - (1) 用户数
 - (2) 车型及车辆数
 - (3) 日均订单数

(4)财务数据

5、覆盖城市及布局

6、融资情况及战略规划

11.1.2 滴滴专车(含一号专车)

1、企业概况

2、商业模式分析

3、竞争优势分析

4、运营数据分析

(1)用户数

(2)车型及车辆数

(3)日均订单数

(4)财务数据

5、覆盖城市及布局

6、融资情况及战略规划

11.1.3 易到用车

1、企业概况

2、商业模式分析

3、竞争优势分析

4、运营数据分析

(1)用户数

(2)车型及车辆数

(3)日均订单数

(4)财务数据

5、覆盖城市及布局

6、融资情况及战略规划

11.1.4 神州专车

1、企业概况

2、商业模式分析

3、竞争优势分析

4、运营数据分析

(1)用户数

(2)车型及车辆数

(3)日均订单数

(4)财务数据

5、覆盖城市及布局

6、融资情况及战略规划

11.2 重点拼车企业运营分析

11.2.1 嘀嗒拼车

1、企业概况

2、商业模式分析

3、竞争优势分析

4、运营数据分析

(1)用户数

(2)车型及车辆数

(3)日均订单数

(4)财务数据

5、覆盖城市及布局

6、融资情况及战略规划

11.2.2 微微拼车

1、企业概况

2、商业模式分析

3、竞争优势分析

4、运营数据分析

(1)用户数

(2)车型及车辆数

(3)日均订单数

(4)财务数据

5、覆盖城市及布局

6、融资情况及战略规划

11.2.3 天天用车

1、企业概况

2、商业模式分析

3、竞争优势分析

4、运营数据分析

(1)用户数

(2)车型及车辆数

(3)日均订单数

(4)财务数据

5、覆盖城市及布局

6、融资情况及战略规划

11.2.4 51用车

1、企业概况

2、商业模式分析

3、竞争优势分析

4、运营数据分析

(1)用户数

(2)车型及车辆数

(3)日均订单数

(4)财务数据

5、覆盖城市及布局

6、融资情况及战略规划

11.2.5 滴滴顺风车

1、企业概况

2、商业模式分析

3、竞争优势分析

4、运营数据分析

(1)用户数

(2)车型及车辆数

(3)日均订单数

(4)财务数据

5、覆盖城市及布局

6、融资情况及战略规划

第十二章 互联网约租车行业发展趋势预测

12.1 2026-2031年互联网约租车行业发展趋势预测

12.1.1 2026-2031年互联网约租车行业发展趋势分析

12.1.2 2026-2031年互联网约租车行业市场规模预测

12.1.3 2026-2031年互联网约租车行业市场供需预测

12.1.4 2026-2031年互联网约租车行业市场竞争预测

12.1.5 2026-2031年互联网约租车行业国家政策预测

- 1、政策或松动允许出租车安装打车软件
- 2、有望改革出租车行业的数量管控解决市民出行难问题
- 3、出租车车费有望由市场定价市场将进一步开放
- 4、出台互联网专车管理条例或对专车开放牌照

12.2 2026-2031年互联网+出租车发展趋势

12.2.1 互联网+出租车行业发展机遇剖析

12.2.2 互联网+出租车行业发展瓶颈剖析

12.2.3 互联网+出租车行业市场趋势分析

第十三章 互联网约租车行业投融资分析

13.1 互联网约租车行业投融资分析

13.1.1 互联网约租车的经济分析

- 1、约租车行业的市场规模与增长空间
- 2、约租车行业司机的工作强度和收入状况
- 3、约租车行业组织者的收入与经济效益

13.1.2 互联网约租车行业投融资现状分析

- 1、互联网约租车行业投资规模分析
- 2、互联网约租车行业投资结构分析
- 3、互联网约租车行业兼并重组分析

13.1.3 互联网约租车行业投资机会分析

- 1、产业链投资机会
- 2、细分市场投资机会
- 3、重点区域投资机会
- 4、出租车改革带来的商机
- 5、投资回报率较高的投资方向

13.1.4 互联网约租车行业投资前景分析

- 1、互联网约租车行业政策风险分析
- 2、互联网约租车行业市场风险分析
- 3、互联网约租车行业竞争风险分析

13.1.5 互联网约租车行业投融资建议

13.2 互联网约租车行业融资模式分析

13.2.1 投资机构融资模式分析

- 1、投资机构融资规模分析
- 2、投资机构融资特性分析

3、投资机构融资建议分析

4、投资机构融资最新动向

13.2.2 金融机构融资模式分析

1、金融机构融资规模分析

2、金融机构融资特性分析

3、金融机构融资建议分析

4、金融机构融资最新动向

13.2.3 资本市场融资模式分析

1、资本市场融资规模分析

2、资本市场融资特性分析

3、资本市场融资建议分析

4、资本市场融资最新动向

13.2.4 互联网约租车领域融资案例分析

1、打车软件融资分析

2、专车企业融资分析

3、拼车企业融资分析

第十四章 中道泰和对互联网约租车行业投资建议

14.1 目标群体建议(应用领域)

14.2 投资区域建议

14.3 销售渠道建议

14.4 资本并购重组运作模式建议

14.5 企业经营管理建议

图表目录

图表：P2P专车商业模式

图表：B2C专车商业模式

图表：专车运营模式优劣势对比

图表：中国互联网约租车行业阻碍与促进因素分析

图表：中国互联网约租车行业发展时间轴

图表：中国互联网约租车PEST模型分析

图表：2021-2026年中国人口总数及其构成分析

图表：Uber服务法律模型

图表：滴滴快服务法律模型

图表：广州“钓鱼执法”报道

图表：舆情发展与应对处置轨迹

图表：广州专车疑似“钓鱼执法”网民观点倾向性分析

图表：互联网约租车产业链

图表：用户是否使用过专车服务

图表：滴滴专车价目表

图表：神州专车价目表

图表：Uber专车价目表

图表：用户是够使用过专车服务

图表：主要专车APP用户知晓率

图表：主要专车APP用户使用率

图表：主要专车APP用户信赖度

图表：用户选择乘坐专车的主要原因

图表：用户乘坐专车选择的车型占比

图表：关于专车服务质量用户更关心

图表：影响用户使用专车的最主要因素

图表：专车红包对用户选择的影响

图表：用户对私家车加入专车的态度

图表：用户对专车服务是否合法的态度

图表：打车软件模式分析

图表：2021-2026年打车APP累计账户规模分析

图表：2021-2026年中国打车APP累计账户市场份额

图表：打车软件2021-2026年月度覆盖人数

图表：打车软件2021-2026年月度总使用次数比例

图表：打车软件使用原因调查

图表：打车软件使用提供补贴产品后满意度调查

图表：打车软件补贴停止后使用情况调查

图表：用户了解补贴活动的渠道调查

图表：2021-2026年中国互联网专车市场份额

图表：2021-2026年北京机动车拥有量

图表：2021-2026年北京常住人口及构成

图表：2021-2026年北京城镇居民人均可支配收入及实际增速

图表：历年北京市交通结构构成

图表：特殊地区高峰时段交通方式构成

图表：通勤出行与生活性出行相对关系变化

图表：2021-2026年出行目的构成

图表：按车公里周转量划分的“交通构成”

图表：出行距离表

图表：出行出发时间分布

图表：出行在途时间分布

图表：2021-2026年专车服务订单量市场份额

图表：2021-2026年上海汽车保有量分析

图表：上海私家车保有量(万台)

图表：上海市五次居民出行调查情况

图表：,2021-2026年上海市人民全方式出行业结构

图表：2021-2026年中心城人员出行结构

图表：2021-2026年中心城人员通勤、非通勤出行结构

图表：2021-2026年深圳汽车保有量分析

图表：2021-2026年深圳地区国产品牌上牌前十(单位：辆)

图表：2021-2026年深圳地区国产品牌上牌倒数前十(单位：辆)

图表：2021-2026年深圳地区进口品牌上牌前十(单位：辆)

图表：2021-2026年深圳地区进口品牌上牌量倒数前十(单位：辆)

图表：2021-2026年深圳市分区常住人口

图表：个人出行目的分布表(次/人，日)

图表：个人出行方式分布表(%)

图表：上下班个人出行方式分布表(%)

图表：深圳市年龄与出行方式分布

图表：各交通方式出行距离表

图表：个人出行时长分布(%)与均值(分钟)

图表：深圳市居民出行时间分布表(1)

图表：深圳市居民出行时间分布表(2)

图表：机关及企事业单位人员非公交机动车出行方式分布表(%)

图表：2021-2026年广州地区A级车型上牌量前十(单位：辆)

图表：2021-2026年广州地区A级车型上牌量倒数前十(单位：辆)

图表：2021-2026年广州地区SUV车型上牌量前十(单位：辆)

图表：2021-2026年广州地区SUV车型上牌量倒数前十(单位：辆)

图表：广州市中变前后出行方式特征

图表：互联网专车市场寡头格局即将形成

图表：2021-2026年中国专车服务活跃用户覆盖率TOP5

图表：2021-2026年中国专车服务活跃用户平均次月留存率TOP5

图表：2021-2026年中国主要专车服务APP用户性别分布

图表：2021-2026年中国主要专车服务APP用户年龄分布

图表：2021-2026年中国主要专车服务APP用户收入分布

图表：2021-2026年中国专车市场服务规模测算

图表：Uber拥有车型

图表：2021-2026年中国专车服务活跃用户覆盖率TOP3

图表：滴滴专车(含一号专车)拥有车型

图表：易到用车拥有车型

图表：神州专车拥有车型

图表：2021-2026年神州专车母公司深圳租车经营情况

图表：中国主要拼车应用概况

图表：主要拼车软件安卓平台下载量

图表：2026-2031年中国互联网约租车市场交易规模预测

图表：2026-2031年中国专车市场规模预测

把握投资 决策经营！

咨询订购 请拨打 400-886-7071 (免长途费) Email : kf@51baogao.cn

报告编号：48464

本文地址：<https://www.51baogao.cn/bg/20170216/48464.shtml>

在线订购：[点击这里](#)