

## 2024-2029年中国出行O2O行业前景预测与市场调查研究报告

## 报告简介

目前BAT三巨头中，百度已经率先向在线汽车票发起了猛烈的进攻，进一步加强自身在出行O2O的布局。百度已有自己的汽车票网站“百度快行”，在手机百度、百度地图搜索相关路线、客运站会有购买入口，目前覆盖了1300多个客运站。过去百度先后推出了专车、顺风车、代驾等市内出行，如今推出在线汽车票，很明显百度欲抢在滴滴出行之前布局城际出行。

从入口及平台实力来看，不得不说，百度推出在线汽车票，通过借助手机百度和百度地图两个超级入口，拥有绝对的流量入口优势。目前国内的在线汽车票所占市场比例非常低，拥有巨大的市场空间，百度此时进入能够迅速确立领先地位。同时手机百度可以直接查询班次，然后完成汽车票购买，整个过程方便快捷。

在客运站的资源整合方面，目前百度与在线旅游类平台占据较大的优势；而在用户的入口方面，百度汽车票通过手机百度和百度地图这两大入口拥有最大的流量优势。也就是说，百度成为在线汽车票的最大赢家可能性非常大。

本研究咨询报告由北京中道泰和信息技术有限公司领衔撰写，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、国家海关总署、中国工信部、全国商业信息中心、中国经济景气监测中心、51行业报告网、国内外相关报刊杂志的基础信息以及出行O2O相关专业研究单位等公布和提供的大量资料，对我国出行O2O的行业现状、市场各类经营指标的情况、重点企业状况、产业链上下游发展情况等内容进行详细的阐述和深入的分析，着重对出行O2O市场的发展进行详尽深入的分析，并根据市场的政策经济发展环境对市场潜在的风险和防范建议进行分析。最后提出研究者对出行O2O市场的研究观点，以供投资决策者参考。

## 报告目录

## 第一部分 产业环境透视

## 第一章 中国出行行业发展概况

## 第一节 中国出行行业综述

## 一、定义

## 二、特征

## 三、市场规模

## 第二节 传统出行行业的现状

## 一、我国出行行业发展分析

## 二、2019-2023年我国出行行业规模分析

### 三、传统出行面临的挑战

### 四、传统出行的发展趋势

## 第三节 电子商务的发展

### 一、我国互联网电子商务的发展起源

### 二、我国互联网电子商务的发展现状

### 三、我国互联网电子商务的规模分析

## 第二章 o2o市场发展综述

### 第一节 o2o基本概念

#### 一、o2o定义

#### 二、o2o模式简介

#### 三、o2o发展阶段分析

### 第二节 o2o市场发展概况

#### 一、o2o产业结构图

#### 二、o2o市场规模分析

#### 三、o2o应用情况分析

#### 四、o2o市场细分领域

#### 五、o2o市场前景分析

### 第三节 o2o市场发展水平评估

#### 一、各线城市发展水平评估

#### 二、各经济带发展水平评估

#### 三、重点城市发展水平评估

#### 四、用户群体应用水平研究

## 第三章 中国传统出行概况

## 第一节 2019-2023年传统出行业态发展现状

### 一、发展概况

### 二、发展规模

## 第二节 2019-2023年传统出行经营情况分析

### 一、市场规模

### 二、营业利润

### 三、利率水平

## 第三节 当前出行遭遇的发展困境

### 一、发展客户局限

### 二、经营成本高涨

### 三、新业态兴起竞争升级

## 第四章 o2o市场发展环境概况

### 第一节 o2o市场宏观环境分析

#### 一、o2o发展政策环境分析

#### 二、o2o发展经济环境分析

#### 三、o2o发展社会环境分析

### 第二节 o2o市场互联网环境分析

#### 一、互联网发展现状

#### 二、互联网发展规模

#### 三、互联网发展趋势

### 第三节 电子商务的崛起

#### 一、电子商务发展阶段

#### 二、电子商务基本特征

#### 三、电子商务支撑环境

#### 四、电子商务基本模式

#### 五、电子商务规模分析

### 第五章 o2o市场发展状况分析

#### 第一节 o2o市场规模分析

##### 一、o2o市场用户规模

##### 二、o2o市场规模预测

##### 三、o2o市场细分领域市场份额

#### 第二节 o2o市场竞争分析

##### 一、o2o核心竞争力分析

###### 1、运营商户的能力

###### 2、运营用户的能力

###### 3、可持续的商业模式

###### 4、足够资金实力支撑

###### 5、团队综合实力的比拼

##### 二、o2o垂直领域平台分析

##### 三、o2o平台未来的竞争方向

#### 第三节 o2o发展趋势分析

##### 一、从轻领域到重领域

##### 二、从提升流量到提升管理

##### 三、从平台化到交易化

##### 四、从pc端到移动端

### 第二部分 行业深度分析

## 第六章 互联网形式下的出行发展

### 第一节 互联网给出行带来了什么

- 一、摆托了时间空间的挑战
- 二、改变了消费者的行为习惯
- 三、打破了信息的不对称格局
- 四、更有效的大数据分析方法

## 第二节 我国互联网出行市场的高速增长

- 一、2019-2023年网络出行市场的交易规模
- 二、2019-2023年网络出行市场的发展现状
- 三、2019-2023年网络出行市场的发展潜力

## 第三节 互联网对传统出行的影响

- 一、互联网补充传统出行的经营模式
- 二、传统出行面临的转型
- 三、传统出行如何适应互联网的发展
- 四、传统出行抓住互联网的发展机遇

## 第七章 出行o2o市场概况

### 第一节 出行o2o发展分析

- 一、o2o模式分析
- 二、o2o的发展现状
- 三、o2o模式应用成功案例
- 四、o2o发展前景

### 第二节 o2o助力传统出行

- 一、o2o解决传统出行的瓶颈
- 二、如何正确运用o2o
- 三、o2o未来发展前景

### 第三节 o2o对电子商务的影响

一、o2o结合电子商务与传统出行

二、电子商务如何正确运用o2o

第三部分 竞争格局分析

第八章 出行o2o行业竞争分析

第一节 出行o2o竞争平台分析

一、领先平台发展分析

二、领先平台市场规模分析

三、出行o2o平台前景分析

第二节 出行企业o2o发展分析

一、出行企业o2o应用发展分析

二、出行企业o2o市场规模分析

三、出行企业o2o发展规划分析

第九章 国内出行o2o平台发展分析

第一节 滴滴打车

一、企业发展基本情况

二、运用o2o发展情况

三、o2o发展模式分析

四、o2o发展规模分析

五、未来发展战略分析

第二节 快的打车

一、企业发展基本情况

二、运用o2o发展情况

三、o2o发展模式分析

四、o2o发展规模分析

## 五、未来发展战略分析

### 第三节 uber

#### 一、企业发展基本情况

#### 二、运用o2o发展情况

#### 三、o2o发展模式分析

#### 四、o2o发展规模分析

#### 五、未来发展战略分析

### 第四节 嘀嗒拼车

#### 一、企业发展基本情况

#### 二、运用o2o发展情况

#### 三、o2o发展模式分析

#### 四、o2o发展规模分析

#### 五、未来发展战略分析

### 第五节 一号专车

#### 一、企业发展基本情况

#### 二、运用o2o发展情况

#### 三、o2o发展模式分析

#### 四、o2o发展规模分析

#### 五、未来发展战略分析

### 第六节 神州专车

#### 一、企业发展基本情况

#### 二、运用o2o发展情况

#### 三、o2o发展模式分析

#### 四、o2o发展规模分析

## 五、未来发展战略分析

### 第七节 天天用车

#### 一、企业发展基本情况

#### 二、运用o2o发展情况

#### 三、o2o发展模式分析

#### 四、o2o发展规模分析

#### 五、未来发展战略分析

### 第八节 51用车

#### 一、企业发展基本情况

#### 二、运用o2o发展情况

#### 三、o2o发展模式分析

#### 四、o2o发展规模分析

#### 五、未来发展战略分析

### 第九节 一号司机端

#### 一、企业发展基本情况

#### 二、运用o2o发展情况

#### 三、o2o发展模式分析

#### 四、o2o发展规模分析

#### 五、未来发展战略分析

### 第十节 e代驾

#### 一、企业发展基本情况

#### 二、运用o2o发展情况

#### 三、o2o发展模式分析

#### 四、o2o发展规模分析



## 五、未来发展战略分析

### 第四部分 行业前景展望

#### 第十章 2024-2029年出行o2o发展趋势前瞻与前影预测

##### 第一节 出行发展环境分析

###### 一、国内经济发展环境分析

###### 二、消费环境分析

###### 三、机会与挑战总结

##### 第二节 2024-2029年o2o出行前景分析

###### 一、2024-2029年传统出行规模预测

###### 二、2024-2029年o2o出行规模预测

##### 第三节 出行o2o发展趋势分析

###### 一、2019-2023年出行o2o行业发展趋势

###### 二、2019-2023年出行o2o进展

###### 三、2024-2029出行o2o行业发展前景

#### 第十一章 互联网环境下出行的整合与变革

##### 第一节 出行的"用户思维"

###### 一、如何与用户连接

###### 二、提升用户参与感

##### 第二节 出行如何运用好粉丝经济

###### 一、让用户成为粉丝

###### 二、增强互动

###### 三、提高重复购买力

##### 第三节 出行如何实现数据化运营和管理

###### 一、大数据对出行的商业价值

二、全渠道出行大数据分析

三、与大数据对接的方式

四、大数据应用及效果

五、如何建立大数据运营体系

第五部分 发展战略研究

第十二章 出行o2o发展战略分析

第一节 出行市场消费分析

一、消费者收入分析

二、消费者可支配收入分析

三、消费者购物习惯分析

四、消费需求分析

第二节 出行o2o营销战略分析

一、市场细分策略

二、市场创新策略

三、品牌定位与品类规划

四、新产品差异化策略

五、4p/4c营销组合策略

第三节 行业发展战略研究

一、战略综合规划

二、技术开发战略

三、业务组合战略

四、区域战略规划

五、产业战略规划

六、营销品牌战略

## 七、竞争战略规化

### 第十三章 行业发展建议对策

#### 第一节 把握国家投资契机

#### 第二节 竞争性联盟的战略实施

#### 第三节 企业自身应对策略

#### 图表目录

图表：2019-2023年出行规模分析

图表：2019-2023年电子商务规模分析

图表：2019-2023年传统出行规模分析

图表：2019-2023年传统出行需求分析

图表：2019-2023年传统出行供给分析

图表：2019-2023年传统出行净利润分析

图表：2019-2023年出行销售收入分析

图表：2019-2023年我国网民数量及同比增速

图表：2019-2023年我国互联网企业数量及同比增速

图表：2019-2023年出行o2o规模分析

图表：2019-2023年pc网民规模分析

图表：2019-2023年手机用户规模分析

图表：2024-2029年出行o2o规模预测

图表：2024-2029年出行团购规模预测

图表：2024-2029年国内出行o2o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](mailto:kf@51baogao.cn)

本文地址：<https://www.51baogao.cn/sc/20200221/158320.shtml>

在线订购：[点击这里](#)