

中国网约车行业市场发展分析及发展趋势与投资前景研究报告(2024-2029版)

报告简介

网约车概念的出现是因为交通部在2016年7月28日发布《网络预约出租汽车经营暂行办法》和《关于深化改革推进出租汽车行业健康发展的指导意见》，针对已经引起多方关注的私家车参与网约车运营，明确规定符合条件的可以转化成为网约车运营。

网约车是新一轮科技革命和产业变革大背景下出现的新业态，也是平台经济、共享经济模式的典型代表。网约车的健康发展，对满足多样化出行需求、提高闲置车辆利用率、缓解城市交通环境诸多问题、提供灵活就业机会等有着重要意义。自2009年优步(Uber)成立算起，全球网约车市场发展刚刚走过第一个十年，尽管时间不长，但已引发了各个方面的广泛关注，也在理论和实践层面都产生了重大影响。如今，在很多城市居民对出租车行业长期不满和私家车快速增长的情况下，有了高精度定位系统、智能手机等的普及应用以及金融资本的推动，网约车企业自然就应运而生了。之所以说网约车是新一轮科技革命和产业变革大背景下才出现的新业态，关键就在于它提供了必要的技术和产品基础，而需求和资本这两者是早已存在的。

用户规模方面，网约车需求反弹增长，加速市场复苏。受新冠肺炎疫情引发的诸多不确定因素影响，如上班族集中开展远程办公，公众对网约车安全防护信心不足等，网约车用户规模明显下降。截至2020年6月，中国网约车用户规模下降至3.40亿，相当于2019年同期的84.1%。随着疫情防控取得积极进展，公众对网约车需求有所回升。2020年下半年，中国网约车用户规模快速反弹，较上半年增长7.4%。中国互联网络信息中心(CNNIC)发布第47次《中国互联网络发展状况统计报告》显示，截至2020年底，中国网约车用户规模达3.65亿，较2020年3月增长298万，占网民总数的36.9%。截至2021年6月，我国网约车用户规模达3.97亿，较2020年12月增长3123万，占网民整体的39.2%。

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、工信部、51行业报告网、全国及海外多种相关报纸杂志的基础信息等公布和提供的大量资料和数据，客观、多角度地对中国网约车市场进行了分析研究。报告在总结中国网约车发展历程的基础上，结合新时期的各方面因素，对中国网约车的发展趋势给予了细致和审慎的预测论证。报告资料详实，图表丰富，既有深入的分析，又有直观的比较，为网约车企业在激烈的市场竞争中洞察先机，能准确及时的针对自身环境调整经营策略。

报告目录

第一章 网约车行业发展综述

第一节 网约车行业定义及分类

一、网约车的定义

二、网约车发展由来

三、网约车行业特性及在交通运输中的地位

第二节 中国网约车规制政策的演变及其原因

一、2010—2014年：政策放任期

二、2015—2016年：严格限制期

三、2016年至今：谨慎规制期

第三节 网约车元规制：功能、合法性及其实践重塑

一、元规制的理论：政府规制的开放性改造

二、网约车元规制的双重面向与对应功能

三、网约车元规制的合法性

四、网约车元规制的实践重塑：政府规制面向的思考

第二章 网约车与出租车的区别及对出租车行业带来的影响

第一节 网约车概念及其与传统出租车的区别

一、网约车的概念

二、网约车与传统出租车的区别

第二节 网约车对出租车行业的影响

一、打破了出租车行业垄断的局面

二、网约车实现了全程互联网化

三、缓解了打车难的问题

四、优化了出租车资源配置

第三节 网约车兴起的背景下中国出租车行业监管体制的变革

一、网约车与非经济性规制方式

二、出租车行业原有规制体制的变革

三、实现网约车与出租车的融合运营

第三章 网约车行业市场环境及影响分析

第一节 网约车行业政治法律环境

- 一、行业管理体制分析
- 二、行业主要法律法规
- 三、行业发展政策分析
- 四、行业相关发展规划
- 五、政策环境对行业的影响

第二节 行业经济环境分析

- 一、宏观经济形势分析
- 二、宏观经济环境对行业的影响分析

第三节 行业社会环境分析

- 一、网约车产业社会环境
- 二、社会环境对行业的影响

第四节 行业技术环境分析

- 一、互联网在网约车领域的应用
- 二、物联网在网约车领域的应用
- 三、人工智能在网约车领域的应用
- 四、网约车gps技术发展分析

第四章 全球网约车市场发展分析

第一节 全球网约车市场总体情况分析

- 一、全球网约车行业的发展特点
- 二、全球网约车用户数量分析
- 三、全球网约车市场规模分析
- 四、全球网约车行业竞争格局

第二节 国外网约车监管模式

一、美国典型的网约车监管模式

二、英国的典型网约车监管模式

三、新加坡典型的网约车监管模式

第三节 国内网约车监管模式

一、滴滴出行监管模式

二、神州网约车监管模式

第五章 中国网约车行业发展现状分析

第一节 网约车行业发展历程

一、酝酿期(2013年以前)

二、飞速发展期(2013-2014年)

三、规范期(2015-2016年)

四、整合发展期(2019-2023年至今)

第二节 2019-2023年网约车行业市场运行现状分析

一、中国移动出行用户规模分析

二、中国网约车订单数量分析

三、中国网约车市场规模分析

四、中国网约车应用渗透率

五、中国网约车城市渗透率

第三节 中国网约车企业发展分析

一、中国网约车平台数量分析

二、中国网约车运行企业数量分析

三、中国网约车服务企业结构分析

第四节 中国网约车客运市场价格分析

一、网约车价格管理机制分析

二、网约车的税费制度分析

三、网约车油运价格联动机制

四、各地网约车价格调整情况

第五节 中国网约车市场价格走势分析

一、网约车市场定价机制组成

二、网约车市场价格影响因素

三、网约车计价情况变化

四、2024-2029年网约车起步价走势预测

第六章 中国网约车用户行为特点分析

第一节 网约车用户群体分析

一、网约车用户年龄结构

二、网约车用户职业结构

三、网约车用户收入水平等级结构

第二节 网约车用户体验分析

一、网民对网约车接受度分析

二、网约车用户对常用网约车平台的满意度

三、网约车用户对网约车司机服务的满意度

第四节 网约车用户使用习惯调研

一、网约车使用频率

二、网约车使用方式

三、网约车使用原因

四、用户出行首选的网约车平台

第七章 中国网约车运营模式分析

第一节 网约车平台+平台自购车辆+平台驾驶员主运营模式分析

一、运营模式的优劣势

二、运营模式监管分析

三、运营模式风险分析

四、典型案例分析

第二节 网约车平台+租赁公司车辆+劳务公司驾驶员运营模式分析

一、运营模式的优劣势

二、运营模式监管分析

三、运营模式风险分析

四、典型案例分析

第三节 网约车平台+私家车+私家车主运营模式分析

一、运营模式的优劣势

二、运营模式监管分析

三、运营模式风险分析

四、典型案例分析

第八章 网约车服务细分分析

第一节 快车服务市场分析

一、快车收费标准及计价模式

二、快车服务平台收费制度

三、快车服务用户规模及使用率分析

四、快车服务市场发展趋势

第二节 网约巴士服务市场分析

一、网约巴士收费标准及计价模式

二、网约巴士服务平台收费制度

三、网约巴士服务用户规模

四、网约巴士服务市场发展趋势

第三节 专车服务市场分析

一、专车收费标准及计价模式

二、专车服务平台收费制度

三、专车服务用户规模及使用率分析

四、专车服务市场发展趋势

第四节 顺风车服务市场分析

一、顺风车收费标准及计价模式

二、顺风车服务平台收费制度

三、顺风车服务用户规模及使用率分析

四、顺风车服务市场发展趋势

第五节 网约出租车服务市场分析

一、网约出租车收费标准及计价模式

二、网约出租车服务平台收费制度

三、网约出租车服务用户规模及使用率分析

四、网约出租车服务市场发展趋势

第九章 中国网约车行业市场竞争形势分析

第一节 行业总体市场竞争状况分析

一、网约车行业竞争结构分析

二、网约车行业swot分析

第二节 网约车行业竞争格局分析

一、平台竞争格局分析

二、自有运力企业竞争格局分析

三、流量企业竞争格局分析

第三节 网约车行业集中度分析

一、市场集中度分析

二、企业集中度分析

三、区域集中度分析

第十章 中国网约车领先平台发展分析

第一节 滴滴出行

一、平台运营模式

二、平台监管模式

三、平台服务范围

四、平台用户规模

五、平台市场渗透率

六、平台竞争优势

七、平台产业布局

第二节 神州专车

一、平台运营模式

二、平台监管模式

三、平台服务范围

四、平台用户规模

五、平台市场渗透率

六、平台竞争优势

七、平台产业布局

第三节 嘀嗒拼车

一、平台运营模式

二、平台监管模式

三、平台服务范围

四、平台用户规模

五、平台市场渗透率

六、平台竞争优势

七、平台产业布局

第四节 首汽约车

一、平台运营模式

二、平台监管模式

三、平台服务范围

四、平台用户规模

五、平台市场渗透率

六、平台竞争优势

七、平台产业布局

第五节 曹操专车

一、平台运营模式

二、平台监管模式

三、平台服务范围

四、平台用户规模

五、平台市场渗透率

六、平台竞争优势

七、平台产业布局

第六节 易到

一、平台运营模式

二、平台监管模式

三、平台服务范围

四、平台用户规模

五、平台市场渗透率

六、平台竞争优势

七、平台产业布局

第七节 美团打车

一、平台运营模式

二、平台监管模式

三、平台服务范围

四、平台用户规模

五、平台市场渗透率

六、平台竞争优势

七、平台产业布局

第八节 aa租车

一、平台运营模式

二、平台监管模式

三、平台服务范围

四、平台用户规模

五、平台市场渗透率

六、平台竞争优势

七、平台产业布局

第九节 斑马快跑

一、平台运营模式

二、平台监管模式

三、平台服务范围

四、平台用户规模

五、平台市场渗透率

六、平台竞争优势

七、平台产业布局

第十节 1号专车

一、平台运营模式

二、平台监管模式

三、平台服务范围

四、平台用户规模

五、平台市场渗透率

六、平台竞争优势

七、平台产业布局第六部分发展战略研究

第十一章 2024-2029年网约车行业前景及趋势预测

第一节 2024-2029年网约车市场发展前景

一、2024-2029年网约车市场发展潜力

二、2024-2029年网约车市场发展前景展望

三、2024-2029年网约车细分行业发展前景分析

第二节 2024-2029年网约车行业发展趋势

一、用户规模已经形成，技术与创新成重要驱动

二、资本走向集中，进入巨头垄断

三、网约车产品覆盖地域扩大，三四线城市存发展空间

四、个性服务需求升温，专车发展空间巨大

第三节 2024-2029年中国网约车行业市场预测

一、2024-2029年中国网约车企业数量预测

二、2024-2029年中国网约车用户规模预测

三、2024-2029年中国网约车订单量预测

四、2024-2029年中国网约车市场规模预测

五、2024-2029年中国网约车城市渗透率预测

第十二章 2024-2029年网约车行业投资特性与风险防范

第一节 网约车行业投资特性分析

一、网约车行业进入壁垒分析

二、网约车行业盈利因素分析

三、网约车行业盈利模式分析

第二节 网约车行业投融资情况

一、行业资金渠道分析

二、固定资产投资分析

三、兼并重组情况分析

第三节 2024-2029年网约车行业投资机会

一、产业链投资机会

二、细分市场投资机会

三、重点区域投资机会

四、网约车行业投资机遇

第四节 2024-2029年网约车行业投资风险及防范

一、政策风险及防范

二、技术风险及防范

三、关联产业风险

四、其他风险及防范

第五节 中国网约车行业投资建议

- 一、网约车行业未来发展方向
- 二、网约车行业主要投资建议
- 三、中国网约车企业融资分析

第十三章 中国网约车行业监管存在的问题即对策

第一节 中国网约车市场监管存在的问题及对策

- 一、中国网约车市场监管中存在的问题
- 二、网约车市场监管的对策分析
- 三、完善网约车监管的对策建议

第二节 网约车监管的困境与治理策略

- 一、网约车监管的困境
- 二、网约车的治理策略

第三节 中国网约车法律监管面临的困境及对策

- 一、中国网约车法律监管现状分析
- 二、中国网约车法律监管面临的困境
- 三、破解网约车法律监管困境的对策

第十四章 不同视角下中国网约车行业监管对策及路径分析

第一节 多中心治理视域下中国网约车目前存在的问题及治理对策

- 一、中国网约车目前存在的问题
- 二、多中心治理视域下中国网约车的治理对策

第二节 共享经济下网约车的监管路径

- 一、共享经济在中国的发展
- 二、共享经济下网约车方便人们生活的重要性
- 三、共享经济下网约车监管的困境

四、共享经济下网约车监管的路径

第十五章 中国网约车行业发展战略及投资建议

第一节 对中国网约车品牌的战略思考

一、科技金融品牌的重要性

二、科技金融实施品牌战略的意义

三、科技金融企业品牌的现状分析

四、广东省科技金融企业的品牌战略

五、科技金融品牌战略管理的策略

第二节 网约车经营策略分析

一、科技金融市场细分策略

二、科技金融市场创新策略

三、品牌定位与品类规划

四、科技金融新产品差异化战略

第三节 网约车行业投资战略研究

一、2022年网约车企业投资战略

二、2024-2029年网约车行业投资战略

三、2024-2029年细分行业投资战略

第四节 中道泰和网约车行业发展建议

一、行业发展策略建议

二、行业投资方向建议

三、行业投资方式建议

图表目录

图表：出租车行业规制机构内部的观点分化

图表：网约车元规制关系架构示意图

- 图表：2019-2023年国内gdp增长情况
- 图表：2019-2023年国内居民消费指数波动情况
- 图表：2019-2023年居民消费价格比上年涨跌幅度
- 图表：2019-2023年全国居民人均可支配收入及其增长速度
- 图表：制造业pmi指数(经季节调整)
- 图表：中国制造业pmi及构成指数(经季节调整)
- 图表：中国制造业pmi其他相关指标情况(经季节调整)
- 图表：非制造业商务活动指数(经季度调整)
- 图表：中国非制造业主要分类指数(经季节调整)
- 图表：中国非制造业其他分类指数(经季节调整)
- 图表：综合pmi产出指数(经季度调整)
- 图表：2019-2023年社会消费品零售总额十强城市
- 图表：2019-2023年全球网约车用户数量
- 图表：2019-2023年美国使用网约车服务比例
- 图表：2022年新加坡出租车与网约车数量对比
- 图表：2019-2023年中国移动出行用户规模情况(亿人)
- 图表：2019-2023年国内网约车用户规模情况
- 图表：2019-2023年国内网约车市场规模情况
- 图表：2019-2023年中国网约车市场结构情况(亿元)
- 图表：2019-2023年中国网约车平台应用渗透率
- 图表：2019-2023年中国网约车城市渗透率
- 图表：2019-2023年中国网约车运行企业数量
- 图表：我国网约车用户年龄分布
- 图表：我国网约车用户职业分类情况

图表：我国网约车消费人群收入分布占比

图表：我国网约车接受程度分析(单位：%)

图表：我国网约车平台满意度分析(单位：%)

图表：我国网约车司机服务满意度分析(单位：%)

图表：我国网约车用户使用频率(单位：%)

图表：我国网约车用户使用方式占比情况(单位：%)

图表：用户选择网约车平台看重的因素

图表：2019-2023年中国快车服务用户规模及使用率

图表：2019-2023年网约巴士服务用户规模

图表：2019-2023年中国专车服务用户规模及使用率

图表：2019-2023年顺风车服务用户规模及使用率

图表：2019-2023年网约出租车服务用户规模及使用率分析

图表：2019-2023年我国网约车企业市场占有率情况

图表：2019-2023年我国网约车区域市场占有率情况

图表：2022年滴滴出行月活跃用户

图表：2019-2023年滴滴出行市场份额占比情况

图表：2022年神州专车月活跃用户

图表：2019-2023年神州专车市场份额占比情况

图表：2022年嘀嗒出现用户规模情况

图表：2019-2023年嘀嗒出行市场份额占比情况

图表：2022年首汽约车月活跃用户情况

图表：2019-2023年首汽约车市场份额占比情况

图表：2022年曹操出行月活跃用户情况

图表：2019-2023年曹操出行市场份额占比情况

图表：2022年易到用车月活跃用户情况

图表：2019-2023年易到用车市场份额占比情况

图表：2022年美团打车月活跃用户情况

图表：2019-2023年美团打车市场份额占比情况

图表：aa出行月活跃用户情况

图表：2019-2023年aa租车市场份额占比情况

图表：2022年斑马快跑月活跃用户情况

图表：2019-2023年斑马快跑市场份额占比情况

图表：1号专车月活跃用户情况

图表：2019-2023年1号专车市场份额占比

图表：2024-2029年中国网约车企业数量预测(单位：家)

图表：2024-2029年中国网约车用户规模预测(单位：万人)

图表：2024-2029年中国网约车订单量预测(单位：万单)

图表：2024-2029年中国网约车行业市场规模预测(单位：亿元)

图表：2024-2029年中国网约车城市渗透率预测(单位：%)

图表：lyft、uber和神州优车业务模式对比

图表：2019-2023年国内网约车行业资金渠道结构情况

图表：2019-2023年国内网约车行业融资规模情况

图表：6家网约车巨头投资赛道分布

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

本文地址 : <https://www.51baogao.cn/baogao/20211230/238933.shtml>

在线订购 : [点击这里](#)