2026-2031年中国互联网专车行业发展趋势预测及投资战略研究报告

报告简介

互联网专车行业研究报告主要分析了互联网专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)、生产分析(生产总量、供需平衡等)、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、互联网专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专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、国家海关总署、全国商业信息中心、中国经济景气监测中心、51行业报告网以及国内外多种相关报刊杂志媒体提供的最新研究资料。本报告对国内外互联网专车行业的发展状况进行了深入透彻地分析，对我国互联网专车行业市场情况、技术现状、供需形势作了详尽研究，重点分析了国内外重点企业、行业发展趋势以及行业投资情况，报告还对互联网专车行业上下游行业的发展进行了探讨，是相关企业、投资部门、研究机构准确了解目前中国市场发展动态，把握互联网专车行业发展方向，为企业经营决策提供重要参考的依据。

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 2021-2026年中国互联网专车市场发展环境

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

三、 经济发展趋势分析

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 2021-2026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 2021-2026年中国互联网专车行业总体分析

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 2021-2026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、 主要分布地域

五、 标杆企业战略

六、 行业发展动态

第三节 2021-2026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 2021-2026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 2021-2026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

一、 市场竞争形势

二、 三足鼎立格局

三、 市场竞争加剧

四、 市场巨头博弈

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、 收费情况

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 2021-2026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、 专车不同品牌使用频率

四、 用户对专车品牌的认知度

五、 专车市场的用户情况分析

六、 用户选择专车服务的原因

七、 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 2021-2026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、 企业竞争情况

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

四、 企业发展动态

第五节 易到用车

一、 企业发展概况

二、 企业运营现状

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

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

第一节 中国互联网专车行业前景展望

一、 行业发展潜力

二、 潜在市场空间

三、 行业发展方向

四、 市场增速预测

第二节 中国互联网专车未来发展趋势

一、 车联网趋势

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

附录一：《国务院关于积极推进“互联网+”行动的指导意见》

附录二：《互联网专车服务及乘客安全保障标准》

附录三：《网络预约出租汽车经营服务管理暂行办法》

把握投资 决策经营！

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

报告编号：7363

本文地址：https://www.51baogao.cn/qiche/hulianwangzhuanche.shtml

在线订购：点击这里