

2022-2028年中国网约车行业研究与投资策略报告

报告目录及图表目录

中国产业研究报告网 编制
www.chinairr.org

一、报告报价

《2022-2028年中国网约车行业研究与投资策略报告》信息及时，资料详实，指导性强，具有独家，独到，独特的优势。旨在帮助客户掌握区域经济趋势，获得优质客户信息，准确、全面、迅速了解目前行业发展动向，从而提升工作效率和效果，是把握企业战略发展定位不可或缺的重要决策依据。

官方网站浏览地址：<http://www.chinairr.org/report/R05/R0501/202201/11-447779.html>

产品价格：纸介版9800元 电子版9800元 纸介+电子10000元

订购电话: 400-600-8596 010-80993936

传真: 010-60343813

网址: <http://www.chinairr.org>

Email: sales@chyxx.com

联系人：刘老师 陈老师 谭老师

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、说明、目录、图表目录

约车是网络预约出租汽车的简称。在构建多样化服务体系方面，将出租车分为巡游出租汽车和网络预约出租汽车。

中国产业研究报告网发布的《2022-2028年中国网约车行业研究与投资策略报告》共七章。首先介绍了中国网约车行业市场发展环境、网约车整体运行态势等，接着分析了中国网约车行业市场运行的现状，然后介绍了网约车市场竞争格局。随后，报告对网约车做了重点企业经营状况分析，最后分析了中国网约车行业发展趋势与投资预测。您若想对网约车产业有个系统的了解或者想投资中国网约车行业，本报告是您不可或缺的重要工具。

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 中国网约车发展环境分析

第一节 网约车相关概述

一、网约车定义

二、网约车发展历程

第二节 网约车相关政策环境

一、网约车相关政策法规

二、网约车政策实施前后对比

三、网约车政策调整特点分析

四、网约车新规落地后机遇与挑战

第三节 网约车社会环境分析

一、中国人口规模分析

二、公共交通工具运营数

三、中国民用汽车保有量

四、中国城镇化率发展分析

第四节 移动互联网发展分析

一、手机网民规模分析

二、移动互联网市场规模

三、移动互联网流量情况

四、移动互联网产业结构

第二章 互联网出行细分市场分析

第一节 互联网+出租车

一、中国出租汽车运营数

二、互联网+出租车发展状况

三、网络预约出租车用户规模

四、互联网+出租车需求前景

第二节 互联网+专车

一、互联网+专车发展状况

二、专车市场发展影响因素

三、互联网+专车运营模式

四、互联网+专车竞争格局

五、互联网+专车用户规模

六、互联网+专车交易规模

七、互联网+专车发展趋势

第三节 互联网+拼车

一、私人轿车保有量

二、互联网+拼车发展状况

三、互联网+拼车用户情况

四、互联网+拼车竞争企业

五、互联网+拼车需求前景

第四节 互联网+巴士

一、中国客车产销规模

二、互联网+巴士发展状况

三、互联网+巴士用户情况

四、互联网+巴士竞争格局

五、互联网+巴士需求前景

第五节 互联网+租车

一、互联网+租车发展模式

二、互联网+租车用户情况

三、互联网+租车竞争格局

四、神州租车发展分析

五、互联网+租车需求前景

第六节 互联网+代驾

一、互联网+代驾发展状况

二、互联网+代驾竞争格局

三、“e代驾Lite”小程序上线

四、“滴滴代驾”开启新模式

五、互联网+代驾需求前景

第七节 互联网+停车

一、互联网+停车发展模式

（一）车位信息共享

（二）全流程优化

（三）车位预定 B2C

（四）车位共享 P2P

（五）代客泊车

二、互联网+停车市场规模

三、互联网+停车竞争格局

四、互联网+停车需求前景

第三章 中国网约车市场运行状况分析

第一节 互联网出行发展推动因素

一、完美解决社会痛点催生市场诞生

二、移动网络和智能终端应用的开发

三、移动支付与征信体系的逐步完善

第二节 互联网出行发展程度分析移动支付与征信体系的逐步完善

一、起步阶段

二、竞争阶段

三、整合阶段

第三节 网约车市场发展规模分析

一、网约车用户规模分析

二、互联网出行交易规模

三、互联网出行的渗透率

第四节 网约车行业发展的问题及对策

一、网约车行业存在的问题

二、网约车行业发展对策分析

第四章 网约车市场竞争格局分析

第一节 网约车市场竞争状况

一、网约车市场竞争状况

二、网约车市场份额分析

第二节 滴滴+Uber：穹顶之下的资本合谋

一、滴滴+Uber合并基本情况

二、两大巨头合并带来的共赢效益

三、“一家独大”格局形成

第三节 网约车市场竞争趋势分析

第五章 2020年中国网约车司机生存状况调查

第一节 调查简述

一、调查动机

二、调查对象

三、调查维度

四、执行情况

第二节 网约车司机生存状况调查主要内容及结果

一、网约车司机基本信息

（一）网约车司机性别分布

（二）网约车司机年龄分布

（三）网约车司机户籍分布

（四）网约车牌照归属地分布

（五）网约车司机从业性质情况

（六）网约车司机此前职业调查

（七）网约车司机是否带车调查

（八）网约车司机驾驶车辆价值分布

（九）网约车司机费用负担情况分析

二、网约车司机在线时间

- (一) 网约车司机运营频率
- (二) 网约车司机平均在线时间
- (三) 网约车司机最长在线时间
- (四) 网约车司机日均接单量

三、网约车司机收入及社会保障

- (一) 网约车司机月均收入
- (二) 网约车司机单月最高收入
- (三) 网约车司机收入满意度
- (四) 网约车司机劳动合同与社保

四、网约车司机职业培训与安全管理

- (一) 网约车司机加盟时间及难度
- (二) 网约车司机职业培训
- (三) 网约车司机管理和处罚力度

五、网约车司机职业安全感、归属感及认同感

- (一) 网约车司机职业安全感
- (二) 网约车司机职业认同与归属感

第三节 网约车司机生存状况调查结论

- 一、网约车全职司机占八成，共享经济不再共享
- 二、七成司机收入不足 4000，月入过万已成历史
- 三、七成司机缺乏职业安全感，平台随意处罚成最大“槽点”

第六章 中国网约车主要品牌机构分析

第一节 Uber全球

- 一、Uber基本情况
- 二、Uber发展历程
- 三、Uber商业模式
- 四、Uber经营规模
- 五、Uber中国情况
- 六、Uber发展战略

第二节 滴滴出行

- 一、滴滴出行基本情况

二、滴滴出行发展历程

三、滴滴出行商业模式

四、滴滴出行经营规模

五、滴滴出行国内合作

六、滴滴出行跨境合作

第三节 神州优车

一、神州优车基本情况

二、神州优车发展历程

三、神州优车商业模式

四、神州优车经营规模

五、神州电商平台分析

六、神州优车发展战略

第四节 易到用车

一、易到用车基本情况

二、易到用车发展历程

三、易到用车商业模式

四、易到生态合作伙伴

五、易到用车融资情况

六、易到跨界合作分析

（一）易到+海尔

（二）易到+奇瑞+博泰

（三）易到+出门问问

（四）易到+乐视

第七章 2022-2028年中国网约车市场前景及投资策略()

第一节 2022-2028年中国网约车市场发展趋势

一、网约车用户安全得到保障

二、车辆升级用户费用上升

三、部分用户将转向其他出行方式

第二节 2022-2028年中国网约车市场发展前景及预测

一、中国网约车市场发展前景

二、中国网约车市场规模预测

第三节 2022-2028年中国网约车市场发展策略分析

- 一、交通部加强统筹管理，避免各地方管理部门过度规制
- 二、应以平台为主要规制对象，适当减少对驾驶员的直接规制
- 三、引导平台加强服务质量规制，允许数量和价格适度调节
- 四、以法规政策规制为主，以行政和经济手段作为补充

部分图表目录：

图表：近年来网约车相关政策法规情况统计

图表：网约车政策实施前后对比

图表：2016-2020年中国人口总量趋势图

图表：2016-2020年中国公路营运汽车数量情况统计

图表：2016-2020年中国民用汽车保有量情况统计

图表：2016-2020年中国城镇化率变化趋势图

图表：2016-2020年中国手机网民规模及其占网民比例

图表：2016-2020年中国移动互联网市场规模增长趋势图

图表：2016-2020年中国移动互联网流量增长趋势图

图表：2020年中国移动智能设备品牌占比情况

图表：中国互联网专车市场AMC模型

图表：P2P专车商业模式示意图

图表：B2C专车商业模式示意图

图表：2016-2020年中国移动互联网专车市场规模统计

图表：2016-2020年中国私人轿车保有量情况统计

图表：2016-2020年中国客车产销市场规模统计

详细请访问：<http://www.chinairr.org/report/R05/R0501/202201/11-447779.html>