

2018-2023年中国互联网约 租车行业市场运营状况分析与投资前景研究报告

报告目录及图表目录

博思数据研究中心编制

www.bosidata.com

报告报价

《2018-2023年中国互联网约租车行业市场运营状况分析与投资前景研究报告》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.bosidata.com/report/H92716OR9T.html>

【报告价格】纸介版7000元 电子版7200元 纸介+电子7500元

【出版日期】2018-05-22

【交付方式】Email电子版/特快专递

【订购电话】全国统一客服务热线：400-700-3630(免长话费) 010-57272732/57190630

博思数据研究中心

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。

说明、目录、图表目录

报告说明:

博思数据发布的《2018-2023年中国互联网约租车行业市场运营状况分析与投资前景研究报告》介绍了互联网约租车行业相关概述、中国互联网约租车产业运行环境、分析了中国互联网约租车行业的现状、中国互联网约租车行业竞争格局、对中国互联网约租车行业做了重点企业经营状况分析及中国互联网约租车产业发展前景与投资预测。您若想对互联网约租车产业有个系统的了解或者想投资互联网约租车行业，本报告是您不可或缺的重要工具。

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 2017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分析6.3.6 拼车软件市场发展空间巨大6.3.7 2015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（6）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、Uber2、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 Uber1、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 2018-2023年互联网约租车行业发展趋势预测12.1.1 2018-2023年互联网约租车行业发展趋势分析12.1.2 2018-2023年互联网约租车行业市场规模预测12.1.3 2018-2023年互联网约租车行业市场供需预测12.1.4 2018-2023年互联网约租车行业市场竞争预测12.1.5 2018-2023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 2018-2023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 结论及建议 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：2017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：用户是否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：2017年打车APP累计账户规模分析图表：2017年中国打车APP累计账户市场份额图表：打车软件2017年6月月度覆盖人数图表：打车软件2017年6月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：2017年中国互联网专车市场份额图表：2015-2017年北京机动车拥有量图表：2017年北京常住人口及构成图表：2015-2017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：2017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：2017年专车服务订单量市场份额图表：2015-2017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：2015,2016和2017年上海市人民全方式出行行业结构图表：2016和2017年中心城人员出行结构图表：2017年中心城人员通勤、非通勤出行结构图表：2015-2017年深圳汽车保有量分析图表：2017年深圳地区国产品牌上牌前十（单位：辆）图表：2017年深圳地区国产品牌上牌倒数前十（单位：辆）图表：2017年深圳地区进口品牌上牌前十（单位：辆）图表：2017年深圳地区进口品牌上牌量倒数前十（单位：辆）图表：2017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：2017年广州地区A级车型上牌量前十（单位：辆）图表：2017年广州地区A级车型上牌量倒数前十（单位：辆）图表：2017年广州地区SUV车型上牌量前十（单位：辆）图表：2017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：2017年中国专车服务活跃用户覆盖率TOP5图表：2017年中国专车服务活跃用户平均次月留存率TOP5图表：2017年中国主要专车服务APP用户性别分布图表：2017年中国主要专车服务APP用户年龄分布图表：2017年中国主要专车服务APP用户收入分布图表：2017年中国专车市场服务规模测算图表：Uber拥有车型

图表：2017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：2017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：2018-2023年中
国互联网约租车市场交易规模预测图表：2018-2023年中国专车市场规模预测略.....

详细请访问：<http://www.bosidata.com/report/H92716OR9T.html>