

2018-2023年中国网约车市 场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年中国网约车市场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/O62853UXHJ.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】2018-01-03

【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年中国网约车市场分析与投资前景研究报告》介绍了网约车行业相关概述、中国网约车产业运行环境、分析了中国网约车行业的现状、中国网约车行业竞争格局、对中国网约车行业做了重点企业经营状况分析及中国网约车产业发展前景与投资预测。您若想对网约车产业有个系统的了解或者想投资网约车行业，本报告是您不可或缺的重要工具。

2016年1月4日，优步Uber中国完成B轮融资,金额20亿美元,投资方为海航资本、中国人寿、太平洋保险、广汽集团、中信证券、万科集团、民生银行(民银国际)、宽带资本、双湖投资，融资金额排在第二位。

网络约车作为共享经济的代表性行业，在盘活车辆存量资源、满足用户个性化出行需求方面发挥了重要作用，2016年网约车市场逐步趋于稳定。

网络约车相关管理办法出台，促进市场规范化发展。2016年7月，《关于深化改革推进出租汽车行业健康发展的指导意见》出台，推进出租汽车改革工作，构建包括巡游出租汽车、预约出租汽车新老业态共存的多样化服务体系，在政策推动下，2016年下半年网络预约出租车用户规模增长了41.7%；2016年11月1日起，《网络预约出租汽车经营服务管理暂行办法》开始施行，从国家法规层面上明确了网约车的合法地位，将网约车纳入出租车体系，同时对驾驶员、车辆设定了较为严格的准入条件，在乘客个人信息保护上对网约车平台提出更高要求，保障网约车安全运营。

各大网约车平台积极探索新的利益增长方向，为公司转型做铺垫。2016年，滴滴出行一方面致力于推行海外租车业务，另一方面在共享自行车领域进行战略投资，此外还推出小巴业务，主推短途拼车，目前已涉及出租车、专车、快车、川页风车、代驾、试驾、公交等9大业务体系；神州专车则在汽车金融、汽车电商领域发力，2016年下半年新推出的一站式汽车金融服务平台，为客户提供包括二手车金融、汽车抵押借款在内的汽车消费信贷服务，同时积极募集资金用于开拓旗下汽车电商平台的发展。

报告目录：

第一章中国网约车发展环境分析 9

第一节网约车相关概述 9

一、网约车定义 9

二、网约车发展历程 9

第二节网约车相关政策环境 11

一、网约车相关政策法规 11

二、网约车政策实施前后对比 11

三、网约车政策调整特点分析 12

四、网约车新规落地后机遇与挑战 13

第三节网约车社会环境分析 14

一、中国人口规模分析 14

二、公共交通车辆运营数 16

三、中国民用汽车保有量 16

中国汽车年销量已连续 8 年世界第一，目前我国汽车保有量 2 亿辆，保有量占全球 20%，销量占全球 30%。目前我国千人汽车保有量 140 台，但总体而言仍属于年轻的汽车消费市场。在人均 GDP 到 1 万美元时，日本、韩国的千人汽车保有量约 200 辆。目前我国人均 GDP 约 8000 美元，假设未来中国千人保有量达 200 台，我国汽车保有量可达 2.8 亿台，假设 7 年更新，不翻虑出口市场，中长期我国汽车年产销规模估计在 4000 万台左右，较 2016 年的 2800 万辆还有 1200 万辆以上的增长空间。商用车市场年销量规模稳定在 400 万辆左右，乘用车未来稳态年产销规模在 3600 万辆以上。

我国人均 GDP 与千人汽车保有量

四、中国城镇化率发展分析 16

第四节移动互联网发展分析 17

一、手机网民规模分析 17

二、移动互联网市场规模 18

三、移动互联网流量情况 18

四、移动互联网产业结构 19

第二章互联网出行细分市场调研 21

第一节互联网+出租车 21

一、中国出租汽车运营数 21

二、互联网+出租车发展状况 21

三、网络预约出租车用户规模 23

四、互联网+出租车需求前景 23

第二节互联网+专车 24

- 一、互联网+专车发展状况 24
- 二、专车市场发展影响因素 24
- 三、互联网+专车运营模式 25
- 四、互联网+专车竞争格局 27
- 五、互联网+专车用户规模 28
- 六、互联网+专车交易规模 28
- 七、互联网+专车发展趋势 29

第三节互联网+拼车 29

- 一、私人轿车保有量 29
- 二、互联网+拼车发展状况 30
- 三、互联网+拼车用户情况 30
- 四、互联网+拼车竞争企业 30
- 五、互联网+拼车需求前景 31

第四节互联网+巴士 31

- 一、中国客车产销规模 31
- 二、互联网+巴士发展状况 31
- 三、互联网+巴士用户情况 32
- 四、互联网+巴士竞争格局 32
- 五、互联网+巴士需求前景 33

第五节互联网+租车 33

- 一、互联网+租车发展模式 33
- 二、互联网+租车用户情况 34
- 三、互联网+租车竞争格局 34
- 四、神州租车发展分析 35
- 五、互联网+租车需求前景 36

第六节互联网+代驾 36

- 一、互联网+代驾发展状况 36
- 二、互联网+代驾竞争格局 37
- 三、“e代驾Lite”小程序上线 38
- 四、“滴滴代驾”开启新模式 39

五、互联网+代驾需求前景 40

第七节互联网+停车 40

一、互联网+停车发展模式 40

（一）车位信息共享 40

（二）全流程优化 41

（三）车位预定 B2C 42

（四）车位共享 P2P 43

（五）代客泊车 44

二、互联网+停车市场规模 45

三、互联网+停车竞争格局 45

四、互联网+停车需求前景 46

第三章中国网约车市场运行状况分析 47

第一节互联网出行发展推动因素 47

一、完美解决社会痛点催生市场诞生 47

二、移动网络和智能终端应用的开发 47

三、移动支付与征信体系的逐步完善 47

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 48

一、起步阶段 48

二、竞争阶段 48

三、整合阶段 48

第三节网约车市场发展规模分析 48

一、网约车用户规模分析 48

二、互联网出行交易规模 49

三、互联网出行的渗透率 50

第四节网约车行业发展的問題及对策 50

一、网约车行业存在的问题 50

二、网约车行业发展对策分析 52

第四章网约车市场竞争格局分析 55

第一节网约车市场竞争状况 55

一、网约车市场竞争状况 55

二、网约车市场份额分析 55

第二节滴滴+Uber

穹顶之下的资本合谋 56

一、滴滴+Uber合并基本情况 56

二、两大巨头合并带来的共赢效益 56

三、“一家独大”格局形成 57

第三节网约车市场竞争趋势分析 58

第五章 2017年中国网约车司机生存状况调查 60

第一节调查简述 60

一、调查动机 60

二、调查对象 60

三、调查维度 60

四、执行情况 61

第二节网约车司机生存状况调查主要内容及结果 61

一、网约车司机基本信息 61

（一）网约车司机性别分布 61

（二）网约车司机年龄分布 61

（三）网约车司机户籍分布 62

（四）网约车牌照归属地分布 62

（五）网约车司机从业性质情况 63

（六）网约车司机此前职业调查 63

（七）网约车司机是否带车调查 64

（八）网约车司机驾驶车辆价值分布 64

（九）网约车司机费用负担情况分析 65

二、网约车司机在线时间 65

（一）网约车司机运营频率 65

（二）网约车司机平均在线时间 66

（三）网约车司机最长在线时间 66

（四）网约车司机日均接单量 67

三、网约车司机收入及社会保障 68

（一）网约车司机月均收入 68

(二) 网约车司机单月最高收入	69
(三) 网约车司机收入满意度	70
(四) 网约车司机劳动合同与社保	70
四、网约车司机职业培训与安全管理	71
(一) 网约车司机加盟时间及难度	71
(二) 网约车司机职业培训	73
(三) 网约车司机管理和处罚力度	73
五、网约车司机职业安全感、归属感及认同感	74
(一) 网约车司机职业安全感	74
(二) 网约车司机职业认同与归属感	77
第三节 网约车司机生存状况调查结论	79
一、网约车全职司机占八成，共享经济不再共享	79
二、七成司机收入不足 4000，月入过万已成历史	79
三、七成司机缺乏职业安全感，平台随意处罚成最大“槽点”	80

第六章 中国网约车主要品牌机构分析 81

第一节 Uber 全球 81

- 一、Uber 基本情况 81
- 二、Uber 发展历程 81
- 三、Uber 商业模式 81
- 四、Uber 经营规模 82
- 五、Uber 中国情况 82
- 六、Uber 投资前景 83

第二节 滴滴出行 84

- 一、滴滴出行基本情况 84
- 二、滴滴出行发展历程 84
- 三、滴滴出行商业模式 85
- 四、滴滴出行经营规模 86
- 五、滴滴出行国内合作 86
- 六、滴滴出行跨境合作 87

第三节 神州优车 87

- 一、神州优车基本情况 87

二、神州优车发展历程 87

三、神州优车商业模式 88

四、神州优车经营规模 89

五、神州电商平台分析 90

六、神州优车投资前景 90

第四节易到用车 91

一、易到用车基本情况 91

二、易到用车发展历程 91

三、易到用车商业模式 92

四、易到生态合作伙伴 92

五、易到用车融资情况 92

六、易到跨界合作分析 93

（一）易到+海尔 93

（二）易到+奇瑞+博泰 94

（三）易到+出门问问 94

（四）易到+乐视 94

第七章2018-2024年中国网约车市场前景及投资前景研究 95

第一节2018-2024年中国网约车市场发展趋势 95

一、网约车用户安全得到保障 95

二、车辆升级用户费用上升 95

三、部分用户将转向其他出行方式 95

第二节2018-2024年中国网约车市场趋势预测及预测 95

一、中国网约车市场趋势预测 95

二、中国网约车市场规模预测 96

第三节2018-2024年中国网约车市场投资策略分析 96

一、交通部加强统筹管理，避免各地方管理部门过度规制 96

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 96

三、引导平台加强服务质量规制，允许数量和价格适度调节 97

四、以法规政策规制为主，以行政和经济手段作为补充 97

图表目录：

图表 1 近年来网约车相关政策法规情况统计	11
图表 2 网约车政策实施前后对比	12
图表 3 2011-2016年中国人口总量趋势图	15
图表 4 2016年中国人口数及构成情况	15
图表 5 2011-2016年中国公路营运汽车数量情况统计	16
图表 6 2011-2016年中国民用汽车保有量情况统计	16
图表 7 2011-2016年中国城镇化率变化趋势图	17
图表 8 2011-2017年中国手机网民规模及其占网民比例	17
图表 9 2011-2016年中国移动互联网市场规模增长趋势图	18
图表 10 2011-2016年中国移动互联网流量增长趋势图	19
图表 11 2016年中国移动智能设备品牌占比情况	19
图表 12 2016年Android平台移动智能设备机型TOP10	20
图表 13 2016年iOS平台移动智能设备机型TOP10	20
图表 14 2012-2016年中国出租车汽车运营数量情况统计	21
图表 15 2017年网络预约出租车用户及使用率情况统计	23
图表 16 中国互联网专车市场AMC模型	24
图表 17 P2P专车商业模式示意图	26
图表 18 B2C专车商业模式示意图	26
图表 19 2017年网络预约专车用户及使用率情况统计	28
图表 20 2015-2018年中国移动互联网专车市场规模统计	29
图表 21 2011-2016年中国私人轿车保有量情况统计	30
图表 22 2011-2016年中国客车产销市场规模统计	31
图表 23 神州租车发展历程分析	35
图表 24 2015-2017年神州租车营业收入情况统计	36
图表 25 2017年第2季度中国代驾服务活跃用户覆盖率统计情况	38
图表 26 Parkme运营生态链示意图	41
图表 27 Streetline运营生态链示意图	42
图表 28 车位预定 B2C示意图	43
图表 29 丁丁停车界面示意图	44
图表 30 e代泊界面示意图	45

详细请访问：<http://www.bosidata.com/report/O62853UXHJ.html>