

2018-2023年中国互联网+ 打车（出租车）市场分析与行业调查报告

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+打车（出租车）市场分析与行业调查报告》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/R918941P0W.html>

【报告价格】纸介版8000元 电子版8000元 纸介+电子8200元

【出版日期】2018-04-28

【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+打车（出租车）市场分析与行业调查报告》介绍了互联网+打车（出租车）行业相关概述、中国互联网+打车（出租车）产业运行环境、分析了中国互联网+打车（出租车）行业的现状、中国互联网+打车（出租车）行业竞争格局、对中国互联网+打车（出租车）行业做了重点企业经营状况分析及中国互联网+打车（出租车）产业发展前景与投资预测。您若想对互联网+打车（出租车）产业有个系统的了解或者想投资互联网+打车（出租车）行业，本报告是您不可或缺的重要工具。

我国一二线大城市中，“打车难”一直困扰着出租车行业，乘客打不到车、司机空载，司机和乘客之间存在着信息和资源的高度不对称。统一电召平台虽然在某种程度上解决司机和乘客的信息不对称，但经常出现乘客或者司机的爽约现象，影响用户体验。随着移动互联网的发展，以用户为中心的打车应用将司机和乘客连在一起，其良好的使用体验吸引用户使用，为司机和乘客实现资源的合理配置。

移动打车应用自2011年开始出现以来，经历高速发展期、激战期和寡头竞争局面，形成了一家独大的市场格局。2011年底，国内首款打车软件摇摇招车成立；2012年

报告目录：

第一章打车（出租车）概述

第一节打车（出租车）定义

第二节打车（出租车）行业发展历程

第三节打车（出租车）应用领域

第四节打车（出租车）产业链分析

一、打车（出租车）行业产业链简介

二、上游市场供给分析

三、下游市场需求分析

移动打车应用是连接乘客和司机的服务平台，由乘客发起乘车需求，需求经过智能叫车系统处理之后生成订单，然后，智能叫车系统将订单推送到司机端，由司机进行抢单，抢到订单的司机可以根据乘客信息联系并接送乘客。

出租车叫车软件的出现，主要解决了三大痛点。在叫车环节，路线请求由附近的用户发起，帮助司机发现周围的乘客，同时允许司机选择自己希望的路线，降低司机的空驶率；在乘车环节，为司机提供最优的路径规划，避免争议；在付款环节，以移动支付代替纸币，提高效率

率。对司机而言，降低空驶率和选择路线，对他们的吸引力巨大。帮助他们在单位时间内搭乘更多的乘客，以提高自身的收入。

同时，叫车平台还提供了乘客加价功能，在高峰期利用价格来对供求进行调整。而乘客的加价则全部归司机所有。

目前，移动打车应用（出租车）对乘客和司机端的服务都是免费的，而加价模式在国内某些区域被叫停，移动打车对平台来说尚无明确的盈利模式，但是平台一旦拥有巨大的流量后、有助于从出租车订单向有盈利模式的专车订单引流。

移动打车平台运营模式

资料来源：公开资料整理

第二章打车（出租车）发展环境及政策分析

第一节政策环境

第二节经济环境

第三节技术环境

第四节社会环境

第三章中国打车（出租车）生产现状分析

第一节打车（出租车）行业总体规模

2015年我国打车（出租车）市场规模为153亿元，占同期国内网约车市场规模总量的41.4%。

2012-2015年我国打车（出租车）市场规模走势图

资料来源：公开资料整理

出租车打车市场用户覆盖率最高，定位于日常出行，市场发展成熟，滴滴快的形成垄断。移动打车应用解决了司机和乘客信息不对称的问题，减少了乘客叫不到车，司机空载的现象。自2011年开始出现以来，经历高速发展期、激战期和寡头竞争，目前形成滴滴快的一家独大的局面。预计未来该领域需求市场规模将延续增长态势。

第二节打车（出租车）产量概况

一、2013-2017年产量分析

二、2018-2024年产量预测

第三节打车（出租车）消费量概况

一、2013-2017年消费量分析

二、2018-2024年消费量预测

第四节打车（出租车）产业的生命周期分析

第五节打车（出租车）产业供需情况

第四章2011-2017年中国打车（出租车）行业总体发展状况

第一节2013-2017年打车（出租车）行业发展概述

第二节2013-2017年打车（出租车）行业经济运行状况

一、打车（出租车）行业企业数量分析

二、打车（出租车）行业资产规模分析

三、打车（出租车）行业销售收入分析

四、打车（出租车）行业利润总额分析

第三节2013-2017年打车（出租车）行业成本费用分析

一、打车（出租车）行业销售成本分析

二、打车（出租车）行业销售费用分析

三、打车（出租车）行业管理费用分析

四、打车（出租车）行业财务费用分析

第四节2013-2017年打车（出租车）行业运营效益分析

一、打车（出租车）行业盈利能力分析

二、打车（出租车）行业运营能力分析

三、打车（出租车）行业偿债能力分析

四、打车（出租车）行业成长能力分析

第五章2017年中国打车（出租车）行业发展概况

第一节2017年中国打车（出租车）市场发展现状分析

第二节2017年中国打车（出租车）行业发展特点分析

第三节2017年中国打车（出租车）行业市场供需分析

第六章中国打车（出租车）行业市场竞争分析

第一节打车（出租车）行业竞争力分析

一、上游议价能力分析

二、下游议价能力分析

三、替代品威胁分析

四、新进入者威胁分析

五、行业竞争现状分析

第二节打车（出租车）行业市场集中度分析

一、行业市场集中度分析

二、行业主要竞争者分析

第七章中国打车（出租车）行业传统商业模式分析

第一节打车（出租车）行业经营模式

第二节打车（出租车）行业盈利模式

第六章中国打车（出租车）行业商业模式构建与实施策略

第一节打车（出租车）行业商业模式要素与特征

一、商业模式的构成要素

二、商业模式的模式要素

三、成功商业模式的特征

第二节打车（出租车）行业企业商业模式构建步骤

一、挖掘客户价值需求

二、产业价值链再定位

三、寻找利益相关者

四、构建盈利模式

第三节打车（出租车）行业商业模式的实施策略

一、企业价值链管理的目标

二、企业价值链管理系统建设

三、企业文化建设

第八章中国打车（出租车）行业商业模式创新转型分析

第一节互联网思维对行业的影响

一、互联网思维三大特征

二、基于互联网思维的行业发展

第二节互联网时代打车（出租车）商业模式

第三节互联网背景下打车（出租车）行业商业模式选择

- 一、打车（出租车）行业与互联网思维的结合
- 二、互联网背景下打车（出租车）行业商业模式选择

第九章2017年打车（出租车）行业重点品牌企业分析

第一节A公司

- 一、企业简介分析
- 二、企业主要经营数据现状分析
 - 1、企业主要经济指标
 - 2、企业偿债能力分析
 - 3、企业盈利能力分析
 - 4、企业运营能力分析
- 三、企业业务产品结构分析
- 四、企业发展历程分析
- 五、企业销售渠道联系方式分析
- 六、企业主要下游客户分析
- 七、企业产品核心竞争力优劣势分析
- 八、企业投资前景规划及走向分析

第二节B公司

- 一、企业简介分析
- 二、企业主要经营数据现状分析
 - 1、企业主要经济指标
 - 2、企业偿债能力分析
 - 3、企业盈利能力分析
 - 4、企业运营能力分析
- 三、企业业务产品结构分析
- 四、企业发展历程分析
- 五、企业销售渠道联系方式分析
- 六、企业主要下游客户分析
- 七、企业产品核心竞争力优劣势分析
- 八、企业投资前景规划及走向分析

第三节C公司

- 一、企业简介分析

二、企业主要经营数据现状分析

1、企业主要经济指标

2、企业偿债能力分析

3、企业盈利能力分析

4、企业运营能力分析

三、企业业务产品结构分析

四、企业发展历程分析

五、企业销售渠道联系方式分析

六、企业主要下游客户分析

七、企业产品核心竞争力优劣势分析

八、企业投资前景规划及走向分析

第四节D公司

一、企业简介分析

二、企业主要经营数据现状分析

1、企业主要经济指标

2、企业偿债能力分析

3、企业盈利能力分析

4、企业运营能力分析

三、企业业务产品结构分析

四、企业发展历程分析

五、企业销售渠道联系方式分析

六、企业主要下游客户分析

七、企业产品核心竞争力优劣势分析

八、企业投资前景规划及走向分析

第五节E公司

一、企业简介分析

二、企业主要经营数据现状分析

1、企业主要经济指标

2、企业偿债能力分析

3、企业盈利能力分析

4、企业运营能力分析

三、企业业务产品结构分析

- 四、企业发展历程分析
- 五、企业销售渠道联系方式分析
- 六、企业主要下游客户分析
- 七、企业产品核心竞争力优劣势分析
- 八、企业投资前景规划及走向分析

第六节F公司

- 一、企业简介分析
- 二、企业主要经营数据现状分析
 - 1、企业主要经济指标
 - 2、企业偿债能力分析
 - 3、企业盈利能力分析
 - 4、企业运营能力分析
- 三、企业业务产品结构分析
- 四、企业发展历程分析
- 五、企业销售渠道联系方式分析
- 六、企业主要下游客户分析
- 七、企业产品核心竞争力优劣势分析
- 八、企业投资前景规划及走向分析

第十章打车（出租车）行业投资分析与预测

第一节行业投资特性分析

- 一、盈利模式分析
- 二、盈利因素分析

第二节行业投资前景分析

- 一、投资政策风险分析
- 二、投资技术风险分析
- 三、投资供求风险分析
- 四、宏观经济波动风险

第三节行业投资机会与建议

- 一、行业投资机会分析
- 二、行业主要投资建议

第十一章2018-2024年中国打车（出租车）行业投融资战略规划分析

第一节打车（出租车）行业关键成功要素分析

第二节打车（出租车）行业投资壁垒分析

一、打车（出租车）行业进入壁垒

二、打车（出租车）行业退出壁垒

第三节打车（出租车）行业融资渠道与策略

一、打车（出租车）行业融资渠道分析

二、打车（出租车）行业融资策略分析

图表目录

图表：2013-2017年打车（出租车）行业企业数量分析

图表：2013-2017年打车（出租车）行业资产规模分析

图表：2013-2017年打车（出租车）行业销售收入分析

图表：2013-2017年打车（出租车）行业利润总额分析

图表：打车（出租车）行业“波特五力”分析

图表：生命周期各发展阶段的影响

图表：2018-2024年打车（出租车）市场规模预测

图表：2018-2024年打车（出租车）行业销售收入预测

图表：2018-2024年打车（出租车）行业总资产预测

图表：2018-2024年中国打车（出租车）供给预测

图表：2018-2024年中国打车（出租车）需求量预测

图表：2018-2024年中国打车（出租车）供需平衡预测

图表：2018-2024年影响打车（出租车）行业运行的有利因素

图表：2018-2024年影响打车（出租车）行业运行的稳定因素

图表：2018-2024年影响打车（出租车）行业运行的不利因素

图表：2018-2024年我国打车（出租车）行业发展面临的挑战

图表：2018-2024年我国打车（出租车）行业发展面临机遇

图表：2018-2024年打车（出租车）行业经营风险及控制策略

图表：2018-2024年打车（出租车）行业同业竞争风险及控制策略

详细请访问：<http://www.bosidata.com/report/R918941P0W.html>