

2020年中国移动服务（MAAS）市场分析报告- 行业运营态势与发展前景研究

报告大纲

观研报告网

www.chinabaogao.com

一、报告简介

观研报告网发布的《2020年中国移动服务（MAAS）市场分析报告-行业运营态势与发展前景研究》涵盖行业最新数据，市场热点，政策规划，竞争情报，市场前景预测，投资策略等内容。更辅以大量直观的图表帮助本行业企业准确把握行业发展态势、市场商机动向、正确制定企业竞争战略和投资策略。本报告依据国家统计局、海关总署和国家信息中心等渠道发布的权威数据，以及我中心对本行业的实地调研，结合了行业所处的环境，从理论到实践、从宏观到微观等多个角度进行市场调研分析。

官网地址：<http://baogao.chinabaogao.com/tongxinshebei/342634342634.html>

报告价格：电子版: 7200元 纸介版：7200元 电子和纸介版: 7500

订购电话: 400-007-6266 010-86223221

电子邮箱: sale@chinabaogao.com

联系人: 客服

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、报告目录及图表目录

一、中国发展MaaS的基础

虽然MaaS概念是在欧盟提出来的，但是中国对于MaaS也非常重视。中央领导人几次在一些重大的会议上都提出来要构建现代化交通运输体系，其核心是实现交通运输的一体化，最终的目标是让出行更方便，环境更宜居，同时实现从交通大国向交通强国的转变，进而支撑国家两个一百年的伟大目标。

围绕这样一个目标，其实国家已经做了很多工作，包括发布了一系列的政策文件来支撑MaaS的发展。包括交通领域、技术领域的一些重大政策，还有今年刚发布的现代综合交通运输体系规划，也提出了要构建“一站式”出行服务体系，其实质是实现客运“一票到家”和货运的“一单到底”。

图：MaaS服务商系统资料来源：互联网 技术层面的基础就是我国移动互联网发达，目前全国互联网普及率虽然只有53%，但是手机网民的比例非常高，占到了95%，全球平均水平为68%，所以我国整个移动互联网的研究和应用，走在世界的前列。

另外一个很重要的是在移动互联网技术背景下，我国的移动消费突飞猛进，移动支付已冠绝全球。2016年移动支付达到了19万亿人民币，是美国的50倍。在移动支付体系发展的基础上，新技术的发展也带来了整个交通模式的快速创新，尤其是2015年中国政府提出的“互联网+”行动计划，然后就产生了各类交通服务的模式。

以共享单车为例，发展速度非常快，现在可能已经到了100个城市，车辆已经突破1000万辆，用户数量已经将近达到1个亿，去年服务人群是11个亿人次。为什么发展这么快？我认为主要是技术的发展，就是整个支付体系的变革带来信用体系的构建和服务模式的转变。传统IC卡技术，具有沉淀资金、退卡难、覆盖面窄、便捷性较手机差、跨区域技术实现复杂等问题，一定程度影响了综合交通运输体系的协同发展。

中国发展MaaS的基础还有一方面是新理念新技术日新月异，尤其是分享理念，另外是我们汽销、产销模式，能源结构转变，这也是我们国家大的战略转变。

还有一个是空间信息服务能力持续增强，北斗系统快速发展可以为公众提供非常高精度的时空信息服务，同时公众海量出行时空数据的共享可有效改善出行服务。所以以上各方面都为我们国家发展MaaS提供了良好的基础。

二、发展MaaS面临的挑战

有机遇自然会面临挑战。MaaS的核心内涵是要确保交通运输朝着绿色低碳、高效便捷、经济舒适、安全可靠等方向发展，其中安全包括出行服务的安全性、支付的安全性、还有个人隐私的安全性，另外很重要的是，我们要打造一个文明出行的信用体系和相关的制度监管体系，让未来整个城市更好的发展。

所以我们根据MaaS的内涵将其相关利益方进行了梳理，就有各种各样的主体，包括老百姓出行，还有政府管理者和一些银行机构都纳入到这个里面。

针对这种利益共同体，我们面临的一些挑战，主要有这几个方面。

一是如何来打破系统的利益格局。在支付体系方面，现在最大的问题就是如果没有找到合适的模式，传统通卡公司可能对这个事情是比较反对的。在运营体系方面，不同的运营主体在这个一体化运营过程中到底怎么来利益分成。在监管体系方面，不同的监管主体都有利益诉求，应该如何调整。

二是围绕这样一个利益格局，我们要有一系列政策法规，如何鼓励新的模式并确定其合法性，明确各交通模式的发展定位，制定相关的行为规范并及时监管MaaS中存在安全、服务等问题。

三是如何进行体制机制的调整，如何实现不同运输模式规划、运营、管理、服务环节的衔接非常重要；实现不同监管机构间的业务协同；构建门到门出行绩效评价指标体系，优化补贴机制。

四是交通信用体系的建设，需要健全MaaS信用体系建设，建设MaaS各利益相关体信用积分制度与诚信黑名单制度，规范消费者、交通运营商、MaaS服务提供者、管理者的行为规范。

虽然现阶段MaaS生态雏形未成，且在各个层面都面临不同问题：消费层市场亟待成熟，服务层来自官方的管控，数据层各方数据的共享，运营层不能提供足够多的选择等。但，MaaS已经吸引越来越多来自全球各方的注意力，未来必将对于消费者行为、出行选择、政策调控带来不可替代的影响。

资料来源：互联网

(GYWWJP)

观研天下发布的《2020年中国移动服务(MAAS)市场分析报告-行业运营态势与发展前景研究》内容严谨、数据翔实，更辅以大量直观的图表帮助本行业企业准确把握行业发展动向、市场前景、正确制定企业竞争战略和投资策略。本报告依据国家统计局、海关总署和国家信息中心等渠道发布的权威数据，以及我中心对本行业的实地调研，结合了行业所处的环境，从理论到实践、从宏观到微观等多个角度进行市场调研分析。

它是业内企业、相关投资公司及政府部门准确把握行业发展趋势，洞悉行业竞争格局，规避经营和投资风险，制定正确竞争和投资战略决策的重要决策依据之一。本报告是全面了解行业以及对本行业进行投资不可或缺的重要工具。观研天下是国内知名的行业信息咨询机构，拥有资深的专家团队，多年来已经为上万家企业单位、咨询机构、金融机构、行业协会、个人投资者等提供了专业的行业分析报告，客户涵盖了华为、中国石油、中国电信、中国建筑、惠普、迪士尼等国内外行业领先企业，并得到了客户的广泛认可。

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。本研究报告采用的行业分析方法包括波特五力模型分

析法、SWOT分析法、PEST分析法，对行业进行全面的内外部环境分析，同时通过资深分析师对目前国家经济形势的走势以及市场发展趋势和当前行业热点分析，预测行业未来的发展方向、新兴热点、市场空间、技术趋势以及未来发展战略等。

【报告大纲】

第一章 2017-2020年中国移动服务（MAAS）行业发展概述

第一节 移动服务（MAAS）行业发展情况概述

- 一、移动服务（MAAS）行业相关定义
- 二、移动服务（MAAS）行业基本情况介绍
- 三、移动服务（MAAS）行业发展特点分析

第二节 中国移动服务（MAAS）行业上下游产业链分析

- 一、产业链模型原理介绍
- 二、移动服务（MAAS）行业产业链条分析
- 三、中国移动服务（MAAS）行业产业链环节分析

1、上游产业

2、下游产业

第三节 中国移动服务（MAAS）行业生命周期分析

- 一、移动服务（MAAS）行业生命周期理论概述
- 二、移动服务（MAAS）行业所属的生命周期分析

第四节 移动服务（MAAS）行业经济指标分析

- 一、移动服务（MAAS）行业的赢利性分析
- 二、移动服务（MAAS）行业的经济周期分析
- 三、移动服务（MAAS）行业附加值的提升空间分析

第五节 中国移动服务（MAAS）行业进入壁垒分析

- 一、移动服务（MAAS）行业资金壁垒分析
- 二、移动服务（MAAS）行业技术壁垒分析
- 三、移动服务（MAAS）行业人才壁垒分析
- 四、移动服务（MAAS）行业品牌壁垒分析
- 五、移动服务（MAAS）行业其他壁垒分析

第二章 2017-2020年全球移动服务（MAAS）行业市场发展现状分析

第一节 全球移动服务（MAAS）行业发展历程回顾

第二节 全球移动服务（MAAS）行业市场区域分布情况

第三节 亚洲移动服务（MAAS）行业地区市场分析

- 一、亚洲移动服务（MAAS）行业市场现状分析
- 二、亚洲移动服务（MAAS）行业市场规模与市场需求分析
- 三、亚洲移动服务（MAAS）行业市场前景分析

第四节 北美移动服务（MAAS）行业地区市场分析

- 一、北美移动服务（MAAS）行业市场现状分析
- 二、北美移动服务（MAAS）行业市场规模与市场需求分析
- 三、北美移动服务（MAAS）行业市场前景分析

第五节 欧盟移动服务（MAAS）行业地区市场分析

- 一、欧盟移动服务（MAAS）行业市场现状分析
- 二、欧盟移动服务（MAAS）行业市场规模与市场需求分析
- 三、欧盟移动服务（MAAS）行业市场前景分析

第六节 2021-2026年世界移动服务（MAAS）行业分布走势预测

第七节 2021-2026年全球移动服务（MAAS）行业市场规模预测

第三章 中国移动服务（MAAS）产业发展环境分析

第一节 我国宏观经济环境分析

- 一、中国GDP增长情况分析
- 二、工业经济发展形势分析
- 三、社会固定资产投资分析
- 四、全社会消费品移动服务（MAAS）总额
- 五、城乡居民收入增长分析
- 六、居民消费价格变化分析
- 七、对外贸易发展形势分析

第二节 中国移动服务（MAAS）行业政策环境分析

- 一、行业监管体制现状
- 二、行业主要政策法规

第三节 中国移动服务（MAAS）产业社会环境发展分析

- 一、人口环境分析
- 二、教育环境分析
- 三、文化环境分析
- 四、生态环境分析
- 五、消费观念分析

第四章 中国移动服务（MAAS）行业运行情况

第一节 中国移动服务（MAAS）行业发展状况情况介绍

- 一、行业发展历程回顾
- 二、行业创新情况分析
- 三、行业发展特点分析

第二节 中国移动服务（MAAS）行业市场规模分析

第三节 中国移动服务（MAAS）行业供应情况分析

第四节 中国移动服务（MAAS）行业需求情况分析

第五节 中国移动服务（MAAS）行业供需平衡分析

第六节 中国移动服务（MAAS）行业发展趋势分析

第五章 中国移动服务（MAAS）所属行业运行数据监测

第一节 中国移动服务（MAAS）所属行业总体规模分析

一、企业数量结构分析

二、行业资产规模分析

第二节 中国移动服务（MAAS）所属行业产销与费用分析

一、流动资产

二、销售收入分析

三、负债分析

四、利润规模分析

五、产值分析

第三节 中国移动服务（MAAS）所属行业财务指标分析

一、行业盈利能力分析

二、行业偿债能力分析

三、行业营运能力分析

四、行业发展能力分析

第六章 2017-2020年中国移动服务（MAAS）市场格局分析

第一节 中国移动服务（MAAS）行业竞争现状分析

一、中国移动服务（MAAS）行业竞争情况分析

二、中国移动服务（MAAS）行业主要品牌分析

第二节 中国移动服务（MAAS）行业集中度分析

一、中国移动服务（MAAS）行业市场集中度分析

二、中国移动服务（MAAS）行业企业集中度分析

第三节 中国移动服务（MAAS）行业存在的问题

第四节 中国移动服务（MAAS）行业解决问题的策略分析

第五节 中国移动服务（MAAS）行业竞争力分析

一、生产要素

二、需求条件

三、支援与相关产业

四、企业战略、结构与竞争状态

五、政府的作用

第七章 2017-2020年中国移动服务（MAAS）行业需求特点与动态分析

第一节 中国移动服务（MAAS）行业消费市场动态情况

第二节 中国移动服务（MAAS）行业消费市场特点分析

- 一、需求偏好
- 二、价格偏好
- 三、品牌偏好
- 四、其他偏好

第三节 移动服务（MAAS）行业成本分析

第四节 移动服务（MAAS）行业价格影响因素分析

- 一、供需因素
- 二、成本因素
- 三、渠道因素
- 四、其他因素

第五节 中国移动服务（MAAS）行业价格现状分析

第六节 中国移动服务（MAAS）行业平均价格走势预测

- 一、中国移动服务（MAAS）行业价格影响因素
- 二、中国移动服务（MAAS）行业平均价格走势预测
- 三、中国移动服务（MAAS）行业平均价格增速预测

第八章 2017-2020年中国移动服务（MAAS）行业区域市场现状分析

第一节 中国移动服务（MAAS）行业区域市场规模分布

第二节 中国华东地区移动服务（MAAS）市场分析

- 一、华东地区概述
- 二、华东地区经济环境分析
- 三、华东地区移动服务（MAAS）市场规模分析
- 四、华东地区移动服务（MAAS）市场规模预测

第三节 华中地区市场分析

- 一、华中地区概述
- 二、华中地区经济环境分析
- 三、华中地区移动服务（MAAS）市场规模分析
- 四、华中地区移动服务（MAAS）市场规模预测

第四节 华南地区市场分析

- 一、华南地区概述
- 二、华南地区经济环境分析
- 三、华南地区移动服务（MAAS）市场规模分析
- 四、华南地区移动服务（MAAS）市场规模预测

第九章 2017-2020年中国移动服务（MAAS）行业竞争情况

第一节 中国移动服务（MAAS）行业竞争结构分析（波特五力模型）

一、现有企业间竞争

二、潜在进入者分析

三、替代品威胁分析

四、供应商议价能力

五、客户议价能力

第二节 中国移动服务（MAAS）行业SWOT分析

一、行业优势分析

二、行业劣势分析

三、行业机会分析

四、行业威胁分析

第三节 中国移动服务（MAAS）行业竞争环境分析（PEST）

一、政策环境

二、经济环境

三、社会环境

四、技术环境

第十章 移动服务（MAAS）行业企业分析（随数据更新有调整）

第一节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、发展现状

四、优劣势分析

第二节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、发展现状

四、优劣势分析

第三节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、发展现状

四、优劣势分析

第四节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、发展现状

四、优劣势分析

第五节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、发展现状

四、优劣势分析

第十一章 2021-2026年中国移动服务（MAAS）行业发展前景分析与预测

第一节 中国移动服务（MAAS）行业未来发展前景分析

一、移动服务（MAAS）行业国内投资环境分析

二、中国移动服务（MAAS）行业市场机会分析

三、中国移动服务（MAAS）行业投资增速预测

第二节 中国移动服务（MAAS）行业未来发展趋势预测

第三节 中国移动服务（MAAS）行业市场发展预测

一、中国移动服务（MAAS）行业市场规模预测

二、中国移动服务（MAAS）行业市场规模增速预测

三、中国移动服务（MAAS）行业产值规模预测

四、中国移动服务（MAAS）行业产值增速预测

五、中国移动服务（MAAS）行业供需情况预测

第四节 中国移动服务（MAAS）行业盈利走势预测

一、中国移动服务（MAAS）行业毛利润同比增速预测

二、中国移动服务（MAAS）行业利润总额同比增速预测

第十二章 2021-2026年中国移动服务（MAAS）行业投资风险与营销分析

第一节 移动服务（MAAS）行业投资风险分析

一、移动服务（MAAS）行业政策风险分析

二、移动服务（MAAS）行业技术风险分析

三、移动服务（MAAS）行业竞争风险分析

四、移动服务（MAAS）行业其他风险分析

第二节 移动服务（MAAS）行业企业经营发展分析及建议

一、移动服务（MAAS）行业经营模式

二、移动服务（MAAS）行业销售模式

三、移动服务（MAAS）行业创新方向

第三节 移动服务（MAAS）行业应对策略

一、把握国家投资的契机

二、竞争性战略联盟的实施

三、企业自身应对策略

第十三章 2021-2026年中国移动服务（MAAS）行业发展战略及规划建议

第一节 中国移动服务（MAAS）行业品牌战略分析

- 一、移动服务（MAAS）企业品牌的重要性
- 二、移动服务（MAAS）企业实施品牌战略的意义
- 三、移动服务（MAAS）企业品牌的现状分析
- 四、移动服务（MAAS）企业的品牌战略
- 五、移动服务（MAAS）品牌战略管理的策略

第二节 中国移动服务（MAAS）行业市场的重点客户战略实施

- 一、实施重点客户战略的必要性
- 二、合理确立重点客户
- 三、对重点客户的营销策略
- 四、强化重点客户的管理
- 五、实施重点客户战略要重点解决的问题

第三节 中国移动服务（MAAS）行业战略综合规划分析

- 一、战略综合规划
- 二、技术开发战略
- 三、业务组合战略
- 四、区域战略规划
- 五、产业战略规划
- 六、营销品牌战略
- 七、竞争战略规划

第十四章 2021-2026年中国移动服务（MAAS）行业发展策略及投资建议

第一节 中国移动服务（MAAS）行业产品策略分析

- 一、服务产品开发策略
- 二、市场细分策略
- 三、目标市场的选择

第二节 中国移动服务（MAAS）行业定价策略分析

第三节 中国移动服务（MAAS）行业营销渠道策略

- 一、移动服务（MAAS）行业渠道选择策略
- 二、移动服务（MAAS）行业营销策略

第四节 中国移动服务（MAAS）行业价格策略

第五节 观研天下行业分析师投资建议

- 一、中国移动服务（MAAS）行业重点投资区域分析
- 二、中国移动服务（MAAS）行业重点投资产品分析

图表详见正文

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/tongxinshebei/342634342634.html>