

2021年中国网约车市场调研报告- 市场运营现状与发展动向预测

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《2021年中国网约车市场调研报告-市场运营现状与发展动向预测》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/qiche/534241534241.html>

报告价格：电子版: 8200元 纸介版：8200元 电子和纸介版: 8500

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

网约车即网络预约出租汽车，网约车服务是指以互联网技术为依托构建服务平台，整合供需信息，使用符合条件的车辆和驾驶员，为用户提供非巡游的预约出租汽车服务的经营活动。当前网约车平台服务模式涵盖快车、专车、拼车和顺风车，但顺风车并不属于法律定义的网约车服务。

网约车平台服务模式 数据来源：公开资料整理

根据数据显示，2018年，我国网约车行业市场规模为2700.8亿元，较上年同比增长28.5%；2019年，我国网约车行业市场规模为**亿元，较上年同比增长**%。

2015-2019年我国网约车行业市场规模及增速 数据来源：公开资料整理

一、优势分析

(1) 我国网约车行业主流商业模式包括B2C重资产模式和C2C轻资产模式。B2C重资产模式：网约车企业，如曹操专车，自购车辆和自雇专业驾驶员为用户提供服务；C2C轻资产模式：网约车企业，如美团打车，提供网络平台，由汽车租赁公司或私家车主提供车辆和司机，为用户提供服务。C2C平台拥有规模优势，但缺乏垂直管控能力；B2C平台垂直管控能力强，但却缺乏规模优势。近年来，滴滴出行、神州专车、首汽约车和易到等企业已经开始将B2C和C2C模式融合，兼顾自营及平台业务，推动行业升级发展。

我国网约车行业典型代表企业商业模式基本情况

商业模式

企业名称

接单模式

车辆来源

司机来源

收入情况

C2C

滴滴出行

系统自动为司机分配订单，司机无法事先查阅订单信息

汽车租赁公司；挂靠在汽车租赁公司的私家车辆

司机网上报名申请，平台审核通过后即可

运营收入为个人所得

易到用车

司机可看订单信息并自行选单

汽车租赁公司；挂靠在汽车租赁公司的私家车辆

司机网上报名申请，平台审核通过后即可

运营收入为个人所得

美团打车

司机可看订单信息并自行选单

汽车租赁公司；挂靠在汽车租赁公司的私家车车辆

司机网上报名申请，平台审核通过后即可

运营收入为个人所得

B2C

神州专车

司机可看订单信息并自行选单，但选单后必须10秒内可接单

公司自行采购；集团的汽车租赁公司提供

司机为企业雇佣

按月领取薪水

首汽约车

司机可看订单信息并自行选单

出租运营车辆；集团的汽车租赁公司提供

司机为企业雇佣

按月领取薪水

曹操专车

系统自动为司机分配订单，司机无法事先查阅订单信息

公司自行采购

司机为企业雇佣

按月领取薪水数据来源：公开资料整理

（2）网约车平台不仅承担了连接司机与乘客的中介职能，还通过服务模式、数据计算系统、信用评价体系、信用支付手段改变城市交通出行领域的参与主体、服务方式、业务管理、支付方式等环节。网约车平台优化乘客打车体验，改变传统出租司机等客方式，让司机根据路线最优原则接单，最大化节省司乘双方的资源与时间。

二、劣势分析

（1）网约车事故频发：网约车平台管理不健全让不法分子有可乘之机，网约车事故频发，乘客人身安全和财产得不到保障。加之网约车平台对紧急情况处理不善，加剧了民众对网约车平台的不信任，降低平台用户粘性，严重影响网约车行业的客源稳定性，不利于行业的良性发展。

（2）政策收紧：各地方政府相继颁布了网约车车辆和驾驶员管理办法，对网约车车辆的型号和驾驶员本身作出了一定的限制。如北京市交通委公布的《北京市网络预约出租汽车经营服务管理实施细则(征求意见稿)》明确指出网约车驾驶员必须是北京户籍，北京驾照且驾龄不得低于三年，车辆必须拥有北京牌照，并对排气量和轴距做了相应规定。上海在《上海市网络预约出租汽车经营服务管理若干规定》中也将网约车车辆和司机的范围局限于本地

车牌和当地人。多地政策收紧，提高了网约车车辆和司机的准入标准，导致网约车供给数量大幅下降，不符合硬性要求的司机将出局，网约车车辆供给随之下降，乘客会再次面临打车难的困境。

我国网约车行业劣势分析 数据来源：公开资料整理

三、 机遇分析

(1) 随着城市化进程加快，我国农村人口不断向城镇流动，城镇人口数量快速增多。城镇人口的急速增长为公共交通体系带来了极大的挑战，而公共交通满负荷运载，不能解决居民出行困难的问题。在此情况下，网约车行业迎来发展良机。

根据数据显示，2017年，我国城镇人口数量为8.1亿人，较上年同比增长2.5%；2018年，我国城镇人口数量为8.3亿人，较上年同比增长2.5%。

2014-2018年我国城镇人口数量及增速 数据来源：公开资料整理

(2) 我国居民消费水平日益提高，在出行领域对优质的出行方式（如私家车、出租车等）需求日益增长。但由于私家车限行和出租车运营压力较大，居民优质出行需求得不到满足，加速了网约车行业的发展。

(3) 新能源汽车污染少、噪声小、节能环保，更有利于城市的环境保护。近年来，多个地方政府相继出台相关政策鼓励或强制出行领域的交通工具使用新能源汽车，部分城市采用限制燃油车牌照颁发以鼓励新能源汽车的使用，众多城市则直接规定新注册为网约车的车辆必须为新能源汽车。新能源汽车的投入使用助力网约车行业升级换代，推动行业进一步发展。

我国新能源网约车相关政策

日期

政策名称

制定部门

主要内容

2016.12

《深圳市网络预约出租汽车经营服务管理暂行办法》

深圳市司法局

截止至2020年底前，网约车必须全部更换为轴距2650毫米以上的纯电动小汽车

2017.04

《佛山网络预约出租汽车经营服务暂行办法》

佛山市交通运输局

从2018年11月1日起,所有申请从事经营网约车的个人或单位,均须依照修订后的《佛山网络预约出租汽车经营服务暂行办法》中对网约车的车辆标准和条件,使用新能源车辆

2018.09

《海口市网络预约出租汽车经营服务管理实施细则》

海口市交通运输、港航管理局

自2019年起，海口市新增或更换的网约车将100%使用清洁能源车辆

2019.01

《惠州市网络预约出租汽车经营服务管理实施细则（试行）》

惠州市交通运输局

从事网约车经营的车辆必须是轴距不小于2650毫米的新能源汽车数据来源：公开资料整理

（4）在市场开拓初期，网约车企业主要通过高额补贴方式吸引司机和用户的进驻，以抢占市场份额，但这样大幅增加了企业的运营成本。近些年资本的追捧为网约车相关企业提供资金支持，为行业的发展提供了重要的物质保障。

四、威胁分析

（1）政策威胁：近年来网约车快速发展，给人们带来出行便利的同时亦引发众多社会关注的安全问题。网约车行业存在的安全漏洞和管理问题仍是一道待解难题。网约车行业乱象突显，政府监管力度逐步升级，中央及地方先后出台对网约车行业的监管治理办法及细则，部分网约车企业面临整改和倒闭风险。

如2016年7月，交通运输部、工信部等7部委制定《网络预约出租汽车经营服务管理暂行办法》，设置了网络预约出租汽车经营许可证、网络预约出租汽车运输证和网络预约出租汽车驾驶员证三项行政许可，要求网约车合法合规运营需人、车、平台三证合一：平台持证运营，网约车平台需具有企业法人资格，具有相应信息数据交互及处理能力，已与银行建立电子结算支付协议等，需向所在经营区域行政管理部门申请《网络出租汽车经营许可证》方可进入；车辆持证上路，车辆运营需取得《网络预约出租汽车运输证》；驾驶员持证上岗，驾驶员需有3年以上驾驶经历，无交通肇事犯罪、危险驾驶犯罪记录，无吸毒记录，无饮酒后驾驶记录，无暴力犯罪记录，获得《网络预约出租汽车驾驶员证》。

我国网约车行业监管政策

日期

政策名称

制定部门

主要内容

2016.07

《网络预约出租汽车经营服务管理暂行办法》

交通运输部、工信部等7部委

设置了网络预约出租汽车经营许可证、网络预约出租汽车运输证和网络预约出租汽车驾驶员证三项行政许可。办法要求网约车合法合规运营需人、车、平台三证合一：平台持证运营：网约车平台需具有企业法人资格，具有相应信息数据交互及处理能力，已与银行建立电子结算支付协议等，需向所在经营区域行政管理部门申请《网络出租汽车经营许可证》方可进入；车辆持证上路：车辆运营需取得《网络预约出租汽车运输证》；驾驶员持证上岗：

驾驶员需有3年以上驾驶经历，无交通肇事犯罪、危险驾驶犯罪记录，无吸毒记录，无饮酒后驾驶记录等；无暴力犯罪记录；获得《网络预约出租汽车驾驶员证》。

2018.03

《网络预约出租汽车监管信息交互平台运行管理办法》

交通运输部、工业和信息化部等7部委

要求网约车平台公司在取得相应《网络预约出租汽车经营许可证》后，应自次日零时起向部级平台传输相关基础静态信息以及订单信息、经营信息、定位信息、服务质量信息等运营数据，且网约车平台公司应保证传输数据的完整性、规范性、及时性、真实性等，确保数据传输质量。

2018.06

《关于加强网络预约出租汽车行业事中事后联合监管有关工作的通知》

交通部、网信办、工业和信息化部等7部委

明确了网约车行业事后联合监管工作流程，并进一步明确提出对约谈后仍拒不改正的网约车平台公司可相应采取暂停发布、下架移动互联网应用程序（APP）、停止互联网服务、6个月内停止联网或停机整顿等处置措施。

2018.09

《关于进一步加强网络预约出租汽车和私人小客车合乘安全管理的紧急通知》

交通运输部办公厅和公安部办公厅

要求2018年12月31日前，在全国范围组织开展打击非法从事出租汽车经营的专项整治行动，全面清退不符合条件的车辆和驾驶员，并基本实现网约车平台公司、车辆和驾驶员合规化。数据来源：公开资料整理

（2）竞争威胁：2018年以来，不断有企业跨界进入网约车市场，行业竞争激烈，市场格局未定。尽管目前滴滴出行、曹操专车等企业占据行业主要市场，但随着合规化要求的到来以及网约车新能源化进程的推进，未来的我国网约车市场格局或将迎来新一轮的变化，各参与者都有机会参与改造市场，行业竞争加剧。

根据数据显示，2019年1-3月，滴滴出行、神州专车、易到用车、美团打车市占率分别为90.3%、3.3%、3.1%、1%。

2019年1-3月我国网约车市场格局 数据来源：公开资料整理（zlj）

中国报告网是观研天下集团旗下的业内资深行业分析报告、市场深度调研报告提供商与综合行业信息门户。《2021年中国网约车市场调研报告-市场运营现状与发展动向预测》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。

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家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年中国网约车行业发展概述

第一节 网约车行业发展情况概述

- 一、网约车行业相关定义
- 二、网约车行业基本情况介绍
- 三、网约车行业发展特点分析
- 四、网约车行业经营模式
 - 1、生产模式
 - 2、采购模式
 - 3、销售模式
- 五、网约车行业需求主体分析

第二节 中国网约车行业上下游产业链分析

- 一、产业链模型原理介绍
- 二、网约车行业产业链条分析
- 三、产业链运行机制
 - 1、沟通协调机制
 - 2、风险分配机制
 - 3、竞争协调机制

四、中国网约车行业产业链环节分析

1、上游产业

2、下游产业

第三节 中国网约车行业生命周期分析

一、网约车行业生命周期理论概述

二、网约车行业所属的生命周期分析

第四节 网约车行业经济指标分析

一、网约车行业的赢利性分析

二、网约车行业的经济周期分析

三、网约车行业附加值的提升空间分析

第五节 中国网约车行业进入壁垒分析

一、网约车行业资金壁垒分析

二、网约车行业技术壁垒分析

三、网约车行业人才壁垒分析

四、网约车行业品牌壁垒分析

五、网约车行业其他壁垒分析

第二章 2017-2020年全球网约车行业市场发展现状分析

第一节 全球网约车行业发展历程回顾

第二节 全球网约车行业市场区域分布情况

第三节 亚洲网约车行业地区市场分析

一、亚洲网约车行业市场现状分析

二、亚洲网约车行业市场规模与市场需求分析

三、亚洲网约车行业市场前景分析

第四节 北美网约车行业地区市场分析

一、北美网约车行业市场现状分析

二、北美网约车行业市场规模与市场需求分析

三、北美网约车行业市场前景分析

第五节 欧洲网约车行业地区市场分析

一、欧洲网约车行业市场现状分析

二、欧洲网约车行业市场规模与市场需求分析

三、欧洲网约车行业市场前景分析

第六节 2021-2026年世界网约车行业分布走势预测

第七节 2021-2026年全球网约车行业市场规模预测

第三章 中国网约车产业发展环境分析

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、全社会消费品网约车总额
- 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 中国网约车行业政策环境分析

- 一、行业监管体制现状
- 二、行业主要政策法规

第三节 中国网约车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 中国网约车行业运行情况

第一节 中国网约车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 中国网约车行业市场规模分析

第三节 中国网约车行业供应情况分析

第四节 中国网约车行业需求情况分析

第五节 我国网约车行业细分市场分析

- 一、细分市场一
- 二、细分市场二
- 三、其它细分市场

第六节 中国网约车行业供需平衡分析

第七节 中国网约车行业发展趋势分析

第五章 中国网约车所属行业运行数据监测

第一节 中国网约车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 中国网约车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 中国网约车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年中国网约车市场格局分析

第一节 中国网约车行业竞争现状分析

一、中国网约车行业竞争情况分析

二、中国网约车行业主要品牌分析

第二节 中国网约车行业集中度分析

一、中国网约车行业市场集中度影响因素分析

二、中国网约车行业市场集中度分析

第三节 中国网约车行业存在的问题

第四节 中国网约车行业解决问题的策略分析

第五节 中国网约车行业钻石模型分析

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年中国网约车行业需求特点与动态分析

第一节 中国网约车行业消费市场动态情况

第二节 中国网约车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 网约车行业成本结构分析

第四节 网约车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 中国网约车行业价格现状分析

第六节 中国网约车行业平均价格走势预测

一、中国网约车行业价格影响因素

二、中国网约车行业平均价格走势预测

三、中国网约车行业平均价格增速预测

第八章 2017-2020年中国网约车行业区域市场现状分析

第一节 中国网约车行业区域市场规模分布

第二节 中国华东地区网约车市场分析

一、华东地区概述

二、华东地区经济环境分析

三、华东地区网约车市场规模分析

四、华东地区网约车市场规模预测

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、华中地区网约车市场规模分析

四、华中地区网约车市场规模预测

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、华南地区网约车市场规模分析

四、华南地区网约车市场规模预测

第九章 2017-2020年中国网约车行业竞争情况

第一节 中国网约车行业竞争结构分析（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 中国网约车行业SCP分析

一、理论介绍

二、SCP范式

三、SCP分析框架

第三节 中国网约车行业竞争环境分析（PEST）

一、政策环境

二、经济环境

三、社会环境

四、技术环境

第十章 网约车行业企业分析（随数据更新有调整）

第一节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

1、主要经济指标情况

2、企业盈利能力分析

3、企业偿债能力分析

4、企业运营能力分析

5、企业成长能力分析

四、公司优劣势分析

第二节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优劣势分析

第三节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优劣势分析

第四节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优劣势分析

第五节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优劣势分析

第十一章 2021-2026年中国网约车行业发展前景分析与预测

第一节 中国网约车行业未来发展前景分析

一、网约车行业国内投资环境分析

二、中国网约车行业市场机会分析

三、中国网约车行业投资增速预测

第二节 中国网约车行业未来发展趋势预测

第三节 中国网约车行业市场发展预测

一、中国网约车行业市场规模预测

二、中国网约车行业市场规模增速预测

三、中国网约车行业产值规模预测

四、中国网约车行业产值增速预测

五、中国网约车行业供需情况预测

第四节 中国网约车行业盈利走势预测

一、中国网约车行业毛利润同比增速预测

二、中国网约车行业利润总额同比增速预测

第十二章 2021-2026年中国网约车行业投资风险与营销分析

第一节 网约车行业投资风险分析

一、网约车行业政策风险分析

二、网约车行业技术风险分析

三、网约车行业竞争风险分析

四、网约车行业其他风险分析

第二节 网约车行业应对策略

- 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年中国网约车行业发展战略及规划建议

第一节 中国网约车行业品牌战略分析

- 一、网约车企业品牌的重要性
- 二、网约车企业实施品牌战略的意义
- 三、网约车企业品牌的现状分析
- 四、网约车企业的品牌战略
- 五、网约车品牌战略管理的策略

第二节 中国网约车行业市场重点客户战略实施

- 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 中国网约车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

第四节 网约车行业竞争力提升策略

- 一、网约车行业产品差异性策略
- 二、网约车行业个性化服务策略
- 三、网约车行业的促销宣传策略
- 四、网约车行业信息智能化策略
- 五、网约车行业品牌化建设策略
- 六、网约车行业专业化治理策略

第十四章 2021-2026年中国网约车行业发展策略及投资建议

第一节 中国网约车行业产品策略分析

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 中国网约车行业营销渠道策略

一、网约车行业渠道选择策略

二、网约车行业营销策略

第三节 中国网约车行业价格策略

第四节 观研天下行业分析师投资建议

一、中国网约车行业重点投资区域分析

二、中国网约车行业重点投资产品分析

图表详见正文

更多好文每日分享，欢迎关注公众号

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/qiche/534241534241.html>