

2021年中国网约车行业分析报告- 产业竞争现状与发展前景评估

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年中国网约车行业分析报告-产业竞争现状与发展前景评估》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/gonglu/546074546074.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经营服务的简称，是指以互联网技术为依托构建服务平台，接入符合条件的车辆和驾驶员，通过整合供需信息，提供非巡游的预约出租汽车服务的经营活动。

从2010年第一家出行领域的互联网信息公司—易到出行成立以来，2012年，滴滴打车、快的打车软件相继上线，我国网约车行业经历了三个较为明显的发展阶段。

网约车行业发展历程 资料来源：观研天下整理

得益于政策保障与出行需求上升，我国网约车行业平稳发展，市场规模保持增长态势，但增速有所放缓。根据数据显示，2019年我国网约车市场规模达3044.1亿，较2018年2943.3亿同比增长3.42%。

2015-2019年我国网约车行业市场规模及增速 数据来源：观研天下整理

一、供应商的议价能力

供应商议价能力是指供应商讨价还价的行为和程度,他们可能通过提价或降低所购产品或服务,以此向某个产业中的企业施加压力。2016年，为抢占市场一些黑车也加入了平台运力造成安全隐患，规范网约车市场，《网络预约出租汽车经营服务管理暂行办法》应运而生，即“网约车新政”。由于网约车市场的快速发展，导致市场越来越规范，议价能力也逐渐减弱。

根据数据显示，截至2020年4月，已发放了网约车车辆运输证95万余张、驾驶员证208万余张，我国目前已有140多家网约车平台公司取得了经营许可。

2018-2020年1-4月我国网约车市场发展现状 数据来源：观研天下整理

二、购买者的议价能力

购买者主要通过其压价与要求提供较高的产品或服务能力的的能力，来影响行业中现有企业的盈利能力。一般来说，满足如下条件的购买者可能具有较强的讨价还价力量：购买者的总数较少，而每个购买者的购买量较大，占了卖方销售量的很大比例。卖方行业由大量相对来说规模较小的企业所组成。

从用户规模来看，我国网约车用户规模及使用率呈稳定增长态势。2019年，我国网约车用户规模达4亿人次，2020年一季度，受新型冠状病毒疫情影响，部分城市暂停了网约车服务，用户规模为3.62亿人。随着我国疫情防控形势持续向好，网约车用户规模有望恢复增长。

2016-2020年Q1我国网约车用户规模及增速 数据来源：观研天下整理

从网约车使用率来看，2016-2018年，我国网约车使用率整体保持上升趋势，进入2019年，我国网约车使用率开始下降，尤其是2020年，受新冠疫情影响，网约车使用率下降更为明显。

2016-2020年我国网约车使用率情况 数据来源：观研天下整理

三、新进入者的威胁

从市场竞争方面来看，当前我国网约车企业/平台数量众多，数据显示，截至到2020年上半年，我国网约车行业共有242家企业，其中有62.1%的企业成立于2016-2018年间。

我国网约车成立年份分布情况 数据来源：观研天下整理

四、替代品的威胁

替代品的威胁包括三个方面：替代品在价格上的竞争力；替代品质量和性能的满意度；客户转向替代品的难易程度。替代品对企业不仅有威胁，可能也带来机会。如果企业技术创新能力强，能够率先推出性能价格比高的新产品，就可以在竞争中保持领先优势。严格的意义上来讲，每件产品都会有相应的替代品，网约车可以间接的被出租车所替代。它们都是同样的经营模式来吸引消费者，但相比之下网约车的使用费率具有更高的性价比，所以不易被代替。

新兴的网约出租车服务是出行领域的一场产业革命，带来了出行业态与服务方式的重大变化，最显著的一个标志就是网约出租车客运量和服务支出大幅提高。根据数据显示2016-2019年我国网约车客运量占比逐年上升，2020年有所下降。2020年网约车客运量占出租车总客运量的比重约为36.2%，占比比上年小幅下降0.3个百分点。

2016-2020年我国网约车与巡游出租车客运量占比情况 数据来源：观研天下整理

五、同业竞争者的竞争程度

目前网约车市场多点开花，竞争激烈。以加盟为主的滴滴出行，在运力规模方面有着其它平台难以比拟的优势，并借着资本的扩张，市场仍然是一家独大的局面。以合规车为主的平台如曹操出行、神州专车等也发展快速，越来越往规范化发展。（TJL）

2019年我国网约车主要企业用户规模 数据来源：观研天下整理

我国网约车行业主要企业概述

企业名称

概述

滴滴出行

滴滴出行是涵盖出租车、专车、滴滴快车、顺风车、代驾及大巴、货运等多项业务在内的一站式出行平台，2015年09月09日由“滴滴打车”更名而来。“滴滴出行”App改变了传统打车方式，建立培养出大移动互联网时代下的用户现代化出行方式。较比传统电话召车与路边招车来说，滴滴打车的诞生更是改变了传统打车市场格局，颠覆了路边拦车概念，利用移动互联网特点，将线上与线下相融合，从打车初始阶段到下车使用线上支付车费，画出一个乘客与司机紧密相连的o2o闭环，最大限度优化乘客打车体验，改变传统出租司机等客方式，让司机师傅根据乘客目的地按意愿“接单”，节约司机与乘客沟通成本，降低空驶率，最大化节省司乘双方资源与时间。

嘀嗒出行

嘀嗒出行成立于2014年，前身为专注私人小客车合乘、车主和乘客顺路搭乘的“嘀嗒拼车”20

18年品牌升级为嘀嗒出行,一个兼具出租车、顺风车且活跃用户量排名行业第二的移动出行平台。作为一个兼具出租车、顺风车且活跃用户量排名行业第二的移动出行平台嘀嗒出行以“让出行变得愉悦和有趣”为使命,“让路上没有空座”为愿景,并致力成为“用户使用出租车和顺风车的第一选择”。嘀嗒顺风车:在顺风车方面,为广大上班族提供一个便捷、实用、安全的拼车平台。开车的用户可以分享车辆的空余座位,在上下班的途中搭载顺路的乘客,不开车的用户可以通过顺风车来找到与自己上下班顺路的车主,使出行变得更便捷;嘀嗒出行合理有效调动已有社会资源(车主、车辆),在不增加道路负担的情况下提升交通运力。

首汽约车

“首汽约车”指的是首约科技(北京)有限公司实施开发运营,“首汽集团旗下产品”。首汽约车是互联网约车平台。首汽约车的最大优势,或许就是其国有背景,能够在符合政策方面做到令政府放心。由于中国禁止私家车开展商业运营,因此滴滴快车、Uber接入私家车开展专车运营的模式,都存在违反政策规定的问题,所以经常可以看到各地政府约谈企业,查处专车的消息。首汽至少在北京依靠自身的车队和司机队伍,不会出现这样的问题。

曹操出行

曹操出行是吉利控股集团布局“新能源汽车共享生态”的战略性投资业务,以“不辜负每一程的相遇”为使命,将全球领先的互联网、车联网、自动驾驶技术以及新能源科技,创新应用于共享出行领域,致力于重塑低碳、健康、共享的人车生活圈,打造全球领先的科技出行平台。2019年2月14日,曹操专车宣布“曹操专车”升级为“曹操出行”。曹操出行致力于提供高品质、高保障、安全靠谱的服务体验,目前曹操出行旗下拥有互联网专车、出租车、曹操帮忙、曹操租车等业务,是以新能源汽车涉入并建立起个人/企业用户自愿碳减排量积分账户的低碳出行品牌。

T3出行

T3出行是南京领行科技股份有限公司打造的智慧出行生态平台。以“成为最值得信赖的出行服务企业”为品牌愿景,通过功能强大的出行平台、与地方交通企业密切的合作、充分整合的服务资源、定制化的产品,致力为用户提供“安全、便捷、品质”出行服务。

享道出行

享道出行是上汽集团投资的一家专注于出行服务的专业品牌,是上汽集团实现汽车产业“新四化”(即“电动化、智能网联化、共享化、国际化”)的重要组成部分。作为上汽集团移动出行战略品牌,享道出行充分利用全产业链竞争优势,从消费者对安全及品质的需求出发,通过为消费者提供安全、高效、舒适、便捷的品质体验,打造品质出行服务平台。

滴滴顺风车

滴滴顺风车是北京小桔科技有限公司推出的一款拼车软件,继“滴滴打车”、“滴滴专车”、滴滴企业出行服务后在移动出行领域推出的第四款产品。对于拼车业务,滴滴打车有理由延续自己的出租车市场优势,并在打车应用内进行功能改造和优化,将“乘客-司机”的信息流通结构改造为“乘客-乘客”以及“乘客-司机”的多维度流通结构,让乘客间用车需求形成信息交互,

合并同类需求，并进行出租车拼车。

神州专车

神州专车是国内领先的租车连锁企业神州租车联合第三方公司优车科技推出的互联网出行品牌。2015年1月28日，神州专车在全国60大城市同步上线，利用移动互联网及大数据技术为客户提供“随时随地，专人专车”的全新专车体验。神州专车定位于中高端群体，主打中高端商务用车服务市场，易观国际的最新数据显示神州专车国内高端客户数位列行业榜首，与传统的出租车有本质区隔，两者相互补充并为用户提供更加多元化的出行方式。

东风出行

东风出行是集分时租赁、网约、出租车、专车等出行业务并融合充电业务和车辆运营管理、智能用车生活服务的综合出行服务平台。“东风出行”是该公司从“传统汽车制造商”向“为用户提供全方位优质汽车产品和服务的卓越企业”转型的重要举措。“东风出行”定位为一站式、综合性出行服务平台，主要为用户提供快车、专车、分时租赁、出租车、充电、公交、通勤、物流等安全、便捷、智慧的出行产品与服务。资料来源：观研天下整理

观研报告网发布的《2021年中国网约车行业分析报告-产业竞争现状与发展前景评估》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。

行业报告是业内企业、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。

【目录大纲】

第一章 2017-2021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 2017-2021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

1、行业技术发展现状

2、行业技术专利情况

3、技术发展趋势分析

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 我国网约车行业进出口形势分析

1、进口形势分析

2、出口形势分析

3、进出口价格对比分析

第六节、我国网约车行业细分市场分析

1、细分市场一

2、细分市场二

3、其它细分市场

第七节 中国网约车行业供需平衡分析

第八节 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 2017-2021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 2017-2021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 2017-2021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 2017-2021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

图表详见报告正文

更多好文每日分享，欢迎关注公众号

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/gonglu/546074546074.html>