

中国出租车行业发展趋势分析与投资前景研究报告（2024-2031年）

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《中国出租车行业发展趋势分析与投资前景研究报告（2024-2031年）》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://www.chinabaogao.com/baogao/202405/706384.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

出租车，是指供人临时雇佣的汽车，多按里程或时间收费，是城市公共交通的重要组成部分。通常上，可将出租车分为巡游出租车和网约车；其中，网约车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。

一、行业发展现状

1、市场规模

自疫情以来，我国的出租车行业的市场规模不及以往，出现了大幅断层，2022年的中国出租车市场规模降为3157.98亿元，但是随着出租车订单总数的恢复，市场规模逐步回暖，2023年市场规模为3640.53亿元。

数据来源：观研天下数据中心整理

2、供应规模

出租汽车作为城市客运交通的重要组成部分，兼具公共交通和私人交通的双重属性。出租车行业丰富了交通运输业的服务内容，在公民出行的交通运输形式上大多为公交车、私家车，出租车的比重仍比较低，但不可否认的是，出租车行业也成为现在中国都市生活的一部分，它的便利性、服务型等特点使得它不可或缺。从供给端来看，巡游出租车拥有量而言，整体走势较为平稳，呈微弱下降走势；2022年，全国拥有巡游出租汽车136.20万辆，较2021年的139.13万辆减少了2.93万辆，2023年有所增加为138.43万。

数据来源：交通运输部，观研天下数据中心整理

近年来，交通运输部等部门鼓励巡游车企业转型提供网约车服务，推动新老业态融合发展。目前，网约车行业合规化初见成效，规范化运营夯实发展基础。《网络预约出租汽车经营许可证》《网络预约出租汽车驾驶员证》《网络预约出租汽车运输证》三证齐全成为当前我国网约车市场准入条件。截至2022月，全国有247个城市发布网约车规范发展的具体意见措施，从交通运输部官网公布的信息获悉，“2022年12月，各地发放网约车驾驶员证509万本；2023年1月，各地发放网约车驾驶员证511.2万本；2023年2月，各地发放网约车驾驶员证517.7万本。此外，不少城市巡游出租车企业积极探索数字化转型，具备了承接网络预约订单的线上服务能力：在深圳，乘客通过“深圳出租”平台打车，过半订单5秒内即可应答，驾驶员接单平均耗时缩短至2分钟以内。未来，随着出租车行业政策的进一步完善，规范化的市场将推动人们出租车出行意愿的提高。

3、需求规模

随着顺风车、网约车越来越受到市场认可，传统出租车的运行模式难以适应互联网时代的数字革命所带来的挑战，加上受疫情影响，近年来，巡游出租车行业受到严重影响，客运量及

其占城市客运量的比重均有所下降。2019-2022年，中国巡游出租汽车客运量从351.67亿人下降为208.20亿人，2022年较上年末下降22.0%，2023年随着疫情防控放开，出租车客运量有所回升，约为237.40亿人。

数据来源：交通运输部，观研天下数据中心整理

从网约车来看，随着网约车及互联网化、智能化的发展，出租车行业供给能力进一步释放，行业整体运营环境的改善，人们对出租车出行的意愿将有所提高，行业市场需求仍有较大增长空间。根据中国互联网络信息中心统计数据，2023年网约车用户规模为4.82亿人，同比增长10.31%。此外，2019-2022年市场用户规模（增速）分别为33.83亿人（-1.55%）、3.65亿人（-4.7%）、4.52亿人（23.83%）、4.37亿人（-3.32%）。网约车行业的蓬勃发展，用户出行需求从效率正向高品质出行转变，随着疫情影响逐渐减小，用户出行恢复正常，网约车订单也将迎来显著的增长。

虽然互联网叫车服务发展迅速，但也存在着弊端，例如，外地车辆大量涌入、服务品质无法得到保障、事故责任方不明确等。同时，专车模式入行门槛低，存在资质不全、规避税费等多方面问题。

数据来源：中国互联网络信息中心，观研天下数据中心整理

4、行业供需平衡

近年来，随着互联网技术飞速发展，传统出租车行业由于受经济“新常态”、移动出行平台抢占市场，应对市场变化迟缓、信息技术水平落后、服务质量低下等几大因素叠加影响，遭遇巨大冲击和挑战，我国出租车客运量和保有量都呈现下降趋势。

面对严峻的市场挑战和冲击，出租车面临转型升级，未来传统出租车企业应主动与互联网信息技术融合，采取提升出租车安全服务质量，改善乘客出行需求体验等改革举措，实现行业转型升级，有效提升市场竞争力，使其在与新兴业态的较量中赢得一席之地。

数据来源：观研天下数据中心整理

二、行业细分市场

1、招手式出租车

目前，我国的出租车市场的数字化率较低，传统的出租车扬招依旧占据了出租车市场的主导地位。从市场规模来看，受疫情影响，行业规模大幅下降，2023年，在疫情得到有效控制及客单价上涨等因素推动下，行业规模小幅回升，市场规模为2786.10亿元。

数据来源：观研天下数据中心整理

2、网约式出租车

我国网约式出租车市场规模占比较小，但近年来随着出租车网约化发展，我国网约式出租车

保持增长态势，2019-2023年，市场规模从258.06亿元增长至375.38亿元，复合增长率为7.78%。预计随着我国出租车行业转型升级，未来网约式出租车有望保持增长态势，占比将不断提升。

数据来源：观研天下数据中心整理

三、行业竞争格局

出租车企业大多为区域性企业，网约车出现前，出租车行业地方垄断性经营较为明显，因此行业竞争较为稳定。而随着网约车兴起，行业竞争格局被打破，2013年，随着滴滴、快的、易到等网约车平台的兴起，传统的巡游出租车公司开始与平台展开合作。2015年前后，网约车平台开始引进巡游出租车以外的私家车，随即疯狂的补贴大战开始了。在武汉，相同距离内，打车价格一度甚至比公交车价格还要低。如潮水般的打车补贴开始让巡游出租车行业受到冲击，之前还在路面扬招等待出租车的乘客开始大批流向网约车平台，出租车行业受到较大的冲击。2020年下半年，互联网平台陆续宣布了进军巡游出租车行业的计划。其中，高德在11月就宣布启动“好的出租”计划，平台将以统一的服务标准，向巡游车和网约车公平派单。高德表示计划一年内帮助100万辆巡游车完成巡网融合改造、300家巡游车企业数字化升级，帮助司机收入增长30%、车辆空驶率降低20%。

因此随着互联网平台进军巡游出租车市场，行业竞争程度进一步加深，行业竞争格局分化为传统巡游出租车企业和互联网平台企业。（WWTQ）

注：上述信息仅供参考，图表均为样式展示，具体数据、坐标轴与数据标签详见报告正文。

个别图表由于行业特性可能会有出入，具体内容请联系客服确认，以报告正文为准。

更多图表和内容详见报告正文。

观研报告网发布的《中国出租车行业发展趋势分析与投资前景研究报告（2024-2031年）》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，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。

【目录大纲】

第一章 2019-2023年中国出租车行业发展概述

第一节 出租车行业发展情况概述

一、出租车行业相关定义

二、出租车特点分析

三、出租车行业基本情况介绍

四、出租车行业经营模式

1、生产模式

2、采购模式

3、销售/服务模式

五、出租车行业需求主体分析

第二节 中国出租车行业生命周期分析

一、出租车行业生命周期理论概述

二、出租车行业所属的生命周期分析

第三节 出租车行业经济指标分析

一、出租车行业的赢利性分析

二、出租车行业的经济周期分析

三、出租车行业附加值的提升空间分析

第二章 2019-2023年全球出租车行业市场发展现状分析

第一节 全球出租车行业发展历程回顾

第二节 全球出租车行业市场规模与区域分布情况

第三节 亚洲出租车行业地区市场分析

一、亚洲出租车行业市场现状分析

二、亚洲出租车行业市场规模与市场需求分析

三、亚洲出租车行业市场前景分析

第四节 北美出租车行业地区市场分析

一、北美出租车行业市场现状分析

二、北美出租车行业市场规模与市场需求分析

三、北美出租车行业市场前景分析

第五节 欧洲出租车行业地区市场分析

一、欧洲出租车行业市场现状分析

二、欧洲出租车行业市场规模与市场需求分析

三、欧洲出租车行业市场前景分析

第六节 2024-2031年世界出租车行业分布走势预测

第七节 2024-2031年全球出租车行业市场规模预测

第三章 中国出租车行业产业发展环境分析

第一节我国宏观经济环境分析

第二节我国宏观经济环境对出租车行业的影响分析

第三节中国出租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

三、主要行业标准

第四节政策环境对出租车行业的影响分析

第五节中国出租车行业产业社会环境分析

第四章 中国出租车行业运行情况

第一节中国出租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

第二节中国出租车行业市场规模分析

一、影响中国出租车行业市场规模的因素

二、中国出租车行业市场规模

三、中国出租车行业市场规模解析

第三节中国出租车行业供应情况分析

一、中国出租车行业供应规模

二、中国出租车行业供应特点

第四节中国出租车行业需求情况分析

一、中国出租车行业需求规模

二、中国出租车行业需求特点

第五节中国出租车行业供需平衡分析

第五章 中国出租车行业产业链和细分市场分析

第一节中国出租车行业产业链综述

一、产业链模型原理介绍

二、产业链运行机制

三、出租车行业产业链图解

第二节中国出租车行业产业链环节分析

- 一、上游产业发展现状
- 二、上游产业对出租车行业的影响分析
- 三、下游产业发展现状
- 四、下游产业对出租车行业的影响分析

第三节我国出租车行业细分市场分析

- 一、细分市场一
- 二、细分市场二

第六章 2019-2023年中国出租车行业市场竞争分析

第一节中国出租车行业竞争现状分析

- 一、中国出租车行业竞争格局分析
- 二、中国出租车行业主要品牌分析

第二节中国出租车行业集中度分析

- 一、中国出租车行业市场集中度影响因素分析
- 二、中国出租车行业市场集中度分析

第三节中国出租车行业竞争特征分析

- 一、企业区域分布特征
- 二、企业规模分布特征
- 三、企业所有制分布特征

第七章 2019-2023年中国出租车行业模型分析

第一节中国出租车行业竞争结构分析（波特五力模型）

- 一、波特五力模型原理
- 二、供应商议价能力
- 三、购买者议价能力
- 四、新进入者威胁
- 五、替代品威胁
- 六、同业竞争程度
- 七、波特五力模型分析结论

第二节中国出租车行业SWOT分析

- 一、SOWT模型概述
- 二、行业优势分析
- 三、行业劣势

四、行业机会

五、行业威胁

六、中国出租车行业SWOT分析结论

第三节中国出租车行业竞争环境分析（PEST）

一、PEST模型概述

二、政策因素

三、经济因素

四、社会因素

五、技术因素

六、PEST模型分析结论

第八章 2019-2023年中国出租车行业需求特点与动态分析

第一节中国出租车行业市场动态情况

第二节中国出租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

第三节出租车行业成本结构分析

第四节出租车行业价格影响因素分析

一、供需因素

二、成本因素

三、其他因素

第五节中国出租车行业价格现状分析

第六节中国出租车行业平均价格走势预测

一、中国出租车行业平均价格趋势分析

二、中国出租车行业平均价格变动的影响因素

第九章 中国出租车行业所属行业运行数据监测

第一节中国出租车行业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

第二节中国出租车行业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

第三节中国出租车行业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

第十章 2019-2023年中国出租车行业区域市场现状分析

第一节中国出租车行业区域市场规模分析

一、影响出租车行业区域市场分布的因素

二、中国出租车行业区域市场分布

第二节中国华东地区出租车行业市场分析

一、华东地区概述

二、华东地区经济环境分析

三、华东地区出租车行业市场分析

(1) 华东地区出租车行业市场规模

(2) 华南地区出租车行业市场现状

(3) 华东地区出租车行业市场规模预测

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、华中地区出租车行业市场分析

(1) 华中地区出租车行业市场规模

(2) 华中地区出租车行业市场现状

(3) 华中地区出租车行业市场规模预测

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、华南地区出租车行业市场分析

(1) 华南地区出租车行业市场规模

(2) 华南地区出租车行业市场现状

(3) 华南地区出租车行业市场规模预测

第五节华北地区出租车行业市场分析

一、华北地区概述

二、华北地区经济环境分析

三、华北地区出租车行业市场分析

(1) 华北地区出租车行业市场规模

(2) 华北地区出租车行业市场现状

(3) 华北地区出租车行业市场规模预测

第六节 东北地区市场分析

一、东北地区概述

二、东北地区经济环境分析

三、东北地区出租车行业市场分析

(1) 东北地区出租车行业市场规模

(2) 东北地区出租车行业市场现状

(3) 东北地区出租车行业市场规模预测

第七节 西南地区市场分析

一、西南地区概述

二、西南地区经济环境分析

三、西南地区出租车行业市场分析

(1) 西南地区出租车行业市场规模

(2) 西南地区出租车行业市场现状

(3) 西南地区出租车行业市场规模预测

第八节 西北地区市场分析

一、西北地区概述

二、西北地区经济环境分析

三、西北地区出租车行业市场分析

(1) 西北地区出租车行业市场规模

(2) 西北地区出租车行业市场现状

(3) 西北地区出租车行业市场规模预测

第十一章 出租车行业企业分析（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、公司优势分析

第六节企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优势分析

第七节企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优势分析

第八节企业

- 一、企业概况
- 二、主营产品
- 三、运营情况
- 四、公司优势分析

第九节企业

- 一、企业概况
- 二、主营产品
- 三、运营情况
- 四、公司优势分析

第十节企业

- 一、企业概况
- 二、主营产品
- 三、运营情况
- 四、公司优势分析

第十二章 2024-2031年中国出租车行业发展前景分析与预测

第一节中国出租车行业未来发展前景分析

- 一、出租车行业国内投资环境分析
- 二、中国出租车行业市场机会分析
- 三、中国出租车行业投资增速预测

第二节中国出租车行业未来发展趋势预测

第三节中国出租车行业规模发展预测

- 一、中国出租车行业市场规模预测
- 二、中国出租车行业市场规模增速预测
- 三、中国出租车行业产值规模预测
- 四、中国出租车行业产值增速预测
- 五、中国出租车行业供需情况预测

第四节中国出租车行业盈利走势预测

第十三章 2024-2031年中国出租车行业进入壁垒与投资风险分析

第一节中国出租车行业进入壁垒分析

- 一、出租车行业资金壁垒分析
- 二、出租车行业技术壁垒分析
- 三、出租车行业人才壁垒分析
- 四、出租车行业品牌壁垒分析

五、出租车行业其他壁垒分析

第二节出租车行业风险分析

一、出租车行业宏观环境风险

二、出租车行业技术风险

三、出租车行业竞争风险

四、出租车行业其他风险

第三节中国出租车行业存在的问题

第四节中国出租车行业解决问题的策略分析

第十四章 2024-2031年中国出租车行业研究结论及投资建议

第一节观研天下中国出租车行业研究综述

一、行业投资价值

二、行业风险评估

第二节中国出租车行业进入策略分析

一、行业目标客户群体

二、细分市场选择

三、区域市场的选择

第三节出租车行业营销策略分析

一、出租车行业产品策略

二、出租车行业定价策略

三、出租车行业渠道策略

四、出租车行业促销策略

第四节观研天下分析师投资建议

图表详见报告正文

详细请访问：<http://www.chinabaogao.com/baogao/202405/706384.html>