

2021年中国代驾市场调研报告- 市场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《2021年中国代驾市场调研报告-市场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/qiche/532017532017.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

代驾顾名思义是指代替汽车主人行使驾驶权利的职业，在我国经济快速发展以来，代驾行业才开始逐渐发展壮大。

促进代驾行业蓬勃发展的因素 数据来源：公开资料整理

一、供应商的议价能力

供应商议价能力的强弱主要取决于他们所提供给买主的是什么投入要素，当供方所提供的投入要素价值构成了买主产品总成本的较大比例、对买主产品生产过程非常重要、或者严重影响买主产品的质量时，供方对于买主的潜在讨价还价力量就大大增强。目前，我国代驾行业的供应商主要为汽车驾驶员、软件相关开发企业。代驾司机作为一种新就业形态，具有接单时间灵活自由、收入较高、稳定多元等新特征，所以吸纳了大量具有驾驶技能的从业者加入，2019年在滴滴平台获得收入的代驾司机数量为22.9万，同比增长27%。由此可见，我国代驾行业供应商议价能力不高。

2018-2019年滴滴平台代驾司机数量 数据来源：公开资料整理

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质量的能力，来影响行业中现有企业的盈利能力。代驾在减少车主酒后开车、降低交通事故发生率、提升酒后出行安全感方面发挥了重要作用，所以我国代驾行业购买者主要是拥有汽车的司机。随着汽车保有量不断上升以及酒驾入刑观念的深入人心，代驾需求也与日俱增，而且代驾价格在平台上是固定的，因此购买者议价能力较弱。

2012-2020年我国汽车保有量统计情况 数据来源：中汽协

国内处罚酒驾相关法律政策

饮酒

醉酒

罚款/警告

吊扣驾照（月）

其他

罚款/警告

吊扣驾照(月)

拘留（天）

其他

1955

无明确规定处罚办法，只明确饮酒后不得驾驶机动车

1987-1988

≤50元

≤3

-

≤200

≤6，情节严重6~12

≤15

/

2004

200~500元

1~3

营运车辆处罚最高限额

500~2千

3~6

≤15

约束至酒醒，营运车处罚最高限额

2010

在道路交通安全法的处罚基础上，只要出现酒后驾驶行为一次性记十二分，并拟将酒后驾驶行为列入刑法数据来源：公开资料整理

代驾服务对出行安全性影响 数据来源：公开资料整理

三、新进入者的威胁

潜在进入者会给该行业带来新的生产能力、新资源，同时也在现有的企业市场份额中瓜分一席之地，这就会激化市场竞争，从而导致行业盈利水平降低，甚至严重的话还有可能危及到现有企业的生存。随着我国代驾需求与日俱增，很多创业者看到了代驾市场这块肥肉，均摩拳擦掌准备进军该领域。而且，我国代驾产业由于进入壁垒较低，所以新进入者威胁较大。

四、替代品的威胁

两个处于同行业或不同行业中的企业，可能会由于所生产的产品是互为替代品，从而在它们之间产生互相竞争行为，这种源自于替代品的竞争会以各种形式影响行业中现有企业的竞争战略。根据相关人士称，目前国内尚未出现更具竞争力的代驾替代品。但是，近年来国内快递、同城货运、外卖平台也开设了代经济相关业务，而且在即时配送等业务领域与代驾经营模式有所重叠，因此快递、外卖等未来将对代驾行业产生一定威胁。

五、同业竞争者的竞争程度

近年来，在互联网技术以及AI人工智能科技的加持下，促进互联网代驾服务成为代驾市场的主流，e代驾、滴滴、顺风车代驾、优优代驾等各大代驾APP软件群雄并起，市场竞争逐渐激烈。根据天眼查数据显示，我国2020年共新增超过18万家代驾相关企业（全部企

业状态)，同比增长388%。

2011-2020年我国代驾行业相关企业增量统计情况 数据来源：公开资料整理

从地域分布来看，江苏省代驾相关企业数量最多，超过8.7万家，占全国的28%；其次是贵州省，企业数量接近5.7万家；同时，广东、山东、浙江等省市地区的此类企业数量也排在全国前列。

我国代驾行业相关企业分布情况（按省市） 数据来源：公开资料整理（WYD）

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年中国代驾市场调研报告-市场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。

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年中国代驾行业发展概述

第一节 代驾行业发展情况概述

一、代驾行业相关定义

二、代驾行业基本情况介绍

三、代驾行业发展特点分析

四、代驾行业经营模式

1、生产模式

2、采购模式

3、销售模式

五、代驾行业需求主体分析

第二节 中国代驾行业上下游产业链分析

一、产业链模型原理介绍

二、代驾行业产业链条分析

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、中国代驾行业产业链环节分析

1、上游产业

2、下游产业

第三节 中国代驾行业生命周期分析

一、代驾行业生命周期理论概述

二、代驾行业所属的生命周期分析

第四节 代驾行业经济指标分析

一、代驾行业的赢利性分析

二、代驾行业的经济周期分析

三、代驾行业附加值的提升空间分析

第五节 中国代驾行业进入壁垒分析

一、代驾行业资金壁垒分析

二、代驾行业技术壁垒分析

三、代驾行业人才壁垒分析

四、代驾行业品牌壁垒分析

五、代驾行业其他壁垒分析

第二章 2017-2020年全球代驾行业市场发展现状分析

第一节 全球代驾行业发展历程回顾

第二节 全球代驾行业市场区域分布情况

第三节 亚洲代驾行业地区市场分析

一、亚洲代驾行业市场现状分析

二、亚洲代驾行业市场规模与市场需求分析

三、亚洲代驾行业市场前景分析

第四节 北美代驾行业地区市场分析

一、北美代驾行业市场现状分析

二、北美代驾行业市场规模与市场需求分析

三、北美代驾行业市场前景分析

第五节 欧洲代驾行业地区市场分析

一、欧洲代驾行业市场现状分析

二、欧洲代驾行业市场规模与市场需求分析

三、欧洲代驾行业市场前景分析

第六节 2021-2026年世界代驾行业分布走势预测

第七节 2021-2026年全球代驾行业市场规模预测

第三章 中国代驾产业发展环境分析

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、全社会消费品代驾总额

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 中国代驾行业政策环境分析

一、行业监管体制现状

二、行业主要政策法规

第三节 中国代驾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 中国代驾行业运行情况

第一节 中国代驾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 中国代驾行业市场规模分析

第三节 中国代驾行业供应情况分析

第四节 中国代驾行业需求情况分析

第五节 我国代驾行业细分市场分析

一、细分市场一

二、细分市场二

三、其它细分市场

第六节 中国代驾行业供需平衡分析

第七节 中国代驾行业发展趋势分析

第五章 中国代驾所属行业运行数据监测

第一节 中国代驾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 中国代驾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 中国代驾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年中国代驾市场格局分析

第一节 中国代驾行业竞争现状分析

一、中国代驾行业竞争情况分析

二、中国代驾行业主要品牌分析

第二节 中国代驾行业集中度分析

一、中国代驾行业市场集中度影响因素分析

二、中国代驾行业市场集中度分析

第三节 中国代驾行业存在的问题

第四节 中国代驾行业解决问题的策略分析

第五节 中国代驾行业钻石模型分析

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年中国代驾行业需求特点与动态分析

第一节 中国代驾行业消费市场动态情况

第二节 中国代驾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 代驾行业成本结构分析

第四节 代驾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 中国代驾行业价格现状分析

第六节 中国代驾行业平均价格走势预测

一、中国代驾行业价格影响因素

二、中国代驾行业平均价格走势预测

三、中国代驾行业平均价格增速预测

第八章 2017-2020年中国代驾行业区域市场现状分析

第一节 中国代驾行业区域市场规模分布

第二节 中国华东地区代驾市场分析

一、华东地区概述

二、华东地区经济环境分析

三、华东地区代驾市场规模分析

四、华东地区代驾市场规模预测

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、华中地区代驾市场规模分析
- 四、华中地区代驾市场规模预测

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、华南地区代驾市场规模分析
- 四、华南地区代驾市场规模预测

第九章 2017-2020年中国代驾行业竞争情况

第一节 中国代驾行业竞争结构分析（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 中国代驾行业SCP分析

- 一、理论介绍
- 二、SCP范式
- 三、SCP分析框架

第三节 中国代驾行业竞争环境分析（PEST）

- 一、政策环境
- 二、经济环境
- 三、社会环境
- 四、技术环境

第十章 代驾行业企业分析（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年中国代驾行业发展前景分析与预测

第一节 中国代驾行业未来发展前景分析

一、代驾行业国内投资环境分析

二、中国代驾行业市场机会分析

三、中国代驾行业投资增速预测

第二节 中国代驾行业未来发展趋势预测

第三节 中国代驾行业市场发展预测

一、中国代驾行业市场规模预测

二、中国代驾行业市场规模增速预测

三、中国代驾行业产值规模预测

四、中国代驾行业产值增速预测

五、中国代驾行业供需情况预测

第四节 中国代驾行业盈利走势预测

一、中国代驾行业毛利润同比增速预测

二、中国代驾行业利润总额同比增速预测

第十二章 2021-2026年中国代驾行业投资风险与营销分析

第一节 代驾行业投资风险分析

一、代驾行业政策风险分析

二、代驾行业技术风险分析

三、代驾行业竞争风险

四、代驾行业其他风险分析

第二节 代驾行业应对策略

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年中国代驾行业发展战略及规划建议

第一节 中国代驾行业品牌战略分析

一、代驾企业品牌的重要性

二、代驾企业实施品牌战略的意义

三、代驾企业品牌的现状分析

四、代驾企业的品牌战略

五、代驾品牌战略管理的策略

第二节 中国代驾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 中国代驾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 代驾行业竞争力提升策略

一、代驾行业产品差异性策略

二、代驾行业个性化服务策略

三、代驾行业的促销宣传策略

四、代驾行业信息智能化策略

五、代驾行业品牌化建设策略

六、代驾行业专业化治理策略

第十四章 2021-2026年中国代驾行业发展策略及投资建议

第一节 中国代驾行业产品策略分析

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 中国代驾行业营销渠道策略

一、代驾行业渠道选择策略

二、代驾行业营销策略

第三节 中国代驾行业价格策略

第四节 观研天下行业分析师投资建议

一、中国代驾行业重点投资区域分析

二、中国代驾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/532017532017.html>