

# 2021年中国出租车行业分析报告- 行业规模现状与未来趋势预测

报告大纲

观研报告网

[www.chinabaogao.com](http://www.chinabaogao.com)

## 一、报告简介

观研报告网发布的《2021年中国出租车行业分析报告-行业规模现状与未来趋势预测》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/535861535861.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

出租车是公共交通的一部分，指可提供客运和租赁服务的乘用车服务。根据经营模式，传统出租车企业可分为公司化经营和个体化经营。

公司化模式细为公司所有权模式、挂靠模式和承包模式。公司化模式的特点是车辆产权和经营权归公司所有，司机与出租车公司是合法雇佣关系，司机与公司签订正规的劳务合同，公司每月发放工资。挂靠模式是中介型的公司化模式，车辆产权与经营权归个人所有，司机以公司名义从事出租车运营，公司只收取一定的管理费用，并且由公司负责缴纳税款等。承包模式下，司机与出租车公司签订承包经营合同，司机承包公司出租车，公司按月向司机收取承包费。

个体化模式是以个体方式实现产权、经营权、运营权的统一，自负盈亏。个体化经营1998年首先在温州开始发展。个体化模式具有不便于政府管理和监督等特点，由此衍生出后面的出租车托管服务有限公司。托管服务有限公司的模式下，由托管服务公司将不同车主的出租车承包过来，公司负责招聘、培训以及管理，并负责承包出租车的运营、维修和保洁等，车辆的产权关系不变，车辆挂靠公司收取挂靠管理费，由挂靠公司代缴税费。

出租车经营模式分类

数据来源：公开资料整理

根据数据显示，2018年，我国出租车行业市场规模为7823.6亿元，较上年同比增长6.6%；2019年，我国出租车行业市场规模为\*\*亿元，较上年同比增长\*\*%。

2015-2019年我国出租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) 商业模式多元：出租车行业商业模式可分为承包经营模式、挂靠经营模式、个体经营模式和企业经营模式。

承包经营模式：经营权和产权均归属租车公司所有，承包方向产权方缴纳一定的运营费用，包括承包费、经营使用费等。

挂靠经营模式：挂靠经营模式即车辆的产权和经营权归个人车主，但个人车主挂在出租车公司名下。个人车主必须从出租车企业处以高价购买车辆的经营，同时车主定期向挂靠公司缴纳一定的服务费，出租车公司向车主代缴某些税费、培训费、管理费等。其他一切经营费用由个人车主自己负责。在这种模式中，出租车公司没有直接盈利，只靠收取一定的服务费，积极性不高，因此他们会提高售卖经营权的价格，获取暴利。

个体经营模式：出租车行业商业模式的个体经营模式，可由司机以高价钱从出租车公司那里买下车辆的所有权和经营权，每月向公司缴纳管理费和其他收费、税费、保险费等，再自行运作出租车。司机也可通过公开拍卖的方式低价购买出租车经营指标，用一次性缴费实现个体运作，搭载乘客。个体经营以个体方式实现产权、经营权、运营权的统一，自负盈

亏。

**企业经营模式：**企业经营模式指出租车公司从政府手中购买出租车经营权并从车辆供应商处出资购买车辆，是以劳动合同的雇佣形式雇佣驾驶员。产权、经营权、管理权都集中在公司处。司机每月按照根据劳动合同中提出的企业的标准参加考核，合格后在公司处领取劳动报酬。在这种制度中，出租车的维修、清洁、管理等所有的汽车后市场服务全部由公司负责，司机是公司的员工，只负责遵守公司的有关规定即可。违反公司的有关规定，会受到公司的惩罚直至解除劳务关系。

我国出租车行业商业模式

数据来源：公开资料整理

(2) “互联网+出租车”模式发展：《关于深化改革推进出租汽车行业健康发展的指导意见》的基本原则之一是坚持改革创新，要抓住实施“互联网+”行动的有利时机，坚持问题导向，促进巡游出租汽车转型升级，规范网络预约出租汽车经营，推进两种业态融合发展。传统出租车行业通过互联网赋能，倒逼出租汽车管理体制机制改革，为乘客带来高质量、差异化的服务体验，满足人民群众不同层次的出行需求；推动传统出租车线上化，实现新老业态的逐步融合发展。

## 二、劣势分析

(1) 行业整体运营不规范：由于每个城市的出租车企业经营权费定价不统一，构成了出租车驾驶员和出租车企业利益矛盾突出，造成出租车驾驶员最终将利益的矛盾转嫁到消费者，造成出租车行业运营混乱，部分驾驶员通过绕路或中途招揽多名乘客的方式以谋取更多的利益，导致乘客的利益和安全得不到保障，受到乘客的投诉。除此之外，出租车企业对出租车驾驶员管理体系不完善，出租车驾驶员从出租车企业得到出租车经营权后，出租车驾驶员可擅自加入到各大互联网打车平台，则出租车司机可利用网上订单量，选择行程距离较远和价格较高的乘客订单，因此造成乘客招揽出租车被拒载或任意加价的要求。这些现象均导致出租车行业的运营不规范，造成出租车行业管理相关企业口碑下降，限制出租车行业健康发展。

(2) 司机权益保障不足：由于出租车行业主要以承包经营模式为主，出租车司机话语权相对较小，他们无法参与价格定制，受出租车企业或政府监管，且在上交“份子钱”的规定方面几乎没有话语权，其权益得不到保障。由此，尽管出租车行业保持增长态势发展，但出租车司机盈利空间甚少。根据调查显示，出租车司机与他们劳动强度不成比例，目前一二线城市的出租车司机收入属于中下水平，平均收入仅有3-4千人民币，出租车司机权益得不到保障，也导致一些城市出现出租车司机停运事件，一定程度上阻碍传统出租车行业发展。

(3) 运营资质壁垒：我国多数城市的传统出租车行业实行市一级的牌照管制和统一定价，且自管制政策确立以来一直没有松动，这就使得出租车营运资质成为了稀缺资源。由于限制数量造成的牌照紧缺，大大提高了行业的进入门槛，出租车公司想要进入行业必须获得相应的运营资质，司机想要进入行业也必须缴纳高额的“份子钱”。

(4) 品牌壁垒：传统出租车行业由国有、集体、私营三种经济成分并行的格局逐渐向出租车公司的形式发展，出租车公司成为了出租车行业的实际代表。中国早期的出租车行业由国家控制，主要功能是为了完成国家和政府规定的特殊任务。当时的出租车公司与政府部门有着利益输送关系，行业内少部分与政府关系密切的出租车公司几乎垄断了整个传统出租车行业，因而确立了自己的行业地位和品牌。

我国出租车行业主要品牌

主要品牌

成立时间

地点

大众交通(集团)股份有限公司

1994.06

上海

北京首汽(集团)股份有限公司

1993.12

北京

南京中北(集团)股份有限公司

1992.07

江苏

上海强生控股股份有限公司

1992.02

上海

上海海博出租汽车有限公司

1990.04

上海数据来源：公开资料整理

(5) 资金壁垒：从传统出租车市场来看，企业需要大量的资金用于购置车辆、办理经营牌照、上交经营权有偿使用费以及为车辆和员工购置保险等项目，一般企业难以承担如此重大的资金压力。

我国出租车行业主要参与企业注册资金

主要参与者

注册资金(万元)

大众交通(集团)股份有限公司

236412.3

北京首汽(集团)股份有限公司

34167.66

南京中北(集团)股份有限公司

57264.7

上海强生控股股份有限公司

105336.2

上海海博出租汽车有限公司

50482.0数据来源：公开资料整理

### 三、 机遇分析

（1）政策规范促进行业健康发展：近两年我国政府出台一系列政策，明确出租汽车行业地位，深化巡游车改革，扶持出租车行业健康稳定发展。

如2018年5月，交通运输部在《出租汽车服务质量信誉考核办法》中调整了与深化出租汽车行业改革不相适应的内容，内容涉及网约车与巡游车不同的业态管理需求，并完善监管机制，促进行业规范。

2018年5月，交通运输部在《关于加强和规范出租汽车行业失信联合惩戒对象名单管理工作的通知（征求意见稿）》中提出通过建立出租汽车行业黑名单制度，进一步加强对出租汽车行业中各市场主体的信用监管，促进行业规范健康发展。

我国出租车行业相关政策

日期

政策名称

颁布主体

主要内容及影响

2016.07

《国务院办公厅关于深化改革推进出租汽车行业健康发展的指导意见》

国务院办公厅

明确提出坚持乘客为本，营造良好的市场环境，推进出租汽车行业结构性改革，提升服务水平和监管能力，构建多样化、差异化的出行服务体系，促进出租汽车行业持续健康发展。

2016.09

《交通运输部关于修改<出租汽车驾驶员从业资格管理规定>的决定》

交通运输部

对出租车驾驶员的从业资格做出了明确规定，对从业资格考试、申请条件、相关法律责任等做出明确规定，旨在规范出租汽车驾驶员从业行为，提升出租汽车客运服务水平，促进行业整体健康稳定发展。

2016.09

《巡游出租车经营服务管理规定》

交通运输部

《规定》对巡游出租车的经营许可、运营服务做出明确规定，在运营保障、监督管理方面进行完善，规范巡游出租汽车的经营服务行为，保障乘客、驾驶员和巡游出租汽车经营者的合

法权益，促进出租汽车行业健康发展。

2018.05

《出租汽车服务质量信誉考核办法》

交通运输部

调整了与深化出租汽车行业改革不相适应的内容，内容涉及网约车与巡游车不同的业态管理需求，并完善监管机制，促进行业规范。

2018.05

《关于加强和规范出租汽车行业失信联合惩戒对象名单管理工作的通知（征求意见稿）》

交通运输部

通过建立出租汽车行业黑名单制度，进一步加强对出租汽车行业中各市场主体的信用监管，促进行业规范健康发展。数据来源：公开资料整理

（2）电动汽车应用促进行业绿色发展：我国传统出租车动力来源多为石油及天然气。

在可持续发展的大背景下，各省市积极响应蓝天保卫战三年行动计划，积极治理汽车尾气污染，全面推动出租车电动化发展，行业走上绿色发展的道路。

部分城市出租车电动化情况

城市

出租车电动化情况

太原

2016年，太原市已完成出租车电动化，在一年内将全市的8292辆出租车全部更换为电动汽车。

北京

《北京市电动汽车推广应用行动计划（2014-2017年）》明确提出市区内新增出租车全部采用电动汽车，10个郊区县区域出租车全部采用电动汽车。

深圳

《广东省大气污染防治强化措施及分工方案》明确提出到2020年力争实现出租车（含网约车）纯电动化，总量超过2万辆。

广州

《广州市新能源汽车发展工作方案（2017-2020年）》支出每年全市更新或新增的出租车中，纯电动出租车比例不低于70%，且逐年提高5个百分点，其余30%全部使用新能源汽车。

杭州

《杭州市人民政府办公厅关于印发杭州市环境保护“十三五”规划的通知》明确提出主城区每年新增或更新的出租车中，新能源和清洁燃料车的比例达到60%以上，力争达到100%，7个区、县（市）达到50%以上。

安徽

《支持新能源汽车产业创新发展和推广应用若干政策》明确提出从2018年起，一类市新增

的巡游出租车100%使用新能源汽车，二类市比例不低于50%，三类市比例不低于30%。

## 西安

《西安市人民政府关于进一步加快新能源汽车推广应用的实施方案》指出，市本级巡游出租车新增和更新车辆全部使用纯电动汽车。区县巡游出租车新增车辆全部使用纯电动汽车，更新车辆中纯电动汽车的比例不低于50%，以后逐年提高。

## 沈阳

《沈阳市新能源汽车推广应用实施方案（2015-2020年）》明确提出新增和更新的公交、出租、物流、环卫车辆中新能源汽车比例不低于30%。数据来源：公开资料整理

（3）“智慧城市”、“智慧交通”建设为行业发展增添新动力：在“互联网+”与大数据快速发展的背景下，智慧城市的建设推进智慧交通的发展。将智慧城市与智慧交通技术运用于城市出租车系统，缓解交通拥堵，有效提高城市出租车系统的综合运输能力和服务，为出租车行业带来新的升级和增长动力。

## 四、威胁分析

（1）网约车冲击：随着国民生活水平日益提高，出行打车的需求日益剧增。加之现有互联网模式大背景下，催生出网约车新兴业态，且网约车政逐步规范化发展，进一步挤压传统出租车的生存空间，成为制约传统出租车行业发展的重要因素。

根据数据显示，2018年，我国网约车用户规模为38947万人，较上年同比增长13.4%；2019年，我国网约车用户规模为40426万人，较上年同比增长3.8%。

2016-2019年我国网约车用户规模及增速

数据来源：公开资料整理

（2）政府管理严格：政府主要通过通过对出租车的运营牌照进行配额管理来限制出租车数量过快增长。在一段时间内，出租车运营单位会根据实际需求提供固定的运营牌照。长期的供不应求导致一张出租车运营牌照的费用尤其高。出租车因为受政府的数量管制，数量变化不大。

根据数据显示，2018年，我国出租车数量为138.89万辆，较上年同比下降3.3%；2019年，我国出租车数量为139.16万辆，较上年同比增长0.2%。

2015-2019年我国出租车数量及增速

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年中国出租车行业分析报告-行业规模现状与未来趋势预测》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、出租车行业基本情况介绍
- 三、出租车行业发展特点分析
- 四、出租车行业经营模式
  - 1、生产模式
  - 2、采购模式
  - 3、销售模式
- 五、出租车行业需求主体分析

#### 第二节 中国出租车行业上下游产业链分析

- 一、产业链模型原理介绍
- 二、出租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、中国出租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

#### 第四节 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

#### 第五节 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

## 第二章 2017-2020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 2021-2026年世界出租车行业分布走势预测

### 第七节 2021-2026年全球出租车行业市场规模预测

### 第三章 中国出租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、全社会消费品出租车总额
- 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

#### 第三节 中国出租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

#### 第三节 中国出租车行业供应情况分析

#### 第四节 中国出租车行业需求情况分析

#### 第五节 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
- 三、其它细分市场

#### 第六节 中国出租车行业供需平衡分析

#### 第七节 中国出租车行业发展趋势分析

### 第五章 中国出租车所属行业运行数据监测

## 第一节 中国出租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 中国出租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 中国出租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年中国出租车市场格局分析

### 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情况分析

#### 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

### 第五节 中国出租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年中国出租车行业需求特点与动态分析

### 第一节 中国出租车行业消费市场动态情况

### 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、渠道因素

四、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、中国出租车行业价格影响因素

二、中国出租车行业平均价格走势预测

三、中国出租车行业平均价格增速预测

第八章 2017-2020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布

第二节 中国华东地区出租车市场分析

一、华东地区概述

二、华东地区经济环境分析

三、华东地区出租车市场规模分析

四、华东地区出租车市场规模预测

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、华中地区出租车市场规模分析

四、华中地区出租车市场规模预测

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、华南地区出租车市场规模分析

四、华南地区出租车市场规模预测

第九章 2017-2020年中国出租车行业竞争情况

第一节 中国出租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 中国出租车行业SCP分析

一、理论介绍

二、SCP范式

三、SCP分析框架

第三节 中国出租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 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 中国出租车行业市场发展预测

##### 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

##### 一、中国出租车行业毛利润同比增速预测

##### 二、中国出租车行业利润总额同比增速预测

### 第十二章 2021-2026年中国出租车行业投资风险与营销分析

#### 第一节 出租车行业投资风险分析

##### 一、出租车行业政策风险分析

##### 二、出租车行业技术风险分析

##### 三、出租车行业竞争风险分析

##### 四、出租车行业其他风险分析

#### 第二节 出租车行业应对策略

- 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年中国出租车行业发展战略及规划建议

### 第一节 中国出租车行业品牌战略分析

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

### 第二节 中国出租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 中国出租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 出租车行业竞争力提升策略

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

## 第十四章 2021-2026年中国出租车行业发展策略及投资建议

### 第一节 中国出租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 中国出租车行业营销渠道策略

一、出租车行业渠道选择策略

二、出租车行业营销策略

第三节 中国出租车行业价格策略

第四节 观研天下行业分析师投资建议

一、中国出租车行业重点投资区域分析

二、中国出租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/535861535861.html>