

# 2023-2029年中国互联网打车行业市场全景调查及 竞争战略分析报告

报告大纲

## 一、报告简介

智研咨询发布的《2023-2029年中国互联网打车行业市场全景调查及竞争战略分析报告》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：<https://www.chyxx.com/research/1136753.html>

报告价格：电子版: 9800元 纸介版：9800元 电子和纸介版: 10000元

订购电话: 010-60343812、010-60343813、400-600-8596、400-700-9383

电子邮箱: sales@chyxx.com

联系人: 刘老师

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

智研咨询发布的《2023-2029年中国互联网打车行业市场全景调查及竞争战略分析报告》共十三章。首先介绍了互联网打车相关概念及发展环境，接着分析了中国互联网打车规模及消费需求，然后对中国互联网打车市场运行态势进行了重点分析，最后分析了中国互联网打车面临的机遇及发展前景。您若想对中国互联网打车有个系统的了解或者想投资该行业，本报告将是您不可或缺的重要工具。

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。

报告目录：

### 第一章 互联网打车行业发展概况

#### 1.1 互联网打车行业概述

##### 1.1.1 行业定义

##### 1.1.2 行业运营模式

#### 1.2 互联网打车行业发展背景

##### 1.2.1 网约车行业阻碍与促进因素

##### 1.2.2 网约车行业发展历程与节点

##### 1.2.3 传统体制VS新兴模式

### 第二章 互联网打车行业PEST分析

#### 2.1 宏观环境分析

##### 2.1.1 政治法律环境 ( Political Factors )

##### 2.1.2 经济环境 ( Economic Factors )

##### 2.1.3 社会文化环境 ( Sociocultural Factors )

##### 2.1.4 技术环境 ( Technological Factors )

#### 2.2 互联网打车行业政策专题研究

##### 2.2.1 政策形势分析

##### 2.2.2 相关法律法规

##### 2.2.3 最新政策动向

##### 2.2.4 政策走向预测

### 第三章 互联网打车行业管理探讨

#### 3.1 国际城市互联网打车管理经验

##### 3.1.1 国际互联网打车管理机制比较

##### 3.1.2 网络打车的美式监管经验借鉴

##### 3.1.3 国际城市出租与专车司机冲突的启示

#### 3.2 国内城市互联网打车管理经验

##### 3.2.1 国内城市管理特点

##### 3.2.2 国内重点城市互联网打车管理经验

#### 3.3 “专车”钓鱼执法现象分析

#### 3.4 互联网打车行业监管策略探讨

##### 3.4.1 互联网打车行业管理考验政府

##### 3.4.2 互联网打车行业监管策略探讨

### 第四章 互联网打车行业发展现状分析

#### 4.1 互联网打车行业发展综述

##### 4.1.1 互联网打车的分类

##### 4.1.2 互联网打车产业链分析

##### 4.1.3 互联网打车商业模式解析

##### 4.1.4 互联网打车行业研究重点

#### 4.2 互联网打车行业现状分析

##### 4.2.1 世界互联网打车行业发展状况分析

##### 4.2.2 中国互联网打车行业发展现状分析

##### 4.2.3 2022年互联网打车行业发展盘点

#### 4.3 官方互联网打车平台发展状况分析

##### 4.3.1 官方认可的专车模式

##### 4.3.2 官方互联网打车平台发展分析

### 第五章 互联网打车市场消费调查分析

#### 5.1 互联网打车消费者调查分析

##### 5.1.1 专车的需求人群分析

##### 5.1.2 消费者对专车与出租车的态度

##### 5.1.3 神秘客户调查体验分析

#### 5.2 互联网打车用户行为调研

##### 5.2.1 常使用专车服务的用户比例

##### 5.2.2 用户知晓率最高的专车品牌

- 5.2.3 用户使用率最高的专车品牌
- 5.2.4 用户信赖度最高的专车品牌
- 5.2.5 用户选择乘坐专车的主要原因
- 5.2.6 用户乘坐专车时的首选车型
- 5.2.7 用户最关心的专车服务质量
- 5.2.8 影响用户使用专车的主要因素
- 5.2.9 专车红包对用户选择的影响
- 5.2.10 用户对私家车加入专车的态度
- 5.2.11 用户对专车服务是否合法的态度

## 第六章 互联网打车重点细分领域分析

### 6.1 打车市场分析

- 6.1.1 出租车打车软件模式分析
- 6.1.2 出租车打车软件优劣势分析
- 6.1.3 出租车打车软件发展现状分析
- 6.1.4 出租车打车软件市场调查分析
- 6.1.5 出租车打车软件发展趋势分析

### 6.2 专车市场分析

- 6.2.1 互联网专车模式分析
- 6.2.2 互联网专车优劣势分析
- 6.2.3 互联网专车发展现状分析
- 6.2.4 互联网专车市场数据分析
- 6.2.5 互联网专车发展趋势分析

### 6.3 拼车市场分析

- 6.3.1 拼车软件运营模式分析
- ### 3、拼车软件的模式与前景
- 6.3.2 拼车软件行业优劣势分析
  - 6.3.3 拼车软件行业发展现状分析
  - 6.3.4 拼车软件市场面临问题分析
  - 6.3.5 拼车软件行业市场需求分析
  - 6.3.6 拼车软件市场发展空间巨大
  - 6.3.7 2022年拼车市场巨大变化

## 第七章 互联网打车区域市场发展分析

### 7.1 北京互联网打车市场发展分析

#### 7.1.1 北京互联网打车发展基础分析

#### 7.1.2 北京互联网专车发展状况分析

#### 7.2 上海互联网打车市场发展分析

##### 7.2.1 上海互联网打车发展基础分析

##### 7.2.2 上海互联网专车发展状况分析

#### 7.3 深圳互联网打车市场发展分析

##### 7.3.1 深圳互联网打车发展基础分析

##### 7.3.2 深圳互联网专车发展状况分析

#### 7.4 广州互联网打车市场发展分析

##### 7.4.1 广州互联网打车发展基础分析

##### 7.4.2 广州互联网专车发展状况分析

### 第八章 互联网打车行业面临的挑战与机遇

#### 8.1 行业存在问题及对策

##### 8.1.1 利益分配策略

##### 8.1.2 安全问题及对策

##### 8.1.3 刷单问题及对策

##### 8.1.4 法律问题及对策

#### 8.2 行业发展面临的挑战

#### 8.3 行业发展迎来的机遇

##### 8.3.1 互联网专车行业的机遇

##### 8.3.2 大数据经营与商业模式重构

### 第九章 互联网打车经营管理模式研究

#### 9.1 专车企业运营管理策略

##### 9.1.1 专车经营管理模式

##### 9.1.2 专车司机管理策略

#### 9.2 专车企业营销战略对比分析

##### 9.2.1 品牌背景对比分析

##### 9.2.2 波特五力模型分析

##### 9.2.3 对几大专车品牌未来局势的预测

#### 9.3 公关策略（3R策略）分析

##### 9.3.1 大众公关（PR）

##### 9.3.2 政府公关（GR）

##### 9.3.3 投资者公关（IR）

## 9.4 案例分析：Uber的高效运营机制与决策

### 9.4.1 上海Uber 40分钟变船

### 9.4.2 信任和授权是高效运营的基础

### 9.4.3 高效运营的技术支持

### 9.4.4 给出租车企业的启示

## 第十章 互联网打车市场竞争格局分析

### 10.1 互联网打车行业竞争格局

#### 10.1.1 市场寡头格局即将形成

#### 10.1.2 中国专车企业竞争研究

#### 10.1.3 网络专车平台内斗加剧

### 10.2 中国出租车与专车竞争分析

#### 10.2.1 互联网打车与出租车的关系

#### 10.2.2 互联网打车与出租车经营数据对比

#### 10.2.3 多地“围剿”专车

### 10.3 对抗加剧的根源和解决方案

#### 10.3.1 利益各方的对抗

#### 10.3.2 舆论支持导向

#### 10.3.3 解决方案：推动利益链的平衡

### 10.4 互联网打车行业竞争策略

#### 10.4.1 行业竞争不断加剧

#### 10.4.2 核心竞争力在于企业系统能力

#### 10.4.3 移动互联网时代的竞争策略

## 第十一章 互联网打车标杆企业运营分析

### 11.1 重点专车企业运营分析

#### 11.1.1 Uber

##### 1、企业概况

##### 2、商业模式分析

##### 3、竞争优势分析

##### 4、运营数据分析

##### 5、覆盖城市及布局

##### 6、融资情况及战略规划

#### 11.1.2 滴滴专车（含一号专车）

##### 1、企业概况

- 2、商业模式分析
- 3、竞争优势分析
- 4、运营数据分析
- 5、覆盖城市及布局
- 6、融资情况及战略规划
- 11.1.3 易到用车
  - 1、企业概况
  - 2、商业模式分析
  - 3、竞争优势分析
  - 4、运营数据分析
  - 5、覆盖城市及布局
  - 6、融资情况及战略规划
- 11.1.4 神州专车
  - 1、企业概况
  - 2、商业模式分析
  - 3、竞争优势分析
  - 4、运营数据分析
  - 5、覆盖城市及布局
  - 6、融资情况及战略规划
- 11.2 重点拼车企业运营分析
  - 11.2.1 嘀嗒拼车
    - 1、企业概况
    - 2、商业模式分析
    - 3、竞争优势分析
    - 4、运营数据分析
    - 5、覆盖城市及布局
    - 6、融资情况及战略规划
  - 11.2.2 微微拼车
    - 1、企业概况
    - 2、商业模式分析
    - 3、竞争优势分析
    - 4、运营数据分析
    - 5、覆盖城市及布局
    - 6、融资情况及战略规划
  - 11.2.3 天天用车



- 1、企业概况
- 2、商业模式分析
- 3、竞争优势分析
- 4、运营数据分析
- 5、覆盖城市及布局
- 6、融资情况及战略规划

#### 11.2.4 51用车

- 1、企业概况
- 2、商业模式分析
- 3、竞争优势分析
- 4、运营数据分析
- 5、覆盖城市及布局
- 6、融资情况及战略规划

#### 11.2.5 滴滴顺风车

- 1、企业概况
- 2、商业模式分析
- 3、竞争优势分析
- 4、运营数据分析
- 5、覆盖城市及布局
- 6、融资情况及战略规划

## 第十二章 互联网打车行业发展趋势预测

### 12.1 2023-2029年互联网打车行业发展趋势预测

- 12.1.1 2023-2029年互联网打车行业发展趋势分析
- 12.1.2 2023-2029年互联网打车行业市场规模预测
- 12.1.3 2023-2029年互联网打车行业市场供需预测
- 12.1.4 2023-2029年互联网打车行业市场竞争预测
- 12.1.5 2023-2029年互联网打车行业国家政策预测

### 12.2 2023-2029年互联网+出租车发展趋势

- 12.2.1 互联网+出租车行业发展机遇剖析
- 12.2.2 互联网+出租车行业发展瓶颈剖析
- 12.2.3 互联网+出租车行业市场前景预测

## 第十三章 互联网打车行业投融资分析

### 13.1 互联网打车行业投融资分析

- 13.1.1 互联网打车的经济分析
- 13.1.2 互联网打车行业投融资现状分析
- 13.1.3 互联网打车行业投资机会分析
- 13.1.4 互联网打车行业投资风险分析
- 13.1.5 互联网打车行业投融资建议
- 13.2 互联网打车行业融资模式分析
- 13.2.1 投资机构融资模式分析
- 13.2.2 金融机构融资模式分析
- 13.2.3 资本市场融资模式分析
- 13.2.4 互联网打车领域融资案例分析

## 图表目录

- 图表：P2P专车商业模式
- 图表：B2C专车商业模式
- 图表：专车运营模式优劣势对比
- 图表：中国互联网打车行业阻碍与促进因素分析
- 图表：中国互联网打车行业发展时间轴
- 图表：中国互联网打车PEST模型分析
- 图表：2022年中国人口总数及其构成分析
- 图表：Uber服务法律模型
- 图表：滴滴快服务法律模型
- 图表：广州“钓鱼执法”报道
- 图表：舆情发展与应对处置轨迹
- 图表：广州专车疑似“钓鱼执法”网民观点倾向性分析
- 图表：互联网打车产业链
- 图表：用户是否使用过专车服务
- 图表：滴滴专车价目表
- 图表：神州专车价目表
- 图表：Uber专车价目表
- 图表：用户是否使用过专车服务
- 图表：主要专车APP用户知晓率
- 图表：主要专车APP用户使用率
- 图表：主要专车APP用户信赖度
- 图表：用户选择乘坐专车的主要原因
- 图表：用户乘坐专车选择的车型占比

图表：关于专车服务质量用户更关心  
图表：影响用户使用专车的最主要因素  
图表：专车红包对用户选择的影响  
图表：用户对私家车加入专车的态度  
图表：用户对专车服务是否合法的态度  
图表：打车软件模式分析  
图表：2022年打车APP累计账户规模分析  
图表：2022年中国打车APP累计账户市场份额  
图表：打车软件2022年覆盖人数  
图表：打车软件2022年总使用次数比例  
图表：打车软件使用原因调查  
图表：打车软件使用提供补贴产品后满意度调查  
图表：打车软件补贴停止后使用情况调查  
图表：用户了解补贴活动的渠道调查  
图表：2022年中国互联网专车市场份额  
图表：2018-2022年北京机动车拥有量  
更多图表见正文.....

详细请访问：<https://www.chyxx.com/research/1136753.html>