

2016-2022年中国共享经济市场发展现状与十三五 盈利战略研究报告

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《2016-2022年中国共享经济市场发展现状与十三五盈利战略研究报告》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：<http://baogao.chinabaogao.com/jinrongyinhang/240057240057.html>

报告价格：电子版: 7200元 纸介版：7200元 电子和纸介版: 7500

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

中国报告网发布的《2016-2022年中国共享经济市场发展现状与十三五盈利战略研究报告》内容严谨、数据翔实，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动向、市场前景、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。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。

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。

【报告大纲】

第一章 共享经济相关介绍 16

1.1 共享经济概述 16

1.1.1 共享经济的起源 16

1.1.2 共享经济的定义 16

1.1.3 共享经济主要类型 18

1.2 共享经济的优势 19

1.2.1 整合线下资源 19

1.2.2 提升配置效率 20

1.2.3 提供非标产品 22

1.2.4 树立个人品牌 24

1.3 共享经济的特征 25

1.3.1 技术特征 25

1.3.2 主体特征 25

1.3.3 客体特征 25

1.3.4 行为特征 25

1.3.5 效果特征 26

1.4 共享经济的核心机制 26

1.4.1 动态定价 26

1.4.2 自由时间 28

1.4.3 双向约束 28

1.5 共享经济与传统经济的区别	30
1.5.1 传统经济的中心化结构	30
1.5.2 共享经济的去中心化结构	31
1.5.3 共享经济与传统经济对比	32
第二章 2014-2015年共享经济发展驱动因素分析	35
2.1 信息技术的推动作用	35
2.1.1 对共享经济的影响	35
2.1.2 技术发展降低生产成本	35
2.1.3 社交网络技术进步影响	35
2.1.4 移动智能终端渗透提升	35
2.1.5 大数据及云计算技术支撑	37
2.2 支付方式转变的影响	37
2.2.1 对共享经济的影响	37
2.2.2 支付产业发展综述	38
2.2.3 第三方支付市场规模	39
2.2.4 移动支付市场规模	39
2.3 社会环境转变的影响	40
2.3.1 用户需求的提升	40
2.3.2 消费理念的转变	40
2.3.3 人口结构的变化	41
2.3.4 区位聚集的模式	41
2.4 社会征信体系的发展	42
2.4.1 行业发展现状	42
2.4.2 征信系统规模	44
2.4.3 市场整体格局	45
2.4.4 对共享经济的影响	46
2.5 其他影响因素分析	47
2.5.1 资本市场的热捧	47
2.5.2 信息共享习惯养成	48
2.5.3 提高收入的意愿	48
2.5.4 灵活就业的追求	48
第三章 2014-2015年全球共享经济发展分析	50
3.1 2014-2015年全球共享经济发展综述	50
3.1.1 发展历程分析	50
3.1.2 市场发展阶段	50

- 3.1.3 全球用户规模 51
- 3.1.4 市场发展规模 51
- 3.2 2014-2015年全球共享经济发展态势 52
 - 3.2.1 共享经济成为热点 52
 - 3.2.2 分享领域不断拓展 52
 - 3.2.3 初创企业快速成长 53
 - 3.2.4 竞争格局尚不稳定 53
 - 3.2.5 政策导向趋于明朗 53
- 3.3 2014-2015年美国共享经济发展分析 54
 - 3.3.1 分享领域分析 54
 - 3.3.2 政府政策分析 55
 - 3.3.3 发展经验借鉴 57
- 3.4 2014-2015年英国共享经济发展分析 58
 - 3.4.1 市场发展规模 58
 - 3.4.2 政府支持政策 58
 - 3.4.3 政府政策特点 60
- 3.5 全球共享经济市场典型企业案例 62
 - 3.5.1 Uber 62
 - 3.5.2 Airbnb 62
 - 3.5.3 HomeAway 64
- 第四章 2014-2015年中国共享经济发展分析 65
 - 4.1 中国共享经济发展原因分析 65
 - 4.1.1 经济发展模式转型需求 65
 - 4.1.2 经济发展的结构性失衡 66
 - 4.1.3 盈余成为常态 66
 - 4.2 中国发展共享经济的特殊意义 67
 - 4.2.1 发展理念集中体现 67
 - 4.2.2 供给侧改革重要抓手 68
 - 4.2.3 贯彻创新驱动发展战略 68
 - 4.2.4 新竞争优势先导力量 68
 - 4.3 2014-2015年中国共享经济发展综述 69
 - 4.3.1 发展历程分析 69
 - 4.3.2 发展特征分析 70
 - 4.3.3 政策支持分析 71
 - 4.3.4 发展态势分析 71

4.4 2014-2015年中国共享经济市场发展分析 74

4.4.1 市场发展阶段 74

4.4.2 市场规模分析 74

4.4.3 分享领域分析 75

4.4.4 企业创新进程 75

4.5 中国共享经济发展存在的问题 76

4.5.1 监管体系亟待重构 76

4.5.2 统筹协调难度加大 76

4.5.3 产业发展尚不成熟 76

4.5.4 原有法规不适应 76

4.5.5 信用体系不健全 77

4.6 中国共享经济发展策略分析 78

4.6.1 完善产业监管体系 78

4.6.2 加大统筹协调力度 78

4.6.3 共享观念认知教育 78

4.6.4 建立健全法规制度 78

第五章 中国共享经济发展模式分析 80

5.1 共享经济商业模式综述 80

5.1.1 与传统产业模式比较 80

5.1.2 与电商模式比较 80

5.1.3 共享经济的商业模式 81

5.2 共享经济商业模式分析 81

5.2.1 以产品为中心模式 81

5.2.2 再分配市场模式 82

5.2.3 协作型生活模式 83

5.3 共享经济的盈利模式 84

5.3.1 交易佣金模式 84

5.3.2 增值服务收入 84

5.3.3 电商与广告收入 84

5.4 个人共享经济商业模式分析 85

5.4.1 商业模式总述 85

5.4.2 有偿分享模式 85

5.4.3 无偿分享模式 86

5.4.4 众筹模式分析 86

5.5 企业端共享经济商业模式 88

5.5.1 商业模式概述	88
5.5.2 B2B分享模式	89
5.5.3 C2B发展模式	89
第六章 2014-2015年交通出行共享市场发展分析	90
6.1 交通出行共享市场发展综述	90
6.1.1 市场发展现状	90
6.1.2 用户偏好分析	90
6.1.3 主要共享模式	90
6.1.4 市场参与主体	91
6.1.5 主要影响分析	91
6.2 打车应用市场	92
6.2.1 商业模式分析	92
6.2.2 应用场景分析	94
6.2.3 典型企业案例	95
6.3 专车/快车市场	96
6.3.1 基本模式分析	96
6.3.2 市场份额占比	97
6.3.3 典型企业案例	98
6.4 顺风车市场	99
6.4.1 市场发展综述	99
6.4.2 市场运作模式	100
6.4.3 市场运用策略	101
6.4.4 市场发展格局	102
6.4.5 典型企业案例	102
6.5 共享租车市场	104
6.5.1 市场发展现状	104
6.5.2 市场运营模式	105
6.5.3 典型企业案例	107
6.6 其他模式分析	107
6.6.1 混业发展	107
6.6.2 代驾	107
6.6.3 货拉拉	108
第七章 2014-2015年空间共享市场发展分析	109
7.1 空间分享市场发展综述	109
7.1.1 办公共享市场	109

7.1.2 房屋共享市场	109
7.1.3 共享模式分析	110
7.1.4 市场参与主体	110
7.2 在线短租市场分析	117
7.2.1 市场发展概况	117
7.2.2 主流业务模式	117
7.2.3 市场竞争格局	118
7.2.4 市场发展规模	118
7.3 互联网长租市场分析	118
7.3.1 市场发展综述	118
7.3.2 市场类别分析	119
7.3.3 租赁市场规模	120
7.3.4 长租服务平台	121
7.3.5 公寓长租平台	123
7.4 创客空间市场分析	128
7.4.1 市场发展规模	128
7.4.2 市场发展格局	129
7.4.3 市场发展态势	130
7.5 互联网停车位市场分析	131
7.5.1 市场发展综述	131
7.5.2 市场发展动力	132
7.5.3 市场主体分析	133
7.5.4 典型运作模式	134
7.6 空间共享市场典型企业案例	135
7.6.1 途家	135
7.6.2 小猪短租	136
7.6.3 Wework	137
7.6.4 SOHO 3Q	140
7.6.5 优客工场	140
7.6.6 丁丁停车	141
第八章 2014-2015年金融共享市场发展分析	142
8.1 金融共享市场发展综述	142
8.1.1 金融共享定义	142
8.1.2 市场发展驱动力	142
8.1.3 市场衡量标准	142

- 8.1.4 共享金融发展路径 143
- 8.2 P2P借贷市场分析 145
 - 8.2.1 市场发展规模 145
 - 8.2.2 市场发展格局 145
 - 8.2.3 平台核心要素 146
 - 8.2.4 平台运营模式 148
- 8.3 股权众筹市场分析 149
 - 8.3.1 监管政策分析 149
 - 8.3.2 市场发展综述 150
 - 8.3.3 市场运作模式 155
 - 8.3.4 市场运营分析 156
- 8.4 金融共享市场典型企业案例 157
 - 8.4.1 陆金所 157
 - 8.4.2 人人贷 158
 - 8.4.3 京东众筹 159
 - 8.4.4 众筹网 159
- 第九章 2014-2015年物流共享市场发展分析 160
 - 9.1 物流共享市场发展综述 160
 - 9.1.1 市场发展状况 160
 - 9.1.2 市场发展动力 160
 - 9.1.3 市场参与主体 161
 - 9.1.4 市场发展模式 161
 - 9.1.5 市场发展格局 166
 - 9.2 同城快递市场分析 166
 - 9.2.1 市场发展综述 166
 - 9.2.2 市场发展方向 167
 - 9.2.3 市场发展规模 168
 - 9.3 同城货运市场分析 168
 - 9.3.1 市场发展现状 168
 - 9.3.2 市场发展规模 169
 - 9.3.3 同城货运平台 169
 - 9.3.4 市场发展方向 170
 - 9.4 跨城货运市场分析 170
 - 9.4.1 市场发展现状 170
 - 9.4.2 市场发展特征 170

9.4.3 市场发展规模	171
9.5 物流共享市场典型企业案例	171
9.5.1 人人快递	171
9.5.2 达达	172
9.5.3 空间客车	172
第十章 2014-2015年物品共享发展分析	173
10.1 物品共享市场发展综述	173
10.1.1 市场发展综述	173
10.1.2 市场发展特征	173
10.1.3 主要商业模式	173
10.2 二手车电子商务市场分析	173
10.2.1 市场发展综述	173
10.2.2 市场运营模式	174
10.2.3 行业融资状况	174
10.2.4 市场交易规模	175
10.2.5 市场发展动态	175
10.3 二手奢侈品交易分析	176
10.3.1 市场发展规模	176
10.3.2 市场特征分析	176
10.3.3 市场发展动态	176
10.3.4 市场发展前景	177
10.4 二手电子交易分析	178
10.4.1 市场交易规模	178
10.4.2 市场发展特征	178
10.4.3 市场发展趋势	179
10.5 物品共享市场典型企业案例	179
10.5.1 优信集团	179
10.5.2 人人车	179
10.5.3 58转转	180
10.5.4 爱回收	181
第十一章 2014-2015年美食共享市场发展分析	183
11.1 美食共享市场发展综述	183
11.1.1 美食共享综述	183
11.1.2 互联网餐饮规模	183
11.1.3 餐饮O2O形式	184

11.1.4 共享产品特征	184
11.2 私厨餐饮共享市场分析	185
11.2.1 市场供求变化	185
11.2.2 市场发展特征	187
11.2.3 用户偏好分析	187
11.2.4 市场发展规模	189
11.3 私厨市场商业模式分析	190
11.3.1 基于C端的佣金模式	190
11.3.2 基于B端的广告和佣金模式	190
11.3.3 商业空间展望	191
11.4 其他美食共享市场分析	191
11.4.1 厨师上门	191
11.4.2 美食寄售	192
11.4.3 家庭厨房	192
11.5 美食共享市场典型企业案例	193
11.5.1 EatWith	193
11.5.2 Plenry	194
11.5.3 回家吃饭	194
11.5.4 妈妈的菜	194
11.5.5 觅食	195
第十二章 2014-2015年医疗共享市场发展分析	197
12.1 医疗共享市场发展综述	197
12.1.1 医疗与共享结合	197
12.1.2 市场发展现状	197
12.1.3 共享模式分析	197
12.1.4 市场投资规模	198
12.2 在线问诊市场分析	199
12.2.1 市场发展综述	199
12.2.2 市场主要分类	199
12.2.3 与线上诊疗的区别	200
12.2.4 市场投资规模	201
12.2.5 主要盈利模式	202
12.2.6 市场发展趋势	202
12.3 其他医疗共享市场发展模式分析	203
12.3.1 多点执业模式	203

12.3.2 医生上门模式	204
12.4 医疗共享市场典型企业案例	205
12.4.1 寻医问药	205
12.4.2 就医160	205
12.4.3 春雨医生	206
12.4.4 微医集团	208
12.4.5 平安好医生	209
第十三章 2014-2015年教育共享市场发展分析	210
13.1 教育共享市场发展综述	210
13.1.1 市场发展概况	210
13.1.2 共享教育优势	210
13.1.3 教学服务共享模式	211
13.2 K12在线教育市场分析	212
13.2.1 市场发展规模	212
13.2.2 市场发展格局	213
13.2.3 主要商业模式	214
13.2.4 市场主要产品	215
13.3 远程外教市场分析	217
13.3.1 市场发展现状	217
13.3.2 市场主体分析	217
13.3.3 市场发展规模	218
13.3.4 市场用户规模	219
13.4 职业培训市场分析	219
13.4.1 市场发展规模	219
13.4.2 市场用户规模	219
13.4.3 达人顾问市场	220
13.5 教育共享市场典型企业案例	220
13.5.1 老师好	220
13.5.2 猿题库	221
13.5.3 一起作业网	221
13.5.4 作业帮	222
第十四章 2014-2015年媒体共享市场发展分析	223
14.1 媒体共享市场发展综述	223
14.1.1 共享媒体时代的构建	223
14.1.2 自媒体行业特征现状	223

- 14.1.3 自媒体平台类型分析 224
- 14.1.4 自媒体盈利模式分析 226
- 14.2 文字自媒体市场分析 227
 - 14.2.1 市场发展现状 227
 - 14.2.2 市场平台应用 228
 - 14.2.3 发展创新分析 228
 - 14.2.4 主要作用分析 228
- 14.3 视频自媒体市场分析 228
 - 14.3.1 市场发展综述 228
 - 14.3.2 成功要素分析 229
 - 14.3.3 优劣势对比 231
- 14.4 音频自媒体市场分析 233
 - 14.4.1 市场发展现状 233
 - 14.4.2 市场竞争状况 233
 - 14.4.3 创新商业模式 233
- 14.5 自媒体共享市场典型企业案例 234
 - 14.5.1 百度百家 234
 - 14.5.2 晓松奇谈 234
 - 14.5.3 喜马拉雅FM 235
 - 14.5.4 蜻蜓FM 235
 - 14.5.5 斗鱼TV 235
- 第十五章 2014-2015年知识技能共享市场分析 236
 - 15.1 互联网信息共享发展历程 236
 - 15.1.1 以兴趣为导向的BBS社区 236
 - 15.1.2 以知识为导向的点评百科社区 236
 - 15.1.3 以个人展示为导向的社交网络 237
 - 15.1.4 以内容为导向的媒体平台 237
 - 15.2 知识技能共享市场发展综述 239
 - 15.2.1 发展综述 239
 - 15.2.2 典型代表 239
 - 15.2.3 问题与挑战 239
 - 15.3 知识技能共享市场发展现状 240
 - 15.3.1 市场发展规模 240
 - 15.3.2 业务拓展状况 240
 - 15.3.3 市场参与主体 241

- 15.3.4 资本投资规模 241
- 15.4 知识技能共享典型企业案例 241
 - 15.4.1 猪八戒 241
 - 15.4.2 丸子地球 242
 - 15.4.3 知乎 242
 - 15.4.4 TED 243
 - 15.4.5 VIPABC 243
- 第十六章 2014-2015年服务共享市场发展分析 244
 - 16.1 生活服务共享市场 244
 - 16.1.1 共享养老服务 244
 - 16.1.2 共享闲散兼职 245
 - 16.1.3 共享宠物服务 246
 - 16.1.4 家政服务共享 246
 - 16.1.5 美业共享市场 247
 - 16.1.6 服饰共享 249
 - 16.2 生产能力共享市场 251
 - 16.2.1 发展现状分析 251
 - 16.2.2 发展影响分析 251
 - 16.2.3 发展趋势展望 252
 - 16.2.4 典型企业案例 252
 - 16.3 数字共享市场 253
 - 16.3.1 WiFi共享 253
 - 16.3.2 口碑共享 253
 - 16.3.3 交通信息共享 254
 - 16.4 农业服务共享市场 254
 - 16.4.1 农业共享经济萌芽 254
 - 16.4.2 农化服务共享崛起 255
 - 16.4.3 农村共享经济2.0 256
 - 16.5 能源共享市场 259
 - 16.5.1 能源共享模式 259
 - 16.5.2 细分共享市场 259
 - 16.5.3 能源共享价值 261
- 第十七章 2014-2015年共享经济投融资分析 262
 - 17.1 2014-2015年共享经济投融资状况 262
 - 17.1.1 国际投融资总额 262

- 17.1.2 独角兽企业估值 262
- 17.1.3 投资主体布局 264
- 17.2 2014-2015年共享经济细分领域投融资规模 265
 - 17.2.1 交通出行共享 265
 - 17.2.2 空间共享市场 265
 - 17.2.3 金融共享市场 266
 - 17.2.4 美食共享市场 266
 - 17.2.5 共享医疗市场 266
 - 17.2.6 公共资源共享市场 266
 - 17.2.7 知识共享市场 267
 - 17.2.8 任务共享市场 267
 - 17.2.9 物品共享市场 267
- 17.3 2014-2015年共享经济投资机会分析 268
 - 17.3.1 分享经济的创业机会 268
 - 17.3.2 传统企业发展共享经济机会 268
 - 17.3.3 个人进入共享经济市场机会 269
- 第十八章 2016-2022年共享经济发展前景及趋势分析 271
 - 18.1 共享经济发展方向分析 271
 - 18.1.1 场景设计是起点 271
 - 18.1.2 高频次是重点 271
 - 18.1.3 体验机制是标准 271
 - 18.1.4 营销是发现需求方向 271
 - 18.2 共享经济发展前景展望 272
 - 18.2.1 共享经济或成未来主流 272
 - 18.2.2 重构交通市场 272
 - 18.2.3 重构汽车产业 272
 - 18.2.4 重构互联网商业模式 272
 - 18.3 共享经济发展趋势分析 273
 - 18.3.1 内涵深化外延扩大 273
 - 18.3.2 竞争激烈优胜劣汰 273
 - 18.3.3 传统企业转型分享 274
 - 18.3.4 体系重构协同治理 275
 - 18.3.5 倡导包容开放发展 275
 - 18.4 2016-2022年共享经济市场规模预测分析 276
 - 18.4.1 细分领域规模预测 276

18.4.2 总体市场规模预测 277

图表目录

- 图表 1：流量红利消失背景下的共享经济升级模式 17
- 图表 2：共享经济主要类型 19
- 图表 3：北京非高峰期出租车、滴滴快车、人民优步价格比较 20
- 图表 4：全球各大城市Airbnb 和普通酒店价格对比 22
- 图表 5：Uber和Airbnb的非标准化产品 22
- 图表 6：共享经济提供独特价值 23
- 图表 7：共享经济对劳动提供者的改变 24
- 图表 8：Uber动态加价提示 27
- 图表 9：美国奥斯汀Uber 与出租车供给对比 28
- 图表 10：传统经济以中心化为核心，强调专业分工和产品标准化 30
- 图表 11：共享经济是去中心化的典型例子，更多的是强调共享 31
- 图表 12：传统经济与共享经济模式对比 33
- 图表 13：2016-2022 年全球智能手机用户渗透率 35
- 图表 14：2016-2022年中国第三方互联网在线支付市场交易规模预测 39
- 图表 15：2016-2022年中国第三方移动支付市场交易规模预测 40
- 图表 16：消费领域共享的基础 42
- 图表 17：益佰利的场景数据收购史 46
- 图表 18：共享经济的信用体系建立 47
- 图表 19：中国共享经济发展阶段 69
- 图表 20：个人端的共享经济模式 85
- 图表 21：互助保险模式 87
- 图表 22：阿里娱乐报运营模式 87
- 图表 23：交通出行共享市场主要业务类型及运营模式 91
- 图表 24：打车软件对打车流程的改善 92
- 图表 25：滴滴出行产品线 95
- 图表 26：Uber产品分析 98
- 图表 27：Uber融资分析 99
- 图表 28：各品车软件月活跃用户 99
- 图表 29：主要顺风车软件计费模式 100
- 图表 30：顺风车APP运营策略 101
- 图表 31：传统专车模式 102
- 图表 32：Uber pool模式 103
- 图表 33：中国自驾游人数及其增速 104

- 图表 34 : P2P租车流程 105
- 图表 35 : 传统租车与P2P租车对比 106
- 图表 36 : 传统租车、P2P租车服务对比 106
- 图表 37 : 中国创客空间空间分布及北上广深代表项目 129
- 图表 38 : 百家停车公司所在城市分布 131
- 图表 39 : BAT互联网停车布局 133
- 图表 40 : WeWork主要融资信息 137
- 图表 41 : WeWork租用面积和办公地址数量 138
- 图表 42 : WeWork会员体系 138
- 图表 43 : 与WeWork合作的第三方服务 139
- 图表 44 : SOHO3Q临近地段传统商业中心月租比较 140
- 图表 45 : 2015年P2P借贷行业交易规模走势(单位:亿元) 145
- 图表 46 : 2015年P2P平台数量月度走势(单位:家) 146
- 图表 47 : 同城货运公司资本基础 169
- 图表 48 : 国内二手车电商的运营模式 174
- 图表 49 : 2013-2015年二手车电商投资规模 174
- 图表 50 : 2010-2015年中国二手车市场交易规模 175
- 图表 51 : 在线问诊不同手段效果矩阵 200
- 图表 52 : 在线问诊与线上诊疗的区别 201
- 图表 53 : 2015年1-10月互联网医疗细分领域投融资概况 202
- 图表 54 : 2014 年我国K12 教育市场规模 213
- 图表 55 : K12 在线教育产业链,行业集中度低 214
- 图表 56 : 当前K12在线教育四大典型细分市场 214
- 图表 57 : 云农场“乡间货”的“农村物流资源共享模式 257
- 图表 58 : 农商1 号问专家模块是国内首创的农技共享平台 258
- 图表 59 : 全球分享经济独角兽企业TOP20估值 262
- 图表 60 : 我国分享经济独角兽企业估值 262
- 图表 61 : 分享经济准独角兽企业 263
- 图表 62 : BAT在分享经济领域抢先布局 264
- 图表 63 : 2015年交通出行主要平台估值及融资(单位:亿美元) 265
- 图表 64 : 分享经济与传统租赁经济2014-2025年收入复合增长率预测 277
- 图表详见正文.....

特别说明:中国报告网所发行报告书中的信息和数据部分会随时间变化补充更新,报告发行年份对报告质量不会有任何影响,有利于降低企事业单位决策风险。(GY ZM)

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/jinrongyinhang/240057240057.html>