

2021年中国网约车市场调研报告- 产业竞争格局与未来动向研究

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年中国网约车市场调研报告-产业竞争格局与未来动向研究》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/533644533644.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

网约车指的是把互联网技术作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。近年来，我国网约车行业快速发展，网约车已成为消费者城市出行的重要部分，但行业乱象频发也引起了相关部门的注意。在此背景下，为支持我国网约车行业的持续健康发展，我国发布了一系列相关利好政策。

2020年，中国交通运输协会正式发布《网络预约出租汽车平台公司安全运营自律规范》团体标准和《私人小客车合乘信息服务平台公司安全运行技术规范》团体标准。随着网约车、顺风车安全标准的出炉，对标准化和规范化网约车、顺风车的安全管理，无疑能起到重要的指导价值和示范意义。

我国网约车行业相关政策规划

时间

政策规划

要点

2014年5月

《关于促进手机软件召车等出租汽车电召服务有序发展的通知（征求意见稿）》

要求各地方交通运输主管部门要加快推动城市出租汽车服务管理信息系统与手机软件召车服务系统，实现信息共享和互联互通，逐步实现对出租汽车电召服务的完整记录、及时跟踪和全过程监管。

2016年7月

《网络预约出租汽车经营服务管理暂行办法》

首次从事网约车经营的，应当向企业注册地相应出租汽车行政主管部门提出申请。车辆的具体标准和营运要求，由相应的出租汽车行政主管部门，按照高品质服务、差异化经营的发展原则，结合本地实际情况确定。肯定了网约车的合法地位，同时明确提出鼓励私人小客车合乘。

《关于深化改革推进出租汽车行业健康发展的指导意见》

给予网约车合法地位，支持网约车平台公司不断创新规范发展。明确平台公司应承担的承运人责任、具备的营运条件和需规范的经营行为。私人小客车合乘有利于缓解交通拥堵和减少空气污染，城市人民政府应制定相应规定，明确合乘服务提供者、合乘者及合乘信息平台等三方的权利和义务，鼓励并规范其发展。

2016年9月

《出租汽车驾驶员从业资格管理规定》

驾驶员从事网约车服务需要参加全国和地方两级考试。规定也设置了考试的门槛，参加考试人员需

錯 筭 鮪 權 喇 步 | 豢 馨 響 施 殍 捕 踏

期为3年。

2016年11月

《广州市网络预约出租汽车经营服务管理暂行办法》

私人小客车合乘，也称为拼车、顺风车，按城市人民政府有关规定执行。

2016年12月

《北京市私人小客车合乘出行指导意见》

其第一条规定：“私人小客车合乘，也称为拼车、顺风车，是由合乘服务提供者事先发布出行信息，出行线路相同的人选择乘坐驾驶员的小客车、分摊合乘部分的出行成本（燃料费和通行费）或免费互助的共享出行方式。该条明确了纳入行政规制的顺风车概念。其第二条规定：“台乘出行作为驾驶员、合乘者及台乘信息服务平台各方自愿的、不以盈利为目的的民事行为，相关责任义务按照有关法律法规的规定由合乘各方自行承担。”

2017年1月

《网络预约出租汽车运营服务规范》

预约响应率100%，约车成功率不小于80%，车辆相符率100%，驾驶员相符率100%，营运车辆保险购买合格率100%，乘客有效投诉率小于百万分之二十，乘客投诉处理率100%，乘客服务评价不满意率小于20%，第三方调查乘客满意率不小于80%。

《深圳市交通运输委员会深圳市公安局关于印发<关于规范私人小客车合乘的若干规定>的通知》

私人小客车合乘是不以营利为目的，合乘出行提供者事先发布出行信息，出行线路相同的合乘者选择乘坐合乘出行提供者的小客车，分摊部分出行成本或免费互助的共享出行方式。私人小客车合乘不属于道路运输经营行为，为合乘各方自愿的民事行为，相关权利、义务和责任由合乘各方自行约定并承担。因此无需办理车辆营运证和驾驶证，但合乘行为必须遵从《关于规范私人小客车合乘的若干规定》。

2018年5月

《关于加强网络预约出租汽车行业事中事后联合监管有关工作的通知》

要求各级交通运输、网信、通信、公安、人民银行、税务、工商和市场监管等部门要建立网约车行业联合监管机制，针对未取得网约车经营许可从事网约车经营、线上线下车辆人员不一致、信息泄露、不依法纳税、不正当竞争、非法经营资金支付结算等违法违规行为，各相关管理部门可开展联合约谈。规范了网约车管理，强化行业事中事后监管，维护市场公平竞争秩序。

2018年12月

《网络预约出租汽车和私人小客车合乘安全管理的紧急通知》

全面清退不合规车辆及驾驶员。

2019年4月

《东莞市交通运输局私人小客车合乘出行若干规定》

合乘出行提供应通过合乘平台提供合乘服务的，应符合以下条件 在合乘平台进行实名注册，并如实提供合乘出行车辆的号牌、车型、年检记录，以及保险状况等信息 使用具有东莞市公安部门核发的有效机动车号牌，且年检合格的7座及以下小型客车拥有相应准驾车型的机动车驾驶证。

2019年8月

《孝感市网络预约出租汽车经营服务管理实施细则》

对网约车运营服务作出规范；明确网约车平台承担承运人责任；为保证运营安全，对服务中发生的安全责任事故等承担先行赔付责任。

2019年9月

《深圳市网络预约出租汽车经营服务管理暂行办法》

修订后的《办法》强化安全管理主体责任，维护驾驶员和乘客合法权益，提高服务质量。

2020年

《网络预约出租汽车平台公司安全运营自律规范》、团体标准和《私人小客车合乘信息服务平台公司安全运行技术规范》团体标准

这是网约车、顺风车行业的首部安全团体标准。网约车和顺风车领域的安全问题一直为社会各界所关注，而网约车、顺风车安全标准的出炉，对标准化和规范化网约车、顺风车的安全管理，无疑能起到重要的指导价值和示范意义。资料来源：公开资料整理

同时各地方也相继出台了网约车管理细则，促进网约车行业的蓬勃发展。相比于交通部政策，各地规定普遍更细致且严格，部分城市的车辆准入条件甚至达到了十几项，主要从车籍、轴距、车价、车龄、排量等维度进行规范。比如各地均要求网约车为本地牌照，京、津、沪地区的网约车司机必须拥有本地户籍，杭州、深圳司机则需满足本地户籍或持当地居住证满规定时间等。

各地网约车政策标准规范要求

城市

牌照

轴距

车价

排量

车龄

北京

本地

>2675

计税加个高于

1800ml/1.6T

3年

上海

本地

2600

本市出租车

无

无

广州

本地

非新能源无要求，新能源

无

>1750mL

1年

深圳

本地

2650

无

>1750mL

2年

重庆

本地

非新能源>2700；新能源

无

1800mL/1.5T

2年

大连

本地

2600；混合动力>2700

计税加个高于

发动机功率 90kw

3年

贵阳

本地

（含新能源）

本市出租车

燃油功率>110kw

3年

杭州

本地

>2700 (含新能源)

无

新能源功率 80kw

5年

南京

本地

无要求

购置税高于本

无

3年

武汉

本地

非新能源 2700 ; 新能源

市出租车

无

3年资料来源：公开资料整理

从平台方来看，在政策引导下，我国网约车平台也正在不断走向合规化。据不完全统计，截至2020年7月，我国共有61个网约车平台获得了经营许可证。其中获得许可证数量前三名为万顺叫车、斑马快跑和神州专车，分别为91个、91个、50个；其次是呼我出行、滴滴出行、首汽约车，许可证数量均超过40个；然后是易到用车、AA租车、帮邦行为以及曹操专车，数量分别为37个、34个、32个、21个。

主要网约车平台在全国获得许可证数量TOP10

平台名称

全国获取可证数量（个）

万顺叫车

91

斑马快跑

91

神州专车

50

呼我出行

48

滴滴出行

47

首汽约车

42

易到

37

AA租车

34

帮邦行

32

曹操专车

21资料来源：公开资料整理（shz）

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年中国网约车市场调研报告-产业竞争格局与未来动向研究》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年中国网约车行业发展概述

第一节 网约车行业发展情况概述

一、网约车行业相关定义

二、网约车行业基本情况介绍

三、网约车行业发展特点分析

四、网约车行业经营模式

1、生产模式

2、采购模式

3、销售模式

五、网约车行业需求主体分析

第二节 中国网约车行业上下游产业链分析

一、产业链模型原理介绍

二、网约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、中国网约车行业产业链环节分析

1、上游产业

2、下游产业

第三节 中国网约车行业生命周期分析

一、网约车行业生命周期理论概述

二、网约车行业所属的生命周期分析

第四节 网约车行业经济指标分析

一、网约车行业的赢利性分析

二、网约车行业的经济周期分析

三、网约车行业附加值的提升空间分析

第五节 中国网约车行业进入壁垒分析

一、网约车行业资金壁垒分析

二、网约车行业技术壁垒分析

三、网约车行业人才壁垒分析

四、网约车行业品牌壁垒分析

五、网约车行业其他壁垒分析

第二章 2017-2020年全球网约车行业市场发展现状分析

第一节 全球网约车行业发展历程回顾

第二节 全球网约车行业市场区域分布情况

第三节 亚洲网约车行业地区市场分析

- 一、亚洲网约车行业市场现状分析
- 二、亚洲网约车行业市场规模与市场需求分析
- 三、亚洲网约车行业市场前景分析
- 第四节 北美网约车行业地区市场分析
 - 一、北美网约车行业市场现状分析
 - 二、北美网约车行业市场规模与市场需求分析
 - 三、北美网约车行业市场前景分析
- 第五节 欧洲网约车行业地区市场分析
 - 一、欧洲网约车行业市场现状分析
 - 二、欧洲网约车行业市场规模与市场需求分析
 - 三、欧洲网约车行业市场前景分析
- 第六节 2021-2026年世界网约车行业分布走势预测
- 第七节 2021-2026年全球网约车行业市场规模预测
- 第三章 中国网约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、全社会消费品网约车总额
 - 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 中国网约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 中国网约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 中国网约车行业运行情况
 - 第一节 中国网约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 中国网约车行业市场规模分析

第三节 中国网约车行业供应情况分析

第四节 中国网约车行业需求情况分析

第五节 我国网约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 中国网约车行业供需平衡分析

第七节 中国网约车行业发展趋势分析

第五章 中国网约车所属行业运行数据监测

第一节 中国网约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 中国网约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 中国网约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年中国网约车市场格局分析

第一节 中国网约车行业竞争现状分析

一、中国网约车行业竞争情况分析

二、中国网约车行业主要品牌分析

第二节 中国网约车行业集中度分析

一、中国网约车行业市场集中度影响因素分析

二、中国网约车行业市场集中度分析

第三节 中国网约车行业存在的问题

第四节 中国网约车行业解决问题的策略分析

第五节 中国网约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年中国网约车行业需求特点与动态分析

第一节 中国网约车行业消费市场动态情况

第二节 中国网约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 网约车行业成本结构分析

第四节 网约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 中国网约车行业价格现状分析

第六节 中国网约车行业平均价格走势预测

一、中国网约车行业价格影响因素

二、中国网约车行业平均价格走势预测

三、中国网约车行业平均价格增速预测

第八章 2017-2020年中国网约车行业区域市场现状分析

第一节 中国网约车行业区域市场规模分布

第二节 中国华东地区网约车市场分析

一、华东地区概述

二、华东地区经济环境分析

三、华东地区网约车市场规模分析

四、华东地区网约车市场规模预测

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、华中地区网约车市场规模分析

四、华中地区网约车市场规模预测

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、华南地区网约车市场规模分析
- 四、华南地区网约车市场规模预测

第九章 2017-2020年中国网约车行业竞争情况

第一节 中国网约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 中国网约车行业SCP分析

- 一、理论介绍
- 二、SCP范式
- 三、SCP分析框架

第三节 中国网约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 网约车行业企业分析（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年中国网约车行业发展前景分析与预测

第一节 中国网约车行业未来发展前景分析

一、网约车行业国内投资环境分析

二、中国网约车行业市场机会分析

三、中国网约车行业投资增速预测

第二节 中国网约车行业未来发展趋势预测

第三节 中国网约车行业市场发展预测

一、中国网约车行业市场规模预测

二、中国网约车行业市场规模增速预测

三、中国网约车行业产值规模预测

四、中国网约车行业产值增速预测

五、中国网约车行业供需情况预测

第四节 中国网约车行业盈利走势预测

一、中国网约车行业毛利润同比增速预测

二、中国网约车行业利润总额同比增速预测

第十二章 2021-2026年中国网约车行业投资风险与营销分析

第一节 网约车行业投资风险分析

一、网约车行业政策风险分析

二、网约车行业技术风险分析

三、网约车行业竞争风险分析

四、网约车行业其他风险分析

第二节 网约车行业应对策略

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年中国网约车行业发展战略及规划建议

第一节 中国网约车行业品牌战略分析

一、网约车企业品牌的重要性

二、网约车企业实施品牌战略的意义

三、网约车企业品牌的现状分析

四、网约车企业的品牌战略

五、网约车品牌战略管理的策略

第二节 中国网约车行业市场的关键客户战略实施

一、实施关键客户战略的必要性

二、合理确立关键客户

三、对关键客户的营销策略

四、强化关键客户的管理

五、实施关键客户战略要重点解决的问题

第三节 中国网约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 网约车行业竞争力提升策略

一、网约车行业产品差异性策略

二、网约车行业个性化服务策略

三、网约车行业的促销宣传策略

四、网约车行业信息智能化策略

五、网约车行业品牌化建设策略

六、网约车行业专业化治理策略

第十四章 2021-2026年中国网约车行业发展策略及投资建议

第一节 中国网约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 中国网约车行业营销渠道策略

一、网约车行业渠道选择策略

二、网约车行业营销策略

第三节 中国网约车行业价格策略

第四节 观研天下行业分析师投资建议

一、中国网约车行业重点投资区域分析

二、中国网约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/533644533644.html>