

# 2021年中国网约车行业分析报告- 市场深度分析与盈利前景研究

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年中国网约车行业分析报告-市场深度分析与盈利前景研究》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/gonglu/548580548580.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

根据易观相关资料显示，中国网约车市场当前维持“一超多强”竞争格局，2020年12月，滴滴出行凭借8157.3万用户规模上处于绝对领先地位；花小猪通过市场下沉和裂变营销策略，后来居上，位列第三。也就是说，滴滴出行与花小猪打车合并用户规模达到了9558万。

2020年12月我国主要网约车品牌活跃用户规模情况 数据来源：公开资料整理

与此同时，根据易观数据，在中国网约车市场活跃度规模TOP9中，滴滴出行市场活跃度规模排名第一，占TOP9中80%的份额，MAU达到9252.9万人。除去未统计在内的平台，预计滴滴占据了网约车市场90%以上的份额。

中国网约车市场活跃度规模TOP9 数据来源：公开资料整理

不过，近日，滴滴旗下25款APP被曝存在严重违法违规收集使用个人信息问题，做出下架处理。据了解，就在滴滴此次的所做出整改时，很多网约车运营参与者也开始了自己的“筹谋”，且引起各网约车因此纷纷出动。比如说美团打车曾于2019年下架，而就在此前带着大额优惠力度卷土而来，还有在一些城市相继传出上线打车服务，如哈啰出行、T3出行、曹操出行等，这些沉寂几年的共享出行赛道，将从网约车龙头那里要分一杯羹，我国网约车行业竞争格局或将发生改变。

目前我国网约车主要品牌实施相关营销活动

品牌名称

营销活动

美团打车

在其公众号表示要在34城招募司机，随即第二天APP重新上架。对新用户的优惠补贴力度加大，最高抵扣20元的5折券、13元的直减红包……美团在新用户首单方面价格颇具吸引力，在同一时间同样的路段以往需要15元左右，在美团打车补贴后仅需2.8元

哈啰出行

在部分城市上线快车和特价车

高德

在微信、抖音等多个流量平台大量投放广告，推出免佣金活动

T3出行

在微信、抖音等多个流量平台大量投放广告，推出了新的优惠券礼包

曹操出行

加大补贴开启撒币模式，推出了邀请好友可提现等活动数据来源：观研天下整理

### 1、美团打车的市场布局及营销策略

目前，美团打车试图通过现阶段的窗口期，利用各种优惠补贴吸引滴滴出行APP下架后的新用户，扩大市场份额。根据2021年Q1财报数据显示，美团一季度新增5870万用户，

接近2020年全年的新增用户规模。

### 1) 美团打车的市场布局

美团APP在应用介绍中称，目前其开通服务城市已涉及北京、上海、成都、广州、深圳、杭州、南京、郑州、合肥、西安、太原、长沙、武汉、沈阳、厦门等100多个城市。

### 2) 美团打车的营销策略

在乘客端，美团在北京地区上线了好友助力活动，打开美团打车APP，系统自动弹出“好友助力领128元券包”提醒，用户需邀请4名好友助力，5人成团后方可获得打车券包。除此之外，新人还可以领取专属打车红包，获得从5折、7折、7.5折到8折等不同折扣的优惠券后，首次使用美团打车APP，仅需支付一半的打车费用。

同时，消费者打开美团打车，只要邀请用户下单，就能够得10元打车立减券；邀四名好友助力，团长将得到128元打车券包。而在输入完行程后，行程的功能栏上方会显示新人特权，也就是优惠较大的新人红包。相当于单单立减且补贴直接给到消费者。

在司机端，根据美团打车公众号显示，包括上海、北京、南京、惠州、泉州等34座城市均在招募美团打车司机。除此之外，美团打车还在司机端推出限时福利，即在7月7日至13日内，新司机注册首周，限时3天，司机每单除了得到车费外，平台再加赠20%的收益。也就是说，司机新用户首单奖励20元，前三天每天奖励流水的20%，相当于拉100元奖励司机20元。

## 2、高德打车的市场布局及营销策略

### 1) 高德打车的市场布局

2020年，高德打车宣布启动“好的出租”计划，助力巡游出租汽车数字化升级，计划一年内完成100万辆出租车巡网融合改造，助力300家出租车企业数字化升级，帮助驾驶员收入增长30%，让出租车空驶率降低20%。

### 2) 高德打车的营销策略

高德打车最近就在全中国发放打车券，每人可领取100元打车券。而且，高德还对司机给出优惠，对新司机发放新手免佣卡，第一个星期，每天前三单可以免佣。另外，高德打车免佣联盟近期启动了暑期免佣季，7月到9月期间，工作日的早7时到9时，司机在此期间接单平台免收佣金，全部收入均归司机所有。

## 3、T3出行的市场布局及营销策略

### 1) T3出行的市场布局

T3出行由最初只有6座城市运营，如今已相继登陆济南、长春等24座城市，完成对长三角、珠三角、环渤海、成渝、海峡西岸经济区等核心经济圈的布局。在2020年12月，T3出行正式发布2021年战略目标——4833战略，即网约车业务落地全国48城，加速和落地“网约车业务+巡网一体超级出租车+自动驾驶生态运营联盟”三大战略板块，并在2021年年底实现全业务线日均300万订单目标。

上线仅1年半时间，T3出行跑出了网约车行业的闪电速度：入驻20座城市、投放运营车

辆超4万余辆，累计注册用户1400万，峰值日订单85万，累计服务用户安全出行1.2亿次，App日活跃用户规模及增速已跃居网约车行业第二、B2C出行领域第一。在2021年6月，T3出行的合规率也是呈明显上升的。

2021年6月我国主要网约车平台数据传输情况（按订单合规率排序）

平台名称

本月订单量较上月变化情况

本月新注册车辆合规率及较上月变化情况

本月新注册驾驶员及较上月变化情况

本月接单车辆合规率及较上月变化情况

本月接单驾驶员合规率及较上月变化情况

本月订单合规率及较上月变化情况

如祺出行

-23.0%

63.8%

94%

96.2%

97.6%

93.4%

享道出行

+4.4%

96.4%

95%

90.97%

89.4%

84.5%

T3出行

+3.4%

55.9%

34.6%

82.4%

71.8%

83.2%

神州专车

-14.2%

-

-

64.7%

82.3%

63.4%

阳光出行

-38.4%

82.8%

73.5%

86.9%

74.7%

57.5%

曹操出行

+4.8%

51.2%

40.6%

71.7%

62.7%

56.8%数据来源：观研天下整理

近日，T3出行在官方微博中表示，目前T3出行已经进入20多个城市，今年会达到48个，基本覆盖全国一二三线城市。

## 2) T3出行的营销策略

T3出行开始在微信、抖音等多个流量平台大量投放广告。目前，T3出行推出100元券包，人人可领，新用户还可得大额新人红包。T3出行100元券包，人人有份，内含1张立减4元、1张满38减6元，2张85折最高减10元、2张8折最高减10元，2张满60减15元、2张满50减10元。

近日，有猎头在脉脉上分享的消息显示，T3出行准备要“大干”一个月，在市场窗口期只有40天的情况下，全员开启战斗模式，主动实行007（全月无休），本月内要连开15城，日均单量突破百万。

## 4、如祺出行的营销策略

### 1) 如祺出行的营销策略

7月5日，如祺出行发布新的好友邀请福利：邀请好友注册用户，则可以得5折券；邀请好友完成专车首单，可以得25元现金等活动；让好友完成顺风车首单，可得15元现金。

## 5、曹操出行的市场布局及营销策略

### 1) 曹操出行的市场布局

截止2020年，曹操出行已在全国57个城市开展业务，累计投放车辆5万余辆，平台入驻

司机数量超过40000名。截止2021年6月,曹操出行进驻城市总量已达到61城,比去年1月份时增加了10座城市。

## 2) 曹操出行的营销策略

曹操出行加大补贴开启撒币模式,使得司机的收入也水涨船高。曹操出行在7月7日,推出邀请4人助力可获得优惠券活动。7月13日,推出邀请好友登录可得8元打车券;邀请好友首次支付,可得15元现金;邀请满3人,可得15元现金等活动。

## 6、万顺叫车的市场布局及营销策略

### 1) 万顺叫车的市场布局

万顺叫车线下建立10000+实体店,通过建立线下实体店,达到多方利益点,开拓空白市场。

万顺叫车建设线下实体店的特征 数据来源:观研天下整理

### 2) 万顺叫车的营销策略

万顺叫车发布了新人专享88元出行礼包,打开万顺出行APP,只要新人注册,平台就会赠送总共14张价值88元的出行券。

## 7、享道出行的市场布局及营销策略

### 1) 享道出行的市场布局

截止2020年12月,享道出行专车业务注册用户已经突破2000万,覆盖上海、南京、杭州、郑州、合肥等20座城市,完成长三角地区“一核五圈”城市布局。

2018年12月,享道出行正式投入运营,进入网约车B2C市场;2019年初推出享道租车,进入面向B端的企业用车市场;2020年9月,推出申程出行子品牌,布局出租车行业;12月8日推出享道时租,完成“全场景智慧出行综合体”布局,全面覆盖网约车、企业用车、个人租车和出租车业务,为用户提供一站式出行解决方案。

### 2) 享道出行的营销策略

享道出行始终坚持以安全合规为运营规范,并进行全面布局,逐渐成为了更多用户的出行新选择,超过2000万注册用户的客户满意度始终保持在97%以上。享道出行将充分发挥全场景出行优势提供车展整体出行解决方案,进一步融入出行场景,持续探索“出行+”模式。同时,享道出行顺风车在上海首发试运营。(WYD)

观研报告网发布的《2021年中国网约车行业分析报告-市场深度分析与盈利前景研究》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。

行业报告是业内企业、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。

## 【目录大纲】

### 第一章 2017-2021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 2017-2021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
  - 1、行业技术发展现状
  - 2、行业技术专利情况
  - 3、技术发展趋势分析
- 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

- 1、细分市场一
- 2、细分市场二
- 3、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 2017-2021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 2017-2021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 2017-2021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 2017-2021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

图表详见报告正文 . . . . .

更多好文每日分享，欢迎关注公众号

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/gonglu/548580548580.html>