

2024-2030年中国网约车行业市场调查研究及发展前景规划报告

报告大纲

一、报告简介

智研咨询发布的《2024-2030年中国网约车行业市场调查研究及发展前景规划报告》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/202110/978470.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

为方便行业人士或投资者更进一步了解网约车行业现状与前景，智研咨询特推出《2024-2030年中国网约车行业市场调查研究及发展前景规划报告》（以下简称《报告》）。报告对中国网约车市场做出全面梳理和深入分析，是智研咨询多年连续追踪、实地走访、调研和分析成果的呈现。

为确保网约车行业数据精准性以及内容的可参考价值，智研咨询研究团队通过上市公司年报、厂家调研、经销商座谈、专家验证等多渠道开展数据采集工作，并对数据进行多维度分析，以求深度剖析行业各个领域，使从业者能够从多种维度、多个侧面综合了解2022年网约车行业的发展态势，以及创新前沿热点，进而赋能网约车从业者抢跑转型赛道。

网约车，即网络预约出租汽车经营服务的简称，是指以互联网技术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。

网约车是指通过互联网平台提供的出租车服务，主要分为以下几类：私家车网约车：由私人车主提供的网约车服务，通常是个人自己的私家车，通过互联网平台提供出租车服务；出租车网约车：由出租车公司提供的网约车服务，通常是出租车公司的车辆，通过互联网平台提供出租车服务；快车：提供较为经济的网约车服务，通常是私家车或出租车公司的车辆，通过互联网平台提供出租车服务；专车：提供高端的网约车服务，通常是豪华车或商务车，通过互联网平台提供出租车服务；顺风车：由私人车主提供的拼车服务，通常是私家车，通过互联网平台提供拼车服务；车辆租赁：提供长期租赁或短期租赁的车辆服务，通常是商务车或豪华车，通过互联网平台提供租车服务。

中国网约车行业产业链消费复杂，产业链从司机服务端向终端用户产出，其司机端主要为车企、出租车公司、拥车公司、私家车；司机通过这些渠道拥有可使用服务的乘用车在经过C2C模式、出租车公司、B2B模式等组织方式入住平台；平台类型分为聚合类平台及垂直类平台，聚合类平台主要为支付宝、微信、美团、携程旅游、大众点评、高德地图滴滴出行等；垂直类平台主要为嘀嗒出行、花小猪、神州专车等；最后流向网约车消费者。

全球网约车市场规模在过去几年内呈现出快速增长的趋势，根据数据显示，全球网约车市场规模从2016年开始迎来爆发性的增长，2019年全球网约车市场规模约为745.8亿美元，2020年受到疫情的影响，全球网约车行业市场规模有所下降，2021年全球网约车行业是市场规模开始回暖，2022年全球网约车行业市场规模约为766.7亿美元，已恢复至疫情前水平，2019-2023年复合增长率为21.75%，预计2023年全球网约车行业市场规模约为824.2亿美元。

随着智能手机和移动互联网的普及，人们的出行方式发生了变化，网约车作为一种新型出行

方式应运而生。中国城市化进程加速，城市交通拥堵和出行难题日益突出，网约车作为一种灵活、便捷的出行方式受到了越来越多人的青睐。中国政府积极推动互联网和实体经济融合发展，支持和规范网约车行业的发展，为网约车行业的快速发展提供了政策环境的支持。新能源汽车和自动驾驶技术的发展，为网约车行业带来了新的机遇和挑战，推动了网约车行业的转型和升级。根据数据显示，中国网约车在经历了2020年疫情后，近两年逐步恢复活力，2022年中国网约车行业市场规模约为2562亿元，2019-2023年复合增长率为31.79%。未来，随着新能源汽车和自动驾驶技术的发展，中国网约车行业有望进一步提升服务质量和用户体验，实现更高质量的发展。

中国网约车市场规模细分可分为专快车及网约拼车顺风车，根据数据显示，网约专快车占据了大部分市场份额，根据数据显示，2022年中国网约专快车规模为2490.64亿元，网约拼车顺风车市场规模为71.36亿元，说明中国网约车用户主要应用场景为市区内，而市区外及同行拼车应用较少，预计2023年中国网约专快车市场规模约上涨至2775.61亿元，网约拼车顺风车市场规模约上涨至76.39亿元。

根据数据显示，中国网约车车型主要分为出租车、专业及非专业车，其中专业及非专业车占据了大部分市场份额，2022年专业及非专业车占比约为84.79%，出租出占比约为15.21%，其主要原因为出租车除了可以在在线接单以外还可以直接拉客，而专业及非专业车只能通过平台派单模式接单。

中国网约车行业的市场份额主要集中在一二线城市，但随着城市化进程的加速和网约车行业的快速发展，三线及以下城市的市场份额也在逐渐增加。根据数据显示，中国网约车市场区域分布呈现独角兽态势，华东地区占比最重，占比约为36.56%。未来，中国网约车行业的市场竞争将更加激烈，企业需要不断提升服务质量和用户体验，才能在市场中获得更大的份额和更好的发展。

随着互联网行的发展，中国网约车行业的逐渐规范，其网约车行业用户规模总体呈现上涨态势，对网约车行业的需求也随之上涨，2020年中国受到新冠疫情的冲击较为严重，其居家政策直接影响中国网约车行业的发展，导致中国网约车行业用户规模发展停滞，随着疫情态势的放缓，中国网约车用户人数有所回暖，根据数据显示，2022年中国网约车用户人数为4.37亿人，在后疫情时代，中国网约车行业逐步回暖。

中国网约车用户主要集中在年轻人和城市白领群体，其网约车用户的使用频率也在不断提高。中国网约车用户中，年龄在18-35岁的用户占比最高，达到了68.5%。同时，城市白领群体也是网约车用户的主要群体，占比达到了60.5%。未来，随着网约车行业的不断发展和服务质量的提升，中国网约车用户的使用率和使用频率有望进一步提高。

随着中国网约车市场的高速发展，涌现出了一批优秀的网约车平台，2022年位列中国网约

车品牌排行榜前十的有滴滴出行、T3出行、曹操出行、首汽约车、享道出行、神州专车、如祺出行、美团打车、嘀嗒出行和万顺叫车。网约车行业数据统计显示，2021年7月以来，已有曹操出行、T3出行、如祺出行、大众出行等多家网约车平台获得新一轮融资。其中，仅曹操出行、T3出行两家平台的融资额就超过百亿元。目前我国网约车的行业集中度比较高，主要以曹操出行、滴滴出行等为主要的市场。

新能源汽车和自动驾驶技术的应用：随着新能源汽车和自动驾驶技术的不断发展，网约车企业将加速推广新能源汽车和自动驾驶技术，提高出行效率和环保性能，同时也可以降低企业的运营成本；多元化服务模式的发展：网约车企业将逐渐拓展服务范围，推出多元化的服务模式，包括出租车、专车、顺风车、包车等，满足用户不同的出行需求；人工智能技术的应用：网约车企业将加速推广人工智能技术，提高出行服务的智能化水平，包括智能调度、智能匹配、智能导航等，提高用户的出行体验和服务质量；行业竞争的加剧：随着网约车行业的不断发展，行业竞争将进一步加剧，企业需要不断提升服务质量和用户体验，才能在市场中获得更大的份额和更好的发展；政策环境的变化：政策环境的变化将对网约车行业的发展产生重要影响，企业需要积极响应政策要求，遵守相关法律法规，加强自律和规范化管理。总体来说，未来中国网约车行业将加速推广新能源汽车和自动驾驶技术，拓展多元化的服务模式，加速推广人工智能技术，面临更加激烈的行业竞争和政策环境的变化。企业需要不断提升服务质量和用户体验，积极响应政策要求，才能在市场中获得更大的优势和更好的发展。

《2024-2030年中国网约车行业市场调查研究及发展前景规划报告》内容丰富、数据翔实、亮点纷呈。是智研咨询重要研究成果，是智研咨询引领行业变革、寄情行业、践行使命的有力体现，更是电源适配器领域从业者把脉行业不可或缺的重要工具。智研咨询已经形成一套完整、立体的智库体系，多年来服务政府、企业、金融机构等，提供科技、咨询、教育、生态、资本等服务。

报告目录：

第一部分 行业运行现状

第一章 中国网约车行业发展概述

第一节 网约车行业发展情况

一、网约车概念

二、网约车发展概述

三、网约车发展现状

四、政策影响

第二节 最近3-5年中国网约车所属行业经济指标分析

- 一、赢利性
- 二、成长速度
- 三、附加值的提升空间
- 四、进入壁垒 / 退出机制
- 五、风险性
- 六、行业周期
- 七、竞争激烈程度指标
- 八、当前行业发展周期阶段的判断

第三节 关联产业发展分析

第四节 国家宏观经济环境

- 一、国民经济运行情况GDP
- 二、消费价格指数CPI、PPI
- 三、全国居民收入情况

第五节 2019-2023年中国社会环境发展分析

- 一、人口环境分析
- 二、教育环境分析
- 三、文化环境分析

第二章 中国网约车所属行业的国际比较分析

第一节 中国网约车所属行业竞争力指标分析

- 一、价格
- 二、等待时长
- 三、出行服务

第二节 中国网约车所属行业经济指标国际比较分析

第三节 全球网约车行业市场需求分析

- 一、市场规模现状
- 二、需求结构分析
- 三、市场前景展望

第四节 全球网约车行业市场供给分析

- 一、市场价格走势
- 二、重点企业分布

第二部分 行业深度分析

第三章 2023年中国网约车所属行业整体运行指标分析

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、行业规模分析

第二节 中国网约车所属行业产销分析

一、行业情况总体分析

二、行业销售收入总体分析

第三节 中国网约车所属行业财务指标总体分析

一、行业盈利能力分析

二、行业偿债能力分析

三、行业发展能力分析

第四章 网约车产业链的分析

第一节 行业集中度

第二节 主要环节的增值空间

第三节 行业进入壁垒和驱动因素

一、行业进入壁垒

二、行业驱动因素

第四节 上下游行业影响及趋势分析

第三部分 市场全景调研

第五章 区域市场情况深度研究

第一节 长三角区域市场情况分析

第二节 珠三角区域市场情况分析

第三节 环渤海区域市场情况分析

第四节 网约车行业主要市场大区发展状况及竞争力研究

一、华北大区市场分析

二、华中大区市场分析

三、华南大区市场分析

四、华东大区市场分析

五、东北大区市场分析

六、西南大区市场分析

七、西北大区市场分析

第五节 主要省市集中度及竞争力模式分析

第六章 2024-2030年需求预测分析

第一节网约车行业领域2024-2030年需求量预测

第二节 2024-2030年网约车行业领域需求功能预测

第三节 2024-2030年网约车行业领域需求市场格局预测

第四部分 竞争格局分析

第七章 网约车市场竞争格局分析

第一节 行业竞争结构分析

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 行业集中度分析

一、市场集中度分析

二、企业集中度分析

三、区域集中度分析

第三节 行业国际竞争力比较

一、需求条件

二、支援与相关产业

三、企业战略、结构与竞争状态

四、政府的作用

第四节 网约车行业主要企业竞争力分析

一、滴滴出行

二、曹操专车

三、首汽约车

第五节 网约车行业竞争格局分析

一、2023年网约车行业竞争分析

二、2023年国内外网约车竞争分析

三、2023年中国网约车市场集中度分析

第八章 主要企业的排名与产业结构分析

第一节 行业企业排名分析

第二节 产业结构分析

一、市场细分充分程度的分析

二、各细分市场领先企业

三、各细分市场占总市场的结构比例

四、领先企业的结构分析

第三节 产业价值链的结构分析及产业链条的整体竞争优势分析

一、产业价值链的构成

二、产业链条的竞争优势与劣势分析

第四节 产业结构发展预测

一、产业结构调整的方向政府产业指导政策分析（投资政策、外资政策、限制性政策）

二、产业结构调整中消费者需求的引导因素

三、网约车行业参与国际竞争的战略市场定位

第九章 行业主要企业分析

第一节 北京小桔科技有限公司

一、企业简介

二、企业经营状况及竞争力分析

第二节 神州优车股份有限公司

一、企业简介

二、企业经营状况及竞争力分析

第三节 易到用车

一、企业简介

二、企业经营状况及竞争力分析

第四节 南京领行科技股份有限公司

一、企业简介

二、企业经营状况及竞争力分析

第五节 上海赛可出行科技服务有限公司

一、企业简介

二、企业经营状况及竞争力分析

第六节 一嗨租车

一、企业简介

二、企业经营状况及竞争力分析

第七节 美团打车

一、企业简介

二、企业经营状况及竞争力分析

第八节 高德地图

一、企业简介

二、企业经营状况及竞争力分析

第九节 上海哈啰普惠科技有限公司

一、企业简介

二、企业经营状况及竞争力分析

第十节 至尊用车

一、企业简介

二、企业经营状况及竞争力分析

第十章 应用领域及行业供需分析

第一节 需求分析

一、网约车行业需求市场

二、网约车行业客户结构

三、网约车行业需求的地区差异

第二节 供给分析

第三节 供求平衡分析及未来发展趋势

一、网约车行业的需求预测

二、网约车行业的供应预测

三、供求平衡分析

四、供求平衡预测

第四节 市场价格走势分析

第五部分 发展前景展望

第十一章 影响企业经营的关键趋势

第一节 市场整合成长趋势

第二节 需求变化趋势及新的商业机遇预测

第三节 企业区域市场拓展的趋势

第四节 科研开发趋势及替代技术进展

第五节 影响企业销售与服务方式的关键趋势

第六节 中国网约车行业SWOT分析

第六部分 发展战略研究

第十二章 2024-2030年网约车行业投资价值评估分析

第一节 产业发展的有利因素与不利因素分析

一、有利因素

二、不利因素

第二节 产业发展的空白点分析

第三节 投资回报率比较高的投资方向

第四节 新进入者应注意的障碍因素

第五节 营销分析与营销模式推荐

一、渠道构成

二、客户组件

三、覆盖率

四、销售渠道效果

五、价值流程结构

图表目录：

图表1：网约车分类

图表2：2016-2023年中国网约车用户规模走势

图表3：2015-2023年中国网约车市场规模情况

图表4：2015-2023年中国网约车出租车需求结构

图表5：我国网约车行业发展历程

图表6：我国最拥堵十大城市通勤高峰速度皆不到 27km/h

图表7：共享出行平台形成了逻辑自洽的商业模式

图表8：2020-2023年我国网约车平台及参与人数统计

图表9：网约车行业相关现行标准

图表10：我国网约车行业相关政策

图表11：部分省市网约车行业相关政策

图表12：网约车行业市场规模增速

图表13：2014-2023年中国城镇化率变化趋势图

图表14：行业发展周期

图表15：我国网约车处于行业成长期

图表16：2016-2023年中国GDP发展运行情况

图表17：全国居民消费价格指数

图表18：全国工业生产者出厂价格指数

图表19：2011-2023年中国居民人均可支配收入情况

图表20：2008-2023年中国城镇及农村居民收入及消费支出情况

图表21：2023年居民人均消费支出构成占比

图表22：2023年居民人均消费支出情况 单位：元

图表23：2014-2023年中国人口数量情况

图表24：2018-2022年中国本专科、中等职业教育及普通高中招生人数统计

图表25：2023年全国规模以上文化及相关产业企业相关指标情况

图表26：2020-2023年我国网约车单价统计图

图表27：2012-2023年全球网约车市场规模走势

图表28：2024-2030年全球网约车市场规模预测

更多图表见正文.....

详细请访问：<https://www.chyxx.com/research/202110/978470.html>