

# 2025-2031年中国互联网专 车行业发展态势与投资战略咨询报告

## 报告目录及图表目录

北京迪索共研咨询有限公司

[www.cction.com](http://www.cction.com)

## 一、报告报价

《2025-2031年中国互联网专车行业发展态势与投资战略咨询报告》信息及时，资料详实，指导性强，具有独家，独到，独特的优势。旨在帮助客户掌握区域经济趋势，获得优质客户信息，准确、全面、迅速了解目前行业发展动向，从而提升工作效率和效果，是把握企业战略发展定位不可或缺的重要决策依据。

官方网站浏览地址：<http://www.cction.com/report/202503/481513.html>

报告价格：纸介版8000元 电子版8000元 纸介+电子8500元

北京迪索共研咨询有限公司

订购电话: 400-700-9228(免长话费) 010-69365838

海外报告销售: 010-69365838

Email: kefu@gonyn.com

联系人：李经理

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、说明、目录、图表目录

传统出租车数量难以满足人们出行需求是专车服务兴起的重要原因之一。有需求就有供给。由互联网公司提供的专车服务方便、便捷，只要在手机上输入目的地，轻轻一点，就可以选择不同档次的专车来接自己，在软件内还可以了解司机过去的服务信息及用户评价，十分透明。

截至2024年12月31日，全国共有214家网约车平台公司取得网约车平台经营许可，各地共发放网约车驾驶员证289.1万本、车辆运输证112万本。各网约车平台12月份共新注册合规驾驶员28.1万人，新注册合规车辆17.7万辆。截至2024年12月，我国网约车用户规模达3.65亿，较2024年3月增长298万，占网民整体的36.9%。截至2024年12月31日，全国共有258家网约车平台公司取得网约车平台经营许可，环比增加3家；各地共发放网约车驾驶员证394.8万本、车辆运输证155.8万本，环比分别增长2.2%、3.9%。截至2024年4月30日，全国共有270家网约车平台公司取得网约车平台经营许可，环比增加3家；各地共发放网约车驾驶员证422.9万本、车辆运输证175.4万本，环比分别增长3.8%、7.3%。

自网约车业务兴起后，网约车市场就一直分为以曹操专车为代表的B2C重资产和以滴滴、易到为代表的C2C轻资产两种运营模式。在网约车竞争中，滴滴凭借C2C模式的开放性和巨额资金投入迅速成长为行业“霸主”。滴滴业务已在国内覆盖400多座城市，市场占有率超九成。截至2024年12月，我国网约车用户规模达4.53亿，较2024年12月增长8733万，占网民整体的43.9%。2024年，网约车行业投资增加，企业竞争加剧，智能车联网等新技术发展为行业提供了新的机遇。与此同时，网约车行业合规化进程稳步推进。在市场运营方面，行业投融资升温，竞争加强。一是市场对出行业务信心增强，新一轮融资热潮出现。9月，曹操出行和T3出行先后宣布完成了38亿元以及77亿元的巨额融资。11月，哈啰出行宣布完成新一轮2.8亿美元的融资。二是企业着力发展网约车业务，市场竞争加剧。美团打车APP重新在各大主流应用商店内上线，并在一百多座城市开通了服务。在提供聚合平台的业务之外，高德成立网约车运营公司，并注册网约车业务品牌“火箭出行”。

2024年2月，交通运输部等8部门联合修订发布《关于加强网络预约出租汽车行业事前事中事后全链条联合监管有关工作的通知》，对多部门事前事中事后全链条联合监管事项进行了完善，对处置措施和操作流程进行了细化，以便于各级相关部门操作实施，对拒不改正者或下架其App。2024年10月28日，工信部公开征求对《道路机动车辆生产准入许可管理条例（征求意见稿）》的意见。征求意见稿对智能网联汽车提出要求，其中提出，智能网联汽车生产企业应当建立车辆产品网络安全、数据安全、个人信息保护、车联网卡安全管理、软件升级管理制度，完善安全保障机制，落实安全保障措施，明确责任部门和负责人，落实安全保护责

任。

中企顾问网发布的《2025-2031年中国互联网专车行业发展态势与投资战略咨询报告》共九章。首先阐释了互联网专车的概念、特征等，接着分析了我国互联网专车发展的市场和政策环境。然后对互联网专车行业的运行状况、竞争态势、用户行为进行了详实全面的分析。随后，报告对互联网专车行业做了重点企业发展分析、投融资状况分析及投资风险预警。最后对互联网专车产业的前景趋势进行了科学的预测。

本研究报告数据主要来自于国家统计局、商务部、中国IT研究中心、中企顾问网、中企顾问网市场调查中心以及国内外重点刊物等渠道，数据权威、详实、丰富，同时通过专业的分析预测模型，对行业核心发展指标进行科学地预测。您或贵单位若想对互联网专车行业有个系统深入的了解、或者想投资互联网专车市场，本报告将是您不可或缺的重要参考工具。

报告目录：

## 第一章 互联网专车基本概述

### 1.1 互联网专车的概念阐释

#### 1.1.1 互联网专车的定义

#### 1.1.2 互联网专车特点

#### 1.1.3 行业发展必然性

### 1.2 互联网专车与出租车的区别

#### 1.2.1 车辆来源

#### 1.2.2 用车费用

#### 1.2.3 服务方式

## 第二章 2020-2024年中国互联网专车市场发展环境

### 2.1 经济环境

#### 2.1.1 国际经济发展形势

#### 2.1.2 中国经济运行现状

#### 2.1.3 经济发展趋势分析

### 2.2 需求环境

#### 2.2.1 出租车业垄断经营

#### 2.2.2 颠覆性的用车服务

#### 2.2.3 专车竞争优势巨大

### 2.3 产业环境

- 2.3.1 中国租车市场规模
- 2.3.2 汽车短租发展潜力
- 2.3.3 汽车短租市场前景
- 2.4 社会效益
  - 2.4.1 调用闲置车辆
  - 2.4.2 新增就业机会
  - 2.4.3 高效调度模式
  - 2.4.4 减少酒驾行为
  - 2.4.5 减少停车面积

### 第三章 2020-2024年中国互联网专车发展的政策环境分析

#### 3.1 我国互联网专车政策动态分析

- 3.1.1 禁止私家车参与
- 3.1.2 安全管理标准发布
- 3.1.3 行业治理方向明确

#### 3.2 我国互联网专车政策导向解读

- 3.2.1 专车补贴遭监管
- 3.2.2 专车市场合法化
- 3.2.3 专车市场管理体系
- 3.2.4 中央和地方立法协作

#### 3.3 地方政府对互联网专车的态度

- 3.3.1 一线城市
- 3.3.2 其他地区

### 第四章 2020-2024年中国互联网专车行业总体分析

#### 4.1 出租车与互联网专车的胶着局面

- 4.1.1 冲击出租车市场
- 4.1.2 二者引发的战争
- 4.1.3 互联网专车破冰

#### 4.2 2020-2024年中国互联网专车发展状况分析

- 4.2.1 行业发展阶段
- 4.2.2 行业发展优势

- 4.2.3 行业发展形势
- 4.2.4 主要分布地域
- 4.2.5 标杆企业战略
- 4.2.6 行业发展动态
- 4.3 2020-2024年我国互联网专车平台运作模式
  - 4.3.1 平台自有模式
  - 4.3.2 劳务派遣模式
  - 4.3.3 私家司机模式
- 4.4 2020-2024年部分城市互联网专车市场分析
  - 4.4.1 北京
  - 4.4.2 上海
  - 4.4.3 广州
  - 4.4.4 深圳
  - 4.4.5 杭州
- 4.5 中国互联网专车行业面临的挑战
  - 4.5.1 相关法律界定不明
  - 4.5.2 缺乏正规车辆供给
  - 4.5.3 黑车流入专车市场
  - 4.5.4 面临出租车的挑战
- 4.6 中国互联网专车行业的发展建议
  - 4.6.1 形成良性竞争
  - 4.6.2 完善顶层设计
  - 4.6.3 健全行业机制
  - 4.6.4 关注安全问题
  - 4.6.5 探索改革措施

## 第五章 2020-2024年中国互联网专车市场竞争态势分析

- 5.1 中国互联网专车市场竞争现状
  - 5.1.1 市场竞争形势
  - 5.1.2 三足鼎立格局
  - 5.1.3 市场竞争加剧
  - 5.1.4 市场巨头博弈

- 5.2 中国互联网专车市场竞争格局
  - 5.2.1 订单量市场份额
  - 5.2.2 应用下载量分布
  - 5.2.3 活跃用户渗透率
  - 5.2.4 用户订单成功率
  - 5.2.5 用户候车时间分布
- 5.3 中国互联网专车企业运营比较分析
  - 5.3.1 收费情况
  - 5.3.2 司机待遇
  - 5.3.3 结算方式
- 5.4 重点互联网专车企业竞争优势分析
  - 5.4.1 滴滴打车
  - 5.4.2 Uber中国
  - 5.4.3 神州专车

## 第六章 2020-2024年中国互联网专车用户行为分析

- 6.1 移动出行用户行为特征分析
  - 6.1.1 移动出行服务应用场景
  - 6.1.2 移动出行用户单次预算
  - 6.1.3 移动出行各类型使用率
  - 6.1.4 移动出行各品牌使用率
  - 6.1.5 移动出行的满意度分析
- 6.2 互联网专车用户行为特征分析
  - 6.2.1 专车服务价格及应用场景
  - 6.2.2 移动专车使用频率分析
  - 6.2.3 专车不同品牌使用频率
  - 6.2.4 用户对专车品牌的认知度
  - 6.2.5 专车市场的用户情况分析
  - 6.2.6 用户选择专车服务的原因
  - 6.2.7 移动专车服务满意度分析
- 6.3 监管政策对互联网专车用户的影响
  - 6.3.1 大众对监管政策的态度

- 6.3.2 政策对专车用户的影响
- 6.3.3 对专车监管措施的关注
- 6.4 出租车类应用与专车类应用用户对比
  - 6.4.1 用户收入对比
  - 6.4.2 教育程度对比

## 第七章 2020-2024年中国互联网专车市场优势企业分析

- 7.1 Uber
  - 7.1.1 企业发展概况
  - 7.1.2 企业运营分析
  - 7.1.3 企业商业模式
  - 7.1.4 推广实例分析
  - 7.1.5 企业国际战略
  - 7.1.6 企业本土化动态
- 7.2 滴滴专车
  - 7.2.1 企业发展概况
  - 7.2.2 品牌发展探索
  - 7.2.3 企业竞争情况
  - 7.2.4 市场战略布局
  - 7.2.5 市场营销策略
- 7.3 神州专车
  - 7.3.1 企业发展概况
  - 7.3.2 企业发展优势
  - 7.3.3 企业运营分析
  - 7.3.4 品牌市场定位
  - 7.3.5 市场战略布局
  - 7.3.6 未来发展展望
- 7.4 一号专车
  - 7.4.1 企业发展概况
  - 7.4.2 品牌市场定位
  - 7.4.3 市场战略布局
  - 7.4.4 企业发展动态

## 7.5 易到用车

### 7.5.1 企业发展概况

### 7.5.2 企业运营现状

### 7.5.3 进军国际市场

### 7.5.4 企业战略合作

## 第八章 中国互联网专车市场投融资状况及风险预警

### 8.1 企业投融资现状

#### 8.1.1 Uber中国

#### 8.1.2 滴滴出行

#### 8.1.3 神州专车

#### 8.1.4 易到用车

#### 8.1.5 快的打车

### 8.2 市场准入壁垒

#### 8.2.1 车辆限购

#### 8.2.2 融资难度

#### 8.2.3 品牌建设

### 8.3 政策风险分析

#### 8.3.1 处于监管灰色地带

#### 8.3.2 行业面临政策危机

#### 8.3.3 规避政策风险建议

## 第九章 对中国互联网专车前景趋势预测

### 9.1 中国互联网专车行业前景展望

#### 9.1.1 行业发展潜力

#### 9.1.2 潜在市场空间

#### 9.1.3 行业发展方向

#### 9.1.4 市场增速预测

### 9.2 中国互联网专车未来发展趋势

#### 9.2.1 车联网趋势

#### 9.2.2 打通全产业链

#### 9.2.3 市场格局生变

9.2.4 保持轻资产运作

9.2.5 “互联网+”出行

附录

附录一：《国务院关于积极推进“互联网+”行动的指导意见》

附录二：《互联网专车服务及乘客安全保障标准》

附录三：《网络预约出租汽车经营服务管理暂行办法》

图表目录

图表 世界工业生产同比增长率

图表 三大经济体GDP环比增长率

图表 世界及主要经济体GDP同比增长率

图表 波罗的海干散货运指数

图表 国际主要原油现货价格走势

图表 主要发达国家GDP增速

图表 主要国家或地区央行货币政策一览

图表 日、美、欧10年期国债收益率走势

图表 2020-2024年国内生产总值及其增长速度

图表 2020-2024年全国三次产业增加值占国内生产总值比重

图表 2020-2024年全部工业增加值及其增长速度

图表 2024年主要工业产品产量及其增长速度

图表 2020-2024年规模以上工业增加值同比增长速度

图表 2024年规模以上工业生产主要数据

图表 2024年三次产业投资占固定资产投资

图表 2024年分行业固定资产投资（不含农户）增长速度

图表 2024年固定资产投资新增主要生产与运营能力

图表 2020-2024年固定资产投资（不含农户）同比增速

图表 2024年固定资产（不含农户）主要数据

图表 2020-2024年社会消费品零售总额及其增长速度

图表 2020-2024年全国社会消费品零售总额同比增速

图表 2020-2024年按消费类型分零售额同比增速

图表 2024年社会消费品零售总额主要数据

图表 中国租车市场规模

图表 中国租车行业车队规模

图表 中国租车市场渗透率低

图表 私家车数量增长推动租车市场发展

图表 旅游资源要素

图表 三亚春节期间游客数量与增速

图表 驾照持有人数与私家车数量间的差距不断扩大

图表 政府公务用车改革

图表 美国Uber专车月度活跃司机数量

图表 美国Uber专车月度离网司机数量

图表 出租车价格VS滴滴专车各档价格

图表 主流专车APP的用户收入分布

图表 互联网汽车发展阶段

图表 主流专车APP的用户等待时间

图表 中国专车服务主要地域分布

图表 滴滴快的融资情况

图表 中国互联网专车领域重大事件回顾

图表 我国互联网专车平台平台自有模式

图表 我国互联网专车平台劳务派遣模式

图表 我国互联网专车平台私家司机模式

图表 中国缺乏正规的汽车供给

图表 黑车的使用频率

图表 黑车存在的安全隐患

图表 中国出租车保有率更高

图表 中国出租车相对更为便宜

图表 专车市场主要参与者的优劣分析

图表 中国专车企业活跃用户覆盖率

图表 月度活跃人数比较

图表 中国主要专车服务用户收入分布

图表 滴滴专车（含一号专车）用户年龄分布

图表 Uber用户年龄分布

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202503/481513.html>