2024-2029年中国移动出行行业发展现状调研与投资战略规划分析报告

目 录

CONTENTS

第1章：中国移动出行发展综述
1.1 移动出行相关概述
1.1.1 移动出行概念
1.1.2 移动出行分类
1.1.3 移动出行特性与优点分析
1.1.4 本报告统计口径及研究范围说明
1.2 移动出行行业发展环境分析
1.2.1 移动出行政策环境分析
1.2.2 移动出行经济环境分析
1.2.3 移动出行社会环境分析
1.2.4 移动出行技术环境分析
第2章：全球移动出行行业发展分析
2.1 全球移动出行行业发展概况
2.1.1 全球移动出行发展历程
2.1.2 全球移动出行发展现状
2.1.3 全球移动出行竞争格局
2.2 全球主要地区移动出行发展情况
2.2.1 美国移动出行行业发展情况
2.2.2 欧洲移动出行行业发展情况
2.3 全球主要移动出行企业发展情况
2.3.1 Uber
2.3.2 Lyft
2.3.3 Bolt
2.3.4 LimeBike
2.4 全球移动出行行业发展前景预测
第3章：中国移动出行行业发展分析
3.1 中国移动出行行业发展概述
3.1.1 中国移动出行发展历程
3.1.2 中国移动出行发展概况
3.1.3 中国移动出行发展条件
3.2 中国移动出行行业发展现状
3.2.1 移动出行行业需求分析
3.2.2 移动出行行业细分类型
3.2.3 移动出行行业市场规模
3.3 中国移动出行行业发展痛点
第4章：中国移动出行竞争格局分析
4.1 中国移动出行行业竞争状态分析
4.1.1 行业现有竞争者分析
4.1.2 行业潜在进入者威胁
4.1.3 行业替代品威胁分析
4.1.4 行业供应商议价能力分析
4.1.5 行业购买者议价能力分析
4.1.6 行业竞争情况总结
4.2 中国移动出行行业竞争格局
4.2.1 区域竞争格局分析
4.2.2 企业竞争格局分析
第5章：中国移动出行细分市场发展分析
5.1 中国网约车行业发展分析
5.1.1 网约车行业相关概念
5.1.2 网约车行业发展环境
5.1.3 网约车行业发展现状

5.1.4 网约车行业竞争格局
5.1.5 网约车行业发展前景
5.2 中国共享汽车行业发展分析
5.2.1 共享汽车行业相关概念
5.2.2 共享汽车行业发展环境
5.2.3 共享汽车行业发展现状
5.2.4 共享汽车行业竞争格局
5.2.5 共享汽车行业发展前景
5.3 中国共享单车行业发展分析
5.3.1 共享单车行业相关概念
5.3.2 共享单车行业发展环境
5.3.3 共享单车行业发展现状
5.3.4 共享单车行业竞争格局
5.3.5 共享单车行业发展前景
第6章：中国移动出行行业商业模式分析
6.1 中国网约车行业商业模式分析
6.1.1 中国网约车行业商业模式概览
6.1.2 中国网约车行业C2C模式分析
6.1.3 中国网约车行业B2C模式分析
6.1.4 中国网约车拼车模式分析
6.1.5 中国网约车行业商业模式总结
6.2 中国共享汽车行业商业模式分析
6.2.1 中国共享汽车行业商业模式概览
6.2.2 中国共享汽车行业分时租赁模式分析
6.2.3 中国共享汽车行业P2P模式分析
6.2.4 中国共享汽车行业商业模式总结
6.3 中国共享单车行业商业模式分析
6.3.1 中国共享单车行业商业模式概览
6.3.2 中国共享单车行业收费模式分析
6.3.3 中国共享单车行业增值模式分析
6.3.4 中国共享单车行业商业模式总结
第7章：中国移动出行行业重点区域分析
7.1 广东省移动出行行业发展情况
7.1.1 移动出行行业发展环境
7.1.2 广东移动出行行业发展现状
7.2 江苏省移动出行行业发展情况
7.2.1 移动出行行业发展现状
7.3 山东省移动出行行业发展情况
7.3.1 移动出行行业发展环境
7.3.2 山东省移动出行行业发展现状
7.4 北京移动出行行业发展情况
7.4.1 移动出行行业发展环境
7.4.2 北京市移动出行行业发展现状
第8章：中国移动出行重点企业经营分析
8.1 中国移动出行企业整体概览
8.2 中国网约车代表企业经营分析
8.2.1 滴滴出行
8.2.2 曹操出行
8.2.3 神州专车
8.2.4 首汽约车
8.3 中国共享汽车代表企业经营分析
8.3.1 神州租车
8.3.2 凹凸租车
8.3.3 EVCARD
8.4 中国共享单车代表企业经营分析
8.4.1 美团单车
8.4.2 哈啰单车
8.4.3 青桔单车
第9章：中国移动出行行业发展前景与投资建议

9.1 移动出行行业发展前景预测
9.1.1 行业生命周期分析
9.1.2 行业发展趋势预测
9.1.3 行业市场规模预
9.2 移动出行行业投资特性分析
9.2.1 行业投资风险分析
9.2.2 行业投资壁垒分析
9.3 移动出行行业投资价值分析
9.3.1 行业投资价值分析
9.3.2 行业投资机会分析
9.4 移动出行行业投资发展建议
9.4.1 包容审慎监管的总基调不变
9.4.2 积极推动传统出租车与移动出行协同发展
9.4.3 进一步加强平台监管

图表目录

图表1：移动出行分类
图表2：数据来源及统计标准说明
图表3：移动出行行业监管部门及职责
图表4：中国移动出行行业现行标准汇总
图表5：国家移动出行行业相关政策法规汇总
图表6：《关于深化改革推进出租汽车行业健康发展的指导意见》主要任务
图表7：《网络预约出租汽车经营服务管理暂行办法》解读
图表8：《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》解读
图表9：2013-2022年中国国内生产总值（GDP）走势（单位：万亿元，%）
图表10：2017-2022年中国工业增加值走势（单位：万亿元，%）
图表11：2012-2022年中国固定资产投资变化情况（单位：万亿元，%）
图表12：2022年主要经济指标预测（单位：%）
图表13：2017-2022年我国互联网网民规模及互联网普及率（单位：万人，%）
图表14：2014-2022年中国城镇居民人均可支配收入和农村居民人均可支配收入情况（单位：元）
图表15：2014-2022年中国中国城镇居民人均消费支出和农村居民人均消费支出情况（单位：元）
图表16：2017-2022年中国移动出行技术领域专利申请情况（单位：件）
图表17：截至2022年共享单车相关专利申请人TOP10（单位：件）
图表18：截至2022年共享汽车相关专利申请人TOP10（单位：件）
图表19：截至2022年网约车相关专利申请人TOP10（单位：件）
图表20：全球移动出行行业发展大事件汇总
图表21：2019-2022年全球移动出行市场规模（单位：亿美元）
图表22：2019-2022年全球移动汽车出行市场规模（单位：亿美元）
图表23：2019-2022年全球移动出行市场规模（单位：亿美元）
图表24：全球移动出行企业竞争格局
图表25：美国移动出行行业政策监管方向
图表26：美国途移动出行模式
图表27：Uber发展历程介绍
图表28：2018-2022年财年Uber总订单金额规模（单位：十亿美元）
图表29：2018-2022年财年Uber出行业务收入变化（单位：百万美元）
图表30：2018-2022年财年Lyft营业收入变化（单位：亿美元）
图表31：Bolt融资情况介绍
图表32：2023-2028年全球移动出行市场规模（单位：亿美元）
图表33：中国移动出行行业发展历程
图表34：2016-2022年中国移动出行用户规模情况（单位：亿人）
图表35：移动出行细分类型
图表36：2018-2022年中国移动出行行业市场规模变化（单位：亿元）
图表37：中国移动出行行业痛点分析
图表38：中国移动出行行业现有竞争情况
图表39：中国移动出行行业对上游供应商的议价能力分析

图表40：中国移动出行行业对下游客户议价能力分析
图表41：移动出行行业竞争情况总结
图表42：移动出行企业竞争格局
图表43：网约车市场业务分类
图表44：2016-2022年中国网约车行业全国性政策汇总
图表45：受访者常用的出行方式（单位：%）
图表46：百分比范围内受访者常用的出行方式（单位：%）
图表47：网约车用户对网约车出行场景的态度调查（单位：%）
图表48：用户使用网约车出行频次（单位：%）
图表49：用户平均每次使用网约车的出行里程（单位：%）
图表50：用户平均每次使用网约车的花费金额（单位：%）
图表51：各年龄段用户使用网约车的频次结构（单位：%）
图表52：各收入水平网约车用户消费频次比重（单位：%）
图表53：各平台用户对网约车平台的满意度调查（单位：%）
图表54：用户对常用网约车平台的满意度调查（单位：%）
图表55：2014-2022年中国汽车产销量统计（单位：万辆）
图表56：2014-2022年中国汽车保有量变化（单位：亿辆）
图表57：2018-2022年网约车用户规模及使用率（单位：亿人，%）
图表58：2018-2022年中国网约车市场规模变化（单位：亿元）
图表59：2022年网约车企业竞争格局
图表60：网约车城市渗透率对比（单位：%）
图表61：2023-2028年中国网约车市场规模预测（单位：亿元）
图表62：2016-2022年中国网约车行业全国性政策汇总
图表63：共享汽车消费者接受程度（单位：%）
图表64：用户平均每次使用共享汽车的出行里程（单位：%）
图表65：用户平均每次使用共享汽车的场景（单位：%）
图表66：共享汽车消费者年龄分布（单位：%）
图表67：2022年共享汽车平台综合用户满意度（单位：%）
图表68：2019-2022年中国共享汽车平台月活用户规模（单位：万人）
图表69：2018-2022年中国共享汽车市场规模（单位：亿元）
图表70：2022年中国共享汽车平台竞争格局
图表71：中国共享汽车用户区域分布（单位：%）
图表72：2013-2022年中国汽车保有量情况（单位：万辆）
图表73：2023-2028年中国共享汽车市场规模预测（单位：亿元）
图表74：共享单车分类介绍
图表75：各地共享单车停放标准规范汇总
图表76：截至2022年中国共享单车行业相关政策分析
图表77：消费者已使用共享单车时长分析（单位：%）
图表78：消费者使用共享单车频率分析（单位：%）
图表79：消费者使用共享单车单次骑行路程分析（单位：%）
图表80：消费者使用共享单车单次时长分析（单位：%）
图表81：消费者使用共享单车目的分析（单位：%）
图表82：消费者选择共享单车原因分析（单位：%）
图表83：共享单车行业发展历程介绍
图表84：2018-2022年中国共享单车投入车辆规模变化（单位：万辆）
图表85：2018-2022年中国共享单车用户规模变化趋势（单位：亿人）
图表86：2018-2022年中国共享单车市场规模变化趋势（单位：亿元）
图表87：中国主要共享单车品牌发展情况
图表88：2023-2028年中国共享单车市场规模预测（单位：亿元）
图表89：中国网约车企业主要商业模式
图表90：C2C模式专车平台运营模式
图表91：B2C模式专车平台运营模式
图表92：2018-2022年上半年公司平均服务费率（单位：%）
图表93：网约车B2C模式相较于C2C模式的优点
图表94：共享汽车四大主流模式
图表95：分时租赁发展历程
图表96：EVCARD业务布局
图表97：传统租车与凹凸租车对比
图表98：共享单车收费模式介绍

图表99：共享单车收费模式对比
图表100：2018-2022年广东省人口统计情况（单位：万人）
图表101：2017-2022年广东省人均可支配收入情况（单位：元）
图表102：广东省移动出行相关政策
图表103：2017-2022年江苏省常住人口统计情况（单位：万人）
图表104：2017-2022年江苏省人均可支配收入情况（单位：元）
图表105：江苏省移动出行相关政策汇总
图表106：2017-2022年山东省人口统计情况（单位：万人）
图表107：2017-2022年山东省人均可支配收入情况（单位：元）
图表108：山东省移动出行相关政策
图表109：2017-2022年北京人口统计情况（单位：万人）
图表110：2017-2022年北京人均可支配收入情况（单位：元）
图表111：北京移动出行相关政策
图表112：中国移动出行行业企业概览
图表113：滴滴出行产品成长阶段
图表114：2018-2022年滴滴出行经营情况（单位：亿元）
图表115：滴滴出行业务布局分析
图表116：2022年-11月曹操出行App月活跃用户数量（单位：万）
图表117：2020-2022年滴滴出行网约车月订单量及市场份额（单位：万单，%）
图表118：2018-2022年滴滴出行业务营收情况（单位：亿元，%）
图表119：滴滴出行盈利模式分析
图表120：滴滴出行网约车业务优劣势
略·····完整目录请咨询客服

如需了解报告详细内容，请直接致电前瞻客服中心。

全国免费服务热线：400-068-7188 0755-82925195 82925295 83586158

或发电子邮件：service@qianzhan.com

或登录网站：https://bg.qianzhan.com/

我们会竭诚为您服务！