2026-2031年中国网约车行业商业模式创新与投资机会研究分析报告

目 录

CONTENTS

第1章：中国网约车行业综述
1.1 中国网约车行业定义和国民经济归属
1.1.1 网约车定义
1.1.2 《国民经济行业分类与代码》中网约车行业归属
1.2 本报告数据来源及统计标准说明
第2章：中国网约车行业宏观环境分析（PEST）
2.1 中国网约车行业政策环境分析
2.1.1 行业监管分析
（1）行业监管制度发展历程
（2）行业监管体系及机构
（3）行业监管现状分析
2.1.2 行业发展政策汇总
（1）国家政策汇总
（2）重点政策解读
（3）地方政策汇总
（4）重点城市网约车监管细则及解读
2.2 中国网约车行业经济环境分析
2.2.1 中国宏观经济发展现状
（1）国民生产总值分析
（2）固定资产投资分析
（3）第三产业增加值分析
（4）中国居民消费价格（CPI）
（5）中国生产者价格指数（PPI）
2.2.2 中国宏观经济发展展望
（1）国际机构对中国GDP增速预测
（2）国内机构对中国宏观经济指标增速预测
2.2.3 经济环境对网约车行业的影响分析
2.3 中国网约车行业社会环境分析
2.3.1 行业社会环境分析
（1）中国人口规模及增速
（2）中国人口结构
（3）中国城镇化水平变化
（4）中国居民人均可支配收入
（5）中国居民人均消费支出及结构
（6）中国网民规模及互联网普及率
2.3.2 社会环境对网约车行业的影响分析
2.4 中国网约车行业技术环境分析
2.4.1 车联网行业发展分析
2.4.2 中国网约车行业专利申请及公开情况
（1）中国网约车行业专利申请情况
（2）中国网约车行业热门申请人
2.4.3 技术环境对网约车的影响分析
第3章：中国网约车行业发展现状分析
3.1 中国网约车行业发展历程
3.2 中国网约车行业发展现状
3.2.1 行业发展特点分析
3.2.2 行业发展现状分析
（1）中国网约车行业供给分析
（2）中国网约车行业需求现状
（3）网约车市场规模分析
3.3 中国网约车行业竞争分析

3.3.1 行业主要参与者
（1）传统车企入局者
（2）互联网企业入局者
（3）其他入局者
3.3.2 行业主要网约车平台发展领域
3.3.3 行业主要网约车平台竞争格局
（1）月活排名
（2）月订合规率排名
3.3.4 行业波特五力模型分析
（1）中国网约车行业供应商的议价能力
（2）中国网约车行业消费者的议价能力
（3）中国网约车行业新进入者威胁
（4）中国网约车行业的替代品威胁
（5）中国网约车行业现有竞争者的竞争
（6）中国网约车行业竞争态势总结
第4章：中国网约车行业消费者调研
4.1 中国网约车行业消费者接受度调研
4.1.1 网约车使用情况
4.1.2 分出行距离看网约车使用情况
4.1.3 分城市看网约车使用情况
4.2 网约车用户消费习惯调研
4.2.1 网约车用户消费场景
4.2.2 网约车用户消费频次及出行里程
4.2.3 网约车用户使用平台偏好
4.3 中国网约车行业消费者人群画像
4.3.1 网约车用户年龄结构
4.3.2 网约车用户性别结构
4.4 中国网约车行业消费者满意度调研
4.4.1 主要网约车品牌消费者满意度情况
4.4.2 主要网约车平台客户不满原因调研
第5章：中国网约车行业传统商业模式分析
5.1 前瞻关于商业模式研究的基本思想介绍
5.1.1 商业模式的定义
5.1.2 商业模式与其他模式的区别
5.1.3 商业模式与其他模式的关系
5.1.4 商业模式的核心构成要素
（1）价值主张统领其它要素
（2）收入来源决定要素
（3）成本结构决定要素
（4）盈利公式的形成
5.2 中国网约车行业传统商业模式分析
5.2.1 中国网约车行业C2C模式分析
（1）商业模式分析
（2）商业模式典型案例
（3）商业模式点评
5.2.2 中国网约车行业B2C模式分析
（1）商业模式分析
（2）商业模式典型案例
（3）商业模式点评
第6章：中国网约车行业新型商业模式分析
6.1 中国网约车行业投融资情况分析
6.1.1 中国网约车行业投融资概况
6.1.2 中国网约车行业投融资情况分析
6.2 中国网约车行业新型商业模式分析
6.2.1 B2C+B2B+C2C模式
（1）B2C+B2B +C2C模式简介
（2）B2C+B2B +C2C模式发展案例
（3）B2C+B2B+C2C模式评价
6.2.2 服务费包干套餐模式

（1）服务费包干套餐模式简介
（2）服务费包干套餐模式评价
6.2.3 聚合模式
（1）聚合模式简介
（2）聚合模式兴起动因
（3）聚合模式发展现状
（4）聚合模式评价
6.3 中国网约车行业商业模式发展趋势
6.3.1 单一模式不再能满足市场需求
6.3.2 产业链一体化趋势明显
第7章：中国网约车行业领先平台分析
7.1 滴滴出行
7.1.1 平台简介
7.1.2 平台发展历程
7.1.3 平台融资分析
7.1.4 平台业务布局分析
7.1.5 平台盈利模式分析
7.1.6 平台业务规模及区域布局分析
7.1.7 平台商业模式点评
7.1.8 平台发展前景分析
7.2 曹操出行
7.2.1 平台简介
7.2.2 平台融资分析
7.2.3 平台业务布局分析
7.2.4 平台盈利模式分析
7.2.5 平台业务规模及区域布局分析
7.2.6 平台商业模式点评
7.2.7 平台发展战略分析
7.3 神州专车
7.3.1 平台简介
7.3.2 平台业务布局分析
7.3.3 平台盈利模式分析
7.3.4 平台业务规模及区域布局分析
7.3.5 平台商业模式点评
7.3.6 平台发展战略分析
7.4 首汽约车
7.4.1 平台简介
7.4.2 平台融资分析
7.4.3 平台业务布局分析
7.4.4 平台商业模式及盈利模式分析
7.4.5 平台业务规模及区域布局分析
7.4.6 平台发展战略分析
第8章：中国网约车行业发展前景及投资机会判断
8.1 中国网约车行业发展趋势及前景分析
8.1.1 网约车行业发展趋势
（1）联合汽车产业上下游打造共享出行的运营商平台或成行业新方向
（2）车联网与大数据成为保障互联网出行行业的体验升级的新动力
（3）平台的专业化能力以及为用户带来更好的体验成为下半场竞争的关键
（4）行业竞争趋势预判
8.1.2 网约车行业发展前景
8.2 中国网约车行业投资壁垒分析
8.2.1 政策壁垒
8.2.2 资金壁垒
8.2.3 技术壁垒
8.3 中国网约车行业投资风险分析
8.3.1 竞争风险
8.3.2 政策风险
8.3.3 合规风险
8.4 中国网约车行业投资机会判断

8.4.1 顺丰车
8.4.2 新能源网约车
8.4.3 网约车广告
8.4.4 无人驾驶网约车
8.5 中国网约车行业问题分析及应对对策
8.5.1 行业主要问题分析
（1）监管问题
（2）网约车安全问题
（3）网约车与传统出租车竞争问题
（4）网约车抽成模式问题
8.5.2 行业发展对策建议
8.6 中国网约车企业运营策略
8.6.1 极致的运营
8.6.2 区域聚焦
8.6.3 相邻扩张
8.6.4 持续创新

图表目录

图表1：《国民经济行业分类与代码》中网约车行业归属
图表2：本报告数据来源及统计标准说明
图表3：出租车行业规制机构内部的观点分化
图表4：2025年文件采用的规制技术
图表5：网约车行业主管部门
图表6：中国网约车行业总体监管制度
图表7：截至2025年中国网约车行业国家政策汇总
图表8：《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9：《网络预约出租汽车经营服务管理暂行办法》解读
图表10：《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11：截至2025年中国网约车行业地方政策不完全汇总
图表12：部分地区网约车政策细则梳理
图表13：北京市网约车监管细则解读
图表14：上海市网约车监管规定解读
图表15：天津市网约车管理办法解读
图表16：深圳市网约车监管规定解读
图表17：广州市网约车监管规定解读
图表18：南京市网约车监管规定解读
图表19：2014-2025年中国GDP增长走势图（单位：万亿元，%）
图表20：2014-2025年中国固定资产投资变化情况（单位：万亿元，%）
图表21：2014-2025年中国第三产业增加值及增速（单位：万亿元，%）
图表22：2021-2025年中国CPI变化情况（单位：%）
图表23：2021-2025年中国PPI变化情况（单位：%）
图表24：部分国际机构对2022年中国GDP增速的预测（单位：%）
图表25：2025年中国宏观经济核心指标预测（单位：%）
图表26：2014-2025年中国人口规模及自然增长率（单位：万人，‰）
图表27：2014-2025年中国人口年龄结构（单位：%）
图表28：2014-2025年中国城镇人口规模及城镇化率（单位：万人，%）
图表29：中国城市化进程发展阶段
图表30：2014-2025年中国居民人均可支配收入（单位：元）
图表31：2014-2025年中国居民人均消费支出（单位：元）
图表32：2017-2025年中国居民人均消费支出结构（单位：%）
图表33：2020-2025年中国网民规模与普及率情况（单位：亿人，%）
图表34：2019-2025年中国车联网市场规模情况（单位：亿元）
图表35：2014-2025年中国网约车相关专利申请情况（单位：项，个）
图表36：2025年中国网约车相关专利申请人TOP10情况（单位：项）
图表37：中国网约车行业发展历程及代表性事件

图表38：网约车行业发展特点分析
图表39：2021-2025年中国获得网约车经营许可的平台数量（单位：家）
图表40：2021-2025年中国网约车驾驶员数量（单位：万人）
图表41：2021-2025年中国网约车车辆运输证数量（单位：万本）
图表42：2020-2025年中国网约车用户规模（单位：亿人）
图表43：2020-2025年中国网约车渗透率（单位：%）
图表44：2025年中国网约车各月订单量（单位：亿单）
图表45：2020-2025年中国网约车行业市场规模（单位：亿元）
图表46：中国网约车行业传统车企入局者典型代表分析
图表47：中国网约车行业互联网企业入局者代表
图表48：2020-2025年主要中国网约车行业其他入局者代表
图表49：网约车行业主要平台发展领域
图表50：2025年我国网约车主要平台月活人数（单位：万人）
图表51：2021-2025年我国网约车各大平台订单合规率排名
图表52：中国网约车行业消费者的议价能力
图表53：中国网约车行业新进入者威胁
图表54：中国网约车行业现有竞争者的竞争
图表55：中国网约车行业竞争态势总结
图表56：第4章数据来源情况（单位：个）
图表57：2025年居民出行方式选择（单位：%）
图表58：居民通勤距离占比（单位：%）
图表59：不同距通勤距离情况下的出行方式选择（单位：%）
图表60：不同城市受访者最常用的出行方式（单位：%）
图表61：一二线城市网约车用户使用网约车主要场景
图表62：三线及以下城市网约车用户使用网约车主要场景
图表63：一线城市网约车客户出行频率分布（单位：%）
图表64：一线城市网约车客户出行里程分布（单位：%）
图表65：2025年中国网约车用户最近3个月使用网约车平台数量偏好（单位：%）
图表66：中国网约车用户各年龄段占比（单位：%）
图表67：一二线城市网约车用户性别结构（单位：%）
图表68：三线以下城市网约车用户性别结构（单位：%）
图表69：2025年第四季度上海市网约车平台每万单投诉量排名（单位：件/万单）
图表70：主要网约车平台客户不满及原因
图表71：商业模式与其它模式的区别
图表72：商业模式与其它模式的联系
图表73：商业模式框架图
图表74：一般行业盈利公式
图表75：中国网约车行业传统商业模式分类
图表76：网约车行业C2C模式代表案例
图表77：2025年主流网约车平台订单合规率（单位：%）
图表78：2021-2025年Uber成本结构（单位：百万美元，%）
图表79：2021-2025年Lyft成本结构（单位：百万美元，%）
图表80：滴滴网约车平台服务费率及成本构成（单位：%）
图表81：B2C模式专车平台运营模式
图表82：网约车B2C模式相较于C2C模式的优点
图表83：2021-2025年神州租车净利润（单位：万元，%）
图表84：2018-2025年中国网约车行业投资数量及金额（单位：起，亿元）
图表85：2018-2025年中国网约车行业投资事件汇总
图表86：2018-2025年中国网约车平台投资事件分布（单位：起）
图表87：2018-2025年中国获投资网约车平台商业模式
图表88：首汽约车商业模式转变
图表89：服务费包干套餐模式优点
图表90：聚合模式兴起动因
图表91：主流网约车聚合平台服务现状
图表92：网约车平台聚合模式评价
图表93：2021-2025年滴滴出行主要投资事件汇总
图表94：滴滴出行发展历程
图表95：滴滴出行融资情况汇总
图表96：滴滴出行业务布局分析

图表97：滴滴出行盈利模式分析
图表98：滴滴出行全球布局
图表99：曹操出行发展历程
图表100：曹操出行融资情况汇总
图表101：曹操出行业务范围
图表102：曹操出行B2C模式优势
图表103：首汽约车发展历程
图表104：首汽约车自成立以来融资汇总
图表105：首汽约车盈利原因解析
图表106：首汽约车与百度合作战略
图表107：车联网和大数据技术优势分析
图表108：网约车市场竞争趋势预判
图表109：2026-2031年中国网约车行业市场规模预测（单位：亿元）
图表110：网约车政府监管主体职责不明的解析
图表111：网约车准入门槛较高
图表112：网约车消费者保护机制欠缺
图表113：网约车安全问题分析
图表114：网约车与传统出租车融合方向的改革方向
图表115：网约车司机对于平台抽成模式的看法（单位：%）
图表116：网约车行业发展对策建议
如需完整目录请联系客服

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！