



艾凯咨询
ICAN Consulting

2017-2022年中国移动出行市场 分析及投资策略研究报告

一、调研说明

《2017-2022年中国移动出行市场分析及投资策略研究报告》是艾凯咨询集团经过数月的周密调研，结合国家统计局，行业协会，工商，税务海关等相关数据，由行业内知名专家撰写而成。报告意于成为从事本行业人士经营及投资提供参考的重要依据。

报告主要可分为四大部分，首先，报告对本行业的特征及国内外市场环境进行描述；其次，是本行业的上下游产业链，市场供需状况及竞争格局从宏观到细致的详尽剖析，接着报告中列出数家该行业的重点企业，分析相关经营数据；最后，对该行业未来的发展前景，投资风险给出指导建议。相信该份报告对您把握市场脉搏，知悉竞争对手，进行战略投资具有重要帮助。

官方网址：<https://www.icandata.com/view/283742.html>

报告价格：纸介版9000元 电子版9000元 纸介版+电子版9200元

订购电话：400-700-0142 010-80392465

电子邮箱：sales@icandata.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、摘要、目录、图表

2015年中国移动出行用户规模达2.94亿人，同比增长39.3%，相对2014年来说增速大幅收窄，预计2016年中国移动出行用户规模将达3.62亿人，同比将增长23.1%，增速有所放缓，预计2016-2018年用户规模增速呈放缓趋势。 2013-2018e中国移动出行用户规模统计及预测

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。

报告目录：

第1章：移动出行市场整体运行情况分析

1.1 传统出行方式问题分析

1.2 移动出行方式效益分析

1.2.1 出行主体价值分析

1.2.2 社会效应分析

1.3 移动出行市场运行分析

1.3.1 移动出行市场容量

1.3.2 移动出行渗透率分析

1.3.3 移动出行用户分析

1.3.4 移动出行市场格局

1.3.5 移动出行软件竞争

1.3.6 移动出行方式选择

第2章：移动出行细分市场之打车市场分析

2.1 打车市场需求方分析

2.1.1 用户行为分析

2.1.2 用户痛点分析

2.1.3 用户需求特征

2.2 打车市场供给方分析

2.2.1 供给主体行为分析

- 2.2.2 供给市场问题分析
- 2.3 打车市场运营模式分析
- 2.4 打车市场竞争情况分析
 - 2.4.1 竞争格局分析
 - 2.4.2 兼并重组分析
 - 2.4.3 投融资分析
- 2.5 打车市场典型案例分析
 - 2.5.1 滴滴打车
 - 2.5.2 点点打车
 - 2.5.3 易打车
- 2.6 打车市场发展前景预测

第3章：移动出行细分市场之专车市场分析

- 3.1 专车市场需求方分析
 - 3.1.1 用户行为分析
 - 3.1.2 用户通电分析
 - 3.1.3 用户需求特征
- 3.2 专车市场供给方分析
 - 3.2.1 供给主体行为分析
 - 3.2.2 供给市场问题分析
- 3.3 专车市场运营模式分析
 - 3.3.1 平台自营模式
 - 3.3.2 平台与汽车租赁公司合作模式
 - 3.3.3 平台与私家车主合作模式
- 3.4 专车市场竞争情况分析
 - 3.4.1 竞争格局分析 2015年中国移动出行应用用户平均单次预算统计
 - 3.4.2 兼并重组分析
 - 3.4.3 投融资分析
- 3.5 专车市场典型案例分析
 - 3.5.1 滴滴专车
 - 3.5.2 Uber

3.5.3 神州专车

3.6 专车市场发展前景预测

第4章：移动出行细分市场之拼车市场分析

4.1 拼车市场需求方分析

4.1.1 用户行为分析

4.1.2 用户痛点分析

4.1.3 用户需求特征

4.2 拼车市场运行效率分析

4.2.1 订单响应时间

4.2.2 软件接单时间

4.2.3 订单预约时间

4.3 拼车市场运营模式分析

4.4 拼车市场竞争情况分析

4.4.1 竞争格局分析

4.4.2 兼并重组分析

4.4.3 投融资分析

4.5 拼车市场典型案例分析

4.5.1 AA拼车

4.5.2 哈哈拼车

4.5.3 嘀嗒拼车

4.6 拼车市场发展前景预测

第5章：移动出行细分市场之代驾市场分析

5.1 代驾市场需求方分析

5.1.1 用户行为分析

5.1.2 用户痛点分析

5.1.3 用户需求特征

5.2 代驾市场供给方分析

5.2.1 供给市场规模分析

5.2.2 供给主体特征分析

5.3 代驾市场经营模式分析

5.3.1 扩张模式

(1) 直营模式

(2) 直营+加盟合作模式

5.3.2 盈利模式

5.3.3 推广模式

(1) 线下推广

(2) 线上推广

5.4 代驾市场竞争情况分析

5.4.1 竞争格局分析

5.4.2 兼并重组分析

5.4.3 投融资分析

5.5 代驾市场典型案例分析

5.5.1 e代驾

5.5.2 微代驾

5.5.3 云代驾

5.6 代驾市场发展前景预测

第6章：移动出行市场发展必然性及趋势分析(AK WZY)

6.1 移动出行市场发展必然性

6.1.1 多项因素改变乘客传统出行方式

(1) 提升乘客打车成功率

(2) 减少乘客候车时间

(3) 提升乘客出行安全感与舒适度

6.1.2 降低司机成本支出促进移动出行发展

6.1.3 移动出行产生可观的社会效应

6.2 移动出行市场发展趋势

6.2.1 市场主体发展趋势：两大主体地位逐渐明晰

6.2.2 市场发展方向趋势：以平台化和共享经济为特征

6.2.3 交通商业模式趋势：加快改变传统交通行业商业模式

6.2.4 行业政策监管趋势：更具创新的管理办法将出台

6.3 移动出行用户痛点解决方案

6.4 移动出行市场营销策略建议

6.4.1 初期：疯狂补贴获取大量用户

6.4.2 中期：放大自身优势关注顾客出行体验

6.4.3 后期：提供差异化服务

部分图表目录：

图表1：移动出行应对提升打车成功率和减少候车时间的贡献

图表2：移动出行应用提升乘客出行安全感和舒适感

图表3：移动出行应用有效降低空驶率

图表4：移动出行有利于解决私家车闲置问题

图表5：2012-2016年中国移动出行用户增长变化（单位：亿人）

图表6：2012-2016年中国车联网市场规模（单位：亿人，%）

图表7：2012-2016年中国移动出行方式渗透率变化（单位：%）

图表8：2016年中国移动出行软件用户使用频率（单位：%）

图表9：2016年中国移动出行软件用户使用原因分析（单位：%）

图表10：2016年中国移动用车市场份额结构（单位：%）

图表11：2016年中国移动用车市场份额结构（单位：%）

图表12：2016年中国移动出行软件使用需求结构（单位：%）

图表13：2016年中国移动打车用户使用移动打车应用频率分布（单位：%）

图表14：2016年中国移动打车用户满意度分析（单位：%）

图表15：2016年中国移动出行打车市场占有率（单位：%）

图表16：2014-2016年中国移动出行打车市场兼并重组典型案例

图表17：2014-2016年中国移动出行打车市场投融资案例

图表18：2017-2022年中国移动出行打车市场前景预测

图表19：2016年中国手机网民对移动专车服务知晓度情况（单位：%）

图表20：2016年中国手机网民对移动专车服务使用意愿度情况（单位：%）

图表21：2016年中国移动专车用户选择移动专车服务原因分布（单位：%）

图表22：2016年中国移动出行专车市场占有率（单位：%）

图表23：2014-2016年中国移动出行专车市场兼并重组典型案例

图表24：2014-2016年中国移动出行专车市场投融资案例

图表25：2017-2022年中国移动出行专车市场前景预测

图表26：2016年中国移动拼车用户使用拼车服务场景分布（单位：%）

图表27：2016年中国手机网民使用拼车服务原因分布（单位：%）

图表28：2016年中国移动拼车应用用户好评度排名
图表29：2016年中国移动拼车应用订单响应时间（单位：分钟）
图表30：2016年中国移动拼车应用接单时间分布（单位：%）
图表31：2016年中国移动拼车应用订单预约时间分布（单位：%）
图表32：2016年中国移动出行拼车市场占有率（单位：%）
图表33：2014-2016年中国移动出行拼车市场兼并重组典型案例
图表34：2014-2016年中国移动出行拼车市场投融资案例
图表35：2017-2022年中国移动出行拼车市场前景预测
图表36：2012-2016年用户使用代驾频率
图表37：2016年全国主要城市喝酒开车叫过代驾比率（单位：%）
图表38：2016年中国移动出行代驾市场占有率（单位：%）
图表39：2014-2016年中国移动出行代驾市场兼并重组典型案例
图表40：2014-2016年中国移动出行代驾市场投融资案例
图表41：2017-2022年中国移动出行代驾市场前景预测
更多图表见正文.....

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/283742.html>

三、研究方法

- 1、系统分析方法
- 2、比较分析方法
- 3、具体与抽象方法
- 4、分析与综合方法
- 5、归纳与演绎方法
- 6、定性分析与定量分析方法
- 7、预测研究方法

四、数据来源

对行业内相关的专家、厂商、渠道商、业务（销售）人员及客户进行访谈，获取最新的一手市场资料；

艾凯咨询集团长期监测采集的数据资料；

行业协会、国家统计局、海关总署、国家发改委、工商总局等政府部门和官方机构的数据与资料；

行业公开信息；

行业企业及上、下游企业的季报、年报和其它公开信息；

各类中英文期刊数据库、图书馆、科研院所、高等院校的文献资料；

行业资深专家公开发表的观点；

对行业的重要数据指标进行连续性对比，反映行业发展趋势；

中华人民共和国国家统计局 <http://www.stats.gov.cn>

中华人民共和国国家工商行政管理总局 <http://www.saic.gov.cn>

中华人民共和国海关总署 <http://www.customs.gov.cn>

中华人民共和国商务部 <http://www.mofcom.gov.cn>

中国证券监督管理委员会 <http://www.csrc.gov.cn>

中华人民共和国商务部 <http://www.mofcom.gov.cn>

世界贸易组织 <https://www.wto.org>

联合国统计司 <http://unstats.un.org>

联合国商品贸易统计数据库 <http://comtrade.un.org>

五、关于艾凯咨询网

艾凯咨询网（www.icandata.com）隶属艾凯咨询集团（北京华经艾凯企业咨询有限公司），艾凯咨询集团专注提供大中华区产业经济情报，为企业商业决策赋能，是领先的市场研究报告和竞争情报提供商

艾凯咨询集团为企业专业提供投资咨询报告、深度研究报告、市场调查、统计数据等。艾凯咨询网每天更新大量行业分析报告、图表资料、竞争情报、投资情报等，为用户及时了解迅速变化中的世界和中国市场提供便利，为企业商业决策赋能。

研究力量

高素质的专业的研究分析团队，密切关注市场最新动向。在多个行业，拥有数名经验丰富的专业分析师。对于特定及专属领域，我们有国内外众多合作研究机构，同时我们聘请数名行业资深专家顾问，帮助客户分清市场现状和趋势，找准市场定位和切入机会，提出合适中肯的建议，帮助客户实现价值，与客户一同成长。

我们的优势

权威机构 艾凯咨询集团二十年深厚行业背景;

数量领先 囊括主流研究报告和权威合作伙伴;

服务齐全 促销、推荐指数、积分、网上支付等;

良好声誉 广泛知名度、满意度，众多新老客户。