

2021-2026年中国移动出行市场竞争格局及投资战略规划报告

报告大纲

一、报告简介

华经情报网发布的《2021-2026年中国移动出行市场竞争格局及投资战略规划报告》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.huaon.com/channel/other/699251.html>

报告价格：电子版: 9000元 纸介版：9000元 电子和纸介版: 9200元

订购电话: 400-700-0142 010-80392465

电子邮箱: kf@huaon.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

国内移动出行行业，BAT（百度、阿里巴巴、腾讯）纷纷入局并完成卡位，以滴滴、神州为代表的巨头已然诞生。

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：移动出行所属行业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

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

6.1移动出行市场发展必然性(AK HT)

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

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5：2016-2020年中国移动出行用户增长变化（单位：亿人）

图表6：2016-2020年中国车联网市场规模（单位：亿人，%）

图表7：2016-2020年中国移动出行方式渗透率变化（单位：%）

图表8：2020年中国移动出行软件用户使用频率（单位：%）

图表9：2020年中国移动出行软件用户使用原因分析（单位：%）

图表10：2020年中国移动用车市场份额结构（单位：%）

更多图表见正文.....

详细请访问：<https://www.huaon.com/channel/other/699251.html>