

中国出行O2O市场运行现状与发竞争发展策略分析报告2022-2028年

产品名称	中国出行O2O市场运行现状与发竞争发展策略分析报告2022-2028年
公司名称	北京中研华泰信息技术研究院
价格	.00/件
规格参数	
公司地址	北京市朝阳区北苑东路19号中国铁建大厦
联系电话	010-56231698 18766830652

产品详情

中国出行O2O市场运行现状与发竞争发展策略分析报告2022-2028年.....[报告编号] 353540[出版日期] 2022年9月[出版机构] 中研华泰研究院 [交付方式] EMIL电子版或特快专递[报告价格] 纸质版:6500元 电子版:6800元 纸质版+电子版:7000元 [联系人员] 刘亚 免费售后服务一年，具体内容及订购流程欢迎咨询客服人员 章

O2O概念界定及发展水平分析1.1 O2O相关概述1.1.1 基本定义1.1.2 平台分类1.1.3 发展历程1.1.4 关键因素1.1.5 运作流程1.1.6 价值与优势1.1.7 发展趋势1.2 O2O模式三大商业行为1.2.1 社会化营销1.2.2 消费体验1.2.3 交易行为1.3 O2O市场发展水平评估1.3.1 行业产生发展1.3.2 行业发展进程1.3.3 市场规模现状1.3.4 行业应用覆盖1.3.5 应用成熟状况1.3.6 市场格局分析1.3.7 区域发展水平 第二章 2019-2022年中国出行O2O市场发展环境分析2.1 经济环境2.1.1 中国经济运行情况2.1.2 中国经济发展趋势2.1.3 互联网经济发展态势2.1.4 宏观经济发展预测2.2 政策环境2.2.1 O2O行业面临政策利好2.2.2 O2O促进政策持续加码2.2.3 租车行业监管环境分析2.2.4 出租车行业管理新政解析2.2.5 交通部将规范打车软件应用2.2.6 国家出台政策规范网络约车2.3 社会环境2.3.1 城市交通状况分析2.3.2 居民收入水平分析2.3.3 居民出行消费支出2.3.4 居民网络普及情况2.3.5 移动互联网应用情况2.4 技术环境2.4.1 定位技术的发展状况2.4.2 O2O平台技术寻求创新2.4.3 O2O技术研究方向分析2.4.4 O2O领域新一代信息技术贡献 第三章 2019-2022年中国出行O2O市场发展现状分析3.1 交通出行O2O行业运行概况3.1.1 行业生命周期3.1.2 行业兴起背景3.1.3 快速发展原因3.1.4 产业生态演变3.2 出行O2O行业SWOT分析3.2.1 优势 (strengths) 3.2.2 劣势 (weaknesses) 3.2.3 机会 (opportunities) 3.2.4 威胁 (threats) 3.3 出行O2O市场发展状况分析3.3.1 市场分类状况3.3.2 市场规模分析3.3.3 市场运行态势3.3.4 市场特征分析3.3.5 市场融资状况3.4 出行O2O市场BAT竞争格局分析3.4.1 BAT的整体布局3.4.2 百度SWOT分析3.4.3 腾讯SWOT分析3.4.4 阿里SWOT分析3.4.5 市场竞争关键要素3.5 出行O2O行业创业企业盘点3.5.1 打车平台3.5.2 专车平台3.5.3 拼车平台3.5.4 租车平台3.5.5 巴士平台3.5.6 代驾平台3.5.7 停车平台3.5.8 自驾通勤平台 第四章 2019-2022年中国出行O2O市场用户行为分析4.1 移动出行O2O用户应用状况4.1.1 用户规模4.1.2 应用款数4.1.3 市场格局4.1.4 用户需求4.1.5 使用情况4.1.6 行业分布4.2 移动出行O2O市场用户行为4.2.1 用户特征4.2.2 考虑因素4.2.3 活跃时段4.2.4 地域分布4.2.5 关联应用4.2.6 设备品牌 第五章 2019-2022年中国打车O2O市场分析5.1 打车O2O行业发展概况5.1.1 行业兴起原因5.1.2 行业运行特征5.1.3 行业整合发展5.2 打车O2O市场运行现状5.2.1 市场运行态势5.2.2 市场格局分析5.2.3 市场受到热捧5.2.4 市场竞争激烈5.3 打车O2O市场用户行为分析5.3.1 用户收入水平5.3.2

用户打车频率5.3.3 用户打车费用5.3.4 用户打车情景5.3.5 用户打车时间分布5.3.6 用户打车等待时间5.3.7
打车软件了解途径5.4 打车O2O典型平台竞争力分析5.4.1 用户基础5.4.2 口碑指数5.4.3 外部入口5.4.4
运营能力5.5 打车O2O行业问题及对策5.5.1 主要弊端分析5.5.2 违规竞争严峻5.5.3 企业发展策略5.5.4
行业政策建议5.6 打车O2O行业发展趋势预测5.6.1 整体趋势分析5.6.2 出租车O2O趋势分析5.6.3
商务车O2O趋势分析 第六章 2019-2022年中国专车O2O市场分析6.1 专车O2O市场发展条件6.1.1
移动互联网快速发展提供契机6.1.2 移动支付成熟及消费习惯形成6.1.3 大量资本涌入推动行业前进6.1.4
我国在线租车行业集中度低6.1.5 人口密度结构催生行业巨头6.2 专车O2O行业运行现状6.2.1
行业生命周期6.2.2 运行模式分析6.2.3 行业政策态度6.2.4 行业运行现状6.2.5 行业趋势分析6.3
专车O2O市场发展状况6.3.1 市场发展综述6.3.2 用户规模分析6.3.3 市场格局分析6.3.4 市场竞争态势6.4
2020年专车O2O市场用户行为分析6.4.1 用户使用率6.4.2 用户知晓率6.4.3 用户信赖度6.4.4
用户考虑因素6.4.5 用户关注热点6.4.6 用户对专车的态度6.4.7 “专车红包”影响6.5
专车O2O企业竞争力分析6.5.1 Uber6.5.2 滴滴快的6.5.3 易到用车6.5.4 神州专车6.6
专车O2O市场发展前景分析6.6.1 市场空间测算6.6.2 未来发展方向6.6.3 未来趋势分析 第七章
2019-2022年中国拼车O2O市场分析7.1 拼车O2O市场运行现状7.1.1 市场发展特征7.1.2 市场容量分析7.1.3
产品运营逻辑7.1.4 市场格局分析7.1.5 市场竞争态势7.2 班车拼车O2O市场分析7.2.1 市场需求分析7.2.2
市场发展态势7.2.3 运营模式分析7.2.4 市场竞争状况7.2.5 市场挑战分析7.2.6 典型企业盘点7.3
2020年拼车O2O市场用户行为分析7.3.1 用户上下班交通方式7.3.2 用户拼车经历及支付方式7.3.3
用户拼车接受态度7.3.4 用户知晓率与使用率7.3.5 用户对出发地的期望7.3.6 用户拼车考虑的因素7.3.7
拼车信息获取途径7.4 拼车O2O市场企业竞争力分析7.4.1 竞争维度理论7.4.2 7.4.3 市场驱动者7.4.4
产品驱动者7.4.5 进入者7.4.6 竞争力象限7.5 拼车O2O市场挑战分析7.5.1 定位局限7.5.2 接单困局7.5.3
市场培育7.5.4 经营风险 第八章 2019-2022年中国租车O2O市场分析8.1 租车O2O市场运行现状8.1.1
行业范畴介绍8.1.2 市场运行状况8.1.3 市场格局分析8.1.4 市场规模分析8.1.5 盈利模式分析8.2
P2P租车市场运行分析8.2.1 市场需求分析8.2.2 市场发展态势8.2.3 典型企业分析8.2.4 主要问题分析8.2.5
未来发展展望8.3 租车O2O市场竞争分析8.3.1 厂商格局分析8.3.2 市场竞争动向8.3.3 产品实力象限8.3.4
企业竞争排行8.4 租车O2O市场挑战分析8.4.1 规模限制8.4.2 政策限制8.4.3 保险制约8.4.4 竞争威胁8.5
租车O2O市场前景分析8.5.1 市场驱动因素8.5.2 发展趋势分析 第九章 中国出行O2O其他细分市场分析9.1
停车O2O市场9.1.1 市场发展契机9.1.2 市场发展现状9.1.3 运行模式分析9.1.4 市场竞争态势9.2
在线汽车订票市场9.2.1 市场兴起原因9.2.2 主流平台分析9.2.3 市场竞争格局9.2.4 市场前景分析 第十章
中国出行O2O商业模式分析10.1 O2O主要商业组合模式10.1.1 商业逻辑解析10.1.2 先线上后线下模式10.1.3
先线下后线上模式10.1.4 先线上后线下再线上模式10.1.5 先线下后线上再线下模式10.2
出行O2O主要运营模式分析10.2.1 专车10.2.2 打车10.2.3 租车10.2.4 顺风车10.2.5 快车10.2.6 旅游包车10.3
打车O2O运营模式分析10.3.1 出租车在线打车业务模式10.3.2 商务车在线打车业务模式10.4
专车O2O运营模式分析10.4.1 P2P模式10.4.2 B2C模式10.4.3 优劣比较10.5 租车O2O运营模式分析10.5.1
传统B2C租车模式10.5.2 新兴P2P租车模式10.5.3 商务租车模式10.5.4 三种模式比较分析10.6
商务用车O2O运营模式分析10.6.1 自营模式10.6.2 混合加盟模式 第十一章
2019-2022年国外出行O2O市场典型企业案例分析11.1 Uber11.1.1 企业发展概况11.1.2 经营状况分析11.1.3
运营模式分析11.1.4 企业战略分析11.1.5 企业发展经验11.2 Lyft11.2.1 企业发展概况11.2.2
经营状况分析11.2.3 运营模式分析11.2.4 企业战略分析11.2.5 企业发展经验11.3 PP租车11.3.1
企业发展概况11.3.2 经营状况分析11.3.3 运营模式分析11.3.4 企业战略分析11.3.5 企业发展经验 第十二章
2019-2022年中国出行O2O市场企业分析12.1 滴滴出行12.1.1 企业发展概况12.1.2 业务布局分析12.1.3
经营状况分析12.1.4 运营模式分析12.1.5 发展战略分析12.2 神州租车12.2.1 企业发展概况12.2.2
业务布局分析12.2.3 经营状况分析12.2.4 运营模式分析12.2.5 发展战略分析12.3 一嗨租车12.3.1
企业发展概况12.3.2 业务布局分析12.3.3 经营状况分析12.3.4 运营模式分析12.3.5 发展战略分析12.4
易到用车12.4.1 企业发展概况12.4.2 业务布局分析12.4.3 运营模式分析12.4.4 发展战略分析12.5
AA租车12.5.1 企业发展概况12.5.2 业务布局分析12.5.3 运营模式分析12.5.4 发展战略分析12.6 e代驾12.6.1
企业发展概况12.6.2 业务布局分析12.6.3 运营模式分析12.6.4 发展战略分析 第十三章
中国出行O2O市场投资机会分析及风险预警13.1 投资价值及机会分析13.1.1 行业投资价值13.1.2
市场投资机会13.1.3 投资方向分析13.2 投资风险提示13.2.1 政策风险13.2.2 渠道风险13.2.3
盲目扩张风险13.2.4 消费习惯风险13.2.5 平台风险13.2.6 人才风险13.2.7 经营风险13.3 投资策略13.3.1
投资项目价值评估13.3.2 投资风险规避策略13.3.3 传统企业转型思路 第十四章
2022-2028年中国出行O2O市场前景预测14.1 中国O2O市场前景分析14.1.1 用户规模增长趋势14.1.2

区域市场发展潜力14.1.3 细分领域发展潜力14.2 出行O2O市场潜力及趋势14.2.1 发展潜力剖析14.2.2 未来趋势分析14.3 2022-2028年中国出行O2O市场预测分析14.3.1 影响因素分析14.3.2 市场规模预测14.3.3 用户规模预测 附录附录一：出租汽车经营服务管理规定附录二：关于促进手机软件召车等出租汽车电召服务有序发展的通知附录三：关于深化改革进一步推进出租汽车行业健康发展的指导意见（征求意见稿）附录四：网络预约出租汽车经营服务管理暂行办法（征求意见稿） 图表目录 图表：2022年移动互联网不同行业O2O应用数量占比 图表：2022年O2O移动应用细分行业覆盖率TOP1 图表：2022年O2O移动应用覆盖率总排行 图表：O2O细分领域指标评价 图表：行业O2O实现容易程度评价指标 图表：行业投入产出比评价指标 图表：O2O行业企业布局情况 图表：O2O市场评估模型 图表：2022年一二三线城市O2O发展水平综合评估对比 图表：2022年三大经济圈O2O发展水平综合评估对比 图表：2022年O2O综合发展水平TOP25城市O2O经济带分布 图表：2022年O2O综合发展水平TOP25城市（一线城市排名） 图表：2022年O2O综合发展水平TOP25城市（省会城市排名） 图表：2022年O2O综合发展水平TOP25城市（其他城市排名） 图表：2022年一二三线城市O2O应用轻中重度用户群分布 图表：2022年一二三线城市O2O用户休闲时间在网络休闲平台分布情况 图表：2022年一二三线城市O2O用户在社交媒体分享意愿 图表：2022年一二三线城市O2O用户在社交媒体分享途径 图表：2022年一二三线城市O2O用户在社交媒体上回复/评论行为 图表：2019-2022年国内生产总值增长速度（累计同比） 图表：2019-2022年规模以上工业增加值增速（月度同比） 图表：2019-2022年固定资产投资（不含农户）名义增速（累计同比） 图表：2019-2022年房地产开发投资名义增速（累计同比） 图表：2019-2022年社会消费品零售总额名义增速（月度同比） 图表：2019-2022年居民消费价格上涨情况（月度同比） 图表：2019-2022年工业生产者出厂价格涨跌情况（月度同比） 图表：2008-2022年中国城镇和农村居民人均可支配收入及家庭恩格尔系数 图表：我国居民人均出行费用及占比 图表：2017-2022年中国整体及移动网民规模 图表：2019-2022年中国手机网民用户规模 图表：2019-2022年中国智能手机用户规模 图表：新一代主要信息通信技术对交通出行O2O服务的贡献 图表：中国城市交通出行O2O行业AMC模型 图表：中国城市交通出行O2O细分市场发展时间轴 图表：2022年出行O2O应用融资情况 图表：百度城市交通O2O布局时间轴 图表：腾讯城市交通O2O布局时间轴 图表：阿里巴巴城市交通O2O布局时间轴 图表：打车O2O企业盘点 图表：专车O2O企业盘点 图表：拼车O2O企业盘点 图表：租车O2O企业盘点 图表：巴士O2O企业盘点 图表：代驾O2O企业盘点 图表：停车O2O企业盘点 图表：自驾通勤O2O企业盘点 图表：2022年移动出行O2O用户规模 图表：2022年出行O2O移动应用款数占比 图表：移动互联网细分行业市场格局 图表：移动互联网细分行业用户需求 图表：2022年出行O2O典型应用用户覆盖率变化趋势 图表：2022年出行O2O典型应用用户活跃率变化趋势 图表：2022年出行O2O应用覆盖率TOP10及其使用率 图表：2022年典型出行O2O应用用户活跃次数占比变化趋势 图表：出行O2O移动应用行业图谱 图表：2022年出行O2O各细分领域TOP1应用及用户覆盖率 图表：2022年出行O2O移动应用用户覆盖率Top15 图表：2022年出行O2O移动应用用户活跃率Top15 图表：2022年主要综合打车类O2O应用覆盖率和活跃率 图表：2022年滴滴打车用户覆盖率变化趋势 图表：2022年主要专车O2O应用覆盖率和活跃率 图表：2022年Uber用户覆盖率变化趋势 图表：2022年主要拼车应用覆盖率TOP10和活跃率 图表：2022年嘀嗒拼车用户覆盖率变化趋势 图表：2022年主要代驾应用覆盖率和活跃率 图表：2022年e代驾用户覆盖率变化趋势 图表：2022年主要租车应用覆盖率和活跃率 图表：2022年神州租车用户覆盖率变化趋势 图表：2022年移动出行O2O用户年龄分布 图表：2022年移动出行O2O用户收入分布 图表：2022年移动出行O2O用户选择软件首要考虑因素 图表：出行O2O用户全天活跃时段分布 图表：出行O2O用户全天活跃时段分布（工作日） 图表：2022年出行O2O移动应用省份分布TOP10 图表：2022年滴滴打车用户省份分布 图表：2022年快的打车用户省份分布 图表：2022年Uber用户省份分布 图表：2022年嘀嗒拼车用户省份分布 图表：2022年e代驾用户省份分布 图表：2022年神州租车用户省份分布 图表：2022年出行O2O应用用户城市分布对比 图表：2022年出行O2O移动应用设备关联应用类型分布 图表：滴滴打车关联应用 图表：快的打车关联应用 图表：Uber关联应用 图表：2022年出行O2O应用用户设备品牌分布 图表：2022年中国打车APP累计账户市场份额 图表：2022年中国主流打车APP覆盖城市数 图表：打车人群收入水平 图表：用户打车频率 图表：用户每次打车产生的费用 图表：用户选择打车时的情景 图表：用户使用手机打车应用的时间段分布 图表：用户打车时需等待的时间 图表：用户知道某款打车软件的来源 图表：2010-2022年中国移动互联网的渗透率状况 图表：Uber融资情况 图表：滴滴打车融资情况 图表：快的打车融资情况 图表：2022年中国在线租车占有的份额 图表：2022年中国在线租车TOP3市场份额 图表：2022年中国人口密度城市排行 图表：中国互联网专车O2O行业AMC模型 图表：国内外对专车的政策态度 图表：2022年中国专车服务APP活跃用户覆盖率TOP5 图表：2022年中国专车服务APP活跃用户平均次月留存率TOP5 图表：2022年中国主要专车服务APP用户收入分布 图表：2022年中国专车服务APP城市覆盖数量TOP5 图表：2022年用户是否使用过专车服务 图表：2022年主要专车APP用户知晓率 图表：2022年主要专车APP用户使用率 图表

: 2022年主要专车APP用户信赖度图表：2022年用户选择乘坐专车的主要原因图表：2022年用户乘坐专车选择的车型占比图表：2022年影响用户使用专车服务的主要因素图表：2022年用户对专车服务关注的因素图表：2022年用户对私家车加入专车的态度图表：2022年用户对专车服务合法性的看法图表：2022年“专车红包”对用户的影响图表：Uber的发展时间轴图表：Uber的SWOT分析图表：2017-2022年Uber司机数量增长情况图表：滴滴快的的发展时间轴图表：滴滴快的SWOT分析图表：神州专车的发展时间轴图表：神州专车的SWOT分析图表：截至2022年底各租车公司车队规模图表：中国专车市场空间测算图表：班车拼车产品融资情况图表：用户上下班通常采用的交通方式图表：用户拼车经历调查图表：用户愿意接受的拼车支付方式图表：2022年用户对拼车出行的接受态度图表：2022年主要拼车软件用户知晓率图表：2022年主要拼车软件用户使用率图表：2022年用户拼车时期望的出发地图表：2022年用户拼车时考虑的因素图表：2022年用户拼车信息获取途径图表：拼车O2O市场竞争力象限图表：移动租车行业范畴图表：国内租车市场发展历程图表：2019-2022年中国在线租车市场规模图表：2022年中国在线租车市场主要厂商PC端&移动端覆盖人数图表：租车O2O市场竞争力象限图表：2022年租车App Top10排行图表：2022年租车App Top11-50排行图表：P2P专车商业模式图表：B2C专车商业模式图表：P2P模式与B2C模式的优劣比较图表：传统B2C租车企业融资情况图表：新兴P2P租车企业融资情况图表：BAT在商务租车领域的布局图表：三类租车模式的比较图表：典型租车客户端功能介绍图表：截止2022年神州租车的租车收入按区域拆分图表：2017-2022年神州租车的租车业务毛利率图图表：2022年神州租车的租车业务费用拆分图表：2019-2022年神州租车的移动端订单占比图表：四大一线城市颁布的汽车限购令图表：上海地区专车市场的价格对比图表：2022年神州租车综合收益表图表：2022年神州租车综合收益表图表：2022年一嗨租车综合收益表图表：2022年一嗨租车综合收益表图表：O2O模式中的三方主体价值