

# 2021-2027年中国出租车市 场发展趋势与投资方向研究报告

## 报告目录及图表目录

智研数据研究中心 编制

[www.abaogao.com](http://www.abaogao.com)

## 一、报告报价

《2021-2027年中国出租车市场发展趋势与投资方向研究报告》信息及时，资料详实，指导性强，具有独家，独到，独特的优势。旨在帮助客户掌握区域经济趋势，获得优质客户信息，准确、全面、迅速了解目前行业发展动向，从而提升工作效率和效果，是把握企业战略发展定位不可或缺的重要决策依据。

官方网站浏览地址：<http://www.abaogao.com/b/qiche/006189S6DY.html>

报告价格：印刷版：RMB 9800 电子版：RMB 9800 印刷版+电子版：RMB 10000

智研数据研究中心

订购电话：400-600-8596(免长话费) 010-80993963

海外报告销售：010-80993963

传真：010-60343813

Email：sales@abaogao.com

联系人：刘老师 谭老师 陈老师

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、说明、目录、图表目录

出租车作为一种非定时定线定点的运输方式，具有方便、快捷、舒适的特点。出租车不同于城市公交、地铁等交通方式，为人们提供了不同层次、不同需求的出行服务，满足了城市居民多样化、个性化的出行需求，是关系民生、服务城市的“窗口”行业。随着经济社会快速发展，城镇化、机动化进程不断推进，城市居民的生活水平日益提高，群众对出租车的出行需求也越来越强烈。

出租车经营模式是指出租车企业与出租车驾驶员之间的责、权、利的关系描述。在我国，现有的经营模式可以分为个体经营模式、挂靠模式、承包模式以及公车运营模式四种形式。

出租车的供给量随着我国补贴方案的逐渐完善，出租车的数量会逐渐增加。但另一方面，随着我国私家车的逐渐增加又导致了出租车的需求量呈现递减状态。由于各地区出台的出租车数量管制政策，出租车数量相对保持稳定，2018年中国城市出租车数量为138.89万辆。

我国各地对出租车准入条件和总体数量具有严格的把控，总体数量变化不大，但出租车车型结构、品质都有巨大的进步，行业服务水平整体提高。

城市出租车客运量经历了一个起伏阶段，到2014年客运量406.026亿人次，达到近六年的峰值，随后客运量逐渐回落，2018年我国出租车客运人数为351.67亿人次，占比为27.86%

2016~2018年我国巡游出租车拥有量及出租车客运人数走势 智研数据研究中心发布的

《2021-2027年中国出租车市场发展趋势与投资方向研究报告》共十四章。首先介绍了中国出租车行业市场发展环境、出租车整体运行态势等，接着分析了中国出租车行业市场运行的现状，然后介绍了出租车市场竞争格局。随后，报告对出租车做了重点企业经营状况分析，最后分析了中国出租车行业发展趋势与投资预测。您若想对出租车产业有个系统的了解或者想投资中国出租车行业，本报告是您不可或缺的重要工具。 本研究报告数据主要采用国家

统计数据，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：第一部分产业环境透视第一章 出租车行业发展综述第一节 出租车行业定义及分类一、行业定义二、行业发展由来三、行业特性及在交通运输中的地位第二节 固定费率下城市出租车拥挤收费模型与算法一、模型相关约束二、组合网络均衡模型1、交通流量分配2、交通模式划分3、空驶出租车的交通分布4、弹性需求三、等价的最优化问题四、求解算法第三节 智能化出租车呼叫系统对低碳经济的贡献一、回顾及问题解决二、城市出租车经营权市场上存在的问题剖析三、城市出租车经营权市场问题产生的原因透析四、基于产权视角的

城市出租车经营权问题解决机制第四节 最近3-5年中国出租车行业经济指标分析一、赢利性二、成长速度三、附加值的提升空间四、进入壁垒五、竞争激烈程度指标第五节 出租车行业产业链分析一、主要环节的增值空间二、与上下游行业之间的关联性三、行业产业链上游相关行业分析1、汽车行业发展状况及影响2、汽车零部件行业发展状况及影响四、行业下游产业链相关行业分析1、汽车美容行业发展状况及影响2、汽车维修行业发展状况及影响3、汽车保险行业发展状况及影响

汽车保险是我国产业保险中份额最重的一项，随着中国汽车产业的迅猛成长，我国的汽车保险业也将迎来一个黄金期，2018年车险业务实现原保险保费收入7834亿元，同比增长4.16%。2016-2018年中国车险行业保费收入规模情况第六节 出租车与其它产业的关系一、出租车行业与金融业的关系二、出租车行业与汽车业的关系三、出租车行业与交通运输业的关系四、出租车行业与车辆维修业的关系 第二章 出租车行业市场环境及影响分析（PEST）第一节 出租车行业政治法律环境（P）一、行业管理体制分析二、行业主要法律法规1、《客运出租汽车经营使用权出让和转让办法》2、《出租汽车经营服务管理规定》3、其他管理类法规三、行业发展政策分析1、《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》2、《网络预约出租汽车经营服务管理暂行办法》四、行业相关发展规划1、道路运输“十三五”规划2、“十三五”综合交通运输体系规划五、政策环境对行业的影响第二节 行业经济环境分析（E）一、宏观经济形势分析二、宏观经济环境对行业的影响分析第三节 行业社会环境分析（S）一、出租车产业社会环境二、社会环境对行业的影响第四节 行业技术环境分析（T）一、出租车技术分析二、物联网在出租汽车领域的应用三、出租车GPS技术发展分析四、目前出租车GPS产品基本功能 第三章 国际出租车行业发展分析及经验借鉴第一节 全球出租车市场总体情况分析一、全球出租车行业的发展特点二、全球出租车市场结构三、全球出租车行业发展分析四、全球出租车行业竞争格局第二节 全球主要国家（地区）市场分析一、英国伦敦出租车行业发展分析1、伦敦市出租车行业规模分析2、伦敦市出租车服务与车型分析3、伦敦市出租车管理模式分析二、美国纽约出租车行业发展分析1、纽约市出租车行业规模分析2、纽约市出租车服务与车型分析3、纽约市出租车管理模式分析三、日本东京出租车行业发展分析1、东京市出租车行业规模分析2、东京市出租车服务与车型分析3、东京市出租车管理模式分析四、德国柏林出租车行业发展分析1、柏林市出租车行业规模分析2、柏林市出租车服务与车型分析3、柏林市出租车管理模式分析五、泰国曼谷出租车行业发展分析1、曼谷市出租车行业规模分析2、曼谷市出租车服务与车型分析3、曼谷市出租车管理模式分析六、西班牙马德里出租车行业发展分析1、马德里市出租车行业规模分析2、马德里市出租车服务与车型分析3、马德里市出租车管理模式分析七、法国巴黎出租车行业发展分析1、巴黎市出租车行业规模分析2、巴黎市出租车服务与车型分析3、

巴黎市出租车管理模式分析八、瑞士日内瓦出租车行业发展分析1、日内瓦市出租车行业规模分析2、日内瓦市出租车服务与车型分析3、日内瓦市出租车管理模式分析 第二部分 行业深度分析第四章 我国出租车所属行业运行现状分析第一节 我国出租车所属行业发展状况分析一、我国出租车行业发展阶段二、我国出租车行业发展总体概况三、我国出租车行业发展特点分析四、我国出租车行业经营模式分析五、我国出租车行业主流车型分析第二节 出租车所属行业发展现状一、我国出租车行业市场规模二、我国出租车行业发展分析1、新能源出租车发展情况2、出租车行业改革情况分析3、出租车行业的互联网烦恼4、围绕“经营权”的争论5、出租车驾驶员收入分析6、行业“脱节”现象分析7、我国出租车司机运营成本分析三、中国出租车企业发展分析第三节 中国出租车客运所属行业市场价格分析一、出租汽车价格管理机制分析二、出租汽车的税费制度分析三、出租汽车油运价格联动机制四、各地出租汽车价格调整情况第四节 我国出租车市场价格走势分析一、出租车市场定价机制组成二、出租车市场价格影响因素三、出租车计价情况变化四、2021-2027年出租车起步价走势预测第五节 中国出租车所属行业智能化发展分析一、国外出租车电招现状分析二、中国出租车电招现状分析三、出租车智能调度系统分析1、出租车智能调度系统的简介2、出租车智能调度系统的意义3、出租车智能调度系统的组成4、出租车智能调度系统工作流程5、出租车智能调度系统可行性分析四、出租车智能化建设最新发展动向第六节 中国出租车行业群体性事件分析一、出租车行业群体性事件特点分析二、出租车行业群体性事件影响分析三、出租车行业群体性事件原因分析四、出租车行业群体性事件发展趋势五、出租车行业群体性事件应对存在的问题六、出租车行业群体性事件应对面临的难题 第五章 我国出租车所属行业整体运行指标分析第一节 城市出租车保有量适量性研究一、出租车保有量与全方式交通分担的关系二、出租车保有量与空载率的关系三、应用举例第二节 中国出租车所属行业总体规模分析一、企业数量结构分析二、出租车驾驶员规模分析三、行业市场规模分析第三节 中国出租车所属行业运行指标分析一、我国出租车载客人次总计二、我国主要城市出租车空载率平均值三、我国城市交通工具使用分布比例四、夜间附加费收入规模五、出租车累进运价提升规模波动第四节 中国出租车所属行业财务指标总体分析一、所属行业盈利能力分析二、所属行业偿债能力分析三、所属行业营运能力分析四、所属行业发展能力分析1、我国出租车所属行业总资产增长率2、我国出租车所属行业利润总额增长率3、我国出租车所属行业主营业务收入增长率 第六章 2021-2027年我国出租车车辆所属行业供需形势分析第一节 汽车行业生产分析一、全国汽车产量二、全国及主要省份汽车产量三、改装汽车产量四、汽车制造产能情况分析第二节 我国出租车市场供需分析一、我国出租车行业供给情况1、我国出租车行业供给分析2、我国出租车行业保有量分析3、重点企业平均拥有量4、重点城市出租汽车数量规模二、我国出租车行业需求情况三、我国出租车行业供需平衡分析四、出租车市场需求特

征 第三部分 市场全景调研第七章 出租车行业全景分析第一节 互联网+出租车市场发展分析

一、互联网+出租车市场发展阶段二、互联网+出租车运营模式分析三、互联网+出租车市场数据分析1、互联网+出租车市场交易规模分析2、互联网+出租车订单量分析3、互联网+出租车市场份额分析四、互联网+出租车市场竞争格局五、互联网+出租车市场发展趋势及前景

第二节 打车APP市场分析一、打车APP的概述1、打车APP的演化2、打车APP的功能3、打车APP的商业模式二、打车APP市场的发展历程三、打车APP市场规模1、用户规模2、累计账户规模四、打车APP行业发展现状1、打车APP产业链延伸情况2、打车APP与出租车行业的关系分析3、打车APP补贴情况分析五、打车APP市场竞争情况1、我国打车APP市场格局2、我国打车APP融资情况3、主要软件地区覆盖情况4、主要软件用户规模分析六、打车APP需求矛盾分析七、打车APP区域分布特点八、打车APP发展存在的问题和对策九、打车APP市场发展前景分析

第三节 专车服务行业分析一、专车服务的概述1、专车的发展背景2、专车的运营模式3、专车市场的特点二、我国专车发展历程三、我国专车市场规模四、我国专车行业发展现状1、专车与出租车的区别2、各地频发出租车司机专车情况3、“专车”对出租车行业冲击五、我国专车服务市场竞争情况1、我国专车服务市场格局分析2、我国主要专车收费对比3、我国专车市场融资情况六、我国专车行业发展的主要难题七、我国专车行业发展的前景分析八、面对专车服务出租车行业的应对策略

第四节 出租车气化情况分析一、我国天然气出租车规模二、我国天然气出租车区域分布情况三、各地气化出租车规划分析四、“气化”出租车的意义1、环保的需求2、安全性超越传统汽柴油3、对燃料费用的节省五、出租车气化发展瓶颈六、出租车气化发展对策七、出租车气化前景分析

第四部分 竞争格局分析第八章 中国重点城市出租车所属行业发展分析第一节 北京出租车行业发展分析一、北京出租车发展基础分析1、出租车保有量分析2、常住人口分析3、人均收入分析4、市政设施情况5、公共交通情况二、北京出租车发展状况分析1、相关政策法规2、发展规模分析3、计费方法分析4、企业格局分析5、车型结构分析三、北京出租车市场需求分析

第二节 上海出租车行业发展分析一、上海出租车发展基础分析1、出租车保有量分析2、常住人口分析3、人均收入分析4、市政设施情况5、公共交通情况二、上海出租车发展状况分析1、相关政策法规2、发展规模分析3、出租车类型分析4、运营票价分析三、上海出租车市场需求分析

第三节 广州出租车行业发展分析一、广州出租车发展基础分析1、出租车保有量分析2、常住人口分析3、人均收入分析4、市政设施情况5、公共交通情况二、广州出租车发展状况分析1、相关政策法规2、发展规模分析3、运营票价分析三、广州出租车市场需求分析

第四节 深圳出租车行业发展分析一、深圳出租车发展基础分析1、出租车保有量分析2、常住人口分析3、人均收入分析4、市政设施情况5、公共交通情况二、深圳出租车发展状况分析1、相关政策法规2、发展规模分析3、出租车类型分析4、运营票价分析5、电动出租车规模三、深圳出租车市场需求分

析第五节 其它主要城市出租车发展分析一、天津市出租车行业发展分析二、杭州市出租车行业发展分析三、南京市出租车行业发展分析四、武汉市出租车行业发展分析五、长沙市出租车行业发展分析六、重庆市出租车行业发展分析 第九章 2021-2027年出租车行业竞争形势分析 第一节 行业总体市场竞争状况分析一、出租车企业间的竞争分析二、与潜在进入者的竞争分析三、潜在替代产品的竞争分析四、车辆供应商的议价能力分析五、服务购买者的议价能力分析 第二节 出租车行业SWOT分析一、出租车行业优势分析二、出租车行业劣势分析三、出租车行业机会分析四、出租车行业威胁分析 第三节 中国出租车行业竞争格局综述一、出租车行业竞争概况二、中国出租车行业竞争力分析三、我国出租车市场集中度分析 第十章 出租车行业领先企业经营形势分析 第一节 中国出租车企业总体发展状况分析一、出租车企业主要类型二、出租车企业资本运作分析三、出租车企业创新及品牌建设四、出租车企业战略方向总体变化 第二节 中国领先出租车企业经营形势分析一、北京新月联合汽车有限公司1、企业发展概况2、主营业务及收入3、出租汽车拥有车型及数量规模4、企业文化建设状况5、企业经营水平分析6、企业资产规模二、北京祥龙出租客运有限公司1、企业发展概况2、主营业务及收入3、出租汽车拥有车型及数量规模4、企业业务拓展分析5、企业经营水平分析6、企业资产规模三、北京首汽(集团)股份有限公司1、企业发展概况2、主营业务及收入3、出租汽车拥有车型及数量规模4、企业地区发展能力分析5、企业经营水平分析6、企业经营模式四、北京银建实业股份有限公司1、企业发展概况2、主营业务及服务3、出租汽车拥有车型及数量规模4、企业地区发展能力分析5、企业经营水平分析6、企业发展规模五、武汉市华昌出租汽车有限责任公司1、企业发展概况2、企业服务方式及特点3、出租汽车拥有车型及数量规模4、企业地区发展能力分析5、企业经营水平分析6、企业资产规模六、武汉大通汽车出租有限公司1、企业发展概况2、主营业务及收入3、出租汽车数量规模4、企业荣誉及资质5、企业经营水平分析6、企业服务方式及标准七、重庆市出租汽车有限责任公司1、企业发展概况2、主营业务及收入3、出租汽车拥有车型及数量规模4、企业运营项目现状5、企业管理与服务6、企业资产规模八、重庆公路运输(集团)有限公司出租汽车分公司1、企业发展概况2、主营服务特点及业务范围3、出租汽车拥有车型及数量规模4、企业地区发展能力分析5、企业经营水平分析6、企业资产规模九、广州交通集团出租汽车有限公司1、企业发展概况2、企业发展规模3、出租汽车拥有车型及数量规模4、企业服务与安全5、企业经营水平分析6、企业资产规模十、广州市白云出租汽车集团有限公司1、企业发展概况2、主营业务及收入3、出租汽车拥有车型及数量规模4、企业创新能力分析5、企业经营水平分析6、企业盈利能力分析 第五部分 发展前景展望 第十一章 2021-2027年出租车行业前景及投资价值 第一节 出租车行业五年规划现状及未来预测一、“十三五”期间出租车行业运行情况二、“十三五”期间出租车行业发展重点三、出租车行业“十三五”发展方向 第二节

2021-2027年出租车市场发展前景一、2021-2027年出租车市场发展潜力二、2021-2027年出租车市场发展前景展望

第三节 2021-2027年出租车市场发展趋势预测一、2021-2027年出租车行业发展趋势二、2021-2027年出租车市场规模预测

第四节 2021-2027年中国出租车行业供需预测一、2021-2027年中国出租车行业服务能力预测二、2021-2027年中国出租车行业需求预测三、2021-2027年中国出租车行业供需平衡预测

第五节 出租车行业投资特性分析一、出租车行业进入壁垒分析二、出租车行业盈利因素分析三、出租车行业盈利模式分析

第六节 2021-2027年出租车行业发展的影响因素一、有利因素二、不利因素

第七节 2021-2027年出租车行业投资价值评估分析一、行业投资效益分析二、产业发展的空白点分析三、投资回报率比较高的投资方向四、新进入者应注意的障碍因素

第十二章 2021-2027年出租车行业投资机会与风险防范

第一节 出租车行业投融资情况一、行业资金渠道分析二、固定资产投资分析三、兼并重组情况分析四、出租车行业投资现状分析

第二节 2021-2027年出租车行业投资机会一、产业链投资机会二、重点区域投资机会三、出租车行业投资机遇

第三节 2021-2027年出租车行业投资风险及防范一、政策风险及防范二、技术风险及防范三、供求风险及防范四、宏观经济波动风险及防范五、关联产业风险及防范六、其他风险及防范

第四节 中国出租车行业投资建议

第六部分 发展战略研究

第十三章 出租车行业面临的困境及对策

第一节 出租车行业面临的困境一、中国出租车行业管理方面面临的困境1、行业管理缺乏统一的定位2、行业管理的研究投入较少3、行业管理缺乏相互制约的机制4、价格管制缺乏成熟的调节机制二、资金投入匮乏三、监管不到位导致黑车泛滥

第二节 出租车行业发展的影响因素一、政策因素1、油价补贴政策2、出租车改革方案二、网约车合法化三、替代交通运输工具影响

第三节 出租车行业发展战略分析一、出租车行业管理战略分析1、明确行业的公共交通定位2、理顺出租车行业利益机制3、增加出租车行业研究的资助4、科学化价格管制和准入管制二、出租车企业发展战略分析1、出租车管理智能化2、出租车服务品牌化3、本地市场发展战略4、异地市场发展战略5、农村市场发展战略

第四节 中国出租车市场发展面临的挑战与对策一、中国出租车市场发展面临的挑战二、中国出租车市场发展对策

第十四章 出租车行业发展战略研究（）

第一节 出租车行业发展战略研究一、战略综合规划二、业务组合战略三、区域战略规划四、产业战略规划五、竞争战略规划

第二节 对我国出租车品牌的战略思考一、出租车品牌的重要性二、出租车实施品牌战略的意义三、出租车企业品牌的现状分析四、我国出租车企业的品牌战略五、出租车品牌战略管理的策略

第三节 出租车经营策略分析一、出租车市场创新策略二、品牌定位与品类规划三、出租车新产品差异化战略

第四节 出租车行业发展战略研究一、出租车行业发展战略（）二、2021-2027年出租车行业发展战略

图表目录

图表：2015-2019年全国汽车产量图表：2015-2019年广东汽车产量图表：2015-2019年上海汽车产量图表：2015-2019年北京汽车产量图表：2015-2019年重庆汽车产量图表：2015-2019年我国载客汽车总数图表：2015-2019年改



装汽车产量图表：2015-2019年我国出租车载客人次总计图表：2015-2019年上海出租车空载率平均值图表：2015-2019年北京出租车空载率平均值图表：2015-2019年广州出租车空载率平均值图表：2015-2019年深圳出租车空载率平均值图表：2015-2019年天津出租车空载率平均值图表：2015-2019年重庆出租车空载率平均值图表：2015-2019年南京出租车空载率平均值图表：2015-2019年出租车夜间附加费收入规模图表：2015-2019年1.6升及以下排量乘用车销量图表：2015-2019年国内轿车市场份额变化图表：2015-2019年汽车行业销量图表：2021-2027年中国汽车销售市场规模预测图表：2015-2019年中国城市出租车数量图表：我国出租车行业成本费用利润率

详细请访问：<http://www.abaogao.com/b/qiche/006189S6DY.html>