

专车市场发展研究 专题报告

(2015年12月)



中国互联网络信息中心

China Internet Network Information Center

内容简介

本报告在调研数据的基础上,采用定性与定量相结合的方式深入分析了专车市场发展的驱动因素与阻碍因素、专车市场背后的产业格局、专车企业的竞争格局、用户对专车市场的依赖程度、专车对其他交通工具运力的补充效应等,通过这五个章节的研究反映专车市场的发展态势和面临的问题。报告力求客观、深入、准确地反映中国专车市场发展情况,为政府、企事业单位和社会各界提供决策依据。

版权说明

本报告由中国互联网络信息中心(CNNIC)制作,报告中所有文字、图片、表格均受到中国知识产权法律法规保护。报告版权归中国互联网络信息中心(CNNIC)所有。如引用或转载,请注明出处。

欢迎扫描二维码,关注 CNNIC 互联网发展研究官方微信。



报告下载: <http://research.cnnic.cn/>

互联网报告.中国

报告咨询

联系方式: 喻先生 010-58813459

孟女士 010-58813326

联系邮箱: cnnic-survey@cnnic.cn

中国互联网络信息中心(CNNIC)

2015年12月

目录

第一章 专车市场发展的驱动和阻碍因素	1
1、2010-2013 年发展阶段，阻碍因素占据上风	1
2、2014-2015 年发展阶段，驱动因素占据上风	1
第二章 专车市场背后的产业格局	5
1、互联网信息中介重塑短途客运产业链模式	5
2、市场精细化服务重新划分产业链利益格局	5
第三章 专车市场企业的竞争格局	7
1、专车市场形成一家独大的市场结构	7
2、专车企业差异化竞争形成独特 SWOT 格局	7
第四章 用户对专车市场的依赖程度	11
1、23.3%的用户对专车具有较高的依赖度	11
2、专车偶发性使用率较高	11
第五章 专车对其他交通工具运力的补充效应	13
1、专车使北京打车市场运力提升 1.4 倍	13
2、专车相当于补充北京公交系统 6%客流量运力	14
版权声明	15
免责声明	15

图目录

图 1: 专车市场发展的驱动和阻碍因素.....	3
图 2: 短途客运产业链.....	5
图 3: 滴滴一号专车在中国市场的 SWOT 分析	8
图 4: Uber 在中国市场的 SWOT 分析	9
图 5: 网民使用专车的场景和原因.....	11
图 6: 整体市场、滴滴一号专车和 Uber 用户专车使用频率.....	12
图 7: 手机软件打车市场和手机软件专车市场用户重合度.....	13
图 8: 手机网民使用各类叫车软件的情况.....	14



第一章 专车市场发展的驱动和阻碍因素

1、2010-2013 年发展阶段，阻碍因素占据上风

专车服务诞生于 2010 年，历经四年的坎坷经历，才进入快速发展上升时期。纵观 2010-2013 年发展阶段，专车服务市场的阻碍因素占据上风。**阻碍因素一：发展思路受局限，小众市场很难带动大众服务市场。**专车服务发展初期面向商务市场，属于 B2B 服务模式，而非当前以 B2C 为主导的发展思路，需求驱动力量明显不足。**阻碍因素二：发展时机不成熟，移动互联网应用习惯尚未养成。**手机网购、手机网上支付、手机网上银行、手机团购等移动商务类应用的爆发式增长始于 2013 年。在此之前，专车服务一己之力很难推动用户移动支付习惯的形成。**阻碍因素三：政策舆论不支持，政策阻力、舆论矛头直指先驱企业。**政策法规滞后于市场发展，专车先驱企业的影响力有限，市场发展尚处于观察阶段，难以有效推动制度层面的变革创新。

这一时期，专车服务市场的驱动因素主要来自经济的繁荣和技术的发展。**驱动因素一：经济环境向好，个人消费水平显著提升。**我国 GDP 一直保持 7% 以上的高速增长，居民人均可支配收入年均增长率高于 7.5%，消费水平显著提升。截至 2013 年底，我国手机网民规模达到 5 亿，年增长率高达 19.1%。消费能力的提升和手机网民的规模化增长为专车市场的发展奠定良好的用户基础。**驱动因素二：技术水平提升，为专车提供了良好的基础支持。**我国移动通信基站和 WLAN 网络热点净增数量成倍增长，为移动网络应用提供了坚实的基础设施支持；定位技术飞速发展、地理数据库不断完善，为移动互联网条件下所有基于地理位置的服务提供了良好的基础技术准备。

2、2014-2015 年发展阶段，驱动因素占据上风

2014 年多因素驱动专车服务市场崛起，2015 年政府有条件的放开专车市场。纵观 2014-2015 年的发展阶段，专车服务市场的驱动因素占据上风。**驱动因素一：双向市场需求爆发，乘客和车主均渴望改善用车环境和出行效率。**随着个人保有轿车数量的急剧上升，部分城市道路、停车场等基础资源日渐紧张，节能减排要求也日趋严厉，城市对出租车严控数量，对私家车执行限号出行、严控牌照数量等措施，限制了一部分希望改善出行条件的需求。同时，私家车养车成本大幅提升，私人轿车通过降低车辆空置率来分担养车成本的需求逐渐显现。**驱动因素二：营销推广效果显著，补贴策略重塑消费者用车习惯。**专车企业扭

转 B2B 思路，向 B2C 模式转型并采用多元化的布局方案。除易到用车外，滴滴和快的进入出租车软件叫车市场，并采用全民补贴策略抢占大众打车市场，帮助用户养成 APP 软件叫车和手机支付习惯。当用户发展到一定规模后，滴滴和快的又先后开启了专车、快车、拼车等细分领域的多元化业务，继续延用补贴策略通过大众市场的用户积累带动小众市场的发展需求。**驱动因素三：“互联网+”国策驱动，政府有条件的放开专车市场。**《国务院关于积极推进“互联网+”行动的指导意见》（以下简称《意见》）发布，对“互联网+便捷交通”的持续发展意义重大。专车作为“互联网+便捷交通”的一个方面得到了支持，但具体的管理办法尚未明确发布。全国统一的“约租车管理方案”即将出台，其将“专车”定义为网络预约出租汽车，列入出租汽车管理法规框架体系，提出了反补贴倾销、申请准入许可制、确保数据信息安全等诸多监管要求，意味着政府有条件的放开约租车服务市场。

这一时期，专车市场发展的阻碍因素主要来自行业的利益冲突、税收盲点政策等。**阻碍因素一：行业利益矛盾冲突，引发社会不稳定因素。**专车服务打破了出租车行业的垄断，迫使出租车行业进行变革。由于全国的“深化出租汽车行业改革指导意见”尚在制定当中，顶层改革与地方探索之间尚未形成良性互动，出租车与专车的矛盾在短期内未得到有效解决，全国多地发生出租车驾驶员针对“专车”的围堵、聚集抗议、罢运等事件，引发社会不稳定因素。**阻碍因素二：专车税收问题成盲点，影响报销和公平竞争。**专车服务由于处于税收盲点，无法开具专用发票。乘客不仅无法在乘车后即时获得发票，部分企业甚至明确表示不提供发票，即使事后通过邮寄得到的发票也很难得到财务认可进行报销，由此限制了部分出于公务目的的乘客使用。此外，与其他能够开具专用发票的交通运输行业相比，专车究竟应该开具税率为 6% 的现代服务业服务发票，还是税率为 11% 的交通运输服务发票，尚无定论。不开专用发票或低于税率开具发票均有碍于营造公平的市场竞争环境。**阻碍因素三：各城市对专车运营监管的态度不一致。**交通运输部相关负责人曾表示，允许具有运营资质的租赁

预览已结束，完整报告链接和二维码如下：

https://www.yunbaogao.cn/report/index/report?reportId=1_21899

