

2017-2022年中国自驾游市场监测及发展机遇研究报告

报告目录及图表目录

北京迪索共研咨询有限公司

www.cction.com

一、报告报价

《2017-2022年中国自驾游市场监测及发展机遇研究报告》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.cction.com/report/201705/140764.html>

报告价格：纸介版8000元 电子版8000元 纸介+电子8500元

北京迪索共研咨询有限公司

订购电话: 400-700-9228(免长话费) 010-69365838

海外报告销售: 010-69365838

Email: kefu@gonyn.com

联系人：李经理

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

自驾游属于自助旅游的一种类型，是有别于传统的集体参团旅游的一种新的旅游形态。自驾车旅游在选择对象、参与程序和体验自由等方面，给旅游者提供了伸缩自如的空间，其本身具有自由化与个性化、灵活性与舒适性及选择性与季节性等内在特点，与传统的参团方式相比具有本身的特点和魅力。

自驾游简单地说就是自己驾驶汽车出游。2006年首届中国自驾游高峰论坛的定义：“自驾游是有组织、有计划，以自驾车为主要交通手段的旅游形式。”自驾游的兴起，符合年轻一代的心理，他们不愿意受拘束，追求人格的独立和心性的自由，而自驾游正恰恰填补了这种需求。

自驾车的字面含义为：驾车者为自己，车辆包括汽车，主要有轿车、越野车、房车、摩托车和自行车等，以私有为主，也可以采用借用、租赁及其他方式；驾车的目的具有多样性和随意性，最终决定权在于车主或出行团队。可见，旅游是自驾车的活动内容之一，当自驾车作为旅游手段时会有以下变化，驾车者可以是车主或其同行者，驾车出行以休闲旅游为主要目的，非工作、运输等原因；自驾车旅游带有私有出游性质，非公众旅游。

报告目录

第一章自驾游简介

第一节自驾游定义

第二节自驾游市场发展概述

第三节自驾游行业发展成熟度

第二章2011-2016年中国自驾游行业发展态势剖析

第一节2011-2016年中国自驾游行业发展现状

一、中国自驾游产业发展现状分析

二、中国自驾游市场发展特点

三、中国自驾游市场景气度

第二节2011-2016年中国自驾游市场分析

一、中国自驾游市场供需分析

二、中国自驾游行业发展动态解析

第三节2011-2016年中国自驾游市场发展中存在的问题及策略

一、中国自驾游市场发展面临的挑战及对策

二、提高中国自驾游整体竞争力的建议

三、加快中国自驾游发展的措施

第三章2011-2016年中国自驾游行业运行状况监测分析

第一节2011-2016年中国工业总产值分析

一、中国自驾游行业工业总产值分析

二、不同规模企业工业总产值分析

三、不同所有制企业工业总产值比较

第二节2011-2016年中国自驾游行业总销售收入分析

一、中国自驾游行业总销售收入分析

二、不同规模企业总销售收入分析

三、不同所有制企业销售收入比较

第三节2011-2016年中国自驾游行业利润总额分析

一、2011-2016年中国自驾游行业利润总额分析

二、不同规模企业利润总额比较分析

三、不同所有制企业利润总额比较分析

第四节自驾游行业集中度分析

一、自驾游市场集中度分析

二、自驾游企业集中度分析

三、自驾游区域集中度分析

第四章2011-2016年中国自驾游行业获利能力监测分析

第一节2011-2016年中国自驾游行业销售毛利率分析

一、2011-2016年中国自驾游行业销售毛利率分析

二、不同规模企业销售毛利率比较分析

三、不同所有制企业销售毛利率比较分析

第二节2011-2016年中国自驾游行业销售利润率

一、2011-2016年中国自驾游行业销售利润率分析

二、不同规模企业销售利润率比较分析

三、不同所有制企业销售利润率比较分析

第三节2011-2016年中国自驾游行业成本费用利润率分析

一、2011-2016年中国自驾游行业成本费用利润率分析

二、不同规模企业成本费用利润率比较分析

三、不同所有制企业成本费用利润率比较分析

第四节2011-2016年中国自驾游行业总资产利润率分析

一、2011-2016年中国自驾游行业总资产利润率分析

二、不同规模企业总资产利润率比较分析

三、不同所有制企业总资产利润率比较分析

第五章2017-2022年中国各地区自驾游行业运行状况分析及预测

第一节华北地区自驾游行业运行情况

一、2011-2016年华北地区自驾游行业发展现状分析

二、2011-2016年华北地区自驾游市场规模情况分析

三、2017-2022年华北地区自驾游市场需求情况分析

四、2017-2022年华北地区自驾游行业发展前景预测

五、2017-2022年华北地区自驾游行业投资风险预测

第二节华东地区自驾游行业运行情况（同上下略）

第三节华南地区自驾游行业运行情况

第四节华中地区自驾游行业运行情况

第五节西南地区自驾游行业运行情况

第六节西北地区自驾游行业运行情况

第七节东北地区自驾游行业运行情况

第六章主要城市自驾游市场情况

第一节2011-2016年北京自驾游市场情况分析

第二节2011-2016年上海自驾游市场情况

第三节2011-2016年深圳自驾游市场情况

第四节2011-2016年成都自驾游市场情况

第五节2011-2016年重庆自驾游市场情况

第六节2011-2016年武汉自驾游市场情况

第七节2011-2016年郑州自驾游市场情况

第八节2011-2016年西安自驾游市场情况

第九节2011-2016年沈阳自驾游市场情况

第十节2011-2016年南京自驾游市场情况

第十一节2011-2016年广州自驾游市场情况

第十二节其它城市市场情况分析

第七章自驾游企业竞争策略分析

第一节领先者市场竞争策略

第二节挑战者市场竞争策略

第三节追随者的市场竞争策略

第四节补缺者的市场竞争策略

第八章2017-2022年自驾游行业发展预测

第一节未来自驾游需求与需求预测

- 一、2017-2022年自驾游市场需求预测
- 二、2017-2022年自驾游市场规模预测
- 三、2017-2022年自驾游行业总产值预测
- 四、2017-2022年自驾游行业销售收入预测
- 五、2017-2022年自驾游行业总资产预测

第二节2017-2022年中国自驾游行业供需预测

- 一、2017-2022年中国自驾游供给预测
- 二、2017-2022年中国自驾游供需平衡预测

第三节影响自驾游行业发展的主要因素

- 一、2017-2022年影响自驾游行业运行的有利因素分析
- 二、2017-2022年影响自驾游行业运行的稳定因素分析
- 三、2017-2022年影响自驾游行业运行的不利因素分析
- 四、2017-2022年我国自驾游行业发展面临的挑战分析
- 五、2017-2022年我国自驾游行业发展面临的机遇分析

第四节自驾游行业投资风险及控制策略分析

- 一、2017-2022年自驾游行业市场风险及控制策略
- 二、2017-2022年自驾游行业政策风险及控制策略
- 三、2017-2022年自驾游行业经营风险及控制策略
- 四、2017-2022年自驾游行业技术风险及控制策略
- 五、2017-2022年自驾游行业同业竞争风险及控制策略
- 六、2017-2022年自驾游行业其他风险及控制策略

第九章自驾游企业管理策略建议

第一节市场策略分析

- 一、自驾游价格策略分析
- 二、自驾游渠道策略分析

第二节销售策略分析

- 一、媒介选择策略分析
- 二、企业定位策略分析
- 三、企业宣传策略分析

第三节提高自驾游企业竞争力的策略

- 一、提高中国自驾游企业核心竞争力的对策
- 二、自驾游企业提升竞争力的主要方向
- 三、影响自驾游企业核心竞争力的因素及提升途径
- 四、提高自驾游企业竞争力的策略

第四节对我国自驾游品牌的战略思考

- 一、自驾游实施品牌战略的意义
- 二、自驾游企业品牌的现状分析
- 三、我国自驾游企业的品牌战略
- 四、自驾游品牌战略管理的策略

更多图表见正文。。。

详细请访问：<http://www.cction.com/report/201705/140764.html>