中国自驾旅游产业运营动态调查及发展策略分析 预测报告

报告大纲

观研报告网

www.chinabaogao.com

一、报告简介

观研报告网发布的《中国自驾旅游产业运营动态调查及发展策略分析预测报告》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：<http://baogao.chinabaogao.com/lvyou/229850229850.html>

报告价格：电子版: 8200元 纸介版：8200元 电子和纸介版: 8500

订购电话: 400-007-6266 010-86223221

电子邮箱: sale@chinabaogao.com

联系人: 客服

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

自驾游是近些年来发展较为引人注目的一种经济现象，各类自驾游在聚拢了众多游客参与的同时，也吸引了不同行业的人们对自驾游的深入研究和实质投入。

在自驾游的发展当中，以个体行为出现的自娱自乐的自驾游，往往因主题的特殊性，最受人们关注。比如，一些以“迎接奥运”、“禁烟”、“关爱生命反对吸毒”为主题的自驾游，但这类个体行为的自驾游，往往因其所选线路崎岖漫长、耗时耗力较多，对游客的身体条件、空闲时间的要求会相对较为挑剔，因而无法形成规模效应，往往只是作为自驾车爱好者们的一己行为、个人的一项乐趣在进行流传，而不会被以专注于打造自驾游团队产品的企业模仿。组织自驾游旅游团，使自驾游具有产业化规模，完成批量成团操作，才是不同业者对自驾游的产品倾心关注、着力打造的终极目的。

中国报告网发布的《中国自驾旅游产业运营动态调查及发展策略分析预测报告》内容严谨、数据翔实，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研究分析。它是业内企业、相关投资公司及政府部门准确把握行业发展趋势，洞悉行业竞争格局，规避经营和投资风险，制定正确竞争和投资战略决策的重要决策依据之一。本报告是全面了解行业以及对本行业进行投资不可或缺的重要工具。

报告大纲：

第一部分行业发展现状

第一章自驾旅游行业发展概述

第一节行业相关概念

一、自驾旅游产业定义

二、自驾旅游产业产品范围

三、自驾旅游产业的外延及其所隶属的大行

第二节自驾旅游产业产品与服务

一、自驾旅游产业主要业态

二、自驾旅游产业组织形式

三、自驾旅游产品种类与生产数量

第三节自驾旅游产业投资特性分析

一、自驾旅游产业赢利性

二、自驾旅游产业成长性

三、自驾旅游产业风险性

四、自驾旅游业进入壁垒

第四节自驾旅游业现行管理体制分析

- 一、现行管理体制制约自驾旅游业的发展
- 二、自驾旅游协会在市场管理中的作用
- 三、对自驾旅游行业行政管理体制改革的建议

第二章旅游业市场发展分析

第一节全球旅游市场发展分析

- 一、全球国际旅游人数分析
- 二、全球国际旅游收入分析
 - 1、全球国际旅游收入排行
 - 2、亚洲国际旅游收入排行
 - 3、美洲国际旅游收入分析
- 三、全球领先旅游业企业发展分析

1、美国胜腾旅游集团

- (1) 企业发展简况
- (2) 企业主要业务分析
- (3) 企业市场地位分析
- (4) 企业经营情况分析

2、万豪国际集团

- (1) 企业发展简况
- (2) 企业主要业务分析
- (3) 企业市场地位分析
- (4) 企业经营情况分析
- (5) 企业最新发展动向

3、喜达屋集团

- (1) 企业发展简况
- (2) 企业主要业务分析
- (3) 企业市场地位分析
- (4) 企业经营情况分析
- (5) 企业最新发展动向

4、瑞士旅业集团 (Kuoni)

- (1) 企业发展简况
- (2) 企业主要业务分析
- (3) 企业市场地位分析
- (4) 企业经营情况分析

第二节中国国内旅游市场发展分析

- 一、2014-2015年中国国内旅游概况

- 1、国内旅游人数
 - 2、国内旅游收入
 - 3、国内旅游人均花费
 - 二、2014-2015年国内旅游的发展特征
 - 1、节假日旅游进一步集中
 - 2、一日游占主导地位
 - 3、观光游仍是主体
 - 4、区域旅游热点更加凸显
 - 三、中国国内旅游市场“十三五”发展预测
- ### 第三节中国入境旅游市场发展分析
- 一、2014-2015年中国入境旅游概况
 - 1、入境旅游接待人数
 - 2、入境旅游外汇收入
 - 3、入境旅游客源情况
 - 4、入境旅游过夜游客数
 - 二、2014-2015年入境旅游主要特点
 - 1、入境游客以港澳台同胞为主
 - 2、入境外国游客以亚欧人为主
 - 3、旅游目的以观光休闲和商务会议为主
 - 三、入境旅游市场“十三五”发展预测
- ### 第四节中国出境旅游市场发展分析
- 一、2014-2015年中国出境旅游概况
 - 二、2014-2015年出境游目的地概况
 - 1、已开放的出境旅游目的地
 - 2、出境旅游中的热门目的地
 - 三、2015年网民出境旅游意向调查
 - 四、出境旅游市场“十三五”发展预测
- ### 第五节中国黄金周旅游市场发展分析
- 一、十一黄金周旅游市场发展分析
 - 1、十一黄金周旅游人数
 - 2、十一黄金周旅游收入
 - 二、春节黄金周旅游市场发展分析
 - 1、春节黄金周旅游人数
 - 2、春节黄金周旅游收入
- ### 第六节中国旅游业“走出去”机遇分析

一、旅游子行业海外市场扩张现状

1、旅游景区海外市场扩张现状

2、酒店业海外市场扩张现状

3、餐饮业海外市场扩张现状

二、旅游业海外扩张存在问题

三、未来海外市场前景展望

四、行业海外扩张对策建议

第三章全球自驾旅游市场发展分析

第一节2015年全球自驾旅游市场分析

一、2015年全球自驾旅游市场回顾

二、2015年全球自驾旅游市场环境

三、2015年全球自驾旅游格局分析

四、2015年全球自驾旅游行业发展分析

第二节2015年全球自驾旅游市场分析

一、2015年全球自驾旅游需求分析

二、2015年全球自驾旅游行业发展分析

三、2015年全球自驾旅游市场环境

四、2015年中外自驾旅游市场对比

第三节主要国家地区自驾旅游市场分析

一、2015-2015年美国自驾旅游市场分析

二、2015-2015年欧洲自驾旅游市场分析

三、2015-2015年日本自驾旅游市场分析

四、2015-2015年印度自驾旅游市场分析

五、2015-2015年泰国自驾旅游市场分析

六、2015-2015年其他国家自驾旅游市场

第四章2014-2015年中国自驾旅游业运营态势分析

第一节2014-2015年中国自驾旅游产业的发展分析

一、我国自驾旅游业的兴起与开发情况

二、自驾旅游业在中国渐趋升温

三、我国自驾旅游联姻产生巨大经济效应

四、国内自驾旅游热掀起基地建设高潮

第二节2014-2015年中国自驾旅游业存在的问题

一、自驾旅游开发中存在的阻碍

二、我国自驾旅游开发的错误观念

三、影视作品对旅游业发展的消极影响

四、自驾旅游结合存在的缺陷

第三节2014-2015年中国自驾旅游业开发的对策分析

- 一、自驾旅游结合发展需要关注的要点
- 二、加快我国自驾旅游业发展的措施
- 三、中国自驾旅游开发的路径探析
- 四、民族地区旅游业和影视文化的结合策略探讨
- 五、自驾旅游的品牌塑造与推广策略透析
- 六、自驾旅游业的市场经营路径探讨

第五章中国自驾旅游产业消费者行为调研

第一节消费者旅游偏好调研

- 一、不同性别自驾旅游偏好调研
- 二、不同年龄自驾旅游偏好调研
 - 1、20岁以下自驾旅游偏好调研
 - 2、20-40岁自驾旅游偏好调研
 - 3、40岁以上自驾旅游偏好调研

第二节消费者行为习惯调研

- 一、不同性别消费者结构调研
 - 1、男性消费者结构调研
 - 2、女性消费者结构调研
- 二、不同年龄消费者结构调研
 - 1、消费者结构调研总体情况
 - 2、15-24岁消费者结构调研
 - 3、25-39岁消费者结构调研
 - 4、40-50岁消费者结构调研
- 三、消费者消费频次调研
 - 1、不同性别消费者旅游频次调研
 - 2、不同年龄消费者旅游频次调研
 - 3、不同职业消费者旅游频次调研
 - 4、不同学历消费者旅游频次调研
- 四、消费者旅游时间选择调研
 - 1、节假日与非节假日选择调研
 - 2、一年时间内旅游时间选择调研
 - 3、一个月时间内旅游时间选择调研
 - 4、随行人和人数调研
- 五、消费者自驾旅游选择考虑因素调研

六、消费者选择自驾旅游因由调研

七、消费者自驾旅游的途径调研

八、消费者自驾旅游地喜好调研

1、消费者自驾旅游地地喜好调研总体情况

2、不同年龄消费者自驾旅游地喜好调研

第六章我国自驾旅游市场发展研究

第一节2015年我国自驾旅游市场发展研究

一、2015年1季度我国自驾旅游市场研究

二、2015年2季度我国自驾旅游市场研究

三、2015年3季度我国自驾旅游市场研究

四、2015年4季度我国自驾旅游市场研究

第二节2015年我国自驾旅游市场结构和价格走势分析

一、2015年三季度我国自驾旅游市场结构和价格走势概述

二、2015年三季度我国自驾旅游市场结构分析

三、2015年三季度我国自驾旅游市场价格走势分析

第七章我国自驾旅游相关行业分析

第一节2015-2015年我国汽车租赁市场调查分析

一、主要观点

二、市场结构分析

三、价格走势分析

四、经营商分析

第二节2015-2015年我国自驾旅游相关服务市场调查分析

一、主要观点

二、市场结构分析

三、价格走势分析

四、经营商分析

第八章自驾旅游区域市场情况分析

第一节华北市场分析

第二节中南市场分析

第三节华东市场分析

第四节东北市场分析

第九章中国自驾旅游业子行业发展分析

第一节旅游景区发展分析

一、旅游景区基本情况

二、旅游景区业绩增长分析

1、旅游景区主体地位增强

2、精品旅游景区业绩突出

3、新兴旅游景区成为热点

三、主题公园行业发展分析

1、行业发展概况

2、行业竞争现状

3、行业进入壁垒

4、行业特有经营模式及行业特征

四、旅游文化产品行业发展分析

1、行业发展概况

2、行业竞争现状

3、行业进入壁垒

4、行业特有经营模式及行业特征

第二节酒店业发展分析

一、星级饭店发展分析

1、星级饭店规模及构成情况

2、星级饭店总体经营状况

3、不同星级饭店经营状况

4、不同地区星级饭店经营状况

5、重点旅游城市酒店经营情况

6、酒店市场运行特点总结

二、经济型连锁酒店发展分析

1、经济型酒店规模分析

2、经济型酒店区域分布情况

3、经济型酒店产品结构

4、经济型酒店竞争格局

三、中国酒店业发展趋势

第三节餐饮业发展分析

二、餐饮业集中度分析

三、餐饮百强企业经营分析

1、营业额稳步增长

2、分化与互渗趋势明显

3、占社会餐饮收入比重基本与上年持平

4、百强企业规模进一步扩大

5、综合业绩表现逊于往年

四、餐饮业发展趋势

第四节旅行社发展分析

一、旅游社行业发展概况

1、行业发展规模

2、行业经营状况

二、旅行社业务分析

1、入境旅游业务分析

2、国内旅游业务分析

3、出境旅游业务分析

三、旅行社行业总体结构分析

1、旅行社区域分布

2、旅行社经营状况

3、旅行社类别分布

四、旅行社行业转型分析

1、旅行社行业发展阶段

2、旅行社行业分工体系

3、旅行社行业集中度

4、旅行社行业盈利能力

五、国际旅行社行业的发展借鉴

1、国际旅行社以“垂直分工”为主的多样化分工体系

2、欧美旅行社的一体化进程

3、国际成功旅行社“抓两头，带中间”的基本模式

第二部分行业竞争格局

第十章自驾旅游行业竞争格局分析

第一节行业竞争结构分析

一、现有企业间竞争

二、潜在进入者分析

三、替代品威胁分析

四、供应商议价能力

五、客户议价能力

第二节行业集中度分析

一、市场集中度分析

二、企业集中度分析

三、区域集中度分析

第三节中国自驾旅游行业竞争格局综述

- 一、2015年自驾旅游行业集中度
- 二、2015年自驾旅游行业竞争程度
- 三、2015年自驾旅游企业与品牌数量
- 四、2015年自驾旅游行业竞争格局分析
- 第四节2015-2015年自驾旅游行业竞争格局分析
 - 一、2015-2015年国内外自驾旅游竞争分析
 - 二、2015-2015年我国自驾旅游市场竞争分析
 - 三、2015-2015年我国自驾旅游市场集中度分析
 - 四、2015-2015年国内主要自驾旅游企业动向
 - 五、2015年国内自驾旅游拟在建项目分析
- 第十一章自驾旅游企业竞争策略分析
 - 第一节自驾旅游市场竞争策略分析
 - 一、2015年自驾旅游市场增长潜力分析
 - 二、2015年自驾旅游主要潜力产品分析
 - 三、现有自驾旅游产品竞争策略分析
 - 四、潜力自驾旅游品种竞争策略选择
 - 五、典型企业竞争策略分析
 - 第二节自驾旅游企业竞争策略分析
 - 一、欧债危机对自驾旅游行业竞争格局的影响
 - 二、欧债危机后自驾旅游行业竞争格局的变化
 - 三、2015-2015年我国自驾旅游市场竞争趋势
 - 四、2015-2015年自驾旅游竞争格局展望
 - 五、2015-2015年自驾旅游竞争策略分析
 - 六、2015-2015年自驾旅游竞争策略分析
- 第十二章前十大自驾旅游景点竞争状况
 - 第一节苇场水禽栖息地目
 - 一、概况
 - 二、竞争优势
 - 三、经营和财务状况
 - 四、发展战略
 - 第二节五岳寨
 - 一、概况
 - 二、竞争优势
 - 三、经营和财务状况
 - 四、发展战略

第三节 鹰家沟

- 一、概况
- 二、竞争优势
- 三、经营和财务状况
- 四、发展战略

第四节 过岗楼嫫祖文化

- 一、概况
- 二、竞争优势
- 三、经营和财务状况
- 四、发展战略

第五节 九龙

- 一、概况
- 二、竞争优势
- 三、经营和财务状况
- 四、发展战略

第六节 汤谷太阳文化源

- 一、概况
- 二、竞争优势
- 三、经营和财务状况
- 四、发展战略

第七节 花果山

- 一、概况
- 二、竞争优势
- 三、经营和财务状况
- 四、发展战略

第八节 石门峡

- 一、概况
- 二、竞争优势
- 三、经营和财务状况
- 四、发展战略

第九节 铜鼓滩

- 一、概况
- 二、竞争优势
- 三、经营和财务状况
- 四、发展战略

第十节首曲保护区

- 一、概况
- 二、竞争优势
- 三、经营和财务状况
- 四、发展战略

第十三章国内重点旅游公司竞争状况

第一节中青旅控股股份有限公司

- 一、企业概况
- 二、企业主要经济指标分析
- 三、企业盈利能力分析
- 四、企业偿债能力分析
- 五、企业运营能力分析
- 六、企业成长能力分析

第二节北京首都旅游股份有限公司

- 一、企业概况
- 二、企业主要经济指标分析
- 三、企业盈利能力分析
- 四、企业偿债能力分析
- 五、企业运营能力分析
- 六、企业成长能力分析

第三节上海锦江国际旅游股份有限公司

- 一、企业概况
- 二、企业主要经济指标分析
- 三、企业盈利能力分析
- 四、企业偿债能力分析
- 五、企业运营能力分析
- 六、企业成长能力分析

第四节黄山旅游发展股份有限公司

- 一、企业概况
- 二、企业主要经济指标分析
- 三、企业盈利能力分析
- 四、企业偿债能力分析
- 五、企业运营能力分析
- 六、企业成长能力分析

第五节峨眉山旅游股份有限公司

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业盈利能力分析

四、企业偿债能力分析

五、企业运营能力分析

六、企业成长能力分析

第六节国旅联合股份有限公司

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业盈利能力分析

四、企业偿债能力分析

五、企业运营能力分析

六、企业成长能力分析

第七节丽江玉龙旅游股份有限公司

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业盈利能力分析

四、企业偿债能力分析

五、企业运营能力分析

六、企业成长能力分析

第八节桂林旅游股份有限公司

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业盈利能力分析

四、企业偿债能力分析

五、企业运营能力分析

六、企业成长能力分析

第三部分行业前景预测

第十四章自驾旅游行业发展趋势分析

第一节我国自驾旅游行业前景与机遇分析

一、我国自驾旅游行业发展前景

二、我国自驾旅游发展机遇分析

三、2015年自驾旅游的发展机遇分析

四、欧债危机对自驾旅游行业的影响分析

第二节2015-2015年中国自驾旅游市场趋势分析

- 一、2015-2015年自驾旅游市场趋势总结
- 二、2015-2015年自驾旅游发展趋势分析
- 三、2015-2015年自驾旅游市场发展空间
- 四、2015-2015年自驾旅游产业政策趋向
- 五、2015-2015年自驾旅游技术革新趋势
- 六、2015-2015年自驾旅游价格走势分析
- 七、2015-2015年国际环境对行业的影响
- 第十五章未来自驾旅游行业发展预测
- 第一节未来自驾旅游需求与消费预测
- 一、2016-2022年自驾旅游消费预测
- 二、2016-2022年自驾旅游市场规模预测
- 三、2016-2022年自驾旅游行业总产值预测
- 四、2016-2022年自驾旅游行业销售收入预测
- 五、2016-2022年自驾旅游行业总资产预测
- 第二节2016-2022年中国自驾旅游行业供需预测
- 一、2016-2022年中国自驾旅游供给预测
- 二、2016-2022年中国自驾旅游需求预测
- 三、2016-2022年中国自驾旅游供需平衡预测
- 四、2016-2022年中国自驾旅游价格预测
- 第十六章自驾旅游行业投资战略研究
- 第一节自驾旅游行业发展战略研究
- 一、战略综合规划
- 二、技术开发战略
- 三、业务组合战略
- 四、区域战略规划
- 五、产业战略规划
- 六、营销品牌战略
- 七、竞争战略规划
- 第二节对我国自驾旅游品牌的战略思考
- 一、企业品牌的重要性
- 二、自驾旅游实施品牌战略的意义
- 三、自驾旅游企业品牌的现状分析
- 四、我国自驾旅游企业的品牌战略
- 五、自驾旅游品牌战略管理的策略
- 第三节自驾旅游企业经营管理策略

- 一、成本控制策略
- 二、定价策略
- 三、竞争策略
- 四、并购重组策略
- 五、营销策略
- 六、人力资源
- 七、财务管理
- 八、国际化策略

第四节我国自驾旅游业发展的对策

- 一、中国自驾旅游走出去的问题与对策
- 二、自驾旅游出版社产业化发展意识定位分析
- 三、自驾旅游市场“打建并举”
- 四、科技助力自驾旅游数字化
- 五、强强联合专职管理
- 六、风险应降低政策待倾斜
- 七、完善相关服务设施
- 八、多元化战略拓展生存空间

第五节自驾旅游行业投资战略研究

- 一、2015年旅游产业投资战略
- 二、2015年自驾旅游行业投资战略
- 三、2016-2022年自驾旅游行业投资战略
- 四、2016-2022年细分行业投资战略

图表详见正文.....

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/lyou/229850229850.html>