

# 2016-2022年中国房车市场 深度调查与市场全景评估报告

## 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

《2016-2022年中国房车市场深度调查与市场全景评估报告》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/883827VJ8E.html>

报告价格：印刷版：RMB 7000 电子版：RMB 7200 印刷版+电子版：RMB 7500

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

房车，又称“车轮上的家”，兼具“房”与“车”两大功能，但其属性还是车，是一种可移动、具有居家必备的基本设施的车种。

房车是由国外引进的时尚设施车种，其车上的居家设施有：卧具、炉具、冰箱、橱柜、沙发、餐桌椅、盥洗设施、空调、电视、音响等家具和电器，可分为驾驶区域、起居区域、卧室区域、卫生区域、厨房区域等，房车是集“衣、食、住、行”于一身，实现“生活中旅行，旅行中生活”的时尚产品。

房车，也称旅居车，“RV”，英文全称Recreational Vehicle，也翻译为Motorhome或Trailer，简称RV，可以随意停靠在远离城市的沙滩、湖岸、草地、山坡、森林中，同时又拥有城市的生活方式：自己做可口的饭菜、洗个热腾腾的澡、睡柔软舒服的床、看电视、听音乐、放DVD等。

2014年我国房车销量约10020辆，行业销售市场规模约40.08亿元，同比2013年的21亿元增长了90.86%。

智研数据研究中心发布的《2016-2022年中国房车市场深度调查与市场全景评估报告》共十九章。首先介绍了房车行业发展环境以及全球房车产业发展现状，接着分析了中国房车行业规模及消费需求，然后对中国房车行业市场运行态势进行了重点分析，最后分析了中国房车行业面临的机遇及发展前景。您若想对中国房车行业有个系统的了解或者想投资该行业，本报告将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局数据，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：

第一部分行业发展环境 1

第一章房车相关概述 1

第一节房车基础简介 1

一、房车（RV）性能与功用 1

二、房车（RV）设施 2

三、房车发展 3

四、房车设计	4
第二节房车的分类	11
一、自行式房车	11
二、拖挂式房车	12
三、移动别墅	13
第三节特殊型房车阐述	14
一、越野房车	14
二、赛车房车	14
第四节房车其它阐述	14
一、房车的配件	14
二、房车营地	15
三、供水系统与废水系统	15
第二章2015年中国房车市场环境解析	17
第一节2015年中国宏观经济环境分析	17
一、国民经济运行情况GDP（季度更新）	17
二、消费价格指数CPI、PPI（按月度更新）	19
三、全国居民收入情况（季度更新）	24
四、恩格尔系数（年度更新）	26
五、工业发展形势（季度更新）	27
六、固定资产投资情况（季度更新）	35
七、中国汇率调整（人民币升值）	43
八、对外贸易&进出口	51
第二节2013-2014年中国房车市场政策环境分析	55
一、房车标准、政策、法规	55
二、房车进出口贸易政策	56
三、相关产业政策、法规及影响分析	56
第三节2014-2015年中国房车市场技术环境分析	57
第四节2014-2015年中国房车市场社会环境分析	61
一、居民消费情况	61
二、消费观念	64
三、人口环境分析	64

四、教育环境分析	66
五、文化环境分析	68

### 第三章2013-2014年国内外汽车产业整体发展态势分析 72

#### 第一节2013-2014年世界汽车行业发展概况 72

一、全球汽车业生产状况综述	72
二、世界汽车行业厂商发展格局	82
三、世界汽车行业步入低碳经济时代	84
四、金砖四国的兴起对国际汽车产业的影响分析	85
五、世界汽车产业“整零”关系模式分析	87

#### 第二节中国汽车行业发展概况 89

一、“十一五”期间中国汽车工业取得显著成就	89
二、我国汽车全产业链发展速度加快	90
三、我国汽车产业国际化进程概述	91
四、中国汽车重点企业的五大发展模式	98
五、中国已成国际最大的汽车市场	99
六、中国汽车产业的发展阶段及特点	101
七、中国汽车产业集群发展的现状	110
八、我国合资自主品牌汽车发展概述	115

#### 第三节2009-2014年中国汽车制造行业数据监测分析 116

一、2009-2014年中国汽车制造行业规模分析	116
二、2014年中国汽车制造行业结构分析	116
三、2009-2014年中国汽车制造行业产值分析	117
四、2009-2014年中国汽车制造行业成本费用分析	117
五、2009-2014年中国汽车制造行业盈利能力分析	118

#### 第四节近几年中国汽车产销数据同比分析 118

一、2010年国内汽车产销数据分析	118
二、2011年中国汽车产销分析	120
三、2012年中国汽车产销分析	122
四、2013年中国汽车产销情况	124
五、2014年中国汽车产销情况	126

#### 第五节2013-2014年中国轿车市场分析 135

一、2009-2014年中国轿车产量统计分析	135
二、中国轿车市场规模及增长情况	136
三、中国轿车市场品牌结构分析	137
四、中国轿车市场消费分析	139
第六节中国汽车行业发展的问题分析	139
一、中国汽车市场存在的主要问题	139
二、汽车产业税收体系存在的问题剖析	141
三、中国汽车行业品牌国际化发展不足	142
四、汽车行业面临严峻的环保考验	144
第七节促进中国汽车行业发展的对策	144
一、中国汽车产业应坚持走精益生产之路	144
二、中国汽车行业发展的战略对策	145
三、中国汽车行业品牌国际化的策略	147
第四章2013-2014年中国旅游及自驾游市场分析	149
第一节旅游业的产业链构成及价值分析	149
第二节中国旅游业发展总况	150
一、国内旅游资源	150
二、中国旅游业发展的特点	162
三、中国旅游业进入快速发展时期	162
四、旅游业的商业模式分析	163
五、旅游环境承载力研究分析	164
六、中国旅游收入构成分析	167
第三节自驾车旅游	167
一、自驾车旅游概述	167
二、中国自驾车旅游的市场特点	171
三、国内自驾车旅游的现状与存在的问题	174
四、中国自驾车旅游的发展建议分析	176
第二部分行业发展现状	179
第五章2013-2014年国外房车行业产业发展综述	179
第一节2013-2014年全球房车市场运行环境浅析	179

- 一、经济环境 179
- 二、产业环境 181
- 三、政策环境 181

## 第二节2013-2014年全球房车市场综述 182

- 一、全球房车市场所处发展阶段 182
- 二、全球房车设计与功能设施改进 182
- 三、全球房车生产情况 185
- 四、全球房车市场规模及增长情况 186

世界房车市场可以说由两个主要部分构成，一个是北美市场，又可分为美国和加拿大两大部分，另一个则是欧洲市场，另外还有些较小的市场如澳大利亚、日本、南非、新西兰以及中国。美国及加拿大占据了世界房车市场的最大份额大约54%，排名第二的为欧洲，占据的市场份额约为40%。而中国市场仅占0.3%。

据了解，2014年全球房车保有量超过1700万辆，其中美国房车保有量超过1000万辆，房车露营地1.9万个，而中国房车保有量仅2.1万辆，房车露营地才200个。目前，美国每年仅房车露营地收入就超过300亿美元，还不包括沿途的费用及露营地旅游点的收入，可想而知，未来的房车市场和房车经济发展空间有多大。

- 五、全球房车市场销量及同比增长 187

## 第三节2016-2022年全球房车市场前景预测 187、

## 第六章2013-2014年全球重点国家及地区房车市场透析 189

### 第一节美国 189

- 一、美国是目前世界上使用房车最多的国家 189
- 二、全年美国房车销售情况分析 189
- 三、美国房车保有量及家庭房车拥有率 190

2009年美国房车市场保有量为860万辆，2014年增长至1041万辆，房车保有量保持持续稳定的增长。2009年，每十户家庭拥有一辆房车，到2014年每九户家庭就能拥有一辆房车。

- 四、美国公立或私有露营地分析 190

### 第二节欧洲 192

- 一、近两年全欧洲房车新车注册量 192
- 二、欧洲的房车保有量及露营地 194

### 第三节日本 195

- 一、日本房车保有量 195

二、房车生产商	195
三、经销商	196
四、露营地	196
第四节韩国	197
一、韩国房车保有量	197
二、房车制造商	198
三、经销商	198
四、租赁点	199
五、露营地	199
第五节澳洲房车分析	199
一、澳洲房车保有量	199
二、澳大利亚房车生产及销售情况	200
三、露营地	200
第六节加拿大房车市场分析	201
一、加拿大房车保有量	201
二、加拿大房车生产及销售情况	202
三、露营地	202
第七节南非房车分析	203
一、南非房车保有量	203
二、南非房车生产及销售情况	203
三、露营地	204
第七章2014年中国房车产业整体发展态势分析	205
第一节2014年中国房车产业动态分析	205
一、长城风骏房车登陆2011第十届沈阳车展	205
二、全国房车精装车行业联盟出访三大改装展	206
三、中国房车、精装车行业联盟年度会议召开聚焦	207
第二节2014年中国房车发展总况	207
一、房车在中国发展历程	207
二、中国房车的典型款式与特点	209
三、中国房车行业所处发展阶段	210
四、中国房车设计与技术应用	211



五、中国房车生产情况	213
第三节2014年中国房车产业热点问题探讨	214
第八章2013-2014年中国房车市场深度剖析	219
第一节中国房车市场特点	219
第二节2013-2014年中国房车市场综述	221
一、中国房车市场规模及增长情况	221
二、中国房车市场销量及同比增长	222
三、中国房车市场发展推动因素分析	222
第三节2013-2014年中国房车市场统计分析	224
一、大陆房车保有量	224
二、近两年国内房车销售及同比增长情况分析	225
三、中国房车生产情况	225
四、中国房车经销商	226
五、中国房车露营地	226
第九章消费者对房车选购及房车旅游的观点、看法透视	227
第一节基础情况	227
一、性别占比	227
二、年龄段分布	227
三、学历状况	228
四、目前状况	228
五、所在的省份	228
六、目前的月收入	229
七、对房车的认知情况	229
八、是否经常进行露营活动	230
九、进行露营活动的动机	230
第二节对房车采购及房车在国内发展看法	231
一、您认为租用房车每天的合理价格是多少	231
二、您喜欢哪种房车（自行式、拖挂式）	232
三、您希望房车里的设施配置是哪种档次	232
四、您需要的房车拥有多大的空间来满足自己的需求（小型、中型、大型）	232

五、您对国内房车发展有什么看法	233
六、您期望房车的价格是多少	233
七、您期望自行式房车是手动挡的还是自动挡	233
八、在景区中同时有宾馆和房车露营地，您的选择是住在哪	234
九、景区中房车住宿，您的理想价格是什么	234
十、您打算什么时候购买房车	234
十一、您估计房车进入国人家庭的时间	235
第三节对房车旅游的看法	235
一、对房车旅游认知情况	235
二、是否参与过房车旅游	236
三、了解房车旅游的信息途径	236
四、认为与传统旅游方式相比，房车自驾游何处更吸引您？	237
五、如若您参与房车旅游，您会选择何种组织形式？	237
六、如果您选择外租房车，您认为支付得起的房车租赁费用	238
七、您对“房车旅游将会成为中国休闲旅游发展新趋势”这一提法的认同程度？	238
八、您认为目前制约房车旅游在中国发展的主要因素有哪些？	239
第十章近几年中国房车进出口贸易情况分析	240
第一节近几年中国房车出口贸易市场分析	240
一、中国房车出口贸易所占比重	240
二、中国房车出口车型及性能分析	240
三、中国房车出口贸易重点市场	240
四、中国房车出口贸易形态	241
五、中国房车出口价格分析	241
六、中国房车出口贸易影响因素分析	241
第二节近几年中国房车进口贸易市场分析	241
一、中国房车进口贸易所占比重	241
二、中国房车进口车型及性能分析	242
三、中国房车进口贸易形态	242
四、中国房车进口价格分析	242

第十一章2013-2014年中国房车俱乐部运营状况分析	243
第一节2013-2014年中国汽车俱乐部行业现状分析	243
一、我国的汽车俱乐部还处在原始的摸索阶段	243
二、中国汽车俱乐部的规模分析	244
三、中国汽车俱乐部的地域分布特征分析	244
四、中国汽车俱乐部活动发展	245
第二节2013-2014年中国汽车俱乐部的经营形式及创新性分析	246
一、围绕会员经营方式	246
二、利用会员资源经营方式	247
三、汽车俱乐部行业的经营特点分析	247
第三节2013-2014年中国房车俱乐部服务市场分析	249
一、房车旅行	249
二、房车商务	250
三、房车自驾	251
第四节2013-2014年中国房车俱乐部会员活动方式分析	252
一、俱乐部会员组成方式分析	252
二、俱乐部会员卡管理方式	252
三、俱乐部会员权责方式分析	253
四、会员组成方式与相应服务的关系分析	253
五、会员主题活动	254
第十二章2013-2014年中国房车租赁市场运营调研分析	255
第一节房车租赁业市场分析	255
一、运作方式	255
二、管理成本	256
三、经营性质	257
四、管理方式	258
第二节2013-2014年中国房车租赁市场运营现状分析	258
一、汽车租赁行业现状及规模	258
二、汽车租赁价格分析	259
三、汽车租赁市场盈利情况	260
第三节中国房车租赁市场前景预测	261

第三部分行业竞争格局	262
第十三章2013-2014年中国房车行业竞争格局分析	262
第一节中国房车行业的发展周期	262
一、中国房车行业的经济周期	262
二、中国房车行业的增长性与波动性	265
第二节中国房车行业历史竞争格局综述	265
一、中国房车行业集中度分析	265
二、中国房车行业竞争程度	266
第三节2016-2022年中国房车行业竞争格局展望	268
第十四章2013-2014年中国房车（品牌）企业运营财务状况分析	270
第一节中天高科	270
一、企业概况	270
二、企业主要经济指标分析	271
第二节京联汽车改装有限公司（驼马）	272
一、企业概况	272
二、品牌产品市场竞争力分析	272
三、企业发展动态分析	273
四、未来发展战略	273
第三节长城汽车	273
一、企业概况	273
二、企业主要经济指标分析	274
第四节上海顺旅汽车有限公司（顺旅）	279
一、企业概况	279
二、品牌产品市场竞争力分析	279
三、企业发展动态分析	279
四、未来发展战略	280
第六节金龙汽车	280
一、企业概况	280
二、企业主要经济指标分析	281
第七节北京北方旅居车辆有限公司	286

一、企业概况	286
二、企业主要经济指标分析	287
第八节苏州中欧汽车有限公司	288
一、企业概况	288
二、企业主要经济指标分析	289
第四部分投资前景预测	291
第十五章2016-2022年中国房车市场发展前景预测	291
第一节2016-2022年中国房车产业前景预测分析	291
一、中国汽车产业前景预测	291
二、房车行业在“十二五”期间会有一个井喷状态	292
第二节2016-2022年中国房车行业发展趋势	294
一、行业发展趋势	294
二、房车旅游趋势	294
三、价格变化趋势	295
四、行业设计趋势	295
五、用户需求趋势	296
第三节2016-2022年中国房车行业市场发展前景预测	297
一、2016-2022年房车行业产能预测	297
二、2016-2022年房车行业市场需求前景预测分析	297
三、2016-2022年房车旅游市场发展前景预测分析	298
四、2016-2022年我国房车市场发展前景预测分析	298
第十六章2016-2022年中国房车行业投资机会分析	300
第一节中国交通管理法规	300
第二节中国“十二五”交通运输发展规划与房车发展展望	301
第三节中国房车制造投资机会	307
第四节中国房车改装投资机会	308
第五节中国房车租赁投资机会	309
第十七章2016-2022年中国房车行业投资风险分析	310
第一节中国房车制造投资风险分析	310

一、政策风险	310
二、市场风险	310
三、驾驶风险	311
四、配套风险	311
第二节中国房车改装投资风险分析	312
一、政策风险	312
二、技术风险	313
三、人才风险	313
四、法规风险	313
第三节中国房车租赁投资风险分析	314
一、市场风险	314
二、消费风险	314
三、人才风险	314
四、应对策略	315
第十八章中国房车行业企业发展经营建议	316
第一节中国房车企业的标杆管理	316
一、国内企业的经验借鉴	316
二、国外企业的经验借鉴	316
第二节中国房车企业的资本运作模式	318
一、房车企业国内资本市场的运作建议	318
二、中国房车企业海外资本市场的运作建议	319
第十九章房车生产企业的国家准入条件	323
第一节能生产房车的基本条件	323
一、内部条件	323
二、外部条件	323
第二节若收购非房车的改装厂，并购后需要的条件	323
一、投资规模	323
二、注册资金	324
三、工艺条件	324
四、知识产权	325

QCQ-219五、产品标准 325

详细请访问：<http://www.abaogao.com/b/qiche/883827VJ8E.html>