

自驾旅游 - 中国 - 2021年1月

报告价格: £3302.97 | \$4460.00 | €3717.16

以上是报告发表时候的价格，但是也可能因为汇率的改变而有所改变



“自驾游将继续助力旅游复苏。长途自驾游是游客量增长的驱动力。热衷自驾游的游客对这一旅游方式有更高期待。他们参与自驾游主要是为了调节情绪。独行游客群体日渐兴起，但尚未获得相应的市场关注。自驾游能很好地贴合消费者追求独处时光、调节心情的需求，因此定位该群体能带来更多机遇。”

— 赵凌波，高级研究分析师

在这篇报告中我们探讨了以下议题：

- 自驾游消费者细分
- 参与自驾游的原因
- 租车使用情况、住宿选择和自驾游同伴
- 自驾游的游客量增长机遇
- 自驾游市场的商机

2020年自驾游游客数量为25亿人次，相比2019年下滑34.1%。受新冠疫情影响，2020年整体游客量下滑43.6%。相比之下，自驾游受新冠疫情影响较轻。

消费者认为自驾游是保护个人健康安全的最佳旅游方式，并且有益调节情绪。这是支撑自驾游参与和国内旅游复苏的重要因素。邻省长途自驾游将成为旅游进一步恢复和游客量增长的催化剂。

新冠疫情的爆发将出境自驾游的游客量拉回到2013-2014年的水平。相比疫情爆发前，愿意参与出境自驾游的消费者变少了，因此即便出境旅游的限制措施放宽后，该细分的复苏前景依然黯淡。

热衷自驾游的旅客对自驾游有更高的期待。他们最看重自驾游能情绪调节，认为这一点比探索新的目的地和自由规划线路更重要。

消费者为调节情绪而旅游时，往往追求独处时光。品牌可把握机遇，定位独自旅行的消费者，推出以情绪健康为主题的自驾游服务。独行游客群体日渐兴起，但市场尚未给予相应的关注。

购买
这篇报告

地址：
store.mintel.com

电话：
欧洲，中东，非洲
+44 (0) 20 7606 4533

巴西
0800 095 9094

美洲
+1 (312) 943 5250

中国
+86 (21) 6032 7300

亚洲
+61 (0) 2 8284 8100

邮件：
reports@mintel.com

想要了解更多内容？

这篇报告只是一系列报告中其中的一篇，整个系列可以提供你整个市场的历史

自驾旅游 - 中国 - 2021年1月

报告价格: £3302.97 | \$4460.00 | €3717.16

以上是报告发表时候的价格，但是也可能因为汇率的改变而有所改变

目录

概述

您所需要了解的

报告定义

报告范围

综述

市场

相比整体旅游市场，自驾游受新冠疫情冲击较小

数据1: 自驾游游客总人次，2013-2020年（估计）

国内自驾游引领市场复苏

数据2: 国内自驾游游客人次，2013-2020年（估计）

2022年国内细分预计将恢复到疫情爆发前的水平

数据3: 国内自驾游游客量预测，2021-2025年

消费者对自驾游兴趣度高、好感度高——这有利于推动参与度

供应商升级服务质量

出境自驾游仍将小众

数据4: 出境自驾游游客人次，2013-2020年（估计）

消费者

有益情绪健康是鼓励“热衷型”消费者参与自驾游的主要原因

数据5: 对自驾游的态度（按消费者分类区分），2020年11月

机遇：国内长途自驾游定位“热衷者”

数据6: 国内旅游参与情况，2020年11月

出境自驾游仍会是小众选择

数据7: 出境旅游的参与情况，2020年11月

自驾游是与车主互动的场景

数据8: 自驾游中消费者的角色和汽车使用情况，2020年11月

“热衷者”给租车留出更多预算

数据9: 国内自驾游租车预算，2020年11月

独自一人进行自驾游的参与度很高

数据10: 自驾游旅伴，2020年11月

豪华型酒店吸引年轻独行旅客

数据11: 2020年2月至11月自驾游的住宿选择（按旅伴类型区分），2020年11月

“不安全”和“开车很累”是参与自驾游的两大障碍

数据12: 参与自驾游的阻碍因素——由开放题得出，2020年11月

我们的观点

议题与洞察

情绪健康是参与自驾游的催化剂

现在购买这篇报告

网址: store.mintel.com

电话: 欧洲, 中东, 非洲 +44 (0) 20 7606 4533 | 巴西 0800 095 9094

美洲 +1 (312) 943 5250 | 中国 +86 (21) 6032 7300

亚洲 +61 (0) 2 8284 8100 |

邮件: reports@mintel.com

自驾旅游 - 中国 - 2021年1月

报告价格: £3302.97 | \$4460.00 | €3717.16

以上是报告发表时候的价格，但是也可能因为汇率的改变而有所改变

现状

启示

定位被忽视的独行自驾游消费者

现状

启示

数据13: 通过旅行调节心情 (按情绪问题的来源区分), 2020年4月

数据14: 对自驾游的态度 (按独行自驾游的经历区分), 2020年11月

汽车营销可将自驾游作为特色场景

现状

启示

数据15: Mini Countryman自驾游直播, 2020年3月

市场——您所需要了解的

相比整体旅游市场, 自驾游受新冠疫情的冲击较小

国内细分占主导

自驾游驱动国内旅游市场复苏

2020年底, 国内自驾游预计将回升到疫情爆发前的水平

汽车拥有率提升、自驾游的良好形象将促进消费者参与

自驾游服务升级

市场规模

受新冠疫情影响, 自驾游人次下滑, 但受到的冲击小于整体旅游市场

数据16: 自驾游游客总人次, 2013-2020年 (估计)

市场细分与预测

国内自驾游占主导

数据17: 自驾游游客 (市场细分), 2013-2020年 (估计)

自驾游在国内游中的占比预计将进一步提高

数据18: 国内自驾游游客人次, 2013-2020年 (估计)

国内自驾游预计将在2022年恢复到疫情前的水平

数据19: 国内自驾游游客量预测, 2021-25年

出境游细分跌至2014年的水平

数据20: 出境自驾游游客人次, 2013-2020年 (估计)

数据21: 增速对比 (出境自驾游vs整体出境游), 2014-2019年

市场因素

自驾游是主要的用车场合

汽车拥有率增长

数据22: 小型乘用车的拥有率, 2015-2019年

自驾游和保护健康密切相关

有益健康的形象使得自驾游在紧缩的休闲消费预算下保持坚挺

新冠疫情的不确定性

现在购买这篇报告

网址: store.mintel.com

电话: 欧洲, 中东, 非洲 +44 (0) 20 7606 4533 | 巴西 0800 095 9094

美洲 +1 (312) 943 5250 | 中国 +86 (21) 6032 7300

亚洲 +61 (0) 2 8284 8100 |

邮件: reports@mintel.com

自驾旅游 - 中国 - 2021年1月

报告价格: £3302.97 | \$4460.00 | €3717.16

以上是报告发表时候的价格，但是也可能因为汇率的改变而有所改变

谁在创新？

携程升级租车服务

数据23: 携程的租车服务, 2020年

江苏高速服务区翻新, 打造更舒适的自驾体验

数据24: 江苏阳澄湖高速服务区, 2020年

消费者——您所需要了解的

短途自驾游助力复苏, 长途自驾游将推动未来增长

出境自驾游依然小众

自驾游是与车主建立联系的场景

“热衷者”是关键目标人群

独行自驾游可瞄准Z世代

4类自驾游消费者

4类自驾游消费者

数据25: 4类自驾游消费者 (聚类分析), 2020年11月

自驾游消费人群特征画像

数据26: 对自驾游的态度 (按消费者分类区分), 2020年11月

自驾游消费者的人口统计特征

数据27: 自驾游消费者类型——“热衷者” (按人口统计特征区分), 2020年11月

数据28: 自驾游消费者类型——“独特体验探索者” (按人口统计特征区分), 2020年11月

数据29: 自驾游消费者类型——“低碳出行游客” (按人口统计特征区分), 2020年11月

国内自驾游参与情况

短途自驾游带动国内旅游复苏

数据30: 国内旅游参与情况, 2020年11月

数据31: 2020年2月至11月期间国内自驾游参与度 (按之前的特定旅游经历区分), 2020年11月

数据32: 国内短途自驾游恢复情况 (按年龄区分), 2020年11月

“热衷者”驱动长途自驾游恢复

数据33: 2020年2月至11月国内自驾游参与情况 (按消费者分类区分), 2020年11月

数据34: 2019年1月至2020年1月国内自驾游的参与度 (按消费者分类区分), 2020年11月

新客加入邻省自驾游带动增长

数据35: 国内自驾游参与情况 (过去对比未来), 2020年11月

数据36: 未来12个月长途自驾游潜在消费者的构成, 2020年11月

数据37: 未来12个月不参加邻省长途自驾游的原因 (按过去参与过自驾游的经历区分), 2020年11月

30多岁的“热衷者”是邻省自驾游的目标人群

数据38: 未来12个月愿意参加邻省自驾游 (按年龄区分), 2020年11月

数据39: 邻省长途自驾游消费者增长比例 (按年龄区分), 2020年11月

数据40: 未来12个月愿意参加邻省自驾游 (按消费者细分区分), 2020年11月

出境自驾游参与情况

未来出境自驾游仍然小众

现在购买这篇报告

网址: store.mintel.com

电话: 欧洲, 中东, 非洲 +44 (0) 20 7606 4533 | 巴西 0800 095 9094

美洲 +1 (312) 943 5250 | 中国 +86 (21) 6032 7300

亚洲 +61 (0) 2 8284 8100 |

邮件: reports@mintel.com

自驾旅游 - 中国 - 2021年1月

报告价格: £3302.97 | \$4460.00 | €3717.16

以上是报告发表时候的价格,但是也可能因为汇率的改变而有所改变

数据41: 出境旅游参与情况, 2020年11月

曾经参与过出境自驾游的年轻妈妈是重点人群

数据42: 出境自驾游的参与情况 (a) ——疫情爆发前对比未来12个月 (按人口统计特征区分), 2020年11月

数据43: 未来12个月参加自驾游 (a) 的意愿 (按过去参与过出境自驾游的经历区分), 2020年11月

数据44: 出境自驾游 (a) 的参与情况 (按消费者分类区分), 2020年11月

自驾游的旅伴及角色

多数游客担任司机

数据45: 在自驾游中的角色, 2020年11月

自驾游适合多类旅游同伴

数据46: 自驾游旅伴, 2020年11月

独自一人去自驾游可定位年轻消费者

数据47: 自驾游旅伴——独自一人参与自驾游 (按人口统计特征区分), 2020年11月

数据48: 对自驾游的态度 (按独自自驾游的经历区分), 2020年11月

自驾游住宿选择

经济或配套齐全选择最受欢迎

数据49: 2020年2月至11月自驾游的住宿选择, 2020年11月

数据50: 2020年2月至11月自驾游的住宿选择 (按旅伴类型区分), 2020年11月

数据51: 2020年2月至11月自驾游的住宿选择 (按消费者细分区分), 2020年11月

豪华型酒店可瞄准Z世代独行旅客

数据52: 2020年2月-11月期间Z世代的豪华型酒店使用情况, 2020年11月

数据53: 豪华型酒店的使用情况——独自旅游对比和配偶/男女朋友一同旅游 (按年龄区分), 2020年11月

租车使用情况和预算

多数游客驾驶私家车

数据54: 自驾游汽车使用情况, 2020年11月

“热衷者”更有可能租车

数据55: 自驾游汽车使用情况 (按消费者细分区分), 2020年11月

年轻男性和成熟女性消费者租车预算更高

数据56: 国内租车预算, 2020年11月

数据57: 国内租车预算 (按年龄和性别区分), 2020年11月

数据58: 国内游租车预算 (按消费者细分区分), 2020年11月

未来参与自驾游的阻碍因素

数据59: 参与自驾游的阻碍因素——由开放题得出, 2020年11月

“热衷者”和“独特体验探索者”暂时离开

数据60: 未来不打算参与自驾游 (按消费者细分区分), 2020年11月

数据61: 参与自驾游的阻碍因素——由开放题得出 (按消费者细分区分), 2020年11月

认识英敏特城市精英人群

英敏特城市精英人群的国内自驾游参与度更高

现在购买这篇报告

网址: store.mintel.com

电话: 欧洲, 中东, 非洲 +44 (0) 20 7606 4533 | 巴西 0800 095 9094

美洲 +1 (312) 943 5250 | 中国 +86 (21) 6032 7300

亚洲 +61 (0) 2 8284 8100 |

邮件: reports@mintel.com

自驾旅游 - 中国 - 2021年1月

报告价格: £3302.97 | \$4460.00 | €3717.16

以上是报告发表时候的价格，但是也可能因为汇率的改变而有所改变

数据62: 国内自驾游参与情况 (按消费者分类区分), 2020年11月

英敏特城市精英人群更愿意参与邻省自驾游

数据63: 国内自驾游的参与情况 (按消费者分类区分), 2020年11月

英敏特城市精英人群更有可能租车

数据64: 租车服务 (按消费者分类区分), 2020年11月

数据65: 未来国内自驾游的租车预算 (按消费者分类区分), 2020年11月

附录一—市场规模与预测

数据66: 国内自驾游人次预测, 2021-25年

附录一—研究方法 with 缩写

研究方法

扇形图预测

缩写

附录一—其他消费者数据

对自驾游的态度

数据67: 对自驾游的态度

现在购买这篇报告

网址: store.mintel.com

电话: 欧洲, 中东, 非洲 +44 (0) 20 7606 4533 | 巴西 0800 095 9094

美洲 +1 (312) 943 5250 | 中国 +86 (21) 6032 7300

亚洲 +61 (0) 2 8284 8100 |

邮件: reports@mintel.com