

2025-2031年中国互联网+ 房车产业发展现状与发展趋势研究报告

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

《2025-2031年中国互联网+房车产业发展现状与发展趋势研究报告》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/202503/481303.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

2024年全球疫情仍然焦灼，国内则已进入后疫情时代，常态化疫情防控或将持续数年，以放松休闲为主，基于自驾、自助方式的家庭及亲友休闲娱乐产品成为市场需求热点。而房车因其产品的特殊性，兼具“房”与“车”两大功能，能解决旅游出行中的起居生活需求，已成为家庭旅行的重要方式之一，也是疫情期间最安全的旅行方式之一。

在2024年当中，尽管第一季度房车销量跌入低谷，但随着月份的增加，房车市场需求呈井喷之势迅速反弹，全球房车销量屡创记录，欧洲房车销售总量为234843辆，同比增长11.6%；美国全年房车销售总量为430412辆，与2024年相比增长了6%。

2024年，国产自行式房车总销量为12457辆，同比增长43%，房车市场热度不断攀升。2024年中国自行式房车上牌数为12457辆，拖挂式房车上牌数为3274辆，房车总上牌数为15731辆，增长率达到27.85%，相较于2024年受疫情影响的1.2%增长率有大幅提升，逐步回暖。随着疫情的逐步控制，2024年中国房车总上牌增长率有望恢复至疫情之前的水平。

房车市场主要以依维柯、大通、江铃福特、长城皮卡等底盘为主，近几年重汽、缔途、福田、五菱、亚星、尼桑、现代、凯普特、东风御风等房车底盘越来越多，消费者选择越来越多。2024年，工信部房车生产企业地域分布情况方面，华东地区一骑绝尘，全国50%生产企业（91家）集中于此，成为中国房车生产第一大地区。第二大区域为华中，占据国内23%（42家）的生产企业，但与华东相比还有成倍的差距。

随着互联网、大数据等新技术的发展，各行业电商市场获得进一步发展，房车企业借助门户网站，搜索引擎，电商平台，社交平台，APP等多种传播渠道正在构成房车营销的多元化格局；房车服务平台更为房车产品的租售和房车路线的宣传、房车营地的建设提供了发展的基础。借助互联网，房车还进一步完善其产业链，形成互联网+房车制造、互联网+房车租赁、互联网+房车众筹、互联网+房车营地等细分领域，行业发展潜力巨大。

中企顾问网发布的《2025-2031年中国互联网+房车产业发展现状与发展趋势研究报告》共九章。首先介绍了“互联网+房车”相关概念的具体内涵，接着具体阐述了互联网+房车行业发展环境及国内外房车市场运行状况。介绍了互联网+房车制造、互联网+房车旅游、互联网+房车营地、互联网+房车服务等相关细分领域。最后，报告重点分析了中国互联网+房车的投资状况并对互联网+房车市场的发展前景做出科学的预测。

本研究报告数据主要来自于国家统计局、工信部、财政部、旅游局、发改委、中企顾问网、中企顾问网市场调查中心、旅游行业协会、中国露营网、中国房车网、中国房车露营联盟以及国内外重点刊物等渠道，数据权威、详实、丰富，同时通过专业的分析预测模型，对行业核心发展指标进行科学地预测。您或贵单位若想对互联网+房车行业有个系统深入的了解、或

者想投资互联网+房车相关行业，本报告将是您不可或缺的重要参考工具。

报告目录：

第一章“互联网+”房车相关概述

1.1房车的基本概述

1.1.1房车的基本内涵

1.1.2房车的内部系统

1.1.3房车的主要用途

1.1.4房车的主要分类

1.1.5拖挂式房车的优势

1.2房车营地的基本概述

1.2.1房车营地的内涵

1.2.2房车营地的分类

1.2.3房车营地的主要功能

1.2.4房车营地的选址和布局

1.3“互联网+”的主要内涵

1.3.1互联网思维

1.3.2互联网渠道

1.3.3互联网平台

1.3.4万物互联

第二章2020-2024年互联网+房车行业发展环境分析

2.1经济环境

2.1.1国际宏观经济运行

2.1.2国内经济运行现状

2.1.3电商经济规模扩大

2.1.4信息经济总量提升

2.1.5国内经济发展展望

2.2政策环境

2.2.1政府支持性政策

2.2.2地方性鼓励政策

2.2.3市场规范发展政策

- 2.2.4行业发展相关政策
- 2.2.5行业相关技术标准
- 2.3社会环境
 - 2.3.1居民人均可支配收入提高
 - 2.3.2互联网普及率进一步提高
 - 2.3.3汽车保有量规模持续上升
 - 2.3.4机动车驾驶人数量大幅增长
- 2.4技术环境
 - 2.4.1无线宽带技术
 - 2.4.2电子支付技术
 - 2.4.3车载导航技术
 - 2.4.4传感技术
 - 2.4.5物联网技术

第三章2020-2024年房车市场运行状况分析

- 3.1国际房车市场发展状况
 - 3.1.1全球房车保有量规模
 - 3.1.2全球房车旅游发展状况
 - 3.1.3全球房车旅游市场升温
 - 3.1.4美国房车市场销售情况
 - 3.1.5欧洲房车市场运行状况
 - 3.1.6全球房车营地建设规模
- 3.22020-2024年中国房车市场发展综述
 - 3.2.1房车市场发展历程
 - 3.2.2房车产业发展阶段
 - 3.2.3房车市场发展状况
 - 3.2.4房车展览助力房车市场
- 3.3国内房车市场需求主体分析
 - 3.3.1政府部门
 - 3.3.2企业集团
 - 3.3.3房车租赁公司
 - 3.3.4个人消费者

3.42020-2024年中国房车市场运行状况

3.4.1房车产销规模统计

3.4.2房车价格范围分析

3.4.3房车市场品牌化建设

3.4.4房车市场结构分析

3.4.5房车产品数量上升

3.4.6房车市场发展态势

3.52020-2024年中国房车市场竞争分析

3.5.1房车市场竞争主体分析

3.5.2房车行业竞争情况分析

3.5.3品牌汽车涉足房车市场

3.6中国房车行业发展困境及对策

3.6.1法律法规不完善

3.6.2露营地盈利困境

3.6.3商业模式未完善

3.6.4市场管理混乱

3.6.5发展对策分析

第四章2020-2024年互联网+房车制造业发展分析

4.1互联网+汽车制造行业运行状况

4.1.1互联网加快渗透汽车制造业

4.1.2汽车数字化工厂成为新趋势

4.1.3智能汽车制造成为投资热点

4.1.4我国智能汽车市场规模预测

4.1.5互联网企业涉足汽车制造业

4.22020-2024年房车制造业发展分析

4.2.1房车制造成为新蓝海

4.2.2房车生产模式分析

4.2.3房车研制基地成立

4.2.4房车生产项目动态

4.2.5房车制造行业发展困境

4.2.6房车制造行业发展方向

4.32020-2024年房车智能制造业发展综况

4.3.1房车智能制造设备

4.3.2智能房车生产基地落户

4.3.3企业布局互联网+房车制造

4.3.4智能家居企业切入房车制造

4.4房车改装智能控制系统方案

4.4.1功能简介

4.4.2系统优势

4.4.3系统功能

4.4.4市场情况

4.4.5研发及生产

4.5房车智能终端控制系统分析

4.5.1系统应用现状

4.5.2终端系统结构

4.5.3系统运行状况

4.6无人驾驶房车设计方案

4.6.1设计规划

4.6.2产业设计

4.6.3应用前景

第五章2020-2024年互联网+房车旅游产业分析

5.12020-2024年房车旅游业发展综况

5.1.1全球房车旅游市场升温

5.1.2我国房车旅游发展状况

5.1.3房车旅游市场需求量大

5.1.4房车旅游行业发展前景

5.22020-2024年互联网+房车旅游发展背景

5.2.1休闲旅游迎来发展机遇

5.2.2在线旅游市场发展迅速

5.2.3自驾游市场蓬勃发展

5.2.4旅游产业加快融入互联网

5.32020-2024年互联网+房车旅游产业综况

- 5.3.1房车旅游逐步实现联网定制
- 5.3.2首个房车旅游手机平台上线
- 5.3.3网络平台探索房车旅游投资
- 5.3.4构建网络房车虚拟旅游平台
- 5.42020-2024年互联网+房车旅游区域发展动态
- 5.4.1甘肃省房车旅游业发展提速
- 5.4.2山西省助力房车旅游产业
- 5.4.3南京市政府扶持房车旅游
- 5.4.4嘉兴市房车旅游投资兴起
- 5.4.5云南省加快布局房车旅游
- 5.4.6海南房车旅游市场发展状况
- 5.5在线旅游平台涉足房车旅游市场
- 5.5.1携程推出首个房车旅游团
- 5.5.2同程房车旅游频道上线
- 5.5.3途牛打造森林房车露营
- 5.5.4驴妈妈房车自驾游上线
- 5.6房车旅游服务平台案例分析——CC房车网
- 5.6.1平台发展概况
- 5.6.2平台运行模式
- 5.6.3平台竞争优势
- 5.6.4未来发展展望
- 5.7其他房车旅游服务平台介绍
- 5.7.1房车旅游网
- 5.7.2中国露营网
- 5.7.3中国房车露营网
- 5.7.4中国房车露营联盟

第六章2020-2024年互联网+房车营地建设分析

- 6.12020-2024年中国房车营地建设综况
- 6.1.1国内外房车营地发展对比
- 6.1.2房车营地运营开发模式
- 6.1.3房车营地相关政策汇总

- 6.1.4我国房车营地建设提速
- 6.1.5房车营地发展前景广阔
- 6.22020-2024年国外互联网+房车营地建设状况
 - 6.2.1国际房车网站设置点评功能
 - 6.2.2美国推出露营地管理软件
 - 6.2.3墨西哥房车营地网络配置完善
- 6.32020-2024年中国互联网+房车营地建设动态
 - 6.3.1乌镇互联网智慧房车营地项目
 - 6.3.2酷易乐打造互联网+房车营地
 - 6.3.3房车营地“蜂巢计划”项目
 - 6.3.4天晟旅居房车智慧营地项目
- 6.4房车营地布局智能配套设施
 - 6.4.1“互联网+新硬件”的实践
 - 6.4.2智能房车水电桩产生背景
 - 6.4.3智能房车水电桩的功能
 - 6.4.4智能水电桩高度智能化
- 6.5房车营地信息平台案例分析——旅居时代汽车露营网
 - 6.5.1平台发展概况
 - 6.5.2平台发展特色
 - 6.5.3平台发展优势

第七章2020-2024年互联网+房车服务业发展分析

- 7.12020-2024年中国房车电商市场分析
 - 7.1.1房车电商发展概述
 - 7.1.2电商提升房车交易规模
 - 7.1.3房车电商平台建设动态
 - 7.1.4房车电子商务交易平台
 - 7.1.5O2O房车电商交易平台
- 7.22020-2024年互联网+房车租赁市场分析
 - 7.2.1房车租赁具备发展优势
 - 7.2.2租赁推动房车产业发展
 - 7.2.3房车租赁产业逐步规范

- 7.2.4房车互联网租赁热度上升
- 7.2.5互联网房车租赁合作项目
- 7.2.6房车租赁网络平台案例分析
- 7.32020-2024年中国互联网+房车众筹模式分析
- 7.3.1互联网+房车众筹模式
- 7.3.2互联网+房车众筹路径
- 7.3.3互联网+房车众筹项目
- 7.3.4房车众筹平台案例分析
- 7.42020-2024年中国互联网+房车共享模式分析
- 7.4.1美国房车露营共享平台
- 7.4.2国内互联网房车共享平台
- 7.4.3房车露营共享模式分析
- 7.4.4房车共享平台融资动态

第八章2020-2024年中国互联网+房车产业投资分析

- 8.1房车行业投资项目分析
- 8.1.1房车项目发展概述
- 8.1.2房车项目效益分析
- 8.1.3房车项目投资建议
- 8.2互联网+房车投融资动态
- 8.2.1易露营加码房车旅游融资
- 8.2.2昭山房车营地投资项目签约
- 8.2.3智能越野房车投资项目落户
- 8.2.4中进汽车互联网租赁融资项目
- 8.2.5成都筹建房车露营众筹项目
- 8.3互联网+房车投资对策分析
- 8.3.1重视用户思维
- 8.3.2利用互联网营销
- 8.3.3注重产品和服务创新
- 8.3.4推广体现流量思维
- 8.3.5打造多方共赢生态圈
- 8.3.6积极运用大数据思维

8.3.7布局互联网跨界发展

第九章2020-2024年中国互联网+房车发展前景及方向

9.1中国房车行业发展展望

9.1.1房车行业发展前景

9.1.2房车行业发展预测

9.1.3房车市场发展走势

9.2中国互联网+房车行业发展展望

9.2.1房车电商市场发展前景

9.2.2互联网房车旅游发展机遇

9.2.3互联网房车营地发展布局

9.2.4智能房车产品发展方向

图表目录

图表营地类型按环境标准的划分

图表中国信息经济规模及占比

图表中国信息经济结构及增长状况

图表地方关于露营旅游业鼓励政策

图表国家关于露营旅游业鼓励政策

图表2020-2024年全国居民人均可支配收入及其增长速度

图表2024年全国居民人均消费支出及其构成

图表中国网民规模和互联网普及率

图表中国手机网民规模及其占网民比例

图表汽车保有量超过200万的城市

图表全球房车营地建设规模

图表主要国家和地区房车及露营地数量

图表我国自行式房车在产企业产量情况

图表中国房车保有量及销售量

图表中国旅居车产品产量前十企业产品结构

图表21世纪房车网展销房车车型统计

图表旅居车总体公示数量

图表旅居车主要生产企业情况

图表我国自驾游市场规模预测

图表中国大陆与国外房车露营地发展对比

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202503/481303.html>