

China's Self-Drive Tourism Development:
Analysis and Forecast (2012~2013)

中国自驾游 发展报告 2012~2013

中国旅游车船协会 编著
刘汉奇 吴金梅 马聪玲 主编

中国旅游出版社

China's Self-Drive Tourism Development:
Analysis and Forecast (2012~2013)

中国自驾游 发展报告 2012~2013

中国旅游车船协会 编著
刘汉奇 吴金梅 马聪玲 主编

中国旅游出版社

责任编辑：吴慧慧

封面设计：周 坤

责任印制：冯冬青

图书在版编目（CIP）数据

中国自驾游发展报告. 2012~2013 / 中国旅游车船
协会编著. — 北京：中国旅游出版社, 2014.4
ISBN 978-7-5032-4961-7

I. ①中… II. ①中… III. ①旅游业发展—研究报告
—中国—2012~2013 IV. ①F592.3

中国版本图书馆CIP数据核字（2014）第073602号

书 名：中国自驾游发展报告. 2012~2013

编 著：中国旅游车船协会

出版发行：中国旅游出版社

（北京建国门内大街甲9号 邮编：100005）

<http://www.cttp.net.cn> E-mail: cttp@cнта.gov.cn

发行部电话：010-85166503

经 销：全国各地新华书店

印 刷：北京工商事务印刷有限公司

版 次：2014年4月第1版 2014年4月第1次印刷

开 本：787毫米×1092毫米 1/16

印 张：17

印 数：1-3000册

字 数：300千

定 价：58.00元

I S B N 978-7-5032-4961-7

版权所有 翻印必究

如发现质量问题，请直接与发行部联系调换

《中国自驾游发展报告（2012~2013）》

编辑小组

主 编：刘汉奇 吴金梅 马聪玲

学术顾问：张广瑞 宋 瑞 刘德谦

编 委：（按姓名音序排列）

陈 燕	陈立平	陈燕奎	陈樱妮
程 泓	崔 磊	付开礼	侯蕊蕊
贾海文	金 准	金桂岭	李 玲
李致君	鲁青山	诺木汗	瞿能伸
宋 磊	宋 瑞	王学霆	魏小安
谢泽栋	张 欣	周勋南	朱树增

本书由中国社会科学院旅游研究中心共同研究支持出版

序 言 一

自驾游，作为一种说法，可以追溯到汽车诞生的年代，因为从那时候起，无论“飙车”、“兜风”还是“吉普女郎”，都与开车游玩相关，在这一点上，西方远远早于东方。据记载，世界第一辆汽车是德国人戴姆勒先生于1882年发明的，而真正勇敢地驾驶着卡尔·本兹先生改装的第一辆奔驰汽车并带着自己的两个孩子做探亲旅游的是他的夫人，时间在1888年8月的某一天。用现代营销的理念来说，那次旅行还算作一次“路演”，为丈夫制造的汽车做广告，以期让更多的人敢于使用这个工具。半个世纪以后，美国的福特先生把汽车的普及又向前推进了一步。到20世纪30年代，美国人私人汽车的拥有量超过了220万辆，与之相关的汽车旅馆和专业的汽车租赁公司都已经遍地开花，使美国被誉为“在汽车轮子上的国家”。

然而，作为一个与旅游相关的专门术语，“自驾游”似源于东方的中国，这一“概念”可能是个地地道道的“中国制造”。因为当我们中国人把“自驾游”作为一种特殊旅游形式而欢呼的时候，在西方人心目中，私家车早已成为一种须臾不可离开的工具，新鲜感早就没有了。直到20世纪80年代改革开放初期，私家车才开始在中国出现，而汽车真正进入普通人的家庭，也只不过是最近十多年的事情，随着私家车的出现和“长假期”制度的出台，自驾车旅游才逐渐时兴起来。说时兴，那就是还带点时髦的意思。时髦，则自然是少数人的领先举动。

自驾游，可以简单地破解为“自己”“开自己”的“汽车”去旅游。这是中国人“自驾游”的原始理念。应当说，在这个概念真正出现之前“旅游”已经开始火了，不过那时候，大多数人还主要是以游客的身份出现，由别人安排行程和交通工具，按着一定的线路和时间去旅行和游览。即使是自己安排旅行，无论使用什么样的交通工具，也必须要考虑买票和依据既定的线路和时刻表来实现。而“自驾游”概念的出现，是对中国人传统旅游方式的突破。其中最重要的是，依仗自己可以支配的交通工具（这里主要是指私家车，也包括在一定

时间内可以自己支配的汽车,如借来或租来的汽车),根据自己的意愿去旅行和游览。这一模式的出现,主要是因为人们有了自己的车,有了比较充裕的时间,有了强烈的出游愿望,当然,也是因为,国家经济发展了,人们的收入提高了,旅游观念变化了。同时,也是随着高速公路和通信、信息等基础设施的改善,驾车旅游更加便捷了。这和西方国家相比,几乎迟到了将近一个世纪。

由于社会经济发展的特殊性,中国人的自驾游也有其独特之处。其中之一是从个别人的行为向有组织的方向发展。一方面,由于私家车的发展有个过程,因此,最初的自驾游是那些颇具自豪感的另类人群的活动;另一方面,在旅游信息不通达和社会救援体系尚不完善的情况下,有组织的自驾游使参与者相互之间有个照应,显然更加安全与方便。于是在中国,在一段不太长的时间里,出现了一大批自驾游俱乐部、车友会、自驾游协会、自驾游联盟等名目繁多的组织。虽然它们基本上还是小团体,但大家喜欢做一些轰轰烈烈的事情,搞一些吸引眼球的举动,造成一种令人关注的活动。因此,总的感觉还基本上处于一种“卖萌”的冲动期,或者说,还是处于一种发展迅速但杂乱无章的初始阶段。由于自驾游参与者本身旅游经验不足,出游目的纷繁复杂,决策的随意性大,社会责任感不强,尤其是社会相关服务体系与管理规范残缺,这些活动还有不少不足之处,亟须政府有关部门的关注与支持。

自驾游作为新的旅游方式,社会需求非常大,而且会不断增长。据有关部门统计,到2013年年底,全国汽车总量已达1.37亿辆,有驾驶执照的人已超过2亿,私家车的出现使很多家庭实现了游山玩水的梦想。参与自驾游的不仅人数越来越多,而且参与者群体的结构也会越来越复杂;自驾游活动的范围越来越广,不仅短距离的活动频率增加,长距离、主题性的活动也会与日俱增;自驾游的组织形式越来越多样化,专业性需求越来越突出,既需要悉心策划,更需要精心组织。而且,从发展的趋势看,这一活动,不仅仅局限于本区域或跨省区的国内旅游,而且开始向跨越边境、冲出国门的出境旅游扩展。毫无疑问,这样的发展趋势说明,自驾游将来不再是小群体的特种旅游,逐渐要发展成一种普及性的大众旅游,这一旅游活动会催生一个产业,将对整个国家的社会经济产生重要的影响。为了适应和满足这一逐渐增长的旅游需求,从政府的角度出发,必须采取积极措施,完善基础设施,尤其是建立适合自驾游的交通、避险、专业救援体系,发展餐饮、住宿、补给、修配以及信息提供和向导等特定的设施与服务,加强驾驶执照、交通规则、安全保障等方面的管理,完善专门

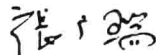
的保险服务等。为了扩大自驾游发展的经济影响，注意探讨与之相关的支持性产业、特定业态和衍生产品——例如汽车租赁、汽车旅馆、汽车营地、房车、公路救援、专业咨询服务、导航设备等行业的发展。同时，还应当加强旅游景区、旅游经营商和汽车制造商、汽车租赁业以及新能源开发等产业的深度合作。与此同时，还要强化环境保护法律法规和相关知识的普及，引导自驾游的组织为之服务的企业增强社会责任感，使这一新型的旅游方式在促进社会经济发展方面释放正能量，降低负面影响。

令人欣喜的是，自驾游这一新型旅游方式的发展引起了社会各界的广泛关注，越来越多的行业组织、地方政府、学术界和非政府机构都在关注自驾游，积极努力促进自驾游行业的健康发展，全国各地在组织自驾游活动的同时，还创办了多种多样的论坛、出版专业刊物和网站，开展专业培训和咨询。中国社会科学院旅游研究中心在2012年《旅游绿皮书》中刊载了《中国自驾车旅游发展现状与趋势分析》的专题研究。而后，在中国旅游车船协会和相关行业组织、政府部门的大力支持和配合下，中国社会科学院旅游研究中心组织专家对中国自驾游的发展进行了专门的研究，并整理编辑了这本《中国自驾游发展报告（2012～2013）》。这是国内第一个由旅游研究机构与行业组织合作的研究报告，希望把这一研究延续下去。这一报告虽然称之为“年度报告”，但因为这是首个报告，其内容并非特别突出过去的一个年度，而是更加关注对行业发展过程的分析，全行业研究和案例分析相结合，旨在为社会了解这个行业的发展提供一个基础，说清楚来龙去脉，以便使今后的研究保持连续性。因此说，组织这份《报告》的初衷，并非是追求面面俱到，尽善尽美，而重在搭建一个平台，集思广益，为自驾游健康发展放出第一声发令枪。

《中国自驾游发展报告（2012～2013）》即将付梓，我愿借此机会，向所有参与和支持本项研究、参与和支持本报告的策划、组织、撰写的人员和机构表示祝贺，我深信大家的努力一定会载入中国旅游发展的史册。

是为序。

中国社会科学院旅游研究中心创始人



甲午年春节于北京嘉铭桐城

序 言 二

刘汉奇先生到中国旅游车船协会工作以后，密切跟踪行业发展，紧抓新业态，在自驾车旅游的推动方面，下了大功夫。作为国家旅游局的老同志，人脉关系广泛，和行业老总打成一片，什么新动态都清楚，什么新东西都关注。同时，又和专家们关系很好，积极发动大家做研究。开拓了协会工作的新局面，也使协会的作用越来越大，得到了普遍好评。现在，又开始组织中国自驾车旅游年度发展报告，整成一个系列，这是好事。这些年，在刘汉奇的带动之下，我也关注这个领域的变化，参加过几次论证和论坛。刘汉奇希望我写几句话，且不论我们是多年老友，就这件事本身，也义不容辞。想了想，有很多具体问题，也有很多技术性经验，包括丰富的国际做法，书中都有论述，我只能简单谈谈看法。

1925年，美国福特汽车公司开创了汽车生产的流水线方式，同时，培育了汽车的消费能力，短短十几年时间，美国成为一个“汽车轮子上的国家”，培育了“汽车轮子上的生活”，形成了“汽车轮子上的文化”。电影专门有一种类型，叫公路电影，记得20世纪80年代第一次看，简直看傻了。快餐能不下车就购买，第一次去美国，就有切身感受。尤其是高速公路服务区，花样百出。当时感慨，中国什么时候能够如此呢？改革开放30多年，中国也变成了汽车轮子上的国家。2013年，中国汽车产量超过2000万辆，销售量也超过了2000万辆，都是世界第一。这是30多年前，全世界任何人，打破脑袋都想象不出来的。

何以如此呢？原因很多，一是工业化的进程；二是城市化的发展；三是汽车工业的蓬勃；四是世界各大厂商的进入；五是收入的增长；六是体系的形成。其中还有一个突出的特点，就是排浪式消费，或者叫作矩形消费，平面推进。我们可以回想一下，当一样东西买不起的时候，大家谁都买不起，一旦买得起了，那就不得了。当年买彩电就是这样，现在买汽车恐怕也是这样，一开始觉得买汽车是很复杂的事情，现在买汽车不在于有没有条件买，而在于是否能买到，因为现在很多城市开始限制，整个汽车的排浪式消费已经产生了。所以下

一步恐怕还有一种选择，就是平时坐公交，或者平时有一辆上班的车，但是必须得有一辆越野车，这是自驾用的，将来很可能是这么一个方向。

现在中国形成的现象是规模巨大，洪流浩荡，所以这种排浪式消费一定会反映在自驾车旅游上，商机巨大，前景光明。现在全国自驾车俱乐部有3万家，包括4S车友会等，无从统计。但另外一方面，大家也感觉无从把握。第一个争议是认为这就是从传统的旅游市场分流，而且现在对于旅游企业来说，自驾车这种事“旺丁不旺财”，很多地方政府也是这种感觉。第二个争议是商机何在？一说商机巨大，但是商机到底在哪儿？还要问一句，是谁的商机？所以现在大家感觉到这么大的消费现象无从把握，这么大的一个商机好像没有人从里面赚到什么钱。

自驾车旅游不是传统的分流，而是一种新的方式，实际上自驾车旅游本身就是一块增量，就是一块更大的蛋糕。它的特点就是“自”，因为自驾车是自主的，和参加旅游团不同，甚至和坐火车、坐飞机都不一样，这是一个自主的空间位移，内容自选，时间自定，心态自由。所以如何对应这个“自”，如何一起来构造全产业链，这恐怕是一个更大的问题。我们习惯性地还是希望有组织，好管理，碰到问题也好处理，但这也是一个新的方式，而且核心在于一个“自”。

自驾车的第二个特点是从观光到休闲的过渡，也是观光与休闲的结合。自驾车有一个主体诉求，就是要看景区，这也是传统观光的要求，但是在方式上发生了变化了，是一种休闲的方式，所以既是过渡，也是结合。而且这种过渡和结合将成为一种长期模式。现在80后已经全面进入市场，90后即将进入市场，他们的心态和他们的要求比起中老年人是有本质性差别的，他们更对应自驾车方式，更对应多样化的要求。所以，自驾车就是追求自由多，活动范围大，行动速度快，综合消费广。自驾车的车流从根本上已经改变中国旅游的发展格局，比如有一些比较偏远的地区，原来按传统的旅游方式很难做起来，现在由于自驾车，也发展起来了。整个旅游产业的布局和均衡化发展比以前强了很多，这就是一些根本性的改变。

自驾车旅游激发了潜在需求，等于做大了旅游市场，也使目的地进一步深化，这种深化的程度远远超出我们的想象。有时候到了西北、西南的一些很偏远的地方，会发现真正能够到边边角角的都是自驾车的人，而且他们的信息和偏好更强，所以就构造了新的旅游地点的延伸，新东西不断产生。自驾者从点到线的连通作用很强，而且自驾车旅游者自己会设计各种各样的专题节目，一系列的专题节目就产生了。进一步说，就是从线到圈的形成，实际上就是以出

发点作为一个圆心构造了这样一个圈，这样的圈已经形成了中国旅游发展的一个新格局。但是严格地说，无论学者，还是旅游部门，现在对这样一个新的格局关注得都不够。最后就是从圈到面的扩展，自驾车最终形成的特点就是复游率的提高，就是说如果这个地方我喜欢，可能年年去。对于观光旅游者来说，黄山很好，但是去一次就够了，因为去过了，到此一游了。而自驾车不同。自驾车一定程度上具备了相应的休闲度假的消费特点。这样的影响可以起到战略性、长远性、根本性的作用。

自驾车旅游的发展，具有一系列新意义。

第一，“腿”的意义。有了车就有了腿，如果从社会学角度来说，是一个人的自由的拓展，也是社会自由的一种提升。新中国成立初期，我们的脑子里哪有自驾车的概念，那根本就是无法想象的事情。现在不同了，因为已经变成一种普遍的现象了。

第二，“玩”的意义。通过自驾车构造了一种新的生活方式，这就是在路上的生活方式。从这个角度来说，我们的生活方式就是两类，一类就是在家，在班上；一类就是在路上，所以自驾车为我们开拓了一种新的生活方式。由此，进一步会产生一些新的文化意义。

第三，“累”的意义。自驾车就是花钱找罪受，尤其在现在公共交通已经如此发达的今天，飞机也好，高铁也好，都很方便，也都很舒适，但为什么要干这个事呢？一方面是自我挑战，尤其对一些老同志，挑战自我，觉得自己仍旧年轻。另一方面，在路上的这种生活方式创造了一种新的关系整合，是个人关系的一种整合，也是社会关系的整合。

第四，“微”的意义。现在微博和微信热起来了，所以在自驾车过程之中，每个人都成为一个自媒体，开着车到哪儿，一张照片一拍，跟着就上微博、微信，一堆粉丝就跟着来了，有很强的成就感，实际上这就构造了一种新的人际关系。

第五，“跑”的意义。浩浩荡荡的汽车洪流对地方的经济发展有强大的拉动作用，但现在的问题在于我们还没有完全对应这样一个新的市场。有的地方已经有了很强的意识，但是如果不能深度对接，实际上该挣的钱没挣到，客人还会发牢骚，这是很自然的。这样，自驾车的发展就形成了区域统筹和新的城乡统筹，以汽车为载体，带动游客流，有助于形成服务流和物料流，带动资金流和人才流，拉动信息流和商务流，创造文化流和科技流。这些通过自驾车旅游带来的发展要素流动，有利于推动和谐社会的建设。

归根到底，自驾车旅游真正的竞争力就是一个“全”。

第一，全方位的挑战。一是目的地的完善形成了竞争，因为要对接自驾车，对于目的地的方方面面要求都很高，虽然现在自驾车旅游者还不能称之为高端旅游者，但也绝不是大众旅游者。他们对目的地的完善程度要求很高，这就对目的地各个细节、各个环节的完善形成了非常高的挑战。到现在为止，我还基本上没有看到一个目的地能够百分之百对接自驾车旅游者。二是目的地的衔接需要突破，我们现在的自驾车景点相互之间相对独立，所以到这个地方是一个感觉，到那个地方就是另一种感觉。高速公路还好一点，毕竟还是全国统一的格局，如果换一个路口那可就完全不同了。我们经常感觉到两省或者三省交界处，刚才还在天堂，突然就跌入谷底，这肯定是衔接部。而且这个省经济发达一点，路就好一点，那个省经济差一点，路就差一点，这个感受是非常分明的。这种地方保护我们无可讳言，但这就是我们所面对的一个挑战。

第二，全方位的运营。涉及信息、标识、道路、保障、设施等。现在的问题在于，全方位运营的客观需求强烈，但是没有一个主体可以承接，所以除了地方割据之外，还有部门割据。严格地说，旅游部门对这方面的感受最深，只能提一些建议和要求，具体的问题解决起来很困难，这也是一个客观存在的问题。

第三，全方位的满意。我们的项目要满足需要，品质要满足预期。项目满足需要这一点现在来说比较容易，好多地方都在“大干快上”。但是品质要满足预期不大容易，一是自驾车旅游者经验越来越丰富，所以预期自然越来越高；二是好多地方用一流的东西宣传，用三流的东西对待，把客人的胃口吊得高高的，结果来了之后摔到地上了。所以我们到底应该怎样来宣传，这是一门学问。三是结构得以优化，对应自驾车旅游者的，一定是一个完整的结构，这个结构到底如何优化？应该说现在还没有破题。最后要达到的，是一个全方位的满意加惊喜。

总体而言，从全方位的角度来说，对于自驾车，我们必须要有个更广泛的把握。

汽车改变了国家，汽车文化改变了生活，在自驾车生活的基础上会形成自驾车文化。如果说把自驾车提升到一种生活方式，提升到一种文化高度，这件事情就更有味道了。车轮滚滚也是双刃剑，我们应该主动进取、积累经验、全面服务。

世界旅游城市联合会专家委员会主任
全国休闲标准化技术委员会副主任委员

魏小安

2014年3月

目 录

CONTENTS

序言一	张广瑞
序言二	魏小安

第一部分 总报告

中国自驾游发展的现状、问题与趋势	2
------------------------	---

第二部分 理论篇

我国自驾游发展的新特征、新挑战、新机遇	魏小安 / 26
中国旅游车船协会推动自驾游业态发展的实践与思考	刘汉奇 / 36
中国自驾车旅游发展的现状、问题与对策	吴金梅 / 49
自驾游再认识：发展背景与产业机会	马聪玲 / 61
中国自驾游发展的背景、国际比较与展望	诺木汗 / 70

第三部分 地方篇

四川省自驾游发展的形势、特征与展望	李 玲 / 98
海南省自驾游发展的总体情况与展望	陈樱妮 / 109
湖南省自驾游发展的优势条件与趋势分析	崔 磊 / 116
厦门市集美区构建自驾游保障体系的探索	谢泽栋 / 125
云南省自驾游发展的优势、问题与对策	付开礼 / 133
重庆自驾游总体发展情况与市场调研分析	瞿能伸 陈 燕 / 144
河南省自驾游经典线路及自驾游协会的相关工作	侯蕊蕊 / 156
广东省自驾游发展的历程与展望	李致君 / 161
辽宁省自驾游：资源优势与发展现状	陈燕奎 / 166

第四部分 行业篇

产业化运营与创新型发展

——苏友汽车俱乐部的经验与启示	王学霆 / 174
-----------------------	-----------

多措并举，打造京西北自驾车旅游目的地

——河北怀来的实践与思考	贾海文 / 182
武夷山自驾游营地建设的探索与思考	周勋南 / 191
中国汽车租赁行业发展与企业实践	朱树增 / 196
自驾旅游市场保险现状	金桂岭 / 204

第五部分 国际篇

欧洲自驾游的基础设施和相关产业发展概况	程 泓 / 212
美国房车旅游的发展与经验启示	陈立平 / 225

第六部分 附 录

附录一 自驾车旅游统计信息数据采集点及 提供数据自驾车俱乐部名单	236
附录二 自驾游和露营相关组织简介	238
附录三 全德汽车俱乐部（ADAC）发展历史与运营模式	242
附录四 国内外自驾游经典线路	246
附录五 国际租车的方法及流程	248
后 记	253

第一部分 总报告

中国自驾游发展的现状、 问题与趋势^{*}

摘 要：本文总结了自驾游发展的历史及总体情况，结合自驾游的政策支持与行业管理情况分析了中国自驾游的形势与特征，并对我国自驾游发展的未来趋势进行了预测。

关键词：自驾游 现状 问题 趋势展望

伴随着中国经济的持续增长、旅游产业的快速发展、汽车保有量的逐年上升、人们休闲时间和休闲意识的不断增加，我国的自驾车旅游蓬勃发展。面对快速增长、数量巨大的自驾车出游需求，旅游休闲产业现实供应显得不足，道路、信息等公共服务体系虽不断完善，但更多需求亟待满足；对自驾出游者的救援、保险等专业化服务和组织依然不足。作为新兴的旅游形式，自驾游经济影响巨大、涉及产业众多、参与人群广泛、提供主体多元、行业归口管理难度大，至今国内对这一新兴消费热点领域，尚未有明确的统计数据 and 深入行业分析。

为全面描述中国自驾游发展的现状，揭示目前自驾游发展中的问题与制约，促进自驾游的进一步健康发展，中国旅游车船协会与中国社科院旅游研究中心从 2013 年起开始共同发布《中国自驾游发展报告（2012 ~ 2013）》，《报告》主要内容分为四部分：一是中国自驾游的历史发展及总体情况；二是 2012 年中国自驾游的年度特征；三是自驾游相关的政策与行业管理；四是对自驾游发展展望。通过重点企业访谈、重点地区实地考察、专家意见征询等方法，在参考国内外旅游统计数据、自驾游信息采集点申报数据、国内游客抽样调查数据、相关企业访谈数据、汽车行业统计数据以及研究文献等基础上，《报告》课题组立足旅游总体发展态势，进行深入剖析，以期较为全面系

^{*} 该课题由马聪玲、吴金梅执笔。课题组长：马聪玲；课题副组长：刘汉奇、吴金梅；学术顾问：张广瑞、宋瑞、刘德谦；课题组成员包括鲁青山、张欣、宋瑞、吴金梅、马聪玲、金准、曾莉。

统地反映国内自驾游发展的总体态势，并对未来发展建言献策。本文是该报告的主要内容。

一、中国自驾车旅游历史发展及总体情况

（一）自驾车旅游的内涵和范围

自驾游（self-driving tour），是自驾车旅游的简称，属于自助旅行的一种类型。自驾车旅游兴起于 20 世纪中期的美国，后流行于西方发达国家。最初，人们把周末开车出游叫“Sunday Drive”，后来发展成为“Drive Travel”。我们将自驾游定义为：“以自驾车为主要交通手段的旅游形式”。这里所指的自驾车，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。本报告中所研究的自驾游活动以自驾汽车为主。

基于车辆所带来的自有空间，自行驾驶所带来的自由化选择，使得自驾车出游的灵活性与舒适性远高于其他旅游方式。从自驾游的行为来看，其具有明显区别于其他旅游方式的特点。一是驾乘人员和旅游者的同一性，自驾车旅游活动中驾驶人员和乘坐人员同时具有旅游者的身份，自驾旅游是指驾驶员本身就是为了参与旅游活动而通过自己使用交通工具来实现旅游目的的行为；二是行程及旅游活动安排的灵活性，与火车、飞机、大巴等任何一种交通工具不同，在条件允许的情况下，自驾车旅游的过程中可以随时按照旅游者的意愿驻停、改变线路、增减项目；三是交通工具的自主选择性，在自驾游的过程中，对于交通工具的选择是由旅游者自行掌控的，不论驾驶工具的选择还是驾乘过程的选择都是由旅游者自行作出的；四是空间的便利性，基于车辆自有空间的安全与便利，在自驾车的出游行为中较之其他的旅行方式增加了更多的舒适性。

（二）自驾车旅游的发展阶段

自驾车旅游这一自助旅游形式的兴起与发展，是与汽车产业的发展密切相关的。汽车的普及为自驾车出游提供了物质条件，旅游产业面对自驾车出游提