

自驾游市场火爆 消费需求升级

——中国自驾游市场新观察

近年来,自驾游作为一种全新的旅游方式、生活方式,成为现代旅游业的新亮点、新时尚、新蓝海。中国自驾游发展如何?有什么新的增长点?面临怎样的挑战?

50余家中国参展商亮相IAA2023慕尼黑国际车展 中国新能源车企集体“出海”

为期6天的IAA2023慕尼黑国际车展于9月10日落下帷幕。今年展会,来自全球微移动、自行车、汽车、供应商和技术领域的675家参展商带来了汽车技术、智能出行解决方案等最新成果。不过,这一德国乃至欧洲最重要的车展,今年却被海外很多媒体称为“中国车展”。筹备了强大势能的中国新能源车企和供应链厂商集体“出海”,成为本届慕尼黑车展名副其实的焦点,这也意味着当前激战正酣的国内新能源市场竞争,“战火”正加速向欧洲市场蔓延。

文/图 羊城晚报记者 戚耀琪 潘亮 实习生 陈嘉



小鹏国际版G9已发往欧洲

比亚迪腾势D9

宝马新世代概念车内观

中国参展商数量较上届增长超一倍

据了解,在本次慕尼黑车展中,外国参展商的比例从上一届的33%升至50%,其中,中国参展商约有50家,涵盖整车、三电及充电、智能汽车电子、软件等领域,参展规模与上一届相比增长一倍有余。这也使中国成为除东道主德国之外参展商数量最多的国家。此次慕尼黑车展,有媒体形容是“德国搭台,中国唱戏”。德国本土参展商数量少、展位少。相比之下,从比亚迪、小鹏再到宁德时代、地平线,从产品到技术,都刷起了存在感。来自中国的新能源厂商轮番上演,无论是高科技十足的概念车型,还是平民化、经济型的新车型,都让欧美竞争者感觉到挑战。

当前,中国新能源车产业体系已经完备,产业链的成熟和高效,一批头部企业纷纷出海。新车从设计到量产和下线的过程不断缩短,为车企抢夺市场赢得时间,更大降低了汽车的生产成本。中国新能源车更低售价和更好的体验,都给德国乃至欧洲的民众打开了一扇窗。相比之下,只是停留在宣扬未来概念的欧美豪华车企,则在新能源的现实普及上落地不足,倍感压力。大众乘用车技术研发董事表示,如果大众汽车想要与比亚迪等中国车企竞争,就必须找到方法,在更短时间内生产出高质量的汽车,他指出比亚迪的成功得益于敏捷的方法、平台战略、电池技术以及低成本。

据了,在本次慕尼黑车展中,外国参展商的比例从上一届的33%升至50%,其中,中国参展商约有50家,涵盖整车、三电及充电、智能汽车电子、软件等领域,参展规模与上一届相比增长一倍有余。这也使中国成为除东道主德国之外参展商数量最多的国家。此次慕尼黑车展,有媒体形容是“德国搭台,中国唱戏”。德国本土参展商数量少、展位少。相比之下,从比亚迪、小鹏再到宁德时代、地平线,从产品到技术,都刷起了存在感。来自中国的新能源厂商轮番上演,无论是高科技十足的概念车型,还是平民化、经济型的新车型,都让欧美竞争者感觉到挑战。

慕尼黑国际车展亮点一览

● 比亚迪海豹正式在欧洲上市



比亚迪海豹正式在欧洲上市

9月4日,比亚迪携海豹、宋PLUS EV冠军版、元PLUS(海外命名为BYD ATTO 3)、海豚、汉以及腾势D9亮相德国慕尼黑车展(IAA MOBILITY 2023)。比亚迪宣布海豹正式在欧洲上市,并提供两个版本,售价分别为50990欧元(约合人民币40万元)和44900欧元(约合人民币35万元)。宋PLUS EV冠军版首次与欧洲消费者见面,将于不久后在欧洲上市。

比亚迪欧洲汽车销售事业部总经理舒酉星表示:“比亚迪新能源乘用车在近两年内已进入了15个欧洲国家,并携手优质本地合作伙伴,在英国、德国、法国、意大利、西班牙等国开设了超140家门店,将持续为消费者提供更快更便捷和舒适的购车体验。随着全球电动化不断加速,欧洲已成为新能源汽车的重要市场。比亚迪持续深耕欧洲市场,不断丰富其新能源车型矩阵,满足消费者多样化的需求。”

● 腾势品牌明年登陆欧洲市场

腾势作为智慧安全新豪华汽车品牌,携旗下新能源豪华MPV腾势D9亮相德国慕尼黑国际车展(IAA)。2023年俨然成为腾势亮相国际舞台的元年。

2024年,腾势品牌计划登陆欧洲市场,拓展欧洲市场;并不断丰富其豪华新能源车型矩阵,与全球伙伴深化合作。

● BMW新世代概念车全球首发

在2023德国慕尼黑国际车展(IAA)上,宝马集团带来全球首发的BMW新世代概念车,为客户提供了全新的人机交互方式。

宝马集团负责研发的董事博凡表示:“新世代代表了宝马集团历史上最大一笔投资,先进科技将对未来的宝马车型产生深远影响。”

新闻链接

8月国内新能源车零售69.8万辆

据乘联会初步统计,8月1日-31日,乘用车市场零售190.2万辆,同比增长2%,环比增长7%;今年以来累计零售1319.9万辆,同比增长2%;全国乘用车厂商批发222.3万辆,同比增长6%,环比增长8%;今年以来累计批发1535.4万辆,同比增长6%。由于去年8月的车购税减免拉动销量作用放缓,而今年是正常销售时间,因此8月的同比走势仍较弱。

今年暑假,出游游玩热情较高,购车、换车出游也是部分家庭的新选择,有利于购车消费。本地市场也面临着暑期车量接送、短途夏令营等活动场景,继续利好出行市场订单获取与恢复。7月以来,居民暑期外出旅行热度较高,文旅、就餐等服务类消费景气度提升明显,支撑经济企稳恢复。目前,部分消费者的消费信心不强,首购需求表现远不如换购需求大。日前,各地促消费活动较为丰富,商务部推动各地开展“百城联动”汽车消费季和“千县万镇”新能源汽车消费季活动。部分地区开展大量发放消费券等辅助措施,进一步提振了汽车消费热情。(戚耀琪)

2025年欧洲市场中国车企份额有望达到15%

数据显示,经历20年发展,中国新能源汽车销量持续快速增长,成为全球汽车产业转型的风向标。2022年中国新能源汽车销售689万辆,同比增长93%,销量连续八年位居全球第一;新车渗透率超过25%,提前3年完成2025年规划目标。预计今年的新能源车将达到850万辆,到年底渗透率可能达到30%。此外,今年上半年,欧洲市场已经占中国汽车出口的39%,超过了亚洲和北美市场。

从2020年的22.3万辆一路走强至去年的67.9万辆。中国汽车工业协会的数据显示,今年前7个月,中国新能源汽车出口总量达到636万辆,同比增长150%,欧洲正是出口主力地区。中国汽车工业协会副秘书长陈士华预计,今年全年新能源汽车出口将超100万辆。

中国新能源汽车工业协会总工程师许海东将此次中国整车车企集体亮相慕尼黑车展称作“高光时刻”,他表示,通过3年来的“换道超车”,中国汽车产业已经具备正向设计、制造、供应链、对消费者的理解和感受等能力,产业水平大幅提升,特别在新能源智能网联方面有所领先,“整个中国汽车产业进入了一个和世界相近的水平”。

国内新能源车企加速出海

国内新能源车企如何开拓海外市场?记者了解到,2020年起,小鹏汽车向挪威用户交付G3车型,敲开欧洲市场大门。随着“直营+授权”新零售模式日渐成熟,小鹏至今已在丹麦、荷兰、挪威和瑞典等北欧地区建立起销售和服务中心网络。本届慕尼黑车展上,小鹏汽车表示,将在2024年向德国市场推出国际版P7i和G9两款车型,借此开拓德国这一世界上竞争最激烈的汽车市场之一。欧洲销售和服务中心网络也将持续扩大,到今年年底,小鹏汽车欧洲门店和服务中心预计分别达到17家和15家。

威乘联合NAF举办的夏季电动车测试中,小鹏G9(欧版)以319kw的充电峰值功率打破充电纪录,并以113%的WLTP续航完成率位列第一。与多数车企整车出口不同,蔚来汽车将全体系服务推向欧洲市场。“毫无疑问,欧洲是一个重要的市场。任何一个成功品牌,都不能错过这一巨大市场。”蔚来欧洲业务发展负责人陈晨表示,蔚来正在欧洲市场力推“车电分离”模式和“换电”服务,“车辆、电池分开销售”的模式受到当地政府和汽车租赁公司的支持,目前,蔚来在欧洲市场已有98%的用户选择租用电池,为了享受快速更换电池的服务,企业正在加快欧洲市场换电站的建设进度。

截至6月底,蔚来已在欧洲建成18座换电站,8座超充站,蔚来APP接入的欧洲第三方充电桩超50万个。蔚来创始人李斌此前表示,蔚来计划到2023年年底在欧洲累计布局120座换电站,到2025年,计划在中国以外市场建成1000座换电站,其中大部分将分布在欧洲。

今年7月,小鹏汽车与德国大众汽车达成框架协议,小鹏将向大众提供智能座舱、智能驾驶等核心技术,产品将在2026年下线。本届车展上,大众汽车集团首席执行官奥博穆表示,大众中国将基于小鹏G9平台打造2款B级SUV,小鹏提供平台和制造,大众负责工程研发、设计和制造。据了解,在今年6月由挪

2021年,蔚来以“订阅模式”打入挪威市场,去年10月开

成国民旅游主要选择

国内的自驾游兴起于20世纪90年代。一方面,国民收入水平提升,公路设施、旅游服务不断完善,汽车越来越多地进入家庭;另一方面,随着假期增多,人们消费观念也发生转变,开始尝试自己驾车到城市周边或更远的地方旅游度假。2000年以前,自驾游形式主要以旅游者自行安排的城市周边游或一日游为主,出游者数量逐年稳步增加;2001年以来,团体自驾游形式出现,旅行社、汽车俱乐部等机构组织的自驾游与个人自驾游数量快速增长;2008年以后,自驾游呈现出爆发式增长;自2017年起,全国自驾游人数占国内旅游人数的比重连续五年超过60%,自驾游市场进入成长期。

“尤其是2020年以来,大多数人的旅游行为方式发生了改变。”中国旅游车船协会监事长刘汉奇表示,“旅行者对自由行、自驾游、房车露营旅游产生了更强烈的需求。”数据显示,自驾游已经成为国民旅游出行的主要选择。根据《中国自驾车、旅居车与露营地发展报告(2022-2023年)》,2022年全国自驾游人数占国内出游总人数的比重为74.8%。携程近日发布的《2023年暑期租车自驾游报告》显示,今年暑期国内租车自驾订单量同比增长超八成,较2019年同期增长352%。5年来,自驾游市场迎来最旺暑期。

引领旅游市场多样发展

根据文化和旅游部官网数据,以“露营”“房车”“自驾游”为关键词进行信息检索后梳理分类呈现,自2012年第一条资讯到2022年,“露营”“房车”“自驾游”的信息量年均复合增长率达到了157.8%;“露营”关键词在2022年实现了大幅度增长,增长率达到了161.0%。随着自驾游的逐渐兴盛,“露营+自驾”的融合正在成为大众放松身心的新方式。“享受闲暇时光就是旅游的意义,露营将是一种接近常态的生活方式。”在6月举行

的黑龙江省第七届自驾露营大会上,黑龙江省自驾游与露营地协会常务副会长于洋说,露营经营正在开拓旅游市场的新方向。旅行者对于出行的私密性、安全性、灵活性等要求越来越高,也让房车自驾游成为自驾游的新潮流。上汽房车生活家总经理杨松柏认为,国内房车市场前景广阔,潜力有待进一步挖掘。盼完善配套助绿色发展

随着个性、灵活的自驾游体验日渐备受青睐,面对纷至沓来的游客,景区及露营地如何将游客“流量”变“留量”,是发展自驾游面临的挑战。相较于传统的团体旅行,自驾游对景区车位的需求量显著增加,在节假日和旅游旺季,景区附近道路因停车位不足产生的拥堵屡见不鲜,“进退两难”的处境极大影响游客出行体验。

“一个地区想要发展自驾游,除了要为人提供服务,还要为车提供保障。”刘汉奇说,“营地基础设施要包含水电供应设备、污物处理设施、车辆清洗等,并适当提供车辆维修保养服务,有助于吸引自驾游客前往驻扎。”许多所谓的精致“露营地”“打卡地”还存在千篇一律的装备、活动与摆拍问题,很多新成立的露营企业可能会因为缺乏必要的露营地运营经验、专业知识和资金资源而倒闭注销。

中国旅游研究院提供的报告显示,国内度假产业起步较晚,相关产业政策较为零散,支持力度也有待提升,如自驾车、房车、露营建设等方面虽然出台了一些政策,但在细化实施上仍需进一步加强。“绿色发展是中国式现代化对旅游业的必然要求。”中国旅游研究院副院长唐晓云表示,对旅游业而言,践行绿色发展思想,推动绿色旅游实践,需要从发展理念、政策规划、资源利用、产品和业态打造、发展动能和发展模式转变各方面全面升级,走出一条生产发展、生活富裕、生态良好的文明发展道路。(新华社)

又有新进展!白云机场三期扩建工程掀起建设施工高潮

羊城晚报 记者李志文,通讯员机建宣、陈慧敏、梁颖摄影报道:近日,由中建三局承建的白云机场三期扩建工程T3航站楼项目中区花冠柱顺利封顶,标志着主楼中区预留通道即将全面启动主体结构施工,项目钢结构建设即将进入南侧花冠柱施工新阶段。钢结构项目以“花”为主题,8片花瓣构成“花”的形态,结合“缤纷花海”似的玻璃穹顶,第五立面如鲜花绽放,形成“羊城花冠”这一建筑意象。其中的花冠柱是营造“花开羊城”形象的重要构件,其弯扭截面形态及受力模式复杂,设计难度极大。

今年以来,白云机场三期扩建工程T3航站楼项目不断掀起建设施工高潮,先后迎来主楼A区首块主体结构封顶、首根钢结构网架完成提升等重要节点,这意味着白云机场三期扩建工程T3航站楼主楼主体结构进入全面冲刺阶段,项目正式全面进入钢结构网架施工阶段。白云机场三期扩建工程是中国民航、广东省和广州市的重点建设项目,于2020年9月27日开工建设,总投资537.7亿元,

主要新建T3航站楼,西二、东三两条跑道,综合交通中心,以及T2航站楼东、西四指廊。工程计划于2025年建成投产,此项工程完工后,白云机场年旅客吞吐量将达到1.2亿人次、货邮吞吐量达到380万吨,终端旅客吞吐能力达到1.4亿人次、货邮吞吐能力达到600万吨,客货吞吐规模将在全球处于领先地位。白云机场三期扩建工程建成后,将同机场一期和二期工程,共同组成一个功能更加强大的枢纽机场,最终实现5条跑道、2个航站区的规划格局,空地联建成为一个现代化的综合交通体系和一个支撑交通强国建设的世界一流航空枢纽。



白云机场T3航站楼室内效果图