

暑假出行面面观·航空

暑运过半，民航业数据“两增一降”

# 机票价格下降 旅客出行大增

文/图 羊城晚报记者 李志文 通讯员 机场宣 实习生 王芷善

暑运过半，民航业数据呈现出“两增一降”的特点，其中航班量和旅客运输量均实现增长，机票价格则下降，后者利好旅客出行，因而受到消费者欢迎。

## 客运航班量增长

据飞常准民航看板统计，暑运首月7月国内航线实际执行客运航班量44.2万班次，同比2023年增长2%，同比2019年增长14%。7月31日国内单日客运航班量达最高值，为14627班次。7月国际及地区航线实际执行客运航班量6.5万班次，同比2023年增长61%，已恢复至2019年同期的76%。7月27日国际及地区单日客运航班量达最高值，为2196班次。

航线方面，国内最热门的5条航线分别是：上海虹桥⇌深圳宝安、上海虹桥⇌广州白云、北京首都⇌上海虹桥、杭州萧山⇌广州白云、深圳宝安⇌杭州萧山。国际及地区最热门的5条航线分别是：香港⇌上海浦东、大阪关西⇌上海浦东、曼谷素万那普⇌上海浦东、首尔仁川⇌青岛胶东、东京成田⇌上海浦东。

机场方面，国内航班量排名前十的机场依次是：广州白云、成都天府、深圳宝安、西安咸阳、北京首都、重庆江北、昆明长水、上海浦东、北京大兴、杭州萧山。国际及地区航班量排名前十的机场依次是上海浦东、广州白云、北京首都、深圳宝安、成都天府、北京大兴、杭州萧山、厦门高崎、南京禄口、昆明长水。

## 旅客运输量大增

客流量方面，民航纵横大数据显示，7月，国内航线民航旅客运输量超5857万人次，同比去年增长约6%；出入境航线民航运输旅客量超697万人次，同比去年增长约70%。值得注意的是，受国际赛事带动，国内前往欧洲的民航旅客量同比去年有大幅增加，增长约88%。

根据航班管家App数据，今年暑期国内机票（经济舱）不含税均价800元，同比2023年下降15%，同比2019年下降2%。以三亚为例，截至7月29日，今年暑期国内往返三亚的航线机票均价为820元，同比去年暑期下降了22%。航班管家App价格日历显示，8月份北京直飞三亚的最低

机票价格均价在1000元以下。除三亚外，今年暑期国内机票价格下降幅度最大的城市还有桂林（同比下降27%）、珠海（同比下降26%）、海口（同比下降25%）、拉萨（同比下降24%）、丽江（同比下降23%）。暑期后半程，旅客可考虑到这些地方旅游度假。

国际机票方面，今年暑期经济舱含税均价为2183元，同比2023年下降26.30%，同比2019年下降12.14%。从机票订单看，2024年暑期期间排名前五的热门的国际/港澳台目的地分别是：中国香港、曼谷、中国澳门、首尔和东京。



相关链接

## 白云机场将奉上多场“文化大餐”

8月5日，广州白云国际机场迎来“20岁生日”——转场运营20周年。为庆祝该活动，白云机场宣布“请客吃饭”回馈广大旅客。白云机场与银联联手于8月5日-8月9日期间，推出“白云机场美食节”，包括陶陶居、广州酒家、太二酸菜鱼等知名网红店在内，白云机场餐饮店铺向旅客提供正价商品7折优惠，还可叠加银联满50元立减10元优惠。

白云机场连日来惊喜活动不断、精彩纷呈——广东省文化与旅游厅在白云机场航站楼上演醒狮、粤剧表演，在广东的“家门口”欢迎全球旅客到广东过暑假。据介绍，直到8月底，白云机场还将有英歌舞、传统武术等多场非遗表演文化快闪。白云机场逢周二、周四将上演岭南非遗文化快闪，逢周三、周五则是长隆乐园的动物巡游、大马戏，为进出港旅客带来古今中外不同风情的欢乐体验。

暑假期间，白云机场客流旺盛



白云机场近日上演的舞狮表演

文/图 羊城晚报记者 严锦程 通讯员 游智宇 曾琳 李晓彤

暑假出行面面观·铁路

# 穿越独库，探索南北疆

南方快车“穗疏号·援疆专列”始发

## 满足旅客多样化出行需求

搭乘“银龙”“青龙”穿梭祖国的大好河山，俨然成为一道独具中国特色的风景线。

7月29日18时，暑气慢慢散去，金色的夕阳映衬着广州火车站，今年第二趟南方快车“穗疏号·援疆专列”Y412次列车整装待发，载着近400名游客从广州出发，目标大西北，一探南北疆。

“银发团”向新疆出发。当日下午5时，本趟专列的旅客们先后来到广州火车站一站台集合，等待发车仪式的开始，本趟列车的旅客中，中老年旅客占了大多数。半小时后，醒狮队进场，为本趟列车的旅客们送上祝福，并邀请了四名旅客代表为狮头“点睛”。下午5时50分，旅客们在指引下陆续登车，好几名老年旅客难掩激动与兴奋的心情，用手机记录下发车前的每一时刻，别看他们年纪大，从站台一直拍到座位上，手一点都不抖。

从岭南到西北，铁路特色文旅服务丰富旅客多样化出行需求。据广铁集团铁青文旅列车分公司负责人黎一介绍，本次南方快车将横跨

大半个中国，途经河南、新疆、甘肃等地。游客不仅能游览卡拉库里湖、天山花海，那拉提草原等绝妙的自然风光，也能在哈密王府、罗布人村寨、喀什老城等景点感受独特的人文风情，还可以穿越“十里不同天”的独库公路、走进《西游记》中的“火焰山”和课本里的“葡萄沟”。

今年还是南方快车自1999年开行以来，走过的第25个年头。据悉，南方快车不仅拥有“丝绸之路”“塞北风情”“西南之旅”“挺进中原”等经典线路，近几年推出的“北国牧歌”“行走独库”更是成为明星产品，持续吸引旅客上车体验不一样的沿途风光。

## 列车上娱乐活动丰富

为做好此次南方快车的开行，广东铁青文旅公司提前安排人员，对出行的线路进行考察，策划列车上丰富的娱乐活动，精心做好车底装饰布置和组织隆重的发车仪式。从各地菜式的口味调整到上车前的洗澡安排，努力做到对每个环节每个细节的用心把控。

广州客运段高度重视，周密部署，负责担当列车值乘任务的广州东线一

队精心抽调业务骨干负责乘务工作，组织党员骨干开展安全分析研判，从列车安全检查、卧具整备、餐食供应等方面认真准备，做好服务和保障。

针对本次南方快车老年旅客较多的情况，广州火车站提前与广东铁青文旅公司对接，安排专用的进站安检通道和候车专区，并优化股道安排，确保列车能够停靠在一站台，减少旅客行走距离，提升游客的顺畅体验。

“在火车上，我们准备了欢迎酒会、欢歌会、养生大讲堂等活动，车上的行程将不再枯燥。接下来的18天旅程里，游客不仅可以欣赏沿途风光，还可以品尝到赛里木湖的高白鲑鱼宴、新疆烤全羊等当地的特色美食。”黎一说。

据悉，欢迎酒会在发车当晚于餐车车厢举办；养生大讲堂由列车随行医生按照旅客意愿进行定制，向列车旅客讲述养生知识，面对面接受养生保健咨询；欢送酒会将于行程最后一日（8月14日）举行。

据了解，广铁集团今年以来已开行各类旅游专列113趟，主要开往东北漠河、湖南韶山、江西井冈山、湖北宜昌等地，8月预计还将开行旅游专列14趟左右。

暑假出行面面观·租车

文/羊城晚报记者 潘亮 实习生 关铜瑶

随着炎炎夏日的到来，阳光洒满大地，人们的心情也随之变得明媚而热烈。在这个热情如火的季节，有一件事情比烈日更加炽热——那就是自驾旅行的热潮。无论是穿梭于城市的大街小巷，还是驰骋在广袤的自然风光中，租车自驾以其便捷性和灵活性，满足了人们对旅行的多样化需求，成为夏日旅行的新风尚，点燃了无数旅行者的热情。

在这个充满活力的夏日，国内租车市场迎来了新一轮的增长。羊城晚报记者整理发现，随着暑期的到来以及“亲子游”“毕业季”等旅行需求不断增长，租车市场迎来热潮。为进一步扩大市场，增强用户黏性，各大租车平台纷纷推出优惠政策，从而吸引更多消费者，抓住这个市场发展黄金期。

## 租车市场迎来暑期热浪

今年暑期，国内租车市场迎来了显著的增长，特别是长线游的租车需求呈现出爆发式的增长态势。根据携程集团的数据，暑期国内长线游占比超过七成，其中东北、西南地区旅游订单同比分别增长了40%和25%，西北地区旅游订单同比增长也超过了20%。这些数据反映出，游客对于长线旅游的热情高涨，租车自驾成为满足这一需求的重要方式。

携程租车数据显示，国内暑期租车自驾的平均租期为7天，而50%以上的用户租期为5天及以上，显示出游客更倾向于选择长租期来享受更加灵活自由的旅游体验。哈啰租车的数据进一步证实了租车业务的火爆，暑期租车订单量显著增长，尤其是5天以上的长租订单同比增长30%，表明游客对于长线旅游和租车自驾的需求日益增强。

“综合来看，随着国内旅游市场的稳步增长和旅游消费需求的升级，租车自驾作为一种新兴的旅游方式，正在成为越来越多游客的首选。”中关村信息消费联盟理事长项立刚表示，长线游的火爆和租车订单的大幅增长，预示着租车市场的巨大潜力和发展前景。

## 新能源汽车成租车新宠

值得注意的是，今年暑期，新能源汽车在租车市场可谓是大放异彩，成为年轻一代的新宠。携程集团的数据显示，自7月假期开始，新能源车订单量占据了市场的九成以上，实现了同比46%的大幅增长。这一趋势的背后，是年轻消费者对新能源汽车的高涨热情和环保理念的积极响应。

特别是“90后”和“00后”这两大年轻群体，他们对新能源租车的偏好尤为明显，占据了租车用户的六成以上。更引人瞩目的是，“00后”用户的订单量同比增长超过50%，在所有年龄段中增长最为迅猛。而“05后”的新能源租车订单量更是实现了超过4倍的惊人增长，这不仅展现了年轻一代对新事物的快速接纳能力，也预示着新能源汽车市场的广阔前景。

同时，一嗨租车此前发布的《2024年五一小长假自驾出行报告》也显示了新能源汽车租赁的上升趋势。在“五一”假期期间，一嗨租车平台上的新能源汽车总出租天数同比增长超过100%，特斯拉、小鹏以及北汽极狐等品牌车型备受租客青睐。这一趋势延续至暑期，进一步证实了新能源汽车在租车市场中的强劲增长势头。

## 租车平台启动暑期盛宴

随着暑期的到来，租车市场迎来了一年一度的旺季。各大租车平台纷纷推出各种优惠政策，以满足消费者对于个性化和深度旅游体验的需求。各大平台，如携程租车、一嗨租车等，都推出了暑期租车优惠券和新人专属优惠券，进一步激发市场内驱力。

同时，神州租车联合张颂文、钟楚曦等五名代言人推出了一系列自驾旅行线路。这些线路旨在展示多样化的自然风光和个性化的旅行选择，鼓励人们探索不同的旅行方式。同时，神州租车在7月3日至8月31日期间举办了“夏日自驾节”活动，提供了一系列夏日出行优惠和便利，以期提升用户的旅行体验。

哈啰租车以“夏日在别处，租车去避暑”为暑期主

题，针对暑期旅游热，推出了“暑期特惠租”活动车型专栏和“好价123·10元租一天”周周秒杀活动，广泛吸引用户。近日，一嗨租车携手铁路12306达成独家合作，正式上线铁路12306App，提供一站式高品质租车服务。标志着“高铁+租车”新出行模式的开启。一嗨租车还通过免车辆押金、全国异地还车等服务，助力广大用户体验更舒适、更自由的旅行。

业内专家指出，随着暑假避暑游、亲子游、毕业游等，催生了租车热潮，丰富了出行方式，提升了旅行品质，并助力地方经济与文化旅游。今年暑假租车市场呈现预订提前、租期延长趋势，特别是“00后”大学生成为租车出游主力，他们结伴而行，享受沿途风景与美食，为旅途增添无限乐趣。

# 发力全域营销，做好汽车生意 广汽商贸销售高居全国第16名

文/图 羊城晚报记者 威耀琪

“全力扭转经营局面，全力提升终端销量，全力做强自主品牌……”在国内汽车价格战席卷长达一年多的大环境下，面对严峻的市场形势，火热的7月，广汽商贸收到了来自集团的要求。

## 公司领导入驻多个社交平台

今年5月29日，“2024中国汽车经销商大会”发布了百强排行榜。广汽商贸以营业总收入（汽车销售领域）279.48亿元、汽车总销量182575辆（含二手车），获得全国第16名的成绩，较往年上升3个名次。

广汽商贸董事长闫建明对记者形容，汽车行业真正意义上进入了优胜劣汰。从汽车消费情况来看，汽车换购已经从去年开始进入高增长长期，特别是珠三角地区，汽车置换更新成为汽车产业发展越来越重要的增长点。只有不断地去创新，只有不断地去变革，才能够生存下来。

商贸商贸，商品车销售是第一位的。目前，广汽商贸的总体

# 发力全域营销，做好汽车生意 广汽商贸销售高居全国第16名

战略是以“聚焦主业、服务主业、为主业赋能”为定位。广汽集团全系乘用车品牌销售店体系，在全国20余个省份建有销售店122家，同步开拓汽车用品、精品加装、汽车美容、二手车服务，并提供融资租赁、经营性租赁服务。概括起来，就是在汽车销售领域为集团主业增值赋能，在物流和配套领域增效，同时积极探索孵化环保再生资源以及国际业务。

然而，今天卖车这一行已经和五年前的环境大相径庭了。

当下，新媒体席卷一切年龄层，特征是传播形式的泛化，导致全域营销成为主流。记者了解到，广汽商贸公司的领导，从董事长、总经理到中高层、基层，已经纷纷入驻多个社交平台，串联120余家商贸店。曾经只管卖车做生意，如今以全新的形象，构筑多元营销链路，形成新媒体营销矩阵，提升品牌声量及销售转化。

广汽商贸数据显示，目前，日均有效线索较去年同期增长67.80%。在价格战席卷全国，汽车企业压力倍增的当下，1-6月份仅仅在抖音平台就实现订单3160辆，显示出新媒体平台应用的无限可能。此外，通过整合集团内外部

资源，以专项政策、专属产品、专题营销升级客户服务，上半年累计开展联合店头活动24场，获客颇丰。

## 共创车型打造个性化服务模式

一个企业的车型推出市场后，就不能每天都千变万化，但是满足用户差异化个性化服务需求却是永恒的考题。在主机厂研发端，广汽商贸与传祺、埃安、广汽研究院探索个性化服务模式，共创车型由此诞生。

以前是单纯卖用品，但是对车辆的实质性拓展帮助不大，客户也不满意。后来，通过共创定制车型，广汽商贸开出了一条难得的新赛道。在销售店服务端，打造了广汽品牌的商贸特装车型，与国内外知名IP实现跨界共赢，多个让年轻人心动不已的共创项目层出不穷，累计企划PDI方案100余项，车型订单达到了2.1万多辆。

有“广汽商贸工匠”称号的朱春茂就很有经验，他在广汽商贸的成员

企业祺航科技干活。作为广汽商贸传祺品牌PDI版车（交付前特别版的改装车型）项目主担当，协同广汽商贸运营管理部 and 顾客价值创新部。朱春茂通过实地调研，了解商贸各销售店用品销售现状，结合当前汽车后市场的热销产品和销售店反馈，筛选出符合销售店刚性需求的用品。同时，通过与现地服务商进行多轮谈判，一步步降低采购成本，覆盖含M8等7个重点车型。截至2023年12月，商贸店传祺品牌PDI版车项目新车销售平均渗透率达到10%，为公司增加用品营收超过千万元，销售店整车盈利水平获得提升。



广汽商贸销售店现场

## 车市观察

羊城晚报财经评论员 威耀琪

将来，广州市民就会看到这样的现实图景：满街都会是自动驾驶的出租车和公交车了。日前，《广州市智能网联汽车创新发展条例（草案修改稿·征求意见稿）》出台。《征求意见稿》提出，支持智能网联汽车在交通枢纽开展创新应用，支持用于城市公交、出租车等出行服务场景，同时推进全人类自动驾驶和自动驾驶混合运行试点地区的建设。

这样一来，不单是小范围的道路测试，示范应用和商业运营也跟着来了。今后你出了机场打到的就是一辆没有司机的出租车，然后直接开到南沙去。

今年7月，工信部确定了包括广州在内的20个城市（联合体）为智能网联汽车“车路云一体化”应用试点城市。由此可见，广州在推进智能网联汽车方面敢想敢干，还有法规保障。

要说新能源车，其实有三步，第一步是电动化，第二步是智能化，第三步就是无人化了。《征求意见稿》就是为了通往第三步而来的。到了成熟阶段，人们基本就不必学车、不用开车，随时有车能用，

# 自动驾驶公交快来了 你还在担忧什么呢？

私密性和安全性还非常好。出行完全成了一种服务，在车上能够完成越来越多的事情。这个趋势已经越来越明显。

《征求意见稿》有一个重点，那就是提出政府应当统筹车路云一体化建设，要与新型智慧城市相融合，还要有智能路侧设施，方便车路协同。道理没错，但车企估计是根本等不及的。因为这个体系相当庞大，而且也不可能覆盖所有道路。难道庞大的车路协同没建立，企业就全部静下来不测试了？

当下，无论车企还是公众，最期待政府做的，不是让道路有多智能，而是保证合格。道路划线必须清晰，红绿灯不能是坏的，交通标识不能被树木挡住，最好加上一条，行人电单车都有路可走。因为汽车本来就没有固定线路，关键是路必须没毛病，智能汽车就能认路，开到海角天边都不怕，至少不会晕。

《征求意见稿》还有一个焦点，那就是责任问题。有条件自动驾驶，也就是L3，要配人，

无论车外车内，出事就找这个人。如果是高度自动驾驶以上级别，也就是L4和未来的L5，是不配人的，但是要有“远程安全员”，发现车辆要接管时及时处置。从大家的角度来看，现在基本都希望有安全员坐镇。但从趋势看，全车都是没有驾驶证的人，注定会是现实。

至于说责任，要说复杂很复杂，因为现行法律没改，肇事者只能是人不是机器。但目前还是商用，出问题就找测试和运营企业兜底。《征求意见稿》说，不配备驾驶人、随车安全员的，可以依法对车辆试点主体、运营主体进行处理。能够确定是自动驾驶系统原因导致的，那就加上一个“智能网联汽车生产主体”，谁生产谁负责，逃不掉的。

这样一来，运营企业为了不出事，就会拉大跟车距离，不乱超车，不急加速，甚至速度不超过一定的限制。遇行人就停，遇不利环境又停，目的还是安全第一、不用赔钱。可以想象，随着自动驾驶能持续迭代，不断修正，越来越聪明，将来的无人驾驶一定会比现在好得多，这是可以期待的。