

今年暑运一片“火热”

民航累计运输旅客1.4亿人次

同比增长12.30%

旅客运输量上涨 机票价格在下跌

羊城晚报记者 李志文

暑运 大盘点

根据民航局发布的数据，暑运期间，民航日均客座率83.9%，比2023年增加2.6个百分点。累计保障航班115.7万班，日均保障18660班，比2023年同期增长8.2%。

其中，国内客运飞行89.1万班，日均国内客运14371班，比2023年同期增长2.1%。国际客运航班量持续快速增长，全国民航保障国际客运航班11.0万班，比2023年同期增长6.7%，恢复至2019年77.1%。全国航班正常率为77.3%，较去年暑运提升4.7个百分点，较2019年暑运提升2.8个百分点。

航旅纵横的数据显示，进入8月以来，民航单日旅客运输量持续超过230万人次，8月10日达到245.14万人次，创单日旅客运输量历史新高。

此外，有意思的是，这个暑假大城小城居民喜欢“双向奔赴”。在线旅游平台去哪儿的数据显示，小机场出发的机票

预订量同比增长了七成，其中很多目的地是一线城市；另一方面，北京、上海、广州、深圳去县城预订酒店的旅客同比增长了43%。

不过，相比在旅客运输量方面的火热，今年机票价格却迎来了下降。

根据航班管家App，2024年暑期国内机票经济舱均价同比2023年下降13%，同比2019年下降5%；国际机票方面，2024年暑期国际/港澳台机票经济舱含税均价同比2023年下降25.97%，同比2019年下降11.1%。

其他OTA平台的数据也显示出类似的趋势。“没有去年的报复式旅游，加上供应链的恢复，今年暑期机票、酒店、研学游等旅游产品均呈现价格回落走低趋势，暑期国内机票均价下降约一成，出境机票均价较去年呈两位数下降，与此同时，酒店均价同比下降不到一成。”携程在最新报告中指出。

中秋国庆运输量 较同期暑运减少

暑运刚过，马上又将迎来中秋和国庆假期，根据航班数据服务平台飞常准的预测：今年中秋三天（9.15-9.17），预计完成旅客运输量616.4万人次，其中国际地区旅客运输量62.1万人次。今年国庆七天（10.1-10.7），预计完成旅客运输量1625.8万人次，其中国际地区旅客运输量148.9万人次。

总体上，预计今年中秋、国庆的旅客运输量峰值低于24年暑运期间，但均高于23年国庆期间峰值。运输量较同期暑运减少较明显。这是因为2023年中秋国庆相连，假期更长，彼时报复性旅游休闲需求尚未释放，中秋、国庆运输量规模峰值接近暑运。而2024年中秋与国庆假期相隔，预计峰值显著低

于2024年暑运。两相比较的话，中秋出行规模较国庆相对更低，这是因为中秋假期短，休闲旅游需求预计向国庆假期集中释放，出行需求峰值预计低于国庆假期。

值得关注的是，中秋节当晚的“赏月航班”相关搜索热度大幅上涨。同程旅行平台的数据显示，近一周，中秋节夜间的“赏月航班”搜索热度环比上涨超过3倍。

票价方面，中秋假期的机票价格比2019年同期较低。在航班管家平台上，今年中秋假期的国际/港澳台机票均价同比2019年下降11.67%，国内机票均价同比2019年下降3%。“中秋假期机票平均支付价格较暑期下降了四分之一，出行高性价比的背后，反映出

中秋国庆旅游旺季来临前，旅游产品价格有望进一步下探，适宜错峰出游。携程数据显示，截至8月26日，9月至中秋节前出行的机票、酒店较暑期平均能省下两至三成。



编者按

8月31日，今年暑运（7月1日—8月31日）落下帷幕。“火热”是今年暑运的关键词。在此期间，全民航累计运输旅客1.4亿人次，比2019年增长17.70%，比2023年增长12.30%。而全国铁路累计发送旅客8.87亿人次，同比增长6.7%。



8月31日，广铁集团预计发送旅客1.24亿人次，同比增加406.6万人次，同比增长3.4%，日均发送旅客202.9万人次，客流最高峰出现在8月10日，当天发送旅客241万人次。

广铁发送旅客1.24亿人次

文/羊城晚报记者 严锦程 图/广铁宣提供

8月31日，为期62天的铁路暑运圆满结束，客流保持高位运行。7月1日至8月31日，全国铁路累计发送旅客8.87亿人次，同比增长6.7%，日均发送旅客1431.2万人次，创暑运旅客发送量历史新高。

羊城晚报记者从广铁集团获悉，今年暑运广铁集团累计发送旅客1.24亿人次，同比增加406.6万人次，同比增长3.4%，日均发送旅客202.9万人次，客流最高峰出现在8月10日，当天发送旅客241万人次。

◎暑运尾声迎来学生客流高峰

据广铁集团客运部相关负责人介绍，今年暑运前期客流主要由周边中小城市往大城市流动；进入7月中下旬后，客流则主要在北京、上海、广州、长沙等热门旅游城市和各大风景区之间流动；8月中下旬后，学生客流逐步增加，暑运期间整体客流较为均衡。

据悉，随着暑期进入尾声，广铁集团迎来学生客流高峰。8月26日至9月10日，广铁集团预计发送学生旅客62万人次，8月31日迎来学生客流最高峰，当天预计发送学生旅客12.8万人次。

为满足学生出行需求，广铁集团8月26日至9月10日计划加开学

生热门出行方向列车900余趟，主要加开方向为广东省周边城市到广深、湖南省周边城市到长沙，以及广深到长沙等。

为做好学生入（返）校运输工作，12306手机客户端上线了“学生预约购票服务”。学生旅客填写优惠资质信息后，可预约预售期外的入（返）校车票，在开车前第16天进行车票兑现，能够为本人及同行乘车人一并预约，方便学生结伴同行或家长送行。

在广州南站，车站2号售票厅专门开设了“学生票专窗”，在三层东、西实名制验证口设置学生旅客人工验证通道，方便学生旅客使用录取通知书购票、核验和进站乘车。

◎迎“双节”高铁出游热情高涨

广铁集团数据显示，今年暑运选择高铁出行的旅客突破1亿人次，达到1.03亿人次，同比增加470万人次。京广高铁和广深港高铁是今年出行最火爆的两条线路，得益于京广高铁高标运营释放出更大的运力，暑运期间京广高铁发送旅客1880万人次，同比增加116万人次。

今年暑期，“港人北上”与内地居民赴港游皆呈现强劲发展势头。香港市民前往内地进一步便捷，得益于今年6月15日实行新的列车运行图，广深往返香港西九龙站的高铁列车明显增多，从日均188列增加到日均204列，暑运最高峰日达到了234列。同程旅行平台数据显示，今年暑期，香港的酒店预订热度同比大增90%以上，香港迪士尼、香港海洋馆等景区来自内地的预订热度同比均有数倍的增长。

8月31日，中秋假期前夜（9月14日）火车票开售。尽管是夹在暑期和国庆佳节中间的三天短假期，部分旅游车次依然火爆。去哪儿平台数据显示，广

深2小时高铁圈、江浙沪2小时高铁圈、成渝2小时高铁圈、武汉—长沙2小时高铁圈旅客流动更频繁，成都—黄龙九寨、北京—太原、北京—武汉等热门线路预订火爆，部分车次已售罄。

由于假期较短，中秋旅客

倾向在假期前夜出行，从去哪

儿平台火车票预约情况来看，9

月14日15时-22时，9月15日7

时-11时是热门出行时段；出游

以短途游为主，车程在2小时内

的线路更火爆。热门目的地前十

位为北京、苏州、上海、深圳、成

都、青岛、重庆、南京、长沙、杭州。

车市观票

争抢最后半壁油车江山 车企产品竞争力成焦点

羊城晚报财经评论员 戚耀琪

中国汽车流通协会乘用车市场信息联席会联合发布“产品竞争力指数”，数据显示，今年以来，燃油车节节退守，和已经获得超过50%渗透率的新能源市场相比，传统日系、德系的经济型轿车都有很好的口碑，这也是他们最佳的背书。然而，要说到市场热度，无论豪华企业的运动型产品，还是主流企业的经济产品，热度几乎都在持续下降，甚至很难让市场回忆。由此带来的只能是价格力度的竞争。但是以宝马奔驰为代表的车企已经不愿意跟进价格战，带来的销量能否重新上升也就成了一个大疑问。

从数字上看，7月狭义乘用车零售172万辆，同比增长-2.8%，环比增长-2.4%，其中燃油车全月零售84.1万辆，同比下滑25.4%。按乘联会分析，七八月来，燃油车近期上市的新品，在保持驾驶性能品质的基础上，智能座舱及智能驾驶也会迎来进一步的升级优化热潮，竞争力加强，市场关注度和认可度都将有所回暖。

7月，自主品牌新能源车渗透率为62.60%；豪华车中的新能源车渗透率为37.20%；而主流合资品牌新能源车渗透率仅有8.10%。这意味着，传统豪华品牌如果想要进一步提升市场占有率，还是必须在新能源的关口上持续守住并反攻。类似宝马、奔驰、奥迪等品牌，除了强调自己的燃油车驾控、安全与豪华特质之外，还需要在智能化的优势上进一步彰显。即使不是完全的电动化产品，在智能驾驶上，也是有很多的话语空间需要获取。

“蔚小理”财报大比拼

谁是新能源赛道领跑者

文/图 羊城晚报记者 潘亮
实习生 关铜瑶

A “蔚小理”整体呈积极态势

目前，蔚来汽车并未发布其上半年的财报。根据第一季度财报，蔚来尚未实现盈利。其营业收入为99.10亿元，较去年同期略有下滑，净亏损51.8亿元，同比亏损幅度有所减少。同时，蔚来第一季度交付新车3万辆，整车毛利率为9.20%，相比去年同期有所提升。

对于蔚来仍未实现盈利一事，蔚来汽车CEO李斌回应：“蔚来总会盈利的，我们现在基建先行……请大家耐心一点，我也希望早一点盈利，即使没盈利，我们也会把基建作为非常重要的一个投资的方向。”

小鹏汽车在上半年的财务报告中，实现了146.6亿元的营收，同比增长61.20%，净亏损26.5亿元，亏损幅度较去年同期有所减少。理想汽车则以545.7亿元的营收和16.9亿元的净利润，展现了其在市场的强劲竞争力。而蔚来汽车在第一季度实现营业收入99.1亿元，净亏损51.8亿元，尽管面临亏损，但营收同比下滑幅度有所收窄。



新能源汽车人气十足

B 新能源汽车市场发展新机遇

2024年，全球新能源汽车市场继续保持强劲增长势头，Canalys预测，2024年全球新能源汽车市场将增长27%，达1750万辆，渗透率提升至20%。中国作为全球最大的新能源汽车市场，预计将占全球销量的55.50%，本地销量接近1000万辆，占中国汽车总销量的45%。

Canalys分析师刘策源指出，去年年底热门新能源车型集中上市，为2024年销量奠定了基础。在中国市场，新能源汽车是保持中国市场销量增长的核心动力。2024年，预计中国汽车品牌在新能源市场中的占有率达到将进一步提升至78%，领先于其他竞争对手。

在国内市场，新能源汽车产销量的增长为汽车行业整体增长作出了巨大贡献。2023年，中国

新能源汽车产销量分别达到958.7万辆和949.5万辆，同比分别增长35.80%和37.90%，产销量占全球比重超过60%。2024年1至4月，中国新能源汽车出口量为66.3万辆，同比增长27%，其中乘用车出口64.9万辆，同比增长30%。

在国际市场上，中国新能源汽车出口量在2023年达到173.5万辆，同比增长55%，其中纯电动车出口154.5万辆，同比增长63%，占比92%；插混动力汽车出口13.8万辆，同比增长46%，占比8%。这一趋势在2024年继续保持，1-4月出口量为66.3万辆，同比增长27%，显示出中国新能源汽车在国际市场上的竞争力。在这样的市场环境下，中国的新能源汽车企业正面

临着巨大的市场机遇和挑战。在经济车市场上，以广汽丰田、广汽丰田、广汽丰田为代表的销量，同样是以燃油车显得更加见长。对于理性的消费者来说，燃油车成熟的技术、方便的补能、稳定的续航表现、更好的驾驶品质也是目前国内市场的刚需。加上这些企业的节能车已经做得非常完善，以至于那些在前几年试过新能源的用户，也有部分消费者在换购新车过程中，重新选择回归燃油车。最近上市的上汽大众一款SUV，就强调了其省油耐久的特性，这几乎成了所有燃油车企的共同口号。在销量上，雅阁依然和凯美瑞一道，和迈腾、帕萨特等一起，保持创新和焕新力度，成了中型车中非常难得的前十名，可以说和新能源车是平分秋色的。

在豪华车市场方面，以宝马、奥迪等为代表的车企，主打的也还是燃油车。最近宝马推出了全新M5、X3长轴距版、M2双门轿跑车和新BMW M3，功率上继续升级。至于上汽奥迪，其推出的A7L的C+级性能旗舰，同样主打的也是豪华市场中，对能源并不敏感，但是尤其重视远动操控的市场。这些以燃油车为特征的传统车型，之所以还在更新和强化，目的都是在稳定在驾驶领域的优势地位。

同时，理想汽车在今年第二季度继续强化其销售策略，优化销售网络结构，通过新开中心店和升级商场店，提高中心店比例至31%，门店总展位数量环比提升13%。

C 技术与策略仍是核心推动力

在新能源汽车行业的竞争日益加剧的当下，技术创新和市场策略的制定成为了企业能否保持竞争力的关键。尽管面临财务亏损，蔚来汽车在技术研发上的投入并未减少。2023年，蔚来的研发费用高达134.314亿元，同比增长23.9%，这一连续的高额投入显示了蔚来对技术创新的重视。此前李斌曾多次在公开场合称，“蔚来”的亏损主要源自研发投入”。此外，蔚来在自动驾驶、电池技术以及用户体验服务上的持续创新，有望在未来转化为市场竞争力。

致力于做“未来出行探索者”的小鹏汽车，于今年7月与大众汽车展开合作，双方签订电子电气架构技术战略合作联合开发协议，将全力投入为大众在华生产的CMP和MEB平台开发行业领先的电子电气架构。同时，小鹏汽车与滴滴合作的MONA品牌的首款车型MO-NA MO3已经量产，并于8月27日上市。据了解，该款车型上市首日52分钟内实现了大定破万，72小时内收获超5万元的大定。

“从8月MONA MO3上市开始，我们进入强劲的产品