

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

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67.7%,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。

航空纵横的数据显示,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,中秋节假日的“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,中秋节假日的“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

国内旅游市场淡季旺季不均的现状。从价格和出游人次来看,中秋、端午、清明的3天假期并未充分带动旅游市场,影响因素还是在于假期短、补班长。”去哪儿大数据研究院研究员肖鹏分析。

此外,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%。

暑运大盘点



▲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



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,同比增长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。

今年暑运期间,“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

发送量再创新高

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 and 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,可预约预售期外的人(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,方便学生结伴同行家长送行。

在广州南站,车站2号售票厅专门开设了“学生专窗”,在三层东、西实名制验证口设置学生旅客工人验证通道,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

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假日中间的三天短假期,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。热门目的地前十为北京、苏州、上海、深圳、成都、青岛、重庆、南京、长沙、杭州。

车市观察

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分会联合发布“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,燃油车市场究竟还有多少竞争力引发关注。

在经济车市场上,以广汽本田、广汽丰田、上汽通用为代表的销量,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,这几乎成了所有车企企业的共同口号。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。

在豪华市场方面,以宝马、奥迪为代表的企业,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,但是尤其重视运动操控的市场。这些以燃油车为特征的燃油车型,之所以还在更新和强化,目的都是在稳定在驾控领域的优势地位。

当下,用户口碑、市场热

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%;插电混动汽车出口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。

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MONA M03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 M03上市开始,我们进入强劲的产品

周期和快速发展的顺风期,从现在到2026年末,我们会有多款充满竞争力的全新产品和车型密集上市。”小鹏汽车董事长及首席执行官何小鹏表示,“我们对AI技术和品类创新的规划,加上技术降本的成果都将体现在这些产品上,并且通过更强大的营销体系在中国和全球市场销售,这将为我们的销量带来可持续性增长。”

理想汽车在智能驾驶技术上的投入同样显著。2024年第二季度,理想汽车研发费用达到30亿元,均投入到智能驾驶、智能座舱等核心技术的开发,推动产品力的高频、高质量迭代,超越用户需求。此外,理想全量推送无图NOA,实现全国覆盖,用户智能驾驶渗透率超99%,累计里程超11.1亿公里;发布基于端到端和视觉语言模型的双系统智能驾驶技术架构,标志着技术突破,并引领市场范式。

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%,门店总展位数环比提升13%。

“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 关瑶瑶

在新能源汽车的赛道上,作为造车新势力的“蔚小理”一直是业界关注的焦点。近期,除蔚来汽车外,小鹏汽车和理想汽车均发布了第二季度财报。

今年上半年,小鹏汽车实现营收146.6亿元,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,展现了其在市场中的强劲竞争力。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。

“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%,净亏损为26.5亿元,亏损幅度较去年同期有所收窄。小鹏汽车名誉副董事长及联席总裁顾宏地博士表示,凭借

技术降本兑现以及来自大众战略合作的技术变现收入,今年第二季度小鹏汽车毛利率进一步提升至14%。此外,小鹏汽车的汽车交付量也呈现出积极的增长趋势,上半年累计交付52028辆,同比增长25.60%。

理想汽车在第二季度实现营收317亿元,创下同期新高。据此,理想汽车上半年545.7亿元的营收和16.9亿元的净利润,展现了其在新能源汽车市场中的强劲竞争力。其全新发布的理想L6成为新爆款,与持续热销的全系各款车型带动企业经营业绩稳健增长。此外,理想汽车在第二季度共计交付新车108581辆,同比增长25.50%,在20万元以上新能源汽车市场的市占率位居中国品牌首位,整车毛利率保持在19.5%的健康水平。



新能源汽车人气十足