



基础设施完善的露营地

您在周末和假日开车出去玩吗？在自驾游经历中，每次都能满意吗？有没有接受过主动的自驾游服务？下次出游还选择自驾游吗？这些问题对应的是自驾游的经常性、初始性、自发性、持续性。

## 一、现状

数据显示，2019年我国人均GDP超过1万美元，私人汽车保有量2.3亿辆，全国汽车驾驶人（有驾照的）达3.97亿人，公路总里程500万公里，高速公路总里程15万公里，这些支撑起我国的自驾游需求。

自驾游发展分几个阶段：第一阶段，20世纪90年代到21世纪初，从无到有，汽车进入家庭；第二阶段，“十五”到“十二五”期间，汽车国产化率提高以后，大众买车变得很便宜，同时公路网开始形成；第三阶段，“十三五”时期，政府相关部门介入自驾游发展，并制定规划、标准、政策，自驾游行业协会成立，自驾游进入统筹协调、规划发展进程；第四阶段，即将到来的“十四五”，主要特点是新汽车、新交通、新技术的发展，如新能源汽车、自动驾驶的出现和普及。

根据中国旅游车船协会综合调查结果测算，2018年中国自驾游人数为35亿人次，占国内出游总人数的63%，2019年达到37亿人次。今年上半年，受新冠肺炎疫情影响，国内旅游以省内游为主，自驾游占比更大。根据端午假期市场分析，今年自驾游比重将超过国民旅游的80%。笔者认为，“十四五”期间，自驾游比重会进一步提高，预计明年可能下降一点，但仍能达到国民旅游的70%。

自驾游俱乐部专门招募会员，为其提供长途服务。据笔者的抽样调查，2018年，自驾游俱乐部会员人均花费8000元，平均出游距离2565公里，平均出游天数11天。每个俱乐部每年组织四五次大型活动。这些都是自驾游市场广阔的依据。

自驾游又分全程自驾游、落地自驾游、散客自驾游和团队自驾游等。根据测算，落地自驾游的比例今年上半年为0.2%，比重不高。散客就是自己出去玩。团队游就是找旅行社或者俱乐部帮忙组织，一般会有二三十辆车参加，景区接待团队自驾游也占一定比例。数据表明，2019年，旅居车出行者约有140万人次。目前，全国旅居车保有量10万辆。全国自驾游营地到2019年底已建成540家。

在自驾游群体中，租车、组团、用电动车的占比非常低，均未超过1%。大部分人是开着汽车跟着手机走，

## ● 度假休闲旅游在线大讲堂

北京同和时代旅游规划院副院长、全国休闲标准化技术委员会副秘书长付磊：

# 自驾游的未来和未来的自驾游

旅游的核心是供给创造需求，“你有好东西我自然会去”。自驾游行业虽然是需求驱动的，但是通过服务和产品的创新，通过供给可以扭转单纯追随需求的情况。追随需求一定不能赚到超额利润，只有供给创造需求，才有可能赚到超额利润。我国自驾游服务短板非常明显，行业和政府都要着手解决这些问题。未来，自驾游标准化将是行业发展的趋势。

这是典型的市场主体特征，但是，汽车租赁、团队自驾游发展空间很大。

## 二、问题

今年一季度进行的一项调查显示：私家车出游是自驾游的主流，但随着新能源汽车的普及，充电桩不足将成为新能源汽车自驾游的重要制约因素；很多私家车的车型只用于城市通勤，不适合长途外出，所以不少人外出时选择租车，甚至购置新车；无论是落地自驾还是租车自驾，游客都希望到达目的地后，有APP帮助解决信息收集和行程中预订的问题；不同地区的接待设施、卫生条件、服务保障等存在差异，尤其是西部在这些方面存在明显短板；长途自驾游最大的问题是信息不充分，难以找到合适的攻略和自驾游书籍；自驾游大概率会遇到意想不到的事情，所以很多人选则组团自驾游，这也是自驾游俱乐部非常受欢迎的原因。但自驾游俱乐部也有私密性不足、难以满足差异化需求等问题。

我国自驾游服务短板非常明显。其一，综合信息不充分。一半被调查者认为，自驾游出行信息很不充分。自驾游要求游客有较强的信息收集和处埋能力。各个省做的智慧旅游平台，如“一部手机游云南”，提供的信息是否符合自驾游需要、是否及时准确，将影响自驾游游客的使用率。其二，供给不足，基础设施和公共服务不足。自驾游最需要的就是交通通达顺畅。如果出现车辆故障、交通事故，就需要紧急救援。当地的应急服务怎样是影响自驾游出行的问题。其三，接待服务质量不高。自驾前往非旅游热门地点就很容易遇到这种问题。其四，自驾游线路和产品缺乏。绝大多数自驾游游客走的线路、看的景区、去的餐馆都和团队游没有区别，只是交通工具由大巴改成了小型汽车。

自驾游产品可分三类，线路型、目的地型、专项定制型。其研发需要注意的几个问题：1.原料和产品问题。笔者在网上查到一个特别喜欢自驾游的产品，叫“及时行乐”，是美国南部音乐之旅。这个产品把名人故居、乡村音乐点串起来，自驾沿途风景非常漂亮。2.产品要经过加工，道路不等于线路，一定要植入和线路主题有关的内容，比如茶叶之路。产品和线路组合起来，构成一个完整产品。比如，丝绸之路，古城、景区、乡村、营地、风景道、城市等元素共同组成这条线路，称为组合体。

我们对线上线下自驾游产品提供者进行了调研，线上选了驴妈妈、携程、同程及途牛产品做比较，线下选

择了追风行者、行天下、苏有、北京969自驾游俱乐部组织的自驾游产品。两者差别很大，OTA主要是平台、中介的角色；线下的自驾游俱乐部在设计产品时，需要实地采购、踩线。自驾游俱乐部组织游客去体验乡村旅游，活动内容可能就是到老乡家里采摘，品尝农家菜，然后把农产品带回去。这些乡村产品可能不上网端，也不在线销售，那里的环境也比不上5A级旅游景区和星级饭店，没有什么标准化、品牌化要素。在乡村，俱乐部还可能就近找到一个水塘，组织大家钓鱼、摸螃蟹，而这个水塘可能不是一个景点，甚至没有正式的名字。

为什么很多人对自驾游经历不满意？现场调研发现，我们对城市、乡村、景区、公路等空间和场所所在设计、建设的时候，并没有考虑未来一天有几百辆车带着很多人过来游玩。如今，经常有自驾游俱乐部活动或者其他大型自驾活动，万辆房车涌进一个县城，这个县城的公路就瘫痪了。我国大部分乡村、景区没有做好为自驾车服务的准备，这正是“十四五”时期自驾游的发展空间。

目的地信息、设施配备、线路产品和公共服务，都是发展自驾游需要解决的主要问题。自驾游是人车合一，这是与团队游最大的区别。谁能为人和车提供周到的服务，谁就占有市场、拥有未来。自驾游未来是什么？就是解决人和车的问题。人车融合、一体化就是自驾游的实质。

营地标准与酒店标准不同。和度假村、酒店不一样的是，营地服务对象不单是游客，更主要的是为车服务。自驾游仅仅关注住、游、住、食、购、娱这些传统意义上的旅游六要素是不够的，更重要的是自驾游六要素：路、油、驻、讯、导、援。“路”指道路，“油”是加油，“驻”指人住酒店，车停在营地、酒店等，“讯”就是资讯、信息，“导”包括导航、标识导引，“援”指援助、救援。

## 三、趋势

未来自驾游发展有几个趋势：

1.落地自驾。越来越多的城市之间开通了高铁，人们可以从一地坐高铁到另一地，然后自驾游玩。笔者到福建调研时发现，福建已经形成了两个环——高速公路环、高铁环，能把福建的各个城市连接起来。如今，全国各个省内城市都在通过地方铁路连环，这就是为什么会有落地自驾的兴起。

2.新能源汽车。现在驾驶新能源

汽车出游的困难主要是充电桩不够。充电桩数量少，人们只能局限在本地驾驶，想出远门比较难，离开城市更难。这需要根据新基建计划进行完善。

3.汽车租赁。现在国内汽车租赁业态数量、主体服务都还不够，异地还车还不普及。在四川、云南等省的旅游热点城市，汽车租赁服务则比较好。

4.共享汽车。中国汽车产能世界第一，保有量也是世界第一，但是近年来随着汽车销售量下降，有证无车人数也在扩大。目前，全国有4亿人拥有驾照，但是私家车不到2亿辆。福建就是三分之二的人有证没车，出去玩只能租车。

5.自动驾驶。现在自动驾驶分成4到5个等级，可以实现部分自动驾驶功能，在高速公路行驶，定速巡航、沿车道线行驶也没有问题。如果不需要驾照，就意味着14亿人无须自己驾车就可以自驾游。未来，游客出去玩，手机不用带，导游也不需要，汽车上安装一个终端触摸屏就可以解决一切问题。比如，新疆的定制智能汽车，把新疆所有信息都输进去，怎么走、停在哪里，在什么地方需要请人讲解或者送烤羊肉串，都可以通过智能触摸屏定制。游客定制之后，一到机场，就会有车主动找到他。这是未来自动驾驶、智能汽车带来的变化。

自动驾驶全普及很难，但是高精尖技术可以在特定领域先行先用，比如智能汽车和无人驾驶用于旅游，可以在特定城市试点。去年，笔者在阿尔山调研，目的地距离城市很远，到少数民族群众居所等参观又有语言不通的问题。未来，一个车就能解决这些，所有信息都在里边。

民用航空和高铁促进公共交通发展，方便了落地自驾。落地自驾又会带来两方面的发展，一个是汽车租赁，一个是共享交通。共享交通加上汽车租赁，再加上新技术利用，未来旅游业更有意思。例如，供应商可以把服务集成到自动驾驶汽车终端，客人按“菜单”选择就可以了。

自驾游的未来是光明的，因为交通在改变，交通是人类变化最快的行业。只要交通在变革，旅游在变革，自驾游一定处于变革的前沿。

## 四、机会

未来自驾游有什么机会，有什么新产品、新业态？

旅游和交通处于变革当中，旅游核心是供给创造需求，“你有好东西我自然会去”。自驾游行业，虽然是需求



自驾游在路上

驱动的，但是通过服务和产品的创新，通过供给可以去扭转单纯追随需求的情况。追随需求一定不能赚到超额利润，只有供给创造需求，才有可能赚到超额利润。

目前，全国露营地数量偏少，美国有2万家，全世界大概有5万家。营地具有住宿功能，同时至少要提供充电桩，具有排污、垃圾收纳等功能。政府和企业应该合力发展基础营地。

美国营地连锁企业KOA，一直是自己投资建设、经营露营地，但近些年则完全退出直接经营，专门做营地有关培训、管理、营销，做轻资产营地，形成了自己的盈利模式。我国营地数量比较少，没有形成类似于酒店、旅行社、景区的专业分工。

1.新业态。笔者2018年做过调研，城市近郊休闲营地和青少年研学训练营地是有前景的。企业做自驾游营地应尽量为城市近郊休闲服务，尽量增加青少年研学培训内容。现在青少年、中小生都要参加校外课、素质课，这些活动可以在博物馆、文化馆，也可以进训练营。

2.新技术，即汽车租赁和共享汽车、智能汽车在自驾游中的使用。自驾游群体中自驾车比重大，占到95%以上。自驾车出行对行业来说意义不是太大，因为不需要你的服务。服务的重点在自动驾驶车辆、智能汽车、共享汽车、新能源汽车、汽车租赁等。

3.自驾游线路，如主题风景道。像草原天路，沿途有观景台、营地。

4.自驾游系统。自驾游是人、车、路、目的地一体的系统。一个地方接待多少自驾游游客，取决于整体系统是不是完整。

比如，现在全国房车数量越来越多，产能、购买能力不是问题。但是，买了房车停哪儿、在哪里用、哪儿有车牌号，这些都是系统性的问题。

现在共享汽车大部分采用新能源汽车，这就需要充电桩配套。全国自驾游数量飞速增长，但多数是自发的，相关服务网络没有形成。如果北京限制非京牌进入，自驾游的全国联网就难以形成。但是北京如果在五环外设营地或集散地，就有助于问题的解决。各个地方自驾游网络形成之后，全国联网也就通了，但是否能同步搭建起来还是一个问題。另外，自驾游标准也要统一，这是系统性的问题。目前还存在同一个省不同城市的标准都衔接不上的问题。

自驾游系统服务刚出现不到20年，有很多短板，需要一步步弥补。面对30多亿人次的自驾游群体，行业连三四亿甚至一亿都服务不到，不足5%，意味着还有巨大的发展空间。企业不可能做系统再造，需要政府或者行业组织去协调。

5.自驾游线路。大家都认为线路是实体的，其实线路是虚拟的。在一般的认识里，旅游一定要“转圈”，比如搞旅游规划，一定要弄出一个环线来。其实，线路也好、设施也好，它可以是线性的，不需要回到原点。硬件很难做成环线，硬件环线必然存在使用率不均的问题。道路是线性、单向的，但是服务可以做成闭环。比如，开车从北京到乌鲁木齐，然后从乌鲁木齐做一个环线，绕拉萨、绕成都，最后从武汉回到北京。事实上，几乎没有人这么做。但是服务可以闭环，从北京开车到乌鲁木齐，从乌鲁木齐坐飞机回来，这就是闭环。

《自驾车旅游线路等级划分》在2019年已经立项。笔者希望“十四五”期间，把线路作为自驾游主体和核心，统筹解决服务要素和短板。市场主体要解决的是营地本身的问题。游客自驾游，找不到酒店，三四百公里以内没有村庄、城镇，这就需要营地、驿站填补空白。

6.营地归谁管理。营地有住宿功能，虽然不是酒店，可是归口按酒店管理，这就是一个悖论。在可预见的未来，营地将一直面临“从事住宿经营，但我不是酒店”的问题。

7.结合自驾游线路、自驾游目的地构建泛营地体系。不要拘泥于营地本身，适合做营地就做营地，如果能做酒店就做酒店，还可以做汽车旅馆、汽车客栈、自驾游驿站、帐篷营地、乡村酒店等。只要为自驾游线路和目的地服务都是可以的，不见得沿途必须办10个营地，可以3个营地、4个驿站、5个汽车驿站。

营地系统建设，笔者希望做成线性营地系统、目的地营地系统，主要围绕城市周边做营地和汽车集散地。例如，在北京可以在密云、延庆建自驾游集散地，甚至建在河北。

8.标准化。大部分自驾游目的地是在城市和景区之间，这是旅游标准化基本没有涉及的地方。在文化和旅游部指导下，中国旅游车船协会做了国家标准，还有很多省做了地方标准，涵盖营地、自驾游目的地、线路等，目的是通过标准化，促进行业供给、提升品质，让民众对设施规模、服务内容、品质有明确的预期。“十四五”期间还是要注重自驾游标准化，希望行业多关注标准，执行标准，加强推广，让整个自驾游服务品质再上一个台阶。

（文中数据和调查引用，来自中国旅游协会，各省区自驾游、房车和露营协会，以及今年上半年笔者跟中国旅游集团投资和资产管理有限公司、福建发展高速公路股份有限公司做的关于自驾游和露营的课题。）

本版文字整理：胡昊

本版图片：陈晨/摄



游客在江苏盐城大纵湖房车营地休闲