

长途自驾游：需求更加细分 产品更有新意

□ 本报记者 张宇

“这个暑期，大西北、大西南区域仍然是长途自驾游的首选，热度不减。”“长途自驾游在产品选择上更倾向于随走随停，更具休闲性的安排。”“大规模长途自驾游团队有所减少，小团队、定制游需求增多。”……随着暑期的到来，自驾游市场迎来出游热潮，业者表示，具体到长途自驾游，市场需求端出现了诸多新的趋势，且整体市场规模占比有所下降，相关企业在产品和服务上还需要更多创新，未来业务发展也要提前规划布局。



游客开着房车在新疆自驾旅行 本报记者 陈晨 摄

且走且停且欣赏

采访中，对于今年长途自驾游市场的恢复情况及暑期热度，业者均显得乐观，并认为消费者对行程安排有了更多的要求，品质、休闲、小团定制成为趋势。

“伴随着文旅市场整体复苏，今年协会的会员单位业务恢复良好，无论是周边自驾还是长途自驾，都呈现出井喷式增长。从自驾目的地市场看，还将集中在新疆、西藏等西部地区，以及国内各避暑目的地，风景优美的滨海自驾也会成为新的市场增长点。”中国旅行社协会自驾游与定制旅行分会执行会长夏哈介绍，“随着Z世代游客

成长为出游的主力军，自驾产品个性化特征越来越鲜明，自驾车队的更小规模定制化出行呈现增长态势。越来越多的自驾游游客开始注重旅行中垃圾管理、提倡环保旅行。”

“以前大家喜欢热闹，大规模团队出行，现在更注重私密性，几个朋友，两三台车相约定制出游，这是疫情以来最明显的一个变化。”陕西越野西部旅游开发有限公司总经理滕越告诉记者，现在的游客越来越理性，在出行上不再追求景点数量，更在意到某几个目的地深度游览。

在成都旅行国际旅行社总经理李明看来，旅游市场恢复之后，深度、个性

化、文化类的自驾游产品更受欢迎。“比如在行程安排上，游客希望不仅有全程的视频记录，还要有旅拍服务，方便社交展示。另外，游客更注重文化体验，所以对导游也有了更高的要求，希望可以提供更加深度的讲解。游客更喜欢小范围定制出行，这一趋势在疫情前就已有所体现，我们判断未来5年，这将成为自驾游市场的一个主流。”

“以前大家喜欢热闹，大规模团队出行，现在更注重私密性，几个朋友，两三台车相约定制出游，这是疫情以来最明显的一个变化。”陕西越野西部旅游开发有限公司总经理滕越告诉记者，现在的游客越来越理性，在出行上不再追求景点数量，更在意到某几个目的地深度游览。

OTA等网站，而是主要在运营私域流量。“我们微信公众号的粉丝高峰时有50多万人。现在也在小红书输出一些内容，主要是通过更加个性化的产品来盘活我们的存量客户。”

“休闲、自由、私密空间等属性赋予了自驾游更多社交属性。尤其对于平时工作繁忙的都市白领、中产阶级家庭，和家人、朋友来一场自驾游旅行，可以增进感情，增加交流。”夏哈说道，“如何满足自驾游的更多情感需求、社交需求，是产品体验创新的出发点。随着国家新能源汽车的普及，以新能源汽车为主的周边游，以油车为主的中长线游，需要自驾游机构针对更多细分领域作出深度分析，满足不同标签客群的个性化需求。”

的宣传、目的地自驾资源和产品的推介力度还有待加强。目前自驾游行业缺乏统一的监管，各省行业服务标准和规范水平参差不齐，比如自驾领队的认证标准、自驾安全应急管理规范等。”

“中国旅行社协会自驾游与定制旅行分会正在和各地各级相关单位积极开展研究讨论，共同制定自驾游行业标准和规范，提升游客对自驾游的满意度，推动全国自驾产业链内部、行业跨界的合作共赢。”夏哈说，“此外，我们也在引导各个会员单位，参与到自驾游目的地的引智引游中，导入更多优质行业资源，在自驾游目的地的高质量发展中壮大自己。”

“暑期是长途自驾游的一个高峰，从目前我们的产品销售情况来看，游客出游还是以西部区域为主，西藏、新疆及内蒙古呼伦贝尔方向比较热门，家庭出游占主流。”成都元途旅游服务有限公司总经理乔秀锋告诉记者，“实际上，我们的业务从今年春节开始就已经进入了恢复期，五一假期迎来一个小高潮。”

来自飞猪的数据显示，在自驾游目的地，今年暑期大西北、大西南等一直颇受自驾游爱好者青睐的目的地再次迎来大幅增长。学生群体也大规模进入中长线市场中，因此自驾游中亲子客群的占比显著增加，舒适型轿车、中大型越野车、房车等车型的预订量上张明显。

采访中，记者了解到，对于需求端的新变化，企业也在积极地调整产品，以更灵活及更具创意的方式来满足游客需求。

“很多自驾游机构推出了多种主题定制游、单车自驾游等产品来适应新的市场需求，部分机构也在努力与直客渠道合作开发中高端自驾游，以提升产品的每客单价和盈利能力。”夏哈告诉记者，今年暑期中国旅行社协会自驾游与定制旅行分会也推出“驾行中国”系列自驾产品，通过品牌力和产品力整合，带动更多自驾游机构共同推出服务质量过硬的精品自驾游线路。

“我们在产品开发上更加注重参与性、体验型、互动性，例如历史古村落与自然风景的有效搭配，重点突出

“随着人民生活水平的提高、汽车保有量的剧增，特别是经过3年疫情冲击，市场和消费者需求都发生很大改变，‘小聚集大空间’的自驾游备受青睐，选择自驾出行已成为一种大众优先考虑的出游方式，最终形成一种出游习惯。”周晓国认为，“近年来，长途自驾份额下降，短途自助自驾游比重不断上升，成为主流。专业的自驾游机构应该考虑是否需要调整策略拓展业务，此外也要更加重视自驾游产品的营销。”

周晓国介绍，自驾的游客到了目的地都希望能找到专业人员进行咨询，本地的自驾游机构其实可以承担这一任务，并且能从中积累新的客户，

休闲度假的特质，服务上，也更加精细化，让游客有更多的主动权。”安徽省自驾游旅游服务中心有限公司董事长周晓国介绍道，“以黄山为例，暑期我们增加了亲水类的产品，有漂流及戏水项目。”

最近一年，乔秀锋也一直在研究行程，希望能推出更多的休闲体验产品。“我们会通过增加一天住宿，来减少游客的开车时长，增加游客的游玩时间，给游客营造开车休闲而不是开车赶路的感觉。”乔秀锋说，“另外，我们也在发掘一些新的线路，比如大兴安岭自驾。很多人知道大兴安岭，却不知道自驾该如何玩，这个时候专业的自驾游机构可以发挥优势，针对这一目的地推出更多具有新意和体验度的产品。”

“我们将重点放在了定制化的深度游及自驾的休闲化探索上。”滕越告诉记者，之前自驾新疆或西藏很累，“我们会在行程中设置更多的体验性环节，增加一些户外玩法及休息时间，以此来缓解游客的驾驶疲劳。我们还推出了针对一到两个点位的行程较短的深度游产品，以此区别长线环线游产品。”滕越介绍，目前他们并没有人住

适应需求推新品

不知道自驾该如何玩，这个时候专业的自驾游机构可以发挥优势，针对这一目的地推出更多具有新意和体验度的产品。”

“我们将重点放在了定制化的深度游及自驾的休闲化探索上。”滕越告诉记者，之前自驾新疆或西藏很累，“我们会在行程中设置更多的体验性环节，增加一些户外玩法及休息时间，以此来缓解游客的驾驶疲劳。我们还推出了针对一到两个点位的行程较短的深度游产品，以此区别长线环线游产品。”滕越介绍，目前他们并没有人住

滕越介绍，目前他们并没有人住

探索融合寻突破

为游客提供碎片化的服务。“我们已经开始在这方面进行尝试，游客可以在社交平台或高速公路的服务区看到我们的宣传，目前虽然转化率不是很理想，但我们已经接触到新客户并获得他们的信任。”

有业者表示，大众自助自驾是未来的趋势，但这一市场与专业自驾又是密不可分的。专业自驾游机构积累了很多经验，善于发现美景，研发产品。建议企业可以输出经验，帮助一些想发展自驾游的目的地开发专业的产品和活动。

李明告诉记者，他们很早就开始在这自驾游市场进行全面布局。“目前我们建设了自己的营地，还介入了租车业务，组织了专业的拍摄团队，希望能构建更加多元的业务，满足游客的需求。”

“从自驾游市场的长远发展看，不断研究游客需求、创新体验内容和提升服务质量，是每一位自驾游行业从业者自我修炼的基本功。”夏哈表示，“各地文化和旅游主管部门对自驾游重视程度越来越高，但对自驾产品的社会、经济效益认知相对模糊，目的

新疆房车游升温 露营地服务暖心

□ 王思超

当地民俗风情。”麦先生说道。

如今，跟麦先生一样的房车自驾爱好者越来越多。据新疆大通房车“生活之家”数据显示，5月以来，该机构的房车出租价格比去年同期涨了约20%，却依然保持了较高的出租率。

“去年这个季节，房车租赁价格为1200元/天，今年6月的房车出租价格已经涨到1500元/天。尽管如此，房车的出租率依然居高不下。目前，共有1000余辆大通房车行驶在新疆各地。”该房车经营机构负责人介绍。

新疆驼峰国际旅行社有限公司是克拉玛依的一家拥有20辆房车的旅行社，该社总经理崔淑娟说：“今年房车预订非常火，一般要提前半个月才能订到车，有人提前2个月就开始预订了。很多游客定制了北疆环游、南北疆环游等长线游产品。我们主打‘房车+’，安排专门的工作人员为游客设计线路，产品涉及喀纳斯、赛里木湖、伊犁、可可托海、巴音布鲁克以及喀什等的核心景区景点。”

根据新疆维吾尔自治区旅游协会自驾游与房车露营分会统计数据，今年4月以来，新疆已接待来自全国各地的房车3500辆次，较上年同期增长300%，超过2019年接待房车数量的全年总和。

此项数据是新疆维吾尔自治区旅游协会自驾游与房车露营分会通过新疆中露联旅游投资有限公司在新疆各主要公路沿途设置的200余处房车驿站，对所接待的房车数量进行的统计结果。

充电、加水十分便捷

2018年，新疆中露联旅游投资有限公司开始建设“房车上的新疆”产品及品牌，在全疆各地布局房车驿站，主要目标是解决房车到新疆无法充电、加水、补给等问题。

“已建成的房车驿站布局相对合理，但是随着房车数量的进一步增加，就显得紧张起来，我们计划再建一批房车驿站。”该公司总经理程春

峰介绍，今年年初，该公司就已作出规划，计划未来3年时间继续在新疆各景区停车场、乡村旅游点、网红公路、旅游景区、网红公路沿线、自驾车房车营地……房车已经成为新疆一道靓丽风景。

为确保房车游客在新疆玩得舒心、放心旅行，新疆各地推出一系列措施，如推进自驾营地建设，在营地设置更多房车停车位，合理布局设置房车驿站，建设高品质自驾车旅居车营地等，全面提升房车游客的体验，让游客在新疆旅游更加便利。

房车市场供需两旺

“新疆的夏天气温看似很高，树荫下却很凉爽。我们住在林荫间的小溪边，感觉非常舒适。”近日，广东游客麦先生一家驾驶房车来到乌鲁木齐米东区郊外的峡门子景区，计划住上两天。“我们一路边游边玩，看到好的风景就停下来，不用着急赶路，吃住就在房车上，车上可以淋浴，有电，有卫生间，非常方便。我们接下来还要去喀什看看，感受

刚刚过去的周末，在该露营地停靠的房车有20余辆，不少车主已在这里停留了好几天。“这里免费充电、补水，还有公共厨房区，周围有很多娱乐设施，风景也好。”来自福建的自驾房车车主骆剑红说。

“乌鲁木齐国际房车露营公园是新疆第一家获评的5C级自驾车旅居车营地，拥有2000多间客房。这两年，营地一直给房车游客免费供应水电，越来越多的车主愿意到我们营地驻扎。当然营地的房间更舒服，种类也多，有标准间、大床房、观景房等，每个房间都有电视、淋浴间等设施，晚上营地还有夜市、音乐会等娱乐活

动。”该露营地总经理余胜红说。

加大建设提升服务

今年年初，位于独库公路起点南侧的独库公路国际自驾车营地获评5C级自驾车旅居车营地。

独库公路国际自驾车营地A区修建了一片酒店群，共有122间房屋，可以同时住下300人。“6月28日至7月2日是新疆古尔邦节假期，我们营地的房间出租率在60%左右，平均每天有80多间客房出租。营地还有自驾车车位80个，其中18个是专门的房车位，有基础设施，可以为房车提供免费充电、补水服务，平均每天有7到10辆房车驻扎在营地。”该营地A区负责人刘阳说。

随着越来越多的房车驶入新疆，除了营地和房车驿站，新疆文化和旅游局协同交通运输部门，在很多公路沿线专门为房车提供便利条件。比如，在独库公路沿途设置的停车区、停车场内，设置专门的房车车位，独库公路沿线6县(市、区)在各进出口区域新增了停车位，包括房车车位。

在新源县那拉提景区独库公路服务区，有3辆房车在这里停靠。“路上风景很美，空气也很好，就停下来吃点东西，休息一下再去那拉提。”湖北游客夏先生说，他从克拉玛依市独山子区一路开车过来，在各停车区域和营地停靠都很方便，路上有交警引导，房车也有专门的停车位。

新疆维吾尔自治区文化和旅游厅相关部门负责人介绍，古尔邦节期间，经过独库公路沿线6县(市、区)交通、旅游、环保等部门的协作，以及新增增加了停车区、待行区，大大缓解了长时间堵车问题。为进一步加快交通服务设施建设，新疆多地还通过招商引资形式，指导、鼓励投资方依托草原、沙漠、滨水、森林、城镇等资源就近建设自驾车(房车)营地。此外，还有不少旅游景区利用游客集散中心停车场等增加房车车位，设立充电、补水桩等设备，满足房车自驾游新疆群体的需求。

全国文化和旅游市场政务服务“好差评”优秀典型案例宣传

镇江市行政审批局：跑出文旅服务加速度 提高企业群众满意度

前不久，某文化传媒公司负责人靳先生在江苏省镇江市行政审批局服务窗口前掏出手机，用微信轻轻一扫，给窗口工作人员评价了“非常满意”。“现在政务服务也可以像网购一样反馈满意度。”

近年来，镇江市行政审批局围绕提升企业和群众办事体验，扎实推进文化和旅游市场政务服务“好差评”



工作，2022年全年政务服务好评率达100%。

近日，文化和旅游部公布2022年文化和旅游市场政务服务“好差评”结果及20个地区优秀典型案例。镇江市文化和旅游市场政务服务“好差评”工作以扩大政策宣传、推进服务便利化等做法入选优秀典型案例。

明确责任与分工 统筹推进抓落实

为贯彻落实文化和旅游市场政务服务“好差评”制度，切实提升群众满意度，镇江市行政审批局明确各方职责分工，整体推进工作落实。按照“谁审批谁负责、谁办理谁负责、谁盖章谁负责”的原则，梳理审批窗口工作职责，指定专人协调和负责差评处理和问题整改。对企业 and 群众反映的问题，积极开展自查整改工

作，做到事事有回音、件件有落实，努力为群众提供优质高效的服务。

为进一步提高政务服务水平和工作质量，镇江市行政审批局定期组织岗位业务技能培训，每季度进行一次“服务礼仪标兵”评选，选出20名“政务服务明星”和8名“党员示范岗”并张榜公示，激发工作人员比学赶超，形成提升政务服务质量的浓厚氛围。镇江市行政审批局优化政务服务成效初显，已经收到企业和群众送来的10面表扬锦旗。

推进服务便利化 助企纾困减负担

近年来，镇江市行政审批局积极推进“一窗通办”改革，落实“一件事一次办”，提升文化和旅游市场政务服务好评率。进一步优化办事流程，完善办事指南，提供材料样本，减少

跑动次数。提升政务服务便利性，进一步压缩办理时限，提高审批效率，推进同一事项无差别受理、同标准办理。落实各项政策激励措施，通过落实缓交旅行社质量保证金、延长文化和旅游市场经营许可证书换证期限等相关政策，为文化和旅游市场经营主体纾困解难，切实减轻企业负担。

人人都是宣传员 倡导群众来监督

“在日常工作中，我们积极开展‘好差评’宣传推广工作。在政务服务事项受理审批后，主动引导服务对象进行‘好差评’，手把手指导办事群众做好‘好差评’。此外，我们加强与监管和执法部门、行业协会、重点企业的联系，扩大政策宣传范围，做到人人都是‘好差评’政策的宣传员、辅导员，有效提升了企业和群众

对‘好差评’的知悉度、认可度和参与度。”镇江市行政审批局有关工作人员介绍。

“审批服务是一项申请人与办事部门的互动服务，服务好不好，群众说了算。”镇江市行政审批局有关工作人员说。为提高评价及时性，事项受理审批后，镇江市行政审批局指定专人定时登录全国文化市场技术监督与服务平台、全国旅游监管服务平台查看评价情况，及时通过电话、微信等方式，提醒服务对象进行有效评价。

确保差评有整改 优化提升好评率

镇江市行政审批局高度重视办事企业和群众的评价内容，出现差评后积极落实整改，促进服务调整优化。通过建立回访核实、整改反馈、

优化提升工作机制，对情况清楚、诉求合理的，立行立改；对情况复杂、一时难以解决的，建立台账，限期整改；对缺乏法定依据的，做好解释说明；核实为误评或恶意差评的，评价结果不予采纳。核实整改情况通过电话或当面沟通方式及时向企业和群众反馈，确保“差评”件件有整改、有反馈。

优化营商环境永远在路上。镇江市行政审批局有关工作人员介绍，“下一步，我们将持续贯彻落实好《文化和旅游部办公厅关于做好文化和旅游市场政务服务‘好差评’工作的通知》，为企业和群众提供更规范、更便捷、更高效的文化和旅游市场政务服务，努力提升群众好评率，变‘差评’为‘好评’、变‘满意’为‘非常满意’。”