

房车旅游：产品更细化 潜力待挖掘

□ 本报记者 张 宇

近日,《国务院关于促进服务消费高质量发展的意见》发布,明确提出鼓励房车露营发展,房车旅游的相关业者们对市场又多了几分期待。今年的暑期已经过去大半,房车旅游市场情况如何,出现了哪些新的消费趋势?

热度大幅增长

兼具交通和住宿功能、自由度高、私密性强、可携带宠物的房车旅游在这个暑期成为家庭出游群体及追求自由的年轻客群的新选择。来自多家房车租赁企业、在线旅游平台的数据显示,这个暑期,房车旅游热度同比增长,西北方向成为房车旅游的热目的地。与此同时,房车旅游市场也呈现出了一些新的趋势。

房车旅行一站式服务平台、上汽集团房车生活家的数据显示,暑期以来,平台上的房车预订同比增长超30%,平均预订时长为8.53天。在所有的预订数据中,新疆、青甘、内蒙古等西北地区的增长最为明显,同比增长超过了40%,其中新疆房车预订量增长超60%。

携程数据显示,乌鲁木齐、西宁、北京、呼伦贝尔、兰州、伊宁、上海、喀什、哈尔滨、

成都是房车的热门取车目的地。选择房车旅游的用户中,65%为亲子家庭出行,80后是房车旅游的主力人群,占比57%;今年暑期房车旅游的新客占比达到了49%。

来自马蜂窝的数据显示,今年暑期,马蜂窝站内房车旅游相关内容容量较2023年同期增长125%。80后亲子家庭以及90后年轻一代是房车旅行的忠实爱好者。今年暑期,选择房车旅行的客群中,80后占比高达44.7%,90后则以33.4%的比例位居第二。

梳理企业的数据可以看到,今年暑期,家庭亲子客群撑起了快速增长的房车旅游市场。与此同时,随着人们对房车旅行的认知度进一步提升,相较于前两年短途或近郊游

玩法,今年,新疆、青海、川西等成为房车旅游的热目的地,长线房车旅游产品受到青睐。

“出游人群划分上,亲子客群成为绝对主力,一家三口、四口及祖孙同堂的组合比例显著增长。”悟空出行首席营销官朱旭分享了他的观察,“年轻群体对房车旅游的兴趣也日益浓厚,出现了拼车出游的趋势。”

“今年暑期,房车跟团游、包车游业务持续走俏。与单纯的租车自驾相比,兼具行程自由和司机管家服务的包车出行及房车跟团游受到了众多游客的青睐。除了传统的热门景点,越来越多的游客开始探索小众目的地,也体现了房车消费者对个性化、差异化旅游体验的追求。”上汽集团房车生活

供给更加多元

服务。”

杨松柏告诉记者,上汽集团房车生活家的租赁车辆主要来源于自有车辆、托管车辆以及共享车辆。记者了解到,这与目前很多房车租赁平台的情况基本一致。

“自有车辆和托管车辆是平台主要的车辆来源,共享房车则作为运营车辆的补充,满足用户的旺季出行需求。”杨松柏说,“为了提升游客的出行体验,房车生活家提供了一系列针对性的服务,例如提供专业的旅行顾问服务、提供司机管家服务等。”

有业者表示,今年暑期房车与旅游场景

的融合进一步加深,产品形态更加丰富,进一步满足了游客的多元出游需求。此前,电视剧《我的阿勒泰》热播,让本就位列暑期热门目的地的新疆热度再攀新高,新疆方向的产品成为热门产品。

“途牛聚焦定制游、小团游、私家游等打包产品,在暑期推出多条房车私家团避暑路线,如‘房车私家团+新疆伊犁环线双飞’‘私家团呼伦贝尔大草原+房车露营双飞’‘房车私家团+探秘西北青海甘肃双飞’等。”途牛旅游相关负责人告诉记者,他们的产品将房车与旅游场景进行了深度融合,兼

市场仍在培育

到产品的融合,仍需要进一步完善。”马蜂窝相关负责人表示。

在朱旭看来,随着国内旅游市场的不断升级和消费者需求的多样化,房车旅游作为一种新兴的旅游方式将越来越受到人们的青睐。“为了推动房车租赁及房车旅游市场的健康发展,还需要继续加强基础设施建设,包括增加露营地数量、提升营地服务质量等;加强行业自律和协作机制建设,推动形成健康有序的市场竞争格局;加大宣传推广力度,提高消费者对房车旅游的认知度和接受度。”聊到未来的市场布局时,朱旭透

露,“悟空租车将继续深耕房车租赁和房车旅游市场,持续扩大车队规模、提高车辆品质,加强与露营地、旅游景点等的联动,共同打造更加优质的旅游产品和服务。同时运用大数据、人工智能等技术优化用户体验和服务流程。”

“房车旅游在国内还处于初级阶段,消费人群有限。”租租车相关负责人建议,“需要考虑如何让更多人参与其中,接受房车、体验房车,这样才能迎来更大的发展空间。”杨松柏坦言,尽管房车旅游市场发展迅速,但仍存在一些瓶颈问题。“比如如何

家总经理杨松柏认为,“在出行平台选择上,游客开始更加重视品牌,尤其是在西北地区,有一站式服务保障的平台最受用户青睐。”

与以往相比,这个暑期,房车租赁价格在不同地区和车型上有所波动。携程数据显示,房车租赁价格单车日均700元左右,每单租赁费用4000元左右,暑期房车的平均租期为6天;30%的房车自驾游用户租期为7-10天。租租车数据显示,今年暑期的房车租赁价格相比去年同期有近10%的上涨,在新疆等地区,热门车型每日单价超过了1500元,租赁期平均8天左右。

“总体来说,旺季房车租赁价格比淡季有一定的涨幅,在40%左右。这一涨幅反映了旺季房车资源的稀缺性和市场需求的增加。”杨松柏表示。

顾了露营、房车、观星等多种体验,受到游客青睐。

马蜂窝相关负责人告诉记者,“为了让更多不同兴趣偏好的游客能够更舒适便捷地享受新疆之旅,马蜂窝不但上线《我的阿勒泰》巡礼玩法攻略专题,还针对不同客群精选北疆自然风光观光、南疆人文风情体验、新疆小众目的地探秘、伊犁旅拍、新疆亲子玩乐等可定制行程的房车产品,让不同圈层的游客能够根据自己的兴趣偏好锁定目标。”

“为了吸引更多游客体验房车旅行,我们推出了‘乘风破浪大西北’房车主题游板块,并上线了数十个优惠套餐,涵盖了多种行程选择和车型配置,可以满足不同游客的需求。”杨松柏说。

提高对房车营地、停车位等基础设施的投资和建设力度,提高房车旅行的便利性和舒适度。有关部门应加强对房车旅行市场的监管力度,制定更加细致、完善的政策法规,确保市场的健康和规范发展。”

杨松柏表示,他们非常看好房车旅游市场的发展前景,并计划持续投入。“首先是深化产品与创新服务,不断优化个性化体验。例如,针对亲子家庭推出更多寓教于乐的活动,或者为年轻群体设计更多探险、社交元素的产品;加快建设产业生态系统,与更多合作伙伴建立紧密联系,如旅游景点、餐饮住宿、文化空间等,共同打造房车产业链,为游客提供便捷的一站式服务。”

近日,第二届全国自驾游旅游发展大会暨“中国之路·向善而行”阿拉善自驾游主题活动在内蒙古自治区阿拉善召开。其间,中国旅游车船协会发布了《中国自驾游、旅居车和露营旅游发展报告(2023—2024)》(以下简称报告)。报告提出,2023年,自驾游行业逐步进入一个相对稳定的“横盘发展阶段”。在这个阶段,市场增速放缓,产业竞争加剧,利润空间压缩,产业分化速度加快,行业内部结构和服务质量持续调整。同时,传统自驾游消费群体也在发生变化,城市年轻群体占比增加,为自驾游市场提供了新的增长点,针对年轻群体的“微创新”服务和产品不断涌现。

报告显示,2023年全国自驾游人数占国内出游总人数的比重为73.6%,国内自驾出游总量达到36亿人次(比2022年增加17.1亿人次)。同时,在分析和比较了不同区域、省份、城市、代际人群等的自驾游比例后,可以看到,2023年自驾游市场显示出明显的结构性调整和年轻化趋势,市场呈现以下几个特点:

成本控制成为重要的环节。在新的增长模式下,成本控制成为企业生存和发展的关键。在资本型增长阶段,自驾游行业通过不断扩张基础设施和增加投资来实现增长。然而,随着实际资产价格的持续推高,消费预期趋于理性谨慎,市场逐渐饱和和竞争加剧,使得这种模式的边际效益递减,企业开始转向通过存量整合、软性服务和优化管理流程,增强客户体验,实现营收增长。如定制自驾游线路、打造“营地+节会活动”等作为内容服务的载体,成为显著的增长点。

年轻消费者成为重要的增长点。年轻消费群体对自驾游行业的影响日益显著,20-30岁的95后中高收入人群成为自驾游的新生力量和主要人群,18-35岁的年轻用户占比超过50%。这一客群更倾向于追求个性化和体验式的旅游方式,对创新服务和产品的接受度更高。因此,企业需要更精准地定位目标客户群体,提供符合其特定需求的产品和服务。

营地向轻量、灵活、多样化发展。目前,营地可分为“资源型”和“客源型”两类。资源型营地位于热门旅游目的地,主要是依托稀缺景观的高端住宿业态和热门自驾游线路的中端停宿业态来吸引客人。客源型营地位于中心城市及周边,主要是依托本区域人口的休闲业态。无论是资源型还是客源型,成功的关键在于运营者的灵活创新能力,能够根据市场需求快速响应,提供高性价比的服务和产品。在年轻消费者喜好需求较为多变的情况下,这种灵活性在当前尤为重要。总体来说,在以营地为代表的供给侧,再一次体现了市场的深度分化和转向,形成了营地领域的“专精特新”趋势。资源型营地和客源型营地的发展路径虽然各有不同,但都在向更轻量、更灵活、更多样化的方向发展。

数字化和智能化或将改变自驾游市场的商业生态。随着数字基础设施全面覆盖,消费者获取信息和参与旅行的能力大为增强,尤其是年轻的自驾游消费者,对数字化、智能化更为熟悉,他们的消费习惯或将让商业模式更加线上化。未来,企业需要更快更准地响应消费者更细更多的需求,可以通过新媒体平台进行精准营销和社群维护,提升品牌影响力和市场份额,运用大数据、人工智能等先进技术对消费者行为进行深入分析,为其提供个性化的旅游推荐和智能行程规划服务,在市场中持续保持竞争力,寻找新的增长点,实现可持续发展。

中国旅游车船协会相关负责人表示,当前,行业已开始向深度、细分发展,这就要求从业者对政策和市场变化保持高度敏感,并及时主动地调整经营策略,推出更具市场吸引力的自驾游产品。

遗失声明

山东省曲阜海峡旅行社 孔庆波
导游资格证遗失;
资格证号: DZG2001SD11535
中国旅行社总社(大连)有限公司
杨慧艳 导游资格证遗失;
资格证号: DZG2002LN11504

声明作废

黑龙江暑期房车露营市场旺

□ 张 磊

今年,黑龙江旅游市场持续升温。在众多夏季避暑产品中,房车露营以其独特的魅力脱颖而出,受到不少游客的喜爱。新建的露营地加上丰富的活动,为来龙江的游客带来更有趣的旅游体验。

“江的对岸就是俄罗斯,早上醒来空气清新,这种感觉太棒了。”在黑河市大黑河岛房车露营地,来自浙江的游客李先生说,这几天,他和天南海北的车友打成一片,一起在户外烧烤、聊天,特别放松和开心。

随着人们生活水平的提高和对个性化旅游体验的追求,房车露营受欢迎程度日益显现。对于游客来说,开着房车到露营地小住几日,是一种自由、时尚、亲近自然的生活方式,他们可以按照自己的节奏和喜好安排行程。

在今年新建的大黑河岛房车露营地,像李先生这样的南方游客非常多。“大黑河岛房车露营地设施很齐全,我们在这里停留了几天觉得很方便。”房车爱好者王先生说。大黑河岛房车露营地设有152个自行式房车停车位、24个中型停车位和15个拖挂式房车停车位。营区内配备自助服务区,包括卫生间、洗碗池等;室外则有加水区、露营区、烧烤区等,一应俱全。

7月7日,哈尔滨双城区运粮河谷营地公

园开园迎客,同日黑龙江省自驾游露营地启动仪式在这里举办。园区内户外烧烤市集区、互动文艺表演等文体娱乐项目丰富多彩,吸引了大批游客前来游玩。

运粮河谷营地公园占地面积38万平方米,水域面积72万平方米,是黑龙江省交通投资集团有限公司投资建设的高速公路服务区交融融合自驾营地。公园以避暑旅游为主线,以水上休闲娱乐为重点项目,将汽车露营与公路服务区有机结合。营地公园内建设了醉美龙江331游客集散中心,帮助游客及时获取旅游信息。此外,营地公园还有垂钓池、萌宠乐园、休闲露营区、星空露营区等区域,为游客提供丰富的休闲活动选择。

暑期,绥芬河中俄自驾游露营地迎来不少以家庭为单位的房车游客。家长们希望为孩子提供一个亲近自然、增长见识的机会,一家人可以度过温馨的时光,增进亲子关系,房车露营正好满足了这一需求。营地工作人员介绍,不用出国门就能赏俄式美景、品俄罗斯美食是他们营地的特色,营地总占地面积5.8万平方米,包括配套服务区、商业消费区、特色住宿区、康养娱乐区和环湖风景区。

近年来,黑龙江省在房车露营地的建设方面取得了显著成果。政府出台了一系列支持

政策,加大了对房车露营产业的投入,推动了露营地的基础设施建设和服务质量提升。据统计,目前,黑龙江省已建和在建自驾营地达56个。

在基础设施建设方面,各地不断完善露营地水电供应、排污处理、道路铺设等硬件设施,为游客提供更加舒适和便捷的露营环境。同时,一些露营地还配备了智能化管理系统,实现了预订、入住、缴费等环节的在线操作。

在服务质量提升方面,各露营地加强了员工培训,提高了服务意识和专业技能。不少露营地还推出了一系列个性化服务,如定制化的餐饮服务、专业的导游服务等,满足游客的多样化需求。

鹤岗市文体广电和旅游局党组书记、局长丛培甲介绍,今年鹤岗新建了两个房车营地,一个是松鹤公园汽车营地,另一个是萝北峰悦名山汽车营地。松鹤公园汽车营地设有十间民宿,旨在提供舒适住宿与绿色出行体验。此外,营地规划了户外拓展与餐饮服务区,让游客的每次停留都成难忘记忆。萝北峰悦名山汽车营地共设3个区域,分别为服务保障区、房车宿营区、户外活动区。服务保障区内的服务中心,可满足游客

吃住购娱多种需求。房车宿营区修建了灵活自行车房车营位、拖挂式营位、标准自行式房车营位、院落式房车营位等。营位之间用绿化隔离,私密性强,每个营位单独设置烧烤野餐平台。户外活动区布置670平方米草坪、帐篷区域、健身广场、儿童活动区,能够根据个体游客或团体的需求灵活使用。

黑龙江省文化和旅游厅相关负责人介绍,为进一步激发夏季文旅消费活力,黑龙江省制定了夏季避暑旅游“百日行动”实施方案,其中围绕哈尔滨五花山营地、大兴安岭呼玛尔自驾游营地、鹤岗山野湖营地、齐齐哈尔扎龙湿地营地、大庆赛车小镇营地、亚布力高山营地、牡丹江中兴朝鲜民俗营地、绥芬河中俄自驾游营地等,打造一路向北、醉美G331、两极穿越、华夏东极、火山边陲、穿越古驿路、浏览祖国大粮仓、住森林里的家、探秘兴凯湖、绥芬河跨境等十条自驾游主题线路。下一步,黑龙江省将继续加大投入,新建一批高品质的房车露营地,形成覆盖全省的露营地网络。同时,加强对现有露营地的升级改造,提高服务水平和竞争力,积极推动房车露营与文化、体育、农业等的融合发展,打造多元化的旅游产品,满足游客的多样化需求。

