

# 需求热度不减 众车企“掘金”房车市场新蓝海

本报记者 夏治斌 张家振 上海报道

“这个季节，正是开着房车去山里露营的好时节。”户外旅游爱好者陶侠（化名）如此感慨道。10余年前，在户外徒步旅行中偶然和房车结缘，让她开始接触这一全新的出行、旅游方式，“没想到，现在房车出行越来越火了。”

近年来，“房车+露营”正成为

## 市场前景广阔

目前，房车市场整体发展较为迅速，房车上牌数量正呈现出逐年大幅增长的良好态势。

国内房车市场迅猛发展，离不开露营经济概念的兴起。艾媒咨询数据显示，2021年，中国露营经济核心市场规模达747.5亿元，带动市场规模达3812.3亿元，预计到2025年中国露营经济带动市场规模则有望达到14402.8亿元。

此外，据艾媒咨询统计，2014年~2020年，中国露营地市场规模从77.1亿元增长至168.0亿元，复合增长率为13.9%。“预计2022年增速达18.6%，市场规模达354.6亿元。”

东吴证券研报也指出，新冠肺炎疫情激发消费者亲近自然的诉

## 加速产品布局

公司已在房车全业务链方面完成了初步布局，原厂房车型谱已经覆盖全球90%以上的房车产品。

“随着未来人们生活水平不断提高，对旅游的消费需求会越来越多，自然对房车的需求也会增加。”在深交所互动平台上，有关中通客车股份有限公司（以下简称“中通客车”，000957.SZ）发展的投资者询问公司是否有布局房车市场的计划。

中通客车相关负责人公开回复称：“目前来看，我国房车行业正处于成长期，需求保持增长，行业内企业数量还处于上升阶段，同时市场竞争暂时平缓，市场集中度有待进一步增加。公司已在小批量试制产品。”

上汽大通相关负责人则告诉

小众且精致的户外旅游休闲方式，也带动了房车销量快速增长。中国汽车流通协会此前发布的《2021年中国旅居车（房车）市场大盘点》显示，2021年，我国自行式旅居车年销量达12582辆，同比增长43.2%，月均销量超过1000辆；拖挂式旅居车销量为3543辆；二手旅居车完成过户交易1975辆。

求，短途露营成为最优选择。“根据穷游网数据，2020年露营及房车旅行热度相较其他户外旅行方式大幅增长，可见消费者对于露营出行方式的青睐。”

实际上，早在2019年，普华永道发布的《中国房车：蓄势待发的细分市场》报告就显示，中国房车销量及保有量与美国、欧洲、澳大利亚、日本等发达国家及地区之间的显著差距表明，中国房车市场仍处于萌芽阶段，未来发展前景可期。

“房车凭借移动性、独立性、私密性的特点，让房车出游、房车主

面对房车市场巨大的新蓝海，包括上汽大通、宇通房车和奇瑞控股集团等在内的众多车企早已抢先布局。以宇通房车为例，公司相关负责人告诉《中国经营报》记者，宇通从2008年开始布局房车业务，目前产品已实现自行式房车、拖挂式房车产品的全覆盖，在售产品50余款，其中中高端产品市场份额超过20%。

活成为新的旅游消费热点。目前，房车市场整体发展较为迅速，房车上牌数量正呈现出逐年大幅增长的良好态势。我们认为，中国房车市场一定会是全球最大的房车市场，这是我国的人口基数决定的，也是我国经济发展速度决定的，更是消费升级需求决定的。”上汽大通上述负责人表示。

宇通房车相关负责人也直言：“和欧美发达国家相比，我国的房车市场还处于起步阶段，未来国内房车市场将保持平稳增长，预计2025年我国房车销量将达到5万辆。”

对于房车市场的发展趋势，奇

经覆盖全球90%以上的房车产品；同时我们拥有‘房车生活家’出行平台，未来将把其打造成面向全球的一站式房车出行平台。”

对于国内房车市场的发展前景，宇通房车相关负责人表示，尽管近2年受疫情影响，房车市场仍保持了平稳增长态势，消费信心和客户基本需求没有发生变化。随着疫情防控形势逐步平稳，市场需求将持续释放，房车市场平稳增长的趋势仍将持续。

“2019年，宇通房车新生产线建成投产，占地面积3.2万平方米，年产能1万辆，能够满足未来5~8

“房车旅游在国内属于中高端旅游消费形式，是一种个性化的旅行方式，伴随着旅游消费不断升级，正逐步成为中国旅游产业的新业态。当周边游、本地游和自驾游等渐成主流，再加上出境游消费回流、精致露营业态兴起，将为房车行业带来更多的市场需求。”上汽大通相关负责人表示。

瑞控股集团党委书记、董事长尹同跃曾在今年全国两会期间指出，房车游在欧美国家是一种非常大众化的旅游休闲度假方式。“近年来，国内房车旅游逐渐被广大人民关注，成为新的热点和旅游增长点。”

尹同跃认为，与房车游、自驾游相结合和配套的露营地，在对自然环境美化的同时，可有效促进自驾游露营地发展，带动乡村旅游与美丽乡村建设，促进城乡旅游经济多方位发展。“房车自驾游露营地也符合国家旅游业发展规划政策，未来的中国房车游及露营产业将是下一个万亿级的行业。”

年的房车发展需求。”宇通房车上述负责人进一步表示，“公司在疫情防控常态化的基础上保证生产有序开展，通过优化采购流程、合理储备现车等方式确保销售工作正常开展，总体上疫情对公司的房车业务影响不大。”

上汽大通相关负责人则告诉记者：“作为‘国内原厂房车创领者’，上汽大通以过硬的品质得到了用户认可。今年前4个月，上汽大通MAXUS原厂房车市场占有率蝉联第一；1~4月，上汽大通MAXUS原厂宽体轻客B型房车累计市场占有率达18%，持续‘霸榜’第一位。”

## 破解发展瓶颈

消费者对房车产品较为陌生，房车露营意识不强仍是未来的增长瓶颈。

“当前，中国房车旅游产业规模和水平尚处于初步阶段。”尹同跃表示，一方面，由于用地性质和土地规划方面的政策，配套的房车营地较少，营地发展慢，房车停车难、售后难、补给难、体验差等问题突出；另一方面，房车租赁市场也亟待开发，迫切需要加强统筹规划和规范引领。

实际上，奇瑞控股集团已开始在房车露营地领域发力，旗下的“途居露营”便专注于汽车房车露营地领域，构建并打造汽车房车露营地全价值链生态圈。

对于“途居露营”的发展布局情况，奇瑞控股集团相关负责人表示，将以直营旗舰型营地（300亩）为中心，周边布局若干小型营地（100~200亩），配合连锁加盟营地布点，形成营地“小气候”；若干营地“小气候”连片成网，以此形成“途居露营”全国营地网络。

“房车生产企业大量涌现，房车营地数量较快增长。尽管中国房车市场正快速发展，但消费者对房车产品较为陌生、房车露营意识不强仍是未来的增长瓶颈。”乘联会秘书长崔东树表示。

对于解决上述发展瓶颈的建议，崔东树指出，需要增加房车产品的曝光度，为消费者提供更多的试驾和体验机会，同时逐步完善房车出游的配套设施和相关服务，这将是房车市场实现可持续发展的核心驱动力。

“‘众人拾柴火焰高’。为了推

动房车产业更好地发展，需要实现政府、企业和用户多方面的联动。”上汽大通相关负责人表示，上汽大通MAXUS为代表的房车品牌也需在自驾游细分领域全面发力。

上汽大通上述负责人建议，要加速产业转型升级，将房车产品与旅游产业相融合，形成文旅IP，为用户打造多元化旅行场景，形成全新的房车旅游业态，在助推旅游业复苏的同时，也对房车进行有效推广；加快房车直营店建设，全力实现家门口就有房车直营店的美好愿景，解决用户房车使用和售后等一系列问题；与政府机构多方协同，加快自驾旅居车营地建设步伐，为房车用户带来更便捷的旅行体验。

在房车和营地合作方面，宇通房车上述负责人表示，公司持续整合上下游资源，推动房车租赁、房车营地和房车车友间的联系，打造了“房车大玩家”服务平台。该平台集房车租售信息发布、营地及停车点查询、旅行线路攻略分享、组队旅行等功能于一体，助力房车行业健康协同发展。

记者注意到，为促进房车市场健康稳定发展，相关利好政策也在不断出台。今年1月底出台的《“十四五”旅游业发展规划》提出，要推进自驾游旅居车旅游，实施自驾游推进计划，形成网络化的营地服务体系 and 比较完整的自驾游旅居车旅游产业链，推出一批自驾游旅居车营地和旅游驿站。



“房车+露营”户外旅游休闲新方式的兴起，也带动了房车销量快速增长。图为上汽大通MAXUS旗下的“生活家”房车。 本报资料室/图

# 减税补贴齐助力 车企开足马力迎销售“盛夏”

本报记者 于典 石英婧 上海报道

在供给端恢复稳定和需求端大力拉动下，我国汽车消费市场正在加快复苏。

中国汽车工业协会（以下简称“中汽协”）日前发布的统计数据显示，今年5月，我国汽车产销分别完成192.6万辆和186.2万辆，环比分别增长59.7%和57.6%。其中，乘用车产销分别完成170.1万辆和162.3万辆，环比分别增长70.8%和68.2%，同比分别增长5.2%和-1.4%。

“受利好因素影响，5月汽车产销呈现明显恢复性增长。乘用车产量已高于去年同期水平，销量略低

## 产业链、供应链趋于稳定

在多方共同努力下，我国汽车产业复工复产取得了阶段性成效，产业链、供应链趋于稳定，汽车出口也逐步恢复到正常水平。中汽协数据显示，今年5月，我国汽车月度出口量创出年内新高，共出口汽车24.5万辆，同比、环比分别增长62.3%和73%。

以上海汽车集团股份有限公司（以下简称“上汽集团”，600104.SH）为例，公司6月10日公布的产销快报数据显示，5月，上汽集团整车产销分别完成36.02万辆和36.36万辆，其中“出口及海外基地”产销量分别为8.63万辆和8.61万辆，分别较去年同期的4.51万辆和4.37万辆近乎实现了翻倍增长。

据介绍，自上汽临港乘用车基地开启复工复产压力测试以来，已有包

于去年同期水平，恢复情况良好。”中汽协方面分析认为，“我们相信，作为国民经济支柱产业，汽车工业具备强大的发展韧性和发展活力，通过各方面的共同努力，很快会回归到正常的运行轨道，对于全年保持稳定增长，我们充满信心。”

值得注意的是，在乘用车产销量相比4月实现环比大幅增长的情况下，我国新能源汽车品牌崛起的势头强劲。中汽协统计数据显示，5月我国新能源汽车产销分别完成46.6万辆和44.7万辆，环比分别增长49.5%和49.6%，同比分别增长113.9%和105.2%。

从“造车新势力”5月交付量排名来看，理想汽车、哪吒汽车、小鹏

汽车、零跑汽车和蔚来汽车分别位列前五，排名前四位的车企单月交付量均在万辆以上。其中，零跑汽车在今年3月交付量首次突破万辆大关后，5月再度创出月交付量新高，达到10069辆。

对此，零跑汽车品牌运营公司浙江零跑科技有限公司相关负责人在接受《中国经营报》记者采访时表示：“对我们来说，这是7年坚持核心技术全域自研带来的厚积薄发。我们所形成的优势不仅在实力上体现出品质、技术、成本的自主把控和领先，更直接体现在消费者层面上，做到让消费者用实惠的价格，购买到拥有越级竞争力的产品。”

性，集中暴露出汽车产业链、供应链的诸多重大挑战，已成为当前汽车产业发展的最大制约。”

“零跑汽车基于全域自研，在供应链的选择上采取多供应企业、多区域规划，相对其他企业而言有效改善了疫情对供应链保供的影响。”零跑汽车相关负责人表示，“零跑汽车提前布局，健全了多供应企业、多区域规划的机制，大大提高了供应链抵御风险的能力。以电池为例，零跑汽车现在有两种电芯，有五家电池供应商协同解决供货难的问题，我们从2021年初便已开始筹划这种模式。”

中汽协方面也表示：“通过汽车行业上下努力拼搏，复工复产节奏显著加快，汽车产业链、供应链也逐步畅通。”

## 新能源汽车销量逆势增长

尽管面临着多重挑战，我国新能源汽车产销量依然保持了快速增长势头。

中汽协统计数据显示，5月，我国新能源汽车产销分别完成46.6万辆和44.7万辆，同比均增长约1.1倍；1~5月，我国新能源汽车在今年3月交付量首次突破万辆大关后，5月再度创出月交付量新高，达到10069辆。

多家新能源车企业销量逆势增长，也再次证明了我国汽车产业具备强大韧性。

以上汽乘用车为例，在刚刚过去的5月，公司月销量突破7万辆，同比增长32.5%，并达成今年首个“月销2万辆新能源汽车”的

## 政策利好拉动消费升级

与此同时，我国汽车消费市场也正迎来一系列的政策机遇，以大力提振消费信心。

日前，财政部发布乘用车购置税减征细则，对购置日期在2022年6月1日至12月31日期间内，且单车价格不超过30万元的2.0升及以下排量乘用车减半征收车辆购置税。

根据相关测算，对消费者而言，购买10万~30万元级别的车型，购置税减半后预计每辆可节省4000~1万元不等。业内人士指出，购置税减半政策将在一定程度上拉动汽车消费升级。

“我们预计，按照政策的效果会带来200万辆的增量消费市场。通过实施购置税减半等諸多优惠政策，将推动国内汽车零售市场全年达到2100万辆的规模。”全国乘用车市场信息联席

目标，销量同比翻番，跻身新能源汽车销量第一阵营。

此外，向中高端市场发力也成为新能源车企和“造车新势力”发力的重要方向。最新交付数据显示，零跑汽车5月的交付量达到10069辆，创下历史新高。同时，零跑汽车也于近期发布了聚焦中高端轿车市场的最新车型零跑C01，以进一步完善产品矩阵，助力品牌向上。

据介绍，截至6月2日，零跑C01的预售订单已突破5万辆。零跑汽车方面表示：“公司长期定位于中高端汽车消费市场，产品结构及新车型始终围绕这一核心定位进行，每一款产品的推出都具备不同的使命。除此以外，我们计划以每年1~3款车型的速度于2025

年底前推出8款新车型，为公司品牌向上提供支持，深化零跑汽车的中高端汽车品牌定位。”

此外，吉利汽车的新能源汽车转型战略同样迈入了新阶段。其新能源汽车（含吉利、几何、领克、极氪、睿蓝）5月的销量为19619辆，环比增长39%，同比增长304%。此外，吉利汽车旗下的新能源汽车市场渗透率达22%，创下历史新高。

“极氪001月度交付量创新高，几何1~5月累计销量同比大增，睿蓝累计销量破万辆。高价值产品持续热销，‘中国星’高端系列销量环比增长12%，领克豪华智能旗舰SUV领克09累计交付破万辆，进一步推动了品牌向上。”吉利汽车方面表示。

跑汽车自身积极推出了‘购车即赠充电桩’政策，保障消费者在充电过程中的适用配套设施；另一方面，新能源汽车符合汽车行业的发展趋势，符合国家倡导的绿色低碳路线。”零跑汽车方面表示，本轮新能源汽车下乡活动的推出，将有利于促进新能源汽车在农村地区的推广应用，加快公共充电等基础设施的建设和完善。

“随着国家和地方一系列保经济增长政策的出台，政策效应将会逐步释放。行业内企业正在全力抢抓二季度最后一个月的重要窗口期，在稳定二季度产销形势的同时，力保全年预期。”中汽协方面分析认为，“尤其是进入到6月后，购置税减半等政策开始发力，预计6月产销形势将会继续好转。”