

房车旅行成度假“新宠” 露营经济或拉动房车市场销量回暖

本报记者 于典 张家振 上海报道

“未来，房车市场的消费快速回暖仍值得期待。”这是乘联会全国房车市场后续发展趋势的判断。

根据乘联会日前发布的统计数据，今年1~7月，全国房车销量为6326辆，同比下降13%，7月份的房车销量为1171辆，同比下降18%，“体现了新冠肺炎疫情(以下简称“疫情”)对房车生产的冲击仍有体现”。

据了解，疫情之下，跨省出游

露营经济“新蓝海”

疫情对长途和海外旅行的影响仍较大，房车露营市场必将恢复良好增长。

艾媒咨询数据显示，中国露营经济核心市场规模和带动市场规模均呈现逐年上升的趋势。2021年，中国露营经济核心市场规模达到747.5亿元，同比增长62.5%；带动市场规模为3812.3亿元。“2025年，中国露营经济核心市场规模预计将上升至2483.2亿元，带动市场规模将达到14402.8亿元。”

近年来，随着露营经济异军突起，与之密切相关的房车旅游和房车市场也在快速发展。

乘联会数据显示，中国房车市场近几年增长速度较快，从2017年的不足5000辆到2018年的7374辆，增长62%；2019年又增长到9177辆，增长24%。2020年受到疫情影响的国产旅居车相对低迷，进口旅居车也大幅缩减。2021年，房车市场则达到了12582辆的水平，同比增长43%。不过，今年以来，特别是今年上半年国内房车市场呈现出同比萎缩的趋势。“受到疫情影响，房车生产遭遇较大打击，原因也是上海周边是房车主产区。”乘联会分析认为。

尽管如此，我国房车市场依然有着较大的增长空间。“未来房车市场消费有快速回暖的特征。”乘联会方面分析认为，相信2022年疫情的现状让消费者更关注房

受到一定限制，房车露营成为“微度假”的“新宠”。相关统计数据显示，在今年中秋节当天，有在线旅游平台露营预订量相较端午同期增长了近六成。

在露营经济 and 市场需求带动下，上汽大通、宇通客车、依维柯和江铃集团等各大车企也加大了房车车型布局和市场推广力度，以应用场景多元化等为触点贴近市场和消费者需求。

以上汽大通为例，作为上汽大通MAXUS首款原厂皮卡房车，

探索家T90纵横自上市以来关注度持续走高，7月份拿下了皮卡房车单车型上销量第一的成绩。

上汽大通也在强化MPV车型在野餐露营等场景下的应用。对此，上汽大通方面在接受《中国经营报》记者采访时表示：“场景更加多元化、更偏向于多人出行的当下，不仅家庭日常通勤、野餐露营、短途自驾对MPV的需求火热，政企会晤、商务接待、网约营运以及租赁等场景更渴望一台商务商用MPV。”



在露营经济带动下，房车旅行正成为消费者的度假新选择，车企也加大了房车车型打造和市场开拓力度。图为上汽大通MAXUS开设的原厂房车体验中心。 本报资料室/图

车，疫情对长途和海外旅行的影响仍较大，房车露营市场必将恢复良好增长。

艾媒咨询分析师也表示，在美国和欧洲等国家和地区市场，2020年房车千人保有量分别达到30辆、15辆，而中国市场千人保有量不足0.2辆，中国房车市场发展潜力巨大。

天风证券同样指出，对标美国2020年露营人口渗透率15.8%，日本截至2022年4月渗透率超10%，中国尚处于早期阶段，未来若按照10%渗透率计算，中国露营用户预计将达上亿人规模，市场蓝海大有可为。

随着房车市场空间不断拓展，车企看好这一全新赛道。客车龙头企业宇通客车此前公开表示，公司已实现房车产品的批量生产和销售，房车可以用于个人旅游使用；伴随着国家旅游营地基础设施和配套管理法规的完善，房车未来仍有较大增长空间。

中通客车方面也表示，我国房车行业正处于行业的成长期，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。“公司已在小量试制房车产品。”

车企加速入局

面对露营经济和房车需求热点，豪车汽车品牌也在发力。

在露营经济带动销量增长等多重利好之下，房车露营市场也成为多家车企竞相追逐的新高地。

据上汽大通相关负责人介绍，仅今年上半年，上汽大通MAXUS便接连发布了首款皮卡房车探索家T90纵横、生活家V100系列、旅行家RV LIFE系列、旅行家RV LIFE露营版等多款全新房车产品，“助推品牌原厂房车1~7月自行式房车累计市占率及排名第一、细分市场B型房车排名第一、细分市场皮卡房车7月排名第一”。

以上汽大通MAXUS旅行家RV LIFE露营版为例，作为为年轻消费群体打造的房车，起售价仅为19.98万元，内部配备了集成50升冰箱、微波炉、饮水机家电的一体式橱柜，以满足旅途中基础的生活需求。

而作为上汽大通MAXUS首款原厂皮卡房车，探索家T90纵横自上市以来关注度持续走高，7月

还拿下了“皮卡房车单车型上销量第一”的成绩。近期，探索家T90纵横更是在2022成都国际车展上推出了带有“智慧整装包”的全新车型，新增了ADAS高级驾驶辅助系统和房车管家，另可加选TOF人脸识别及电动吸水口等智能配置，为房车用户打造更丰富的智慧用车场景。中道房车推出的中道之星系列依维柯拓展版基于依维柯欧胜6.5吨底盘打造，在外部配置方面，车侧提供3.5米户外遮阳棚、侧拓展车体结构等。据介绍，该款房车的最大亮点在于外展的露台区域，用户通过电动机构可将外墙板降下形成天然露台，车内厨房区也可以通过旋转变成室外厨房，配合3.5米的遮阳棚使用，户外体验感和舒适性更强。

面对露营经济和房车需求热点，豪车汽车品牌也在发力。日前，保时捷推出了一款车顶露营帐，售价达4980欧元。据了解，该

车帐篷由Weissach和保时捷工作室联合设计研发，整备质量56公斤，可适配保时捷911、Macan、Cayenne、Panamera和Taycan等多款车型。

此外，特斯拉Model Y则配备了露营模式、K歌模式、宠物模式等功能，以满足用户对多样化的用车场景需求。

而哪吒汽车旗下的哪吒U在露营方面的表现也同样优异。哪吒汽车相关负责人表示，哪吒U凭借充裕的空间，在实现满员乘坐之余，还能从容装下露营所需的各类装备器材，让用户和大自然亲密接触的同时，在户外也能享受高品质生活。

安信证券研报指出，房车正逐渐由高端消费向大众消费过渡，房车旅游受众人群扩大、配套设施完善以及房车供给不断丰富，有利于推动房车市场发展，预计2025年我国房车销量将达5万辆。

政策法规有待完善

房车相关政策不完善一直是阻碍中国露营产业发展的阻力。

值得注意的是，在露营经济井喷的同时，露营地数量稀缺以及服务品质参差不齐，也为房车露营体验带来了一定的挑战。

“停靠安全性和补能便捷性，是房车旅行的重要前置条件。当前，国内房车营地配套设施建设不够完善，能够停靠房车的营地数量很少。同时，房车保有量不高，房车维修的普及度较乘用车存在不小差距，这极大地影响了出行体验。”宇通房车市场策略经理贾忠宝表示，同时，国内部分道路存在限高问题，对房车出行的影响很大。

艾媒咨询在《2021—2022年中国露营经济产业现状及消费行为数据研究报告》中也指出，房车在欧美地区较为常见，房车露营是欧美露营爱好者露营的一种重要方式。但当前中国露营产业尚不发

达，房车相关政策不完善一直是阻碍中国露营产业发展的阻力。

“在中国，房车仍属于新鲜事物，相关政策法规不够完善导致了房车上牌难、上路难等问题，以至于进一步影响到中国露营产业的发展。”艾媒咨询方面表示。

在业内人士看来，露营热在激发消费潜力、提振市场需求的同时，也存在部分露营地环境受到污染、项目整体规划不足和体验感有待提升等问题。只有持续完善配套设施和服务标准，才能不断为露营经济注入新动能。

艾媒咨询分析师也分析认为，随着露营经济的发展，政府部门将加大露营地建设与经营的规范化标准，监管将进一步深化。未来露营地建设与经营者要加强露营营地的合规性，提高消费者对露

营营地的信心，提高其市场口碑，才能获得更强的竞争力。

而露营在汽车行业“破圈”的背后，折射出的是车企对于汽车场景化使用的探索，汽车不再仅仅是人们出行的工具，更是一种生活方式。在新技术加持下，车企、车辆与车主关系的重塑步伐正不断加速。

以吉利汽车旗下主打电动皮卡的RADAR品牌为例，RADAR汽车在品牌发布之初便宣布与全球化一站式露营装备品牌Nature-hike挪客达成深度合作，双方的深度联名系列产品将在今年下半年亮相。

中国汽车流通协会表示，随着自驾游人数增长、露营地数量增加、租赁业务发展以及供给端日趋丰富，我国旅居车市场将迎来良好的发展机遇。

混动市场升温 自主品牌异军突起抢滩赛道

本报记者 尹丽梅 董海华 北京报道

混动车型正在搅动着国内汽车市场的“一池春水”。

从2018年到2020年，国内混动车型的市场占有率均低于2%。而根据申万宏源证券近期发布的研报，2022年1月~7月，国内混动(PHEV+HEV+增程式)车型销量累计达117.65万辆，零售渗透率由2021年的7.2%提升至11.2%。

与此同时，根据中汽协9月9日披露的数据，8月，我国纯电动汽车产销分别完成53.6万辆和52.2万辆，同比分别增长1.1倍和92.9%；插电式混合动力汽车

(PHEV)产销分别完成15.5万辆和14.4万辆，同比分别增长1.7倍和1.6倍。1月~8月，我国纯电动汽车产销分别完成311万辆和304万辆，同比均增长1倍；插电式混合动力汽车产销分别完成85.7万辆和81.8万辆，同比分别增长1.9倍和1.7倍。

可以看到，虽然在体量上纯电动汽车在我国新能源汽车中所占的比重仍然远远高于插电式混合动力汽车，但插电式混合动力汽车产销量的增速却快于纯电动汽车。整体而言，国内混动车型销量上升势头明显，已然成为车市新的增长极。

从“过渡技术”向“新增长极”转变

受财政补贴政策刺激，我国新能源汽车特别是纯电动汽车实现快速发展。

混动车型相对而言地位尴尬，长期以来，混合动力在国内被视为“过渡技术”。

混动车型按混动模式可分为插电式混合动力和油电混合动力。其中，插电式混合动力属于新能源汽车范畴，既享受新能源财政补贴也能获得新能源积分；油电混动则被视为低油耗车型，不属于新能源汽车，只是在“双积分”核算中有优惠。

不过，随着2020年10月我国将混合动力技术写入《节能与新能源汽车技术路线图2.0》，混动车型的“边缘”地位有了较大的反转。2021年特别是2022年以来，业内对混动车型进行了重新定位，混动技术车型正在成为车市

新增长极。

其中，最明显的信号是，车企加大了对混动车型的布局。去年以来，多家车企发布了混动技术平台，如魏牌智能DHT混动、比亚迪DM-i混动、吉利GHS2.0混动、奇瑞鲲鹏混动、东风MHD混动等。

在2022成都国际车展上，记者观察到，东风本田第十一代思域e:HEV、哈弗H6 DHT、吉利博越L雷神Hi·F、比亚迪护卫舰07、北京BJ60混动版、广汽传祺M8混动版、腾势D9插混版、长安欧尚Z6蓝鲸iDD等车型均登台亮相。

据外媒报道，丰田汽车北美销售执行副总裁Jack Hollis近日在接受媒体记者采访时表示，虽然他认为未来一定是纯电动汽车的天下，并且丰田正在做好准备

迎接纯电动汽车市场的爆发。但在短期内，丰田将继续开发混动车型，因为混动车型价格往往更实惠，而且不会让消费者产生驾驶纯电动汽车时的那种里程焦虑。相比纯电动车型，混动车型更有可能吸引市场上的消费者。

今年以来，国内汽车行业针对混动技术的发展展开过多次激烈辩论。在第二届中国混合动力技术升级研讨会上，国家信息中心副主任、正高级经济师徐长明表示，从去年下半年以来，混合动力汽车出现了超常规的发展，究其原因是因为插电式混合动力产品表现出了超强的竞争力，不仅降低了价格，产品的性能也满足了消费者预期。基于调研，他认为：“在相当长的时间内，混合动力汽车与纯电动汽车将并行发展。”

“今年以来，电池原材料成本

本。长城汽车旗下多个品牌均推出混动新车，包括哈弗H6 DHT HEV混动版与DHT PHEV插混版、坦克300 HEV等。长安UNI-K iDD、欧尚Z6蓝鲸iDD、领克01 EM-P、瑞虎7 PLUS混动等混动车型亦悉数亮相。

“中国的混合动力系统发展很快，在核心性能、可靠性等方面，已经具有了持平甚至部分指标超越国外品牌产品的能力和表现，国内混合动力汽车发展已经站在了新的历史起点上。”中国汽车工业协会委员会主任安庆衡近日在第二届中国混合动力技术升级研讨会上说道。

根据《节能与新能源汽车技术路线图2.0》，未来我国新能源汽车中的混合动力汽车(包括节能汽车、插电混动汽车和增程式混动汽车)的合计占比，将由2025年的2.5%增加到42.0%、47.8%、52.5%。长江证券预计，到2025年国内混动车型年销量或将超过635万辆，市场空间巨大。

自主品牌抢食混动蛋糕

本轮混动技术的升温，其中最为功不可没的角色是自主品牌。

过去，在混合动力领域，一直由日系品牌丰田、本田占据着市场的垄断地位，丰田、本田在混动领域均有着25年的技术积淀。

记者了解到，丰田的混动技术，经历多代更迭后目前已发展为全新第四代THS II混动系统。该系统热效率达41%，动力更强、效率更高，目前搭载在皇冠陆放、凌放、全新第四代汉兰达、威飒等车型上。目前，丰田在全球有2000万个油电混合双擎动力车主，其中中国车主有180万。

本田的i-MMD混动系统同样是性能优秀、运用广泛的一种混合动力系统。目前在售的雅阁HEV、雅阁PHEV、奥德赛混动版、CR-V PHEV等车型上均搭载了这一系统。

在自主品牌中，比亚迪是国内在混动系统研发中起步较早的企业。早在2004年，比亚迪便启动了混动技术研发。2008年，比亚迪推出第一款DM车型，DM混动技术发展至今，也先后经历了4次迭代。在混合动力这条赛道上，比亚迪在2020年对外发布了DM-i、DM-p双平台战略。双平台优势互补，可覆盖不同需求场景。

在比亚迪之后，其他自主品牌加速涌进混动市场。

具体来看，吉利旗下领克汽车已经推出领克01 EM-F(油电混动)和01 EM-P(插电混动)车型，新车基于吉利雷神智能混动技术平台研制。在2022成都国际车展上，奇瑞汽车宣布全球首发新能源混动技术品牌——“DP-i

智能混动架构”，并同步亮相构构下首款车型新潮智慧动感SUV——瑞虎7 PLUS新能源。长城汽车也正在通过柠檬混动DHT等加速新能源转型。自主品牌混动车型异军突起。

记者还了解到，除了混合动力系统架构外，近年来国内企业在混合动力专用发动机(DHE)、混合动力专用变速箱(DHT)、驱动电机、控制系统、动力电池等方面均已实现了新的技术突破。

“现在，中国的混动技术发展越来越快，中国品牌混动车型接连上市，部分产品性能已经达到或超越合资产品水平，同时部分车型提供了多种容量规格电池的产品可选，更加符合当下国内市场不同消费者的实际需求。综合产品力已在国内市场树立起新的标杆，并且得到了市场快速积极的反馈，这将对混动系统市场渗透率快速提升起到了十分重要的作用。”安庆衡说道。

“2021年以来，以比亚迪DMi为代表的自主品牌混动车型快速放量，开启混动元年，2022年PHEV销量持续高增，多车企加速推出混动路线。与市场认为混动是过渡路线、长期增长空间不大的观点不同，我们认为，发展混动替代燃油车不仅是政策导向，对消费者而言，混动车较燃油车的续航及价格优势使之成为实用性、高性价比的选择。我们预计，2025年，PHEV+HEV车型在乘用车市场中占比将达45%，自主品牌混动车型有望凭借出色的技术、产品力，加速替代合资主导的燃油车市场。”天风证券分析师孙潇雅表示。