

房车露营激活万亿汽车后市场新赛道

中经记者 陈燕南 北京报道

轻量化车身、智能远程控制系统正在全面普及，携宠出行、居家办公等定制化房车正在不断上新。随着大众出行消费理念的深度迭代，房车旅居的灵活便捷更加满足当下“说走就走”的随性旅行。

近日，国内汽车后市场迎来重磅政策信号。商务部牵头九部门联合印发《关于培育壮大汽车后市场消费若干措施的通知》(以下简称《通知》)，围绕汽车改装、房车露营、传统经典车等六大领域出台17条细化举措。

“一系列政策对行业产生的震动还是很大的，但是目前其实大家都还在观

望，因为很多城市的管理部门对于汽车行业和相关供应链企业还处于摸索接触状态，还需要相互磨合，所以我们也再等待具体的细则出来。”一位房车企业的负责人告诉《中国经营报》记者。

中经传媒智库专家、新智派新质生产力会客厅联合创始人袁帅则在接受记者采访时表示：“系列政策为房车露营这条刚进入大众视野的赛道，打开了从产业端到消费端的全链路增长空间。”

据国际专业机构报告，全球汽车后市场规模已突破1万亿美元；国内年龄7年以上乘用车占比超50%。汽车后市场正成为消费增长新蓝海，房车文旅赛道迎来三重实质性利好。

记者观察

汽车后市场将成产业盈利破局关键点

文/陈燕南

国内汽车产业正经历深刻的结构性转型，过往依靠新车销量扩张的增量盈利模式已然走到瓶颈。当前新车市场增速持续放缓，终端市场价格内卷愈演愈烈，整车企业单车利润不断压缩，行业整体盈利承压明显。在增量红利逐步消退的行业背景下，九部门重磅出台汽车后市场扶持新政，全方位放开房车露营、汽车改装、经典车、维保保险、汽车赛事、汽车租赁六大业态发展空间，为万亿级汽车后市场松绑赋能。

从行业深层变革来看，告别单一卖车盈利思维，深耕汽车全生命周期存量价值，汽车后市场已然成为国内汽车产业突破盈利困境、实现高质量发展的核心破局关键点。产业盈利逻辑的切换，根植于国内汽车市场的结构性质变。当前全球汽车后市场规模已突破1万亿美元，亚太市场正快速崛起为全球核心增长极，后市场赛道的全球产业价值持续凸显。聚焦国内，我国汽车保有量突破3.7亿辆，车龄7年以上的乘用车占比超50%，这一标志性数据意味着国内车市彻底告别增量扩张阶段，全面迈入存量深耕时代。海量存量车辆催生持续且多元的衍生消费需求，维保升级、个性化改装、旅居出行、汽车文旅等新业态需求集中释放，长期被视作新车配套附属板块的汽车后市场，正式从产业短板转变为盈利新增长点。

相较于新车销售一次性、低毛利、强竞争的盈利模式，汽车后市场具备高黏性、长链条、高附加的核心优势，能够贯穿汽车购置、使用、改装、服务、休闲文旅的全生命周期，持续挖掘产业价值。其中，房车露营作为汽车制造与文旅消费深度融合的新业态，成为后市场盈利突围的核心赛道，行业增长潜力持续释放。随着大众出行消费理念迭代升级，传统观光式旅游逐步被灵活自由的旅居出行替代，轻量化、智能化房车产品持续迭代，适配居家办公、携宠出行、长途自驾的定制化房车不断上新，精准契合当下消费者“说走就走”的出行需求，市场热度持续攀升。

《中国经营报》记者梳理行业现状发现，长期以来，房车露营等后市场新业态始终处于“需求火热、发展受限、盈利薄弱”的错位发展状态，多重行业痛点压抑了赛道的商业化潜力。此前国内房车通行管理缺乏统一标准，各地管控尺度不一，部分城市将房车归类为大型货车实施限行，跨区域自驾游出行易遭遇劝离、额外收费等问题，极大制约长线旅居消费。同时，国内城市公共停车场普遍缺乏适配房车的专用泊位，常规车位尺寸、高度无法满足房车停靠需求，近郊景区、高速沿线的水电补给、排污维修、应急保障等配套设施缺口较大。

除此之外，国内房车产业长期存在产品适配性不足、行业标准缺失等问题。早期房车产品多照搬海外设计，车身偏重、适配性差，不符合国内城市道路通行条件和家庭日常使用习惯，且改装行业缺乏统一安全规范，零散化、小作坊式改装乱象频发，不仅拉低行业服务品质，也导致正规企业的盈利空间被挤压，整个后市场难以形成标准化、规模化的盈利体系。多重短板之下，庞大的市场需求无法转化为稳定的产业营收，后市场的盈利价值始终难以充分释放。

本次国家级后市场新政的落地，从通行规则、配套设施、产业制造、生态建设四大维度，系统性破除行业多年发展程

桔，为房车露营乃至整个汽车后市场的商业化、规模化、规范化发展搭建起完整的制度框架，彻底打通存量消费变现、产业盈利升级的核心堵点。新政从顶层设计层面统一房车通行管理导向，简化营地用地审批、完善城市停车配套、布局全域旅游旅居场景，同时明确房车产业升级方向，推动产业链集聚发展，为后市场盈利模式升级筑牢政策根基。

在记者看来，本次政策的核心价值，不只是单一赛道的政策支持，更是对汽车后市场盈利逻辑的重塑。此前房车出行的各类痛点，本质是城市公共服务体系、交通管理规则滞后于消费升级速度，政策通过“优化通行权限+补齐硬件配套”双向发力，从规则层面厘清房车通行定位，终结各地管控混乱的局面，同时推动城市停车场、高速服务区、景区营地的配套升级，彻底解决消费者“不敢开、没地停、难补给”的出行难题，激活终端消费活力，为产业持续盈利夯实市场基础。

硬件配套与通行规则的完善，只是后市场盈利破局的基础，产业端的标准化升级，才是行业长效盈利的核心支撑。新政明确引导房车产业向轻量化、智能化、绿色化、适老化方向迭代，推动产业集聚发展，培育龙头企业，彻底扭转过往产品错位、产业零散、标准缺失的行业乱象。未来国内房车产品将全面适配城市道路行驶需求，主打亲民易用、轻量化、智能化车型，贴合普通家庭旅居需求，同时改装行业将告别野蛮生长，走向标准化、模块化、合规化的定制服务模式。

这一产业变革将彻底重构后市场盈利结构，推动行业从低端零散的维修、改装服务，升级为“整车销售+定制改装+运维服务+文旅增值”的多元高附加值盈利模式，彻底摆脱新车市场内卷竞争，开辟独立的存量盈利赛道。与此同时，新政推动房车露营与汽车改装、新能源维保、汽车赛事、汽车租赁等业态协同发展，形成多业态共生的产业生态，进一步丰富后市场消费场景、拓宽产业盈利边界，构建多点开花的盈利格局。

记者观察到，当前行业整体仍处于政策落地、细则打磨的蓄力观望阶段。各地交管、文旅、住建等部门仍在摸索适配本地的落地细则，管控标准、配套建设、行业监管的区域差异尚未完全消除，存量停车场改造、专用泊位管理、营地规范化运营等细节问题仍待细化，行业全面爆发尚需时间。

但从长期趋势来看，随着40个汽车流通改革试点城市先行先试，逐步输出可复制的落地经验，全国房车营地配套将持续扩容，通行管控将持续优化，行业标准化、规范化水平稳步提升。未来一到两年，汽车后市场将迎来政策红利兑现与基础设施扩容的双重窗口期，房车露营等新业态的市场渗透率、商业化规模将稳步提升，行业逐步从政策驱动转向市场驱动，进入规模化、高质量、可持续的盈利新阶段。

新车市场增量消退、行业内卷加剧，是国内汽车产业不可逆的发展趋势。在此背景下，万亿级汽车后市场不再是汽车产业的附属赛道，而是整个行业突破盈利瓶颈、实现转型升级的核心支点。本轮国家级政策的全链条赋能，盘活了存量汽车消费价值，重构了汽车产业盈利体系。未来，深耕汽车全生命周期、发力高附加值后市场业态，将成为车企突围竞争、增厚利润的核心路径，汽车后市场也将持续扛起产业高质量发展、扩大内需消费的重任，成为中国汽车产业全新的增长与盈利核心。

打通出行堵点：

上路有路权、停车有泊位、沿途有补给

房车露营消费热度持续升温，但产业发展始终被“上路难、停车难、配套弱”三大难题束缚，压抑大量潜在消费需求，本次政策针对性出台一揽子解决方案，实现全链条松绑。

记者了解到，此前不少房车车主跨省市出行频繁遭遇道路劝离、额外收费，区域管理标准不统一严重制约长线旅居出行，统一化通行规则落地后，房车跨区域旅游将更加顺畅。

《通知》提出，完善房车通行使用环境。支持各地优化房车上路通行管理政策，简化房车营地用地审批流程。

袁帅对记者表示，关于上路和停车的痛点，政策从通行管理和配套设施两个维度给出了系统性的解决方案，过去房车车主的出行焦虑，本质是城市公共服务体系没有跟上房车消费的发展速度，部分城市把房车等同于大型货车限行，普通停车场的车位宽度、高度都无法满足房车停靠需求，高速沿线和景区也缺乏对应的水电补给设施，这次政策把“优化通行管理”和“配套专用泊位”放在一起提出，相当于从规则层面给房车的路权正名。

“后续各地大概率会逐步清理不合理的限行规定，同时在新建停车场、景区配套设施中明确要求预留房车泊位，甚至会在高速服务区逐步增设房车补给点，从通行规则到配套设施的双向补位，才能真正解决车主‘敢开出去、能停下来’的问题，而不是只解决其中某一个环节的痛点。”袁帅表示。

《通知》还提出，优化设置房车营地

标识，发布房车精品旅游线路。城市新建或改造公共停车场时，有条件的可以设置自行式房车和拖挂式房车专用停车位并加强管理，更好满足房车停车需求。

苏商银行特约研究员付一夫则对记者表示，政策从通行权、停车位、沿途补给三方面系统破题：通行上，鼓励各地优化房车上路管理，逐步打破城市限行壁垒；停车上，要求新建或改造公共停车场时积极设置房车专用泊位，兼顾自行式与拖挂式；补给上，依托营地网络完善水电、维修、排污等配套设施。三管齐下，旨在构建“上路有路权、进城有泊位、沿途有补给”的完整闭环。

他还表示，不过，当前政策表述多为支持和鼓励，地方执行力度参差不齐，且存量停车场改造空间有限，专用泊位易被普通车辆占用，后续精细化管理仍需跟进。

《通知》还提出，推动房车制造产业链升级。支持有条件的地区建设房车产业聚集区，培育具有核心技术、全产业链整合能力和国际竞争力的龙头企业。引导企业加大研发投入，开发绿色化、智能化、轻量化、适老化等符合市场需求的房车产品。

有业内人士直言，对于产业链端的主机厂和改装厂来说，政策鼓励的轻量化、智能化、适老化方向，会直接引导未来3到5年的产品迭代逻辑，过去国内房车产品更多是照搬海外设计，要么车身过重不适合国内道路条件，要么功能设计不符合国内家庭的使用习惯，甚至很多改装产品没有统一的安全标准。

存量时代新赛道：

房车露营激活万亿汽车后市场

数据显示，我国汽车保有量突破3.7亿辆，过半乘用车进入7年以上存量周期，维保、改装、休闲衍生消费需求持续走高，全球万亿级汽车后市场正在国内加速落地。区别于新车销售一次性消费，房车露营打通“购车—改装—租赁—营地旅居—户外文旅”长链条复合消费，是盘活存量汽车价值、拉长消费周期的优质赛道。

科方得咨询机构负责人张新原在接受记者采访时表示，汽车后市场，特别是改装、房车、文旅是盘活国内庞大存量汽车资源、延伸消费链条的关键。当前新车销量增长放缓，而存量市场蕴藏巨大的升级、维护和消费空间。发展房车露营等高附加值项目，能有效拉动相关制造业、服务业和数字经济，是汽车产业从“增量竞争”转向“存量挖潜”的重

要阶段。

记者还注意到，此次《通知》提出，提升房车营地配套服务水平。结合区域文旅资源，鼓励在风景道沿线、城市近郊等区域，建设一批高标准、多功能的房车营地，完善维修补给、水电保障、医疗救援、餐饮住宿等配套服务。

6月23日，在新办新闻发布会上，商务部副部长盛秋平介绍，汽车后市场2.0版政策的主要措施可以用“破、立、扩、优”四个字概括，具体包括：坚持问题导向，破除行业发展障碍；构建支撑体系，夯实产业发展根基；扩展消费场景，推动“小众爱好”变成“大众选择”；优化服务供给，满足群众多层次、高质量消费需求。

“围绕汽车使用形成的后市场，是一个万亿元产业。据国际专业机构的

报告，全球汽车后市场规模已经突破1万亿美元，预计今年亚太地区将成为全球最大的区域市场。”盛秋平表示，中国乘用车平均车龄7年以上的占比已经突破50%，将迎来后市场快速增长期。汽车后市场已成为惠民生活和扩消费的“新蓝海”。

艾媒咨询数据显示，2025年国内露营经济带动上下游规模超1.44万亿元，房车细分市场保持年均30%以上增速；当前国内房车保有量不足30万辆，渗透率远低于欧美发达国家，市场增长空间广阔。

苏商银行特约研究员付一夫则对

记者表示，未来1—2年，房车露营产业将步入“政策红利兑现期”和“基础设施扩容期”的双期叠加阶段。17条政策从通行、营地、制造、租赁全链条疏通堵点，40个试点城市则形成“揭榜挂帅”式的差异化探索，其中部分城市有望率先输出可复制经验。产业层面，营地数量将迎来较快增长，房车销量和租赁渗透

率也有望提升；但供给端的快速扩张也可能带来同质化竞争和服务质量参差不齐的问题。总体而言，行业将逐步从“政策驱动”过渡到“市场驱动”，进入规范化、规模化发展的新阶段。

“过去国内汽车产业的增长主要靠新车销售，随着新车市场饱和度不断提升，汽车后市场的改装、露营、维保等细分领域，不仅能拉动消费增长，还能延伸汽车产业的价值链，把汽车从单纯的交通工具，变成承载生活方式的载体，这对于整个汽车产业寻找新的增长曲线，有着至关重要的意义。”袁帅则表示。

