

多端协同,汽车文旅趋向规模化精品化

■中国城市报记者 巩静



在今年4月的星程耀北京五棵松外展中,星程耀房车销售顾问为VAN类露营房车客户讲解福田图雅诺“风景i7”宿营车的产品知识和操作事项。 王力摄

当前,自驾旅行、露营成为文旅消费新风尚,并带动相关产业激活发展新引擎。

近期,《走进中国旅游名县》新书发布暨山海赋房车神州行启动仪式在北京市怀柔区山海赋汽车露营地举办。现场,中国城市报记者专访了中国文化产业促进会汽车文旅分会会长周子程与福田汽车图雅诺新能源事业部总裁张宏亮。作为汽车文旅行业的协会引领者与产业践行者,两位受访者围绕行业发展核心话题,结合实践经验,分享了各自的洞察与思考。

设等相关行业标准,同时推动旅游名县科学布局房车营地、出行驿站、水电补给点等文旅轻基础设施,为行业发展筑牢基础。

中国城市报:您曾提出汽车文旅助力旅游名县高质量发展的三大价值路径,请为我们具体解读。

周子程:汽车文旅是连接旅游名县与亿万大众消费群体的最佳桥梁。其助力旅游名县高质量发展的核心路径,可总结为三大方面,每一条路径都围绕“生态保护、产业发展、百姓受益”的核心目标实施。

第一,激活绿色生产力,实现生态与文旅共赢。我国众多旅游名县拥有世界级的自然与文化资源,但同时生态环境相对脆弱。我们始终坚持绿色发展理念,将新能源技术深度融入汽车文旅产业,让汽车文旅本身成为绿色生产力的重要载体。

第二,促进城乡融合,助力乡村全面振兴。我们通过打造乡村自驾精品线路、建设特色露营地,完善县域文旅轻基础设施,引导城市居民走进乡村、体验乡村、爱上乡村,带动县域餐饮、住宿、农产品销售等相关产业发展,促进城乡要素双向流动,实现城乡共享发展成果。

第三,打造特色生态,铸就

“小而美”的深度旅行目的地。我们将依托名县独特的自然景观,打造与环境浑然一体的房车露营地,结合当地深厚的人文遗产,设计沉浸式自驾游线路;融合独特民俗文化,策划特色文旅节庆活动,最终实现“一县一特色、一县一品牌”的汽车文旅生态。

中国城市报:此次《走进中国旅游名县》新书发布和山海赋房车神州行活动的启动,是协会推动行业发展的重要实践。您认为这些实践如何落地?将如何助力行业高质量发展?

周子程:“一书一行”的联动,核心是要实现“1+1>2”的协同效应。《走进中国旅游名县》一书,系统呈现了77个旅游名县的自然风貌、人文底蕴、特色资源,既是一份静态的“文旅宝藏图”,也是打造汽车文旅产品的核心资源库。通过这本书,能够让更多人了解我国旅游名县的独特魅力。

“山海赋房车神州行”系列活动,则是动态的“文旅探索器”。我们将组织房车车队,深入书中收录的77个旅游名县,将书页上的文字与图片,转化为车轮下可感知、可体验的真实风景。参与活动的车友,不仅是旅行者,更是名县文旅的体验官和传播者。

访中国文化产业促进会汽车文旅分会会长周子程

中国城市报:在当前行业环境下,我国汽车文旅行业的发展现状与整体趋势是怎样的?

周子程:当前,我国汽车文旅行业正处于高速成长的“黄金时期”。2025年国内居民出游总花费达6.3万亿元;2024—2025年自驾游占比高达77.4%,近3年年均增速保持在15%以上。这充分说明我国文旅消费市场基本盘庞大,行业活力凸显,“自主规划、自主出

行”已成为国民旅游的主流意识,消费者对出行自由度、体验感的要求持续提升。

在自驾游整体格局中,房车旅居作为最具增长活力的细分业态,发展势头尤为迅猛。当前国内房车改装市场规模突破120亿元,新能源房车呈现快速增长态势,我国汽车文旅产业正实现从基础设施建设到产品供给体系的全链条升级。行业已形成自驾出行、房车旅居、汽车营地等核心业态协同

发展的格局,其中房车旅居正逐步从“高端小众”向“大众消费”转型。

中国城市报:从行业发展实践来看,当前推动汽车文旅高质量发展,最需要突破怎样的制约?

周子程:基础设施不完善、标准不统一,是当前制约汽车文旅行业高质量发展的主要因素。我们联合企业、政府部门,正加快制定房车改装、营地建

访福田汽车图雅诺新能源事业部总裁张宏亮

中国城市报:结合汽车产业与文旅产业的融合趋势,您如何看待商用车适旅化的发展意义与行业趋势?

张宏亮:汽车文旅的蓬勃发展,本质上是文旅消费升级与汽车产业转型双向赋能的结果。商用车适旅化是重要发展趋势,它是商用车从“生产工具”向“生活载体”转型的关键,契合了“5+2新生活方式(5天都市通勤+2天周末微度假)”的兴起。

近年来,个性化、体验式、沉浸式的深度旅行成为主流,商用车适旅化为这份需求提供了灵活、便捷的解决方案。福田图雅诺前瞻性地通过“全场景、全动力、全系列”的产品矩阵进行战略布局,如为长途穿

越用户提供图雅诺X8“移动城堡”式C型房车,为精致短途露营家庭推出风景i7/i9纯电宿营车和图雅诺X5/X6宿营车等产品,以灵活、智能、零排放的特性,完美契合新时代旅居出行场景。

中国城市报:从行业顶层设计和企业实践角度来看,当前推动商用车适旅化、助力汽车文旅高质量发展,最需要解决的关键问题有哪些?

张宏亮:当前最需要解决的核心问题主要有三个。一是产品标准与安全规范缺失,旅居车改装缺乏统一的出厂技术标准与强制性安全认证,亟须建立从底盘接口、改装资质到车辆认证的完整标准体系;二

是营地网络与基础设施滞后,高品质、标准化营地严重不足;三是新能源补能网络不匹配,“续航焦虑”仍是阻碍新能源旅居车普及的核心痛点。

中国城市报:汽车文旅的高质量发展离不开与旅游名县的深度融合。作为车企,福田图雅诺在产业生态构建中,有哪些具体的实践思路?

张宏亮:车企必须主动作为“连接器”和“推动者”,牵头促进跨产业融合,共同构建标准化、规范化、可持续的汽车旅居产业生态。福田图雅诺的核心思路主要集中在三个方面。

标准共建方面,将联合头部改装企业、核心供应商及行业协会,共同研制旅居车改装

技术规范、营地水电接口等关键标准,推动其上升为行业或国家标准。示范引领方面,将与文旅、交通等部门合作,共同规划打造“标杆示范营地”和“精品自驾线路”,探索可复制、可推广的成功模式。数据互联方面,将利用车联网技术推动车辆、营地、充电桩状态等数据的互通与共享,为用户提供一站式智慧服务。

中国城市报:福田图雅诺在产品、服务、生态端有系统布局,这些布局如何落地?将如何与协会的相关实践协同发力,助力行业高质量发展?

张宏亮:福田图雅诺正从“产品端、服务端、生态端”进行系统化布局,与协会形成协同发力的良好态势。

在产品端,我们基于自主研发的纯电滑板底盘及中央电子电气架构,打造了标准化、模块化的旅居车专用平台,预留

统一接口,从源头保障改装的安全、可靠与品质一致性,推动车型的标准化进程。只有实现车型标准化,才能推动改装生态规范化,提升用户体验。

在服务端,联合产业链伙伴成立了“VAN物互联生态发展联盟”,该联盟将围绕用户的旅居生活,提供覆盖车辆购买、租赁、充电补能、露营装备、营地服务、路线推荐乃至二手车流通的全价值链服务,构建“购、用、养、换”的全生命周期服务闭环,持续提升用户体验。

在生态端,重点通过“示范项目”赋能具体场景:一是线路共创,与文旅部门合作,参与规划跨区域精品自驾线路;二是营地共建,与县域政府采用“轻资产”合作模式,共同打造“营地+农业”“营地+非遗”等融合性体验场景;三是IP打造,联合地方政府及媒体资源,共同策划主题自驾活动,培育具有持续影响力的文旅IP。