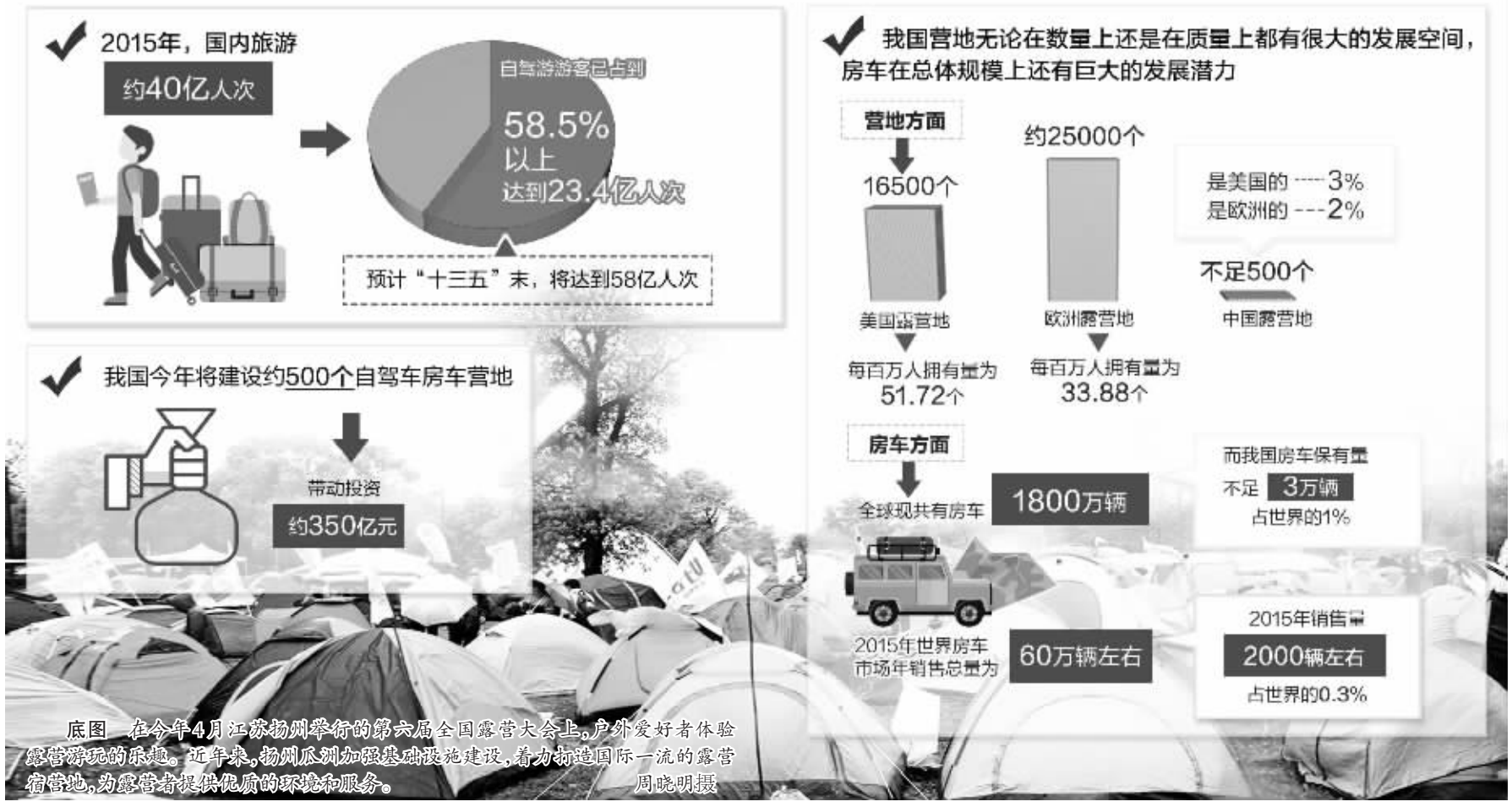
去年自驾游游客占国内旅游人数58.5%以上——

自驾游渐成出游首选

本报记者 郑 彬



底图 在今年4月江苏扬州举行的第六届全国露营大会上，户外爱好者体验露营游玩的乐趣。近年来，扬州瓜洲加强基础设施建设，着力打造国际一流的露营宿营地，为露营者提供优质的环境和服务。 周晓明摄

随着生活水平的提高，如今越来越多的人选择自驾出游，自驾游已成为主流出游方式之一。相对于跟团游，自驾游在景点选择和时间安排上更自由、更灵活，能更真切地感受当地的风土人情。然而，由于自驾营地少、配套设施不足等原因，自驾旅游经常遭遇“人在囧途”，方便性、舒适度与游客要求还有不小的差距。

以车为家 想走就走

“我特别喜欢自驾旅游，车外是世界，车里是个家。”天津市民刘洋告诉记者，他和爱人就是在旅途中认识的，结婚3年多，他们的足迹遍布大江南北：去过北京、浙江、福建，到过东北三省，行程达上万公里。“世界这么大，风景那样美，开着自己的车，幸福地到达远方，是一种享受，也是一种新的生活方式。”刘洋说。

随着旅游观念的转变和各种硬件设施的完善，人们已不再满足于“走马观花”式的跟团游，更具深度的自驾出行应时兴起。数据显示，2015年国内旅游40亿人次中，自驾游游客占58.5%以上，达到23.4亿人次。中国旅游车船协会预测，到“十三五”时期末，我国自驾游人数将达到58亿人次，约占国内旅游人数的70%以上。

记者注意到，我国自驾游的基本格局可概括为“热门景点受冷落、温冷线路受追捧、主题自驾受青睐”。自驾游市场是从常规旅游演变而来的一个更加细分、更加成熟的旅游市场，这一群体拥有良好的经济基础，相对丰富的出游经验，更加追求旅程、景观、体验的独特性。目前，我国自驾游呈现出与草原、雪山、温泉等风情相结合的趋势，青海、新疆、西藏、内蒙古、成都、云南等地成热门目的地，自驾游客也十分偏好美食、探险、朝拜、摄影等主题自驾活动。

随着自驾游的逐渐火热，汽车租赁市场也日益火爆。一嗨租车负责人表示，如今，他们的业务量稳步上升，每天都能接到很多租车的电话。遇到节假日，公司内的汽车全都租赁一空。

有专家预测，未来2年至3年，自驾游可能颠覆传统跟团游，而5年之后，自驾游市场的发展将进入成熟期，成为游客的首选出游方式，而非备选。

配套不足 服务欠缺

自驾旅游虽好，不过仍有不少车主遭遇道路设施不够完善、没有足够的停车位置以及景区大规模游客接待能力不足等诸多问题。

经常驾车出游的王丹说，出门在外，最担心的是“人在囧途”。虽然出发前已经做了大量功课，但由于不能及时了解路况、提前变更路线，导致遭遇拥堵甚至加重拥堵，可谓“人多车多、路挤地少”。在北京工作的孙先生告诉记者，今年暑假他带家人出门玩了一趟，本以为开车比较方便，没想到停车问题令人头疼至极。有时为了找个停车位，要开好远，走不少冤枉路。

中国旅游研究院院长戴斌指出，自驾游游客的车辆维修、休息、吃住等配套设施建设也需要进一步加强，“自驾游游客大多数是一个家庭或者几个家庭一起约伴出行，因此需要大量的配套设施来为这些游客服务。”

记者了解到，公共服务设施包括路况信息服务、公共厕所等建设不足，也常常带来一些尴尬。诸如，高速公路服务区服务不到位是游客经常抱怨的问题。有游客反映，一到节假日的高峰期，不少服务区的厕所污秽满地、脏乱不堪，游客尤其是女游客根本无法如厕，苦不堪言。

汽车租赁业火爆行情引发的责任纠纷也呈上升趋势。携程旅游网相关负责人指出，目前自驾者大多只关心租赁价格，对汽车投保情况关注不够，当汽车出险或发生故障后，围绕昂贵的修理费产生不少纠纷。这也反映出自驾游客不成熟，自驾配套服务在制度上还欠规范。

自驾中国创始人兼CEO李小林表示，我国自驾游市场发展潜力巨大。在他看来，线路无特色以及没有专业的自驾游服务这是市场发展的最大痛点，“我们正在做的事就是提供具有创意的精品自驾，满足客户有效需求，把自驾游服务标准化，让消费者都能看见”。

建好营地 自驾舒心

“想要自驾车旅游市场更有活力，必须让更多游客了解、认识自驾旅游。”业内人士认为，对于普通游客来说，只有通过亲身体验，实实在在感受到自驾旅游的好处，才能培养自驾旅游的消费习惯。

“更好的体验，离不开自驾车旅游市场保障。”戴斌在2016自驾游大会上建言，房车上路、WiFi覆盖、观景台建设等问题都需要政府关注并解决。

事实上，面对自驾游时代的到来，国家出台了一系列政策措施，力图通过政策扶持和行业标准确立，促进自驾车旅游发展。

2015年7月，国务院审议通过的《关于进一步促进旅游投资和消费的若干意见》提出，制定全国自驾车房车营地建设规划和自驾车房车营地建设标准，明确营地住宿登记、安全救援等政策，到2020年，鼓励引导社会资本建设自驾车房车营地1000个左右。

2015年11月底，国土资源部、住房和城乡建设部、国家旅游局联合发布的《关于支持旅游业发展用地政策的意见》提到，按照“市场导向、科学布局、合理开发、绿色运营”原则，加快制定自驾车房车营地建设规划和建设标准。

在今年7月召开的全国自驾车房车营地建设推进会上，国家旅游局会同国家发展改革委、工信部、公安部等部门提出，加快全国自驾车房车营地建设，今年我国将建设约500个自驾车房车营地。

随着相关政策不断出台和露营营地建设步伐加快，一些大型企业也在深度介入自驾旅游市场。2010年，港中旅集团在北京密云建设了国内第一个国际标准的房车露营地——港中旅南山房车小镇；2014年，首旅集团在北京延庆建立了北京龙湾国际露营公园；成立于2014年8月的中航爱游客汽车营地有限公司将航空元素引入营地产业，倡导“落地自驾+停车起飞”的全新游览方式；甘肃省公路航空旅游投资集团与国家开发银行甘肃省分行、中国铁建股份有限公司西北指挥部等共同发起的甘肃省自驾车房车露营地投资基金，已于今年5月签约，基金总规模达100亿元。

业内人士指出，营地的补充将更有利于自驾游市场发展。未来，政府应做好房车营地道路基础设施建设、优化公众服务尤其是便利化城市管理，营造良好的发展大环境。此外，旅游部门也应与交通等部门联手协作，统一对自驾游组织单位和人员进行培训，适时建立有序的调度中心，科学分流客源，协调景区接待，以拓展自驾空间，使这一市场健康有序发展。

> “要想方设法打通这些行业痛点，通则不痛，让主体成长得“壮一点”，让市场走得“快一点”

解决痛点，自驾才能逍遥游

牛 瑾

1.24亿辆、3亿人、23.4亿人次，这3个截至去年底的数据，分别对应着我国私家车保有量、驾照持有者、自驾游人次这3个指标。这在表明我国旅游市场开启了自驾游时代的同时，也再一次印证了消费市场无“变”不欢的事实。

作为一种新兴消费方式，自驾游顺应了汽车时代和移动互联时代小众化、定制化的消费特征，受益于旅游和汽车两大产业，得以蓬勃发展。正如其他新生事物一样，在趋势向好的时期，自驾游市场同样存在痛点。

比如，相关产业主体规模不大、资质不明。自驾游虽然与一系列产业发展密切相关，但目前产业主体还相对分散，缺乏规模较大、影响较广、市场占有率较高的龙头企业。同时，在实际操作中，自驾游俱乐部、旅行社、各类车友会、媒体论坛等都可以组织自驾游活动，但多数组织的主体资质仍不明确，限制了产业深入发展。

还比如，管理归属混乱、行业标准缺失。自驾游还算新生事物，主管部门和行业归属有着随意性和模糊性；针对自驾游的产业政策、相关规定、行业标准也就多局限在各个地区，且支持力度、执行口径存在较大差异。

再比如，配套设施和公共服务供给不足。自驾游的核心是人与车，无论租车自驾还是私家车自驾，都需要完备的露营地、停车场、医疗救助、车辆救援、道路导航、餐饮、保险等产品或服务，但现实却是，这样的市场供给网络尚未形成，相关服务更显滞后。以道路导航为例，自驾游目的地很多是在乡村和偏远地区，而现有的电子地图一般在城市做得较为完善，在自驾游客钟情的地方则可能出现信息导航盲区。

上述痛点的存在，加之旅游供给的错配和不足，导致目前我国自驾游消费同大众旅游消费的分层其实并不明显，在目的地选择、设施服务使用上也多有重叠，一定程度上加剧了道路拥堵、景区人满为患等问题。换句话说，我国自驾游还处于发展初期，与真正意义上成熟的自驾游还有不小差距。

那么，怎样才能尽快成熟起来？自然是要想方设法打通这些行业痛点，通则不痛，让主体成长得“壮一点”，让市场走得“快一点”。

具体来说，有3条路径或许行得通。其一，针对产业主体存在的问题，可考虑把自驾游组织者参照旅行社管理规范纳入监管范围，根据规模、业务和服务的不同，对自驾游组织者进行行业资质和经营资格审定评级，实行分级分类管理。同时，出台相关扶持政策，打造龙头企业，力争为自驾游客提供一站式服务。其二，针对行业标准缺失的问题，不妨从中央层面形成相关管理部门的协调机制，出台我国自驾游总体发展规划、制定国家级标准并推进落实，还要加强自驾游领域的相关统计工作，促使其规范化发展。其三，针对配套设施不足的问题，要系统规划、逐项解决，不断完善营地建设并探索盈利模式、做好后续利用；要在车站、码头、机场设立自驾车集散中心，让租车自驾在此实现无缝对接；要形成政府、市场、社会多元主体供给机制，吸引社会资本参与自驾游公共服务提供。

当然，上述这些是针对国内自驾游市场的发展而言的。在消费升级的大背景下，出境自驾游其实也正以爆发式的增长在我国高层次旅游需求群体中普及，成为不可忽视的消费新形态。数据显示，中国互联网境外租车市场去年的交易规模达到131.3亿元人民币，持中国驾照已经可以在全世界近180个国家和地区租车自驾。对出境自驾游来说，有一点至关重要，那就是租车平台尤其是我国的互联网租车平台，除逐步完善保险、导航、驾照翻译等服务之外，还需提醒游客在当地驾驶的注意事项。毕竟，各国交通法规不同，在国内只是违规的事情，到了某些国家就可能是违法。因此，只有熟知旅游目的地的交通规则，旅途才不至于变成“囧”途。

业内观察

消费

贷款

本报记者 钱箐旎

今年“五一”期间，在天津一家企业工作的李先生琢磨着购买一部智能手机，但一掂量3000多元的月收入又有些犹豫。每月的收入要拿出一部分寄往老家，还要为结婚攒钱，一次性付清后就有点捉襟见肘了。

一笔简单方便的贷款缓解了李先生“钱紧”的窘境。他申请了捷信消费金融公司的分期贷款服务，只需提供身份证和相关证明文件，经过捷信后台大数据审核之后，他轻松获得3000元消费贷款，买到了心仪的智能手机。而且，李先生还体验了捷信消费金融公司创新的无纸化办单服务，几分钟内，他用电脑提交个人资料，工作人员拍摄个人照片进行系统比对，通过短信验证码现场验证后就完成了，整个申请和审核流程简单便捷。

消费金融说白了，就是“先消费，后付款”。消费金融在国外已有百余年历史，而我国个人消费信贷市场起步晚，发展不充分。为了刺激消费，拉动经济增长，国家先后出台多项政策鼓励消费金融公司发展。2009年银监会颁布了《消费金融公司试点管理办法》；2010年，包括捷信消费金融公司在内的4家试点消费金融公司正式获批成立；2013年，银监会修订完善《消费金融公司试点管理办法》，新增10个城市参与试点；2015年，国务院常务会议决定放开市场准入，将消费金融公司试点扩大至全国；今年3月，央行及银监会联合印发了《关于加大对新消费领域金融支持的指导意见》，提出了一系列金融支持新消费领域的细化政策措施。

随着试点的放开，除银行外，电商、P2P网贷公司、第三方支付公司等多类主体纷纷开始申请消费金融公司牌照。截至目前，我国已有15家持牌消费金融公司。数据显示，截至2015年末，消费金融公司资产637.95亿元，贷款余额573.74亿元。

“由于股东中传统金融机构背景的偏多，因此消费金融公司先天性接近传统金融机构，目前大概有80%的消费金融公司仍是由银行占主导。”盈灿咨询高级研究员张叶霞在接受《经济日报》记者采访时表示，这也导致市场供给主体呈现单一性特点。

值得肯定的是，随着互联网技术的成熟，人们消费习惯的转变，消费金融公司也呈现差异化发展趋势。据统计，目前，消费金融公司商业模式可以分为3类：一类是以线下渠道为主的消费金融公司，如锦程消费金融、捷信消费金融等；一类是主打O2O模式的消费金融公司，如海尔消费金融、苏宁消费金融等；还有一类定位为互联网金融公司，如招联消费金融等。

各类的消费金融公司通过与商户合作，基本覆盖了网上零售、家装、租房、婚庆、教育、旅游等各大消费场景，为消费者提供了极大便利。

不过，张叶霞表示，消费金融公司发展目前仍存在一定局限性。比如，产品依赖商户合作，缺乏竞争力；大部分消费金融公司还局限于区域性、传统渠道发展，缺乏互联网属性，等等。对此，专家表示，未来消费金融公司应综合运用互联网技术和大数据技术，大力创新，才有望在竞争激烈的消费金融市场保持优势，赢得更多客户。

大数据解析小龙虾

本报记者 佘 颖

作为一款爆款单品，小龙虾被戏称为“夜宵界的网红”。到底有多红？美团点评数据研究院日前发布的《大数据里的小龙虾经济学》显示，我国小龙虾市场规模达千亿元，小龙虾人均消费额达84元。按照消费量级估算，预计整个里约奥运会期间，小龙虾外卖量将达1000吨。

相关统计显示，在全国3万亿元的餐饮市场中，小龙虾市场规模超过千亿元。而且，小龙虾的市场供应呈现持续扩容的态势。

报告显示，从商户数量来看，仅今年第二季度，小龙虾专营店新增数量同比上涨33%，总数量达到了17670家——这一数量是串串香商户的2倍，也是肯德基中国门店的3倍。

作为一种季节性食材，小龙虾消费的淡旺季明显。由于国内小龙虾原产地在每年5月至9月完成出虾和收虾，所以消费者对小龙虾的关注度在4月骤升，5月至8月保持高位，9月逐渐下探。因此，大部分商户提前至3月开市，也显示出小龙虾市场竞争的白热化——商户意图打“时间差”，靠前期的量少价高预热市场，抢占先机。

值得注意的是，在消费升级的大趋势下，小龙虾商户愈发注重向环境卫生、特色创新的品质餐饮迈进，涌现出很多高品质的特色店。报告显示，小龙虾专营店的人均消费额逐步走高，达84.4元。上海、北京等一线城市小龙虾专营店人均消费最高，达到90元。

另一方面，从消费者评价来看，人均消费高的小龙虾商户获得的评分更高。报告指出，人均消费大于85元的商户获得的平均评分为80分；而人均消费低于85元的商户，获得的平均商户评分仅为73分。这意味着，随着生活水平不断提高，消费者对于“吃”这件事越来越重视——对餐饮环境、菜品特色等品质的追求，展现出生活品位的变化。

肉质鲜美加上烹制容易标准化，这些特点使得小龙虾在蓬勃兴起的外卖市场很受欢迎。美团点评数据研究院的数据显示，小龙虾在千亿级外卖市场中表现出色，今年6月夜宵时段（20点至23点），全国共有1500吨小龙虾通过外卖渠道被消灭。

本版编辑 梁剑箫 徐 胥