

# 车轮上兴起“移动的家”



**本报综合报道** 放倒后排座椅铺上床垫,车尾支起天幕,外接电接上电煮锅、咖啡机甚至投影仪,一辆普通家用轿车,就这样变成随时可以停靠的微型营地。假日期间,“住在车上”正从少数人的选择,变成越来越多人心动与尝试的旅行方式。

社交平台上,“床车旅行”相关话题浏览量已经突破亿次。曾经的小众自驾玩法,正在走出圈层,冲击传统酒店住宿模式。但热潮背后,这一消费模式在释放活力的同时,也对安全管理、公共配套、城市治理提出新考题。

## 一车一景,解锁出行消费新选择

所谓床车旅行,指利用普通乘用车,通过放倒座椅、加装床垫、遮光帘等可收纳简易装备,实现车内临时睡眠,以此替代酒店住宿的自驾旅行模式。新能源车技术迭代,为这一玩法提供了现实基础,电池安全、驻车空调以及车企推出的“露营模式”“过夜模式”,降低了床车出行门槛。

不少出行游客实实在在感受到床车旅行的成本优势。西安游客赵先生一家人驾驶纯电轿车前往甘南,沿途选择观景台、露营点驻车休息,车辆直接充当临时居所,整体出行开销集中在过路费、充电以及餐饮,相比全程入住酒店开支大幅缩减。旺季热门景区周边民宿酒店一晚动辄数百至上千元,而床车过夜的充电、驻车费用仅二三十元,省下的住宿预算,不少游客会选择投入餐饮体验和深度游玩项目。江苏徐州游客韩瑶分享,一家三口历时28天的长途旅行,仅3晚酒店加1次钟点房,依靠床车旅行省下近五成住宿开支。

经济账之外,床车旅行走红,更深层是游客出行观念发生变化。安徽游客方女士就提到,雨天停驻车内,听雨水敲打车身,会收获独有的安宁体验。传统旅游大多遵循“出发—酒店—景点—返回”的固定闭环,床车旅行打破入住退房的时间约束,行车路线成为一张开放地图,旅行者可以随时停靠在风景优美的点位。

丝路文旅出行服务研究院院长桂斌认为,床车旅行走热,是技术红利、经济理性和

消费观念转型多重因素交织演化的结果。当下,消费者更加看重出行自主权与个性化体验,追求“车停在哪里,风景就在哪里”,不愿意再为旅游市场的溢价服务和商业套路买单。

## 供需同频,“过夜经济”撬动配套升级

床车旅行的火热,正从消费端传导至供给端,营地、高速服务区等空间开始调整功能,承接“过夜经济”带来的新需求。广东湛江厚群沉香房车营地创始人张勇介绍,今年营地预约接待入驻车次突破1万台次,不得不采取预约分流管理,其中床车用户增长十分突出,床车在营地驻留车辆占比从不足10%提升至40%以上,且以新能源车辆为主。床车内部空间有限,高度依赖外部卫生间、淋浴间等配套设施,也倒逼营地持续完善硬件服务。

国家层面已经出台政策引导,商务部等9部门发文提出,提升房车营地配套服务水平,鼓励在风景道沿线、城市近郊布局高标准多功能房车营地,完善水电、维修、救援等配套,有条件的公共停车场可增设房车专用车位。

高速服务区也正在完成功能转变,不再只服务短暂停留的过路车辆,还要承接过夜旅居需求。陕西交控服务管理集团曲江服务区临近西安多处核心景区,成为床车游客的热门驻车地。曲江服务区经理雷欢介绍,过去每日仅有寥寥几辆床车停靠,今年国庆期间,床车、房车日均停靠量达到300多辆。服务区专门划出安静区域设置40余个驻车车位,配备多套供水设施以及16把24小时可用快充枪。床车游客普遍停留1—5天,远高于普通司乘平均6小时以内的停留时间,这种变化,也带动服务区不断提升经营水平。

山东同样在探索旅居配套建设路径,当地拥有完整房车产业基础,荣成上半年房车出口额达10.6亿元,同比增长21%;截至2026年4月,当地存续露营相关企业1.96万家。山东高速推进服务区充电站全覆盖,青岛入选国家级汽车流通消费改革试点城市,计划依托景区、交通枢纽布局更多房车营地,探索旅居消费新模式。

## 守住安全红线,新业态呼唤精细治理

旺盛的市场需求背后,安全隐患、公共资源占用等矛盾也随之显现,如何实现床车旅行“行得通、住得安”,成为行业必须面对的现实命题。对游客而言,安全与合规是底线。桂斌说,根据道路交通安全法及相关规定,任何单位或者个人不得擅自改变机动车已登记的结构,“车子停下来才是‘房’,行车不躺卧、座椅不拆除、结构不破坏,这是红线。”

随着社交平台大量传播驻车攻略,不少免费公园、公共停车场迅速成为网红驻车点,部分旅居车辆私拉水电、乱扔垃圾、长期占用免费车位,挤占公共资源,多地已经发布通告,禁止在公共场地开展这类行为。对此,专家并不建议简单“一刀切”式驱离,而是呼吁出台细化管理规则,提供价格合理、权责清晰的过夜配套产品,更好满足游客需求。

盘活现有存量场地,被多地视作缓解供给缺口的可行路径。天津市自驾游与房车露营协会副秘书长芦姗提出,不少景区停车场白天车位紧张、夜间闲置,完全可以开辟夜间过夜区域,实现一地两用。山西陵川县盘活闲置停车场打造主题营地,补齐洗浴、水电等补给配套,叠加餐饮和演艺功能提升接待能力。作为国内旅游大省,云南旅居市场规模庞大,今年上半年旅居人数达到299.65万人,同比增长6.9%。为规范旅居车辆停放秩序,蒙自、瑞丽相继出台管理通告,明确旅居车辆禁止在公共区域违规露营,过夜须驶入指定营地或经营性停车场。

面对床车旅行带来的消费场景迁移和结构变化,桂斌认为,游客虽然省下了住宿费,却延长了在目的地的停留时间,增加了周边餐饮、特色农产品与文创产品的采购。可以通过推动高速公路“开放式服务区”建设,把过路“车流”转化为夜间“客流”,进一步激活地方夜间经济。

当游客的选择日益多元,无论产业发展还是城市管理,都需在新趋势中抓住真需求,不断完善服务和配套。车轮上的“家”能开多远,最终取决于安全保障能否兜得牢、公共服务能否跟得上。

# 多地新地标纷纷亮相 消费空间有效拓展

近日,多地新地标纷纷亮相。例如,据“成都发布”微信公众号消息,10月10日,一座以花卉为核心IP(知识产权)的“全天候生活目的地”卉升商业综合体在成都市龙泉驿区亮相。项目采用“室内恒温展馆+户外自然露台”的分层布局,以专业化、科学化的环境设计丰富沉浸式动线,兼顾花木养护与游览舒适度,告别传统大棚交易环境脏乱和冬冷夏热的逛购体验;同时,配套2.8万平方米商业空间,引入精品咖啡、烘焙、特色中餐、品质商务酒店,补齐传统花市休闲配套短板。该项目预计今年内正式对外开放。

“深圳发布”微信公众号10月10日发布的消息显示,“金贝”正式亮相。“金贝”即深圳国际演艺中心,位于深圳市福田区香蜜湖片区,项目以“未来梦幻演艺中心”为核心理念,致力于打造世界一流综合性表演艺术殿堂。未来,歌剧、音乐剧、民族舞、芭蕾舞等各类国内外艺术形式将轮番登台,为深圳市开启演艺新篇章。

国研新经济研究院创始院长朱克力表示,新地标在建设过程中,能对当地投资、就业产生明显拉动作用;投入运营后,其还能继续吸引社会资本投向周边区域,促进配套设施、物业服务优化升级。投入使用的新地标往往是各类服务场景的聚合载体,可通过串联分散资源、组织商旅文体健康融合活动支持服务业扩能提质,有效拓展消费新空间。

以广州市为例:据广州市人民政府官网披露,坐落于该市荔湾区的白鹅潭万象城于9月30日正式开业,随后迎来现象级客流;国庆假期七天,白鹅潭万象城累计客流近170万人次,日均客流24.1

万人次;得益于白鹅潭万象城、聚龙湾太古里的强力拉动效应,荔湾区国庆假期实现旅游消费39.87亿元,同比增长13.2%。

诸多新地标中,有的是新建成的重大商业项目,有的则是实施城市更新的成果。中国商业经济学会副会长宋向清表示,依托城市更新打造新地标,是盘活存量空间、提升居民生活品质、培育消费新热点的务实路径。它避免了大拆大建,将老旧街区、厂区、低效产业园区等改造为可漫步、可停留、可消费的商业综合体,兼顾文化传承与经济效益创造。

年初至今,从中央到地方,多份文件均提及“地标”:7月13日发布的《扩大消费“十五五”规划》提出“打造具有高标识度和吸引力的消费品牌、文化地标、体验活动”;2026年10月1日起施行的《上海市人民代表大会常务委员会关于深化国际消费中心城市建设的决定》要求,“打造夜间经济人气地标和夜生活好去处”“打造具备国际知名度和美誉度的美食地标”;10月10日,北京市人民政府发布《北京市“十五五”时期深化国际消费中心城市建设的规划》,强调“打造四大城市活力片区消费新地标”。一系列政策举措将地标视为扩大商品消费、服务消费以及入境消费的重要抓手。

可以预见,今后,会有更多新地标走入大众视野。对此,中国消费经济学会副理事长洪涛表示,地标的长期生命力来源于民生需求、业态规划、文化内涵、活动策划等。各地在建设新地标的过程中,一定要因地制宜、量力而行,重建设也重运营,真正将其培育为持续拉动消费增长、推进产业升级的重要增长极。



## 资讯

## 深圳水贝黄金市场消费热度延续

国庆假期客流高峰过后,市场人流量明显回落,但水贝市场的黄金消费热度仍在延续。近期,国际金价经历明显回调,受此影响,国庆期间水贝市场足金零售价回落至1061元/克左右,为消费需求释放创造了条件。

广东省黄金协会副会长朱志刚表示,金价回落,被不少消费者视作买入窗口,叠加国庆长假,带动水贝零售客流明显走高。不过,零售端人气高涨并不代表整个行业全面回暖。作为全国核心黄金批发集散地,本轮水贝市场热销是多重因素共同作用形成的短期行情。

国庆节后,金价小幅回升,截至10月13日午间,现货黄金约为4177美元/盎司,水贝市场足金零售价回升至1067元/克。尽管金价较年内历史峰值出现明显回调,但拉长周期看,伴随黄金税收新规落地,黄金饰品源头经营成本抬升,当前金价整体仍处于历史高位区间。

目前,国内黄金市场已经发生结构性转向:投资类黄金实物消费量已经超过首饰消费量,行业呈现“量降额升”的特征。朱志刚认为,当前,婚庆、孩童主题金饰仍是首饰消费的重要支撑。展望四季度,受到国内央行持续增持黄金储备、地缘局势不确定性等因素影响,金价或将呈现波动上行态势,对黄金首饰消费形成一定压制。

## 观察

# 中国汽车从“产品出海”迈向“产业链出海”

近日,中国汽车工业协会召开月度新闻发布会,今年前三季度,我国汽车出口继续保持高速增长,新能源汽车领跑,展现出强劲的韧性。前三季度汽车出口820.5万辆,同比增长65.8%。其中,新能源汽车出口占比连续四个月超过50%。

数据之外,中国车企在巴黎车展的新动向,也折射出中国汽车全球化进程的加速。同日,巴黎车展正式开幕。据了解,本届车展共有16家中国车企携25个品牌参展,包括零跑、比亚迪、小鹏、长安等。与2024年上届车展相比,中国车企的产品布局更趋成熟。

## 出海已成必选项

中汽协数据显示,9月,我国汽车产销分别完成299万辆和295.6万辆,环比双双增长,同比均有所下滑。今年前三季度,我国汽车产销分别完成2324.6万辆和2327.1万辆,同比均下降4.5%。

“今年前三季度,我国汽车市场总体呈现‘内冷外热’运行态势。由于多重因素影响,国内汽车市场持续承压,尚未得到有效改善。尽管外部环境复杂严峻,出口仍保持高速增长。”中汽协副秘书长陈士华说。

今年9月,我国汽车出口105.3万辆,同比增长61.4%;前三季度汽车出口820.5万辆,同比增长65.8%。其中,9月新能源汽车出口57.1万辆,同比增长1.6倍;前三季度,新能源汽车出口400.6万辆,同比增长1.3倍。

陈士华表示:“新能源汽车出口领跑已成为趋势。展望四季度,行业有望保持平稳运行态势,其中整体出口预计仍将保持增

长,全年有望超过1000万辆。”

出口成为拉动汽车行业增长的重要力量。今年以来,以比亚迪、小鹏、零跑等为代表的中国新能源汽车自主品牌在海外市场取得了亮眼的成绩。9月,比亚迪新能源汽车出口18.07万辆,同比增超150%,去年同期只有7.13万辆。零跑上半年出口近10万辆,超过去年全年出口量。

## 从“走出去”到“走进来”

巴黎车展是观察我国汽车出海的“一面镜子”。10月12日,我国多个自主品牌携多款车型亮相巴黎车展,部分品牌为首次参展。

其中,小鹏表示,小鹏G9L于巴黎车展上正式面向全球上市。除G9L外,小鹏还携LO3、P7+、G6等车型,以及陆地航母和IRON人形机器人参展,展示小鹏物理AI全品类产品矩阵。

同时,理想i6(海外命名Li6)当日也在巴黎车展上完成欧洲首秀,这是理想汽车首次参加巴黎车展。

此外,不少品牌在巴黎车展上宣布出海规划。10月12日,赛力斯旗下问界携多款车型及最新技术成果亮相2026巴黎车展。同时,问界宣布,将于2027年秋季进入欧洲市场,标志着问界全球化发展迈出重要一步。

赛力斯集团副总裁康波表示,为更好地融入欧洲市场,问界正积极推进监管合规认证与本地化运营。

小米汽车日前也宣布,将于2027年进入包括德国在内的欧洲市场,并在2026柏林国际消费电子展现场与首批八家德国头部汽车经销商集团签署合作备忘录。

工业和信息化部数据显示,当前,我国汽车已经销往全球200多个国家和地区,中国企业也已在境外80多个国家和地区投资整车和零部件制造。

汽车出口不仅要“走出去”,更要“走进来”,日益成为行业共识。

中国汽车流通协会副秘书长郎学红坦言,与日本等其他汽车出口大国相比,我国汽车在海外本地化生产方面仍有明显差距。

郎学红表示,中国已成为全球第一大汽车出口国,但汽车出海不能只依赖贸易出口,而应推动产业链整体出海,从整车贸易转向本地化生产,将核心供应链同步布局海外,以属地化制造降低贸易壁垒影响。

小鹏副总裁唐志坤表示,公司已制定详细的全球化战略规划,目标到2030年实现海外销量100万辆。为此,小鹏正加快推进海外多地本地化生产布局。其中,印度尼西亚工厂已投产,拉丁美洲及欧洲新生产基地也在规划中。

10月12日,零跑宣布,零跑B10已在西班牙萨拉戈萨工厂正式投产,此前零跑计划在该工厂导入零跑B10和B05。另外,公司的马来西亚和缅甸工厂均已实现量产。

在政策层面,工业和信息化部装备工业一司副司长郝立顺在2026世界智能网联汽车大会新闻发布会上表示,“十五五”期间,工业和信息化部将深化国际贸易和投资合作,完善跨境物流、投融资等配套支撑,同时加强海外风险防范和企业合规建设,引导企业稳妥有序开展海外布局。

从“产品出海”到“产业链出海”,中国汽车自主品牌正推动“中国车”加速驶向“全球卖”。

李媛媛