出台细化举措，房车再获政策礼包

► 本报记者 于大勇

前不久，国务院办公厅转发文化和旅游部、国家发展改革委等十部门联合制定的《关于促进房车消费的若干措施》（以下简称《若干措施》），着力打通长期制约房车消费的报废年限管理、通行管控、用地紧缺、配套不足等核心堵点。

专家表示，《若干措施》旨在推动房车从“小众生活潮流”走向“消费基础设施”，为国内房车消费保驾护航。



9月3日，观众在2026中国文化旅游产业博览会现场参观一款房车。

新华社记者 孙凡越/摄（资料图）

多角度护航房车消费

为打通房车（包括旅居车、旅居挂车、宿营车）消费堵点，培育房车露营等新业态，释放房车消费潜力，《若干措施》明晰了提升房车供给质量，优化房车登记、报废和驾驶人培训考试管理，保障房车通行和停靠，加强房车营地建设，强化房车旅游产品供给和管理服务，完善房车租赁服务，加大金融支持力度，实施房车消费促进行动，落实安全管理责任9个方面的细化举措。

其中，为提升房车供给质量，《若干措施》提出，鼓励企业做好产品适用性开发设计，提升房车体验感和舒适度，满足多样化、个性化消费需求。鼓励发展新能源房车，提高房车智能化、绿色化水平。加快研究制定整车安全、重要系统部件等标准，支持房车储能、生活设施等改装改造，提升产品安全性能和质量水平。

同时，加大金融支持力度。完善房车相关金融产品和服务，推动金融机构多渠道支持房车消费。鼓励各地结合实际采取支持措施，降低房车租赁、房车营地运营等企业经营成本。引导保险机构针对房车消费特点，推出类型多样、有效覆盖各类消费场景的保险产品，提供随车行李物品保险、车内家财险等产品和服务，合理确定保险费率。推动完善房车保险服务体系，提升应急救援、快速理赔等服务质效。

“《若干措施》的发布打消了行业从业者的顾虑，让上游的车辆制造研发、中游的渠道销售与下游的露营服务运营各个环节，都能锚定清晰的政策导向布局长期发展。”中国城市发展研究院投资部副主任袁帅表示，当前国内房车行业的发展正处于从萌芽期向快速成长期过渡的阶段，市场认知度不断提升，产品研发也逐步适配国内消费者的出行习惯和使用场景，不再简单复刻海外产品。越来越多贴合家庭短途出游、城市周边旅居需求的车型开始出现，行业整体活力正在逐步释放。政策的发布将有利于促进国内房车行业的发展。

“房车消费链条长、带动系数高，一辆车背后关联着装备制造、文旅服务、乡村振兴等多个领域，是扩大内需的优质抓手。”广东省社会政策研究会副秘书长高承远认为，政策的发布，为整车制造、改装配套、营地运营、周边服务等全产业链增强了确定性预期。

契合休闲旅游消费升级趋势

据了解，《若干措施》是短期内发布的第三份涉及房车消费的文件。

今年6月，商务部等九部门联合印发的《关于培育壮大汽车后市场消费若干措施的通知》明确“支持发展房车露营产业”，并提出，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。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。

同时，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。

7月初，国家发展改革委、商务部联合发布的《扩大消费“十五五”规划》提出，加强房车露营基地建设，支持建设不同类型、不同档次、特色突出的自驾车旅居车等露营营地。

专家表示，大力发展房车消费不仅可以进一步释放国内房车行业的消费潜力，更能带动文旅服务等方面消费，意义重大。同时，国内加快发展房车的客观条件也正在成熟。

“从当前的发展阶段看，国内已具备加快房车行业发展的基础条件。”袁帅认为，随着居民生活水平的提升，休闲旅游的需求正在不断升级，消费者对个性化、深度化的出行体验需求越来越旺盛，房车出行恰好契合了这一消费升级的趋势，市场端的需求基础已经十分扎实。同时，国内制造业体系完备，具备房车研发生产的产业基础，能够根据国内消费者需求快速迭代产品，供应链支撑能力十分充足。

“从市场基础看，国内已经具备一定的发展条件。”在上海市海华永泰律师事务所高级合伙人孙宇昊看来，一方面，国内居民消费水平提升，以及休闲旅游需求增长，为房车行业提供了市场基础；另一方面，新能源汽车、智能汽车等相关产业的发展，也为房车产品技术升级提供了新的发展空间。

专家观点也得到相关数据的佐证。中国汽车工业协会发布的《2025中国房车产业年度发展报告》显示，2025年，我国自行式房车总销量首次突破2万辆。其中，适合短途露营的宿营车销量同比增长85.61%；用于长途旅行的新能源旅居车销量同比增长229%。“80后”亲子家庭、五六十岁的退休“银发族”、新潮的年轻户外爱好者，是房车用户的主体。

“虽然发展前景向好，但国内房车行业要想进一步发展仍需要多方面协同推进。”孙宇昊认为，首先，应进一步完善房车营地、停车补给、公共服务等基础设施体系，提高房车出行便利度。其次，可以推动行业标准建设，包括车辆制造标准、营地运营规范、服务质量评价等，提升行业规范化水平。第三，相关企业也需要结合国内消费者需求，优化产品设计和商业模式，如发展房车租赁、短途体验、营地联动等模式，降低消费者首次体验成本。同时，监管部门和行业主体可以通过政策引导、市场培育等方式，共同推动房车产业从产品销售驱动向综合服务生态转型，实现更加健康、可持续的发展。

国内汽车出口连续4个月均达百万辆

本报讯（记者 于大勇）近日，中国汽车工业协会发布的最新数据显示，今年9月份，国内汽车出口105.3万辆，环比增长4.2%，同比增长61.4%。1-9月，我国汽车出口820.5万辆，同比增长65.8%。

此前，6月、7月、8月份国内汽车出口分别为103.7万辆、104.3万辆、101.0万辆。中国汽车工业协会副秘书长陈士华表示，国内汽车出口连续4个月均达到100万辆，继续保持不错的态势。

总体情况方面，9月份，国内汽车产销分别完成299万辆和295.6万辆，环比分别增长11.4%和9%，同比分别下降8.7%和8.4%。1-9月，国内汽车产销分别完成2324.6万辆和2327.1万辆，同比均下降4.5%。

“9月份，国内汽车产销量同比下降比较明显。”陈士华坦言，当前国内汽车销量处于比较低迷的状态，预计今后几个月也将持续这种状态。

新能源汽车方面，9月份，我国新能源汽车产销分别完成181.4万辆和182.3万辆，同比分别增长12.2%和13.6%。新能源汽车新车销量达到汽车新车总销量的61.6%。1-9月，新能源汽车产销分别完成1248.3万辆和1247.2万辆，新能源汽车新车销量达到汽车新车总销量的53.6%。

“新能源乘用车中，10万-15万元级别车销量占比提升，这与企业的车型策略有很大关系。”陈士华表示。

值得关注的是，乘用车方面，9月份，乘用车产销分别完成262.6万辆和258.8万辆，同比分别下降9.4%和9.5%。1-9月，乘用车产销分别完成1996.6万辆和1996万辆，同比分别下降6%和6.1%。

中国汽车流通协会乘用车市场信息联席分会（以下简称“乘联分会”）发布的零售数据显示，9月份，全国乘用车市场零售161.8万辆，同比下降28.0%；1-9月乘用车累计零售1333.4万辆，同比下降21.7%。

“9月份，国内车市最突出的特征是‘旺季不旺’，传统‘金九’成色严重不足。”乘联分会秘书长崔东树介绍说，综合看，9月份国内乘用车市场呈现五大鲜明特征。一是总量同比深度承压，结构性分化极致放大，“燃油车加速萎缩、新能源汽车韧性领跑”成为市场主线，高油价持续加速“油电替代”节奏；二是燃油车全线收缩，纯燃料乘用车的国内零售数据同比近乎腰斩式下滑，普通混合动力车型相对抗跌；三是新能源汽车渗透率持续突破新高，9月份国内新能源汽车的市场零售渗透率攀升至67.0%，批发渗透率达65.4%，均创历史新高，但同比增速较前期明显放缓；四是汽车出口超越内需成为部分车企零售量提升的核心增长点，出口量有效稳住了相关车企批发量与利润的底盘，部分车企汽车出口量占零售总量的比重超过50%，出口正成为拉动相关车企销量增长的核心动力；五是行业库存量大、销量持续低迷，高油价冲击燃油车明显，经销商新车进货更为谨慎，绝大部分经销商认为“金九银十”旺季效应明显弱于往年，经销商生存压力大、信心不足。

“当前，车市下行属于短期政策扰动与高基数叠加的阶段性现象，并非汽车普及的基本面见顶，大城市普及高、县乡普及弱的‘头重脚轻’特征尤为明显，下沉县域首购需求的蓝海依然广阔。期待未来政策支持经济型电动汽车发展，鼓励小型化，给低价车型更多补贴，以推动下沉市场首购需求释放，为车市长期稳定增长提供结构性支撑。”崔东树说。