

今年初,《国民旅游休闲纲要》出台,其中明确提出要加强国民旅游休闲产品的开发与活动组织,并要“支持自驾车房车营地建设”。

据中国汽车工业协会的统计数据显示,目前全国房车保有量为1万多辆,房车年销售量约1000辆,预计2015年中国房车保有量将超过两万辆,市场潜力不可小觑。

据媒体报道,一些省份的房车今年以来销售良好,据此推测,经济发达的南京在房车市场上也应该有不差的表现。但记者在多方调查采访后发现,南京的房车市场并没有想象中那么火爆,无论是低价的国产车,还是奢侈的进口车,销售只能用“不温不火”来形容。

文/现代快报记者 吕珂



有钱又有闲,还要能真正享受旅居生活;房车旅游正在被越来越多的人了解

全国房车年销约1000辆

南京房车市场远没有想象中火爆

记者调查

国产车 价低也不热卖 买得起的人没时间去“旅居”

南京乾通汽车销售公司是南京车市专门销售国产长城房车的公司,由于业务量较小,房车专门由该公司总经理周铭负责,记者联系到他时,他正在浦口即将开张的4S店忙装修。提起南京的房车市场,周铭有些无奈,坦言卖得并不好。他告诉记者,长城系列房车在南京的总体市场保有量最多也就百余台。在他的店里,长城风骏系列房车一年的销量只有四五台,全南京乃至全江苏,国产房车的年销量最多也就达到20台。

国产房车销售为何如此惨淡?周铭认为,消费者对于国产房车并不了解是关键原因。在多次大型车展上,长城房车都会吸引消费者驻足围观,可是真正有购买意向的寥寥无几。在大家的固有观念中,总

认为房车是价格昂贵的“奢侈品”,实际上,长城风骏房车的价格只有25万元左右,一般家庭完全能够承受得起。

此外,有的工薪阶层即使购买了国产车,在实际生活中,由于忙于工作、照顾家庭等原因,几乎没有时间开着房车正儿八经地去享受旅居生活。

据周铭介绍,在他店里买了房车,并真正利用起来的,正是那些“有钱有闲的”离退休老干部。

记者了解到,虽然长城系列房车对驾照没有特殊要求,只要C照就能开,但是对驾驶技术的要求却非常高,至少要驾龄5年以上的熟练老手,才能随心所欲地驾驭它,而且由于它身形相对高大,一般的停车位无法容纳,也给房车车主带来不小的烦恼。

进口车 销量业绩平平 购买者大多倾向商务用途

那么高档进口房车的销量又怎么样呢?7月28日,记者来到南京亿海汽车销售公司,在这家专营进口房车的店面门口,记者看到了两台气派的大房车,足足占了4台车的车位。该公司进口房车的销售顾问顾少华告诉记者,进口房车销量也是“业绩平平”。

他告诉记者一组数字来说明中国房车市场的冷清:去年全球房车销售金额达到1400亿美元,中国只有2亿元人民币。同为奢侈品的游艇,全球销售额达到650亿美元,中国销量为3.5亿美元,也远远超过了中国的房车市场。该公司去年房车的销量约为20多台,其中畅销车型为福特E450和奔驰的梦幻之旅,价格均不到200

万,而这个数字基本上代表了江苏省的市场销量,今年的销量预计将会与去年持平,不会有太大的波动。

顾少华告诉记者,进口房车的购买者多为大型房地产或者其他企业的老板。这个阶层的消费者,买了房车真正用于旅居的非常少,更多的是商务用途。例如,有的房产商在楼盘开发初期,由于楼盘地势偏远,周边缺乏配套设施,便专门买了房车长期停驻在楼盘工地,用于商务接待和公司高管平时办公住宿。例如福特E450可以满足5个成年人的住宿,日常则可以满足8-10人的办公用途。待工程结束后,便会转手卖掉。因此,旅居的功能并未得到发挥。

业内声音

房车销售在南京缘何不乐观?

事实证明,无论是亲民的国产车,还是“高富帅”的进口车,在南京市场的销售状况并没有想象的那么乐观。房车在南京,缘何遭遇“不温不火”?

房车消费观念不成熟

南京乾通汽车销售公司总经理周铭直言,目前南京市对于房车的消费观念尚未培养成熟,很多人对房车认识明显不足。有钱有闲,又能真正认识和享受旅居生活的消费人群并未培育成熟。

庞大的进口高档房车面临的各种制约则更加明显。顾少华告诉记者,进口房车车身一般都超过6米,高度达到2.4米,根本无法进入常规的地下车库。它的“魁梧身形”带来的“麻烦”还有车牌必须上黄牌,驾照要求为A照,而不可忽视的养护成本,也成为躲在房车亲民价格背后的障碍。

硬件设施匮乏成阻力

此外,房车露营地的建设也阻碍了房车市场的发展。房车要满足旅居的需求,对营地的要求很高,除了集景区、娱乐、生活、服务为一体的综合性旅游度假区外,营地还要满足为房车提供全套的供给补给服务,包括停车位、饮用水、照明电补

给、排污及安全防卫等服务和设施。而南京目前真正意义上的房车营地只有在建的高淳房车营地。全国符合要求的标准营地,也不过寥寥百余个。

南京房车呈“两极尴尬”

王仁和是南京资深房车玩家,他一语道破了房车销售市场尴尬的秘密——对富裕阶层来说,国产房车根本不会考虑,但是进口房车价格高,养护费用也价格不菲,买回家多半是个“摆设”。国产房车虽然价格便宜,但产品定位与实际消费需求存在一定的差距,从而导致了进口房车和国产房车在南京市场都不温不火的现状。

尽管如此,在采访中,无论是国产品牌还是进口品牌的销售商家,包括圈内玩家,都一致表示看好房车市场的未来。从2006年开始就开着自己改装的房车开始尝试旅居生活的王仁和乐观地认为,像南京这样的二线城市的发展空间和潜力要比北上广等一线城市大得多。在他自己身边,不乏对房车市场默默关注的人群,而这个充满购买欲望的人群恰好与国外的消费群体相吻合——离退休的50后人员,年逾花甲的他们正在期待价格、设计都适合的车型上市。

延伸阅读

房车产业,中外差别不是一点点

房车露营产业在美国经过四五十年年的发展,已经成为人们休闲旅游甚至生活中的一部分。数据显示,目前美国房车保有并运行的数量接近1000万辆,每年新房车的销售量约20至40万台。在德国这个数据更高,德国是世界上房车拥有率最高的国家,房车保有量约在1300余万辆。在亚

洲,日本约有138万辆房车。

国外房车消费的主要目的是:旅行、打猎、钓鱼等休闲活动。房车的使用人群是退休人群,因为他们有时间、积蓄和想放松的心理等。欧洲的趋势是年轻人开始买房车,多走走看看,培养独立生活能力和增加阅历。