



独家专访众信旅游董事长冯滨：

出境游大团失宠，小团深度游成趋势



“回暖”与“理性”是众信旅游董事长冯滨针对2023年和2024年出境游市场复苏情况所给出的关键词。

作为出境游龙头企业，众信旅游2023年出境游业务的恢复水平虽不及2019年，但借力暑期的旺盛需求，让其在三季度业绩快速回暖，实现扭亏。出境跟团游重启一年后，消费者出行方式也悄然发生变化：传统大团开始逐渐失宠，小团化、定制化、自由行化的特点越发明显。出境游市场的变化也让各旅行社拿资源变得更加谨慎、理性甚至保守。冯滨提示，2018—2019年旅行社“圈地”拿资源的时代已经过去，价格战更是禁地。2024年各家旅行社不再会盲目地扩张。未来随着国际航班运力的恢复，中国市场依旧是全球最重要的出境游来源地，如何把蓝海变成深蓝，是考验旅游企业的课题。

恢复了三成

“仅恢复至2019年的近三成。”谈及2023年众信旅游出境游业务的恢复程度，冯滨给出了这样的数据。在他看来，市场恢复到这个水平十分不易，在出境游重启的初始阶段，包括签证、航班运力、消费者适应程度等各个方面都要重新开始恢复、磨合，这是一个循序渐进的过程。

2023年初，第一批试点恢复出境团队游国家名单的发布，吹响了旅行社重新开展出境游业务的号角。但在恢复的路途中，仍受到多重因素制约。冯滨指出，其实在市场复苏的过程中，出境目的地的安全问题影响着消费

者的出游决策，加之国际航班运力尚未完全恢复，导致高昂票价的出现，使得部分消费者对出境游“望而却步”。

出境游市场在旅游需求极度旺盛的暑期迎来转机。根据国家移民管理局公布的数据，2023年7月1日—8月29日，全国边检机关共查验出入境人员8241.3万人次，日均139.7万人次，环比增长19.88%。

在暑期的带动之下，众信旅游在2023年三季度实现扭亏：营业收入12.61亿元，同比增长748.28%；净利润4865.6万元，同比增长195.51%。冯滨认为，出境旅游的复苏并不会一蹴而就，但随着供应链上所有业者的共同努力，产品会更加丰富，出游成本也将进一步降低，为消费者带来福音。

小团、自由行占比提升

通过将近一年的观察，冯滨总结，与2019年相比，2023年的旅游市场呈现出大组团“失宠”，小组团、自由行比例不断提升的趋势。具体来看，“一家一团”及“两家一团”小团组产品需求越来越大。此前，几十人大规模跟团游产品占比高于自由行，而如今，跟团游比例逐渐下降甚至被自由行反超。不仅是消费习惯在发生转变，游客在出行方面也更注重安全问题，相对传统大型跟团游来说，小团组、定制游更为灵活、私密、安全，愈发受到市场的欢迎。

冯滨同时看到，随着小组团产品需求量

的提升，消费者年龄分配比较均匀，以家庭为单位，在一个组团中基本能覆盖老、中、小全年龄段人群。青睐于自由行的年轻人也在不断获取旅游市场的份额。而在以往，大团出游的中老年人则是市场主流。

冯滨认为，虽然有钱有闲的银发族依旧是未来旅游市场的主力，但一年两次（一次长线、一次短线）的家庭出游必不可少，未来家庭游占比肯定会持续上升。

“价格战”成过去

出游需求逐渐变得“小而精”，映射出来旅行社将不会盲目扩张，而是趋于保守与谨慎。

冯滨回忆，2019年旅游市场需求十分旺盛，在此环境下，小型旅行社想要快速发展，大型旅行社则要拼上市、拿资本，各旅行社为了不同的经营目的疯狂地拿资源。当时，不少旅行社超负荷地获得了很多硬性资源，其中包括豪华邮轮切舱及包下大量酒店、机票、车票等资源，无形之中给自身带来很大压力，但最终需要达到平衡，卖不完的临期产品就需要进行甩卖，从而在市场上形成了“价格战”。

作为出境游龙头企业的掌门人，冯滨感受到当前市场仍存在较多不确定因素，各旅行社将不会去盲目拼市场，在国内经济增速放缓的背景下，旅行社不会再冲动地去预测未来，从而包下很多硬性资源，使得最终产品价格跳水。“一方面，目前小型旅行社的资金压力较大，没有过多可提前预支的资金；另一方面，大型旅行社在不断复苏的过程中，不少企业开始从渠道端向免税、旅游地产等方面倾斜。”

由此，冯滨也给出预判：2024—2025年间，大部分旅行社都会选择相对理性、谨慎的布局战略，在扩张上也会趋于保守。

出境游仍是一片蓝海

想要在旅游市场中找出发展的“突破点”，便要从高质量产品入手，众信旅游也在复苏缓慢的出境游市场里寻找商机。

2023年9月，国务院办公厅印发《关于释放旅游消费潜力推动旅游业高质量发展的若干措施》，旨在丰富优质旅游供给，释放旅游消费潜力，推动旅游业高质量发展。针对该政策的发布，冯滨也颇有感触，高端旅游产品的价格要控制在3万—4万元/人，并不是越贵就越好，要从产品品质、体验与性价比等多方面进行考量。同时，2024年，众信旅游仍将坚持布局高品质旅游产品，不盲目追求实现营收方面的突破。

在冯滨眼中，虽然2024年旅行社经营团队游人数不一定会超过2019年，但整体旅游产品的质量以及消费者对于出游体验的要求会有显著的提升。近年来，随着人们消费习惯的变化以及对世界的认知更加清晰，消费者会更青睐于进行目的地深度体验，希望把一个目的地玩“透”，所以一个或两个境外目的地的深度游或将成为未来市场发展的新趋势。

在回答出境游市场是否仍为蓝海时，冯滨说道，随着持护照的中国消费者越来越多，中国未来仍是全球最大出境游客源地，出境游市场也仍旧是一片蓝海。但如何通过经营，把这片蓝海变成深蓝，就需要各旅游人共同探讨与努力。

北京商报记者 吴其芸
图片来源：企业供图

电动车“过冬”焦虑未减

续航“打个折”

后期保养成本低、使用成本低，这是销售人员在推荐新能源车时提及的卖点之一。在实际使用中，纯电动汽车车主也确实感受到相比加油更便宜的费用支出。不过，一到冬季就开始“闹脾气”的电池却成为老生常谈的话题。

最近几天气温骤降，让购买比亚迪汉的市民金先生有些“闹心”。“相比本轮降雪前，这两天的气温更低，车辆的续航能力开始打折。”金先生告诉北京商报记者，夏季车辆的百公里电量消耗约13度，冬季则升至约20度。

不仅断崖式降温让续航“受伤”，低电量时车辆也出现掉电更快的情况。“雪后开车出门，当时车辆显示还剩80公里就选择直接出行，但开了约17公里，电量显示仅剩20公里，因为低电量出门，为节省电量所以当时并没有选择开暖风，没想到电量骤降。”金先生表示，开到目的地后赶紧找充电桩充电，冬季真不能低电量出行。

相较私家车主，行驶频率更高的网约车司机们面对这两天的低温天气也更加烦恼。“充电比加油省钱，但冬季频繁充电也耽误拉活。”驾驶北汽新能源EU5车型的李师傅表示，冬季车辆续航直降三至四成，即便不开空调，冬季行驶里程相比夏季减少50—70公里左右。“续航里程显示不到100公里时，就得开始准备寻找充电桩。”他表示。而首批购买Model Y车型的刘女士则表示，夏季充满电续航可以开到490公里左右，冬季续航也就在400公里左右。“冬季差不多续航打折在7—8折。”她说。

事实上，冬季续航里程打折已成为新能源汽车的“通病”。据统计，65%以上的车主认为自己的纯电动车型冬季掉电超过20%，其中20%的车主认为车辆掉电超过40%。这背后，与动力电池在低温状态下的工作性质有关。数据显示，气温从25℃降至-20℃，动力电池所能释放的电量会降低30%，同时充电所需的时间也会增加。而在车辆使用空调时，纯



两天持续降雪，北京银装素裹，但雪后迎来的“速冻”模式让不少新能源车主有些头疼。北京市气象台发布的寒潮蓝色预警显示，受冷空气影响，12月15日—16日出现寒潮天气，48小时最低气温降幅超过10℃。寒潮突袭，新能源车秒变“电动爹”，“冬天慎开暖风”“充电慢排队”等话题热度升温，电动汽车车主再次陷入冬天的烦恼。

电动汽车续航里程也会减少17%。中国汽车流通协会专家委员会成员颜景辉表示：“冬季时，纯电动汽车需要牺牲一部分电量为暖风制热，同时动力电池自身也需要一定温度才能维持续航里程消耗，因此导致车辆耗电量进一步增加。”

充电时间延长

冬季新能源汽车“续航打折”“掉电快”让车主头疼的同时，充电问题也随之而来。

数据显示，从充电次数方面，80%的车主在夏季时单次充电间隔为3天或以上，但冬季时车主比例降至45%。冬季，每天充电和隔天充电的车主人数分别增加5%和30%。“冬季基本一天充一次，有时早上出车，中午也得找地方补能。”网约车司机田先生告诉北京商报记者。

者，冬季车内要开暖风，加上续航里程本身也打折，为避免耽误乘客行程必须要及时充电。

不过，相比夏季，电动汽车在冬季也存在充电慢的问题。“夏季快充桩30—40分钟基本就能充好，但冬季需要1个小时左右。”一位车主坦言。此外，由于部分车主所在小区无法安装私人充电桩，因此只能寻找公共充电桩充电，冬季充电频繁加之充电速度放缓，也让充电站前出现排队的现象。

“受小区电容量限制，所以没能安装私家充电桩，冬季一般是两天充一次电，有时候在公司楼下充电或公共充电桩充电。”市民王女士告诉北京商报记者，北京降温这两天，遇到过两次充电排队的情况，大约排了十几分钟。降雪后的首个周末，北京商报记者在一处停车场内看到，靠近停车场出口十几个充电桩均有电动车在充电，尽管没有排队现象，但也

没有闲置的充电桩位置。

对于充电排队问题，相比城市短途驾驶，更多车主担心长途驾驶。本轮降雪两周后即将迎来元旦假期，特斯拉车主方女士表示，今年春节期间就曾遇到高速公路服务区充电桩“长龙”的情况，目前正考虑元旦出行开车还是选择高铁。

技术提升破解“焦虑”

冬季续航打折、充电慢等问题依旧存在，但北京商记者在采访中发现，不少消费者对于近两年纯电动车的进步也明显认可。

一位纯电动车主告诉北京商报记者：“七年前购买的纯电动汽车续航里程也就300公里，冬季开暖风只能时开时关。去年换车后，虽然冬季续航里程仍会打折，但由于整体续

航里程提升，加之充电设施逐渐完善，城市通行基本不会产生焦虑。”

数据显示，今年前11个月，新能源汽车销量达830.4万辆。同时，来自乘用车市场信息联席会的数据显示，今年11月新能源乘用车国内零售渗透率首次突破40%。目前，在技术端，不仅车企持续提升纯电动汽车的“三电”技术，相关部门也对新能源车提出更高要求。工信部、财政部、税务总局等三部门近日联合发布《关于调整减免车辆购置税新能源汽车产品技术要求的公告》(以下简称《技术要求公告》)明确2024年后新能源汽车减免车辆购置税政策适用的技术要求、过渡期政策，并更新相关标准和企业要求。工信部装备工业一司相关负责人在解读中提到，此次《技术要求公告》主要有三个方面的调整：一是提高整车能耗、续驶里程、动力电池系统能量密度等现有技术指标要求，优化和补充了燃料电池汽车纯氢续驶里程、系统额定功率、燃料电池启动温度等指标要求；二是新增低温里程衰减技术指标要求；三是明确了换电模式车型相关要求。“目前纯电动乘用车的续航里程总体在向长续航逐步提升，今年以来续航高于500公里、600公里的纯电动乘用车产品数量持续提升。”乘用车市场信息联席会秘书长崔东树表示。

此外，在电池和基础设施方面，相关企业也加快推进。今年11月，蔚来与长安、吉利先后达成换电方面的合作协议，开始向其他品牌开放换电。业内人士认为：“这将有利于更多的消费者补能，尤其是在冬季。一旦换电站能够大规模铺开，消费者将能节省充电时间。”在电池研发方面，今年8月，宁德时代发布行业首款磷酸铁锂4C超充电池——神行。据悉，“神行”超充电池能够做到充电10分钟续航400公里。宁德时代相关人士表示，宁德时代在“神行”系统平台上采用电芯温控技术，低温环境下可以快速加热到最佳工作温度区间，即使在-10℃低温环境下也可实现30分钟充至80%，而且在低温亏电状态下零百加速不衰减。

北京商报记者 刘洋 刘晓梦/文
视觉中国/图