

# 中國房車租賃平臺的現狀、問題 以及未來發展趨勢

王藝璇 王韻寒 黃麗華 唐 娟

(澳門科技大學, 澳門)

**摘要:**房車旅遊作為新興的旅遊形式逐漸被人們所關注,越來越多的旅遊者選擇房車出行,不同於西方國家的房車旅遊擁有百年歷史,中國的房車旅遊還在發展階段,租一輛房車去旅遊則成為中國人房車出行的首選,因此房車租賃平臺開始走進大眾視野,並為廣大出行者提供了便利。中國房車租賃平臺的存在為中國房車旅遊的發展提供了強而有力的支持,不僅提供多樣化的房車供用戶選擇,同時也含蓋了特色旅遊路線定制等服務。但不可避免的是任何新興事物在發展過程中,總會面臨一些挑戰,房車租賃平臺也不例外。因此本研究旨在通過對中國房車租賃平臺的發展概況、現狀以及存在的問題進行分析探討,為未來房車旅遊的發展和房車租賃平臺的發展提出了相關建議。

**關鍵詞:**房車旅遊;租賃平臺;發展現狀;存在問題;發展趨勢

**中圖分類號:**F590

## The Current Situation, Problems and Future Development Trend of Chinese RV Rental Platform

Wang Yixuan Wang Yunhan Huang Lihua Tang Juan \*

(Macao university of science and technology, Macao)

---

作者簡介:王藝璇,澳門科技大學酒店與旅遊管理學院博士研究生;王韻寒,澳門科技大學酒店與旅遊管理學院博士研究生;黃麗華,澳門科技大學酒店與旅遊管理學院博士研究生;唐娟(通訊作者),澳門科技大學酒店與旅遊管理學院副教授。

**Abstract:** Recreational vehicle (RV) tourism, as a new form of tourism, has gradually attracted people's attention, and more and more tourists choose RV tourism. Unlike RV tourism in Western countries, which has a hundred years of history, RV tourism in China is still in its development stage, and renting a RV to travel has become the first choice of Chinese people. Therefore, RV rental platform has been gradually known to the public providing convenience for travelers. The existence of Chinese RV rental platform provides a strong support for the development of Chinese RV tourism, which not only provides a variety of RV choices for users, but also covers the customization of characteristic tour routes and other services. However, it is inevitable that any new thing will always face some challenges in the development process, and the RV rental platform is no exception. Therefore, this study aims to analyze and discuss the development overview, current situation and existing problems of Chinese RV rental platform, and put forward relevant suggestions for the future development of RV tourism and RV rental platform.

**Key words:** RV tourism; rental platform; current situation of development; existing problems; development trend

## 引 言

改革開放以來，中國在城鎮化的進程中取得了巨大的成功。根據中國國家統計局官方資料，中國城鎮化率由 1978 年的 17.9% 上升到 2022 年的 65.22%，這個全球最大的農業國同時也變成了城市大國。然而，快速的城鎮化日漸帶來了諸多“城市病”，例如人口擁擠、交通堵塞、環境污染以及城市公共空間匱乏等（張玉林，2019）。人們迫切希望通過自然旅遊逃離世俗，回歸自然，找尋自我（Luo & Deng, 2008）。此外，高速發展的經濟帶來了較大的競爭壓力，為努力跟上快節奏的生活，人們越來越多地遭受精神疾病的影響（Moreno-González, et al., 2020）。隨著職場內卷氛圍日漸嚴重，沉重的工作壓力使社會群體疲於應付工作和生活挑戰，而忽視了壓力對身心健康的影響（楊均和馬君，2021）。駕駛一輛房車去追

尋“詩與遠方”成為了親近自然、找回“鬆弛感”的另一條路徑。房車（Recreational vehicle）旅遊被描述為旅遊者在度假時開著改裝露營拖車、五輪車、大篷車或房車，並將車輛作為主要住宿場所的一種旅遊形式（Prideaux & Carson, 2010）。大眾旅遊進入全面發展的新階段以後，個性化與多樣性成為旅遊消費的主要特徵，自駕出遊、家人同行的趨勢越來越明顯，房車旅遊處於持續增長的態勢。

我國房車旅遊發展起步較晚，但增長趨勢強勁。疊加新冠疫情政策鬆綁後的出行環境優勢以及新修訂的《機動車駕駛證申領和使用規定》帶來的個人用戶駕駛政策優勢，房車用戶準入門檻大幅降低。2023 年“五一”黃金週期間中國房車租賃訂單猛增，同比增長超 3.5 倍，暑期預定市場紅利提前釋放，房車租賃市場巨大利好引來眾多資本競逐（方圓，2022）。一眾房車租賃平臺，如“房車之家”、“21 世紀房車”、“e 家房

車”、“大象共用房車”、“旅居生活家”、“途居島”等,獲得了資本青睞。新華財經網報導稱,截至 2021 年年底,中國房車綜合保有量達到約 19.2 萬輛,年度銷量、綜合保有量已全面超越日本,成為亞洲第一大房車市場(林鄭宏, 2023)。

儘管我國房車旅遊市場發展迅猛,但學術界並未對房車旅遊投入足夠的關注,而關於房車租賃平臺的學術資料更是寥寥無幾,僅在新聞報導和大眾媒體中有其零散資料,缺乏系統性的整理。因此,本研究的目的是在於收集和整理碎片化資料,對中國房車旅遊和租賃平臺的現狀進行梳理;通過對特定人群進行訪談,並結合網絡文本資料,對中國房車租賃平臺現存問題進行討論;在此基礎上,對中國房車租賃平臺的未來發展趨勢展開研究,彌補了學術界對中國房車旅遊以及房車租賃平臺的研究空白,具有一定的理論貢獻。更為重要的是,準確把握中國房車旅遊以及租賃平臺的發展現狀和提出有利的發展促進策略,將有助於促進我國房車旅遊市場的可持續發展以及在全球房車租賃市場中贏得後發優勢。

## 1 研究方法

由於缺乏足夠的文獻資料支撐,本研究主要依靠網絡文本搜集以及實地訪談獲取資訊。本研究選取了作為用戶原創內容(User Generated Content, UGC)社區的典型代表馬蜂窩旅遊網,以及深受年輕人青睞的新興用戶原創內容社區的代表小紅書 APP 作為資訊獲取平臺,前三位作者從中搜集房車旅遊與房車租賃相關的遊記、推文、帖子

以及評論,經過反復篩選和討論以確保文本內容的準確性後,由通訊作者做最後審核,最終選取合適文本內容 58 條。由於網路可獲取資料有限,因此,本研究的前二位作者於 2023 年 7 月 16 日至 8 月 13 日自駕遊期間,對青甘大環線(途經甘肅省和青海省部分地區)以及蘭州甘南環線(途經甘肅省甘南藏族自治州與川西阿壩州)的兩條旅遊路線的沿途停靠點以及房車營地中的房車自駕遊客群體進行隨機採訪,通過“半結構化訪談”方式對 23 名房車自駕遊客進行了 15~30 分鐘的訪談。此外,作者群體還通過線上以及電話採訪的方式,對曾經有過租賃房車以及房車旅遊經歷的用戶進行採訪,對相關內容進行了增補。本研究通過對網路文本資料的歸納整理和對訪談內容進行敘事性分析,對中國房車旅遊以及房車租賃平臺的現狀和存在問題展開討論。

## 2 中國房車租賃平臺的發展概況和現狀

### 2.1 房車旅遊的興起

不同形式的交通工具是旅遊體驗本身不可或缺的一部分,房車旅遊作為自駕遊的分支,不僅是許多西方國家旅遊業的重要組成部分,也是近十幾年來中國國內旅遊的新興旅遊形式(Prideaux & Carson, 2011)。十九世紀初,大篷馬車在英法國家出現,到十九世紀中葉,以占卜賣藝為生的吉普賽人將家搬到大篷馬車上,方便他們到處遷徙和生存,“以車為家”的生存方式開始在歐洲盛行,房車的萌芽階段便由此開始。而現代意義上的房車則出現於二十世紀初的美國,發

動機的出現,更是激發了房車發展的巨大潛能。1910年,美國Pierce Arrow公司設計並生產了第一輛可以自行移動的房車產品Touring Laundau,由此展開了房車近一個世紀的發展,直到1960年後期,美國房車工業才開始使用“RV(Recreational vehicle)”這個專用詞彙來代表房車。早期的房車價格昂貴,且旅遊和戶外活動在某些情況下被認為是富人階層的特權,而房車僅僅是為他們的出行提供一個可供休息的場所,因此房車最初的使用者多數為富人階層。到了二十世紀五十年代,房車進入快速發展階段,數量和款式都出現增長,越來越多的中產階級開始加入房車旅遊的陣營中來。同時由於兼具出行和住宅的特點,房車也逐漸開始受到低收入人群的青睞。隨著社會的發展和觀念的變化,旅遊逐漸大眾化,不再是富人的特權,房車旅遊開始成為一種流行的旅遊方式走進大眾視野,越來越多的人選擇房車作為出行的交通工具去探索自然風景,逃離城市生活。

與國外房車悠久的發展歷史相比,中國房車行業起步較晚。在國外房車市場蓬勃發展時期,中國房車旅遊才剛進入萌芽階段。在二十一世紀之前,由於中國的經濟和交通條件有限,汽車尚未普及,遑論房車。房車旅遊對當時的大部分中國老百姓而言是一種聞所未聞的新鮮事物。1999年上映的電影《不見不散》中展示了中國青年在美國以“房車為家”的隨性自在的生活方式,這是房車第一次走進中國大眾的視野。進入二十一世紀後,中國經濟的迅速發展,人們對旅遊方式的需求開始多樣化,2001年,國內第一輛合法房車的問世,開啟了房車在

中國的發展。近二十年來,隨著旅遊需求的增長和人們對戶外體驗的追求,一些旅遊愛好者開始進行自駕遊,房車旅遊也逐漸受到了中國大眾的關注(孫朝輝,2018)。

近年來,以休閒放鬆為主導,以自駕和自助式旅行為基礎的家庭和親友休閒娛樂產品已成為市場的熱門需求。根據《中國房車旅遊行業市場運行動態及投資潛力分析報告(2023版)》所述,中國不僅已經成為繼北美、歐盟和澳大利亞之後的世界第四大房車市場,同時也是亞洲最大的房車市場。房車旅遊的次數也在逐年遞增,僅在2020年,中國房車旅遊的出行次數就達到了71.81萬次,市場規模達到了51.45億元(如圖1和圖2所示)。其中,自有房車佔了總市場的7.54%,而租賃房車僅佔了2.46%。未來,隨著居民收入和生活水準的提高,越來越多的人將追求更高質量的旅遊體驗。作為一種高端品質的旅遊方式,房車旅遊具有廣闊的市場前景。

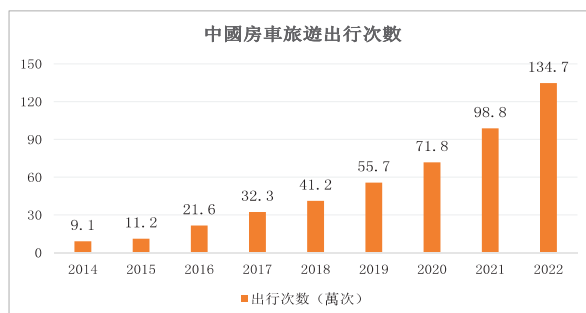


圖1 2014-2022年中國房車旅遊出行次數統計

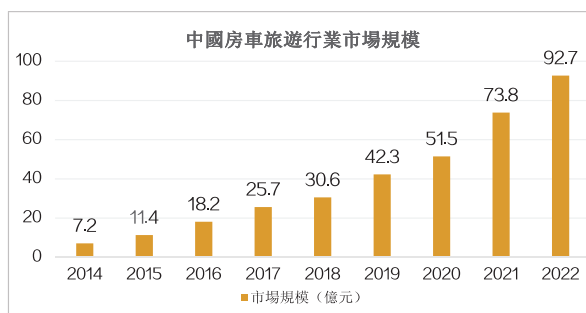


圖2 2014-2022年中國房車旅遊行業市場規模

## 2.2 中國房車租賃平臺的發展概況

隨著房車旅遊的興起,房車租賃業務也成為房車旅遊的衍生產品。而互聯網的普及和線上旅遊平臺的出現,為人們提供了一種新的租賃房車的思路,即網上挑選和租賃房車,因此,房車租賃平臺應運而生。房車租賃平臺的出現,不僅方便了旅行者租賃房車,同時還為旅行者提供了旅遊路線規格和旅遊指南等相關資訊。國外的房車租賃平臺規模較大,含蓋地區和房車類型更加多樣化,舉例來說,Motorhome Republic(房車國度)是世界上最大的線上房車租賃公司之一,2005年成立於新西蘭,如今運營範圍遍佈全球,大約含蓋45個國家/地區,有超過30,000輛房車可供選擇。Motorhome Republic為旅行者提供全球房車預訂服務包括澳大利亞、新西蘭、美國、加拿大及歐洲在內,同時網站還會提供自駕攻略以及營地推薦服務。網站提供多種語言的線上客服以服務於來自不同國度的租賃者,專業的房車專家團隊會根據租賃者的具體要求來提供車輛和路線推薦。

與國外成熟的房車租賃平臺相比,中國房車租賃平臺還在發展階段。從房車進入中國市場至今也只有短短二十幾年的時間。2002-2010年間,中國房車旅遊平臺逐漸實現線上化運營,中國最早的線上房車預定平臺是成立於2002年的“21世紀房車”,是中國最早的專業房車服務平臺之一,與國外專業的房車租賃平臺相比,“21世紀房車”更多的是提供房車諮詢、房車銷售以及房車保養和維修,房車租賃業務發展並不完善,可選擇租賃房車數量較少,限制條件較多,無

法滿足終端用戶的需求。在2010-2015年期間,中國房車旅遊平臺開始迅速崛起,行業規模迅速擴大。房車租賃業務開始被用戶所關注,線上預定成為房車平臺的主流預定方式,房車平臺也通過市場推廣等手段,吸引更多用戶參與房車旅遊。與此同時,政府開始重視房車旅遊的潛力,並出臺一系列政策和措施來推動該行業的發展。2014年李克強總理在國務院常務會議上明確提出“升級旅遊休閒消費,支持建設自駕車、房車營地,推進國民旅遊休閒基礎設施,營造居民休閒空間”。房車旅遊的相關法規和規範性文件也逐漸完善,基礎設施建設得到提升,房車營地的數量也有所增加。

從2014年至今,中國房車旅遊呈現蓬勃發展的態勢,越來越多的人開始關注和參與房車旅遊,房車租賃和銷售業務迅速增長。根據共研網《2022-2028年中國房車租賃市場全景調查與市場前景預測報告》中所述,2014-2021年中國房車租賃市場規模逐年遞增,儘管2020年受新冠疫情的影響有些許下降,但整體呈上升趨勢(如圖3所示)。房車旅遊目的地的選擇也更加豐富,含蓋了自然風光、文化名城和海濱城市等各種類型。房車旅遊的發展推動了露營地的建設和房車租賃平臺的發展。近年來,中國房車租賃平臺如雨後春筍般大量湧現,眾多租賃平臺如“房車生活家”、“房車之家”、“21世紀房車”、“e家房車”、“大象共用房車”、“途居島”等被人們所熟知,各大房車租賃平臺通過技術創新,優化用戶體驗,不斷提升服務品質和用戶滿意度。而平臺之間的良性競爭,也推動了平臺間戰略合作關係的建立。房車租賃平臺通過與房車租賃

公司、房車營地、旅遊機構等合作，拓展房車資源和服務範圍。這種合作有助於提供更多類型和規模的房車供應，豐富房車旅遊的

選擇，滿足不同用戶的需求。在此階段，房車旅遊行業的市場規模不斷擴大，使用房車租賃平臺的用戶逐漸增多。

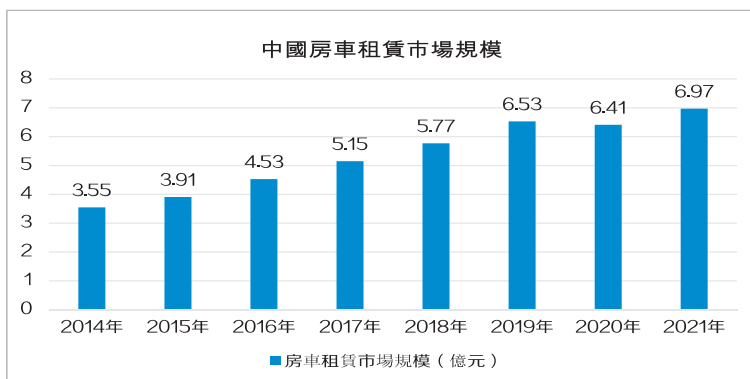


圖3 2014-2021年中國房車租賃市場規模

### 2.3 中國房車租賃平臺的現狀

中國房車旅遊與租賃平臺在近年來取得了快速的發展，房車旅遊市場的不斷擴大，旅遊者對自由、靈活旅行方式的需求推動了租賃平臺的發展和成長。從房車租賃的平臺數量和規模上來說，近幾年租賃平臺數量呈現快速增長趨勢，房車數量增多，服務範圍不斷擴展。許多專業的房車租賃平臺湧現，提供房車租賃、旅遊線路規劃和服務預訂等功能。這些平臺通過線上方式，為用戶提供便捷的房車租賃和旅遊服務。越來越多的企業和創業者進入這個領域，開設房車平臺。大型房車平臺在市場上佔據主導地位，擁有廣泛的用戶基礎和豐富的資源，同時也有一些小型平臺專注於特定地區或主題的房車服務，例如各個省市的小型租賃公司致力於為旅遊者提供本省或本市的房車租賃和相關服務，他們熟悉並瞭解本地區的房車旅遊資源和旅遊者需求，通過提供個性化的服務和定制化的旅行規劃，為旅遊者提供更好的房車旅行體驗。

從房車種類和行程規劃上來說，儘管與

國外房車市場擁有豐富多樣的房車品牌和類型相比，中國的房車市場品牌和類型相對較少，但中國各房車租賃平臺仍然最大程度上提供了多種類型的房車選擇。用戶可以根據自己的需求和預算，在平臺上找到各種不同尺寸、配置和舒適度的房車。從小型房車到大型豪華房車，用戶可以根據旅行計劃和人數選擇合適的房車。同時為了滿足用戶的需求，中國房車租賃平臺逐漸增加了旅遊線路規劃和增值服務。用戶可以在平臺上獲取旅遊線路推薦、景點介紹、行車指南等資訊，幫助他們更好地規劃行程並獲得更豐富的旅行體驗。

此外，儘管與國外相對成熟的房車文化相比，中國的房車旅遊認知度相對較低，許多人對房車的瞭解和接觸有限，對房車旅行的概念和體驗缺乏深入瞭解。但隨著人們對旅遊需求的增加，在中國越來越多的人開始意識到房車旅遊的靈活性、舒適性和自由度，並開始嘗試這種新穎的旅行方式，而中國房車租賃平臺給中國大眾提供了可以嘗試的機會。租賃平臺通過與房車租賃公司、房車俱樂部、房車營地、旅遊機構等通力合



作,力圖拓展房車資源和服務範圍,這種合作不僅使得平臺能夠為旅遊者提供更多的房車選擇、更多的服務和更全面的旅行規劃,還為房車旅遊的推廣和文化建設提供了平臺。

### 3 中國房車租賃平臺的發展特點和存在的問題

#### 3.1 中國房車租賃平臺的發展特點

在全球範圍內,房車旅遊已經形成了一種成熟的旅遊模式。這種旅遊方式結合了自駕遊的靈活性和自然旅遊的吸引力,為遊客提供了獨特且個性化的旅遊體驗。許多國家,如美國、加拿大和澳大利亞,已經建立了完善的房車遊設施和服務體系,包括廣泛的房車租賃平臺、設施齊全的營地、豐富多樣的旅遊路線等。

然而,中國的房車遊市場儘管起步較晚,但發展速度快。由於中國龐大的人口和日益增長的中產階級,房車遊市場具有巨大的潛力。目前,中國已經出現了一批提供房車租賃和相關服務的平臺,以滿足消費者的需求。與全球的房車租賃平臺相比,中國房車平臺商業模式既有與國外房車平臺相似的特點,也有中國獨有的特色。

##### 3.1.1 技術創新:房車租賃平臺的技術革新之路

中國房車租賃平臺借助技術手段積極進行創新,把傳統的線下房車租賃方式轉變為線上房車租賃服務。與國外的房車租賃模式相比,中國房車租賃平臺除網站預定之外,更致力於開發移動應用程式(手機APP),用戶可以更為便捷地通過手機進行房車的租賃和使用,另外,房車租賃商家開

始入駐淘寶等購物平臺,用戶租賃房車的渠道更加多樣化。除此之外,智能化服務也帶來用戶體驗的提升,例如,房車生活家不僅為用戶房車租賃服務,同時也有多種既定路線可供用戶選擇,此外,根據用戶的不同需求,平臺還可以為用戶提供專屬客服來提供個性化旅遊路線的定制,極大程度上滿足了用戶的不同出行需求。正如來自塔爾寺的情侶房車自駕遊客所述:

“現在挺多地方可以租到房車,我們是從淘寶上找的商家,飛機落地蘭州後,直接前往約定地點取車,商家服務也還行。我們也是第一次嘗試租房車,沒什麼經驗,覺得淘寶有售後和第三方平臺,安全係數更大一點,就直接在淘寶上預定房車。不過這一路遇見不少車友,和他們聊天的時候被安利了房車生活家,說是可選車型更多,還有好多既定路線,比較方便不想做攻略的懶人……”

##### 3.1.2 服務多元:房車租賃平臺服務內容的百花齊放

中國房車租賃平臺在內容上呈現多元化發展趨勢,中國房車租賃平臺不僅提供傳統的租賃服務,還提供其他附加服務,例如路線規劃、推薦景點、導航引導、露營地詳細資訊等,以幫助用戶更好地規劃旅行和享受房車旅居生活。此外中國房車租賃平臺可以提供私人定制服務,平臺根據用戶的需求及興趣,提供個性化服務,以滿足用戶多樣化需求。例如,房車旅行需要遊客動手能力,需要手動加水,清理馬桶、做飯打掃等,但由於國內用戶更傾向於“被服務”,故國內房車租賃平臺設置私人定制服務。中國私人定制大致分為兩種:一種租房車帶司

機,另一種則是自駕,但配有專門的線上管家,隨時通過微信提供各種服務,包括提醒每天行程和注意事項,隨時掌握沿路狀況等。下面是來自茶卡鹽湖的一家四口房車自駕遊客的敘述:

“我們這趟行程因為有兩個小朋友,照顧起來比較費神,所以就在房車生活家上找了個房車管家幫我們開車,我們一路就只管看風景就好啦,雖然收費比較貴,但是大部分我們想去的城市司機都能去,而且司機的食宿也不用我們操心。我覺得還挺好的,所有的問題司機都能解決,而且司機比較熟悉當地情況嘛,給我們提前規劃的路綫指點了一下,也帶我們去了一些只有當地人才知道的地方,人少且景美,而且我們昨天晚上在青海湖實在是太冷了,不想睡房車了,司機竟然能在一房難求的旅遊旺季給我們訂到一間民宿,特別好,這錢花的真值……”

### 3.1.3 細分市場:房車租賃平臺用戶群體的精準定位與廣闊拓展

當前,中國的房車市場的主要目標消費群體可以細分為中產階級家庭、青年群體、自駕遊愛好者和戶外探險者。對中產階級家庭來說,隨著中國經濟的持續發展,中產階級家庭的購買力不斷提高,他們願意為更優質和個性化的旅遊體驗買單,其中就包括房車旅遊。對於年輕富有活力的青年群體來說,追求新鮮感和個性化體驗成為他們選擇房車出行的理由。許多年輕人對傳統的旅遊方式已有些厭倦,他們渴望尋求獨具一格的旅遊方式,房車旅遊因其特殊性和新穎性吸引了更多青年群體的關注。對於自駕遊愛好者和戶外探險者來說,他們更願意貼近自然,房車旅遊讓他們在盡情享受和貼近

大自然的同時,房車和露營地的配備設施也提供了相對舒適的居住環境。隨著中國經濟的持續發展以及人口老齡化,未來可能會出現新的目標消費群體。中研網報導稱,根據2021年舉辦的三場大型國際房車展的參展人員調研來看,參展觀眾中退休人員佔比接近一半,是房車展會主要消費群體,因此退休人士可能成為新的消費群體。

### 3.1.4 產業合作:房車租賃平臺在產業鏈構建與合作模式的探索

近年來,隨著房車旅遊的發展,中國房車租賃平臺開始與線下資源進行合作,力圖為用戶提供更好的服務。平臺逐步與周邊旅遊景區、度假村、市政綠地公園、郊野公園、青少年營地、體育旅遊休閒基地、紅色旅遊基地、鄉村旅遊區、景區以及公路服務區等聯動發展,從而為旅遊者提供更多元化的旅遊空間和服務,進一步推動房車旅遊的發展。例如,房車租賃平臺與旅遊景區、營地等地方企業建立合作,制定相關旅遊路線,推薦用戶到合作的營地停留,引導用戶參觀合作的景區等;同時,為了提供更好的保險服務,許多房車租賃平臺與保險公司等金融機構合作,讓用戶可以更安心的出行。此外,房車租賃平臺還力圖與房車生產商建立緊密的合作關係,以保證平臺房車的供應量。

## 3.2 中國房車租賃平臺存在的問題

與國外歷時百年形成的完善的房車旅遊產業鏈不同,中國房車旅遊發展時間短,速度快。而高速發展的房車旅遊為中國旅遊業發展帶來了更多的可能性的同時,也產生了巨大的挑戰,房車租賃平臺也存在許多



亟待改進的問題。

### 3.2.1 安全之困：房車旅遊的保障缺失與信任難題

首先便是安全隱患及信任問題。中國房車旅遊雖然發展迅速，但是房車租賃平臺良莠不齊，部分不規範的房車租賃平臺存在一定的風險。房車租賃平臺在中國屬於新興網絡預定平臺，但平臺存在商業模式不完善之處，導致用戶使用平臺需要經過複雜繁瑣的手續且用戶資訊易洩露，降低用戶對房車租賃平臺的使用意願。同時，線上房車租賃平臺需要完成租賃企業與房車租賃用戶之間的大額交易，資金安全的保障性還有待提高。下面是來自馬蜂窩的一位用戶的分享：

“……最後一天還車，距離我們坐上回去的火車還有三個小時，他來接車，但是，他把車窗損壞的責任怪到我們身上，讓我們出1500元，一開始我們十分憤怒，這件事我們沒有怪責他的車的品質問題已經很不錯，反倒被他咬一口！他一直拖延，並且說話不在重點上，最後為了趕上回去的車，我們妥協給了800元。事後我知道，這種情況特別常見，特別私人公司，請大家一定租車的時候找正規公司。

這家公司的廣告在百度的最上方，很容易誘導大家，我的錢是追不回來了，但是，希望大家以此為戒，不要上當！”（來自馬蜂窩網名為姓莫.名其妙的用戶的經驗分享遊記）

### 3.2.2 品質之問：品質與服務的雙重挑戰

由於平臺通常並不擁有所有的房車，而是通過與多個供應商合作以獲取房車資源，因此，房車的品質和保養狀態存在參差，如

車輛內飾部分損壞、車窗位置損壞、門檻內襯損壞、電子部件損壞等，都會影響用戶的使用體驗。此外，81.48%的受訪群體都關注異地取還車服務，但是房車租賃平臺不能完全提供24小時還車服務、機場送車服務等（王雄，2018）。值得關注的是，部分房車租賃平臺的租賃網點提供取車還車的線下服務不完善，同時租賃的房車在使用期間涉及基本維修服務及安全保障服務還不夠健全，房車行駛途中涉及多樣化路線的選擇時，平臺易發生服務不到位情況，這些問題不僅會給房車租賃用戶帶來麻煩，降低房車租賃用戶的體驗感，更不利於中國房車旅遊的可持續發展（文彤和張玉林，2021）。下面是兩位來自小紅書APP的用戶的分享：

“……房車與普通車不一樣的是它需要滿足住宿、烹飪和洗滌，所以在租車前一定要跟車行強調衛生狀況，洗乾淨並消毒。我們這次的車子提起來我就生氣，車子裏面外面都沒洗，最噁心的是黑水箱（儲存排泄物的容器）都沒倒就這樣給我們了，但如果我們自己再去洗就會影響後面所有行程，所以我們就帶著別人的黑水箱開了一路，自己還得到處找廁所……”（來自小紅書APP網名為肉包的用戶的經驗分享）

“……小白第一次租房車，很多細節不知道檢查，工作人員也沒有告知，總體感受就是：車有問題，駕駛員負責移動到指定位置維修，耽誤行程運營商不負責；車況差，天氣原因導致車出問題，駕駛員賠錢，這雙標真令人無語……”（來自小紅書APP網名為JennySO用戶的避雷分享）

### 3.2.3 政策之思：政府角色與房車旅遊的未來之路

房車旅遊的發展在很大程度上受到政策支持的影響。目前我國與房車旅遊以及房車預定平臺相關的政策和法律法規還不健全。房車和露營行業在中國發展時間短，在法律法規及政策方面還存在一定的滯後性，也成為房車租賃平臺租賃業務發展困難的主要原因(廖琨等, 2019)。相關部門不完善的法律法規及不明確的政策和規劃,導致政策與發展脫節,這極大地限制了房車預定平臺的發展。下面是三位來自小紅書的用戶的分享:

“……投訴無門,致電平臺客服後未收到短信,APP 內未顯示投訴記錄,無法跟蹤情況,平臺無法處理用戶投訴,讓自己聯繫門店……”(來自小紅書 APP 網名為 JennySO 的用戶分享)

“……因為市場上缺乏競品,租車平臺有些條款比較霸王,但是租個人車的房車沒有第三方監管,這個漏洞不知道什麼時候才能補上……”(來自小紅書 APP 網名為一大口的菜饅的用戶評論)

“我的也是 11 月租的車 12 月還車,還買了 1 萬塊的保險。車頂蹭了限高杆,空調機外罩損壞,快兩個月了就說保險沒定損,給保險公司打電話車行就沒來定損,一直拖著不給退 1 萬塊押金……”(來自小紅書 APP 網名為 K2 的用戶評論)

3.2.4 供需之矛盾:市場規模與有效供給的不平衡

房車的供給與需求不平衡也是當前存在的問題之一。房車旅遊在中國屬於新興旅遊方式,近年來不斷吸引大量用戶群體參與,儘管房車旅遊的規模在不斷擴大,但仍存在供給端無法滿足需求端的問題。許

多房車租賃平臺由於房車數量不足、露營地點有限等原因,導致用戶無法在特定時間租賃房車,房車出遊的需求無法被滿足,這極大的影響了用戶的租賃體驗,同時也降低了用戶選擇房車出行的熱情:

“……想趁孩子暑假租輛房車自駕,結果根本預定不到合適的車型,時間也對不上,問了好幾家租車公司要麼沒車,要麼有車但是我們時間不合適,感覺目前租車市場的水好深啊,可供選擇的車型也不多,哎,又是房車出行計劃夭折的一年……”(來自小紅書 APP 網名為是唐小姐啊的用戶評論)

3.2.5 生態之想:房車旅遊與環境保護的交融探索

房車旅遊引發了一系列生態問題值得人們反思。首先植被破壞是最常見的生態問題,部分房車營地的選址和管理不當,破壞地面植被,導致土壤侵蝕和生態系統平衡受到破壞。其次,動物棲息地受擾也值得關注,房車營地的設立和活動可能會干擾當地野生動物的正常活動,特別是在一些生態敏感區域,如野生動物遷徙路徑或繁殖地,而房車自駕遊客的隨意停放房車,也會對野生動物的生存環境造成破壞。另外,房車旅遊者在旅遊過程中存在不妥善處理垃圾的問題,會對環境造成污染,包括廢棄物、未熄滅的篝火以及生活垃圾不當處理等。最後,能源消耗與排放的問題也不可忽視,雖然房車旅遊相對於傳統的酒店旅遊在能源消耗上更加節約,但房車的駕駛仍然會消耗燃料並產生排放。尤其是在自然保護區等環境敏感地區,排放物可能對當地的環境品質造成影響:

“……我們房車自駕去香格里拉無底

湖露營,把車開進了草坪,然後被罰款了,這裏規定車不可以開進草坪,因為會破壞生態,我們沒有注意到,悔過……”(來自小紅書 APP 網名為房車唐悠悠的用戶評論)

“我在雲南旅遊,當地人和景區都不歡迎房車來,其中一個原因就是開房車來玩的人文明素質都不高,停車之處遍地垃圾,無語!”(來自小紅書 APP 網名為娜娜程的用戶評論)

“這次去新疆玩,司機說很多景區不讓房車進,因為亂倒黑水,破壞環境!”(來自小紅書 APP 網名為三葉四葉的用戶評論)

房車旅遊產業的發展帶來許多問題,這需要相關部門及中國房車租賃平臺共同努力解決。通過加強市場監管、制定行業標準、升級房車線下基礎設施及租賃平臺線上服務等措施,以提升房車預定平臺整體水準,增強用戶對房車租賃平臺的信任度,進而推動中國房車租賃平臺的持續健康發展。

## 4 中國房車租賃平臺未來發展趨勢

房車旅遊作為近年來熱門的旅遊方式,在未來可能成為旅遊主流方式之一。由於中國的土地面積、人口特徵和道路交通不同於國外大部分國家的地廣人稀,購買房車在中國可行度並不高,而房車租賃則成為房車旅遊的最優選擇。為了房車旅遊的可持續發展,房車租賃平臺也需要與時俱進,瞭解用戶需求,及時調整發展方向。

### 4.1 政府加強對房車租賃平臺的監管

隨著房車旅遊行業的迅速發展,政府有必要進一步加強對房車租賃平臺的監督管

理。建議未來完善現有的相關政策,出臺相應的法律法規,以規範房車租賃行業的運營和管理。這些法律法規或將涉及房車租賃許可、安全標準、用戶保障和糾紛解決等方面,以確保房車租賃平臺的合法性、安全性和可靠性。

隨著房車租賃市場的競爭加劇,房車租賃平臺的統一管理和規範化也是未來發展的重要環節。建立符合相關的行業標準和規範,提供高質量的房車和高水準的服務,打造統一化和規範化的房車租賃平臺,可以給旅遊者提供更可靠的房車選擇和更優質的用戶體驗,以便更好的滿足房車租賃者的需求。

### 4.2 房車租賃平臺提高用戶體驗

首先,線下取車還車服務作為房車租賃平臺的重要環節,是提高用戶體驗的關鍵之一。房車租賃平臺亟需完善取還車服務,優化取還車位置和設施、提供更靈活的取還車時間和流程,為房車租賃者提供更便捷和高效的取還車體驗,同時提高他們對租賃房車的滿意度,進而加強對使用房車租賃平臺的忠誠度。

其次,為了滿足房車租賃者對高品質房車的需求,房車租賃平臺有必要加強對房車品質的把控和監管,建議平臺與正規的租賃公司合作,確保提供符合標準和安全要求的房車,同時要確保定期對車輛進行維護和檢查、保證租賃房車的品質、提升房車的舒適性和安全性,具有高品質房車的租賃平臺將增加房車租賃用戶的信任度,促進他們對房車租賃平臺的使用。

此外,為保證房車旅遊的可持續發展,

必須要解決房車供給不平衡的問題。未來房車租賃平臺通過進一步加強與房車租賃公司的聯繫，開展與私有房車車主的合作，優化供給鏈和調整資源分配，以滿足不同地區用戶的需求，增強用戶對房車租賃的體驗。這不僅能夠確保用戶更便捷地找到適合的房車，還能夠提高行業的整體運營效率，從而促進房車旅遊的可持續發展。

#### 4.3 房車租賃平臺加大宣傳力度

儘管房車旅遊在中國快速發展，但這種新型的旅遊方式並未普及，因此加強對於房車旅遊的宣傳力度，可以在一定程度上提高房車租賃的預訂率。房車租賃平臺可以利用社交媒體平臺，如微博、抖音、小紅書以及微信視頻等多種渠道，發佈有趣、吸引人的內容，包括房車旅行故事、用戶體驗分享、照片和視頻等，以引起用戶的興趣。同時，租賃平臺可以通過發佈關於房車旅行的指南、技巧、路線規劃等內容，來建立專業形象，吸引潛在用戶。此外，房車租賃平臺可以進一步優化網頁和移動端建設，為房車租賃用戶提供更多社交化的元素，如用戶之間的互動、分享旅行經歷和建立社交網絡等。租賃平臺可以鼓勵租賃用戶在平臺上留下評論和評分，為潛在用戶提供更可靠和真實的參考，並增強現有用戶的參與感和滿意度。

總而言之，中國房車租賃平臺在未來應繼續發展和創新，向移動化和數字化方向進一步發展，提供多樣化的服務擴展，注重個性化定制和體驗，拓展合作夥伴網絡，努力推動房車預定平臺為旅遊者提供更便捷、個性化和滿意的房車旅遊服務，促進整個房車旅遊行業的發展。

## 5 結 論

政策利好的刺激和大眾需求的轉變，中國房車旅遊迎來了行業發展的風口。中國國家商務部等 17 部門聯合印發的《關於搞活汽車流通擴大汽車消費若干措施的通知》為房車旅遊市場帶來巨大政策導向利好。以“安全、私密、自由、舒適”見長的房車旅遊完美詮釋了“低密度旅遊”的特徵，並且受到自駕遊、旅居車遊愛好者的追捧，呈現出穩中向好的發展態勢。在人均 GDP 仍然落後發達國家一大截的中國，區別於家用轎車的便利性和多場景使用優勢，私有持有房車仍舊成本高昂，房車租賃平臺的蓬勃發展彌補了這一缺陷。

然而，起步較晚的房車租賃平臺市場在未來很長一段時期內仍將面臨持續發展和競爭的挑戰。增進用戶與平臺之間的信任，需要長期的、高質量的安全服務作為依託基礎。在提高房車品質、服務品質和支付安全等方面尚需要全面的改進。安全服務的保障離不開行業標準的框架和規範的監管措施，以政府引導、行業協會主導、企業提供技術支撐的產業團體標準將進一步增強中國房車租賃平臺的市場競爭力。以標準促發展，實現中國房車租賃平臺供給和需求的協同可持續發展。

房車租賃是有品質的房車旅遊的起點，還需要停靠、宿營、補給、排污、還車等配套設施的發展。如雨後春筍般湧現的眾多房車租賃平臺應當逐步成為串聯房車裝備供應商、房車營地經營者和房車旅遊線路產品供應商之間的重要紐帶。推動傳統觀光度

假區、鄉村旅遊區、城市公園等配套,完善住宿、餐飲、休閒、娛樂和戶外設施,提高旅遊資源利用開發效率。同時,房車租賃平臺也應當在培養市場消費時尚、增進用戶體驗、引領綠色低碳發展理念等方面起到重要的引導作用。

### 參考文獻

- [1] Luo, Y. , & Deng, J.. (2007). The new environmental paradigm and nature- based tourism motivation. *Journal of Travel Research*, 46(4), 392-402.
- [2] Moreno - González, A. A., León, C. J., & Fernández- Hernández, C. (2020). Health destination image: The influence of public health management and well- being conditions. *Journal of Destination Marketing & Management*, 16, 100430.
- [3] Prideaux, B., & Carson, D. (Eds.). (2010). *Drive tourism: Trends and emerging markets* (Vol. 17). Routledge.
- [4] 方 圓. 房車經濟如何“破圈”. *昆明日報*, 2022-12-11(003).
- [5] 廖 琨, 謝國平, 苑偉超. 房車市場發展前景廣闊. *汽車縱橫*, 2019(5): 56-57.
- [6] 林鄭宏. 中國成為亞洲第一大房車市場“房車- 露營”鏈正在形成, *新華財經*. [2023- 05 - 20 ]. [https://www.cnfin.com/cy - lb/detail/20230520/3867322\\_1.html](https://www.cnfin.com/cy - lb/detail/20230520/3867322_1.html).

- [7] 劉 斌, 楊 釗, 劉永婷, 等. 老驥伏櫪: 中國老年“房車遊牧族”群體形成機制初探. *旅遊學刊*, 2021(12):36.
- [8] 孫朝輝. 中國房車旅遊市場需求與開發的實證調查研究. *邢臺學院學報*, 2018, 33 (4): 100-105.
- [9] 王 雄. 基於服務設計理念的共用房車設計研究. 碩士論文. 深圳大學, 2018.
- [10] 文 彤, 張玉林. 房車旅遊: 流動中“家”的體驗與營造. *旅遊科學*, 2021, 35(6): 18-32.
- [11] 楊 均, 馬 君. 內卷特徵下員工職業倦怠破解路徑. *企業管理*, 2021(9):112-115.
- [12] 張玉林. 中國的城市化與生態環境問題——“2018 中國人文社會科學環境論壇”研討述評. *南京工業大學學報(社會科學版)*, 2019, 18(1):1-10,111.
- [13] 趙 鈞. 共用經濟背景下傳統房車租賃公司轉型研究. 碩士論文. 對外經濟貿易大學, 2018.
- [14] 共研網. 2022 年中國房車租賃行業優勢、發展規模及行業發展趨勢分析.[2022 - 09 - 06 ]. <https://gonyn.com/industry/1139514.html>.
- [15] 中研網. 房車行業市場現狀分析房車租賃市場初步啟動.[2022 - 08 - 21]. <https://www.chinain.com/hyzyx/20220821/131553206.shtml>.
- [16] 智研諮詢. 中國房車旅遊行業市場運行動態及投資潛力分析報告(2023 版).[2023 - 08 - 22 ]. <https://baijiahao. baidu. com/s? id = 1774831986342194507&wfr = spider&for = pc>.