



## 暑运临近尾声 “复苏”成为民航业关键词

中青报·中青网记者 张真齐

机场周边人头攒动,车水马龙;安检口排起了长长的队伍;孩子的欢笑声回荡在登机口和休息室……暑假期,全国各大机场内外一幅熙熙攘攘的生动画面,印刻出民航业繁忙、火热的景象。

随着气温的升高和暑假的到来,民航暑运(7月1日至8月31日)热度不断攀升。民航局最新统计数据 displays,暑期旺盛需求推动航空运输市场持续增长,今年7月完成旅客运输量6242.8万人次,同比增长83.7%,较2019年同期增长5.3%,创民航月度历史新高。

针对这一情况,民航局近期下发通知,支持航空公司暑运期间在热门航线上增班,优化暑运国内航线,持续推动构建“干支通,全网联”的航空运输网络,鼓励航空公司积极拓展培育三四线航空市场,满足广大旅客暑运期间较为集中的出行需求。

民航局预测,今年暑运期间,预计日均保障国内客运航班13600班、运输国内旅客183万人次,较疫情前的2019年分别增长11%、7%。“复苏”甚至是“火爆”俨然成为了民航业的关键词。

### “客流量大,服务要更细更暖”

“这个暑运客流量大,这就更加考验了我们乘务员的服务能力和专业水平,要更细、更暖。”8月初的一天清晨,来自中国东方航空集团有限公司(以下简称“东航”)客舱部乘务五部的乘务长金知音,刚刚结束了上海浦东-温州-罗马的往返飞行,累计服务保障了741名旅客。

在航班起飞前,金知音凌晨5点就来到了浦东基地进行航前准备。组员们根据不同的岗位职责分析航班、分配任务、分享经验,一起沟通交流,细节精确到离场和旅客沟通的注意事项,以及内场进行厨房餐整理的规范要求。随后,他们一起坐上机组车,进入客舱定点就位,以饱满的状态迎接旅客的到来。

金知音坦言,暑运期间最大的特点就是客座率高,东航近期日均客座率都在80%左右,但是天气情况更为复杂多变。因此,相较于平日,在航前准备过程中,乘务组会格外关注目的地天气情况、客座率、旅客构成,特别是行李托运情况等。



凭借出色、贴心的服务,自暑运以来,大兴机场业务量快速增长,旅客流量屡创新高。8月6日,大兴机场单日旅客量首次突破15万人次,创开航以来最高纪录。

“客座率上来了,上机的行李自然就多了。为了妥善放置旅客的行李,我们一方面会提前在保障群里同地面紧密沟通监控行李数量,一方面也会在航前准备会上对乘务员们摆放行李提前进行详细部署。”金知音说,她会在机舱门口细心观察,当看到旅客行李箱较多,她还会以机上广播的方式做好提醒,建议并帮助旅客将小型背包放置在座椅挡杆下方,确保每件行李都能放置妥善。

金知音表示,在大客流的暑运旺季,整个航程乘务员几乎无一刻停歇。雨天机舱门口乘务员递的一张纸巾,延误时推至候机楼发放的机上餐食,为小旅客折叠的毛巾小兔子,给婴儿旅客泡的一杯奶,下飞机时给予旅客的一把搀扶……点滴服务中的温暖,是乘务员最大的心意。

面对三年来航班量最大的暑运,东航每名乘务员都干劲满满,还有和金知音一样的千万万名空勤人员正奋斗在暑运的第一线。数据显示,暑运期间,东航空勤人员日均飞行小时已达83小时。

为了缓解排班压力,增强暑运保障力量,东航客舱部从队伍建设、优化排班、一线慰问等方面做好乘务员关心关爱工作。在人力配置和排班上,除了各乘务部空勤干部深入一线飞行,客舱运行管理中心还

精准预测储备,实施客舱系统各单位统筹协调和新乘异地带飞,做好教员选拔、调整带飞航班机型、实施人员划转等一系列工作,确保新乘能以最快速度进入队伍。

值得注意的是,东航也针对各类情况,为空勤队伍做好防暑降温工作,在虹浦两场及乘务员集中租住地开展一线员工慰问,向每位乘务员送上清凉慰问品;通过延长用餐保障时间、增加虹浦班车次、落实驻外航班保障等方式,解决乘务员“急难愁盼”,为暑运平稳顺畅提供坚强保障。

### 聚焦重点需求,把航线“开起来”

当前,民航业迎来复苏,选择航空出行的人数迅速增长。随着出行人数的快速增长,各类旅客群体也表现出更加多元的出行特征。能不能快速协调资源、提升运行效率,跟上行业复苏的脚步,成为必须要回应的课题。

作为民航业中的代表之一,中国国际航空股份有限公司(以下简称“国航”)全面调研分析旅客出行趋势与特征,优化运力投入,科学配置资源,全力恢复国内外航线运行,回应各类旅客群体的出行需求。

记者了解到,2023年上半年,国航共计复航国际及地区航线44条(国际航线36



民航局预测,今年暑运期间,预计日均保障国内客运航班13600班、运输国内旅客183万人次,较疫情前的2019年分别增长11%、7%。“复苏”甚至是“火爆”俨然成为了民航业的关键词。

条,地区航线8条),其中“一带一路”航线21条,并新开西安-阿斯塔纳航线。

国航宣传部相关负责人介绍:“7月进入暑期旅行旺季后,国航针对大客流特点,加大运力投入,陆续恢复成都-科伦坡、北京-海拉尔-赤塔、北京-札幌、北京-大连-仙台、北京-慕尼黑等航线,新开成都-马尼拉、成都-吉隆坡、重庆-新加坡3条航线,对北京-华沙、北京-马德里、北京-日内瓦等15条航线进行增班。”

与此同时,国航大力优化北京首都往返上海虹桥、成都双流、广州、深圳、重庆、杭州6条国航快线,为旅客提供更多班次、更加灵活的出行服务。

记者获悉,随着航线的快速恢复与客流快速增长,国航根据不同类型的出行特点及需求,有针对性打造多样化的服务产品。其推出专为银发群体打造的“敬老权益卡”产品,为老年人出行提供较大的便利和优惠。产品上线后,积极倾听旅客声音,不断优化改进产品,提供更贴心的服务保障。

国航还在国航快线城市机场推出了“行李到家”服务,升级旅客全流程出行体验。其继续打造空巴、空轨、空铁多式联运产品体系,联运产品覆盖国内63个中转城市、98个中转火车站、371个通达火车站,

联通582条火车线路,让旅客享受“一次购票、一笔支付、一证通行”的出行体验。

携程发布的《2023暑期预订趋势洞察报告》显示,2023年暑期航空市场热度有望全面超过2019年同期,迎来一个火爆的夏天。报告数据显示,暑期国内机票搜索热度超过2019年25.3%,暑期出境机票搜索热度也超过2019年同期水平。

近年来,民航局大力推动构建“干支通,全网联”的航空运输网络,进一步拓展培育了三、四线航空市场。今年暑运期间,三、四线航空市场开始显现出热度,从巴中、衢州机场出发的机票预订量较2019年增长两倍,从三明、昭通、张掖、临汾等城市出发机票预订量增长超八成。

### 保障出行安全,机场“不打烊”

“有很软的沙发可以躺着睡觉,有私密性很强的躺椅可以观景。工作人员细心地介绍了周边的设施,并嘱咐我定5点的闹钟查登机口,给他们的专业性和大兴机场的服务设施点赞。”在微信小程序上,北京大兴国际机场(以下简称“大兴机场”)收获了不少来自过夜旅客的夸赞。

近期,暑运客流量持续高位运行,次日早出港旅客需要在机场过夜的情况随之增

多。为进一步满足过夜旅客需求,大兴机场持续提升过夜服务保障水平,营造更加便捷、舒适、愉悦的过夜环境。

为了让每一位过夜旅客更有“安全感”,大兴机场持续提升现场夜间服务品质,通过专项调研充分收集旅客声音和需求。大兴机场及时掌握不同运行态势下过夜旅客的服务感受及建议,不断优化过夜服务举措。

据悉,大兴机场于近期在过夜休息区点位增设十余处服务信息指示立牌,并同步组织开展“夜间服务信息卡”发放活动。该信息卡包括休息区、营业店面、登机口等具体位置,更好地实现夜间服务资讯快速触达。

大兴机场航站楼管理部韩静介绍:“在夜间,机场与航空公司等驻场单位高效联动,依托网格化夜巡机制,增强服务保障力量,主动识别过夜旅客需求开展指引和帮扶,重点关注老幼病残孕等特殊旅客。同时,我们也在持续改善升级服务设施设备,按需增设舒适躺椅,优化旅客过夜环境,让旅客不再为在大兴机场过夜而担忧。”

正是凭借出色、贴心的服务,自暑运以来,大兴机场业务量快速增长,旅客流量屡创新高。8月6日,大兴机场单日旅客量首次突破15万人次,创开航以来最高纪录。

同样位于北京的北京首都国际机场(以下简称“首都机场”)也在今年暑运期间创下了纪录。截至8月11日,2023年首都机场已经保障航班22万架次,旅客吞吐量突破3000万人次,其中国际及地区旅客吞吐量超过350万人次。

出行人数的增加,一方面反映了经济的回暖复苏,另一方面也给机场的治安提出了新的挑战,各种情况尤其是物品遗失问题时有发生。

首都机场西区派出所所长张强表示,机场范围很大,加之暑运期间旅客更多,因此旅客丢失的物品可能遗失在飞机机舱、手推车、座椅区、停车楼、出租车等各个地方。派出所必须发挥各驻场单位的力量并联合起来,才能更快、更高效地帮助旅客找回物品。

为此,首都机场公安局给多家驻场单位发去了《警企合作提升遗失物品管理水平倡议书》,并与航空公司、物业公司、安保公司、物业公司等多家驻场单位共同研究制定了包含物品遗失、行李错拿、无人认领行李、航空公司报损留四大类的遗失物警情的处置流程规范。

“有了驻场单位的共同参与,各项物品的发还率持续提升,特别是遗失证件的发还率已经由之前的37.7%提高到了75.3%,真正做到了为旅客出行提供便利。”首都机场西区派出所治安队队长路涛对记者说。

## 探寻汽车生活个性化变革 方程豹“583”家族来了

中青报·中青网见习记者 王志远

经历了多年的快速发展,中国乘用车市场逐渐壮大。如今,不论是市场规模还是产品品类均已领跑全球。同时,新生代消费群体的崛起以及电动化、智能化带来的产品革新,也让汽车由过去单纯的代步工具转而成为多元生活的载体。

过去,汽车主打个性化的产品往往存在使用场景单一、体验门槛高、日常实用性不佳等特点,导致许多消费者的需求未能得到满足。在比亚迪股份有限公司董事长兼总裁王传福看来,在电动化、智能化之上,汽车将开启个性化时代。

“正是在与用户携手向前的过程中,我们真正地感受到大家对汽车的定义和用车需求的变迁。对于越来越多的消费者来说,汽车已不再是单纯的代步工具,而是承载着自我表达的精神上的需求载体,描述着他们的生活方式,彰显着他们的生活态度。”王传福说。

在电动化时代,中国品牌在核心技术和产业链配套方面都站在全球的前沿,为汽车企业探索更多样化的汽车产品形态,提供了得天独厚的条件。而针对汽车个性化的“方程”,比亚迪的解题方式是用专业技术。

近日,在广东深圳市比亚迪全球总部,“豹力全开 共赴山海”方程豹品牌暨技术发布会举行。比亚迪正式发布了全球专业个性化品牌——方程豹,及其核心技术DMO超级混动越野平台。首搭DMO的超级混动硬派SUV豹5、“SUPER 8”豹8概念车和豹3共同构成的“583”硬派家族也同步亮相。至此,比亚迪汽车完成了全品牌布局。



王传福说:“从DM混动、e平台,到刀片电池、云辇、易四方,比亚迪深知,油电取代,只是汽车变革的一小部分。电带来的不仅是汽车动力来源于工业系统的变化,更改写了汽车包含安全、性能、体验、操控在内全维度的底层逻辑。”

他直言,比亚迪将通过方程豹,为全球用户带来前所未有的专业个性化用车体验,并与用户共同开启新能源汽车“更大的变革”,让汽车成为每个人独一无二“的个性化专属品”。

记者了解到,“方程豹”的命名,即是意图“用探索数字世界的专业智慧和精神,了解汽车与用户生活的个性化变革”。而DMO超级混动越野平台则是方程豹汽车专属的“豹力科技”。

王传福表示:“DMO是比亚迪技术战略中的大成之作,整合了比亚迪集团20余年来技术积累,以及在插电混动领域数万辆应用的核心智慧,用‘一专多能’的能力打破新能源汽车全场景用车受限的难题,成为多领域、全场景、全工况车型孵化平台。”

“DMO平台的颠覆性意义在于,以全新思路和解决方案,攻克了‘高阶硬派越野’与‘豪华舒适驾乘’、‘高性能越野’与‘低油耗体验’二者无法兼顾等一系列技术难题。”王传福补充说。

他表示,DMO以专业越野为核心,通过比亚迪全新混动非承载式架构和越野专用混动架构的极致融合,充分发挥比亚迪

DMO超级混动越野平台 方程豹专属“豹力科技”划时代颠覆之力 彻底释放“电”的能力

近日,方程豹品牌暨技术发布会在深圳比亚迪全球总部举行。比亚迪正式发布了全球专业个性化品牌——方程豹,及其核心技术DMO超级混动越野平台。首搭DMO的超级混动硬派SUV豹5、“SUPER 8”豹8概念车和豹3共同构成的“583”硬派家族也同步亮相。至此,比亚迪汽车完成了全品牌布局。

在高性能底盘、智能电四驱及越野专用动力电池总成等方面的领先优势,成就超越整车安全之上超强劲力、强悍越野与极致能耗之间的最佳平衡。

记者了解到,传统越野车为了提升车身扭转刚度和通过性,对大梁进行专门强化,这也将进一步加大整车重量,并抬升整车重心,增加了侧翻的安全隐患,并导致操控性差。

而DMO以创新性理念给出“两全其美”的解决方案:将具备本征安全的刀片电池和高强度钢大车架深度融合,演化出真正的CTC电池底盘一体化技术。刀片电池既是能量体,也是结构件,不仅能保证极端越野场景下的电池安全,还能带来更多的

整车安全提升。此外,DMO开创性地将“电”和非承载式车身深度融合,充分利用了非承载式车身的架构特点,实现了下车体的解耦,从而走出了“上下车身分体开发、共同承载、互相赋能”的新思路。下车体聚焦智能极限越野,上车体聚焦豪华舒适安全,中间通过柔性衬套和悬置来隔振降噪,将性能与舒适分别发挥到极致。

在此基础之上,DMO搭载前后双叉臂独立悬架,并兼容比亚迪独有的云辇-P智能液压车身控制系统,让硬派SUV拥有更好的静谧性。

此外,DMO车型还可以利用新能源汽车的先天四驱优势,通过“前轮正转、

后轮反转”的智能扭矩控制技术,以及智能制动控制技术,打造全球首发的“豹式掉头”功能,整车转弯半径可缩小至3.4米。

同时,DMO还搭载了纵置EHS电混系统,越野专用后驱总成、CTC越野专用双层电池包,以及1.5T、2.0T纵置骁云高功率发动机,带来媲美燃油越野车5.0T发动机的超过500kW系统功率。

更重要的是,DMO车型集齐了“前后电子差速锁+能量中锁”的配置,颠覆传统越野车的复杂档位操作逻辑,一键即可切换DMO首搭的专用低速越野挡。

值得一提的是,“583”硬派家族中的豹5是首款“豹力”特征作品,定位超级混动硬派SUV,将搭载DMO、云辇-P等核心技术,为用户提供前所未有的新能源个性化体验。作为个性化品牌,方程豹将产品形态的最终呈现,最大限度交由用户定义。

豹8车型的概念车SUPER 8,则展示了方程豹对硬派SUV的未来探索。发布会现场,方程豹还同步披露了豹3的初步信息。

方程豹“583”硬派家族以兼具“野心、悦心、玩心”的多样化强悍产品,让不同群体的个性化用车需求拥有更专属的承载,全方位地展现方程豹汽车的强悍产品矩阵,以及对于“专业”和“个性”两大定位的体系化思考与实践。

方程豹汽车总经理熊甜波表示,方程豹的“个性化”,就是用独特产品点亮每一

种热爱,就是用专业技术随心释放更多的生活想象。

“在方程豹展现的个性化生活图景中,方程豹品牌将与用户一起,以开放的姿态拥抱每一种色彩与天马行空,用先锋前瞻、不竭进取的专业实力,自由探索‘电’之上产品品类、产品形态以及用车生活的无限可能,让每一种真我个性都能实现独特表达,尽情释放。”熊甜波表示。

围绕这一目标,方程豹将持续在产品、研发、改装形态、渠道布局、终端运营、用户服务乃至社群生态等方面,提供基于消费者多样化需求的内容,以及自由、愉悦的高品质体验。

值得一提的是,方程豹首批终端终端将采用全直营模式,以确保服务和体验品质的一致性。同时,其计划于2023年内覆盖一线、二线等60座城市,并以此作为关键触点,为用户提供全生命周期的高效透明、专业真诚的服务,并和车友、粉丝及各界朋友保持广泛、深度、多样化的紧密沟通。

“方程豹将围绕个性化领域的独特用车需求,建设专属的技术及产品研发团队、产品验证标准,以及生产体系、品质管理体系等。”王传福表示,“未来,比亚迪将以DMO车型为起点,进入硬派SUV、跑车等传统燃油车占绝对主导地位的专业领域,并探索更多元的汽车产品形态与可能性,为用户带来不同个性化场景下独特的用车体验与潮流生活新形态。”

## 车市步入淡季 7月汽车产销量环比同比双降

中青报·中青网见习记者 王志远

近日,中国汽车工业协会发布了2023年7月汽车工业经济运行情况。数据显示,7月汽车产销量分别达到240.1万辆和238.7万辆,环比分别下降6.2%和9%,同比分别下降2.2%和1.4%。

中青报·中青网见习记者 王志远

近日,中国汽车工业协会(以下简称“中汽协”)发布了2023年7月汽车工业经济运行情况。

数据显示,今年7月,汽车产销量分别达到240.1万辆和238.7万辆,环比分别下降6.2%和9%,同比分别下降2.2%和1.4%。1-7月,汽车产销量累计完成1565万辆和1562.6万辆,同比分别增长7.4%和7.9%,累计增速较1-6月有所回落。

中汽协副秘书长陈士华分析称,在去

年同期高基数影响下,叠加传统车市淡季,7月汽车产销节奏有所放缓,因此整体市场表现相对平淡。”虽然7月的汽车产销量环比、同比均有下滑,但基本还处于恢复的过程中,整体情况符合预期。”

“去年6月,我国开始实施传统燃油车的‘汽车购置税减半政策’,同期基数处于较高水平。今年在去年高基数的情况下,汽车产销量并没有出现特别明显的、大幅度的下滑。”陈士华说。

总体来看,7月,汽车国内销量199.5万辆,环比下降10.9%,同比下降6.3%;汽车出口39.2万辆,环比增长2.6%,同比增长35.1%。1-7月,汽车国内销量1309.4万辆,同比增长1%;汽车出口253.3万辆,同比增长67.9%。

7月,乘用车产销量分别完成211.5万辆和210万辆,环比分别下降4.7%和7.4%,同比分别下降4.3%和3.4%。在传统燃油车市场中,与上月相比,四大类车型产销量均呈小幅下降;与上年同期相比,SUV产销量呈小

幅增长,MPV产量微降,销量小幅增长,轿车和交叉型乘用车产销量均呈两位数下降。

1-7月,乘用车产销量累计完成1339.7万辆和1336.8万辆,同比分别增长6%和6.7%。在乘用车主要品种中,与上年同期相比,SUV和MPV产销量明显增长,轿车和交叉型乘用车产销量呈不同程度下降。

7月,乘用车国内销量177.4万辆,环比下降9.3%,同比下降8.2%;乘用车出口32.6万辆,环比增长4.5%,同比增长34.9%。其中,传统燃油乘用车销量继续下降,国内销量112.6万辆,比上年同期减少29.2万辆,环比下降10.9%,同比下降20.6%。1-7月,乘用车国内销量1126.3万辆,同比分别下降0.7%;乘用车出口210.5万辆,同比增长77.5%。

在陈士华看来,传统燃油车销量的下滑趋势和之前是一样的。“传统燃油车市场中,在近两年的新能源汽车转型中萎缩得比较快,20.6%的降幅还是相对较大的。”

值得一提的是,中国品牌乘用车市场份额实现了快速增长。7月,中国品牌乘用车销量120.1万辆,同比增长11.4%,市场份额达57.2%。上升7.6个百分点。1-7月中国品牌乘用车销量718.7万辆,同比增长20.4%,市场份额达53.8%,上升6.1个百分点。

7月,新能源汽车延续良好发展态势,市场占有率进一步提升。当月产销量分别达到80.5万辆和78万辆,产量环比增长2.8%,销量环比下降3.2%,同比分别增长30.6%和31.6%,市场占有率达到32.7%。

在新能源汽车主要品种中,与上月相比,插电式混合动力汽车产销量均呈小幅增长,纯电动汽车产销量微增,销量小幅下降,燃料电池汽车产销量明显下滑;与上年同期相比,纯电动汽车和插电式混合动力汽车产销量呈不同程度增长,燃料电池汽车产量下降,销量增长。

1-7月,新能源汽车产销量累计完成459.1万辆和452.6万辆,同比分别增长

40%和41.7%,市场占有率达到29%。在新能源汽车主要品种中,与上年同期相比,三大类汽车产销量均呈较快增长。

7月,汽车出口39.2万辆,环比增长2.7%,同比增长35.1%。分车型看,乘用车出口32.6万辆,环比增长4.4%,同比增长34.9%;商用车出口6.6万辆,环比下降4.9%,同比增长36.2%。其中,纯电动汽车出口9.2万辆,环比增长37.3%,同比增长90.9%;插电式混合动力汽车出口0.9万辆,环比下降18.2%,同比增长54.9%。

1-7月,汽车出口253.3万辆,同比增长67.9%。分车型看,乘用车出口210.5万辆,同比增长77.5%;商用车出口42.7万辆,同比增长32.5%。其中,纯电动汽车出口58.1万辆,同比增长1.6倍;插电式混合动力汽车出口5.5万辆,同比增长87.9%。

7月下旬,中共中央政治局召开会议,在部署下半年经济工作时明确提出要提振汽车等大宗消费,国家发改委等13部门印

发了《关于促进汽车消费的若干措施》,提出10条稳定和扩大汽车消费的具体举措。预计伴随新一轮汽车促消费政策的实施落地,汽车消费潜力有望得到进一步释放,有助于行业全年实现稳增长目标。

对此,中汽协表示,我国经济延续恢复发展态势,推动经济整体好转的积极因素不断累积,制造业景气水平持续改善,企业信心有所增强;而宏观经济的持续回升向好,有助于汽车行业的平稳运行。



汽车消费投诉与新闻线索提供,请关注“车友到公众号”,给我们留言,消费维权邮箱:autocty@126.com