



汽车文化产业崛起 文旅赋能唤醒消费活力

中青报·中青网记者 张真齐

8月20日，在比亚迪股份有限公司董事长兼总裁王传福的陪同下，河南省委书记刘宁到郑州航空港区调研新能源汽车产业进展情况。刘宁在比亚迪郑州赛车场指出，“全新驾驶体验的背后，承载着河南省新能源汽车产业从技术突围向文化建设转型的使命。”

事实上，随着多地在加快布局新能源汽车产业，以赛车、越野为“主赛道”、以短视频为传播途径，以文旅赋能唤醒消费活力的汽车产业迅速崛起。

从法拉利在F1等各项赛事中加冕，到保时捷、奥迪借助勒芒24小时比赛实现品牌复兴，再到日本丰田、本田、日产三大家通过漂移文化和动漫作品影响青少年群体，在海外圈粉无数……纵观全球汽车产业历史，在销量数据和品牌势能积攒到一定阶段后，能否打造出别具一格的品牌形象和汽车文化，就成了各家车企竞争的新赛点。

如今，随着中国汽车产业迈向智能化、电动化、年轻化的新时期，汽车早已不再是简单的交通工具，更成为消费者生活方式、审美表达与社群文化的载体。中国汽车产业链虽尚处初级阶段，但已开始迈向系统构建的新征程。记者注意到，在这一过程中，呈现出积极发展与乱象并存的双重特征，各方力量正在加速引导其走向成熟，力争让汽车成为中国汽车产业持续向上发展的“第二引擎”。

企业文化将成产业发展必需品

“中国汽车市场经过二十多年的快速发展，从制造能力看，中国已成为新能源汽车的全球引领者；从市场规模看，中国连续多年保持全球最大汽车市场地位；从品牌建设看，自主品牌市场份额首次超过50%，实现了历史性突破。”谈及这一话题时，汽车行业分析师刘志超向记者直言，与成熟的制造和销售能力相比，中国汽车文化建设仍处于起步阶段，呈现出“硬件过硬、软件过软”的显著特征，同时还有较为明显的两极分化趋势。

2023年4月，比亚迪产能最大、用工最多的整车生产基地在郑州航空港区投产，当年就完成产值334.7亿元，生产整车超20万辆。2024年，河南省汽车整车产量突破140万辆，新能源汽车产量突破



70万辆，在汽车新赛道上已冲入全国第一阵营。

正如刘宁所说，要积极引进赛车运动、车迷文化、主题车展等新兴业态，展示新能源汽车前沿技术，宣传新能源汽车工业文化，打造独特的城市新能源汽车文化地标，为城市发展注入新活力。

2024年10月，全国首个比亚迪新能源汽车科普馆——比亚迪·迪空间在郑州正式开馆。不久前，比亚迪郑州赛车场正式投用。据了解，这是全球首家专注于新能源汽车领域的综合性赛车试验场，涵盖体验、培训、赛事承办、新能源文化科普等服务。该赛车场主要面向非专业选手开放，旨在为新能源汽车用户提供体验服务，让更多人体验漂移、浮水、冲沙等赛车文化。值得一提的是，基于“全民赛道、全场好玩”的运营理念，该赛车场将有望改变传统赛场高门槛、难预约、内卷单一线状的现状。

“从整车制造到终端消费，从技术攻坚到文化培育，比亚迪正在构建一套涵盖全产业链的生态体系。”汽车行业分析师白德表示，比亚迪通过科普馆、赛车场展示其前沿技术，不仅有利于打造新能源汽车研发基地和城市新能源汽车工业文化地标，也有助于宣传绿色、科技的汽车文化，提升中国新能源汽车的情绪价值。

事实上，以汽车产品功能、独门科技为出发点，越来越多车企开始向外辐射，运营重点用户，打造自己独特的品牌文化

符号。其中，捷途汽车开创的“旅行+”生态模式，通过打造车主俱乐部、组织自驾游活动、建设露营基地等方式，将汽车文化与户外生活进一步融合。

记者了解到，捷途汽车坚持每年举办粉丝文化节，规模不断扩大。今年8月，第八届粉丝文化节吸引了来自23个国家的近百名海外捷途车主参与，形成了独特的品牌文化社区。奇瑞汽车股份有限公司常务副总裁张国忠对此深有体会：“用户不只是消费者，更是同行人，是产品共创的设计师，是品牌向上的共建者。”毫无疑问，这种用户共创理念正在被越来越多车企接受，成为构建品牌文化的重要路径。

此外，越野文化圈层也形成了独特生态。长城汽车通过坦克品牌深耕越野文化，不仅推出了一系列适合越野的车型，还建立了坦克学院，为车主提供专业的越野驾驶培训。在每年的阿拉善英雄会上，以坦克品牌为代表的长城汽车车主踊跃参与，形成了独特的越野文化IP。

与此同时，赛道文化也在快速兴起。随着周冠宇等中国车手在国际赛场上崭露锋芒，越来越多年轻人开始关注并参与赛车运动。以上海国际赛车场、珠海国际赛车场为代表的专业赛道，通过举办赛道日、驾训营等活动，让普通消费者也能体验赛道驾驶的乐趣。比亚迪则在深圳、郑州等地修建了专业试车场，不仅用于车辆测试，还向公众开放，举办驾驶培训课

程，普及安全驾驶知识，进一步点燃了公众参与赛道文化的热情。

改装文化作为汽车文化的重要组成部分，同样逐步走向规范化。中国汽车工业协会统计的数据显示，中国汽车改装市场规模已突破2000亿元，年均增长率超过30%。《汽车改装技术规范指引》等政策的出台，让车身颜色变更、轮毂样式更换、内饰改装等16个改装项目实现合法化，为改装文化的健康发展提供了制度保障。



▲面对汽车文化发展中的各种机遇和挑战，汽车企业、地方政府和相关协会正在通过多种方式引导中国汽车文化向健康方向发展。图为总投资逾60亿元的佛山市顺德区重大标杆项目——大湾区车世界汽车科技产业园近期迎来首期1号楼体验中心主体结构封顶。

◆从整车制造到终端消费，从技术攻坚到文化培育，比亚迪正在构建一套涵盖全产业链的生态体系。近日，全球首家专注于新能源汽车领域的综合性赛车试验场在河南郑州投入使用，让更多人体验漂移、浮水、冲沙等赛车文化。图为比亚迪赛车场内的模拟冰道。

程，普及安全驾驶知识，进一步点燃了公众参与赛道文化的热情。

改装文化作为汽车文化的重要组成部分，同样逐步走向规范化。中国汽车工业协会统计的数据显示，中国汽车改装市场规模已突破2000亿元，年均增长率超过30%。《汽车改装技术规范指引》等政策的出台，让车身颜色变更、轮毂样式更换、内饰改装等16个改装项目实现合法化，为改装文化的健康发展提供了制度保障。

莫让错误炫技成为汽车文化发展的“拦路虎”

在汽车文化蓬勃发展的同时，一些不良文化现象也在滋生蔓延。例如，随着汽车加速性能的提升，非法飙车行为时有发生，造成了严重的公共安全隐患。

今年以来，国内多地警方查处了不少组织非法飙车的团伙，其中有些团伙的涉案车辆多达30余辆。记者了解到，这些车辆大多经过非法改装，拆除消音器、改装发动机ECU、刷写性能程序，严重破坏道路交通秩序。

尽管相关政策正在逐步放开，但超越法规限制的改装依然存在。一些改装厂为迎合部分车主需求，进行涉及车辆动力系统、底盘结构等关键部件的非法改装，给道路交通安全带来严重隐患。”刘志超补充说，据交通管理部门统计，国内每年

因非法改装导致的交通事故达数百起，造成大量人员伤亡和财产损失。

更需要注意的是，随着智能汽车的普及，“滥用辅助驾驶系统”的现象日益凸显。不少车主过分依赖辅助驾驶技术，甚至在行车过程中双手离开方向盘，从事与驾驶无关的活动。

某造车新势力品牌车主王先生日前告诉记者：“车友群里经常有人分享如何‘破解’系统限制，让车辆在无人监控的情况下自动驾驶，这种行为其实非常危险。”

在刘志超看来，这些现象反映出中国汽车文化发展中的深层次问题：一方面，健康的汽车文化生态尚未完全形成，汽车文化载体和活动供给不足；另一方面，正确的汽车文化价值观引导缺失，部分消费者对汽车文化的理解存在偏差。“中国汽车文化正在经历‘成长中的烦恼’，既有积极向上的文化探索，也有野蛮生长的乱象。”

多方协同方能培育健康汽车文化生态

面对汽车文化发展中的各种机遇和挑战，汽车企业、地方政府和相关协会正在通过多种方式引导中国汽车文化向健康方向发展，并已形成了一系列卓有成效的实践案例。

车企作为汽车文化建设的主力军，正在从产品制造商向生活方式服务商转型。例如，比亚迪在郑州建设的全地形赛车场，将全国特色地形“搬进”赛车场，在这里面模拟了冰雪、沙漠、山地等各种地形。

在一座赛车场内，垂直高度达到29.6米、冲坡落差达到28度、获得吉尼斯世界纪录认证的悬天沙坡，模拟的是阿拉善的地形地貌；用一个70米长的水池来为车辆创造浮水航行的条件，还特制了一个硕大的透明亚克力窗，可以观测车辆如何在水中行驶。

新能源带来的电动化、智能化技术体验也被比亚迪搬进了赛车场。1.53万平方米的多功能区设置标准绕桩、智能泊车、AEB、鱼钩测试、麋鹿测试等十几种场景。比亚迪将自家的天神之眼、易三房、易四方等技术悉数融入这些测试场景中。

正如比亚迪集团品牌及公关处总经理李云飞所言：“好技术，要人人可享；好体验，更要人人可享。”在他看来，只要能吸引和支持比亚迪的用户们走进赛车场，就已

经是对中国汽车文化的极大推动。

白德分析称，对于车企来说，汽车文化产业是否发达，将直接影响其产业链利润率，以及辐射海内外用户的号召力。同时，地方政府同样在推动汽车文化与城市发展融合方面发挥着关键作用。尤其是那些制造业发达、旅游资源丰富的地区。

近年来，广东省佛山市顺德区依托深厚的制造业基础，大力发展汽车文化产业。据了解，顺德区建设了国际标准的赛车场，举办各类汽车文化活动，吸引改装企业集聚，形成了完整的汽车文化产业链。顺德区政府相关负责人表示：“我们不仅要发展汽车制造，更要培育汽车文化，让顺德成为汽车爱好者的朝圣地。”

汽车媒体平台也在汽车文化传播中扮演着重要角色。汽车之家、易车等垂直媒体通过内容创作、活动组织等方式，普及汽车文化知识，引导消费者形成正确的汽车文化观念。一些自媒体博主通过创作优质内容，展示汽车文化的多样性，打破了人们对汽车文化的片面认知。

不得不提的是，在各方的积极行动下，推动汽车文化建设仍然面临诸多挑战。刘志超指出：“中国汽车文化需以技术创新为引擎，政策创新为杠杆补强历史积淀、拓展体验场景、构建全球化文化认同体系，实现从‘工具属性’到‘情感载体’转变。”

在这一过程中，政策支持与标准完善至关重要。商务部等八部门办公厅联合印发的《关于开展汽车流通消费试点工作的通知》明确提出“营造汽车文化氛围，推动汽车改装、汽车租赁、汽车赛事、房车露营、传统经典车等规范有序发展”的任务，这为汽车文化建设提供了政策依据和发展方向。

刘志超认为，各方需重视通过多种渠道普及汽车文化知识，培养消费者的鉴赏能力。学校可以开设相关课程，让学生从小了解汽车文化；媒体可以加大宣传力度，展示丰富多彩的汽车文化活动；企业可以开放工厂和研发中心，让公众了解汽车制造过程。

事实上，无论古今中外，汽车文化建设是一个长期过程，需要持之以恒的努力。一方面要鼓励创新，支持各种形式的汽车文化探索；另一方面要加强引导，防止不良文化现象的蔓延。只有形成政府引导、行业推动、企业参与、用户共创的良性机制，中国汽车文化才能健康发展。

“中国汽车文化建设的画卷正在徐徐展开，各方力量已经行动起来，只有当这些力量形成合力，中国才能不仅成为汽车产销大国，更真正晋升为具有全球影响力的汽车强国。”刘志超总结说，汽车文化的繁荣发展，将成为中国汽车产业迈向高质量发展的重要标志，也是满足人民群众对美好出行生活向往的必然要求。

过多种措施让宣防工作聚力，为广大旅客群众的平安出行保驾护航。

服务升温：暖心举措擦亮国门名片

这个暑期，受免签政策和国际盛会双重带动，京畿机场群迎来了更多的游客。“近期机场内外的外国游客数量有明显的提升，我们强化了英语听说能力，为问路、咨询的外国旅客提供力所能及的帮助。”首都机场公安局天津滨海国际机场分局航站区派出所民警张添对记者说。

除了询问路况外，入境北京的不少外籍旅客还有自驾的需求。不久前，一个东南亚旅行团深夜抵达北京后，想要申请办理外国人临时驾驶许可。首都机场公安局北京大兴国际机场分局在不到30分钟内就完成了6名外国友人的办理业务。“他们特别高兴，没想到深夜里我们效率这么高，纷纷为我们的服务点赞。”首都机场公安局北京大兴国际机场分局张杨说。

同样感到惊喜的还有北京旅客岳先生。在首都机场航站楼内的车管站，他体验了“体检+换证”一站式服务，“飞机起飞前顺带更新驾照，这样的便民举措令我没想到。”记者了解到，这一服务是首都机场交警支队协调医疗单位推出的创新尝试，致力于实现“数据多跑路、群众少排队”。

从优化遗失物找寻机制到推出多语种法律咨询，从临时驾照办理到“灯塔法律服务”，首都机场公安局正在用一项项扎实举措，让中外旅客在平安出行中感受到温暖中国的第一缕风。

首都机场公安局“三位一体”护航暑运



面对游客密集、需求多样等情况，首都机场公安局紧扣“安全、宣防、服务”3条主线，全力保障旅客“往来顺畅、出行暖心”。

关设备，依靠相关手段，为一线单位提供情报支撑，累计抓获了30余名在逃人员。”首都机场公安局北京大兴国际机场分局民警李强介绍说。

宣防聚力：法治文化浸润国门一线

众所周知，“织密空港立体防护”是安全

筑基的重要组成部分。然而想要实现真正的安全，仅靠防护是不够的，在风险防范的坐标系中，宣防工作占据更为前置、更为关键的位置。

据了解，为了让法治文化浸润国门，让宣防工作形成合力，首都机场公安局按照公安部“阳光下的守护”法治公安主题宣传活动有关部署，深入结合京畿机场群的特点，以宣传引领行动开路，动员全局

全警广泛开展宣防活动。

“全民反诈倡议人”“小彭警官说交通”“反诈擒魔说”“机场那些事儿”……翻看首都机场公安局的新媒体账号，反诈、禁毒、暑期提示，各种宣防知识层出不穷。

事实上，除了线上面向所有出行的旅客群众“大水漫灌”的宣防外，今年以来，针对具体人群的“精准滴灌式”宣防工作也正在陆续开展。

7月，托生于“和枫国门工作室”的“和枫驿”在北京首都国际机场分局等多家单位共同推动下建成。它为货运场站的司机师傅提供休息空间的同时，也常态化开展学习宣教活动。

7月31日，我们就邀请了分局刑侦支队的民警在驿站为司机师傅们开展了生动的禁毒宣传，“理论+案例”的模式让师傅们很感兴趣，学习得很认真。他们还和民警积极互动，氛围非常不错。”首都机场公安局北京首都国际机场分局货运和公共区派出所民警谢天介绍说。

“组织专门力量通过‘兴航警校’机制为驻场企业单位送教”“成立‘国门交警宣讲团’”“选择重点区域航班和上座量较高的航班开展‘反诈进客舱’宣传”“在雷雨季重点针对航班退改签诈骗的宣防”……今年以来首都机场公安局持续通

重构中大型插混MPV市场逻辑 东风风行胜算几何

插混MPV”的新品，以补贴后14.99万元起的定价、“五大升舱”体验”的产品力，不仅填补了长期存在的市场空白，更以“燃油车价格撬动40万元级豪华体验”的姿态，宣告MPV市场从“高端垄断”向“全民普惠”的转折。

东风风行星海V9产品总监陈正宇表示，星海V9越享系列定位为“20万元内唯一中大型插混MPV”，将填补长期存在的市场空白。

在拿到1万台针对目标用户的深度市场调研后，东风风行在中大型插混MPV市场出招了。8月21日，广州白云国际会议中心的聚光灯下，东风风行星海V9越享系列的上市，为这个地处广西柳州的央企品牌写下了“价值重构”的关键一笔。

东风柳州汽车有限公司总经理林长波表示，这款定位“20万元内唯一中大型

竞争力“五大升舱”，每一项都直指行业痛点并以数据佐证。

据了解，在续航上，新车搭载了东风集团“中国芯”十佳马赫双擎混动系统，可实现CLTC纯电续航200km、馈电油耗5.2L/100km、综合续航1300km的表现，每公里使用成本仅0.12元，相较同级燃油MPV年省1万元，北京到上海可“一箱油+满电”直达。

在空间上，星海V9越享系列可实现“7人模式+593L后备箱或2人模式2616L装载空间”。在乘坐舒适性上，该车二排座椅配备8向电动调节及通风、加热、按摩等功能。在安全性上，该车由“2024中国十佳车身”和铠甲电池3.0构建被动安全堡垒，L2级智能辅助驾驶和360°全景影像实现主动避险。

他告诉记者，这份底气既来自东风柳汽71年的造车积淀，也源于东风风行品牌在MPV领域25年的深耕。从2001年推出菱智终结合资垄断，到如今风行品牌MPV全球累计销量118万辆，东风风行已形成“造MPV的DNA”。

林长波不忘强调说，作为东风集团新

能源第一梯队品牌，星海V9越享系列共享集团核心资源，如马赫双擎混动系统与岚图同源，8155芯片等智能化配置则依托华为、大疆等合作伙伴的技术赋能，实现“技术平权下的品质越级”。

陈正宇表示，基于对市场需求的信心，新车本月已批量量产，预计今年月销量可达2000-3000辆，长期目标是成为“20万元内MPV首选”。他还表示，明星推荐官吴镇宇的背书、首批车主（含樊登等知名企业家）的交付，已为这款车积累了初始口碑。

“东风风行致力于成为‘MPV开拓者、普及者，以及引领者’。”在发布会上，林长波的这番发言掷地有声。随着星海V9越享系列的入市，东风风行“菱智（商用）+星海（家用）”的MPV矩阵

逐渐清晰，再加上未来5-6年出口超30万辆的计划，这家央企品牌瞄准了“MPV普及者”的角色，势必要推动中国MPV市场从“小众高端”走向“大众普惠”。

汽车分析师白德表示，从市场竞争格局来看，当下新能源MPV市场呈现出“强者恒强、新秀辈出”的激烈态势。他提醒说，即便在20万至30万元价格区间内，比亚迪、广汽传祺等头部品牌早已完成多产品布局，旗下插混MPV通过持续的配置下放与价格调整，不断向20万元价格段下探，直接与星海V9越享系列短兵相接。

此外，星海V9越享系列14.99万元起的诱人起售价，在很大程度上依赖“国补央补”政策支持。一旦补贴退坡，产品可能面临价格上涨压力。对于价格敏感型的消费者而言，价格的微小波动都可能对购买决策产生重大影响。

白德建议说，如何打破固有认知，通过真实、长期的用户口碑，重塑“20万元内也能拥有豪华MPV”的市场认知，将是东风风行亟待攻克的下一一道难题。