



露营入秋再升温 短途出游仍受宠

入秋以来，“露营热”再次升温，并且逐渐呈现常态化和全年化的趋势。国内的露营爱好者年龄段主要集中在25岁至34岁，他们对于探索大自然和追求个人成长有着强烈的兴趣和需求。

选择营地和装备 露营具有消费属性

带着帐篷，离开喧嚣的城市，或独身，或和三五好友，在郊野公园或者纯野外“安营扎寨”，通过接触大自然，让疲惫的身心得到放松和疗愈。如果是资深爱好者，再穿插着徒步、钓鱼或桨板等户外运动，让户外生活更加丰富和难忘。

露营首先要选择合适的地点。与“纯野地”相比，无论是从自身安全考虑，还是从便利性考虑，专业的营地都是更加适宜的选择。《2023露营行业消费趋势报告》显示，目前，露营相关服务企业尚处于发展初期。业内知名的连锁露营地服务商，如大热荒野、原乡野宿等，其核心竞争力主要体现在区位优势，但目前仍未出现龙头企业。并且，受到土地资源的限制，营地规模化经营较为困难。

从露营地的选择来看，华东地区是主要集中地，其次是兼具森林、湖泊和雪山的西南地区以及拥有丰富阳光、沙滩资源的华南地区。

户外生活使用的装备，需要更加轻便甚至是多功能的，并且需要有一定的防水、耐磨等性能，能够适应户外复杂多变的天气与环境。帐篷、天幕、桌椅、户外照明及餐厨系统是最为常见的露营用品。

数据显示，2022年户外露营装备成交额增速明显，这表明露营已经成为一种消费属性。越来越多的人意识到，露营不仅是一种户外活动，更是一种与大自然亲密接触的方式，并通过购买相关装备来提升露营体验。

露营人群趋于年轻化 具有较大增长潜力

从露营爱好者本身来看，相对于国外成熟的露营市场，我国露营人口渗透率较低，约为1%。日本这一数据为11.2%，美国则达到了15.8%。

不过，短期来看，周边游热度上涨明显，露营成为休闲旅游的最佳方式之一，加速了人们对露营消费习惯的养成。在人们出游选择越来越多的背景下，露营行业的增长将回归正常。长期来看，我国人均GDP已突破1万美元，露营可满足消费者对于休闲的需求，从而成为新的消费方式，推动行业稳定增长，预计到2030年，我国露营人

群将达到2.1亿。国内的露营爱好者年龄段主要集中在25岁至34岁，而综艺节目则成为他们获取露营资讯的主要渠道。这一消费群体趋于年轻化，他们对于探索大自然和追求个人成长有着强烈的兴趣和需求。

一二线城市人群，尤其是一线城市人群，对露营的需求更加旺盛。这可能与城市生活带来的繁忙和压力有关，人们希望通过露营来放松身心。

比起独自露营

国人更爱“多人行”

今年以来，随着人们出游选择增多，“露营热”是否会降温”成为备受关注的话题。

数据显示，露营逐渐呈现常态化和全年化的趋势。随着人们对户外活动热爱的不断深入，无论是周末的短途游还是长假期间的远游，更多人开始将露营融入平日的生活中。

大多数城市人群希望利用周末、小长假或其他碎片时间就近出游，缓解压力。露营凭借其短途化、体验性强等优点，是人们出游的选择之一。

今年入秋以来，社交平台相关话题开始增加，用户活跃度有了明显提升。随着露营市场的不断发展，种类繁多的户外装备为消费者提供了多元露营体验，也为秋冬两季露营赋予了更多可玩性、挑战性。2022年秋冬两季的露营消费相对春夏两季更高且增速更快，其中冬季露营的搜索量同比增长了176%。可见，秋冬两季露营正被更多的消费者所接受，露营全年化趋势显现。

露营逐渐成为我国城市人群体验另类生活、接近大自然的一种方式。据统计，大多数消费者参与露营活动的原因是喜欢大自然、想体验新生活、促进家人朋友的关系等，“多人出游”已成为露营者的共识，偏好“一人出游”的露营者仅占4%。

（据《北京青年报》）

中秋走亲访友

周口纯粮酒



纯粮固态发酵白酒



诚邀加盟代理 咨询电话



首选三汉口酒

就喝三汉口



河南周报文创出品

13592239598 15939428870 13507681619

广告