

“户外+”市场蓬勃发展 新消费潜力加快释放

据新华社北京10月16日电《中国证券报》16日刊发文章《“户外+”市场蓬勃发展 新消费潜力加快释放》。文章称,秋高气爽恰是运动好时节。近年来,户外运动市场蓬勃发展,展现出强大消费活力、潜力。记者注意到,不少地方在积极布局“户外+”,为消费者提供更多元的户外消费场景,相关运动品牌纷纷布局户外市场,抢抓户外经济发展新机遇。

地方文旅借势升级

当前,一些旅游城市纷纷借助户外活动策划转型升级,打造“跟着赛事去旅行”品牌,满足游客更多元的文旅需求,助推体育旅游融合消费。

如国庆假期期间,贵州红·山水越野挑战赛首站在黎平开赛。来自国内外的3000余名参赛选手在黎平共赴红色体育旅游盛宴,比赛集聚了举办地历史文化、民族、自然、人文多重亮点。

国庆假期之后,户外赛事持续把握秋季机遇,10月13日至月底,总计超百场马拉松、越野跑赛事等待着跑者与游客参与,井冈山、长沙、大连、烟台、杭州等数十个城市将举办马拉松赛事,凯乐石莫干山跑山赛、安踏高黎贡超级山径赛、环四姑娘山超级越野跑等知名越野赛事将在10月中下旬举办。

去哪儿大数据研究院研究员蔡木子表示,主动挖掘和营造富含地方特色的户



近日,2024年新疆“跟着赛事去旅行”乌孙古道国际徒步露营大会启动,150余名徒步爱好者开启七日乌孙古道徒步之旅。
新华社记者 陈朔 摄

外娱乐场景变得越发重要。尤其是在今年文旅市场量涨价跌的背景下,户外新玩法有望成为补齐“价跌”的一个抓手,助力地方文旅市场“旺丁又旺财”。

户外品牌抢抓机遇

户外运动不仅推动了地方文旅扩容提质,还提振了户外产品的销量,推动了传统户外品牌转型。

多个户外品类电商销售业绩不俗。今年国庆假期,在唯品会上,骑行服销量同比增长87%,运动羽绒服销量同比增长65%,冲锋衣、防晒衣销量均同比增长近50%。京东数据显示,户外鞋服销售

额同比增长55%,体育用品销售额同比增长41%,户外烧烤用具销售额同比增长49%,睡袋、吊床销售额同比增长46%;摄影产品也在国庆假期期间热销,运动相机销售额同比增长85%。

传统的露营品牌也在积极转型。牧高笛董事长、总经理陆瞰华在2024年半年度业绩说明会上表示,牧高笛将持续进行户外品类拓展,在露营装备之外找到增长第二曲线。户外露营上市公司浙江自然的总经理夏永辉表示,“精致露营”在2023年遇到出游冲击之后趋于稳定,国内各大品牌正在扩展新产品线来满足户外市场需求。

根据国家体育总局联合多部门发布的《户外运动产业发展规划(2022—2025年)》,当前我国户外运动的参与人数已超过4亿人次。预计到2025年,运动户外用品的消费市场规模将接近6000亿元。

产业发展空间巨大

政策的引导和支持对户外产业的长期向好发展起到了重要推动作用。

去年,国家发展改革委等部门印发《促进户外运动设施建设与服务提升行动方案(2023—2025年)》,提出支持露营地建设,鼓励有条件的旅游景区、旅游度假区、乡村旅游点、环城游憩带、郊野公园、体育公园等,在符合相关规划及规划环评要求的基础上,划出露营休闲功能区。

今年6月,国家发展改革委等部门印发的《关于打造消费新场景培育消费新增长点措施》提出,打造一批高质量户外运动目的地,引导和扩大体育休闲消费。鼓励利用老旧厂房、城市公园、草坪广场等开放空间打造创意市集、露营休闲区。

中央财经大学体育经济研究中心主任王裕雄表示,随着我国经济社会不断发展,对户外运动休闲的消费需求也在增长,参照海外户外运动发展情况来看,我国户外经济还有非常大的发展空间。与文旅等元素的不断融合将为户外经济提供源源不断的发展动力。

徒步火了!

小心户外团野蛮生长藏隐患

行至人迹罕至的郊野感受“绿水青山多锦绣”,攀上巍峨的高山体验“会当凌绝顶,一览众山小”……周末报一个户外团徒步、登山、溯溪逐渐成为人们的一种休闲方式,户外组织数量快速增长,各类商业团涌现。然而,不断发生的意外事故也令人揪心。如何进一步提升户外爱好者的风险意识?如何系统加强各类组织的专业性和规范性?记者对此开展调查。

户外出行频酿事故

今年端午假期,来自上海的徒步爱好者小雨在国内知名徒步线路“南太行”经历了“惊魂一日”。“没想到跟的团没有领队收尾,队长也只顾自己冲在前面。”小雨说,作为一名徒步新手,她此前徒步最长距离只有10公里,而此次头天就要徒步35公里,累计爬升1千米,她感觉很快体能就跟不上了,最后10公里自己一个人被甩在后面,走悬崖路时已经接近晚上7点。

总结此次教训时,小雨说,一方面是自己入团不够慎重,高估了自己的体能,另一方面,加入的户外团中途更改路线,且没有收尾领队,对落后队员安全没有保障。

近年来,随着人们亲近大自然的需求越来越强烈,徒步、登山等户外运动受到年轻人喜爱,但是各类风险事故也有所发生。今年6月,在浙江台州,户外爱好者组团来到废弃的石人峡景区内,2名徒步爱好者在横渡溪流时,不幸被急流冲走遇难。

中国探险协会发布的《2023年度中

国外探险事故报告》显示,据不完全统计,2023年共发生户外探险事故425起,涉及人员1350人,其中山地事故216起,占事故总数的50.8%,较2022年增长14.2%。在户外运动细分项目中,登山和徒步相关事故数量位居前二,分别为156起和83起。

户外组织野蛮生长藏隐患

虽然登山、徒步等户外运动在中国起步较晚,但近年来发展迅速。数据显示,当前我国户外运动参与人数已超4亿人次。在庞大的基数之下,潜藏多类风险。

——“有脚就行”盛行,“小白”盲目跟风缺乏底线认知。四川省登山户外运动协会秘书长高敏说,户外运动本身需要一定的基础知识,但近年来,大量不具备专业知识的“小白”涌入,再加上社交平台上“小白必徒”“有脚就行”等帖子的影响,很容易将自己置于危险境地。

今年5月,江西萍乡武功山上,一名女子在夜爬武功山时因遭遇暴雨而失温离世,去世时,该女子身着裙装。除了装备不全带来的风险,有的户外团行前宣称“有脚就行”,以此招揽团员。实际上,山上小气候变化多端、难以预测,户外团没有客观评估行程实际难度,也未告知风险,造成户外新手误判自身能力。

——户外团质量参差不齐,领队无行业准入标准。热潮之下,国内户外组织迅速增加,各类良莠不齐的户外旅行团也带来风险。

“目前带团基本没有门槛,在网上引流,再包车就可以了。”户外团领队小

乐通过将公司挂靠旅行社来规避风险,“大部分户外组织没有旅行社资质,尽管这样被监管部门查到要罚款,但注册成本高达几十万元,大家一般不太愿意花这个钱”。

户外领队资质如何确认?目前没有统一规范,持导游证的导游并不具备户外活动相关的技能和知识,最接近户外领队要求的证件是由中国登山协会组织培训和考试的“山地户外指导员证”。而从业人员普遍认为户外指导员证的效用有限。“户外指导员证能够证明接受过相关的培训,但并不是资格准人类的职业资格证书,仍需大量实践经验积累,才能胜任领队岗位。”常年从事户外指导员培训的三夫户外旅行板块负责人刘泽宇认为。

——走野线、爬野山受追捧,行业缺乏成熟监管和救援机制。打开社交平台,一些户外组织前往自然保护区探险的帖子热度不小。比如,河北小五台山国家级自然保护区全年全域封山,但仍有一些户外团会组织进入登山。

高敏介绍,在美国、日本等国的一些特定景区,户外团队行前必须在景区或当地政府进行报备,甚至是办理登山许可证,报备内容包括具体的行程、线路、天数,一旦超过天数没有消息,景区就要启动救援机制,国内目前尚未建立此类机制。

多措并举推动户外出行更规范

加强户外知识普及,加大户外人才培养力度。“每个人都是自己的第一责任

人。”高校上海校友户外联盟领队张力岩说,对于参与者,需要学习相关技能和知识,携带专业装备,不走危险路段,学习面对突发状况科学应对。此外,走不熟悉的线路一定要寻求专业领队的支持。

作为户外活动组织者,从业领队需要具备专业资质。刘泽宇建议,提高户外指导员证书取证的标准,延长受训过程,加强实践考核;同时设置复核机制,在拿证后一定年限内重新评估。户外旅游在商业化过程中积累了大量丰富经验,可以将其中较为成熟的培训体系纳入官方体系。

厘清遇难事故各方权责、推动权属机制加快建立。上海德禾翰通律师事务所周立伟说,目前一些户外团在发团时发布“免责声明”,但根据实际情况看,如果该组织者收取了相关费用,那么其必须承担相应的管理、组织、安全保障责任;即便没有收取费用,遇到事故,组织者也要根据实际情况承担补充责任。

加快出台行业规范文件,推动部分景区有序开放。“户外运动产业与农村、生态、文化、体育等多领域相关,影响了行业规范性文件出台的速度。”高敏建议,在国家专业性文件出台之前,各地体育部门、行业协会可以根据实际情况出台一些行业标准,尽可能规范各环节要求。

此外,考虑到国内部分景区或自然保护区“一刀切”关闭过去热门的穿越线路,无法满足户外运动需求,可以参照欧美等国做法,逐步探索国内部分自然保护区、景区有序、可控地对户外运动团体开放。

(据新华社电 半月谈记者 胡洁菲 李坤晋)