

特别关注

“五一”假期 露营热度不减

本报记者 赵萌

今年“五一”假期有超过2.4亿人次出游，旅游平台的订单也创下了新高。在外出旅游大热的同时，曾经因疫情而火爆的露营似乎不再被人看好。然而在采访过程中，许多露营相关企业均表示：市场起伏很正常，现在正是中国露营发展的最好时机。

户外产品：“五一”热卖 帐篷最受欢迎

多项数据显示，“五一”期间，露营相关产品销售再度火爆。在苏宁易购电商平台，露营装备销售同比提升123%，其中热门产品帐篷、天幕、吊床、野餐垫、折叠椅等相关商品销量同比增长110%。

在多家电商平台上，本土品牌牧高笛的公园休闲大空间防风速搭帐篷，因为可以在3秒内轻松安装而大受欢迎。另一国内知名品牌探路者的自动速开双人帐篷，也是“五一”市场上的热销产品。“我们在“五一”期间的销售非常好，单天全渠道的销售额超过3000万元。而且我们的销售渠道很多，仅线下就有

4000多家。”骆驼装备品牌部的朱梓皓很是兴奋地告诉记者，“现在户外产品行业发展很快，我们推出的第九代全自动液压帐篷单款销售已超过200万顶。除此之外，我们的克米特折叠椅、折叠营地车也斩获单品销量超10万件的成绩。”

房车租赁：租车预订量同比超五倍

由上汽房车生活家提供的数据，截至4月下旬，平台上今年“五一”期间房车预订量同比增长超5倍。预订“五一”长途房车游的订单占比超七成，平均预订时长为4.9天。以北京为例，适合全家出行的车型3月下旬就已订满。北京郊区电信实业有限公司汽车租赁部总经理李女士告诉记者，他们“五一”期间的房车早在几个月前就被订满，现在的订单已经排到了10月份，“为了应对客户需求，我们预定了20辆车，即便如此，依然应接不暇。”

不止是北京，在上海最大的房车租赁网房车生活家上查询可见，日租金从1400多元到1800多元

的房车，在“五一”期间都被租空，沪上众多房车营地也是一位难求，异常火爆。

户外营地：做出特色不愁客源

“五一”期间多布基地平均日接待500人左右，比4月份要多，虽然比去年6、7月份的人数要少，但是还是让我们看到了假日经济的潜力。”以冲浪和水上运动为主题的青龙峡多布营地活动中心总监孙业川认为，户外露营消费是国家经济发展的体现，现在要想在这一领域竞争中取胜，就必须做出特色。像位于浙江省安吉县的驭风滑翔伞基地，现在延伸做露营地，以其优美的风景和可以体验滑翔伞运动而受到户外爱好者的喜爱。

“五一”期间露营业的表现，让业内外看到露营市场仍具备强劲发展动力，很多从业者既看到了当前的机遇，也看到了挑战，坚信在政策红利的推动、从业者的努力下，露营行业将迎来更新、更稳定的发展。



国内自行车运动持续升温，推动国内自行车企业跨越式发展。

王辉摄

科技创新 推动自行车产业转型升级

本报记者 丰佳佳

第31届中国国际自行车展览会日前在上海闭幕，国产自行车品牌及产业链上下游企业在新产品、新技术、新材料、新工艺以及智能化研发的最新成果抢眼，一批国产电子变速系统及众多智能化、轻量化、高性能产品的亮相，折射出了中国自行车企业正在转型升级路上加速奔跑。

在本届展会上，速瑞达展示的一款专门为儿童运动自行车设计的变速器产品受到国内外客商关注。据创始人刘卫兵介绍，速瑞达最早自主研发的变速器产品，曾经送到国内厂商去测试但屡遭碰壁，于是他们决定将开拓重点放到国外的中高端市场。

疫情发生后，自行车制造行业供应链出现问题，这成为国产变速器生产厂商的机会窗口。从2020年第二季度开始，国外客户主动发邮件，要求试用速瑞达变速器，在样品寄出三个月后，公司陆续收到订单。刘卫兵表示，中国是自行车大国，占据全球自行车产能的70%，但一直以来，自行车变速器发展与国际一线品牌有很大差距，近两年，国产变速系统开始奋起直追，在很多性能方面接近大品牌，这让骑行爱好者有了更多选择。

珠海蓝图在本次展会带来了一款有自主知识产权的无线电子变速器。“自行车的电子化、电气化速度会继续加快，中高端市场需求量依然旺盛。”刘春生说，去年，公司的中低端变速器销量占总销量80%，高端变速器占20%，今年，中高端产品表现突出，其中高端系列产品销量突破40%。“以往，国产自行车变速器领域缺少有竞争力的产品，这是中国自行车产业的痛点，创新研发新型产品，让我们有机会和大品牌竞争，接下来，我们还需要在技术沉淀、生产稳定性、供应链稳定性上继续努力。”

国产企业除了在变速系统方面加大追赶力度，电助力自行车研发方面也交出新的成绩单。本次自行车展上，大部分整车生产企业都展出电助力自行车展品。老牌自行车品牌凤凰推出了电助力山地车、电助力越野车、电助力通勤车，希望满足消费者对电助力自行车的全品类需求。据了解，一些中国自行车企业正在通过在国内生产零部件出口，在海外设立组装工厂等方式，加快在电助力自行车领域的布局。

日前，国家体育总局公布了49家体育领域国家级专精特新企业及9家制造业单项冠军企业。唐山金亨通等多家自行车配件生产企业及自行车产品研发生产企业、山东泰山瑞豹位列其中。

提升产品附加值是众多自行车企业追求的目标，唐山金亨通将高端复合材料碳纤维应用于自行车主要部件的生产制作，由该公司研发设计的产品获发明、实用新型、外观设计专利达到61项，公司自主设计的碳纤维部件组成的JMB011山地车入围欧洲红点最佳设计奖。

作为国家专精特新“小巨人”企业和山东省“瞪羚”企业，瑞豹在碳纤维自行车车圈、车架、车座制造等方面拥有65项自主创新技术。据总经理王春青介绍，近两年“骑行热”带动了中高端自行车市场快速发展，公司扩建了生产线、推出智能化生产项目。面对影响行业发展的供应链问题，王春青认为自制是解决办法，瑞豹依托自身研发以及市场需求推出了MVMT品牌，包含车把、牙盘、轮组等一系列产品，这不仅缓解了供应链问题，也提升了产品的易用性和整合度。

以创新为引擎，中国自行车企业正通过转型升级，奋力向产业链的中高端迈进。

本报记者 张小可

登山杖是徒步运动的核心装备，在刚刚结束的“五一”假期，来自商务大数据对重点电商平台监测统计的数据显示，在假日出行的户外热销商品里，登山杖的销售同比增长212.5%。

在国内，以美国“黑钻”为代表的国外品牌占据了国内登山杖绝大部分的市场份额，近些年，国内企业正通过自主研发，提升市场竞争力来缩小这一差距。

宁波仗一户外用品有限公司成立于2019年，专业从事登山杖、拐杖、滑雪杖、健行杖、越野跑步杖等手杖和相关配件产品的生产与研发。近年来，随着户外运动在国内的兴起，消费者对国内品牌的认可度也在快速提升。据统计，2022年11月仅在天猫淘宝平台上，杖一登山杖销售额同比增长75.2%。

有“中国运动杖之乡”之称的宁海县深甽镇，有许多企业从事运动杖的出口生产。这些企业生产的产品，起初并不为国外客户认可，他们认为，

产业集装箱

本报讯 近日，由上海体育学院经济管理学院、三体云动和万博宣伟联合制作的《2022中国健身行业数据报告》(以下简称《报告》)在CHINAFIT北京健身大会上正式发布。

《报告》显示，2022年线下付费健身会员人数有所下降，健身场馆数量有所减少。截至2022年12月，全国线下付费健身会员为7145万人，环比下滑了4.9%。2022年全国广义健身类场馆约为13.1万家，其中商业健身俱乐部39620家，健身工作室

本报记者 张小可

壁球、攀岩、攻防箭……随着天气转暖，一些个性化的潮流运动开始在年轻人中流行。

壁球：场馆增多 参与者增多

击球、回弹、跨步挥拍……在北京陶然亭附近的一家壁球馆里，壁球爱好者刘媛媛尽情享受这项运动的魅力。刘媛媛在北京从事互联网工作，她基本每周都会打一次壁球。“北京的壁球馆本来就不多，这家算是离家比较近的，场馆还可以租拍子，对不那么专业的人来说非常方便，周围不少朋友都很喜欢。”刘媛媛说。

和足球、篮球等大众参与度较高的项目比，壁球只能算是小众运动，但随着越来越多的运动场馆、标准场地出现，有专业机构不时推出壁球课程，参与这项运动的人也渐渐多了起来。

“现在我们馆里的壁球爱好者群体以35岁至40岁年龄段的上班族为主，馆里有多位教练可为初学者提供指导。壁球成为2025年成都世运会的比赛项目，也提升了这项运动的热度。”北京一家壁球馆的工作人员表示。

攀岩：专业运动变身户外体验

如今攀岩不再是专业选手才能玩的极限运动，而是人人都可以参与的户外活动。“五一”小长假第一天，四川省江油市就有数百人前去鹰嘴岩体验攀岩。“之前‘十一’的时候就来过，但是当时人多就没玩成，这次是带孩子来玩的，这里的B线非常适合小朋友攀岩，价格也不贵。”来鹰嘴岩体验攀岩的张先生说。

据悉，江油市西屏镇户外运动基地地形丰富，植被茂密，现已开放攀岩、山地车、滑翔伞、民宿、星空营地等项目，涵盖了户外运动、亲子旅游、农耕体验等多个方面。目前，该基地已成为户外爱好者的网红打卡点，每天可接纳约1000个家庭，超2000人参与，直接带动当地群众增收。

攻防箭：团队运动受欢迎

近期，许多城市的绿茵场上都出现了一些手拿弓箭盾牌，穿梭于掩体之间的人群。

攻防箭，是一项使用弓箭在半个篮球场大小的地方展开多人竞技的体育娱乐项目。因为弓箭为特别设计，箭头使用如网球大的发泡胶物料，故被箭射中不会有任何伤害，且融合了闪避球和射箭元素，是一项既保留了射击的刺激魅力，又全面考验团队合作的新兴团体运动。

其实早在2016年攻防箭便进入国内市场，但直到近期才在年轻人中火起来。

“现在参加攻防箭的团队以团建客户为主，占比能达到50%以上。而且攻防箭装备如果用户自己准备的话，价格较飞盘等运动来说，相对比较高，一人份的装备要在100元以上。对于俱乐部来说，装备的维护成本也比较高。”一位攻防箭俱乐部的工作人员说。

很显然，如何稳定客源，已成为攻防箭俱乐部经营者开拓市场亟需解决的课题。

登山杖是徒步运动的核心装备之一 国内企业重点发力内需市场

本报记者 张小可

登山杖是徒步运动的核心装备，在刚刚结束的“五一”假期，来自商务大数据对重点电商平台监测统计的数据显示，在假日出行的户外热销商品里，登山杖的销售同比增长212.5%。

在国内，以美国“黑钻”为代表的国外品牌占据了国内登山杖绝大部分的市场份额，近些年，国内企业正通过自主研发，提升市场竞争力来缩小这一差距。

宁波仗一户外用品有限公司成立于2019年，专业从事登山杖、拐杖、滑雪杖、健行杖、越野跑步杖等手杖和相关配件产品的生产与研发。近年来，随着户外运动在国内的兴起，消费者对国内品牌的认可度也在快速提升。据统计，2022年11月仅在天猫淘宝平台上，杖一登山杖销售额同比增长75.2%。

有“中国运动杖之乡”之称的宁海县深甽镇，有许多企业从事运动杖的出口生产。这些企业生产的产品，起初并不为国外客户认可，他们认为，

登山杖的产品品质、安全性能要求非常高，只相信德国、意大利的知名品牌。好不容易，这些企业打开了欧美市场，欧洲市场饱和，这导致深甽镇众多企业出口开始走下坡路。

这也倒逼了深甽镇整个产业集群提升自己的研发能力，扩大内需市场。作为国内最早专业生产登山杖的外资型制造企业之一，宁海兴达旅游用品有限公司创立于2000年6月，该企业凭借自主研发设计、生产能力，先后获得了涵盖发明、实用新型、外观在内的86项国内、外授权专利。“公司从2013年开始，挖掘内需市场，开拓了运动杖的国内业务。为此我们经过市场调查，根据国内户外爱好者的需求和使用习惯，重新设计、开发相关产品，以更先进的设计理念，科学的结构，优良的品质去赢得市场与户外爱好者的认可。”宁海兴达旅游用品有限公司总经理胡金学表示。

据悉，依托于体育产业制造业集群，深甽镇现在年产运动杖1500万根以上，获得国内外专利100多项，国内市场占有率达80%，国际市场占有率达70%。截至目前，深甽镇共有户外用品企业76家，年总产值10亿元以上，带动体育从业人员达3500余人，占常住人口的15%以上，促进了当地村民增收致富。

《2022中国健身行业数据报告》发布

45529家，分别环比下降了5.48%和12.34%。

与此同时，2022年，在社交平台及直播平台的助力下，更多人加入了居家运动健身行列，参与运动健身的人口基数整体大幅上涨，智能健身镜、智能跳绳等智能健身设备及小工具也让人们有了更多有趣的居家运动方式，增强了人们的健身主动性和投入度。

女性健身消费者占比达61.93%，较2021年增长迅猛。

《报告》2023年Q1最新数据统计显示，线下健身场馆的各项运营数据指标正在快速复苏。截止4月30日，线下各类健身场馆数量大幅增加，付费健身会员数量、平均消费支出、活跃度、训练频次等数据也均已逼近2019年同期水平。

(王辉)