

2023年市场规模将达2000亿元

户外营地成为推动产业发展重要赛道

本报记者 王辉

今年中秋、国庆“双节”合一，不少游客选择与家人、朋友一起去户外营地度过美好时光。

“我们营地通过举办各种活动，整合了水上运动、高空漂流等新兴项目，同时策划组织露营文化活动，深度利用景区山地、水源、草坪、山体等元素，融合羽毛球、飞盘、徒步、趣味足球等多种体育运动，掀起运动休闲游新高潮。”湖北荆州流水汽车露营地有关负责人告诉记者，今年“双节”期间，流水景区户外营地接待游客总量较去年同期增长62%，较2019年增长34%；整体营收较去年同期增长65%，较2019年增长42%。靠运动休闲游的带动，流水汽车露营地人气、营收双增长，均达到历史最高水平。

“新平磨盘山户外运动营地、腾冲唯美青少年户外营地、云南沧源佤山国际户外营地……户外营地作为推动户外运动产业发展的重要载体和拉动户外运动消费的重要场景，我们深知培育精品户外营地对户外运动产业发展的重要意义。”云南省体育局副局长邢晋介绍，近年来，云南省大力发展户外运动产业，先后出台了《户外运动发展纲要》《户外运动产业三年行动计划》等政策措施，并将培育建设各类户外营地列入主要任务，在云南省各个州市成功地培育了一批具有区域特色和发展潜力的户外营地，营造了浓厚的户外运动氛围。

2022年10月，体育总局等八部门联合发布的《户外运动产业发展规划（2022—2025年）》提出，到2025年，建设

各类户外运动营地10000个，推动露营地完善配套服务设施，开展多种户外运动项目，鼓励在营地周边配套登山、徒步、骑行、垂钓、冰雪、赛车、马术、航空、水上等户外运动设施及服务，提高露营地消费粘性。

“品牌赛事是推动营地发展的强大引擎，也是拉动营地经济的重要力量。将体育赛事活动和营地结合，可以带来更多的可能性，不仅能够丰富营地和体育赛事活动的选择，也给营地经济注入强大的动力，满足了消费者多元化的需求。”中国汽车摩托车运动联合会社会服务部主任林晓森告诉记者，中汽摩联把汽车竞速赛和露营活动串联起来，将休闲汽车赛事贯穿旅游活动始终，创办了全国汽车（房车）露营集结赛这一品牌赛事。“例如在重庆巫山站，我们用赛

事串联谷屿野云端房车营地等多个特色营地，带着来自北京、天津、上海等地近90台汽车（房车）的车友，打卡巫山美景。今年湖北朝天吼汽车自驾运动营地通过赛事活动的开展，景区加营地接待游客超50万人次，收入已达6000万元，创利税1000余万元。”

近日，在2023年户外运动产业大会上发布的《中国户外运动营地产业发展报告2023》显示：2014年至2023年十年间全国户外运动营地相关固定资产投资累计约6000亿元；2023年9月，我国户外营地相关企业约11万家，其中，核心企业约3.4万家；预测2023年我国户外运动营地核心市场规模将达到2000亿元，预计到2025年规模将超过2900亿元……户外营地已成为推动产业发展的重要赛道。

本报记者 张小可

赛事规模30000人、报名人数136105人、中签率5%……11月3日，2024厦门马拉松赛预报名中签率揭晓，5%的中签率让不少马拉松爱好者直呼“一签难求”。

路跑赛事究竟有多火？透过近日发布的《中国户外运动产业发展报告（2022—2023）》中的一组数据可见一斑。

近年来我国冰雪、路跑、骑行、越野、露营等户外运动呈现爆发式增长。2023年上半年，全国举办路跑赛事303场，总参赛人次达224万。

……

一场大型路跑赛事，不仅是一部城市的宣传片，更能把赛事“流量”转化为消费“留量”。以2023年无锡马拉松为例，赛事的举办带动当地餐饮、住宿、交通、旅游及赛事展位销售等经济效益高达1.95亿元，其中住宿及餐饮分别约1.17亿元和6960万元。

成都马拉松的举办，也激发了当地旅游市场的热度。美团、大众点评数据显示，比赛举办的那一周，成都的住宿预订量较去年同期增长100%。10月15日举办的天津马拉松比赛，带动的直接经济收益达到了1.89亿元，间接经济收益达5.68亿元。

顶级路跑赛事历来是运动品牌商竞争的营销重地，国产品牌在此领域的表现格外抢眼。据悦跑数据研究院发布的2023北京马拉松大数据报告显示，在破3选手的跑鞋选择方面，特步以35.6%的穿着率获得冠军，相较去年的4.6%，穿着率大幅度提升。去年这项指标的冠军耐克则以11.9%排名第三。事实上，这些年，随着以特步、361度、李宁为代表的国产品牌在路跑市场上的投入、发力，国产品牌跑鞋已在赛场上占据主流。

路跑赛事的繁荣，参与者的消费潜力也在不断得到释放。尼尔森发布的《中国马拉松人群与消费洞察报告》显示，2019年，中国路跑爱好者年平均花费达11418元，主要花在跑步装备、赛事开销和跑步服务等方面。

记者在北京一家户外装备专卖店看到，采购跑步装备的消费者不少，消费者王女士告诉记者，“我这次‘任务’就是买跑鞋，我一般每年会买两次跑鞋，顺便买一些配套的运动服装。”该店销售人员介绍，进入十月以后，购买马拉松装备的人，比平时增长百分之三十左右，销售额相比平时增长百分之四十。

国家发展改革委、体育总局等五部门联合印发的《促进户外运动设施建设与服务提升行动方案（2023—2025年）》（以下简称“行动方案”）提出：“丰富户外运动赛事活动供给。加快发展以自主品牌为主的户外运动赛事和节庆活动体系，鼓励各地结合自然、人文特色资源，培育户外运动赛事与节庆活动，探索打造一批全国知名的赛事与活动品牌。引导和支持各级各类体育社会组织举办多样赛事，打造一批‘跟着赛事去旅行’的文体旅融合品牌活动。”

有业内人士认为，“行动方案”的提出，将进一步促进以路跑、登山、徒步、骑行、露营为代表的户外运动与文旅产业的深度融合，激活体育赛事消费新动能，推动户外运动高质量发展。

赛事「流量」转化为消费「留量」——透过路跑赛事看户外消费强劲增长

产业集装箱

全国汽车（房车）露营集结赛大理站收车

本报讯 2023全国汽车（房车）露营集结赛大理站，日前在云南巍山古城收车。本次赛事共有全国各地82辆房车参赛，其中包括35辆房车，创下历次露营集结赛参赛数量之最。经过两天角逐，傅磊/何睿和董占兴/董玉哲分别获得定速拉力赛房车组与汽车组第一名；陈文/丁成和毕宇华/李玲则分别获得露营趣味赛房车组、汽车组第一名。

本次赛事是2023中国户外运动产业大会的重要组成部分，是大会期间举办的5项户外运动赛事之一，也是3场国家级赛事活动之一。比赛分定速拉力赛、露营趣味赛两部分。定速拉力赛包括两个赛段，总里程182.55公里。首日环洱海赛段全长104.5公里，串联起崇圣寺三塔、喜洲古镇、蝴蝶泉、双廊古镇等著名景点；第二天崇圣路——巍山古城赛段全长78.05公里，终点是历史文化名城巍山古城。

在进行两个赛段的定速拉力赛角逐之后，车手们在巍山文华公园进行了吹枪、橄榄球投掷、挂包谷、翻轮胎、跳竹竿等露营趣味赛。

全国汽车（房车）露营集结赛是一项深受群众欢迎的普及性汽车赛事，大理站比赛是今年露营集结赛的第三站。和专业汽车赛事不同，全国汽车房车露营集结赛面向普通民众，门槛低，兼具竞技性、健身性和休闲性，从诞生之初就受到百姓喜爱。本次比赛由中国汽车摩托车运动联合会、云南省体育局、大理白族自治州人民政府和中体产业集团联合主办，中汽摩联汽车露营分会、云南省汽摩运动协会、大理州教体局、大理市人民政府、巍山县人民政府和中体联赛（北京）有限公司承办，由丽江东巴谷生态文化旅游股份有限公司执行。

(周萌)



车手们进行露营趣味赛。

本报记者 赵萌

日前，经国际奥委会表决通过，腰旗橄榄球成为2028年洛杉矶奥运会新增项目之一，这意味着近年这项在国内持续火热的新兴运动将迎来新的发展机遇。

记者近日来到位于北京市朝阳区的东枫国际体育园，发现周末来这里玩腰旗橄榄球的人非常多，而且都是以社团形式在打比赛。近几年，腰旗橄榄球在国内升温非常快，参与者以年轻人居多。

相比热度，在活动组织者张鑫看来更积极的变化是各类赛事活动的落地。“不仅平时会预约场地，组织小范围的活动。每周我们都会带队伍去外地比赛，玩家的热情也比去年更高了。如今年举行的赛事有成

都市腰旗橄榄球趣味赛、浙江湖州第三届长三角体育节腰旗橄榄球邀请赛、厦门市青少年沙滩橄榄球锦标赛……”从2022年下半年开始，张鑫建了5个微信群，总人数接近2000人，每周会安排五六场活动。

如今，腰旗橄榄球的经济效应也逐步显现。某户外旅行平台产品部负责人介绍，近日他们在福建泉州石狮体育公园11人制足球场组织腰旗橄榄球派对，活动时长40分钟，每人收费99元。目前市

场上组织的活动每人收费从几十元至几百元不等，费用包含场地费、教练费、教具、矿泉水等。

赛事增多，参与者踊跃，为此，也吸引了不少培训机构纷纷开设相关课程。北京朝阳区一家私教工作室的创始人介绍：他们开设有成人橄榄球专项提升课程，一次售价是68.9元。记者在大众点评看到，另外一家腰旗橄榄球主题团建收费是268元，可提供20人以上的室内羽毛球或户外

足球场地，时长是半天，月销售46单；位于北京市朝阳区的一家橄榄球培训中心的负责人告诉记者：“店内开设6岁以上青少年的培训课是29.9元一节，时间为120分钟；4岁至7岁青少年两节课收费为49.9元，时间为90分钟；另有成人60分钟体验课程收费9.9元。”可以看到，目前培训机构开设的相关课程分类越来越细。

在一些电商平台上，记者发现，目前销售相关产品的国内企业很少，主要以耐克、安德玛等国外品牌为主，橄榄球鞋的价格为800元至1000元不等，一副手套的价格也高达400元。浙江斯坦格运动护具科技有限公司销售员黄江辉认为，“进口装备贵，是因为国内涉足橄榄球装备开发、生产的企业很少，几乎没有，目前大家仍在观望。”

本报记者 赵萌

金秋时节，正是户外活动的好时机。对于喜爱登山的芳芳来说，这个秋季，她最期待的就是在现在轻量登山包的基础上，再添置一款多日重装包。

来自行业的统计数据显示，全球背包市场份额，已由2016年的1626.14亿美元增长至2023年的25639.7亿美元。中国短途旅行背包行业的规模已经达到了1200亿元人民币，而且还在不断增长。

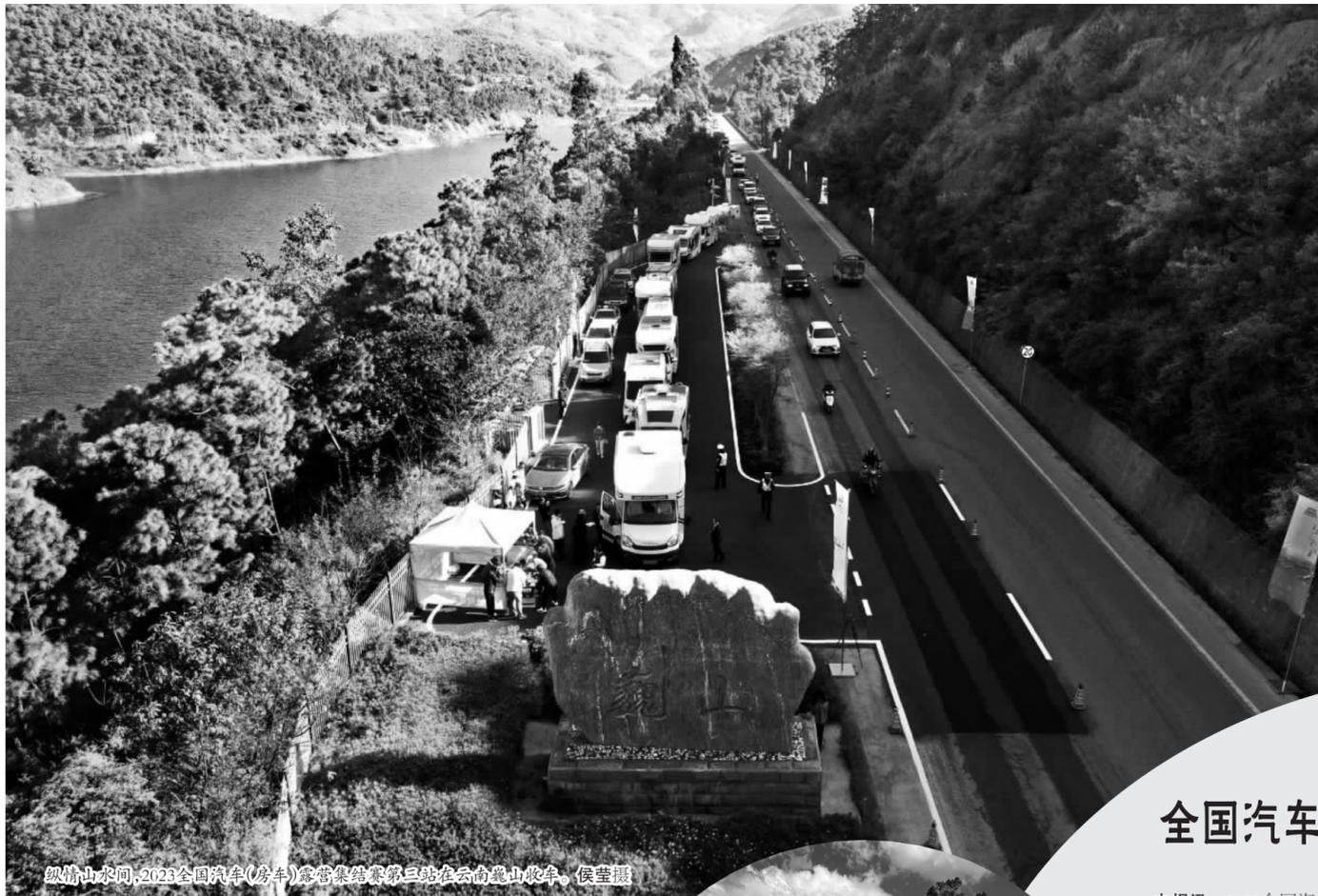
记者日前来到了位于北京市丰台区的一家户外体育专卖店，店内销售员向记者介绍，户外背包按功能分，大致分为：高山探险、徒步旅行、登山攀岩、滑雪、骑行、远足、休闲七类。按容量大小分，又有单日、周末、多日、长途旅行四类。

户外运动爱好者周苹介绍了她的购包经验，“单日登山包，因为仅几个小时的路程，通常只需要水、一两件衣物、食物以及登山杖，所以我会选购25升以下的背包；如果外出过夜1晚，就选择适合夜间远足旅行的25升至35升的背包；2至4天就选择40升至50升的登山和多日旅行背包；5天以上就要选择60升至75升的长途跋涉背包了。市场价格则从几十至几千元不等。”

从品牌上看，受大众喜爱的，既有以生产户外背包见长的知名品牌，如德国的多特、美国的小鹰，也有从事户外体育用品生产的著名品牌，如北面、始祖鸟等。一位户外运动博主认为，“在预算充足的情况下，小鹰、多特、格里高利在官方旗舰店可以买到不错的产品。预算有限，国产品牌强氧、凯乐石也是不错的选择。”

背包是户外运动最基础、也是最重要的装备之一，选对了背包才能让运动者的旅行自在放松。购买户外背包，看品质、选品牌，还要考虑自己的用途，适合自己的，才是最好的。

双肩背包 户外必备



纵情山水间，2023全国汽车（房车）露营集结赛第三站在云南巍山收车。侯莹摄